

# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Le rapport de présentation

(document de travail – janvier 2025)

---

Introduction .....	2
Chapitre 1 : La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité .....	4
Chapitre 2 : Le champ d'application de la réglementation .....	7
Chapitre 3 : Diagnostic territorial.....	17
Chapitre 4 : La réglementation nationale applicable .....	23
Chapitre 5 : Le diagnostic .....	31
Chapitre 6 : Les orientations retenues .....	43
Chapitre 7 : Explication des choix .....	44

PROJET

---

# Introduction

Depuis la loi ENE du 12 juillet 2010, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un règlement local de publicité (RLP) qui devient donc intercommunal (RLPi).

A défaut, si l'EPCI n'est pas compétent en matière de documents d'urbanisme, le RLP est communal. C'est le cas à Leucate.

## **Les principes d'un règlement local de publicité**

Le règlement national de publicité (RNP) définit des règles identiques pour toutes les agglomérations, avec pour seule distinction le fait qu'elles comportent plus ou moins de 10 000 habitants. Le RLP permet d'adapter le RNP aux caractéristiques du territoire. En effet, d'une commune à l'autre, les caractéristiques géographiques, architecturales, urbanistiques, commerciales ou touristiques sont différentes.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi.

Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité.

## **Le pouvoir de police**

La loi 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » a modifié les règles du pouvoir de police, qui est exercé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024 selon le tableau ci-dessous :

Commune appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP	<b>Le président de l'EPCI</b>
Commune appartenant à un EPCI qui n'est pas compétent en matière de PLU ou RLP	<b>Le maire</b>

Nota : Les maires disposent de la possibilité de s'opposer au transfert dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience. Plusieurs situations peuvent être identifiées :

1. dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;
2. dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;

- 
3. lorsque l'EPCI est déjà compétent au 1er janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1er juillet 2024. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience).

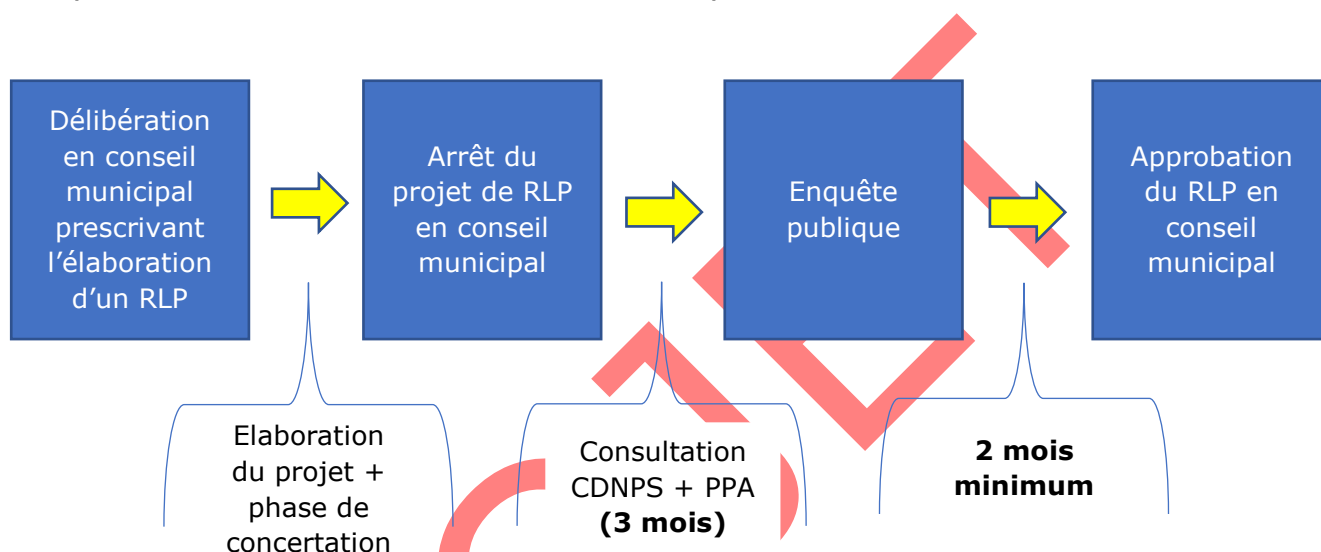
Quant au président de l'EPCI, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposé(s) au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.

PROJET

# Chapitre 1 : La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

## 1. Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification, à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée, d'un RLP est identique à celle d'un plan local d'urbanisme (PLU) (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).



La délibération de prescription du RLP en date du 23 décembre 2020 a défini les objectifs poursuivis :

- mettre en valeur le cœur des espaces balnéaires de Leucate : chaque entité urbaine doit affirmer son attractivité commerciale et touristique tout en préservant son identité ; le RLP accompagnera la valorisation des commerces de cœur de ville à Leucate village, la Franqui, Leucate Plage et Port leucate ;
- préserver les espaces naturels : la commune a gardé son écrin naturel, où la publicité n'a pas sa place. Elle est d'ailleurs partiellement interdite par simple application du règlement national ;
- trouver une cohérence avec le PLU : il s'agit de mettre en adéquation le RLP avec le règlement et les orientations d'aménagement du PLU ;
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération. La publicité est interdite hors agglomération ;
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale. Dans les parties de l'agglomération couvertes par la ZPPAUP valant site patrimonial remarquable (SPR), ainsi qu'aux abords des monuments historiques, il est envisageable d'accorder une place à la publicité, notamment celle qui est supportée par le mobilier urbain ;
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans la ZPPAUP valant SPR et plus globalement dans les centres urbains. L'attractivité des centres urbains peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes, qui assurera une meilleure mise en

- 
- *valeur de l'architecture ;*
  - *encadrer les technologies nouvelles. Les publicités et les enseignes numériques se développent. Bien que pouvant donner une image dynamique de la ville, leur multiplication n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux ;*
  - *améliorer l'esthétique et l'implantation des publicités.*

La même délibération a précisé les outils de concertation à mettre en œuvre pendant la phase d'études. Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- *diffusion des documents d'étude sur le site Internet de la ville ;*
- *information sur l'avancement du projet de RLP dans le bulletin municipal ;*
- *mise à disposition en mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;*
- *échanges avec les personnes publiques associées et les personnes concernées (afficheurs, commerçants...)*

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Enfin, le projet de RLP est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implantent ou sont modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

## **2. Les éléments constitutifs du RLP**

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### **a. Le rapport de présentation**

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de l'affichage publicitaire sur le territoire concerné. Il procède à une étude des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, du RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux, c'est-à-dire les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

---

b. Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

c. Les annexes

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que l'arrêté municipal (ou les arrêtés municipaux) fixant les limites du territoire aggloméré de la commune et le document graphique les matérialisant.

PROJET

---

## Chapitre 2 : Le champ d'application de la réglementation

Trois catégories de dispositifs sont concernées par la réglementation : la publicité, les préenseignes et les enseignes.

### 1. La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Une publicité (sur mobilier urbain)

Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité, réglementés par le RNP suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).



---

Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de l'agglomération dans lesquels ils sont implantés.

## **2. La préenseigne**

Constitue une préenseigne « *toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.

### Le cas particulier des enseignes dérogatoires :

Parmi les préenseignes, il existe une catégorie de préenseignes qualifiées de « dérogatoires » qui ne sont pas soumises aux mêmes règles que la publicité. Elles peuvent en particulier s'implanter hors agglomération, ce que ne peut pas faire la publicité (leurs règles d'implantation sont expliquées au chapitre 4).

## **3. L'enseigne**

Constitue une enseigne « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculairement au mur ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



*Enseignes parallèles au mur*



*Une enseigne sur toiture*



*Une enseigne scellée au sol*



#### 4. Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes ou préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), les œuvres artistiques ou encore les dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



Signalisation routière



Signalisation d'information locale (SIL)





*Journal électronique d'information*



*Panneaux d'information à caractère général*

---

Les publicités situées à l'intérieur d'une enceinte sportive, et non visibles de l'extérieur, n'entrent pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

Les inscriptions sur les véhicules terrestres, quels qu'ils soient, ne sont pas assujetties au Code de l'environnement, en tant que les véhicules ne sont pas « *utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité* » (article R.581-48).



*Véhicule non publicitaire*

## **5. L'affichage d'opinion**

Les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté municipal. Pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants, la surface minimale est de 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants.





*Panneau réservé à l'affichage d'opinion*

## **6. La notion d'agglomération**

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». Par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération, ce qui conduit à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLP.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route : « *Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ».



*Panneau indiquant l'entrée de l'agglomération*

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

Leucate présente la particularité d'être composée de 5 secteurs agglomérés distincts. A l'occasion de l'élaboration du RLP, leurs contours ont été actualisés.





Carte des secteurs agglomérés de la commune

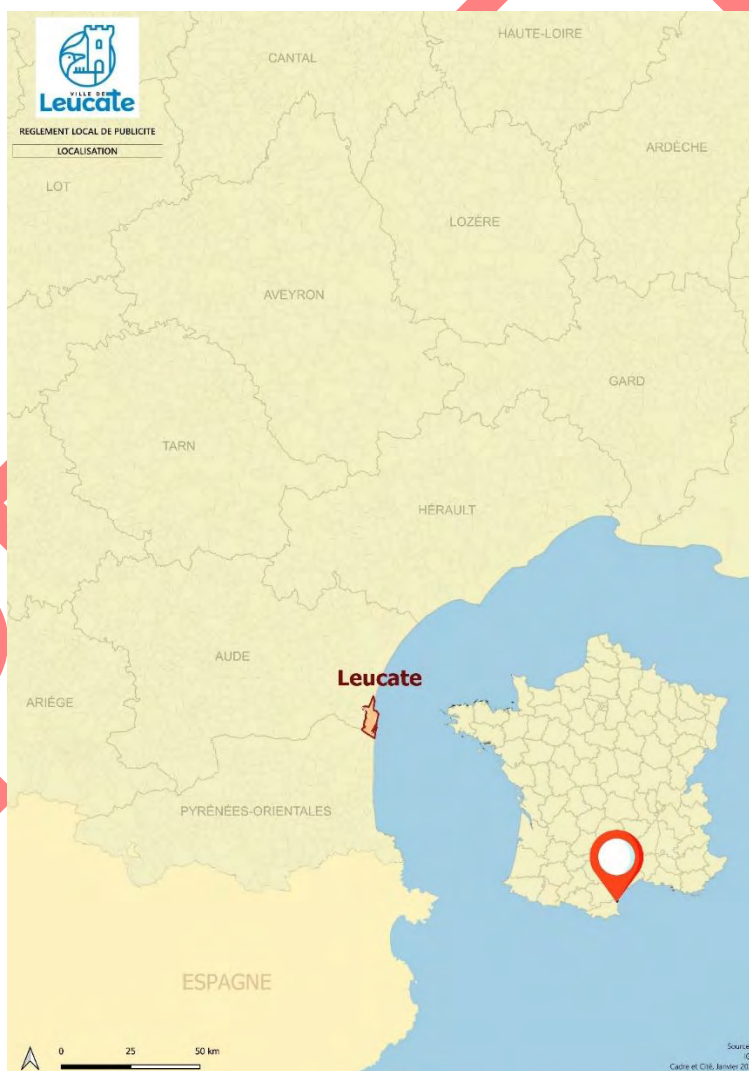
# Chapitre 3 : Diagnostic territorial

## 1. Présentation du territoire

Leucate est située à l'extrême sud-est du département de l'Aude, dans la région Occitanie. Elle appartient à l'unité urbaine de Saint-Laurent-de-la-Salanque et fait partie du Narbonnais, région comprenant Narbonne et sa périphérie, le massif de la Clape et la bande lagunaire des étangs.

Leucate est une presqu'île nord-sud parallèle à l'autoroute A9, axe de circulation majeur de la plaine littorale. Elle est reliée à cette autoroute par une voie rapide (RD 627). Elle possède une gare.

Leucate est une commune rurale et littorale qui a connu une forte hausse de la population depuis 1975 et compte aujourd'hui un peu plus de 4 500 habitants (Leucatois et Leucatoises).



*La situation de Leucate*

---

## 2. Historique

L'occupation humaine de la presqu'île date de l'époque néolithique comme en témoigne la Grotte des Fées, classée monument historique.

Le plateau a toujours constitué une place forte dans cette région de passage et d'instabilité.

Le château, dont les parties les plus anciennes datent du moyen âge, est l'élément le plus représentatif de cette époque illustrée par la gravure représentant la bataille de 1637 contre les Espagnols.

Quelques habitations se sont blotties à cette époque sous le château. Le village actuel s'est installé en prolongement de ce premier noyau. Village d'agriculteurs et de pêcheurs, protégé des vents et très peu visible de l'extérieur, il est, à lui tout seul, une image remarquable d'une installation humaine discrète, adaptée à son climat et à son paysage.

La demande de loisirs a profondément transformé le paysage de la presqu'île.

- Loisirs de fin de semaine des populations des Corbières qui venaient sur les plages et le plateau passer la journée et une nuit dans les charrettes qui furent les premières « baraques » du site.
- Loisirs plus institutionnalisés ensuite avec la création de La Franqui au début du XXème siècle, première installation balnéaire, tournée vers la mer et installée au pied de la falaise.

Leucate Plage fait partie de la vague des constructions désordonnées des années 60 alors que Port Leucate est un fruit du schéma d'aménagement créé en 1965 et confirmé en 1972 par le Schéma Directeur d'Aménagement du Littoral Languedoc-Roussillon (SDAL).

Parallèlement à ces trois stations, le plateau et les côtes de la presqu'île ont vu l'arrivée de cabanes, pavillons, caravanes et autres emplacements de campings sauvages qui représentaient en été des milliers d'occupants sans autorisation, sans contrôle ni installation technique. Ce phénomène a considérablement diminué grâce à l'action de la municipalité. Le plateau principal est à l'heure actuelle presque entièrement dégagé et on ne trouve plus de cabanes que sur des franges Sud et Ouest.

Le village en lui-même s'est transformé en raison de la demande de maisons individuelles isolées (extensions périphériques) et de la perte de vitalité de l'agriculture (abandon et transformation des bâtiments destinés aux activités agricoles).

La commune de Leucate a, depuis près de 100 ans, une vie économique basée sur des activités traditionnelles et sur le tourisme.

- Le secteur primaire concerne les agriculteurs qui cultivent les vignes et les arbres fruitiers sur le plateau et les pêcheurs exploitant les possibilités conchyliologiques du site.
- La cave coopérative modernisée, structurée, est une vitrine intéressante pour la commercialisation de la production de vin et des produits annexes encore pas assez connus.
- La zone artisanale regroupe des entreprises aux abords de la station d'épuration.

Le tourisme pratiqué de façon régulière depuis le début du siècle dernier est de très loin l'activité essentielle.

Les formes de tourisme développées se sont différenciées, et offrent une gamme très

large d'activités.

La vie des commerces et autres activités tertiaires est étroitement liée à la période touristique. Bien que chaque unité garde une population à l'année, c'est le village qui est le plus vivant pendant l'hiver.

### 3. Le patrimoine naturel

Le Code de l'environnement protège un certain nombre d'espaces naturels de la pollution visuelle que peuvent engendrer les dispositifs publicitaires. Compte-tenu de la qualité de son patrimoine architectural et paysager, Leucate fait l'objet de nombreuses protections.

#### Le site inscrit :

Leucate est grandement couverte par un site inscrit, « le plateau et les bourgs de Leucate et de la Franqui Leucate »



Carte du site inscrit

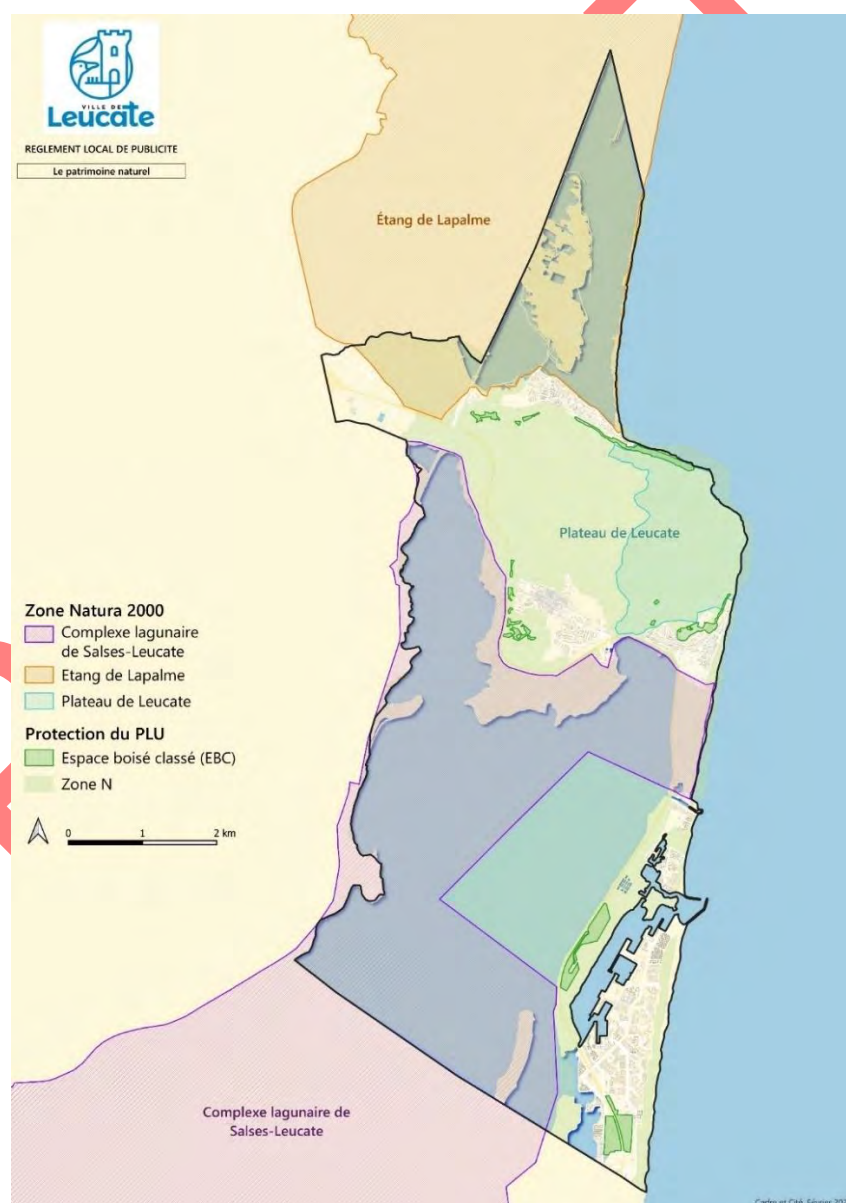


### Les espaces boisés classés, les zones naturelles N (PLU), les sites Natura 2000

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les zones naturelles N issues du PLU en agglomération, ainsi que dans les espaces boisés classés (ces dispositifs étant de toute façon interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants).

La publicité est interdite dans les sites Natura 2000. Natura 2000 est un réseau européen de sites naturels d'intérêt écologique. Plusieurs sites Natura 2000 ont été définis sur la commune :

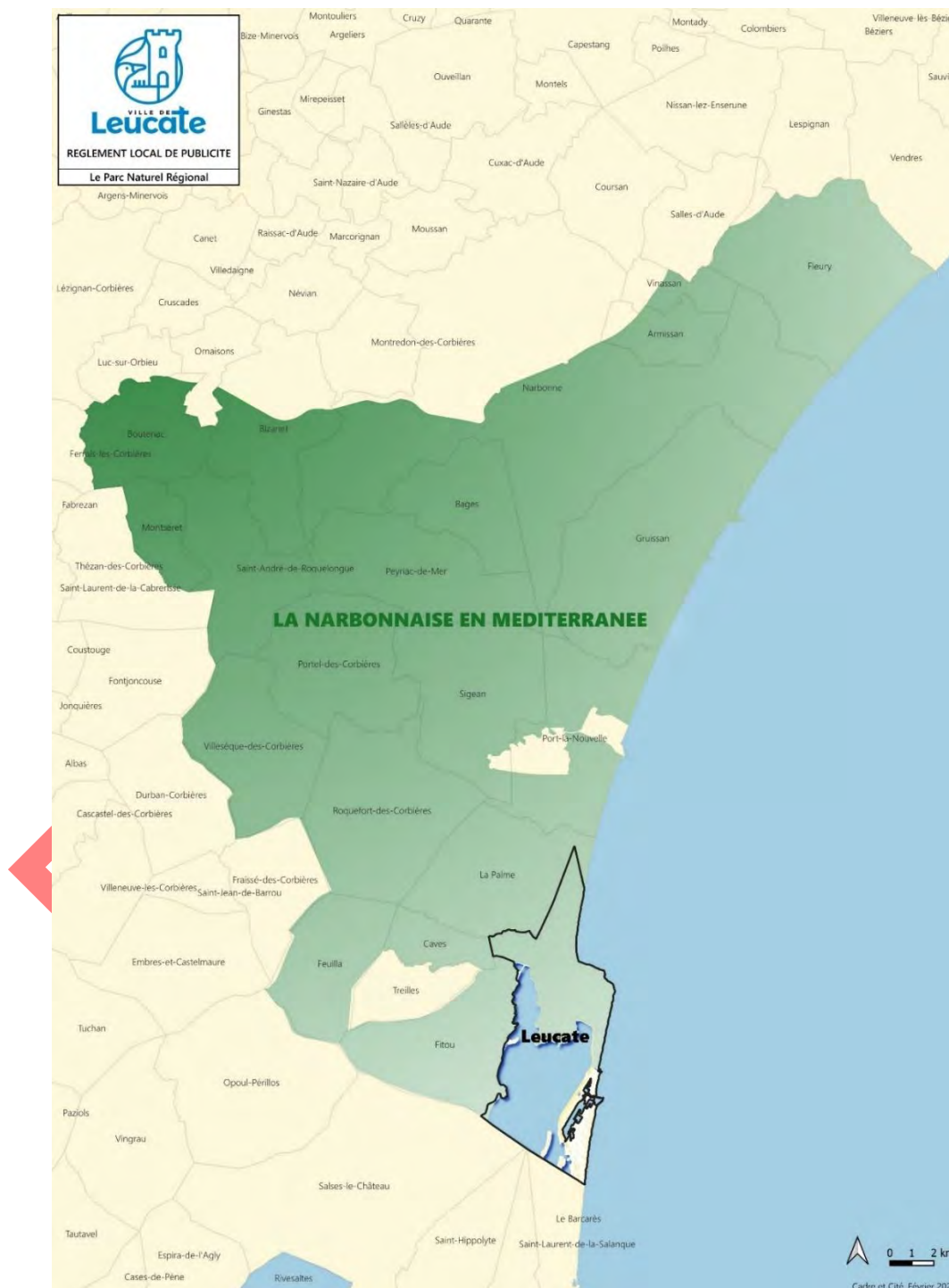
- le « complexe lagunaire de Salses », d'une superficie de 7 818 ha ;
- le « complexe lagunaire de Lapalme », d'une superficie de 1 856 ha ;
- le « plateau de Leucate », d'une superficie de 303 ha ;
- le « complexe lagunaire de Salses-Leucate », d'une superficie de 7 701 ha ;
- l'« étang de Lapalme », d'une superficie de 3 904 ha ;



Carte du patrimoine naturel

## Le parc naturel régional

Le parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée a été créé en 2003. Il s'étend sur 21 communes du département. Composé de la majeure partie des milieux lagunaires du littoral audois et de ses massifs environnants, il concerne sur toute la partie nord de la commune.

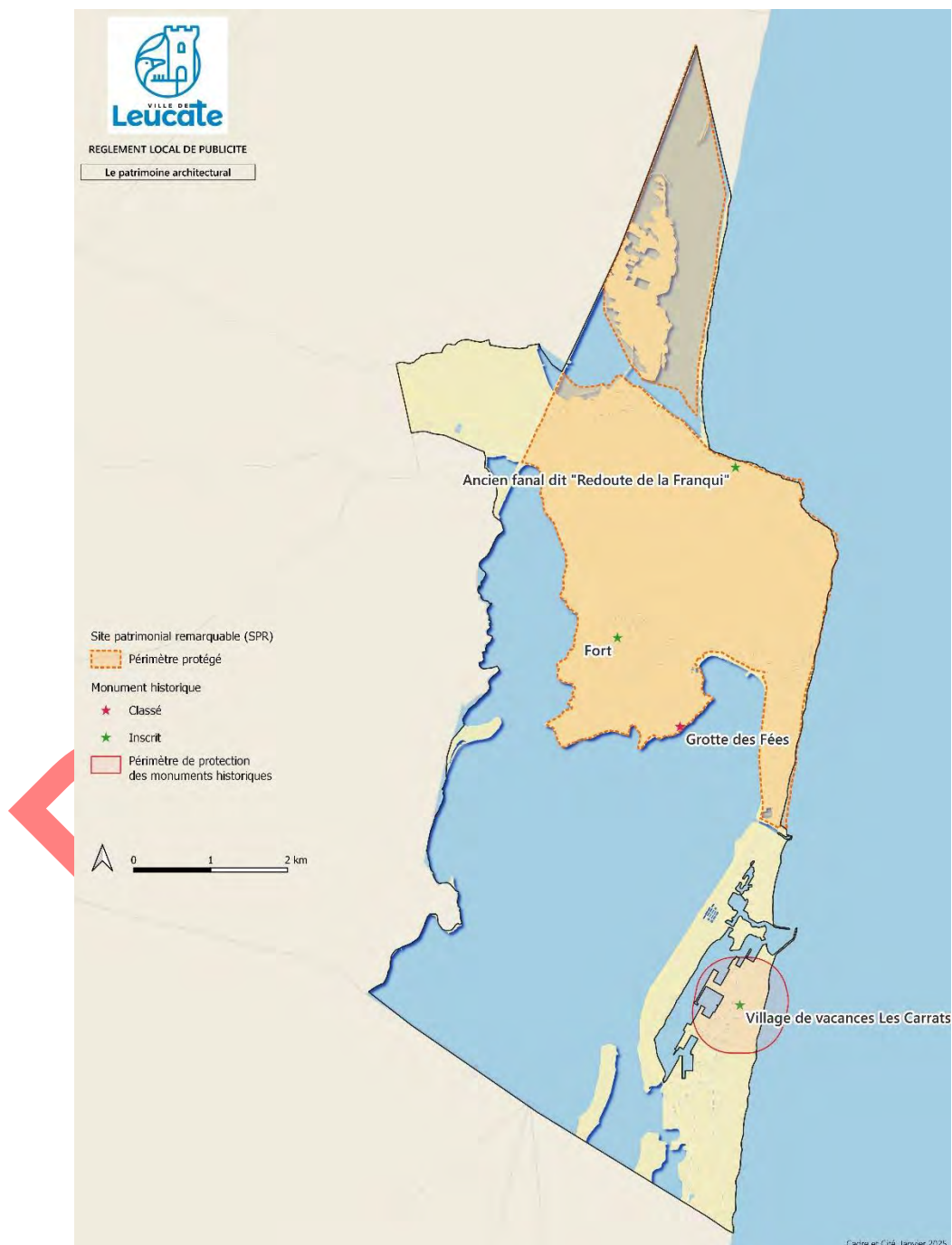


*Carte du parc naturel régional « la Narbonnaise en Méditerranée »*

#### 4. Le patrimoine architectural

Tout comme pour le patrimoine naturel, le Code de l'environnement préserve le patrimoine architectural des villes. 4 immeubles sont protégés au titre des monuments historiques : la grotte des Fées, classée en 1924, la redoute de la Franqui, inscrite en 1967, le fort de Leucate, inscrit en 2006, et le village de vacances « Les Carrats », inscrit en 2014.

La commune est également couverte par un site patrimonial remarquable (SPR), ex zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) avant 2016.



Carte du patrimoine architectural

---

## Chapitre 4 : La réglementation nationale applicable

Le RLP de Leucate devant comporter des dispositions plus restrictives\* que celles du règlement national de publicité (RNP), il est nécessaire d'en connaître les dispositions.

\* *sauf exception prévue l'article L.581-8 du Code de l'environnement.*

### 1. La publicité

#### a. Les règles communes

- Les secteurs d'interdiction absolue :

Conformément à l'article L.581-4 du Code de l'environnement, la 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 ;
- sur tout immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque désigné par un arrêté du maire ou du préfet.

- Les secteurs d'interdiction relative :

A l'intérieur des agglomérations et conformément à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, la publicité est également interdite dans les lieux suivants :

- aux abords des monuments historiques ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (ex-secteurs sauvegardés et AVAP) ;
- dans les sites inscrits ;
- dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protection spéciales (ZPS) du réseau Natura 2000 ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux.

Remarque : Dans ces lieux, à la différence des lieux et immeubles identifiés par l'article L.581-4, il est possible de lever l'interdiction de la publicité dans le cadre d'un RLP.

- Les supports interdits :

Il est interdit d'apposer de la publicité (articles R.581-22 et R.581-23 du Code de l'environnement) sur :

- les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique et de télécommunication ;
- les installations d'éclairage public ;



- les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les clôtures non aveugles ;
- les murs de cimetières ;
- les murs de jardin public ;
- les murs non aveugles des bâtiments :
  - ⇒ sauf si la surface unitaire des ouvertures est inférieure à 0.50 m<sup>2</sup> ;
  - ⇒ sauf pour les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou autorisée.

- La règle de densité foncière :

Les publicités sont soumises à une règle de densité (Art. R.581-25 du Code de l'environnement). Cette règle est fondée sur la longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur inférieure ou égale à 80 mètres, la pose de 2 dispositifs publicitaires muraux alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support est autorisée.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur supérieure à 80 mètres, un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 mètres est admis.

- L'obligation d'extinction nocturne :

Le RNP impose l'extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures du matin, « à l'exception 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. » (Art. R.581-35 du Code de l'environnement).

b. Les règles applicables par type de publicité

- La publicité murale :

La publicité murale est la publicité qui est fixée sur un support déjà existant (mur, clôture, palissade...). Elle est régie par les articles R.581-26 à R.581-29 du Code de l'environnement.

La publicité murale, dont la surface maximale ne peut dépasser 4,70 m<sup>2</sup> et la hauteur comptée au pied du dispositif ne peut dépasser 6 m, doit être apposée sur un mur aveugle ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.50 m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, elle ne doit pas :

- être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol ;
- être apposée sur une toiture ou une terrasse ;
- dépasser le mur qui la supporte ;
- dépasser l'égout du toit ;
- avoir une saillie de plus de 0,25 mètre ;
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes aient été supprimées, à l'exception des publicités peintes d'intérêt artistique.

- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

---

La publicité scellée au sol est interdite.

- La publicité lumineuse :

Régie par les articles R.581-34 à R.581-41 du Code de l'environnement, la publicité lumineuse se compose de deux catégories, la publicité éclairée par projection ou transparence et la publicité numérique.

La première est soumise aux mêmes dispositions que la publicité non lumineuse auxquelles s'ajoute l'obligation d'extinction nocturne, tandis que la seconde est interdite.

- La publicité sur mobilier urbain :

Le mobilier urbain se définit comme un ensemble d'installations sur une dépendance du domaine public et dont le but est la commodité de l'utilisateur. Comme pour les autres supports de publicité, le prestataire souhaitant utiliser le mobilier urbain dans un but publicitaire ne peut le faire qu'après avoir obtenu l'autorisation du propriétaire ou du gestionnaire du domaine public.

Elle est dispensée de la règle du « H/2 » et de la règle de densité. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité numérique.

Cinq catégories de mobilier urbain peuvent recevoir de la publicité :

1. Les abris destinés au public (article R.581-43 du Code de l'environnement)

La surface unitaire des publicités ne peut excéder 2 m<sup>2</sup>. La surface totale de publicité admise est quant à elle liée à la surface abritée au sol :

- 2 m<sup>2</sup> en cas de surface abritée inférieure à 4,50 m<sup>2</sup> ;
- 2 m<sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 4,50 m<sup>2</sup> ;

Tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit.



## 2. Les kiosques (article R.581-44 du Code de l'environnement)

Il s'agit des kiosques à journaux et des autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public :

- la surface unitaire de la publicité est de 2 m<sup>2</sup> ;
- la surface totale de publicité ne peut dépasser 6 m<sup>2</sup> ;
- tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit.

## 3. Les colonnes porte-affiches (article R.581-45 du Code de l'environnement)

Les colonnes porte-affiches (souvent appelées « colonnes Morris ») sont destinées à annoncer des spectacles ou des manifestations culturelles. Aucune surface maximale n'est prévue.

## 4. Les mâts porte-affiches (article R.581-46 du Code de l'environnement)

Ils sont composés au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos, dont la surface unitaire maximum est de 2 m<sup>2</sup>. Les mâts porte-affiches sont utilisés pour annoncer des manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

5. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (article R. 581-47 du Code de l'environnement)  
Cette catégorie de mobilier urbain existe sous différents formats : petits de 2 m<sup>2</sup> type « sucettes » ou plus grands de 8 à 12 m<sup>2</sup>.

La surface de publicité commerciale ne doit pas excéder la surface totale des informations non publicitaires ou œuvres artistiques.

- Les bâches publicitaires :

Elles sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

- Les publicités de dimensions exceptionnelles :

Elles sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

- La publicité de petit format :

Réglémentée par l'article R.581-57 du Code de l'environnement, la publicité de petit format (dite quelquefois « micro-affichage ») peut être installée sur l'ensemble de la devanture commerciale (baie vitrée, porte d'entrée, piliers d'encadrement, etc.).

La surface unitaire d'un dispositif doit être inférieure à 1 m<sup>2</sup> et la surface cumulée ne peut recouvrir plus d'1/10<sup>ème</sup> de la surface de la devanture commerciale et dans la limite de 2 m<sup>2</sup>. La publicité de petit format n'est pas soumise à la règle de densité.



*Une publicité de petit format*

- 
- La publicité sur véhicule terrestre :

Les véhicules concernés sont ceux qui ont pour vocation principale de supporter des messages publicitaires (article R. 581-48 du Code de l'environnement). Le stationnement de ces véhicules est réglementé car ils ne peuvent séjourner en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse réduite anormalement réduite. La surface cumulée de la publicité sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup>. Ces véhicules ne sont pas autorisés à circuler dans les lieux interdits à la publicité.

- La publicité relative aux associations à but non lucratif et affichage d'opinion :

La mise à disposition d'emplacements dédiés à un « affichage libre » est une obligation. Ces espaces sont réservés uniquement aux citoyens et aux associations sans but lucratif et ne peuvent accueillir de la publicité commerciale. Le régime applicable est détaillé aux articles L.581-13, L.581-16, L.581-17 et R.581-2 à R. 581-5 du Code de l'environnement.

Les seuils de surface minimum dépendent du nombre d'habitants de la commune. En l'occurrence pour 4 500 habitants : 4 m<sup>2</sup> + 2 m<sup>2</sup> par tranche entamée de 2 000 habitants soit 8 m<sup>2</sup>.

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Cependant, le maire doit veiller à ce que tout point en agglomération soit situé à moins d'un kilomètre d'un panneau d'affichage libre.

## **2. Les préenseignes**

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité à l'exception :

- des préenseignes dérogatoires ;
- des préenseignes temporaires.

### **a. Les préenseignes dérogatoires**

Les préenseignes dérogatoires ont pour particularité de pouvoir être implantées hors agglomération sous réserve du respect des règles définissant les activités signalées et des règles de format, de distance par rapport à l'activité signalée et de nombre.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que les activités suivantes :

- 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 ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement.

Ainsi que le précise une fiche du ministère de la transition écologique et solidaire (octobre 2019), le terme de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » exclut les commerces de distribution comptant un ou plusieurs rayons de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions de format, de nombre et de distance par rapport à l'activité signalée.

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m de haut X 1,50 m de large monopied	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments Historiques ouverts à la visite		4	10 km

Toute autre activité signalée rend la préenseigne illégale, telle la signalisation d'un restaurant, d'un hôtel, d'un supermarché, d'un garage ou d'une station-service.

L'arrêté ministériel du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires limite la hauteur des dispositifs à 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol, panneau inclus. L'arrêté admet que deux préenseignes dérogatoires puissent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mat, ce qui n'était pas possible sous l'ancienne réglementation.

#### b. Les préenseignes temporaires

Règlementées aux articles L.581-20, R.581-68, R.581-69 et R.581-71 du Code de l'environnement, les préenseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

- les préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, 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.

Les préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de l'évènement.

### 3. Les enseignes

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Des dispositions relatives à leur extinction nocturne ont également été fixées lorsqu'elles sont lumineuses.

#### a. Les règles communes

- Obligation d'entretien : les enseignes doivent être constituées de matériaux durables (exclusion du papier ou du carton). Elles doivent être propres et maintenues en bon état d'entretien et de fonctionnement.

- 
- Suppression au terme de l'activité : dans un délai de trois mois suivant la cessation d'activité, la personne exerçant l'activité est tenue de supprimer l'enseigne et de remettre le lieu en état. Il existe des dérogations pour les enseignes à caractère historique, artistique ou pittoresque.

b. Les règles applicables par type d'enseignes

- Les enseignes murales :

Les enseignes à plat (dites également en bandeau) sur un mur ou parallèle à celui-ci ne doivent pas constituer une saillie de plus de 0,25 mètre, ni dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées ou les limites de l'égout du toit (elle ne peuvent donc être à cheval sur le mur et la toiture)

A la différence des publicités, elles peuvent être implantées sur une clôture non aveugle.

Les enseignes à plats sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies peuvent être installées :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 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 celui-ci et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport au garde-corps.

Les enseignes perpendiculaires (dites également en drapeau) ne doivent pas dépasser la limite du mur qui les supporte ni être apposées devant une fenêtre ou un balcon, ni constituer une saillie de plus d'1/10<sup>ème</sup> de la largeur de la voie avec un maximum de 2 mètres ;

La surface cumulée maximum des enseignes murales ne doit pas représenter plus de 15% de la surface totale de la façade de l'établissement signalé, porté à 25% lorsque la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires entrent en compte pour calculer la surface totale aussi bien par le recto que par le verso. En revanche, n'entrent pas dans le calcul de la surface les publicités qui seraient également apposées sur la façade.

- Les enseignes sur toiture :

Les enseignes sur toiture sont régies par l'article R.581-62 du Code de l'environnement. Elles doivent être constituées de lettres découpées et ne doivent pas comporter de panneaux de fond. Leurs fixations doivent également être dissimulées.

Les dimensions d'une enseigne sur toiture varient en fonction de la hauteur de la façade :

- si la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, l'enseigne devra mesurer 1/5<sup>ème</sup> de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres au maximum ;
- si la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 mètres, l'enseigne ne devra pas dépasser les 3 mètres de haut.

La surface cumulée des enseignes sur toiture ne doit pas dépasser 60 m<sup>2</sup> au maximum.

- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :



---

Cette catégorie d'enseigne est réglementée à l'article R. 581-64 du Code de l'environnement et doit être installée sur l'unité foncière où est implanté l'établissement concerné. Il n'y a pas de règle particulière quant à la forme de l'enseigne (panneaux, drapeaux, totems, kakemonos, mâts, objets divers...). Leur surface est limitée à 6 m<sup>2</sup> (par face).

Dès que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol font plus d'1 m<sup>2</sup>, elles sont limitées à un unique dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique et bordant l'établissement.

Les enseignes de plus d'1 m<sup>2</sup> ne peuvent être placées à moins de 10 mètres des baies des immeubles voisins. La règle du « H/2 » par rapport aux limites séparatives s'applique également aux enseignes scellées au sol.

Les enseignes inférieures à 1 m<sup>2</sup> ne font l'objet d'aucune restriction : elles ne sont pas limitées en nombre et ne sont pas tenues de respecter la règle du « H/2 », ni le retrait de 10 mètres par rapport aux baies voisines.

La hauteur des dispositifs varie en fonction de leur largeur :

- 6.50 mètres lorsqu'ils mesurent plus de 1 m de large ;
- 8 mètres lorsqu'ils mesurent moins de 1 m de large.

- Les enseignes lumineuses :

Les enseignes lumineuses sont réglementées à l'article R.581-59 du Code de l'environnement.

Comme pour la publicité lumineuse, les enseignes lumineuses doivent respecter la règle d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin. La réglementation prévoit une exception pour les activités nocturnes exercées entre minuit et 7 h du matin. Dans ce cas, les enseignes doivent être éteintes, au plus tard, une heure après la fin de l'activité et ne peuvent être allumées qu'une heure avant le début de l'activité.

Les dispositifs clignotants sont admis uniquement pour les pharmacies et les services d'urgence.

- Les enseignes temporaires :

Réglementées aux articles L.581-20, R.581-68 à R.581-70, les enseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

- les enseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (ex : opération commerciale) ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois signalant la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de l'opération ou de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.

---

## Chapitre 5 : Le diagnostic

Le diagnostic a été réalisé lors du deuxième trimestre 2024. Il s'agit d'une **approche qualitative** de tous **les types de dispositifs** : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires, publicité lumineuse (numérique ou autre) etc.

### 1. Les publicités et préenseignes

Un unique dispositif publicitaire a été relevé sur la commune. Scellée au sol, cette publicité est interdite.



Une enseigne qui n'a plus de raison d'être sur un bâtiment (le magasin a déménagé) constitue une publicité. Elle dépasse du mur support, ce qui constitue une infraction.





---

Aucune publicité n'est relevée sur le domaine public (en toute logique, la publicité scellée au sol étant interdite).

## **2. Publicité sur mobilier urbain**

15 abris destinés au public sont installés dans la commune. Ils comportent tous un caisson publicitaire d'une surface de 2 m<sup>2</sup>.



*Un abri destiné au public*

## **3. Chevalets**

Les chevalets posés sur le domaine public ne peuvent être qualifiés d'enseignes au regard du Code de l'environnement, puisqu'ils ne sont pas situés sur le terrain même de l'activité (sauf rares cas de domaine public concédé).

Il s'agit donc de publicités ou de préenseignes posées directement sur le sol, qui ne sont pas admises dans les agglomérations inférieures à 10 000 habitants.



*Chevalets posés sur le domaine public*

#### 4. **Légalité des enseignes**

Quelques enseignes contreviennent aux dispositions du règlement national de publicité.

- **Enseignes sur toiture** : Afin de limiter leur impact dans les perspectives, le législateur a imposé que les enseignes sur toiture ou terrasses ne puissent être constituées de panneaux pleins et que les supports soient dissimulés.

##### **Article R.581-62**

*/.../, 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 mètre de haut.*

Une enseigne dans la zone portuaire contrevient avec la règle de dissimulation des supports.

Dans le secteur ostréicole, plusieurs établissements ont installé sur la toiture des enseignes avec panneau de fond.



*Enseigne sur toiture respectant la réglementation nationale*

- **Enseignes sur un mur :** Le règlement national de publicité impose une surface maximum d'enseignes, en rapport avec la surface de la façade.

**Article R.581-63**

*Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée 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 mètres carrés.*

Quelques enseignes excèdent le pourcentage indiqué.



Exemples de cumul des enseignes non conforme à l'article R.581-63



Outre la règle de pourcentage, le règlement national impose des règles esthétiques aux enseignes apposées sur un support existant (mur).

**Article R.581-60**

*Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.*



*Enseignes dépassant du mur*

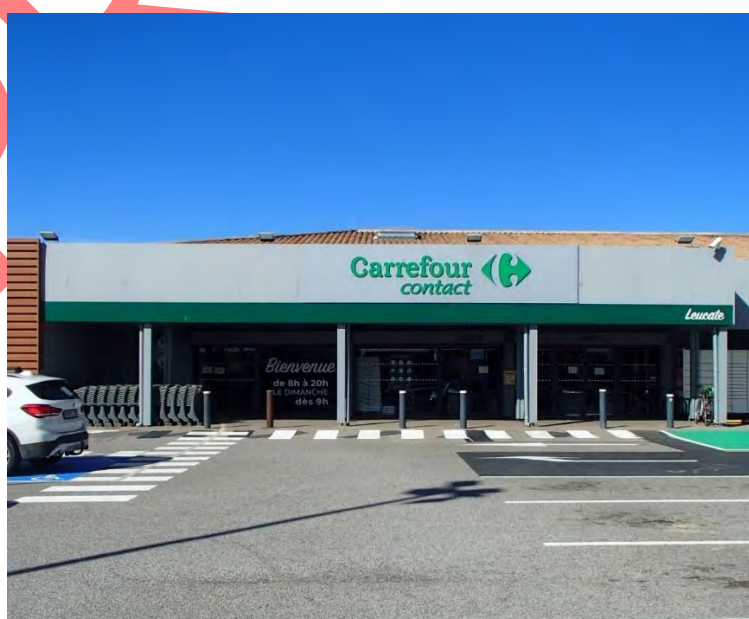
## 5. Aspect des enseignes, impact sur le paysage

En tout lieu, l'architecture nécessite d'être préservée et mise en valeur. Les enseignes, indispensables à l'activité économique, peuvent remplir leur fonction sans dévaloriser le cadre de vie.

Le principe général à poursuivre est la recherche de l'intégration des enseignes dans le rythme du bâtiment, le respect des matériaux et des éléments architecturaux. Outre la limitation des surfaces et du nombre, quelques règles esthétiques simples apportent des résultats convaincants.

Exemples positifs relevés sur la commune :

- Les lettres découpées sont adaptées à tout type de bâtiment, assurant une parfaite lisibilité de l'établissement en respectant le bâti.





*Exemples d'enseignes en lettres découpées sur des bâtiments de nature différente*

- Les enseignes perpendiculaires au mur permettent de repérer une entreprise (commerce principalement) Si elles ont leur utilité, leur nombre et leur surface ne doit pas être excessif. D'autre part, elles doivent se situer dans l'emprise de l'activité, généralement le rez-de-chaussée. Une enseigne perpendiculaire en étage est souvent non conforme.



*Une enseigne perpendiculaire de dimension très réduite*

- Les piliers rythment les façades commerciales. Lorsqu'ils sont recouverts d'enseignes, la façade perd son unité.





*Utilisation d'un pilier qui alourdit l'ensemble de la façade*

- Les balcons sont des éléments de décoration importants d'un bâtiment. Ils ne doivent pas être support d'enseignes.
- L'utilisation des auvents et marquises est admise par le Code de l'environnement.

**Article R.581-60**

*« Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre /.../ »*

Il convient néanmoins de s'assurer que l'enseigne, par ses dimensions ou sa présentation ne dénature pas le support



*Enseigne sur auvent*

- Les enseignes scellées au sol sont destinées à indiquer un établissement peu visible de la voie publique. Elles constituent un obstacle supplémentaire dans les perspectives et ne trouvent pas leur utilité lorsque les entreprises sont à l'alignement ou peuvent installer une enseigne perpendiculaire.



*Enseigne scellée au sol qui n'est pas indispensable à l'activité*



- Les vitrines n'ont pas vocation à servir d'enseigne. Elles donnent fréquemment lieu à des débordements inesthétiques.



*Enseignes sur vitrines*

- Les éclairages d'antan constitués de spots ou de rampes, souvent défectueux ou mal entretenus, sont progressivement remplacés par des procédés discrets, tels les lettres boîtiers, qui sont, de plus, faibles consommateurs d'énergie.
- Enseignes numériques : Les enseignes numériques (et lumineuses en général) n'ont pas de régime propre. Elles sont soumises à extinction nocturne, mais leur

---

surface, leur nombre, leur type d'implantation sont identiques aux enseignes non-lumineuses. Elles sont souvent gênantes pour le voisinage.

## **6. Les enseignes temporaires**

A l'occasion d'évènements exceptionnels de toute nature : opérations commerciales, évènements sportifs, manifestations culturelles... le Code de l'environnement admet des dispositifs qui dérogent aux règles de sobriété imposées aux enseignes permanentes. Ces enseignes temporaires ne doivent pas ruiner les efforts faits par ailleurs. Les dispositifs excessifs, en nombre, en surface ou en durée, n'ajoutent rien à la communication.

## **7. Les enseignes temporaires immobilières**

Afin de présenter leurs programmes, les promoteurs ont trop souvent recours à des enseignes temporaires de très grande dimension, dont l'utilité est incertaine et qui dégradent durablement le paysage.



*Un seul dispositif, de surface raisonnée, suffit à annoncer le programme en cours de construction/commercialisation.*

## **8. Publicités et enseignes à l'intérieur des vitrines**

La baisse des coûts et l'amélioration qualitative des procédés numériques permettent à tous les types de commerces d'installer dans leurs vitrines des écrans, quelquefois de grande surface, afin de présenter leurs produits et services.

De la même façon, quelques sociétés d'affichage investissent l'intérieur des magasins, puisque cette forme de publicité n'est pas assujettie au Code de l'environnement.

Par dérogation, la loi 2021-1104 (loi « Climat et résilience ») modifie l'article L.581-14-4 et permet au RLP de prendre des dispositions afin de limiter les effets de ces dispositifs numériques.

**Art. L. 581-14-4.**

« Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes 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 respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses ».



Ecran dans une vitrine (hors Leucate)

PRO

---

## Chapitre 6 : Les orientations retenues

Les données réglementaires, l'étude des enjeux et les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir ses orientations pour l'élaboration des futures règles du RLP.

Les orientations retenues sont :

- Conserver le régime national pour les publicités sur les propriétés privées. Aucune nécessité économique ne peut justifier la réintroduction des panneaux publicitaires, d'ailleurs absents à ce jour ;
- Admettre le mobilier urbain publicitaire sur la totalité du territoire aggloméré. Le mobilier urbain est utile aux habitants et aux visiteurs ;
- Imposer aux enseignes du centre-ville des règles très qualitatives ;
- Réglementer les enseignes dans les secteurs à dominante résidentielle (La Franqui, Leucate-plage) ;
- Aménager le régime national des enseignes aux caractéristiques des secteurs techniques, portuaires, commerciaux, artisanaux et ostréicole (réduction de la surface par rapport à la façade, interdiction ou limitation de la surface des enseignes scellées au sol, utilisation des auvents...);
- Limiter les enseignes temporaires (nombre, durée) ;
- Réglementer fortement les enseignes numériques ;
- Réglementer les dispositifs numériques dans les vitrines ;
- Elargir la plage d'extinction nocturne de tous les dispositifs.



---

## Chapitre 7 : Explication des choix

Tenant compte des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux en termes de paysages et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, ainsi que des remarques nées de la concertation, les choix suivants ont été retenus :

### **Principes généraux**

1. La ville a choisi de conserver le régime d'interdiction prévu aux articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement. Rien ne justifie d'ouvrir à la publicité les lieux protégés du fait de leur valeur patrimoniale.
2. La publicité est admise dans les lieux où le régime national l'accepte (zone 3). Toutefois, afin de maîtriser son impact, sa surface est limitée à 2 m<sup>2</sup> (3 m<sup>2</sup> en prenant en compte l'encadrement) La publicité de petit format est admise selon les conditions du règlement national. La publicité sur palissades de chantier, qui ne peut être interdite, est admise dans chaque zone. Sa surface est alignée sur celle des autres publicités : 3 m<sup>2</sup> (article C.4).
3. Les 5 catégories de mobiliers urbains mentionnés par le Code de l'environnement apportent un service aux usagers de la voie publique : ils les abritent ou les informent. La publicité que ces dispositifs supportent est intégrée au mobilier et en conséquence ne constitue pas un obstacle visuel supplémentaire dans le paysage. Sa surface est modeste (2 m<sup>2</sup>) et enfin le nombre de mobiliers est faible. La ville a donc décidé de les conserver (article B.2).
4. Les murs de clôture sont peu nombreux. Par précaution, le règlement interdit l'apposition de publicités sur ces éléments structurant du paysage (article C.3)
5. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite, ce qui comprend les chevalets, oriflammes, porte-menus etc. (il s'agit aux articles C.5 et C.6 d'un rappel du règlement national, destiné à faciliter la lecture du RLP).
6. Avec la même préoccupation de respect du bâti que pour les publicités, les enseignes sur les murs de clôture subissent une interdiction de principe. Elles ne peuvent être autorisées que lorsqu'aucune autre possibilité s'offre à l'établissement concerné, sous condition de surface (article D.1).
7. Les enseignes scellées au sol et les enseignes sur toiture ne trouvent pas à s'insérer dans un paysage qui offrent de lointaines perspectives et sont interdites, à l'exception de quelques secteurs commerciaux (articles D.3).
8. En raison de leur impact sur le cadre de vie et de la nuisance qu'elles sont susceptibles d'amener aux habitants permanents ou vacancier, les enseignes numériques scellées au sol sont interdites (article D.4).
9. Comme il l'a été souligné, alors que les enseignes durables font l'objet de fortes exigences, il n'est pas acceptable que les enseignes temporaires puissent être implantées de façon anarchique, annihilant les efforts consentis sur les premières. Celles-ci sont donc limitées dans le temps et en nombre, tant pour les opérations exceptionnelles que pour les enseignes immobilières (article D.5).

- 
10. Les vitrines ont un grand rôle dans l'animation commerciale de la station. La municipalité souhaite qu'elles présentent produits et services et qu'elles ne soient pas recouvertes d'autocollants. Ceux-ci sont donc interdits par principe sauf (comme pour les murs de clôture) impossibilité pour l'activité de se signaler différemment, ou en cas de nécessité (article D.6).
  11. Les terrasses des cafés et restaurants sont un élément d'animation important. La ville les encourage mais les incite à la modération en limitant la surface des chevalets (article D.7) et en prohibant les accessoires à caractère publicitaire (article D.8).
  12. La recherche d'une harmonie sur la totalité de la commune impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. A partir d'une situation globalement bonne, le RLP s'attache à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration dans le bâti comme dans les perspectives. Le RLP détaille les critères sur lesquels le service instructeur s'appuiera pour étudier les demandes d'autorisation. Ceux-ci sont tous liés au cadre de vie, rappelant ainsi la finalité de la réglementation (article D.9).
  13. L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est étendue aux propriétaires des locaux (article D.10), avec pour objectif d'éviter que subsistent les enseignes d'établissements définitivement fermés.
  14. Dans le but de lutter contre les gaspillages d'énergie et pour assurer la quiétude de chacun, les horaires d'extinction prévus par le règlement national (1h à 6h) sont très étendus :
    - Les publicités sont éteintes à 23 h à 7 h.
    - Pour les enseignes, l'activité touristique est bien entendu prise en compte et les établissements calquent l'allumage et l'extinction des enseignes sur leurs horaires d'ouverture et de fermeture (article E.1).
    - La loi 2021-1104 permet de réglementer -sans interdire- les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. La ville a choisi de limiter leur surface à 2 m<sup>2</sup> et de les soumettre aux mêmes règles d'extinction nocturne que les autres enseignes (article E.2).

## **Zonage**

La zone 1 est entièrement située dans le site patrimonial remarquable.

15. Les prescriptions retenues pour les enseignes sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et de faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.
16. La qualité architecturale et l'unité de l'ensemble du site patrimonial remarquable nécessitent des mesures qui ont toutes un objet d'embellissement et, parallèlement, d'amélioration de la visibilité des commerces. Ainsi les enseignes parallèles aux façades sont-elles normées, ainsi piliers sont-ils protégés, les balcons doivent-ils rester vierges de toute enseigne, ainsi les auvents, portiques, arcades font-ils l'objet de règles particulières (article 1.4). Les lettres et signes découpés, qui laissent voir la beauté de la façade (pierre ou enduit) sont privilégiés (article 1.4)

---

Le RLP limite les enseignes perpendiculaires à un dispositif par établissement et par voie et leur confère des dimensions maximum, afin de limiter leur saillie et leur emprise sur les perspectives (article 1.5).

17. Le mode d'éclairage est règlementé : les spots ou rampes, peu esthétiques, souvent déréglés, sont proscrits ainsi que les enseignes numériques, trop agressives dans ces lieux (article 1.6 et 1.8).
18. Les enseignes sur toiture qui nuisent au bâti d'origine, quelle que soit sa nature, sont interdites.
19. La hauteur des enseignes sur auvent est limitée afin d'éviter un effet d'écrasement. La zone 2 correspond aux secteurs d'activités de Leucate Village et à la zone d'activité de Port Leucate, mais elle est protégée par l'article L.581-8 du Code de l'environnement. Aussi, l'activité économique, si elle est encouragée, doit-elle aussi se plier à des règles de qualité en matière d'enseignes.
20. La surface des enseignes en regard de la surface de la façade est ramenée dans tous les cas à 15 % (contre 15 ou 25 % dans le RNP). L'esprit des principales règles de la zone 1 se retrouvent ici, avec quelques allègements. Par exemple, une surface maximum est définie pour les enseignes perpendiculaires, mais elle est adaptée aux bâtiments des secteurs d'activité, donc supérieure à la zone 1.
21. Les interdictions de la zone 1 s'appliquent pour les enseignes numériques, les enseignes sur toiture et les enseignes sur auvent (article 1.8, 1.9 et 1.10)
22. Un seul type d'enseigne scellée au sol est admis : les totems indiquant les prix des carburants dans les stations-service, répondant à une obligation légale.  
La zone 3 couvre les secteurs de la ville qui ne sont soumis à aucune protection au titre du Code de l'environnement : Port Leucate, Leucate Naturistes. Elle couvre aussi, pour les enseignes, l'ensemble des lieux situés hors agglomération, où la publicité est interdite par le RNP.
23. La publicité est admise, dans les conditions prévues par l'article C.4.
24. La publicité lumineuse est interdite (rappel de la réglementation nationale).
25. Dans ces secteurs où le bâti est plus hétérogène et plus diffus, la ville a néanmoins choisi de mettre en place pour les enseignes des règles concordantes aux deux autres zones. On retrouve les dispositions relatives aux balcons, piliers, terrasses, ainsi que la limitation à 15 % de la façade (articles 3.4 et 3.5).
26. Le nombre et la disposition des enseignes parallèles au mur, l'obligation des lettres découpées sont identiques aux autres zones.
27. Les enseignes numériques peuvent être autorisées sur les immeubles sans habitation, le risque de trouble du voisinage étant écarté (article 3.8).
28. Les enseignes scellées au sol ne peuvent être autorisées que dans 2 zones commerciales, justifiées par la situation de retrait des bâtiments par rapport à la voie publique. Elles ont obligatoirement une forme de totem de dimension inférieure à celle du RNP, 4 m<sup>2</sup> contre 6 (article 3.9).



PROJET



# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

## Le règlement

(document de travail -janvier 2025)

---

**PARTIE 1 : DISPOSITIONS COMMUNES AUX PUBLICITES ET AUX ENSEIGNES SUR TOUTES LES ZONES ..... 5**

**Chapitre A : Dispositions applicables à toutes les publicités ..... 6**

Article A.1 : Zones naturelles et agricoles, sites classés, sites inscrits et espaces protégés..... 6

Article A.2 : Matériaux..... 6

**Chapitre B : La publicité supportée par le mobilier urbain ..... 6**

Article B.1 : Calcul de la surface de la publicité supportée par le mobilier urbain..... 6

Article B.2 : Dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement ..... 6

Article B.3 : Dérogation aux règles du présent règlement ..... 6

**Chapitre C : La publicité autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain ..... 6**

Article C.1 : Calcul de la surface de la publicité hors mobilier urbain..... 6

Article C.2 : Application de l'article L.581-8 du Code de l'environnement ..... 6

Article C.3 : La publicité sur support : murs, clôtures, pignons, façades..... 7

Article C.4 : Palissades de chantier installées sur le domaine public..... 7

Article C.5 : La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol..... 7

Article C.6 : Chevalets, drapeaux, oriflammes ..... 7

**Chapitre D : Enseignes..... 7**

Article D.1 : Enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non..... 7

Article D.2 : Enseignes fixées sur les arbres ou plantations ..... 7

Article D.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....7

Article D.4 : Enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol 7

Article D.5 : Enseignes temporaires ..... 7

Article D.6 : Enseignes adhésives sur vitrines (vitrophanies) ..... 8

Article D.7 : Chevalets sur propriété privée et sur domaine public concédé ..... 8

Article D.8 : Supports des enseignes ..... 8

Article D.9 : Autorisation des enseignes..... 8

Article D.10 : Enseignes numériques en vitrines ..... 8

**PARTIE 2 : REGLES PROPRES A CHAQUE ZONE ..... 9**

**Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1..... 10**

Article 1.1 : Définition de la zone .....10

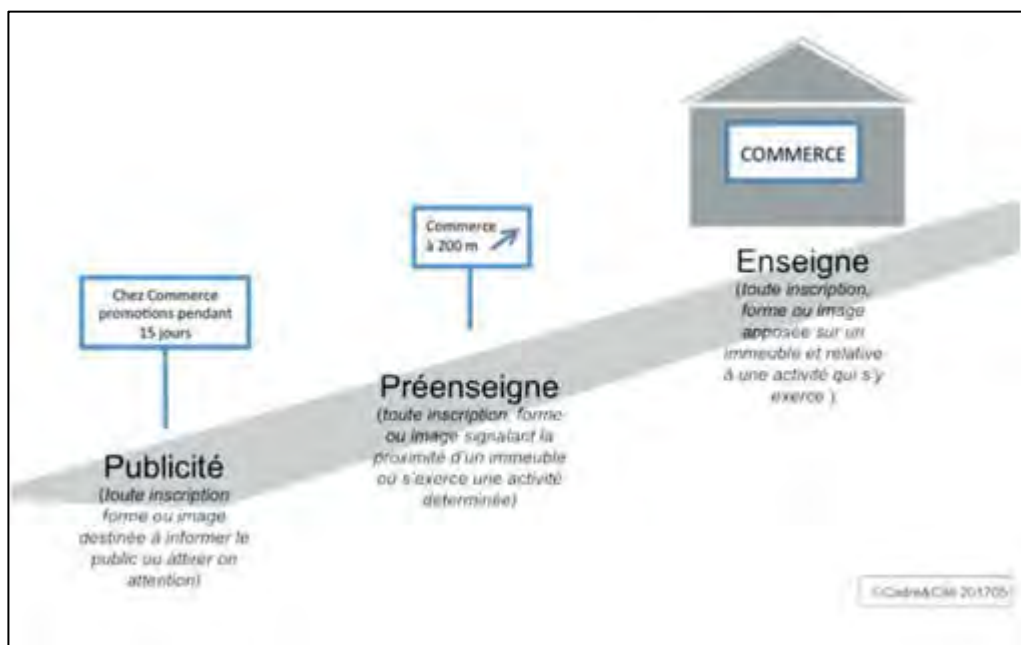
Article 1.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain .....10

Article 1.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée par le mobilier urbain .....10

---

Article 1.4 : Enseignes parallèles à la façade .....	10
Article 1.5 : Enseignes perpendiculaires à la façade.....	11
<b>CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE 2.....</b>	<b>13</b>
Article 2.1 : Définition de la zone .....	13
Article 2.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain .....	13
Article 2.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée sur mobilier urbain .....	13
Article 2.4 : Surface des enseignes sur façade.....	13
Article 2.5 ; Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur .....	13
Article 2.6 : Enseignes perpendiculaires au mur.....	13
Article 2.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur.....	13
Article 2.8 : Enseignes scellées au sol .....	14
Article 2.9 : Enseignes sur auvent ou marquise .....	14
<b>CHAPITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE 3.....</b>	<b>15</b>
Article 3.1 : Définition de la zone .....	15
Article 3.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain .....	15
Article 3.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée par le mobilier urbain .....	15
Article 3.4 : Enseignes interdites .....	15
Article 3.5 : Surface des enseignes sur façade.....	15
Article 3.6 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur .....	15
Article 3.7 : Enseignes perpendiculaires au mur.....	16
Article 3.8 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur.....	16
Article 3.9 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	16
<b>TABLEAU RECAPITULATIF .....</b>	<b>17</b>
<b>LEXIQUE .....</b>	<b>19</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>24</b>

Le règlement local de publicité s'applique sur l'ensemble du territoire communal. Il vient préciser les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation, celles-ci étant définies comme ci-dessous :



Dans le cadre du présent règlement local de publicité, trois zones sont instituées sur le territoire aggloméré de Leucate. Elles sont identifiées sur le plan de zonage :

- **Zone 1** : Centre ancien de Leucate Village, la Franqui et Leucate-plage ;
- **Zone 2** : Secteurs d'activités de Leucate Village et zone d'activité de Port Leucate ;
- **Zone 3** : secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones (Port Leucate et Leucate Naturistes) et deux zones d'activités spécifiquement repérées.

Les dispositions du règlement national qui ne sont pas modifiées par le présent règlement demeurent opposables aux tiers.

Le présent règlement s'applique également sans préjudice des autres réglementations nationales ou locales relatives à la publicité extérieure qui restent applicables de plein droit, et notamment le Code de l'urbanisme, le Code de la voirie routière, le Code de la route, le Code du patrimoine, le Code de l'environnement (autres chapitres).

Les préenseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité, à l'exception des règles applicables aux préenseignes dérogatoires.

Hors agglomération, les enseignes sont soumises aux dispositions de la zone 3 (par exemple : centre ostréicole). Les préenseignes dérogatoires sont admises dans les conditions définies par le règlement national de publicité.

En application de l'article L.581-3-1, les pouvoirs de police en matière de publicité sont exercés par le maire au nom de la commune.



---

Sont annexés au présent règlement :

- Le document graphique faisant apparaître les zones ;
- L'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique ;
- La charte de la signalétique du parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée ;

PROJET

---

**PARTIE 1 : DISPOSITIONS COMMUNES  
AUX PUBLICITES ET AUX ENSEIGNES  
SUR TOUTES LES ZONES**

PROJET

---

## Chapitre A : Dispositions applicables à toutes les publicités

Article A.1 : Zones naturelles et agricoles, sites classés, sites inscrits et espaces protégés  
Toute publicité est interdite dans :

1	les zones classées N et A au plan local d'urbanisme ;
2	les sites classés et les sites inscrits ;
3	de manière générale dans les espaces protégés au titre des articles L.151-11 et L.151-12 du Code de l'urbanisme.

### Article A.2 : Matériaux

Les dispositifs doivent être réalisés dans des matériaux durables et inaltérables y compris les structures des cadres, moulures entourant un panneau et plateaux du fond.

## Chapitre B : La publicité supportée par le mobilier urbain

Article B.1 : Calcul de la surface de la publicité supportée par le mobilier urbain  
La surface prise en compte est celle de l'affiche.

### Article B.2 : Dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement

Sous réserve de l'article A.1, la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée sur l'ensemble du territoire aggloméré, y compris dans les lieux visés à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement. Sa surface unitaire est limitée à 2 mètres carrés, à l'exception des colonnes porte-affiches.

### Article B.3 : Dérogation aux règles du présent règlement

La publicité supportée par le mobilier urbain n'est traitée que dans les articles spécifiques à celle-ci, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions.

## Chapitre C : La publicité autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

### Article C.1 : Calcul de la surface de la publicité hors mobilier urbain

La surface des dispositifs publicitaires prise en compte s'entend avec l'encadrement.

### Article C.2 : Application de l'article L.581-8 du Code de l'environnement

En complément des dispositions de l'article A.1, **la publicité est interdite dans tous les lieux cités visés à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement**, notamment :

1	dans le périmètre du site patrimonial remarquable de Leucate ;
2	dans le périmètre du parc naturel régional de la Narbonnaise ;
3	dans le périmètre des zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales en vigueur sur Leucate ;
4	aux abords des monuments historiques de Leucate.

### Article C.3 : La publicité sur support : murs, clôtures, pignons, façades

En dehors des sites susvisés :

1	La publicité est interdite sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non ;
2	Un pignon ou une façade ne peut accueillir qu'un dispositif, d'une surface maximum de 3 mètres carrés ;
3	Aucun point d'une publicité ou de ses accessoires ne peut s'élever à plus de 4 mètres du sol, mesurés au pied du mur.

### Article C.4 : Palissades de chantier installées sur le domaine public

La surface unitaire des publicités n'excède pas 3 mètres carrés.

Le dispositif ne peut dépasser les limites de la palissade.

### Article C.5 : La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La publicité scellée au sol est interdite.

### Article C.6 : Chevalets, drapeaux, oriflammes

Les chevalets, drapeaux, oriflammes ainsi que tous autres dispositifs installés sur le domaine public sont interdits, lorsque ce dernier n'a pas été concédé et / ou fait l'objet d'une autorisation dans le cadre de l'occupation du domaine public.

## **Chapitre D : Enseignes**

### Article D.1 : Enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non

1	Une enseigne sur un mur de clôture ou clôture peut être autorisée lorsqu'aucune enseigne ne peut être installée directement sur la façade de l'établissement ;
2	Sa surface est inférieure ou égale à 2 mètres carrés, sans excéder 15% de la surface totale du mur de clôture ou de la clôture.

### Article D.2 : Enseignes fixées sur les arbres ou plantations

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

### Article D.3 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

A l'exception des dispositifs répondant à l'obligation légale d'indiquer le prix des carburants dans les stations-service, les enseignes scellées au sol sont interdites hors des zones d'activités repérées sur le plan de zonage.

### Article D.4 : Enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

### Article D.5 : Enseignes temporaires

1	Elles sont limitées à une par opération immobilière le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique qui la borde ;
2	Elles doivent être supprimées dans les trois jours qui suivent son achèvement.



---

Article D.6 : Enseignes adhésives sur vitrines (vitrophanies)

La pose d'enseignes adhésives sur une vitrine ne peut être autorisée que lorsqu'aucune enseigne ne peut être installée sur la façade de l'établissement. Dans cette hypothèse :

1	Seuls le nom et éventuellement le logo de l'entreprise peuvent être indiqués ;
2	La surface cumulée des enseignes adhésives ne peut excéder 10 % de la surface totale de la vitrine ;
3	Des dérogations peuvent être étudiées au cas où la confidentialité ou la profession nécessite l'occultation partielle ou totale de la vitrine, sous réserve de l'accord de l'architecte des Bâtiments de France dans les lieux où celui-ci est requis.

Article D.7 : Chevalets sur propriété privée et sur domaine public concédé

La surface des chevalets installés sur les propriétés privées ou sur le domaine public concédé n'excède pas 0,70 mètre carré par face.

Article D.8 : Supports des enseignes

Les enseignes sur les matériels accessoires à une activité (tables, chaises, parasol etc.) sont interdites.

Article D.9 : Autorisation des enseignes

Les enseignes sont soumises à autorisation sur la totalité du territoire communal, aggloméré ou non.

Article D.10 : Enseignes numériques en vitrines

Elles sont interdites sauf pour les activités d'assurances et immobilières. Elles doivent être en retrait de la vitrine.

---

## **PARTIE 2 : REGLES PROPRES A CHAQUE ZONE**

**PROJET**

## Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1

### Article 1.1 : Définition de la zone

La zone 1 est constituée par le centre ancien de Leucate Village, La Franqui et Leucate-Plage, repérés en ocre sur le plan annexé au présent règlement.

L'ensemble de ces lieux est situé dans le périmètre du site patrimonial remarquable de Leucate.

### Article 1.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité sur palissade de chantier se conforme au règlement national de publicité et à l'article C.4 du présent règlement.

Toute autre forme de publicité est interdite.

### Article 1.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité numérique est interdite.

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

### Article 1.4 : Enseignes parallèles à la façade

Un établissement ne peut installer qu'une enseigne parallèle à un mur par voie la bordant. Toutefois :

- Lorsque l'établissement comporte plusieurs vitrines sur une même façade, une enseigne par vitrine peut être autorisée. Elle ne dépasse pas la longueur horizontale de la vitrine ;
- Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, plusieurs enseignes peuvent être autorisées. Elles suivent la logique des entités architecturales.

Les enseignes masquant, même partiellement, les sculptures ou autres éléments de modénature sont interdites.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne respecte les conditions suivantes :

1	Etre à plat et ne pas dépasser du rez-de-chaussée ;
2	Etre centrée sur la façade et ne pas dépasser la dimension de la vitrine ;
3	Ne pas s'étendre sur plusieurs bâtiments ou sur des matériaux de nature différente ;
4	Avoir une hauteur la plus réduite possible et ne pas excéder 0,40 mètre.

Les enseignes sont interdites sur :

- Les piliers, à l'exception des indications horaires d'ouverture et des moyens de paiement ;
- Les balcons et balconnets ;
- Les toitures et terrasses.

Les enseignes fixées sur les auvents, portiques d'entrée, arcades :

1	Sont placées au droit de l'activité qu'elles signalent ;
2	Leur hauteur n'excède pas 0,40 mètre ;
3	Le passage libre sous l'enseigne est au minimum de 2,50 mètres.

Concernant les matériaux et formes autorisés :

1	Les enseignes sont constituées de lettres ou de signes découpés en matériaux durables et rigides ;
2	Le lettrage ou les signes peuvent être peints, en métal, bois ou aluminium ;
3	Tout dispositif en PVC est interdit.

Les établissements dont l'activité s'exerce en étage :

1	installent leur enseigne sur lambrequin, ou en partie haute de la fenêtre ;
2	peuvent également installer une plaque professionnelle au rez-de-chaussée, au plus près de la porte d'entrée ;
3	Aucune enseigne supplémentaire ne peut être installée.

Article 1.5 : Enseignes perpendiculaires à la façade

1	Les enseignes perpendiculaires sont limitées à un seul dispositif par établissement et par voie bordant l'immeuble où s'exerce l'activité, y compris pour les établissements exerçant plusieurs activités ;
2	Elles ne doivent pas dépasser le niveau de l'appui de fenêtres du premier étage ;
3	Le fond de l'enseigne doit être opaque, non-diffusant. Seuls les lettrages et le logo peuvent être diffusants ;
4	La surface de l'enseigne n'excède pas 0,30 mètre carré par face et son épaisseur est inférieure à 0,10 mètre ;
5	La saillie de l'enseigne ne peut dépasser 0,50 mètre par rapport au nu de la façade ;
6	Les enseignes perpendiculaires fixées sur les auvents, portiques d'entrée, arcades sont interdites.

Article 1.6 : Enseignes lumineuses

Les enseignes clignotantes, les néons ainsi que les spots sur tiges sont interdits.

Aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, éblouir les usagers de l'espace public, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement.

Article 1.7 : Couleurs des enseignes

Les enseignes fluorescentes ou réfléchissantes sont interdites.

Article 1.8 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur sont interdites.

Article 1.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

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



---

Article 1.10 : Enseignes sur auvent, marquise, store

1	Les enseignes sur auvent, lambrequin ou stores bannes peuvent être autorisées lorsqu'une aucune autre possibilité ne s'offre sur la façade de l'établissement ;
2	Elles sont constituées de lettres ou de signes découpés dont la hauteur n'excède pas 0,50 mètre ;
3	Les enseignes sur marquise sont interdites.

PROJET

## CHAPITRE 2 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE 2

### Article 2.1 : Définition de la zone

La zone 2 correspond aux secteurs d'activités de Leucate Village et à la zone d'activité de Port Leucate, tels que définis sur le plan de zonage.

Elle est repérée en mauve sur le plan annexé au présent règlement.

### Article 2.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité sur palissade de chantier se conforme au règlement national de publicité et à l'article C.4 du présent règlement.

Toute autre forme de publicité est interdite.

### Article 2.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée sur mobilier urbain

La publicité numérique est interdite.

### Article 2.4 : Surface des enseignes sur façade

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 15 % de la surface de cette façade.

### Article 2.5 ; Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Les enseignes sont interdites sur :

- les balcons et garde-corps des balcons ;
- les piliers, à l'exception des horaires d'ouverture et des moyens de paiement
- sur toiture ou terrasse en tenant lieu

1	Une enseigne ne doit pas modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doit pas porter atteinte à la composition de la façade, aux éléments d'architecture ou de modénature ;
2	Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales ;
3	Les enseignes sont constituées de lettres ou de signes découpés ou en donnant l'apparence, en matériaux durables et rigides.

### Article 2.6 : Enseignes perpendiculaires au mur

1	Une activité ne peut être signalée que par une seule enseigne perpendiculaire le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ;
2	La saillie de l'enseigne ne peut dépasser 0,80 mètre par rapport au nu de la façade.

### Article 2.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques sont interdites.

---

Article 2.8 : Enseignes scellées au sol

A l'exception des dispositifs répondant à l'obligation légale d'indiquer le prix des carburants dans les stations-service, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

Article 2.9 : Enseignes sur auvent ou marquise

1	Les enseignes sur auvent peuvent être autorisées lorsqu'une aucune autre possibilité ne s'offre sur la façade ou la vitrine de l'établissement ;
2	Elles sont constituées de lettres ou de signes découpés dont la hauteur n'excède pas 0,50 mètre ;
3	Les enseignes sont interdites sur les marquises.

PROJET

## CHAPITRE 3 : DISPOSITIONS APPLICABLES A LA ZONE 3

### Article 3.1 : Définition de la zone

Cette zone recouvre les secteurs urbains de Port Leucate et Leucate Naturistes. Elle est repérée en vert sur le plan annexé au présent règlement.

**Les enseignes hors agglomération sont également soumises aux dispositions de la zone 3 (centre ostréicole notamment).**

### Article 3.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

1	La publicité sur palissade de chantier se conforme au règlement national de publicité et à l'article C.4 du présent règlement ;
2	La publicité de petit format se conforme au règlement national de publicité ;
3	Les autres publicités se conforment à l'article C.3 du présent règlement ;
4	La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

### Article 3.3 : Publicité lumineuse y compris celle qui est supportée par le mobilier urbain La publicité numérique est interdite.

### Article 3.4 : Enseignes interdites

Les enseignes sont interdites sur :

- les balcons et garde-corps des balcons ;
- les murs de clôtures et clôtures, aveugles ou non ;
- les piliers, à l'exception des horaires d'ouverture et des moyens de paiement ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

### Article 3.5 : Surface des enseignes sur façade

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 15 % de la surface de cette façade.

### Article 3.6 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Un établissement ne peut installer qu'une enseigne parallèle à un mur, à plat, par voie la bordant. Toutefois :

- Lorsqu'un l'établissement comporte plusieurs vitrines sur une même façade, une enseigne par vitrine peut être autorisée. Elle ne dépasse pas la longueur horizontale de la vitrine ;
- Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, plusieurs enseignes peuvent être autorisées. Elles suivent la logique des entités architecturales.

Une enseigne ne doit pas modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doit pas porter atteinte à la composition de la façade, aux éléments d'architecture ou de modénature.



---

Toutefois, si l'établissement comporte plusieurs vitrines sur une même façade, une enseigne par vitrine peut être autorisée. Elle ne dépasse pas la longueur horizontale de la vitrine.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée :

1	L'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée ;
2	Elle est centrée sur la façade commerciale et est installée au-dessus de la baie ou la devanture ;
3	Elle peut déroger à cette règle si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment ;
4	Des enseignes supplémentaires peuvent être autorisées sur lambrequin, dans l'emprise des baies. Ces enseignes se limiteront à une seule ligne par lambrequin.

Concernant les matériaux autorisés :

1	Les enseignes sont constituées de lettres ou de signes découpés ou en donnant l'apparence, en matériaux durables et rigides ;
2	Elles peuvent être rétroéclairées le cas échéant ;
3	Les enseignes fluorescentes ou réfléchissantes sont interdites.

Les établissements exerçant leur activité en étage peuvent installer leur enseigne uniquement sur lambrequin, dans l'emprise des baies ou sur les baies lorsque la pose en façade n'est pas possible.

Article 3.7 : Enseignes perpendiculaires au mur

1	Une activité ne peut être signalée que par une seule enseigne perpendiculaire le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ;
2	Les enseignes sont placées en limite de devanture et sous l'appui des baies du 1er étage, sur le bâti principal, à l'exclusion des auvents et portants ;
3	La saillie de l'enseigne ne peut dépasser 0,50 mètre par rapport au nu de la façade ;
4	Une hauteur de 2,30 mètres doit rester libre sous l'enseigne.

Article 3.8 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques perpendiculaires au mur et les enseignes numériques parallèles au mur sont interdites, sauf dans les zones d'activités mentionnées par l'article D.3.

Article 3.9 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol peuvent être autorisées, sous réserve d'être situées dans les zones d'activités mentionnées par l'article D.3.

1	Elles ne peuvent être cumulées avec les enseignes perpendiculaires ;
2	Leur hauteur ne peut excéder 6 mètres. Elle est au minimum supérieure à 2 fois leur largeur ;
3	Leur surface ne peut excéder 4 mètres carrés ;
4	Elles sont limitées à une le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ;
5	Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes sont interdits.

---

## TABLEAU RECAPITULATIF

PROJET

	Toutes zones	Zone 1 Centre-ancien, La Franqui, Leucate-plage	Zone 2 ZA de Leucate-village et Port-Leucate	Zone 3 Autres secteurs agglomérés et concession ostréicole
Toute publicité	Interdite zones N et A, sites classés, sites inscrits			
Toute publicité hors mobilier urbain	Interdite dans lieux cités article L.581-8			
Publicité sur mur de clôture	Interdite			
Publicité non lumineuse murale	<3 m <sup>2</sup> et 4m de hauteur	Interdite	Interdite	Admise
Publicité non lumineuse scellée au sol	Interdite			
Chevalets	Interdits			
Publicité sur mobilier urbain	<2 m <sup>2</sup> sauf colonne porte-affiche			
Publicité numérique y compris mobilier urbain	Interdite			
Publicité sur toiture ou terrasse		Interdite	Interdite	Interdite
Publicité sur palissade de chantier	<3 m <sup>2</sup>			
Publicité sur bâche de chantier	Interdite			
Bâche publicitaire	Interdite			
Publicité de petit format		Interdite	Interdite	RNP
Publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines	<10 % de la vitrine			
Horaires d'extinction des publicités	23 h à 7 h			
Enseigne sur mur de clôture	1 par mur 2 m <sup>2</sup>			
Enseigne à plat		1 par façade ou 1 par vitrine		1 par façade ou 1 par vitrine
Enseigne perpendiculaire		1 par voie <0,30 m <sup>2</sup> Saillie 0,50 m	1 par voie Saillie 0,80 m	1 par voie Saillie 0,50 m
Total des enseignes sur façade		RNP	15 % de la surface de la façade	15 % de la surface de la façade
Enseigne lumineuse		Clignotante interdite		
Enseigne numérique scellés au sol	Interdite			
Enseigne numérique murale		Interdite	Interdite	Interdite sur immeubles d'habitation
Enseigne scellée au sol		Interdite	Carburants uniquement	Autorisée dans les zones listées si <4 m <sup>2</sup> (Drapeaux, oriflammes interdits)
Enseigne sur auvent, marquise, store		Lettres découpées 0,50 m de haut Interdite sur marquise	Lettres découpées 0,50 m de haut Interdite sur marquise	
Enseigne sur mobilier (tables, chaises..)	Interdite			
Enseigne sur toiture		Interdite	Interdite	Interdite
Enseigne adhésive sur vitrine (Vitrophanies)	<10% de la surface des vitrines			
Enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines	<10 % de la vitrine	Interdite	Interdite hors zones d'activité. <6 m de hauteur	interdite
Enseigne temporaire	1 par opération immobilière			
Horaires d'extinction des enseignes	23 h à 7 h			

---

## LEXIQUE

PROJET

---

**Agglomération (Article R.110-2 du Code de la route) :**

Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

**Baie :**

Toute ouverture pratiquée dans un mur ayant pour objet le passage ou l'éclairage des locaux (porte, fenêtre, soupirail)

Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

**Bandeau (de façade) :**

Elément horizontal uni ou mouluré en saillie sur la façade qui marque la séparation entre les étages du bâtiment.

**Bâtiment d'habitation :**

Tout bâtiment dans lequel 50 % au moins de la surface au moins est destinée à l'habitation.

**Caisson lumineux :**

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage

**Chevalet :**

Préenseigne ou publicité installée directement sur le sol généralement sur le domaine public devant un commerce.

**Clôture :**

Ouvrage non maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

**Clôture aveugle :**

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ouverte.

**Clôture non aveugle :**

Clôture constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

**Corniche :**

Ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

**Devanture :**

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

**Dispositif d'affichage :**

Dispositif spécialement conçu pour recevoir ou permettre l'exploitation d'une affiche ou de plusieurs affiches visibles successivement. Il peut comporter un plateau, un cadre, un piétement et des accessoires de sécurité ou d'éclairage.



---

**Dispositif publicitaire :**

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

**Droit (d'une façade) :**

Partie de terrain située devant une façade, perpendiculaire à celle-ci.

**Enseigne :**

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

**Enseigne éclairée :**

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection, rétro-éclairage.

**Enseigne lumineuse :**

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

**Face (d'un panneau publicitaire)**

Surface plate verticale supportant l'affiche.  
Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

**Façade :**

Ensemble des parois extérieures d'un bâtiment hors toiture.

**Façade aveugle :**

Façade ne comportant aucune baie ou des jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

**Façade commerciale :**

Synonyme de « devanture ».

**Fil d'eau :**

Point le plus bas du profil en travers de la chaussée à l'endroit considéré, marquant généralement la limite de celle-ci (caniveau)

**Lambrequin :**

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle, le plus souvent ajouré, placé soit dans l'embrasement d'une ouverture pour masquer le caisson de volet roulant ou le rouleau de store, soit au bord d'un toit sous l'égout.

Partie tombante d'un store de toile.

**Mobilier urbain publicitaire :**

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- 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 ;
  - des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

**Modénature :**

Ensemble des moulures et éléments de décor présents sur une façade : corniches, encadrement, bandeau, chaîne etc.

**Mur de clôture :**

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

**Nu (d'un mur) :**

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

**Ouverture de surface réduite :**

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m<sup>2</sup>.

**Palissade de chantier :**

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

**Préenseigne :**

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

**Projection ou transparence (éclairage par) :**

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible. Exemples : spots, rampes, caisson translucide contenant des tubes fluorescents.

**Publicité :**

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

**Publicité de petit format :**

Publicité intégrée à une devanture commerciale et ne recouvrant que partiellement la baie, régie par l'article L.581-8-III et R.581-57 du Code de l'environnement.

**Publicité lumineuse :**

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités

---

lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

**Saillie :**

Distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

**Store (extérieur) :**

Élément mobile de protection légère d'une baie en façade de bâtiment. Il est constitué d'une toile tendue par une structure en porte-à-faux faisant saillie par rapport à la façade.

**Support :**

Toute construction ou tout ouvrage (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptible de recevoir un dispositif publicitaire.

**Surface d'un mur :**

Face externe, apparente du mur.

**Surface de la publicité hors mobilier urbain :**

Surface hors-tout comprenant l'encadrement du dispositif publicitaire.

**Surface de la publicité sur mobilier urbain :**

Surface de l'affiche.

**Temporaire :**

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière.

**Unité foncière :**

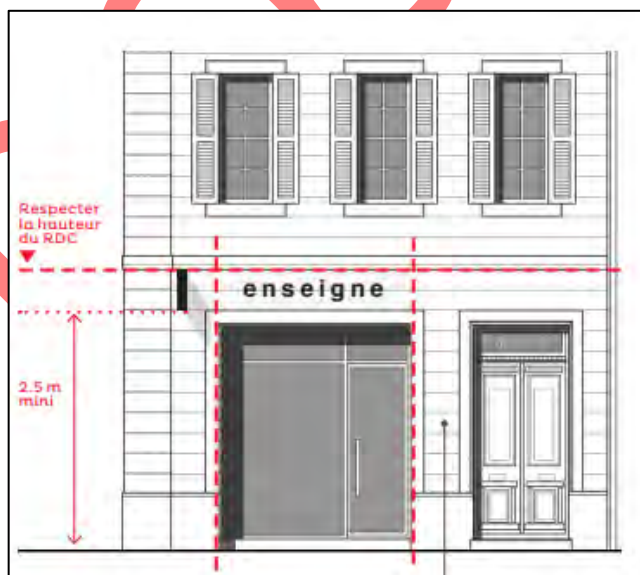
Ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire.

**Vitrine :**

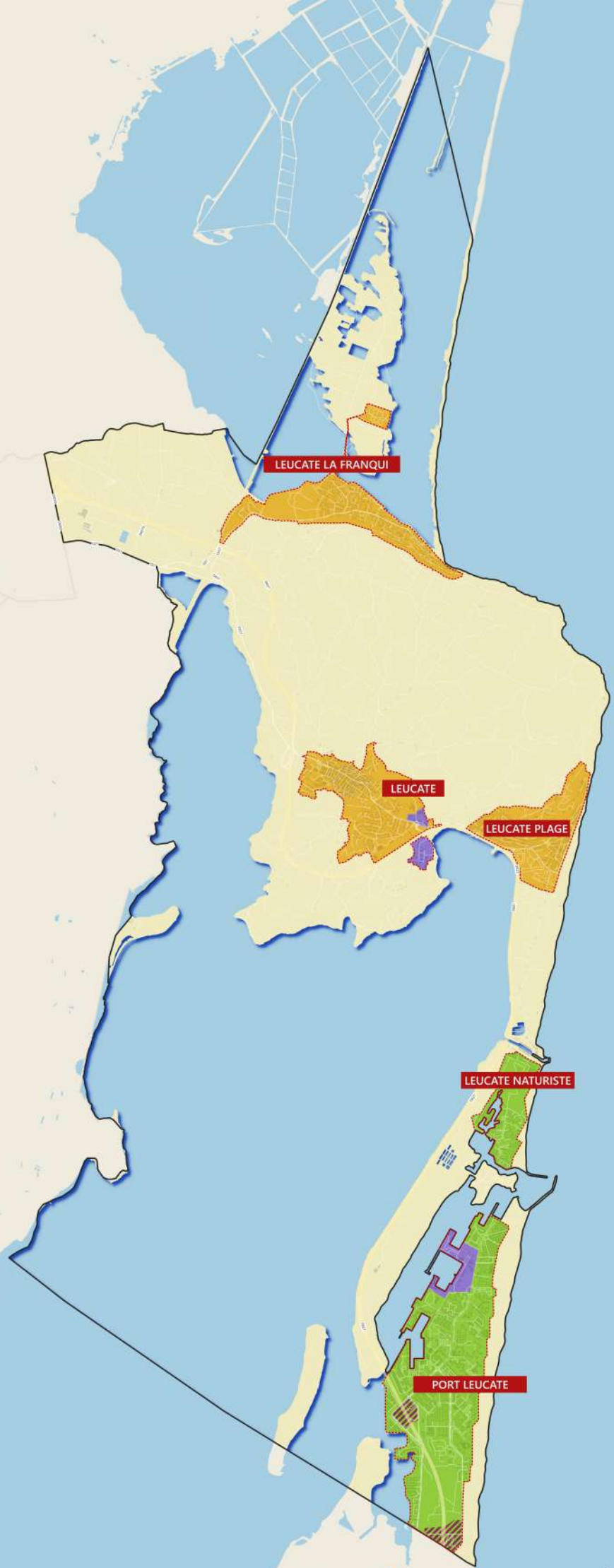
Baie vitrée d'un local commercial - Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.



Exemple d'une devanture commerciale (source CAUE 13)



Exemple d'implantation d'une enseigne (source CAUE 13)



**Plan de zonage RLP**

-  Zone 1
-  Zone 2
-  Zone 3
-  Zone d'activités

**Limites administratives**

-  Limite du territoire aggloméré
-  Limite communale

**Occupation du sol**

-  Hydrographie







# Signalisation et affichage

dans le Parc naturel régional  
de la Narbonnaise



Parc  
naturel  
régional  
de la Narbonnaise  
en Méditerranée  
LE PAYS CATHARE

guide pratique



Sommaire .....	2
Editorial .....	2
Fonction de ce guide de la signalisation et de l'affichage .....	3
Reconnaître les dispositifs .....	3
L'état des lieux .....	4
Le code de l'environnement .....	6
Le code de la route .....	7
Comment utiliser ce guide ? .....	8

## LE GUIDE DES BONNES PRATIQUES DANS LE PARC NATUREL

Schéma directeur de signalisation touristique du Département .....	10
Les entrées du Parc naturel .....	12
Les relais d'information service (RIS) .....	13
Les préenseignes .....	14
La signalétique du massif de la Clape .....	16
La SIL dans les villes et villages du Parc naturel .....	18
Les RIS dans les villes et villages du Parc naturel .....	19
Les enseignes .....	20

## PRÉCISIONS TECHNIQUES POUR LA MISE EN ŒUVRE

La SIL dans les villages .....	22
Pourquoi un règlement local de publicité ? .....	25
D'autres types de panneaux .....	26
Glossaire .....	26
Contacts .....	27

Vous savez à quel point je suis attaché à soutenir l'activité économique de notre territoire de Parc naturel régional. Ce guide de la signalisation et de l'affichage dans le Parc est justement un outil pour aider les professionnels afin qu'ils soient bien signalés tout en préservant la qualité des paysages du Parc, facteur essentiel de l'attractivité de la Narbonnaise.



Ce guide rappelle les réglementations dont les services de l'État sont garants, il présente les différentes démarches menées par le Département de l'Aude, les communes et le Parc naturel en faveur de signalisations harmonisées et réglementaires des lieux d'activités, telles que la signalisation d'information locale, la charte signalétique du site classé de la Clape et la signalisation d'information touristique. Et il propose des principes complémentaires d'harmonisation de l'ensemble des dispositifs de signalisation et d'affichage, qui ont été définis en concertation avec les acteurs concernés.

Je compte sur vous pour utiliser ce guide comme un boîte à outils et pour votre engagement en faveur d'un développement des activités respectueux de nos paysages.

Bernard Devic  
Président du Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée

# Fonction de ce guide de la signalisation et de l'affichage

Le présent guide de la signalisation et de l'affichage est un outil de référence qui propose un cadre commun pour les acteurs locaux.

Son objet est d'apporter un soutien, tant aux professionnels qu'aux élus locaux afin de favoriser le développement économique tout en améliorant l'image du territoire et son cadre de vie.

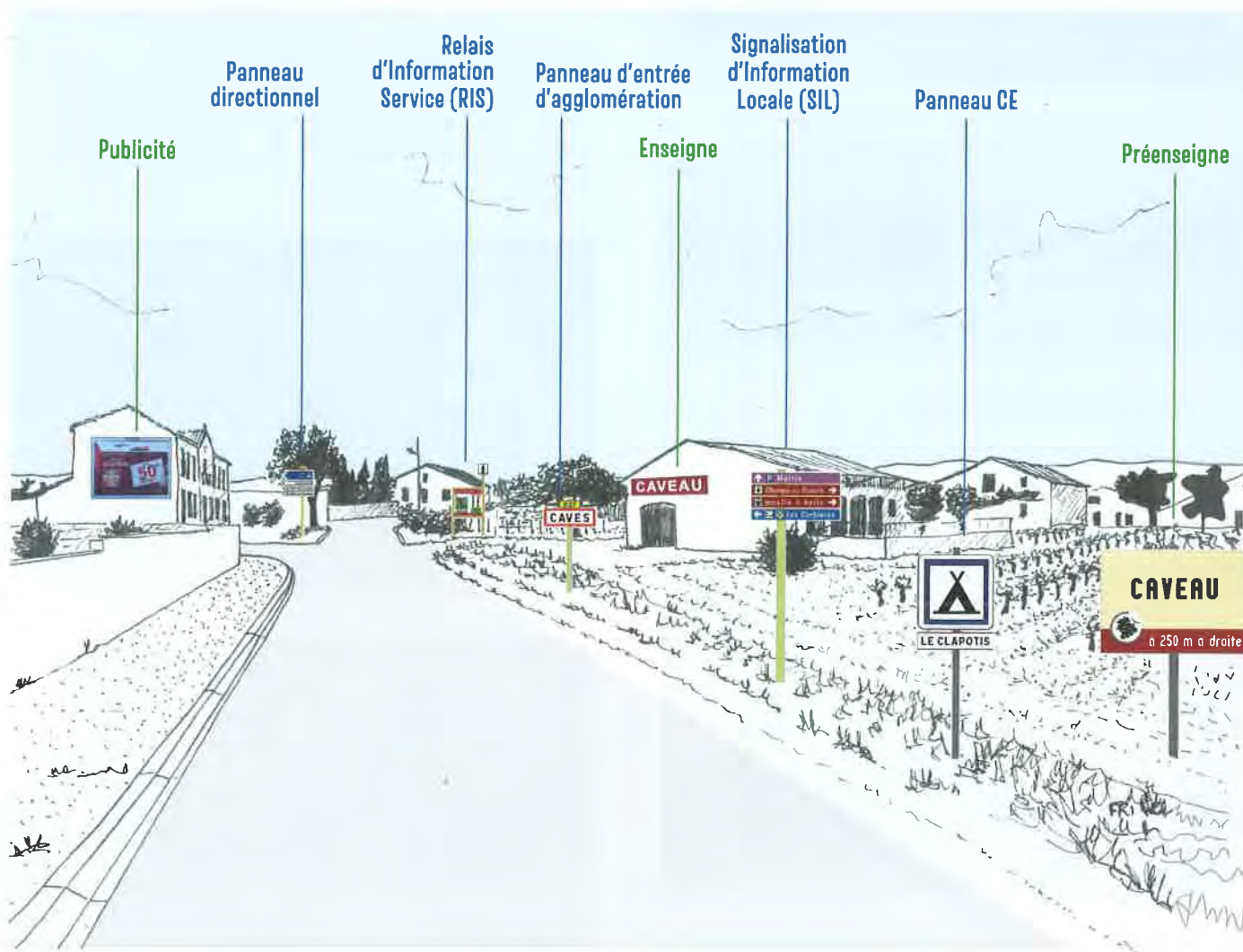
- Ce guide donne les indications pratiques aux **professionnels** qui souhaitent se signaler de façon réglementaire et efficace (page 8).

- Il aidera, les communes qui le souhaitent, dans la conception d'une SIL (signalisation d'information locale) de qualité et conforme à la réglementation (pages 18) .

- Il propose pour les préenseignes, une esthétique et un **design** respectueux des enjeux de préservation des paysages (page 15).

- Des RIS (Relais d'Information Service) pourront constituer un complément fonctionnel à la signalisation mais également un identifiant clair pour le Parc et ses communes (page 19)

## Reconnaître les dispositifs



**■** relève du code de l'environnement

**■** relève du code de la route



# L'état des lieux

Depuis plusieurs années, différents organismes et collectivités de la Narbonnaise œuvrent en faveur de la maîtrise de l'affichage publicitaire et de l'harmonisation de la signalisation des lieux d'activités aux bénéfices des paysages et des acteurs économiques.

## ≈ LES SERVICES DE L'ÉTAT

L'application du Code de l'environnement par les services de l'Etat (DDTM) permet d'améliorer de façon spectaculaire les situations les plus dommageables pour les paysages.



## ≈ LES SERVICES DU DÉPARTEMENT

La mise en œuvre de la SIL du Département de l'Aude offre une alternative aux préenseignes qui concourt également au " nettoyage " des bords de route.



Dans le cadre de son schéma directeur de signalisation touristique, le Département met également en place des panneaux de mise en valeur du patrimoine audois, tels que les sites « Pays Cathare » et la route des vins.



## ≈ LE PARC NATUREL ET LE GRAND NARBONNE

Dans le massif classé de la Clape, à l'initiative du Parc naturel, du Grand Narbonne et des services de l'État, une signalisation réglementaire et harmonisée des lieux d'activité a été mise en place.



## ≈ LES COMMUNES



On constate une grande hétérogénéité selon les communes.

Les principaux problèmes rencontrés sont :

- le manque de lisibilité en raison des dimensions mais surtout de la profusion de mentions;



- le non respect des nouvelles règles notamment en matière d'éligibilité;



- le manque de qualité esthétique, la vétusté et l'impact sur le paysage urbain.



## ≈ LA VILLE DE NARBONNE

Le RLP (Règlement Local de Publicité) de la municipalité de Narbonne, s'inscrit dans une démarche de maîtrise et de contrôle de l'affichage publicitaire dans les parties agglomérées de sa commune.

Cette démarche est également engagée par la ville de Gruissan.





# Le Code de l'Environnement

## ≈ LES TEXTES RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'Environnement prévoit que " chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes " (art. L581-1).

Cependant, dans un souci de protection de l'environnement, le législateur interdit la publicité dans certains lieux (art L581-4), indiqués ci-après.

## \* LES 3 TYPES D'AFFICHAGES



Un guide édité par le ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie précise toutes les règles et procédures relative à l'affichage publicitaire.

## ≈ LA PUBLICITÉ

Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Elle est interdite hors agglomération, partout en France. Elle est également interdite en agglomération dans les Parcs naturels régionaux, les secteurs sauvegardés, etc, sauf s'il existe un règlement local de publicité (voir page 25 la présentation des RLP).

## ≈ LES ENSEIGNES

L'enseigne est une inscription, forme ou image, apposée sur l'immeuble où s'exerce l'activité. Elle peut être murale, en drapeau, scellée au sol, etc. Les conditions d'implantation sont définies par la loi (page 20).

## ≈ LES PRÉENSEIGNES

La préenseigne est une inscription, forme ou image, qui indique la proximité du lieu où s'exerce l'activité citée. En agglomération, elles sont soumises aux règles de la publicité. Hors agglomération, seules certaines activités dérogatoires peuvent se signaler à l'aide de préenseignes : fabrication et vente de produits du terroir, activités culturelles, monuments historiques et, à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.

En site classé, elles sont interdites.

Nous proposons une harmonisation des préenseignes sur le territoire du Parc naturel (page 14).

# Le Code de la Route

## LES DIFFÉRENTS TYPES DE SIGNALISATION



### ≈ LES TEXTES RÉGLEMENTAIRES

- Arrêté interministériel modifié du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et autoroutes modifié par arrêté du 06 décembre 2011 ;
- Instruction interministérielle sur la signalisation routière (arrêté du 7 juin 1977 modifié) - 1ère à 9ème parties ;
- Guide relatif aux relais d'information service (janvier 1985) ;
- Circulaire n° 92-17 du 31 mars 1992 relative à la signalisation touristique ;
- Guide de la signalisation touristique - mars 1992 ;
- Guide technique sur la signalisation d'information locale - CERTU 2006.

### ≈ LA SIGNALISATION DIRECTIONNELLE

Reflète du schéma directeur départemental, elle assure la continuité du jalonnement et peut intégrer des mentions locales.



### ≈ LA SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE (SIL)

Elle est destinée à signaler les pôles locaux publics et privés. Elle est intégrée à la signalisation routière et fait l'objet d'une réglementation.



### ≈ LES RELAIS D'INFORMATION SERVICE (RIS)

Ce panneau normé au Code de la Route se consulte à l'arrêt. Il permet alors une information plus détaillée organisée autour d'une carte.

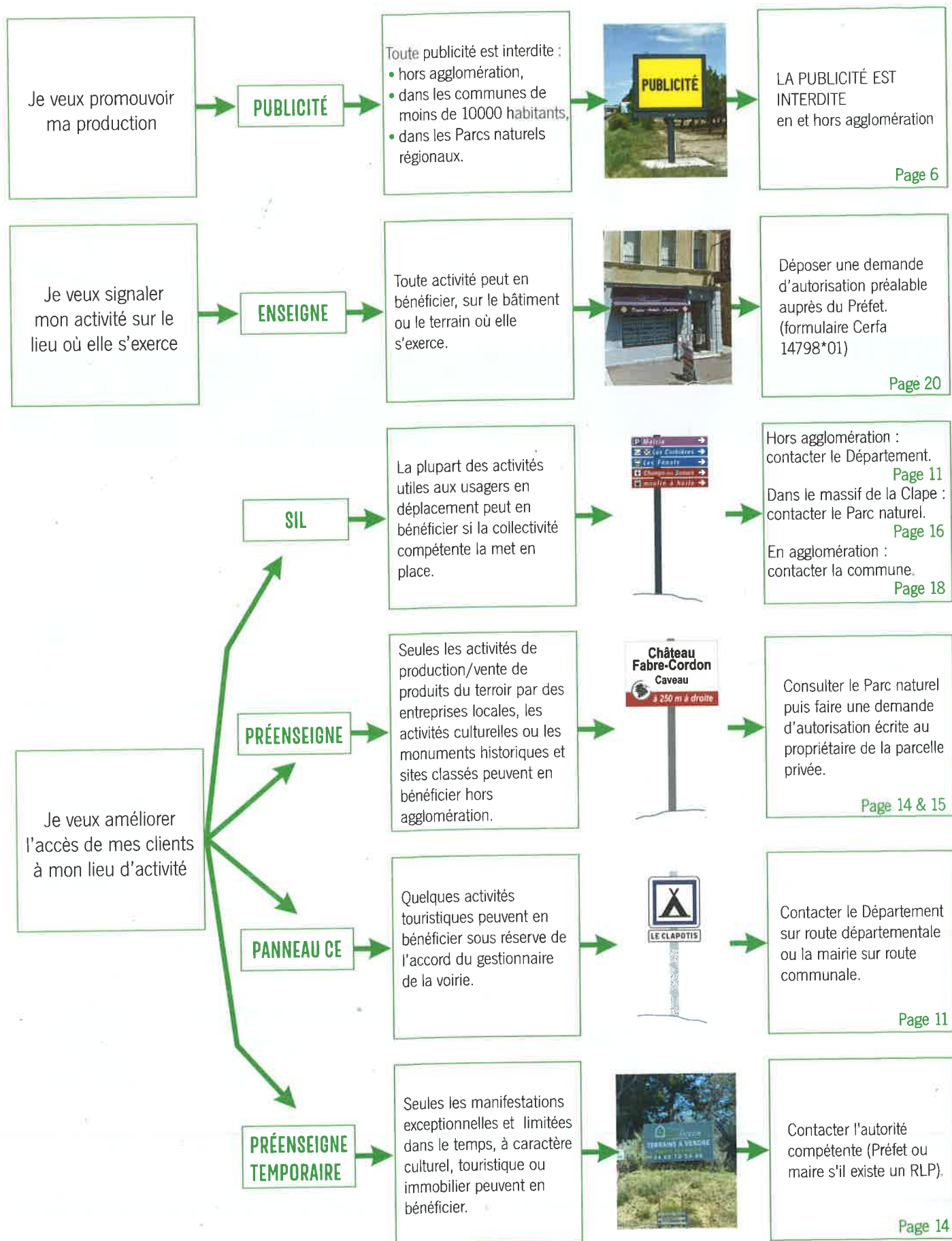


### ≈ LA SIGNALISATION D'INFORMATION CULTURELLE ET TOURISTIQUE

Cette signalisation met en valeur les pôles touristiques selon le schéma directeur du département. Seuls les pôles les plus visités ont droit à une image.



# Comment utiliser ce guide ?







**Le guide des bonnes pratiques  
dans le  
Parc naturel régional  
de la Narbonnaise en Méditerranée**

## LA SIGNALISATION DIRECTIONNELLE



L'objectif recherché est de rendre attractif et accueillant le Département de l'Aude, tout en prenant en compte les aspects économiques. Conscient de cet enjeu, le Département de l'Aude a engagé la mise à jour de son schéma départemental de signalisation touristique qui a pour objet de définir sa politique de signalisation touristique.

À travers ce schéma, le Département de l'Aude soutient l'implantation de plusieurs types de panneaux adaptés aux besoins de signalisation des différents sites touristiques et/ou économiques.

### LES PANNEAUX D'INFORMATION CULTURELLE ET TOURISTIQUE

Certains sites touristiques peuvent être valorisés par la signalisation touristique en complément de la signalisation directionnelle.

Les sites touristiques qui peuvent bénéficier de cette signalisation sont les 19 sites pôles Pays Cathare (cf. article 7 de la Charte du Pays Cathare) et les sites majeurs de l'Aude. Ces derniers peuvent être un patrimoine naturel ou historique ou bâti, protégé ou non, une richesse culturelle, une activité économique particulière, un personnage célèbre, une région géographique et/ou historique. Ils doivent être ouverts à la visite toute l'année.



Signalisation touristique des sites du Pays Cathare

### LES ITINÉRAIRES TOURISTIQUES

Les panneaux de signalisation d'itinéraires touristiques sont placés sur le réseau routier pour caractériser un itinéraire touristique.

Une route touristique est un itinéraire spécifique (route ou circuit) qui permet sur un périmètre géographique variable de découvrir et d'apprécier la beauté naturelle, les produits, l'histoire, la culture, le style de vie ou le folklore des sites et des lieux visités ou traversés.



Signalisation touristique de la route des vins Corbières

### LA SIGNALISATION DIRECTIONNELLE

Les sites touristiques doivent être jalonnés prioritairement par la signalisation directionnelle à caractère touristique. Ces panneaux, identiques à ceux de la signalisation directionnelle, peuvent être complétés par un idéogramme et le nom du site touristique en italique.



La signalisation touristique directionnelle

#### QUI FAIT QUOI ?

- Pour qui ? les sites touristiques définis au schéma directeur du Département.
- Qui les pose ? le Département hors agglomération et les mairies en agglomération.



## SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE

La SIL est une signalisation à part entière, implantée sur domaine public après autorisation d'occupation du domaine public de la part du gestionnaire de la voirie.

Sa fonction est le guidage des usagers de la route vers des pôles d'intérêt local ou des équipements et services.

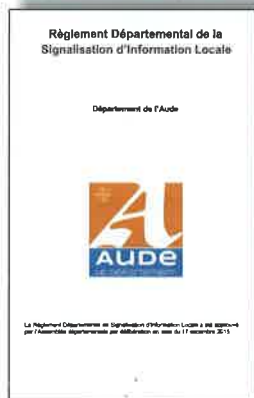
Sa mise en oeuvre est régie par le «Guide technique sur le Signalisation d'Information Locale» édité par le CERTU.

Les règles fondamentales de la signalisation s'appliquent à la SIL : homogénéité, continuité, uniformité, simplicité, lisibilité, concentration et valorisation.

Elle doit être distincte de la signalisation directionnelle dans son implantation afin de ne pas créer de confusion ou perturber la perception de cette dernière.

Seules les activités particulièrement utiles aux usagers en déplacement et liées à l'activité touristique peuvent figurer sur la SIL.

### ≈ LA SIL DU DÉPARTEMENT DE L'AUDE



Cette signalisation vise à compléter les autres outils de signalisation routière et elle constitue un moyen de préserver les paysages en offrant une alternative à la publicité et aux préenseignes. Elle s'adresse essentiellement aux professionnels.

Dans son règlement, le Département précise son mode de mise oeuvre (règles de composition, dimensions, implantation, etc.). Il implante et entretient ces dispositifs, en contrepartie d'une redevance de 150 euros par réglette tous les 5 ans, payée par le professionnel bénéficiaire de la SIL.

#### QUI FAIT QUOI ?

- Pour qui ? tous les professionnels qui en font la demande au Département.
- Qui les pose ? le Département à la demande du bénéficiaire et uniquement hors agglomération.

### UN CODE COULEUR

RAL 5015	Hébergement, restauration
RAL 7011	Services aux personnes
RAL 3003	Activités viticoles et produits du terroir
RAL 6001	Sports, loisirs, nature et culture
RAL 4001	Services publics, équipements militaires
RAL 7004	Sites industriels

### DEUX TYPES DE PANNEAUX



Présignalisation type Dc43  
Cas général : placé en amont du carrefour



Position type Dc29  
Cas particulier : placé dans le carrefour



### CAS PARTICULIER DES CAMPINGS

Dans l'Aude, le repérage des campings est généralement assuré par des panneaux d'indication de type CE4 auxquels peuvent être associés des panonceaux avec le nom et des indications de distance et de direction.



# Les entrées de Parc naturel

## PANNEAUX RÉGLEMENTAIRES

La réglementation routière prévoit deux possibilités de signalisation des Parcs naturels :

- en limite géographique de celui-ci par panneau E33a (cf. illustration 1)
- et/ou aux entrées d'agglomération par panneau E33b (cf. illustration 2).

### ILLUSTRATION 1



En rase campagne : E33a

### ILLUSTRATION 2



En agglomération : E33b

Préconisations du Parc naturel :

Le panneau E33b doit être implanté après le panneau EB10 d'entrée d'agglomération.

#### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose ? le Parc naturel.

## ≈ MAÎTRISER LES PANNEAUX EN ENTRÉE DE VILLE

Dans certains cas, les entrées d'agglomération sont des lieux soumis à de fortes pressions d'information. Afin d'améliorer l'image des entrées de villes, des dispositifs existent pour permettre aux communes d'indiquer leurs services et activités tout en respectant le cadre de vie.

Le panneau d'entrée d'agglomération peut exclusivement être associé à des informations spécifiques prévues par le code de la route, comme un panneau indiquant le caractère prioritaire d'une route, un panneau de limitation de vitesse ou un panneau de localisation mentionnant un nom de quartier ou d'un cours d'eau. Il peut être surmonté d'un cartouche indiquant le numéro d'identification de la route.

Aussi, toutes les autres mentions, comme les labels spécifiques (Ville d'art et d'histoire, village de caractère, village fleuri, village étape, ville jumelée...) doivent figurer sur un dispositif d'information, positionné après le panneau d'agglomération. Le panneau d'appartenance au Parc naturel régional pourra être intégré dans ce dispositif.

Les totems comportant des mentions «bienvenue» ou autres mentions diverses en entrée de commune n'entrent pas dans la catégorie de signalisation routière. Considérés comme du mobilier urbain d'information municipale, ils ne peuvent comporter aucune mention publicitaire, car ils ne relèvent pas d'une catégorie de mobilier urbain pouvant accueillir des publicités. Ils doivent être implantés sur une dépendance du domaine public.

## ≈ RECOMMANDATIONS DU PARC NATUREL

- Le dispositif d'information est positionné 50 à 100 mètres après le panneau d'agglomération, de manière lisible pour être efficace.
- Il est recommandé d'en limiter le nombre et de les installer uniquement sur l'axe principal.
- Il est possible de regrouper les informations sur un même support (vous pouvez consulter les services du Parc naturel pour obtenir des conseils)

# Les relais d'information service (RIS)

## LES RIS DU PARC NATUREL

En tant que panneaux routiers réglementaires, les RIS ne sont pas assimilés à de la publicité et peuvent donc être installés en ou hors agglomération.

Les informations à caractère commercial doivent être informatives, gratuites et exhaustives, c'est-à-dire excluant toute discrimination.

Les RIS se consultent à pied, après que l'utilisateur se soit garé, on peut ainsi lui donner une information plus importante.

Le RIS se compose généralement d'une cartographie présentant une nomenclature des voiries et des activités, services et équipements du territoire concerné, mais il peut également développer une thématique particulière (patrimoine, activités de pleine nature...).

Pour être efficace, le RIS doit être :

- facile d'accès, sur un site de fréquentation avérée et avec des places de stationnement ;
- visible et attractif par l'aménagement de ses abords et son intégration dans le paysage ;
- régulièrement entretenu et mis à jour.

## ESPACES NATURELS OU RURAUX : OPTION BOIS



L'identification du Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée passe par un schéma directeur de relais d'information service (RIS) afin de faciliter la lisibilité de l'offre touristique et patrimoniale du territoire, d'éclairer l'utilisateur sur des sites emblématiques, et de permettre un maillage du territoire.

Les critères prépondérants seront l'intégration à l'environnement et la sécurité de l'utilisateur.

Ils devront être validés par les services compétents des services territoriaux de l'architecture et du patrimoine pour les RIS à proximité de monuments remarquables ou en site classé. Les emplacements feront l'objet d'une attention particulière pour la mise en valeur et la préservation paysagère des sites d'implantation.

## ESPACES URBAINS : OPTION ALUMINIUM LAQUÉ TEXTURÉ



## RECOMMANDATIONS DU PARC NATUREL

Utiliser en priorité des supports existants afin de limiter la profusion de mobiliers. Il est préférable de fixer le panneau RIS sur un mur judicieusement exposé.

### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose ? le Parc naturel.



# Les préenseignes



## LES BÉNÉFICIAIRES

Depuis juillet 2015, ne sont autorisées que les préenseignes dérogatoires concernant :

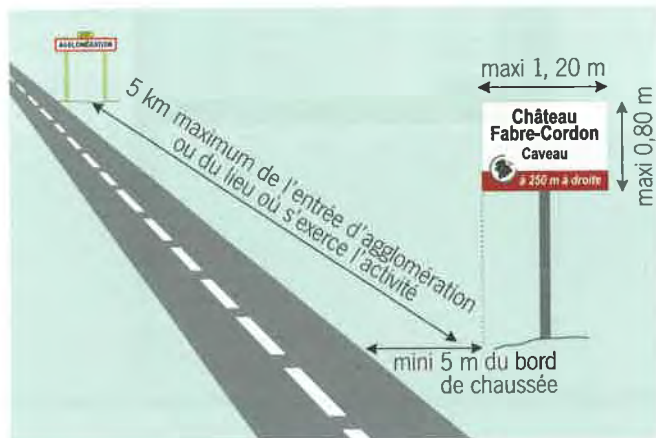
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.
- la production et/ou la vente de produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit (AOC, ...);  
L'identification de ces produits repose sur un faisceau d'indicateurs tels que la provenance des produits, le process de fabrication, les démarches qualités engagées localement (avec le Parc naturel, le Département ou la Région).

## ≈ DIMENSIONS ET IMPLANTATION

L'installation de préenseignes n'est pas soumise à déclaration préalable.

Les dimensions autorisées sont : 1m de haut par 1,50 m de large, sur domaine privé avec autorisation écrite du propriétaire.

Elles doivent être scellées au sol à 5 m minimum du bord de la chaussée.



### QUI FAIT QUOI ?

- Pour qui ? les professionnels listés ci-dessus et qui le souhaitent.
- Qui les pose ? le bénéficiaire.
- Qui fait la police ? les services de l'État (ou le maire si il existe un RLP).

## ≈ CONTENU DU PANNEAU

Les préenseignes doivent uniquement indiquer le nom de l'établissement, le type d'activité, les éventuels labels (AOC, ...) et la direction à suivre et/ou la distance.

Ces panneaux peuvent contenir un ou plusieurs pictogrammes symboliques de l'activité.

## ≈ NOMBRE

- Pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales et les activités culturelles, les préenseignes sont autorisées sur domaine privé avec autorisation écrite du propriétaire, dans la limite de 2 unités et à une distance inférieure à 5 km du lieu de l'activité.
- Pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite, elles sont autorisées dans la limite de 4 unités et à une distance inférieure à 10 km du lieu de l'activité.

## ≈ LES PRÉENSEIGNES TEMPORAIRES

Sont considérés comme temporaires :

- les préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois,
- les préenseignes installées pour plus de 3 mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Elles sont implantées uniquement hors agglomération.

Leur nombre est limité à 4 sans condition de distance par rapport au lieu de l'opération ou de la manifestation.

Leur installation est interdite sur le mobilier urbain, les supports de signalisation réglementaires existants (directionnelle routière, police, SIL,...), ainsi que sur domaine public ou sur des éléments naturels.

Elles sont soumises à des règles spécifiques de dimensions.

## ≈ LOI LITTORAL

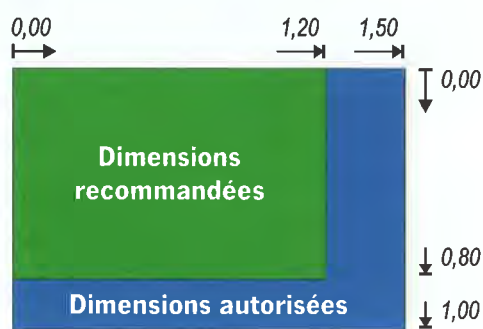
Dans les espaces remarquables au sens de la loi littoral, la signalisation d'activités agricoles (comme celles vitivinicoles) ou d'activités traditionnelles de pêche, de cultures marines ou lacustres, de conchyliculture, de saliculture et d'élevage d'ovins de prés salés, peut être envisagée, sous réserve de respecter les dispositions propres au Code de l'environnement (L.581-4 et L.581-8), et cela exclut toute autre activité.

## RECOMMANDATIONS DU PARC NATUREL

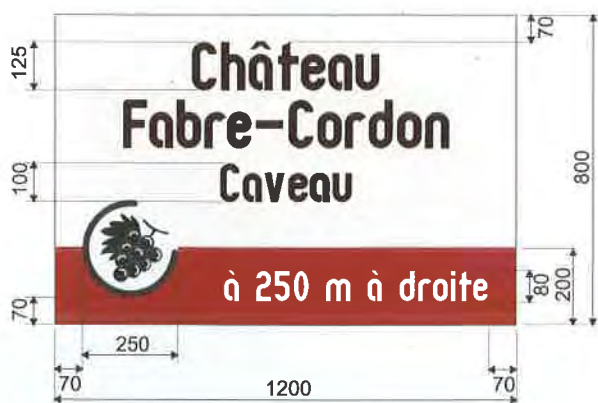
Lorsqu'elles sont autorisées et dans un souci d'intégration et de préservation des paysages, le Parc naturel recommande de réduire leurs dimensions, d'harmoniser leur graphisme (code couleurs, pictos..) et d'organiser leur implantation.

Ainsi, il est préconisé de rechercher un regroupement quand cela est possible (2 panneaux par support), de les positionner devant des végétaux (arbres ou arbustes) et de privilégier la gamme présentée ci-dessous.

### ≈ DIMENSIONS RECOMMANDÉES



### ≈ COMPOSITION



Les hauteurs de lettres recommandées :  
 Mention principale : 125 mm  
 Mention complémentaire : 100 mm  
 Indication de distance/localité : 80 mm

### ≈ COULEURS

Les couleurs recommandées sont un lettrage Noir 100% ou Brun très foncé (C45 M90 J65 N60) sur un fond Blanc cassé (C0 M2 J4 N0) et un bandeau Rouge Pantone 187C (C5 M100 J80 N26).

### ≈ POLICE, PICTOGRAMMES ET LABELS

La police de caractère est laissée libre mais le Parc naturel recommande d'utiliser des polices simples et lisibles pour tenir compte de la vitesse des véhicules et des conditions de circulation.

Il est interdit d'utiliser sur les préenseignes des signes et symboles utilisés en signalisation routière réglementaire. Le Parc naturel propose une gamme de pictogrammes pour caractériser le type d'activité de manière efficace. Certains labels peuvent également être utilisés.

Pictogrammes :



Labels (exemples) :



### ≈ EXEMPLES

Production locale



Activité culturelle



Monument classé ouvert à la visite





# La signalétique du massif de la Clape

## UNE CHARTE SIGNALÉTIQUE SPÉCIFIQUE AU MASSIF DE LA CLAPE - SITE CLASSÉ

Dans ce site classé au titre des paysages, la gestion de l'affichage publicitaire est un réel enjeu de développement local qui nécessite de concilier la promotion des activités locales, le respect de la législation et la valorisation du paysage.

A la demande des services de l'État et en collaboration avec les acteurs économiques et les collectivités locales, le Parc naturel régional a élaboré une charte signalétique spécifique à ce site qui a été validée en 2006.

Cette charte propose plusieurs types de panneaux : des entrées de massifs, des relais d'information service, des panneaux de jalonnement, des panneaux d'entrées de domaines.

Les panneaux d'entrée de massif, de jalonnement et de RIS implantés sous maîtrise d'ouvrage du Grand Narbonne, ont été inaugurés en automne 2010.

Désormais, le Parc effectue les travaux d'entretien de ces dispositifs collectifs.

Les vigneron sont incités à mettre en œuvre la charte signalétique Clape pour leurs enseignes.

### LES PANNEAUX D'ENTRÉE DE MASSIF

Le dispositif mis en place associe un panneau métallique d'aspect rouillé à un support minéral et un environnement végétal autour d'une information sobre privilégiant la mention « Massif de la Clape ». Seuls le pictogramme et l'indication « site classé » y sont mentionnés.



### LES RELAIS INFORMATION SERVICE

Les panneaux relais d'informations service ont vocation, à partir d'un descriptif et d'une carte, à présenter le site classé (paysage, espèces protégées, risques incendies, respect du site...) et les activités de proximité (domaines viticoles, gîtes, restaurants, monuments historiques,...).



### LES PANNEAUX DE JALONNEMENT OU SIL

Le jalonnement s'effectue sous forme de lamelles directionnelles afin de diriger le visiteur vers les lieux d'activités situés dans le massif et ses abords.

La couleur est le rouge bordeaux (code Pantone 187C) comme les RIS et les enseignes.



#### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose ? le Grand Narbonne
- Qui les entretient ? le Parc naturel

## ≈ LES ENTRÉES DE DOMAINE OU ENSEIGNES

Les enseignes sont implantées à l'entrée du lieu ouvert au public, visibles de la voie publique.

Elles seront préférentiellement apposées sur un mur existant (enseigne murale). Sinon, elles seront scellées au sol sur un support minéral de type muret, pierre de foudre, etc.

Les pierres utilisées doivent provenir du massif de la Clape ou avoir un aspect identique au minéral local. Le choix de l'emplacement pour implanter chaque dispositif devra prendre en compte les éléments du paysage existants : conserver la végétation, ne pas occulter de percée visuelle, mettre en valeur le petit patrimoine.

L'implanter éventuellement devant un arbuste ou sur un fond de végétation.

Dimension et contenu des enseignes :

- enseigne murale : maxi 6 m<sup>2</sup> (dans le site classé). Elle ne doit pas dépasser des limites du mur sur lequel elle est apposée.
- enseigne scellée au sol : maxi 2 m<sup>2</sup> ou 0,80 m de large x 1,80 m de haut.

La police de caractère est libre.

La zone occupée par le texte et les diverses inscriptions (labels, logos...) ne devront pas occuper plus de 70% de la surface totale visible de l'enseigne et le texte devra être situé dans la partie haute du panneau.

Ces panneaux seront de couleur rouge (Pantone 187 C).



Enseigne murale photomontage



Enseigne scellée au sol photomontage

### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose et les entretient ? les particuliers
- Qui fait la police ? les services de l'État (ou le maire si il existe un RLP)

# La SIL dans les villes et villages du Parc naturel

## RAPPEL

La SIL est une signalisation à part entière, implantée sur domaine public après autorisation d'occupation du domaine public de la part du gestionnaire de la voirie.

Sa fonction est le guidage des usagers de la route vers des pôles d'intérêt local ou des équipements et services. Elle ne doit pas avoir de caractère publicitaire ou promotionnel.



Sa mise en oeuvre est régie par le «Guide technique sur la Signalisation d'Information Locale» édité par le CERTU. Les règles fondamentales de la signalisation s'appliquent à la SIL : homogénéité, continuité, uniformité, simplicité, lisibilité, concentration et valorisation.

Elle doit être distincte de la signalisation directionnelle dans son implantation afin de ne pas créer de confusion ou perturber la perception de cette dernière. Seules les activités particulièrement utiles aux usagers en déplacement et liées à l'activité touristique peuvent figurer sur la SIL (voir listes page 24).

Elle doit faire l'objet d'une étude préalable afin d'éviter la surcharge d'information. La méthodologie est décrite aux pages 22 à 24.

Si chaque commune peut mener sa propre réflexion, l'intercommunalité semble l'échelon pertinent pour répondre à ce besoin car garant d'une certaine homogénéité ainsi que d'une optimisation des coûts.

## ≈ LES ENJEUX

Au-delà de la signalisation elle-même, cette démarche peut amener à repenser le fonctionnement de la commune et soulever des problématiques que l'on n'avait pas soupçonnées (stationnement, cheminements piétons, déplacements doux, etc.).

C'est le constat de manquements en termes de guidage et d'information, le souhait d'harmoniser les panneaux ou la lutte contre l'affichage sauvage qui rendra l'opération nécessaire.

## ≈ LES OBJECTIFS

- Avoir une approche globale de la SIL dans l'agglomération
- Rationaliser la signalétique commerciale et publique
- Valoriser la commune par la qualité des équipements
- Améliorer l'attractivité et le développement économique
- Lutter contre les panneaux sauvages
- Organiser le fonctionnement de la commune

## ≈ RECOMMANDATIONS DU PARC NATUREL

En cas de renouvellement des dispositifs existants, le Parc naturel recommande aux communes de choisir les couleurs ci-dessous (lettrage Noir sur fond des panneaux Beige C3 M6 J15 NO et laquage des mâts Gris RAL 7016) et d'appliquer les principes détaillés pages 22 à 24.



### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose ? en agglomération : la mairie
- Qui paye ? la mairie + chaque prestataire



# Les RIS dans les villes et villages du Parc naturel

## RAPPEL

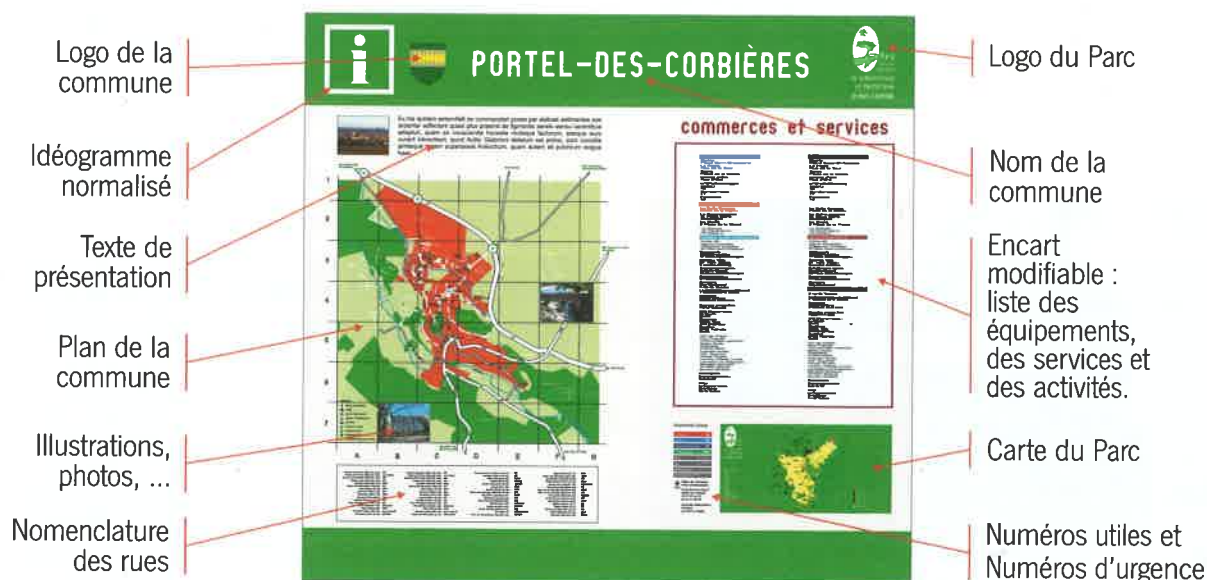
En tant que panneaux routiers réglementaires, les RIS ne sont pas assimilés à de la publicité et peuvent donc être installés sur domaine public.

Les informations à caractère commercial doivent être informatives, gratuites et exhaustives, c'est-à-dire excluant toute discrimination.

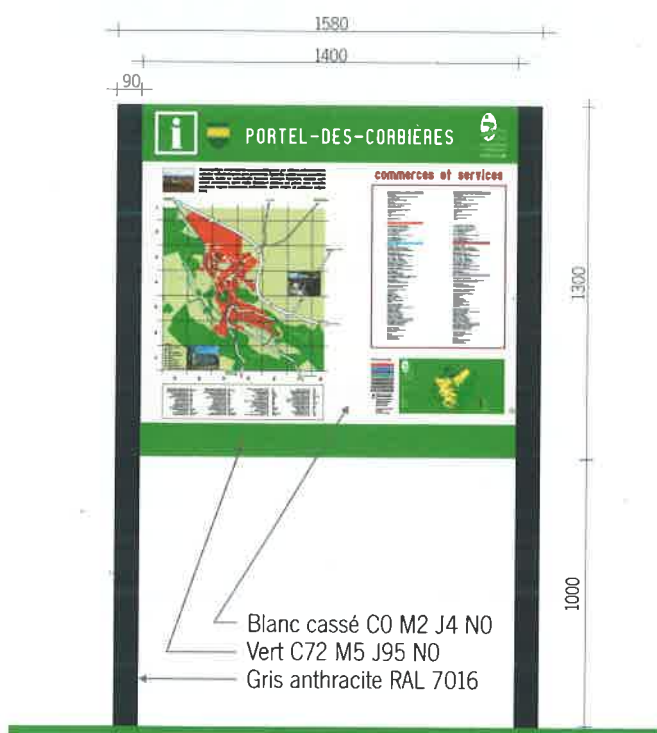
Les RIS se consultent à pied, après que l'utilisateur se soit garé, on peut ainsi donner une information plus importante.

Le RIS se compose généralement d'une cartographie présentant une nomenclature des voiries et des activités, services et équipements du territoire concerné, mais il peut également développer une thématique précise (patrimoine, viticulture, activités de pleine nature...).

## CONTENUS



## MODÈLE ET DIMENSIONS



## IMPLANTATION

Les RIS doivent être implantés sur des lieux de forte fréquentation, points stratégiques d'arrivée et de stationnement (parkings, zones de stationnement aménagées, sites emblématiques, ...). Outre la sécurité des usagers, la qualité de l'aménagement est un critère d'implantation important pour valoriser l'image du territoire.

Pour être efficace, le RIS doit être :

- facile d'accès, sur un site de fréquentation avérée et avec des places de stationnement ;
- visible et attractif par l'aménagement de ses abords et son intégration dans le paysage ;
- régulièrement entretenu et mis à jour.

### QUI FAIT QUOI ?

- Qui les pose ? en agglomération : la mairie



# Les enseignes

## RAPPEL DE LA RÉGLEMENTATION

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

### ≈ ENSEIGNE MURALE

Pour les enseignes murales il n'y a pas de restriction de nombre, mais les règles nationales s'appliquent :

- elles ne peuvent pas avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de la façade commerciale. Cette surface est portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.
- elles ne doivent pas dépasser les limites du mur, ni constituer une saillie de plus de 0,25 m.



### ≈ ENSEIGNE EN DRAPEAU

Les enseignes en drapeau ne doivent pas excéder une saillie égale au 10<sup>ème</sup> de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sans dépasser 2 m de large.

### ≈ ENSEIGNE SCÉLÉE AU SOL

Les enseignes scellées au sol sont réglementées selon la taille des agglomérations dans lesquelles elles se situent.

- Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération : les enseignes > 1m<sup>2</sup> sont limitées à un dispositif placé le long de chaque voie bordant l'immeuble où s'exerce l'activité pour une superficie totale maximum de 6 m<sup>2</sup>.
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants les enseignes > 1m<sup>2</sup> sont limitées à un dispositif placé le long de chaque voie bordant l'immeuble où s'exerce l'activité pour une superficie totale maximum de 12 m<sup>2</sup>.

Hauteurs maximales pour les enseignes scellées au sol :

- 6,50 m si supérieure à 1,00 m de large.
- 8,00 m si inférieure à 1,00 m de large.

### ≈ RÉGLEMENTATION DANS LES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

Dans les Parcs naturels régionaux, toutes les enseignes sont soumises à autorisation préalable du préfet ou du maire si il existe un RLP (Cerfa N°14798\*01).

### ≈ RÉGLEMENTATION DANS LES SITES CLASSÉS

Dans les sites classés, les enseignes sont soumises à autorisation préalable du préfet (ou du maire s'il existe un RLP), après avis de l'Architecte des Bâtiments de France et accord du Préfet de Région (Cerfa N°14798\*01) (cf. Charte de la Clape pages 16 et 17).

### ≈ TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Une Taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE), peut être appliquée à la discrétion des collectivités (Loi du 4 août 2008). Elle constitue à la fois une source de revenus pour ces dernières et un moyen de limiter les publicités intempestives sur les territoires.

Elle est facultative et taxe les enseignes, les préenseignes et les dispositifs publicitaires.

### ≈ RECOMMANDATIONS DU PARC NATUREL

- Inscrire l'enseigne dans le contexte bâti ou naturel, en prenant en compte la composition et l'harmonie de la façade, la cohérence d'ensemble à l'échelle de la rue.
- Privilégier un lettrage découpé, une teinte dominante et des supports utilisant des matériaux et savoir-faire locaux.
- Éviter l'accumulation des dispositifs et prévoir une couleur de dos s'intégrant bien à son environnement.

### ≈ CAS PARTICULIERS

Les cas particuliers (sur balcon, auvent ou toiture, lumineuse, temporaires...) sont strictement encadrés. Par exemple, seules les pharmacies ou services d'urgence sont autorisés à apposer des enseignes clignotantes. Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de l'opération. Elles sont implantées sur le lieu de la manifestation. Scellées ou installées sur le sol, elles sont limitées à un dispositif placé sur chacune des voies bordant l'activité à signaler.



## Précisions techniques pour la mise en œuvre

# La SIL dans les villages

## MÉTHODOLOGIE

### ≈ PRÉAMBULE

Il faut repenser la signalétique dans son rôle premier : la SIL n'est pas de la publicité.

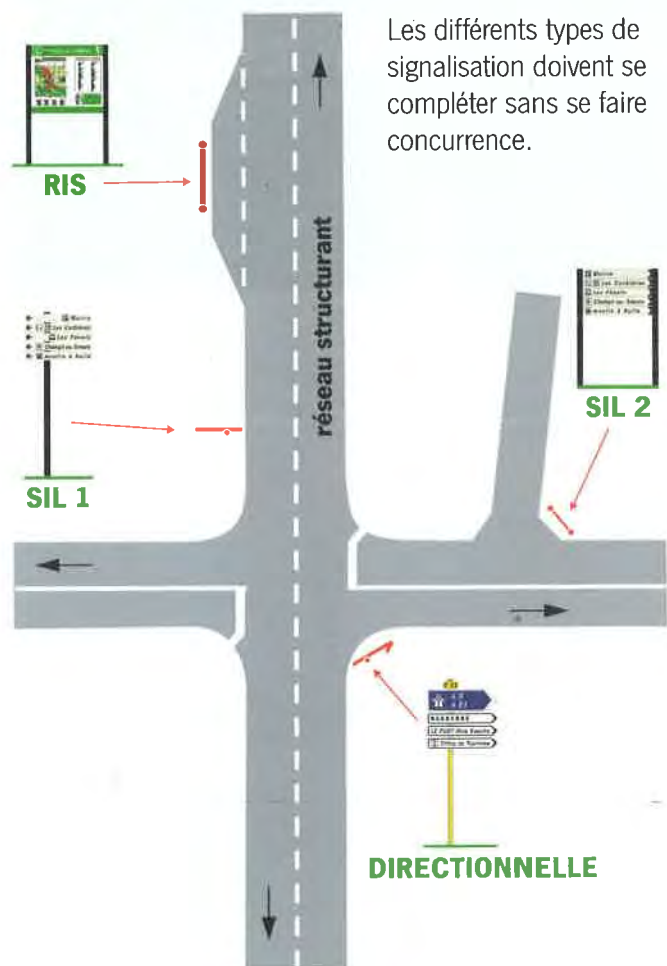
Son utilité est le guidage d'un usager qui cherche un pôle et non la promotion d'une entreprise.

C'est ainsi que la première question à se poser est : « quels pôles ont vraiment besoin de signalisation ? »

On considère que la signalisation directionnelle constitue un repérage suffisant pour approcher des pôles d'intérêt local. Les pôles locaux signalés en SIL ne doivent apparaître que lorsque l'usager doit quitter le réseau principal.

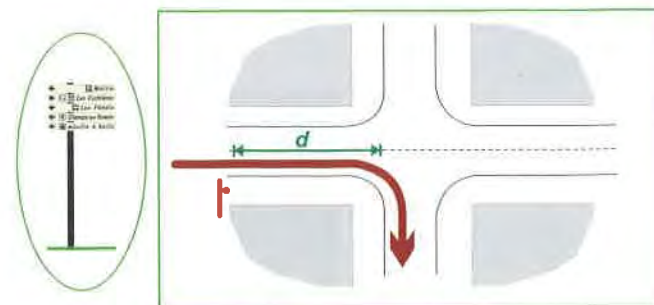
Dans cet esprit, un commerce situé sur un axe structurant ne nécessite pas forcément de signalisation, son enseigne suffit, car l'usager n'a pas à bifurquer pour s'y rendre.

### ≈ PRINCIPES D'IMPLANTATION

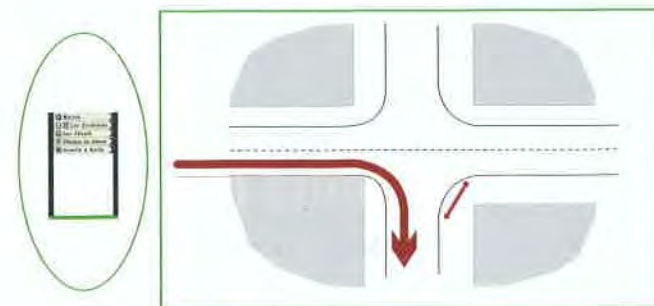


### ≈ POSITIONNEMENT

Cas général : panneau Dc43 en présignalisation  
L'usager tourne après le panneau.  $d =$  environ 35m



Cas exceptionnel : panneau Dc29 en position quand la présignalisation est impossible. L'usager tourne devant le panneau.



### ≈ HIÉRARCHISATION

Il est conseillé d'établir la liste des pôles susceptibles d'être signalés. À ce stade et en s'aidant des listes présentées page 24, il convient de s'interroger sur l'utilité de la signalisation pour les usagers non habitués. Par exemple, un stade attirant régulièrement des visiteurs extérieurs nécessite une signalétique alors que l'école du village n'en nécessite probablement pas. De même, une chambre d'hôtes sera signalée car elle fonctionne comme un hôtel alors qu'un gîte ne le sera pas.

#### Sélection des axes routiers

Cette sélection permet de définir les axes de la commune qui supporteront la circulation routière.

#### Proposition de signalisation adaptée

Comme illustré page 23, un tableau de hiérarchisation des pôles d'intérêt local permet de choisir le type de signalisation à appliquer en fonction de l'attractivité du pôle.



## ≈ TABLEAU DE HIÉRARCHISATION



Exemple : liste des pôles d'intérêt local et leur niveau de signalisation

	Intitulé	Type de pôle	A/RC Agglomération ou Rase Campagne	Label	Directionnelle	SIL 1 sur réseau structurant	SIL 2 en proximité	RIS
1	Tennis	Activités de sports et de loisirs	A				X	
2	Boulodrome	Activités de sports et de loisirs	A			X		
3	Stade Municipal	Activités de sports et de loisirs	A		X			
4	Eglise	Patrimoine non classé	A					X
5	Château (classé MH)	Site classé	A		X			
6	Salle Polyvalente	Service public	A		X			
7	Médiathèque	Service public	A			X		
8	Ecoles	Service public	A					X
9	Mairie	Service public	A		X			
10	Cimetière	Service public	A			X		
11	Ateliers Municipaux	Service public	A			X		
12	Meublé (3 Clés)	Hébergement	A					X
13	Le Bar des Amis	Restauration	A			X		
14	Bureau de Poste	Service public	A			X		
15	Maison des Associations	Service public	A					X
16	Domaine des Arches	Caveau viticole	RC			X		
17	Moulin à Huile Bayle	Produits Régionaux	A			X		

## ≈ COMPOSITION DES PANNEAUX

Dc43 Présignalisation



- Ecriture : typo normalisée noire L4 minuscule initiale majuscule uniquement pour les noms propres.
- Flèche directionnelle noire.
- Idéogramme normalisé noir et blanc (voir page 24).

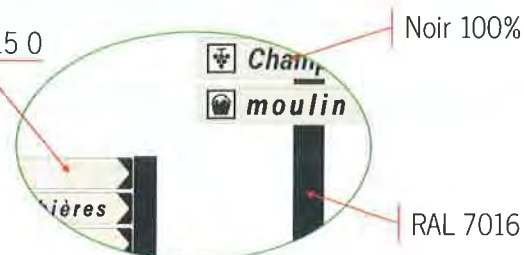
Dc29 en Position



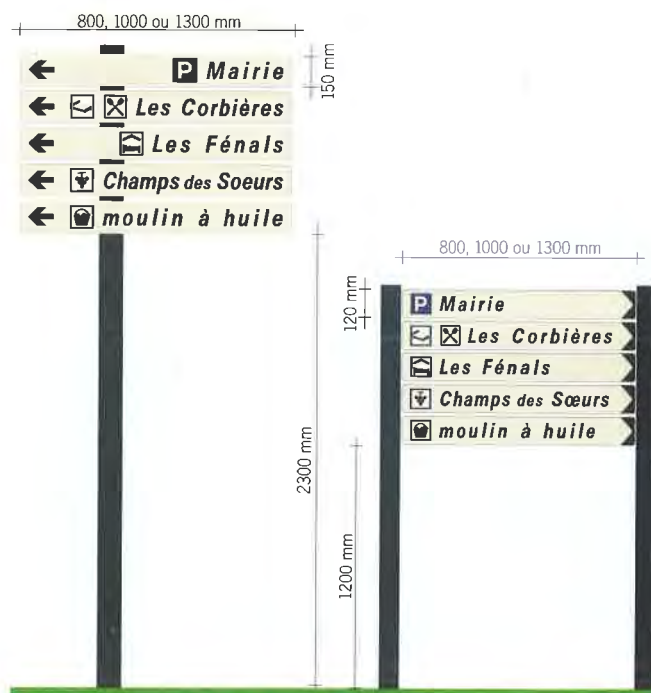
Hauteur des lettres - Hb : 62.5 mm  
cas particulier - Hb : 50 mm

## ≈ COULEURS DES PANNEAUX

CMJN 3 6 15 0



## ≈ DIMENSIONS DES PANNEAUX





## ≈ PÔLES À TRAITER SUR LA DIRECTIONNELLE

Aéroport, aérodrome  
 Agence Départementale  
 Emplacements réservés aux gens du voyage  
 Gare ferroviaire / Gare routière  
 Gendarmerie  
 Hameaux  
 Hôpitaux assurant les urgences  
 Hôtel de ville, Mairie  
 Lacs  
 Lycées  
 Office de Tourisme/Syndicat d'Initiative  
 Parc des expositions  
 Parc Naturel Régional  
 Parcs Relais  
 Sites et monuments classés ou inscrits  
 Stades  
 Zone d'Activités Économiques (ZAE, ZI, ZA)

## ≈ PÔLES À TRAITER SUR LA SIL



























































Aires de jeux  
 Artisanat d'art local (critère: accueil/information sur site)  
 Autres musées / écomusées / exposition : Accueil / Information sur site  
 Bases de loisirs  
 Bureaux de Poste  
 Campings/Campings à la ferme  
 Casino  
 Centres et fermes équestres/Hippodromes  
 Centres médicaux/Centre thalasso  
 Centres sociaux  
 Chambres d'hôtes classées/ B&B  
 Cimetière, lieux de sépulture (selon demande des communes)  
 Cinéma

Départ de chemin de randonnée  
 Équipements de sport / loisir / culture  
 Fermes Auberges  
 Foyers de Jeunes Travailleurs  
 Garage (uniquement réparation voiture)  
 Gîtes d'étape  
 Golfs  
 Hôtels  
 Location de canoës  
 Lotissements  
 Maison de Retraite  
 Marchés permanents, Halles  
 Piscine  
 Points de vue, panoramas  
 Produits du terroir (lieu de vente - Accueil et information sur site)  
 Relais Information Service  
 Restaurants/Restaurants à la ferme (labellisés)  
 Salles de Sports  
 Salles des fêtes  
 Sites et monuments partiellement ou non classés  
 Terrains de tennis  
 Théâtre  
 Toilettes publiques  
 Village de Vacances  
 VTT, vélo-cross (point de départ avec parking)  
 Zoo/Parcs et jardins

## ≈ PÔLES À TRAITER SUR LES RIS

Artisans usuels (maçonnerie, électricité, plomberie...)  
 Autres commerces et activités non liés au tourisme  
 Autres commerces usuels  
 Gîtes et Meublés classés (sur RIS dédiés si nombre trop important)  
 Lieux de culte sans intérêt patrimonial ou non ouverts à la visite  
 Marchés périodiques (avec lieu et date)

## ≈ IDÉOGRAMMES OFFICIELS (liste exhaustive)

 ID1a Parc de stationnement	 ID1b Parc relais	 ID1c Parc de stationnement sous vidéo	 ID2 Aéroport	 ID3 Hôpital ou clinique avec urgences	 ID4 Hôpital ou clinique sans urgences	 ID5a Poste d'appel d'urgence	 ID5b Poste d'appel téléphonique	 ID6 Relais d'information service	 ID7 Installation accessible aux P.M.R.	 ID8 Camping pour tentes	 ID9 Caravanning	 ID10 Auberge de jeunesse	 ID11 Pique-nique	 ID12a Gare ferroviaire
 ID12b Gare de trains-autos	 ID13a Bac ou car-ferry	 ID13b Port de commerce	 ID14a carburant	 ID14b carburant + GPL	 ID14c Garage	 ID15a Parc naturel régional	 ID15b Parc national	 ID15c Réserve naturelle	 ID15d Terrain du conservatoire du littoral	 ID15e espace naturel sensible	 ID16a Monument historique	 ID16b Site classé	 ID16d Musée de France	 ID16e Parc ou jardin remarquable
 ID17 Point d'accueil jeune	 ID18 Chambre d'hôte ou gîte	 ID19 Point de vue	 ID20a Base de loisirs	 ID20b Centre équestre	 ID20c Piscine	 ID20d Plage	 ID20e Point de mise à l'eau	 ID21a Ski de fond	 ID21b Station de ski	 ID22 Cimetière militaire	 ID23 Point de départ d'excursion	 ID24 Déchèterie	 ID25 Hôtel	 ID26a Restaurant
 ID26b Débit de boissons	 ID27 Maison de pays	 ID28 Village étape	 ID29 Eau potable	 ID30 Autocaravane	 ID31 Toilettes	 ID32 Distributeur de billets	 ID33a Produits du terroir	 ID33b Produits viticoles	 ID34a Itinéraire piéton	 ID34b Itinéraire piéton sauf PMR	 ID35 Zone industrielle ou parc d'activités	 ID36 Centre commercial	 ID37 Station autopartage	 ID38 Point «écotaxe»

# Pourquoi un règlement local de publicité ?

## UN RLP DANS UN PARC NATUREL

### LES ENJEUX

Dans les communes avec un fort enjeu lié à l'affichage des activités économiques, les maires souhaitant faire appliquer la réglementation, instruire et contrôler les demandes d'enseignes, peuvent mettre en place un règlement local de publicité (RLP).

Cette démarche permettra d'encadrer les possibilités d'un affichage publicitaire réglementaire.

Les RLP n'ont pas vocation à être mis en place dans toutes les communes, tant du point de vue des coûts induits, que des responsabilités dévolues au maire. C'est au final la forte présence d'activités et le souhait du maire d'être acteur sur son territoire en matière de publicité, qui primeront dans la décision de se doter d'un RLP.

Rappel réglementaire : Il est de l'initiative et de la prérogative de la collectivité qui a la compétence en matière d'élaboration de PLU d'édicter un RLP.

L'existence d'un RLP transfère la compétence de faire respecter le code de l'environnement quant à l'affichage publicitaire, du préfet au maire et ce, sur l'ensemble de sa commune.

L'enjeu, pour une commune, est donc d'évaluer la pertinence d'édicter un RLP, car au-delà du transfert de responsabilité, il s'agit d'ouvrir des possibilités d'affichage, tout en les maîtrisant et en les encadrant. Si la compétence en matière d'élaboration de PLU a été transmise à l'intercommunalité, il est obligatoire d'édicter un RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal) qui permet de faire de substantielles économies d'échelle et d'être plus cohérent dans l'approche et le traitement de l'affichage publicitaire sur un même territoire.



En l'absence de RLP, cette publicité est interdite dans le Parc naturel.

### LES RLP DANS UN PARC NATUREL RÉGIONAL

La règle générale dans un Parc naturel est l'interdiction de la publicité en agglomération. Toutefois, la possibilité est donnée aux communes d'assouplir cette interdiction, sous certaines conditions, par la mise en place d'un RLP. En effet, celui-ci permet, à une commune qui en édicte un, d'autoriser la publicité sur son territoire. Il doit toutefois être plus contraignant que la réglementation nationale.

L'article L. 581-14 du code de l'environnement stipule que quand un RLP est élaboré, il doit impérativement être compatible avec les recommandations de la charte du Parc naturel régional.

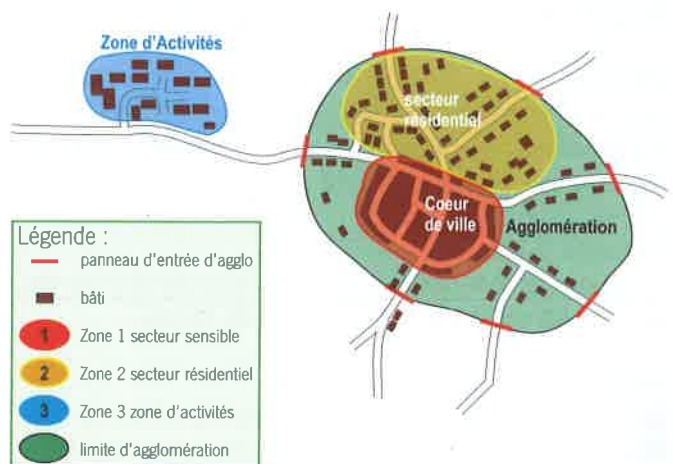
La possibilité de permettre cet affichage là où il était jusqu'à présent interdit ne doit pas conduire à autoriser des dispositions qui seraient préjudiciables à la qualité de l'environnement et à l'image même des communes. Il est donc recommandé de solliciter le Parc naturel dès les premières réflexions quant à l'opportunité d'élaborer un RLP.

### MÉTHODOLOGIE

Les règlements locaux doivent prendre en compte les différentes zones urbaines de la commune et y appliquer une réglementation adaptée.

Le code de l'environnement ouvre la possibilité de réglementer l'affichage dans des secteurs situés hors de la partie agglomérée (au sens du code de la route). En dehors des zones définies par le RLP, c'est la règle nationale qui s'applique en tenant compte de l'appartenance au Parc naturel.

Exemple de zonage :





# D'autres types de panneaux

## AUTRES TYPES



Affichage libre et d'opinion



Signalétique d'entrée de site naturel



Signalétique d'interprétation



Signalétique de randonnée pédestre



Signalisation cyclable (code de la route)



Journaux lumineux (non réglementés)

Ces signalétiques ne sont pas l'objet du présent guide. Elles ne relèvent pas des mêmes réglementations. Certaines sont soumises à des chartes graphiques généralement définies par le gestionnaire du site ou du sentier (par exemple le Département pour les sentiers de randonnées inscrits au PDIPR et pour les sites Pays Cathare, le conservatoire du littoral pour ses propriétés, etc.).

## Glossaire

### Agglomération :

Espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis 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.

### Domaine privé :

Biens appartenant à des particuliers ou à des sociétés, associations, collectivités publiques ou privées... qui sont régis par des principes de droit privé.

### Domaine public :

Biens qui ne sont pas susceptibles d'appropriation privée, comme les cours d'eau, les rivages, les routes...

### Immeuble :

Terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

### RLP :

Règlement Local de Publicité.

### Mobilier urbain :

Ensemble des meubles et supports utilisés par les villes dans les espaces publics : abribus, bancs, corbeilles, kiosques, panneaux d'information... Certains de ces mobiliers urbains peuvent également être des supports publicitaires : ils sont strictement réglementés par la loi.

### RIS (Relais d'information service) :

Equipement de signalisation routière d'indication composé de panneaux d'information, implanté sur le domaine public, et ne comportant aucune publicité.

### SIL (Signalisation d'information locale) :

Jalonnement routier défini par le gestionnaire de la voirie, et soumis aux règles de la signalisation de direction.

# Contacts

---

## **DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES ET DE LA MER**

Pour l'application de la loi sur l'affichage publicitaire : DDTM Service Aménagement Territorial Est et Maritime  
04 68 90 22 00

## **CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE L'AUDE**

Pour la SIL hors agglomération :  
Direction des Routes - Service entretien et sécurité de la route  
Michel Valiente  
04 68 11 64 62

## **PARC NATUREL RÉGIONAL DE LA NARBONNAISE EN MÉDITERRANÉE**

Pour toute information complémentaire :  
Fanchon Richart - référente Paysage  
04 68 42 66 60

Nous remercions les membres du comité technique qui ont collaboré à l'élaboration de ce guide et aux choix des recommandations du Parc naturel : les services de l'Etat (la DDTM et l'UDAP), la région Occitanie, le Département de l'Aude, la chambre d'agriculture et la chambre de commerces et d'industrie de l'Aude, les mairies et le Grand Narbonne ainsi que les syndicats des AOC viticoles.

Ce document a été réalisé par le Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée accompagné par Jérôme Moulin Consultant.

Novembre 2019





Ce guide vous est offert par le Parc naturel régional dont l'action contribue à concilier développement économique et préservation de la qualité de son territoire.



Parc  
naturel  
régional  
de la Narbonnaise  
en Méditerranée  
LE PAYS CATHARE

**PARC NATUREL RÉGIONAL DE LA NARBONNAISE EN MÉDITERRANÉE**

1 rue Jean Cocteau - 11 130 Sigean • T. 04 68 42 23 70 • [www.parc-naturel-narbonnaise.fr](http://www.parc-naturel-narbonnaise.fr)



# ARRÊTÉ

## COMMUNE DE LEUCATE

**OBJET :**  
Limites  
d'agglomération

**Le Maire de la Ville de LEUCATE**

**Vu** le Code Général des Collectivités territoriales, et notamment les articles L.2213-1 à 4 ;

**Notifié le :**

**Vu** le Code de la Route, et notamment les articles R. 110-2, R. 411-2, R. 411-25 à 28 ;

**Affiché le :**

**Vu** les articles L 581-7 ; L 581-8 et L 581-9 du Code de l'Environnement ;

**Publié le :**

15/04/2024

**Considérant** que les limites d'agglomération pour les différentes entités de la commune de Leucate nécessitent d'être définies dans le cadre du règlement local de publicité ;

# ARRÊTE

**Article 1 :** Les limites de l'agglomération de la commune de Leucate, au sens de l'article R 110-2 du Code de la Route, sont fixées par panneaux EB 10 « panneau d'entrée d'agglomération » et EB 20 « panneau de sortie d'agglomération ».

**Article 2 :** L'implantation des panneaux sur chaque entité est la suivante :

### LEUCATE - LA FRANQUI

	Situation	Voie	Type panneaux	Emplacement des panneaux	Coordonnées GPS	
1	Limite Nord-Ouest	Avenue Charles Pinet de Gaulade	EB 10	après l'intersection avec la D 627	42°55'54.3"N	3°00'45.0"E
2		Avenue Charles Pinet de Gaulade	EB 20	après l'intersection avec la D 627	42°55'54.3"N	3°00'44.6"E

## PORT-LEUCATE

	Situation	Voie	Type panneaux	Emplacement des panneaux	Coordonnées GPS	
17	Limite Ouest	D627	EB 10	Sortie de la D627 vers l'avenue des Roseaux	42°51'05.1"N	3°02'08.1"E
18			EB 20	Entrée à la D627 depuis l'avenue de l'île	42°51'06.8"N	3°02'08.0"E
19			EB 10	Sortie de la D627 vers l'avenue de l'île	42°50'59.9"N	3°02'12.8"E
20			EB 20	Entrée depuis l'avenue des Roseaux	42°51'02.3"N	3°02'10.1"E
21	Limite Sud	Avenue de la Pinède	EB 10	Après l'intersection avec la rue Dalí	42°50'29.2"N	3°02'12.1"E
22			EB 20	Avant l'intersection avec la rue Dalí	42°50'29.3"N	3°02'11.4"E
23	Limite Sud	Avenue Georges Candilis	EB 10	Limite avec la commune de Le Barcarès	42°50'21.8"N	3°02'27.7"E
24			EB 20	Limite avec la commune de Le Barcarès	42°50'21.9"N	3°02'27.2"E
25		D627	EB 10	Sortie de la D627 vers la rue Dali	42°50'31.8"N	3°02'23.1"E
26		D627	EB 10	Sortie de la D627 vers la rue Dali	42°50'24.6"N	3°02'24.5"E

Les plans annexés au présent arrêté matérialisent les limites énoncées ci-dessus.

**Article 3 :** La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle (signalisation d'indication d'entrée et sortie de ville), sera mise en place et entretenue par les services de la commune.

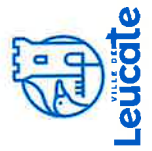
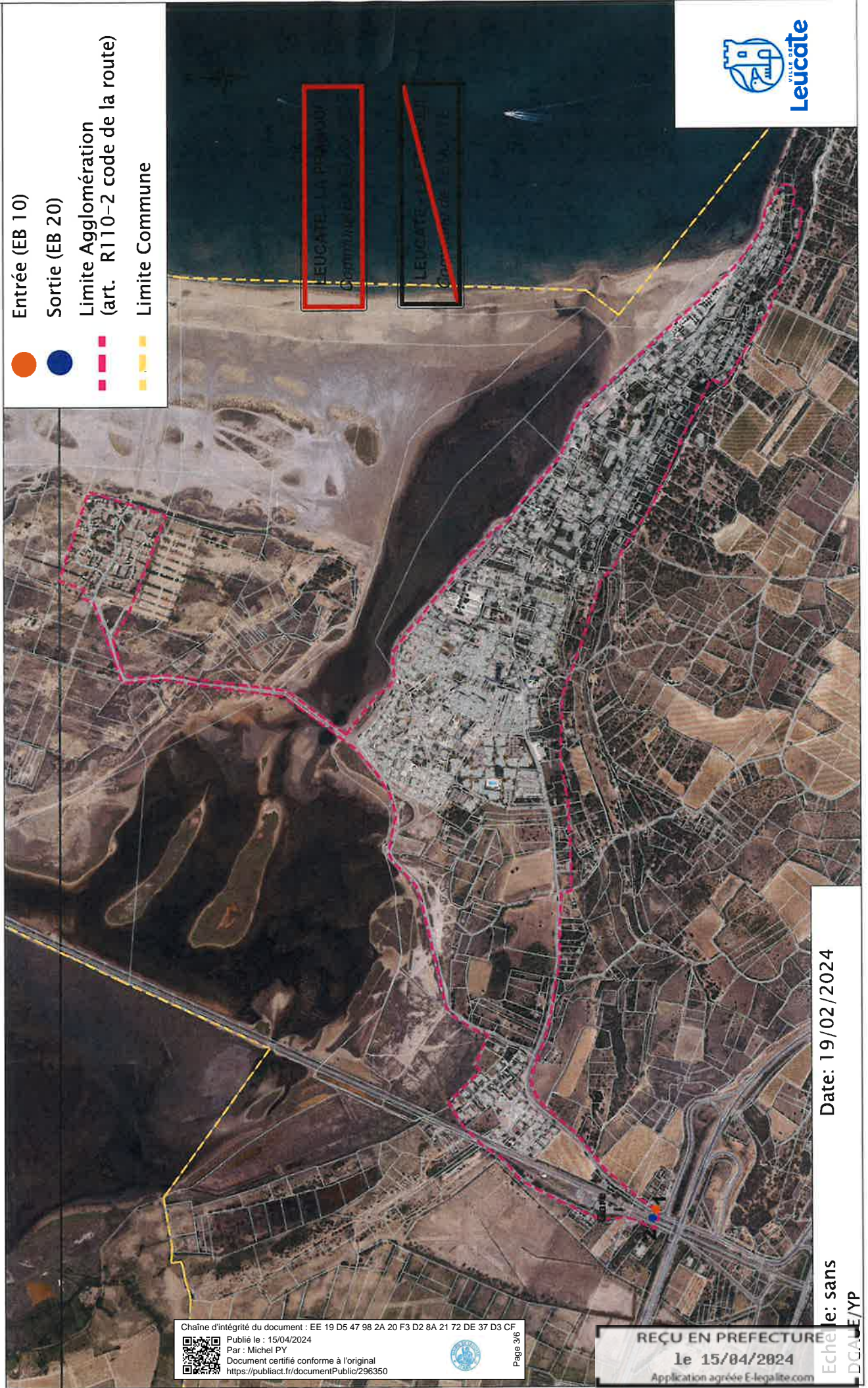
**Article 4 :** La Police Municipale, la Brigade Territoriale de Gendarmerie de Leucate, sont chargées chacune en ce qui la concerne de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Leucate, le 12 mars 2024

  
Michel PY  
Maire de Leucate



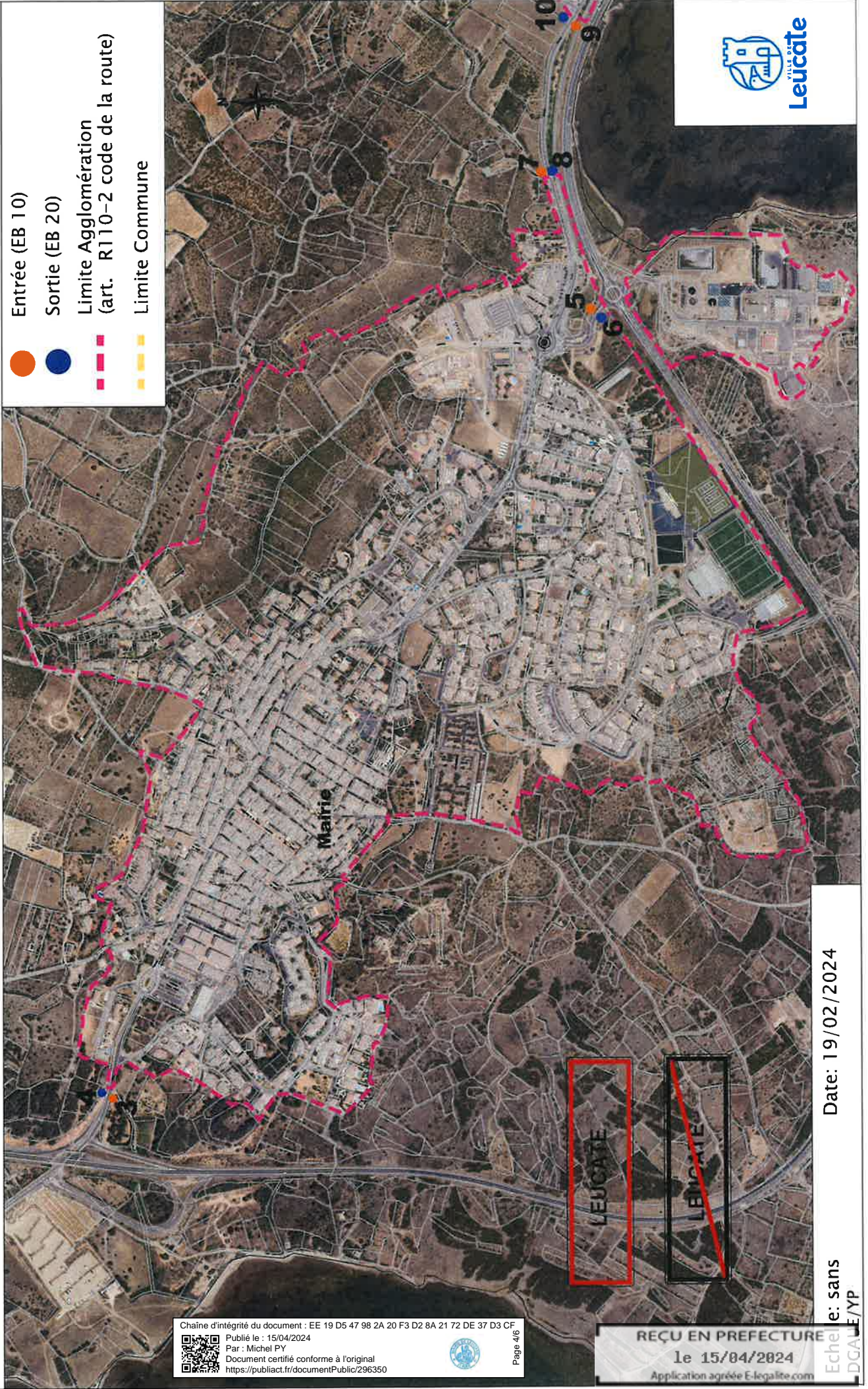
# ENTREE ET SORTIE D'AGGLOMERATION LEUCATE - LA FRANQUI





# ENTREE ET SORTIE D'AGGLOMERATION LEUCATE VILLAGE

- Entrée (EB 10)
- Sortie (EB 20)
- Limite Agglomération (art. R110-2 code de la route)
- Limite Commune



Chaîne d'intégrité du document : EE 19 D5 47 98 2A 20 F3 D2 8A 21 72 DE 37 D3 CF  
Publié le : 15/04/2024  
Par : Michel PY  
Document certifié conforme à l'original  
<https://publiact.fr/documentPublic/296350>



Page 4/6

**REÇU EN PREFECTURE**  
le 15/04/2024  
Application agréée E-legalite.com

Date: 19/02/2024

Echelle: sans  
DGALE/YP



# ENTREE ET SORTIE D'AGGLOMERATION LEUCATE PLAGE



- Entrée (EB 10)
- Sortie (EB 20)
- Limite Agglomération (art. R110-2 code de la route)
- Limite Commune



LEUCATE PLAGE  
*Commune de LEUCATE*

~~LEUCATE PLAGE~~  
~~Commune de LEUCATE~~



Chaîne d'intégrité du document : EE 19 D5 47 98 2A 20 F3 D2 8A 21 72 DE 37 D3 CF  
Publié le : 15/04/2024  
Par : Michel PY  
Document certifié conforme à l'original  
<https://publiact.fr/documentPublic/296350>



Page 5/6

REÇU EN PREFECTURE  
le 15/04/2024  
Application agréée E-legalite.com

Date: 19/02/2024

Echelle: sans

DCAU/YP



# ENTREE ET SORTIE D'AGGLOMERATION LEUCATE - NATURISTE



- Entrée (EB 10)
- Sortie (EB 20)
- Limite Agglomération (art. R110-2 code de la route)
- Limite Commune



LEUCATE NATURISTE  
Commune de LEUCATE

~~LEUCATE NATURISTE  
Commune de LEUCATE~~

Chaîne d'intégrité du document : EE 19 D5 47 98 2A 20 F3 D2 8A 21 72 DE 37 D3 CF  
Publié le : 15/04/2024  
Par : Michel PY  
Document certifié conforme à l'original  
<https://publiact.fr/documentPublic/296350>



Page 6/6

REÇU EN PREFECTURE  
le 15/04/2024  
Application agréée E-legalite.com

Date: 19/02/2024

Echelle: sans

DGA/LE/YP