RLP

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Ville de Pornic

PORNIC

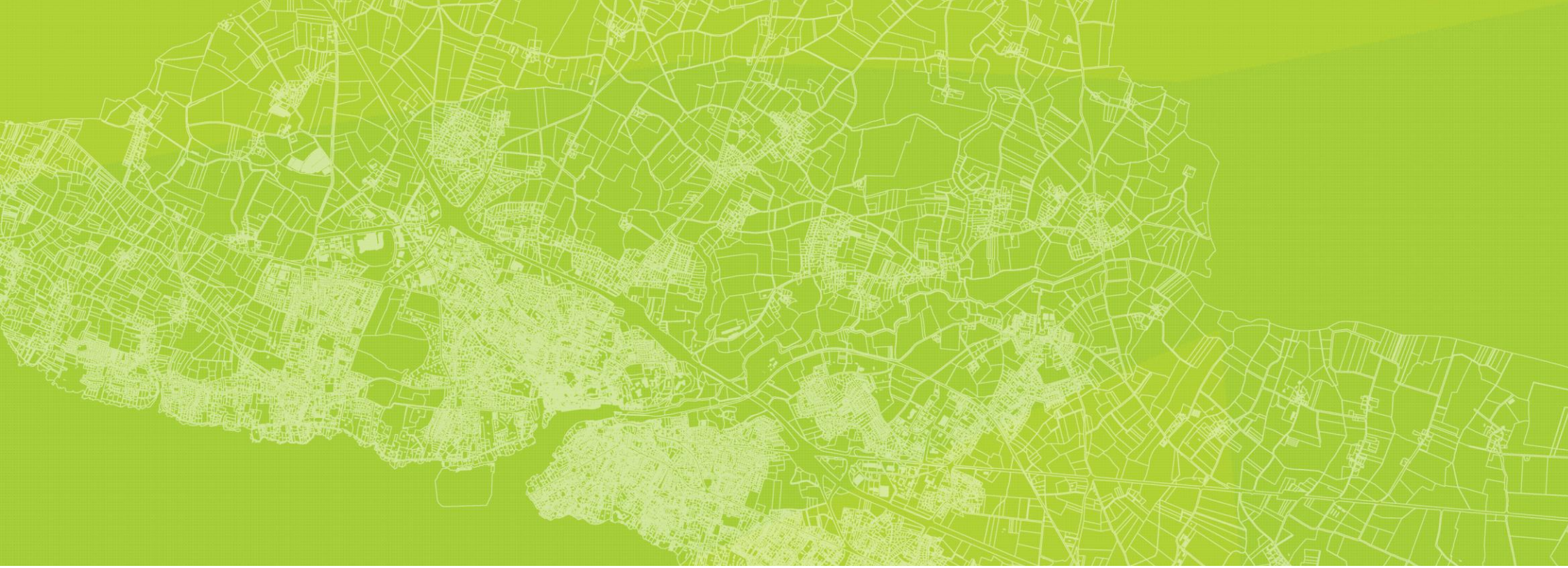
Rapport de présentation

Version pour approbation en conseil municipal le 06 mai 2022

SOMMAIRE

SOMMAIRE 3
PRÉAMBULE 5
1. CONTEXTE LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE .. 6
1.1. POURQUOI RÉALISER UN RLP SUR LA COMMUNE DE PORNIC ? 6
1.2. CHAMP D'APPLICATION DU RÈGLEMENT 7
1.3. CONTENU DU RLP 7
2. PRINCIPALES DÉFINITIONS 8
2.1. LES DISPOSITIFS RELEVANT DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 8
2.2. LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 12
2.3. DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS 14
2.4. COMPÉTENCES 14
DIAGNOSTIC 15
1. CONTEXTE COMMUNAL 16
1.1. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE 16
1.2. CONTEXTE ECONOMIQUE 16
1.3. CONTEXTE VIAIRE 20
1.4. CONTEXTE PAYSAGER ET PATRIMONIAL 23
2. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE TERRITOIRE COMMUNAL ... 27
2.1. LA NOTION D'AGGLOMÉRATION 27
2.2. DES PÉRIMÈTRES ENVIRONNEMENTAUX RÈGLEMENTAIRES SUR LE TERRITOIRE 31
2.3. DES RÈGLES SPÉCIFIQUES AU REGARD DE L'IMPORTANCE DES AXES ROUTIERS 35
2.4. UN ANCIEN RLP SUR LA COMMUNE 36
2.5. LA TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE 39
3. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE DE LA COMMUNE 40
3.1. MÉTHODOLOGIE POUR LE RECENSEMENT 40
3.2. LES TYPES DE DISPOSITIFS PRÉSENTS SUR LE TERRITOIRE 43
3.3. SYNTHÈSE CARTOGRAPHIQUE ET STATISTIQUE DE L'ÉTAT DES LIEUX DES DISPOSITIFS SUR LE TERRITOIRE 45
3.4. QUELLES PRINCIPALES INFRACTIONS RENCONTRÉES SUR LA COMMUNE ? 51
3.5. LES SECTEURS À ENJEUX 54
ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 68
1. PRÉAMBULE 69
2. LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP .. 70
2.1. ORIENTATIONS GÉNÉRALES 71
2.2. ORIENTATIONS SECTORISÉES 72
JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS 77
1. MOTIFS DE DÉLIMITATION DU ZONAGE 78
1.1. ZONE DE PUBLICITE 1A (ZP1A) : SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE 78
1.2. ZONE DE PUBLICITE 1B (ZP1B) : ESPACES PATRIMONIAUX LITTORAUX . 79
1.3. ZONE DE PUBLICITE 2 (ZP2) : SECTEURS AGGLOMÉRÉS À DOMINANTE RÉSIDENTIELLE 80
1.4. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : ENTRÉES DE VILLE ET AXES STRUCTURANTS DU TERRITOIRE 80
1.5. ZONE DE PUBLICITE 4 (ZP4) : ZONES D'ACTIVITES COMMERCIALES 81
2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE RÈGLEMENTAIRE 83

2.1. DISPOSITIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES 83
2.2. PRINCIPALES RÈGLES PAR ZONE DE PUBLICITE OU SECTEURS SPÉCIFIQUES..... 85



1 Préambule

1. CONTEXTE LÉGISLATIF ET RÉGLEMENTAIRE

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, le Code de l'Environnement a été réformé par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012.

La réforme de la réglementation nationale de publicité extérieure est applicable depuis le 1er Juillet 2012.

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la Réglementation Nationale de Publicité (RNP), la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager du territoire, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables. L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

1.1. POURQUOI RÉALISER UN RLP SUR LA COMMUNE DE PORNIC ?

La commune de Pornic a mis en place un Règlement Local de Publicité en 2000, un document qui visait l'encadrement de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes de la commune et une certaine harmonisation. L'application de ce RLP a permis une certaine harmonisation et maîtrise des paysages urbains quant à l'affichage publicitaire, la commune présente ainsi un cadre de vie préservé.

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Adopté avant la loi n°2010-788 du 12/07/2010 ou loi « Grenelle II », la commune disposait d'un ancien RLP dit de « 1ère génération ». Les RLP de 1ère génération tels que ce dernier étaient valables jusqu'au 14 janvier 2021.

En parallèle de la révision de son Plan Local d'Urbanisme, la commune de Pornic, qui affiche de nouvelles ambitions de protection du paysage et du patrimoine, est amenée à réviser son RLP et ainsi s'adapter aux évolutions législatives récentes portant sur la publicité extérieure.

La commune de Pornic a également connu un développement urbain non négligeable cette dernière décennie, ayant eu pour effet la formation de nouvelles entités urbaines, une modification des limites d'agglomération et le renforcement de dynamiques et attractivités économiques à mettre en parallèle avec les enjeux liés au cadre de vie et au patrimoine. Il s'agit de permettre un rééquilibrage entre besoins publicitaires liés aux dynamiques économiques actuelles et protection du cadre de vie.

D'autre part, l'élaboration de ce RLP conjointement à celle du PLU permet une synergie entre ces documents et une vision transversale des enjeux que présente le territoire, en particulier en lien avec la création d'un SPR.

1.2. CHAMP D'APPLICATION DU RÈGLEMENT

Conformément à l'article L 581-2 du Code de l'Environnement, les publicités, enseignes, préenseignes qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une parcelle privée, dès lors qu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, doivent respecter les dispositions législatives et réglementaires du Code de l'Environnement et du RLP.

1.3. CONTENU DU RLP

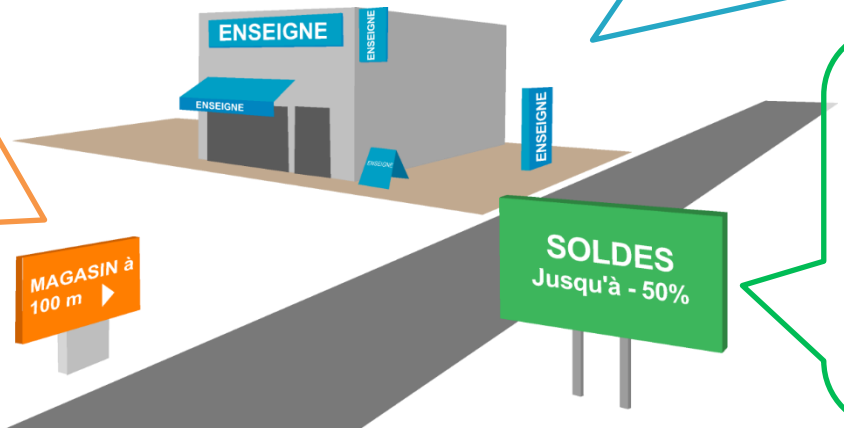
Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- **Des annexes :** les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones de publicité identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par les maires délégués sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

2. PRINCIPALES DÉFINITIONS

Préenseigne :
Inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Enseigne :
Inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce



Publicité :
Inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention

2.1. LES DISPOSITIFS RELEVANT DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

2.1.1. Définitions générales

L'article L. 581-3 du Code de l'Environnement définit les dispositifs suivants relevant de la publicité extérieure :

- **Publicité :** toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention ;
- **Enseigne :** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce ;
- **Préenseigne :** toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

Définitions issues du guide pratique du Ministère « La réglementation de la publicité extérieure » (p.11, 12 et 13).

Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique : voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Ces dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Préenseigne dérogatoire

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestions exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement. La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement courait jusqu'au 13 juillet 2015.

Activités bénéficiaires	Avant 13/07/2015	Après 13/07/2015	Nombre	Distance
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	oui	✗		
Service public ou d'urgence	oui	✗		
Activité en retrait de la voie	oui	✗		
Monuments historiques (ouverts à la visite)	oui	✓	4	10 km
Vente produits du terroir	oui	✓	2	5 km
Activité culturelle		✓	2	5 km

Exemple sur le territoire de préenseigne aujourd'hui non dérogatoire

La dérogation relative aux préenseignes particulièrement utiles pour les personnes en déplacement a pris fin le 13 juillet 2015. Ces activités sont notamment les garages, les stations-services, les restaurants (y compris ceux qui vendent des produits du terroir) et les hôtels.

Les produits du terroir correspondent à des produits locaux qu'il n'est pas possible de trouver dans une autre région. Exemple : Les AOC (Cantal, Salers, etc.). Les restaurants ou auberges qui proposent des produits du terroir, associé aux activités utiles aux personnes en déplacement, ne peuvent implanter une pré-enseigne. Les panneaux de vente de produits à la ferme (s'ils ne relèvent pas de la définition des produits du terroir) ne constituent pas des préenseignes dérogatoires pouvant être autorisées le long des RD et voies communales.

Elles peuvent en revanche être signalées dans les conditions définies par la circulation routière (ex : SIL)

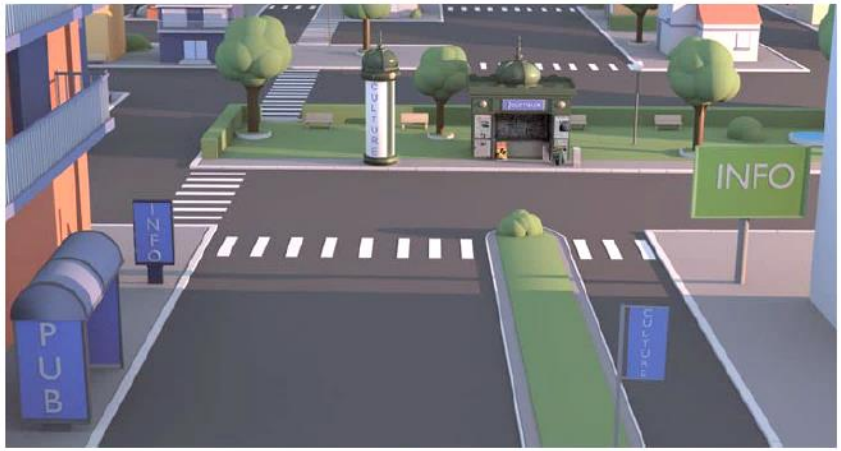
Sont qualifiées comme activités culturelles les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques. Nouveauté de la loi ENE, les activités culturelles ne recouvrent pas les établissements culturels, à l'exception des Monuments Historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

2.1.2. Supports spécifiques

Le mobilier urbain

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

Mobilier urbain pouvant supporter de la publicité : les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

(Source : Guide pratique - La règlementation de la publicité extérieure – MEDDE)

Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.

Les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46).

Les bâches

Les bâches comprennent :

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

Les enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

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

Exemple de dispositif temporaire sur le territoire

Exemple d'enseigne immobilière sur le territoire

Le RLP peut adapter ces règles (nombre, format, durée d'affichage autorisée, etc.).

Il s'agit d'un enjeu fort au regard du nombre important de manifestations sur le territoire.

2.2. LES DISPOSITIFS NE RELEVANT PAS DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Les dispositifs ne relevant pas de la publicité extérieure et ne pouvant être règlementés par un RLP sont les suivants :

Catégorie de dispositifs et objectifs	Exemples
SIL : signalétique d'information locale	
Objectifs : guider l'usager en signalant les services ou équipements de proximité	
Directionnelle	
Objectifs : guider l'usager en déplacement vers les destinations à moyenne et longue distances	
Touristique	
Objectifs : guider l'usager vers les curiosités culturelles et touristiques	
Panneaux CE	
Objectifs : guider l'usager en indiquant les services ou équipements de proximité	

Panneaux d'information communale

- Objectifs : diffuser à la population les informations municipales, d'intérêt général, associations, manifestations, etc.

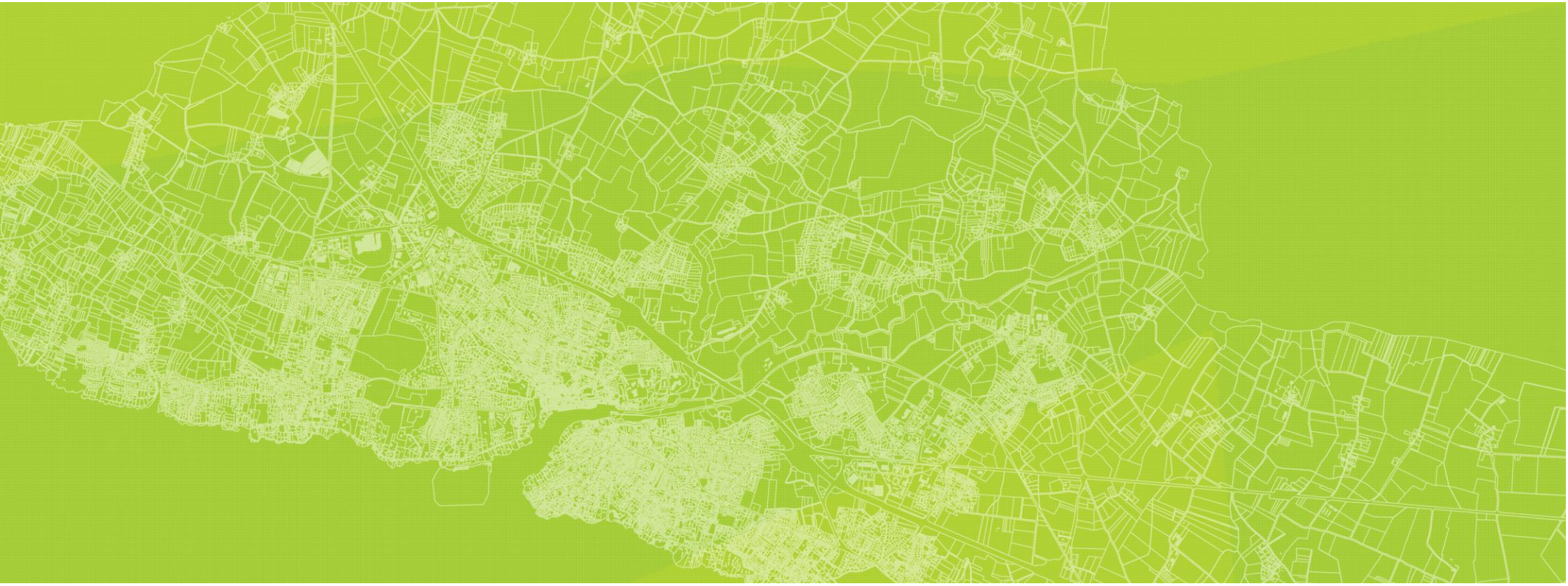
2.3. DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ DES DISPOSITIFS

Pour le Règlement National de Publicité (RNP)	**2015**	• Suppression des préenseignes dérogatoires (activités utiles aux personnes en déplacements) • Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012
	2018	• Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012 • Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités)
Pour le futur Règlement Local de Publicité	**6 ans**	• Pour la mise en conformité des enseignes existantes
	2 ans	• Pour la mise en conformité des publicités / préenseignes

2.4. COMPÉTENCES

Lorsqu'un RLP est approuvé, l'instruction des autorisations et déclarations préalables relatives aux dispositifs de publicité est de l'autorité du Maire.

Le pouvoir de Police est transféré au Maire (le Préfet a un pouvoir de substitution en cas de carence des Maires en matière de Police).



2 DIAGNOSTIC

1. CONTEXTE COMMUNAL

1.1. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE

La Commune de Pornic présente une superficie totale de 9 420 hectares. Les 15 700 habitants résidant sur le territoire communal sont répartis entre le centre-ville, les villages, les hameaux et les écarts. Pornic est l'une de 19 communes de plus de 10 000 habitants de Loire-Atlantique.

Commune littorale, Pornic se situe à une trentaine de kilomètres au sud-est de Saint-Nazaire et à 50 kilomètres à l'ouest de Nantes. Le territoire est traversé par la RD213, aussi nommée « route bleue », reliant Guérande aux Moutiers-en-Retz qui permet l'accès à Pornic via 3 échangeurs. La gare de Pornic est le terminus de la ligne ferroviaire Nantes – Pornic.

Pornic se divise en ville haute et ville basse. La ville haute accueille l'église et l'hôpital. La ville basse s'étend le long du port, avec ses quais, son môle et son vieux château.

Pornic a fusionné en 1973 avec l'ancienne commune du Clion-sur-Mer (dont les habitants s'appellent les Clionnais), puis en 2007 avec l'ancienne commune de Sainte-Marie-sur-Mer (dont les habitants s'appellent les Sanmaritains).

Depuis le 1er janvier 2017, la Commune de Pornic fait partie de la Communauté d'Agglomération Pornic Agglo Pays de Retz. Pornic Agglo Pays de Retz est issue de la fusion de la Communauté de communes de Pornic et de la Communauté de communes Cœur Pays de Retz auxquelles s'est ajoutée la commune de Villeneuve-en-Retz.

La nouvelle Communauté d'Agglomération regroupe les communes de Pornic, Saint-Michel Chef Chef, La Plaine sur Mer, Préfailles, Chauvé, Chaumes en Retz (fusion de Arthon en Retz et Chéméré), La Bernerie en Retz, Les Moutiers en Retz, Vue, Rouans, Cheix en Retz, Port Saint Père, Saint Hilaire de Chaléons, Sainte Pazanne, Villeneuve-en-Retz soit 15 communes et 62 330 habitants au total.

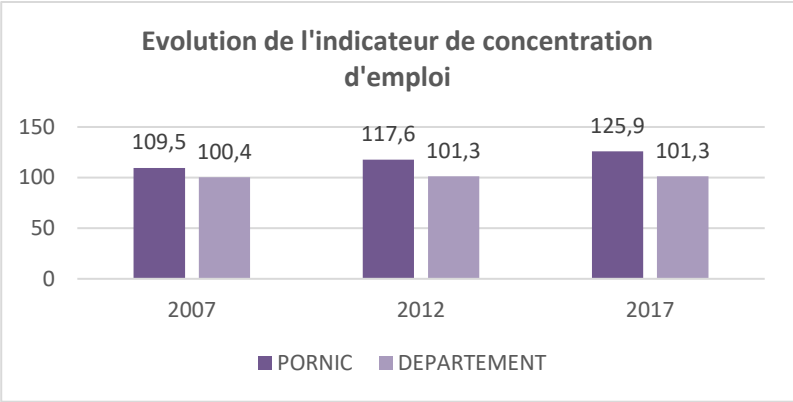
Pornic fait également partie du PETR du SCoT du Pays de Retz, qui comprend 4 intercommunalités :

- Les 15 communes de la Communauté d'Agglomération Pornic Agglo Agglomération
- Les 8 communes de la Communauté de Communes Sud Retz Atlantique
- Les 6 communes de la Communauté de Communes de Sud Estuaire
- Les 9 communes de la Communauté de communes de Grand Lieu.

Soit 38 communes au total et près de 150 000 habitants. Le SCOT du Pays de Retz a été approuvé le 28 juin 2013.

1.2. CONTEXTE ECONOMIQUE

L'indicateur de concentration d'emploi correspond au nombre d'emplois sur le territoire pour 100 actifs ayant un emploi résidant sur le territoire.



Source : INSEE -RP2017

Sur la commune, l'ICE est en augmentation sur ces 5 dernières années, passant de 109,5 en 2007 à 125,9 en 2017. Cet ICE est supérieur à 100 et au-dessus des résultats du département (101,4) sur l'année 2017.

L'indice de concentration d'emplois met ainsi en évidence le rôle de pôle d'emplois de la ville à l'échelle du Pays de Retz. L'orientation du tissu économique tend à la résidentialisation avec une offre en commerces et services rayonnant sur une grande partie du Pays de Retz grâce notamment aux zones commerciales de périphérie accessibles par les grands axes routiers.

En ce qui concerne le taux de chômage, comme à l'échelle nationale, il a augmenté sur la commune, passant de 8,7% en 2010 à 11,5% en 2015. En comparaison, le taux de chômage s'élève à 12% sur le département et à 10,1% sur l'intercommunalité en 2015. Malgré son augmentation en 5 ans, le taux de chômage de la commune reste semblable aux résultats observés aux échelles supra-communales.

En ce qui concerne le lieu de travail des actifs, on constate que plus de 52% des actifs de Pornic travaillent sur la commune. Ce résultat est largement supérieur à celui enregistré sur le département et l'intercommunalité (30%).

Au 31 décembre 2015, le territoire communal compte 2 087 établissements.

On peut relever que les établissements liés aux activités tertiaires sont particulièrement nombreux (72,6% des établissements) et génèrent plus de 58% des postes salariés, en lien notamment avec la vocation touristique du territoire.

Le second secteur le plus développé sur le territoire est le secteur « Administration publique, enseignement, santé et action sociale » qui compte 251 établissements, soit 12% de l'ensemble des établissements communaux. Parmi ces 251 établissements, seul un quart compte des salariés, pourtant ce secteur regroupe plus de 28% des postes salariés sur le territoire, ce qui est significatif.

Sur la commune, 168 établissements appartiennent au secteur de la construction, soit 8% des établissements de Pornic. Ce secteur emploie 306 salariés, soit 6% des postes salariés de la commune.

La commune compte 85 établissements relevant du secteur de l'industrie qui regroupe 342 postes salariés.

Les 68 établissements relevant du secteur d'activité « Agriculture, sylviculture et pêche » regroupent seulement 3,3% des postes salariés (0,5% de la masse salariale communale).

Les entreprises présentent majoritairement une taille modeste : 1 981 des 2 087 établissements existants comptent moins de 10 salariés (soit environ 95% des établissements).

17 établissements de plus de 50 salariés sont présents sur la commune. Un établissement de 50 salariés appartient au secteur industriel.

8 établissements d'importance regroupent près de 800 salariés au sein du secteur « commerces, transports et services divers », il s'agit notamment des supermarchés de la commune : Super U, Intermarché, Leclerc, mais aussi les entreprises commerciales de type Macdonald, Bricomarché, le casino, la thalasso...

Enfin, 8 autres établissements du secteur « Administration publique, enseignement, santé et action sociale » emploient plus de 800 salariés. Ces établissements correspondent notamment aux structures d'accueil pour les personnes âgées, à l'hôpital de Pornic, aux collèges et au lycée.

Selon le classement des 500 plus grosses entreprises de Loire-Atlantique, 7 sont localisée sur Pornic (SOPODI Ouest, VINSABEL, INIT SYS, OCEANS, LA SOURCE…) témoignant du rôle de pôle d'emploi de Pornic.

Au final, le territoire de Pornic est caractérisé par un tissu de petites entreprises, portées par la présence de nombreux établissements qui structurent la dynamique économique communale.

La commune de Pornic dispose de plusieurs pôles commerciaux qui regroupent une offre particulièrement riche en termes de commerces et de services. Cette répartition de l'offre commerciale selon différents secteurs permet de maintenir le dynamisme communal à l'échelle de tout le tissu urbain :

- **Le secteur du vieux port** qui correspond à l'emplacement n°1 de Pornic, qui a été réaménagé avec un espace de rencontre donnant la priorité aux piétons. La charte architecturale des façades et des terrasses du Vieux Port été réalisée afin de conserver et renforcer le charme du port.

- **Les halles** représentent le cœur historique de la commune à travers ses ruelles piétonnes.

- **La ville haute**, située entre les halles et le vieux port, dispose d'un espace commercial bien développé et caractérisé par une architecture traditionnelle.

- **Les secteurs de Clion et Sainte-Marie** présentent une offre commerciale de proximité en centre-bourg.

Cette offre commerciale est complétée par la présence de trois marchés permanents (le marché de la Birochère deux fois par semaine, le marché de Pornic sur la place des Halles deux fois par semaine ainsi que le marché de Sainte-Marie-sur-Mer qui se tient devant l'église le mercredi et le samedi matin).

La commune de Pornic a souhaité être assistée par le CAUE lors des réflexions menées pour renforcer l'attractivité touristique et commerciale de la ville haute, notamment par la requalification de ses façades et la facilitation des liaisons avec le port.

Suite au diagnostic des atouts et des faiblesses du tissu commercial de la ville haute de Pornic, l'étude propose de nombreuses préconisations pour valoriser l'offre telle que des plans de colorations « qualifiantes » des façades commerciales, remplacement de mobilier urbain, dispositif d'éclairage sélectif et dynamique, incitation des commerçants pour la requalification des aménagements commerciaux, information sur l'histoire de certains bâtiments (halles).

L'économie locale de Pornic s'appuie aussi sur la présence de plusieurs zones d'activités périphériques :

- **Le Centre commercial Pornic Ouest** aussi connu sous le nom de Zone des Terres-Jarries, qui regroupe des enseignes de proximité

- **Le Parc d'activités du centre commercial de l'Europe** représente une surface de 30 hectares autour de l'hypermarché

Leclerc regroupant un pôle commercial, des bureaux ainsi que des services aux professionnels du BTP

- **La Chaussée**, pôle de services et de bureaux avec notamment l'hôpital local, la gendarmerie, les bureaux de la communauté d'agglomération et du commerce. Cette zone a la particularité de comprendre deux sites puisqu'une extension récente, **Le Chaudron**, pôle de loisirs, accueille un cinéma, des enseignes autour du sport et du loisir et de la restauration

- **Les Gentelleries**, zone commerciale

- **Le Val Saint-Martin**, zone d'activités tertiaires, d'hôtellerie et d'équipements d'enseignement

- **La Blavetière**, zone artisanale étendue sur 30 hectares, spécifiquement consacrée aux artisans et aux très petites entreprises

- **La Ria**, zone à dominante d'habitat mais qui concentre en partie nord du canal de Haute-Perche des activités stratégiques pour la fréquentation touristique avec la construction du nouveau casino, d'un hôtel et à terme d'une résidence de tourisme ; elle correspond à une zone de reconquête d'un espace naturel au cœur de la ville.

En matière économique, le SCOT du Pays de Retz identifie sur le territoire communal de Pornic une zone spécialisée. Il s'agit du site du Val Saint Martin à la vocation de services tertiaires affirmée. Le document d'aménagement commercial (DAC) détermine en outre deux ZACom de développement correspondant aux sites de la zone de l'Europe – les Terres Jarries et des Gentelleries.

Le maintien de l'activité agricole de type élevage, prépondérante sur la commune de Pornic, revêt une importance particulièrement pour permettre l'entretien des paysages et des milieux naturels, en particulier au niveau de l'arrière-pays et de son plateau bocager légèrement vallonné au milieu duquel le canal de Haute Perche a creusé son lit[1].

Le SCOT du Pays de Retz confère à l'espace agricole une protection d'au moins 20 ans garantissant aux exploitants un statut pérenne de leur outil. Il délimite ainsi une superficie « d'espaces agricoles pérennes » de l'ordre de 29 280 hectares à l'échelle du territoire de la Communauté d'agglomération « Pornic agglo Pays de Retz »[2].

On constate ces dernières années, malgré la diminution globale du nombre des exploitations, une attractivité pour de jeunes exploitants et l'implantation de nouveaux sièges, souvent freinés par les dispositions réglementaires découlant de la loi Littoral.

On recense 67 exploitations professionnelles. Un inventaire agricole est en cours de réalisation pour approfondir l'état des connaissances sur les outils de production et leurs projets. Cet inventaire permettra d'enrichir ce diagnostic et d'apporter des justifications à la préservation des espaces naturels, agricoles et forestiers.

L'agriculture est un partenaire actif qui s'invite également dans les espaces sous plan de gestion public tels que les espaces naturels sensibles (ENS de La Fontaine aux Bretons sur lequel un exploitant travaille en éco pâturage et ENS du Port aux Goths – Portmain où le département souhaite mettre en place le même type de valorisation) et les espaces naturels en opération (coulée verte de la ZAC de La Corbinière où un projet d'éco pâturage va être installé).

L'agriculture pornicaise, c'est aussi une production de petits fruits dont la transformation profite à des enseignes emblématiques (exemple de La

[1] PAC 2018

[2] PAC 2018

Fraiseraie) ainsi que maraîchère de façon plus générale, même si cette production reste encore mineure par rapport aux autres.

Ville phare de la Côte de Jade, Pornic est une station balnéaire réputée depuis la fin du XIXème siècle. Les 15 700 habitants permanents apprécient la qualité du cadre de vie de la commune et sa façade littoral qui attire notamment plus de 50 000 personnes en période estivale. Plusieurs grands éléments participent de la vocation touristique du territoire.

Son cadre naturel : Pornic compte au total 12 plages sur son territoire qui vont de la petite crique à la grande plage ouverte sur l'océan. La plupart des plages sont surveillées en saison et disposent d'accès pour PMR.

Sa programmation culturelle qualitative et annuelle : le festival de la chanson café, le carnaval de printemps, la déferlante, le festival Pornic Classique, les Estivales, les Ailes Bleues, le festival Clameurs d'été, Ride in Pornic…

Son offre en équipements de loisirs : base nautique de la Noëveillard, le golf Bluegreen, Aquacentre, …

Ses éléments patrimoniaux : Le Château de Pornic, le port de pêche, ses villas balnéaires, son centre médiéval…

La commune dispose de **nombreux établissements d'hébergement :**

- La commune compte 7 campings (le camping Le Pâtisseau, La Chênaie, Le Port Chéri, Les Bleuets, le camping du golf, La Madrague, La Boutinardière).

- La commune dispose de 6 hôtels qui représentent une capacité d'hébergement de 280 chambres (Le Mauritia, Alliance Pornic Resort Hotel thalasso et SPA, Les Sablons, Saléa Hotel et Beau Soleil, ouverture prochaine de West Hotel).

- 85 locations de vacances sont recensées selon l'office de tourisme de Pornic (maisons, appartements, mobil-homes…).

- 9 établissements proposant des chambres d'hôtes sont identifiés sur Pornic.

- La commune compte une aire de ravitaillement pour camping-car au Val Saint-Martin. Une aire de stationnement est prévue par le PLU en cours d'élaboration.

1.3. CONTEXTE VIAIRE

Le réseau routier de la commune de Pornic s'organise selon une hiérarchie viaire composée de niveaux :

Les axes routiers principaux offrent à Pornic une position de « carrefour littoral » d'importance au sein du département de Loire-Atlantique. La RD213, aussi nommée la « Route Bleue » traverse le Pays de Retz du nord au sud et relie le littoral du Pays de Retz, vers le nord, à Saint-Nazaire et à la Bretagne, vers le sud à la Vendée. Cette voie est d'ailleurs concernée par la loi Barnier, c'est-à-dire qu'une bande de recul de 100 mètres est affectée de part et d'autre de la voirie. Cette bande de 100 mètres est inconstructible hors agglomération. La RD213 est une liaison structurante depuis l'extrémité ouest du territoire communal jusqu'au sud-est du centre-ville.

La RD751, aussi nommée « route de Pornic » ou « route de Nantes », représente une route principale depuis sa jonction à la RD213 jusqu'à la limite Est du territoire communal. La route 751 permet de relier le territoire à Nantes en environ 45 minutes.

La RD213 dite « Route Bleue » et la RD751 dite « Route de Pornic » sont identifiées comme routes à grande circulation.

Les routes principales sont bidirectionnelles et assurent les liaisons de moyenne et courtes distances. La RD13 relie la partie ouest du centre-ville de Pornic vers la partie ouest du territoire, et plus largement la commune de La Plaine sur Mer. La RD13 dessert aussi la partie sud-est du territoire et une partie du littoral du Pays de Retz. La RD13 intersecte la RD286 au niveau de la zone commerciale de l'Europe. Cette RD286 relie la façade littorale de Pornic vers le sud et croise au nord la RD213 (route bleue) et plus haut la RD86. La RD86 fait le lien entre le sud du territoire de Pornic et notamment le port de la Noëveillard. Cette route départementale dessert la RD231 à proximité du pôle sportif communal et poursuit sa trajectoire au nord du territoire pour rejoindre la commune de Saint Père en Retz. La RD97 traverse la partie est du territoire et permet de relier Saint Père en Retz et La Bernerie en Retz, en desservant le bourg du Clion. Les RD66, RD67 et RD5 représentent des axes qui rayonnent autour d'Arthon en Retz (aujourd'hui Chaumes en Retz) pour rejoindre la façade littorale sud-est du Pays de Retz.

De nombreuses **voies communales** viennent compléter ce réseau de voies départementales afin de desservir les hameaux et villages du territoire, ainsi que les zones d'habitations plus isolées.

La densité du réseau routier et la traversée de la route bleue sur le territoire communal explique l'importance de l'utilisation de la voiture par les Pornicais, notamment dans les déplacements domicile-travail. Effectivement, la voiture représente plus de 83% des déplacements domicile – travail des habitants de Pornic. A l'échelle du département cette part est réduite en raison d'un réseau de transport en commun plus développé.

L'utilisation des modes doux représente 7,5% des déplacements domicile-travail contre moins de 7% sur l'intercommunalité et 9,4% sur le département.

Au niveau des entrées dans l'agglomération, le décalage peut parfois être important entre le panneau d'entrée d'agglomération et l'entrée « ressentie », générant des vitesses excessives à proximité du centre-ville. Le tissu urbain a tendance à s'étirer le long de la RD213, soit la route bleue. Cette situation rend donc l'identification des entrées de bourg plus difficile et n'invite pas à une réduction des vitesses.

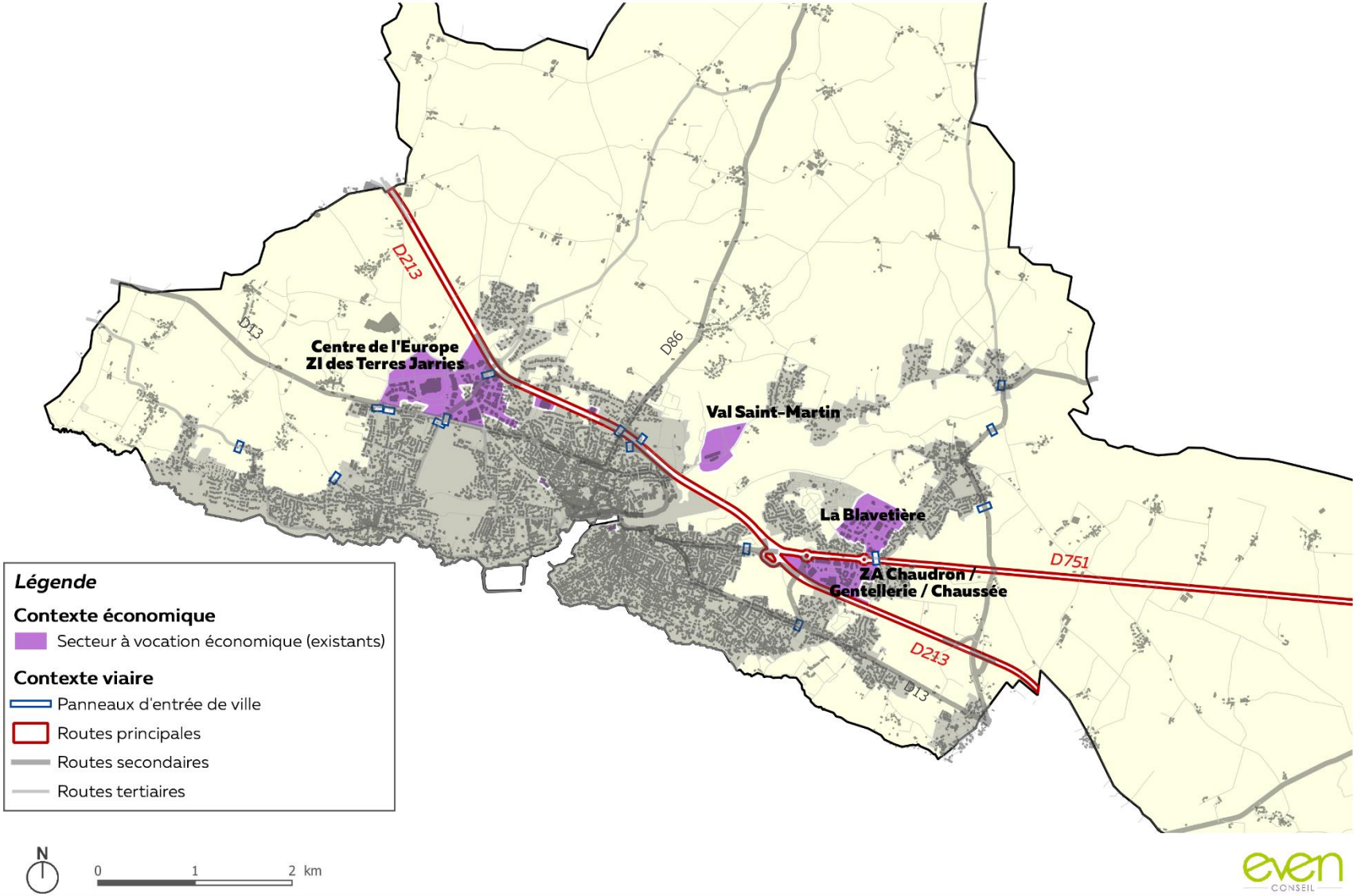
De plus, on constate que certains croisements au sein du centre-ville sont dangereux car peu sécurisés, notamment le long du Boulevard Linz. Dans ce contexte, la commune a engagé des réflexions afin d'améliorer la traversée du centre et a aménagé un giratoire.

Enfin les travaux entrepris entre la ZAC de la Ria et l'îlot du Chaudron de la ZAC de La Chaussée permettent à la fois de sécuriser les échangeurs de la Route Bleue et ceux des modes doux qui disposeront enfin de continuités de traversée qui n'existaient pas.

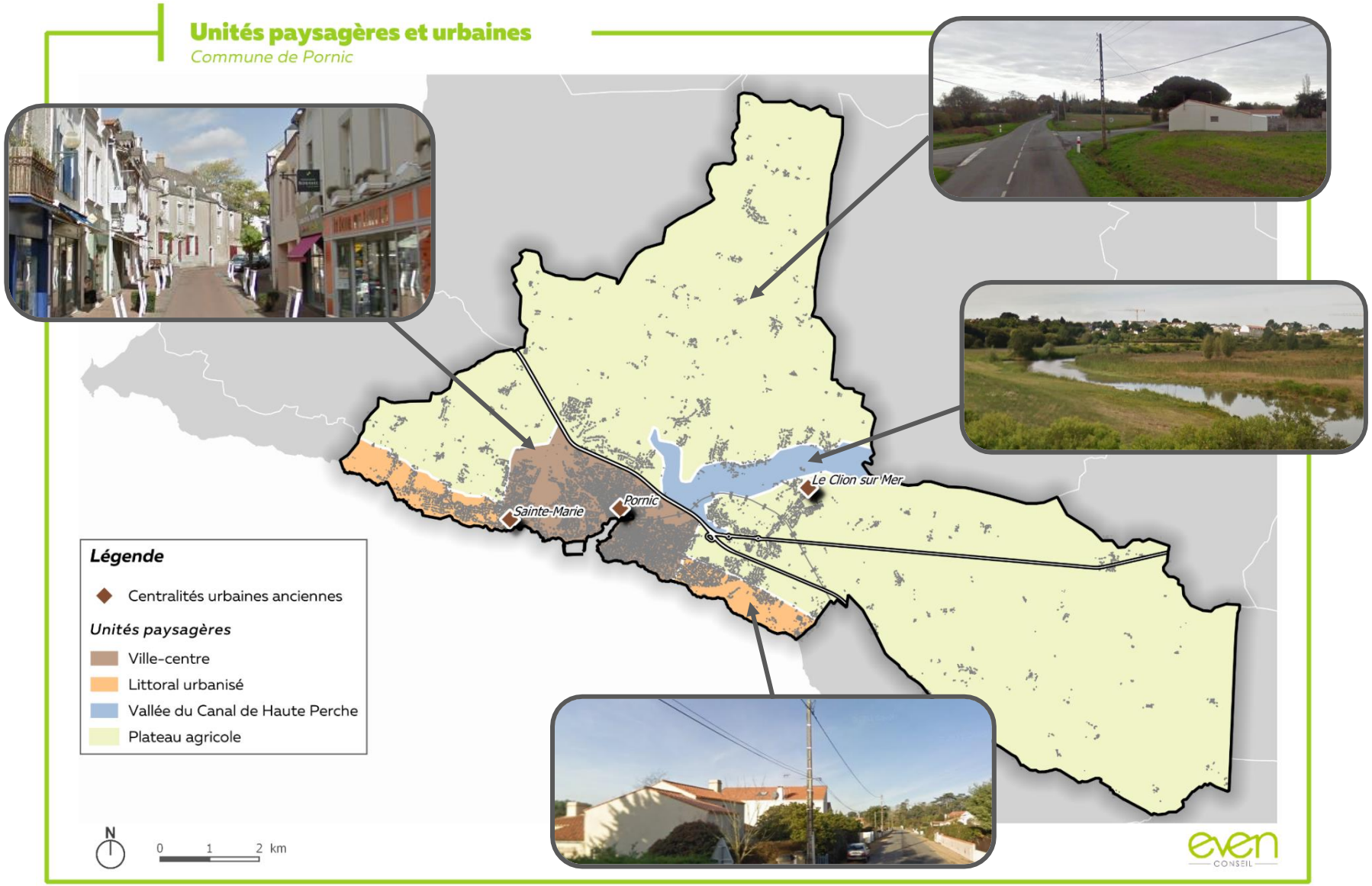
Le SCOT du Pays de Retz souligne l'enjeu de fluidification du trafic nord de Pornic au pourtour des RD13 et RD213 (route bleue) ainsi que sur l'itinéraire menant à Saint Père en Retz.

Le contexte économique et viaire

Commune de Pornic



1.4. CONTEXTE PAYSAGER ET PATRIMONIAL



1.4.1. Le patrimoine bâti

Le patrimoine bâti du Pornic est varié et concerne toutes les époques de la constitution de la ville : les mégalithes, le bâti traditionnel de la ville ancienne, l'architecture balnéaire, le patrimoine industriel ...

De façon à préciser l'état du patrimoine et à faciliter l'instruction des permis de construire, un inventaire du bâti a été réalisé pour l'ensemble du territoire d'étude.

La classification évalue la valeur patrimoniale selon plusieurs niveaux :

- les monuments historiques
- le bâti remarquable
- le bâti traditionnel de qualité
- le bâti traditionnel d'accompagnement
- le bâti balnéaire
- le bâti balnéaire d'accompagnement
- le bâti moderne
- le bâti moderne d'accompagnement
- le bâti de faible intérêt patrimonial

Les immeubles "remarquables" se singularisent par rapport au reste du patrimoine de la ville, par leur architecture, par leur usage, par leur place symbolique dans la commune.

Les immeubles "de qualité" constituent le fond patrimonial de la ville. Ils donnent corps à l'ambiance urbaine et à l'identité particulière de Pornic.

Ces immeubles sont identifiés "d'accompagnement" s'ils sont de moindre intérêt au regard des autres immeubles de même typologie ou bien s'ils ont subi des transformations inadaptées en façade.

Les immeubles "de faible intérêt" ne présentent aucun intérêt particulier d'un point de vue strictement patrimonial.

Il s'agit soit d'immeubles traditionnels, balnéaires ou modernes largement remaniés dont le retour à l'état d'origine semble impossible, soit d'immeubles récents.

Bâti remarquable

1.4.2. Le patrimoine urbain et paysager

D'autres éléments participent aux qualités patrimoniales du territoire :

- Les petits éléments de patrimoine (puits, portails, calvaires...)
- Les clôtures anciennes
- Les arbres remarquables

- Les alignements d'arbres
- Le boisements (couvert végétal)
- Les cônes de vue
- Les espaces publics (rues, ruelles du centre ancien, les quais du port, les rues et chemins de la ville balnéaire)

Arbres remarquables et alignements d'arbres

Ces éléments ne font pas l'objet d'une protection vis-à-vis de l'affichage publicitaire.

1.4.3. Protection et études existantes

La commune bénéficie, sur son littoral, de 4 PDA (Périmètres Délimités des Abords des monuments historiques) et de 4 sites inscrits et classés.

Une étude ancienne avait défini un périmètre de ZPPAUP (Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager) s'étendant sur le centre ancien, la Noëveillard jusqu'à l'entrée de Sainte-Marie et la partie nord de Gourmalon.

1.4.4. Une première proposition de périmètre

A partir de ces éléments et de l'inventaire du patrimoine réalisé sur le littoral, un périmètre de Site Patrimonial Remarquable est proposé. Il englobe :

- Le centre ancien et ses abords
- Les quais et le port
- Gourmalon
- Une partie du littoral Ouest jusqu'à la plage des Sablons (La Noëveillard, Sainte-Marie et une partie de son bourg, la bande littorale boisée).

Pornic possède un patrimoine exceptionnel, lié à ses paysages et à l'histoire de son territoire.

La phase de diagnostic a fait l'inventaire du patrimoine en résultant :

- Un bâti de qualité à préserver, d'une grande richesse (mégalithes, château, édifices religieux, habitat traditionnel et balnéaire...),
- Une morphologie urbaine et une typologie du bâti spécifiques aux différentes implantations des constructions dans la ville ancienne et les différents quartiers balnéaires,
- Des paysages et points de vue remarquables.

L'approche environnementale a exposé la manière dont ce patrimoine s'est implanté sur le territoire, son climat, et comment aujourd'hui, il est encore possible et indispensable de tenir compte de ces paramètres, tout en les hiérarchisant par rapport à la qualité des sites.

Le Site Patrimonial Remarquable s'attachera donc à préserver les paysages et le bâti qui constituent l'identité et la qualité de Pornic, en veillant à permettre l'évolution et l'extension de la ville dans le respect à la fois des paysages existants, des nécessités et des contraintes environnementales des lieux.

Une proposition de périmètre pour un SPR, en bleu

2. LE CADRE REGLEMENTAIRE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE TERRITOIRE COMMUNAL

2.1. LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

Régi par le Code de la Route et Code de l'Environnement, le territoire est soumis aux dispositions relatives à :

2.1.1. La notion géographique de l'agglomération

L'adoption d'un RLP impose la détermination des limites d'agglomération.

En effet parmi les annexes que doit comporter un RLP (R.581-78) il est exigé la présence d'un document graphique où les limites de ou des agglomérations sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant les agglomérations.

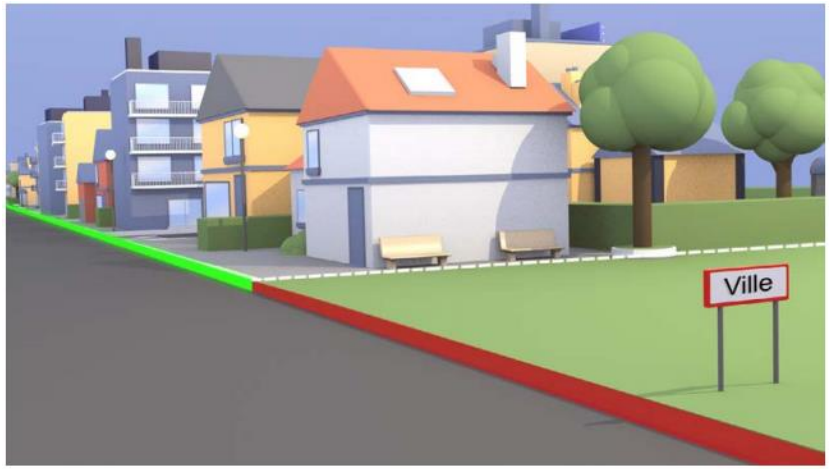
Un des principes fondamentaux du droit de la publicité est l'interdiction de la publicité hors agglomération, en l'admettant au sein de l'agglomération.

- ***Publicités et préenseignes : interdites hors agglomération***
- ***Enseignes : autorisées en agglomération et hors agglomération***

Agglomération : Au sens de 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 signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. » Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).

(Source : Guide pratique - La règlementation de la publicité extérieure – MEDDE)



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

(Source : Guide pratique - La règlementation de la publicité extérieure – MEDDE)

La notion géographique d'agglomération a été redéfini au travers du travail sur le RLP, en s'appuyant sur les panneaux d'entrée de ville mais aussi sur les réflexions menées dans le cadre du PLU, concernant notamment les enveloppes urbaines des bourgs, villages et principaux hameaux.

La méthodologie employée pour délimiter les enveloppes d'agglomérations s'appuie sur les éléments suivants :

- Les zones urbaines du PLU ;
- La position des panneaux d'entrée/sortie d'agglomération ;
- La continuité urbaine ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non urbaine vers une zone urbaine ;

Hors agglomération principale (villages principaux) :

- Des bâtiments agglomérés aux abords du réseau routier principal.

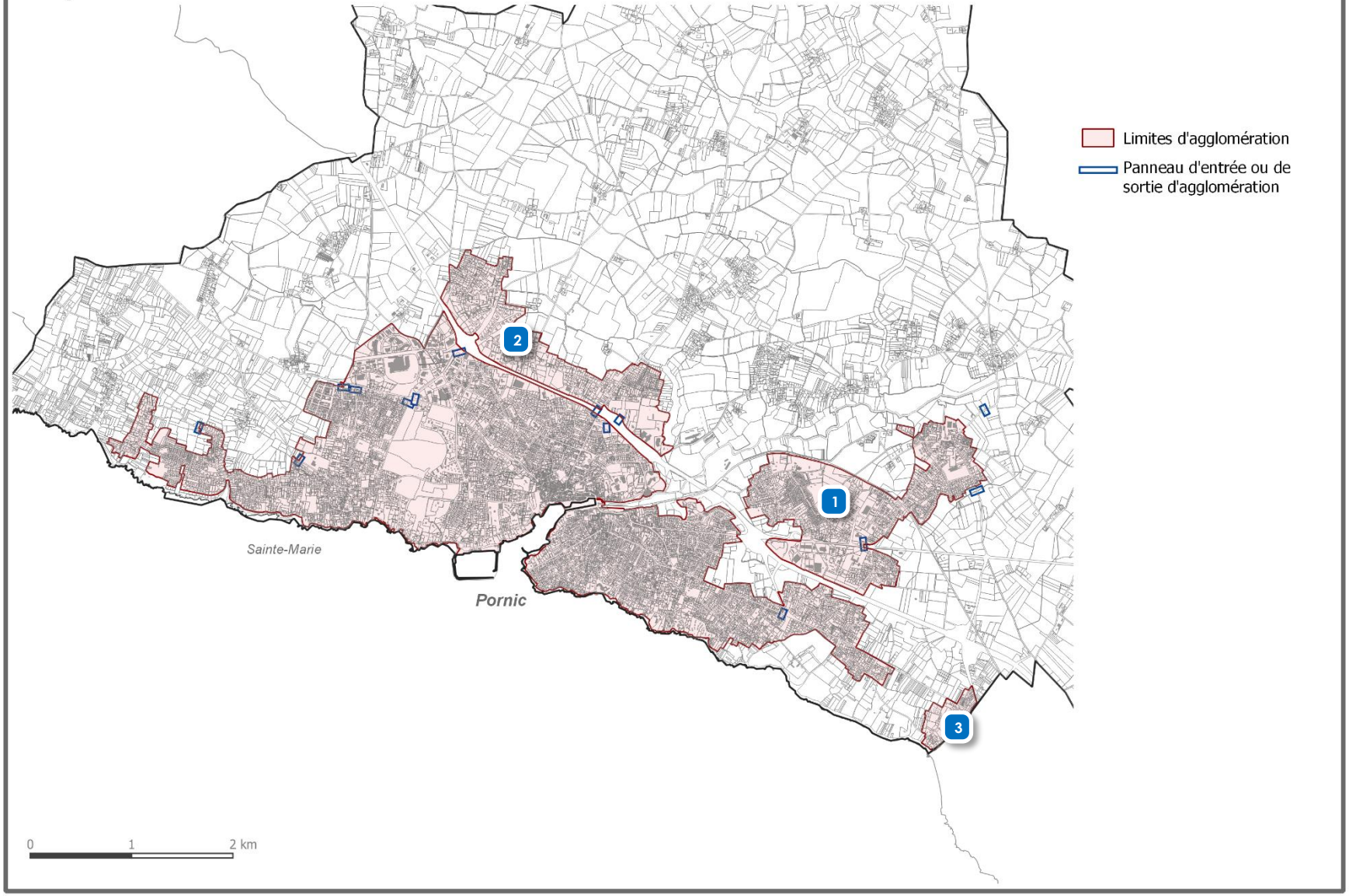
Sur le territoire communal de Pornic, peuvent être distinguées les enveloppes d'agglomération suivantes :

- **1 agglomération principale :** Pornic
- **3 agglomérations secondaires, la RD213 créant une rupture de continuité d'agglomération :**
  - N°1 : Ensemble agglomérée regroupant les zones d'activités du Chaudron/Gentellerie et Chaussée, la Blavetière, La Bossarzerie, La Porcherie, La Caradouère, La Rivaudière Les Grandes Maisons et Le Clion-sur-Mer
  - N°2 : Ensemble de lieux-dits La Ficaudière – La Janvrie – Les Trois Croix
  - N°3 : Ensemble de lieux-dits « La Boutinardière – La Briquerie » limitrophe à la commune de La Bernerie-en-Retz

Les agglomérations sont représentées sur la carte page suivante.

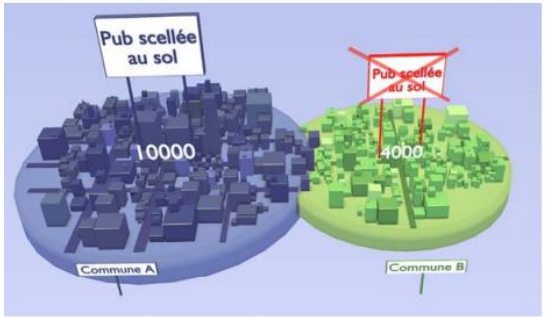
Limites d'agglomération

RLP Pornic

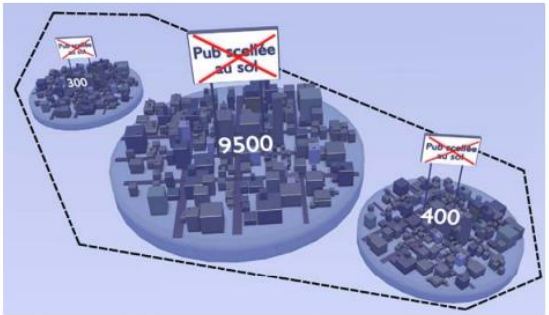


2.1.2. La notion démographique d'agglomération

Avec la réglementation nationale, les règles sont différentes entre les communes de **moins de 10 000 habitants** et celles de **plus de 10 000 habitants.** Le nombre d'habitant s'apprécie dans les limites de chaque agglomération du territoire.



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.

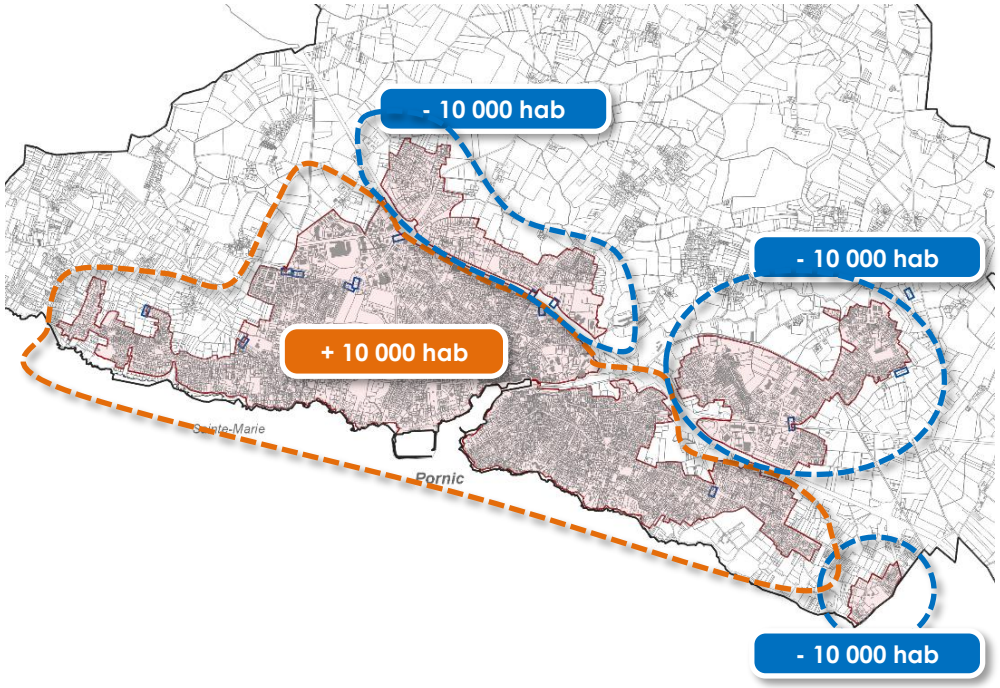


La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

Par exemple, une des principales règles est l'interdiction des publicités scellées au sol pour les communes de moins de 10 000 habitants.

Ainsi sur la commune de Pornic, des règles différentes s'appliqueront selon les secteurs :

- Sur l'agglomération principale comportant plus de 10 000 habitants : des règles du RNP moins restrictives ;
- Au sein des autres agglomérations, comportant moins de 10 000 habitants : des règles du RNP plus restrictives.



2.2. DES PÉRIMÈTRES ENVIRONNEMENTAUX RÈGLEMENTAIRES SUR LE TERRITOIRE

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national. La commune est concernée par certains d'entre eux. L'article L.581-4 édicte également une série d'interdictions, dites absolues puisqu'elles ne permettent aucune dérogation.

Sur le territoire, toute publicité est ainsi interdite :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur la commune :
Art. L581-4 CE	
➘ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques	**4 édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques :** – Château de Pornic – Tumulus des Mousseaux – Dolmen de la Joselière – Dolmen de la Pierre Creusée
➘ Sur les monuments naturels et dans les sites classés	**2 sites classés :** – Château et ses abords – Corniche Noeveillard
Art. R581-30 CE	
➘ Dans les espaces boisés classés (EBC du PLU) identifiés en agglomération	De nombreux Espaces Boisés Classés du PLU en vigueur dans les secteurs d'agglomération
➘ Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au PLU	Des zones Naturelles (« N » et « N » indicé) dans le PLU en vigueur
Art. R581-31 CE	
➘ Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits, si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.	La commune de Pornic est traversée par la RD213 et la RD751, classées à grande circulation. La RD213 est située hors agglomération. Certaines portions de la RD751 traversent la commune mais sont situés en agglomération.

➘ Sur l'emprise des gares, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent : – ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; – ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires ainsi que des équipements sportifs concernés.	

L'article L.581-8 dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L.581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP.

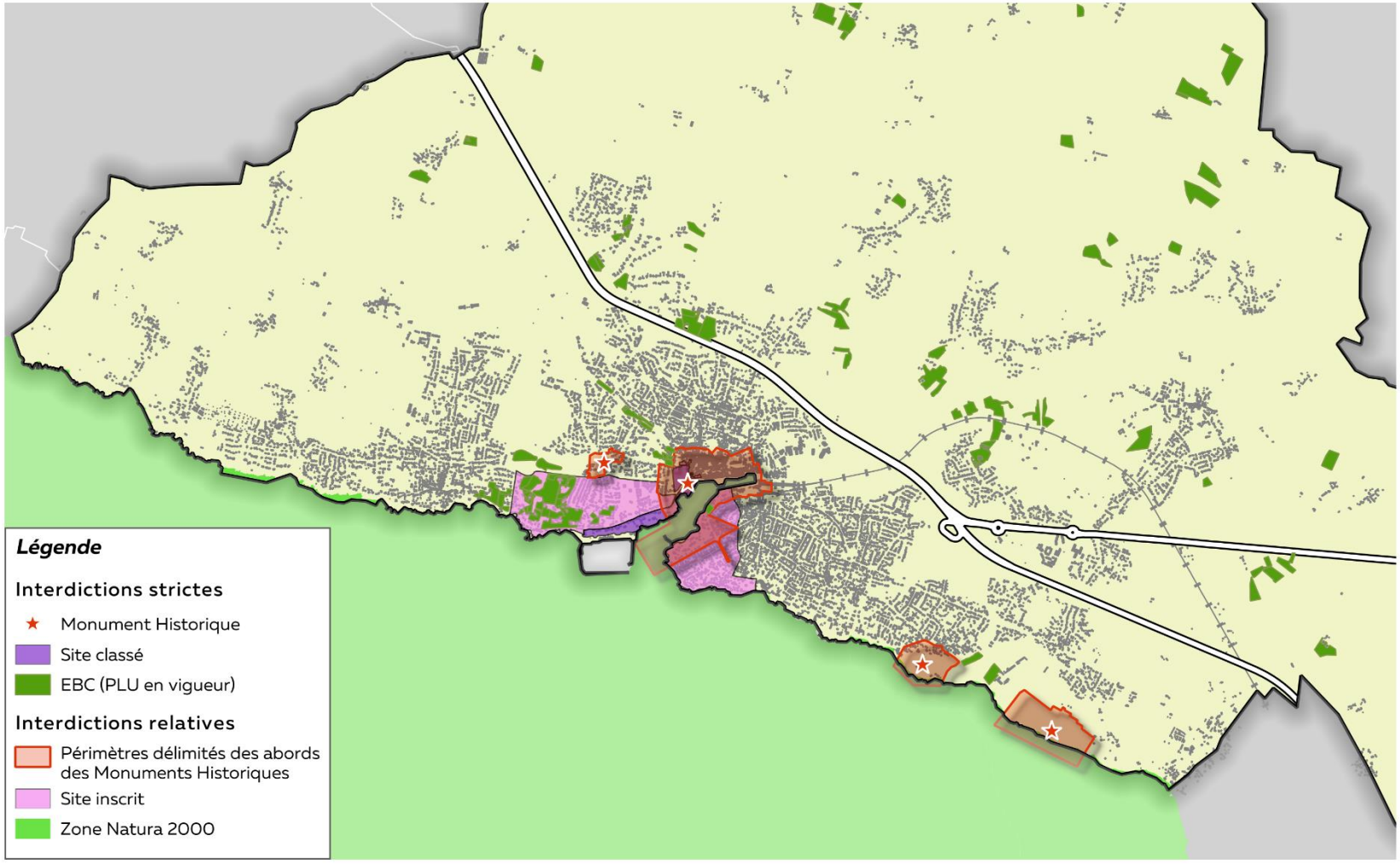
Ainsi, la publicité se trouve-t-elle interdite en agglomération :

Code de l'Environnement et de la Route	Sur la commune :
Art. L581-8 CE	
➘ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine	**4 édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques :** – Château de Pornic – Tumulus des Mousseaux – Dolmen de la Joselière – Dolmen de la Pierre Creusée Leur inscription ou classement génère un périmètre de protection qui a été délimité pour chacun d'entre eux
➘ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code	Le Site Patrimonial Remarquable du centre-ville de Pornic est en cours d'élaboration. Son périmètre pourrait potentiellement englober : – Le centre ancien et ses abords (faubourgs XIXe, quartier du Chabut)

	– Les quais et le port – Gourmalon dans sa globalité – Le secteur de la Noeveillard, le sud du bourg de Sainte-Marie jusqu'à la plage des Sablons
➘ Dans les sites inscrits	**2 sites inscrits :** – Château et ses abords – Les grandes vallées et Gourmalon
➘ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS) ;	Dans le cas où la commune souhaiterait prendre ce type d'arrêté
➘ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)	**2 sites Natura 2000 :** – Estuaire de la Loire, Baie de Bourgneuf – Marais Breton, Baie de Bourgneuf

Les périmètres environnementaux en matière de publicité

Commune de Pornic



N

0 1 2 km

Sources : Atlas du Patrimoine

2.3. DES RÈGLES SPÉCIFIQUES AU REGARD DE L'IMPORTANCE DES AXES ROUTIERS

Les principaux itinéraires pendulaires, le long des routes départementales et nationales, sont des secteurs à fort enjeux, notamment par rapport à la taille et à la densité des supports publicitaires. Certains dispositifs de grand format nuisent à lisibilité des limites urbaines. Par ailleurs, les axes de transit, sont les lieux privilégiés d'implantation des préenseignes dérogatoires, hors agglomération (dont la plupart sont désormais interdites depuis juillet 2015).

Code de l'Environnement et de la Route	Sur la commune :
Art. R581-26 CE	
➘ Dans les communes de moins de 10 000 habitants, en bordure des routes à grande circulation (RGC), les publicités apposées sur un mur ou une clôture peuvent passer de 4 m² à 8 m² dans la traversée desdites agglomérations.	**Les axes routiers majeurs concernés sur la commune sont les suivants :** – RD213 dite « Route Bleue » – RD751 « Route de Pornic »

2.4. UN ANCIEN RLP SUR LA COMMUNE

La commune de Pornic a mis en place un Règlement Local de Publicité en 2000, un document qui visait l'encadrement de l'affichage publicitaire, des enseignes et préenseignes de la commune et une certaine harmonisation. L'application de ce RLP a permis une certaine harmonisation et maîtrise des paysages urbains quant à l'affichage publicitaire, la commune présente ainsi un cadre de vie préservé.

Avec le décret d'application du 30 janvier 2012 portant sur la réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes, l'encadrement de l'affichage publicitaire est devenu plus restrictif, afin de rendre la publicité plus qualitative et plus respectueuse du cadre de vie des habitants, tant en termes de nuisances visuelles que de dégradation du paysage. Adopté avant la loi n°2010-788 du 12/07/2010 ou loi « Grenelle II », la commune disposait ainsi d'un RLP dit de « 1ère génération » (« 1G »). Les RLP de 1ère génération tels que ce dernier étaient valables jusqu'au 14 janvier 2021.

Le zonage de l'ancien RLP distinguait les types de zones suivants :

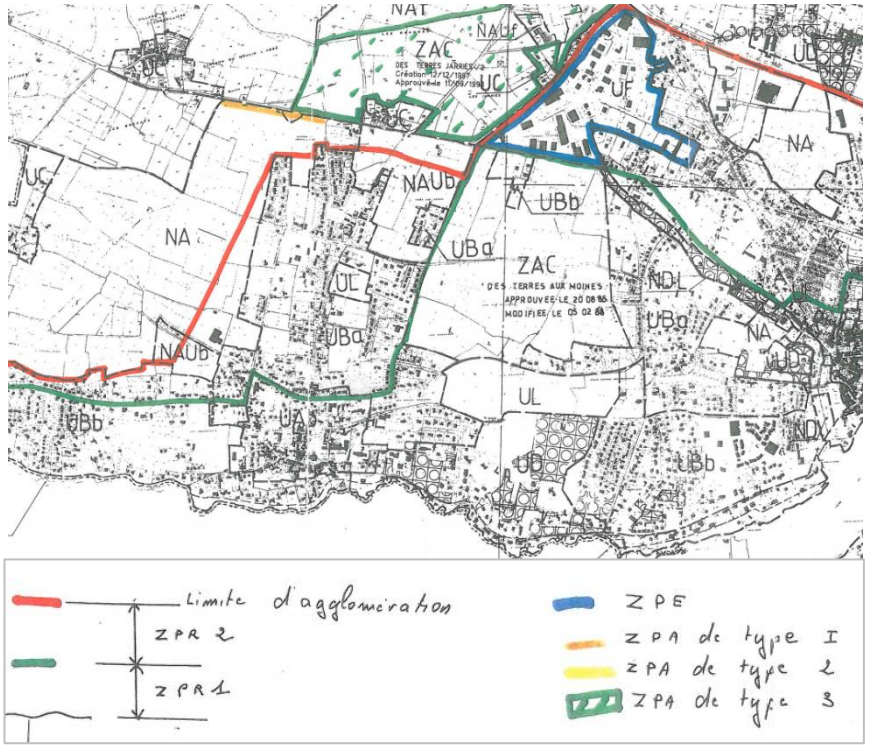
Zones de Publicité restreintes :

- ZPR1 : correspond aux parties agglomérées du territoire bordant le littoral, ainsi que le centre-ville ;
- ZPR2 : correspond aux continuités urbaines de la ZPR1 ainsi que l'agglomération du bourg du Clion-sur-Mer ;

Zone de publicité élargie (ZPE) : correspond à la zone d'activité des Terres Jarries ;

Zones de Publicité Autorisée (ZPA) :

- ZPA de type 1 : correspond au lotissement d'activité des Gentelleries et aux abords de la RD75 ;
- ZPA de type 2 : correspond à une portion des abords de la RD751 face au lotissement d'activité des Gentelleries, zonage constitué des parcelles exclues de la ZPA de type 1 ;
- ZPA de type 3 : correspond à la ZAC de la Blavetière et la ZAC des Terres Jarries/2.



Extrait du zonage de l'ancien RLP

L'élaboration d'un RLP de nouvelle génération ou « deuxième génération » (« 2G ») induit des évolutions nécessaires de fond et de forme par rapport au précédent RLP. En effet, la délimitation et les règles appliquées par zones définies dans l'ancien RLP sont obsolètes et ne peuvent plus l'être de la même manière dans ce nouveau RLP. Les principaux changements sont détaillés dans le tableau ci-dessous :

Ancien RLP	Evolutions nécessaires au regard de la nouvelle règlementation nationale pour le nouveau RLP
2 Zones de Publicité Restreinte (ZPR) : Forme de réglementation locale de publicité, cette zone soumet la publicité, les préenseignes à des dispositions plus restrictives que celles du règlement national de la publicité en agglomération. Une telle zone peut être instituée en agglomération dans certains lieux normalement interdits à la publicité. Remarque : les dispositions concernant les enseignes ne sont pas nécessairement plus restrictives que le règlement national.	Nouvelle appellation courante : **ZP (zone de publicité)** A l'image des ZPR des RLP 1G, Le RLP 2G peut prévoir des dispositions spécifiques dans les zones qu'il institue applicables à l'affichage de la publicité extérieure, différentes et adaptées aux espaces concernés. Ces zones peuvent être indifféremment instituées en agglomération ou hors agglomération, ce qui les distingue des anciennes zones de publicité restreinte (ZPR) qui ne pouvaient être instituées qu'en agglomération (ancien Art. L.581-10 aujourd'hui abrogé). Cela permet également d'instituer des prescriptions particulières applicables aux enseignes lorsque les activités signalées sont situées hors agglomération (Art. L.581-18) ; ce qui n'était pas possible avec les RLP 1G.
1 Zone de Publicité élargie (ZPE) : Forme de réglementation locale de publicité, cette zone soumet la publicité, les enseignes et les préenseignes à des dispositions moins restrictives que celles du règlement national de la publicité en agglomération. Dans les sites inscrits et leur zone de protection, à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des monuments historiques ou des immeubles remarquables et dans les zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysager, où la publicité est en principe interdite, une zone de publicité élargie ne peut toutefois être instituée que si la publicité est un élément déterminant de l'animation des lieux considérés. Dans les autres secteurs agglomérés, l'institution d'une zone de publicité élargie n'est soumise à aucune condition.	**CADUQUE** Les ZPE des RLP 1ère génération dans lesquelles la publicité pouvait être soumise à des prescriptions moins restrictives que la RNP ne peuvent plus être instituées de la sorte par les nouveaux RLP 2G.

3 Zones de Publicité Autorisée (ZPA) : Possibilités accrues d'affichage hors agglomération Pouvaient être instituées à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations	**CADUQUES** Nouvel outil s'apparentant aux anciennes ZPA : **« les périmètres »** Ces « périmètres » sont toutefois plus restrictifs que les anciennes ZPA et s'en distinguent sur deux points. D'une part, les ZPA pouvaient être instituées « à proximité immédiate des établissements commerciaux et industriels, ou des centres artisanaux, ou dans des groupements d'habitations » (ancien Art. L.581-7). Leur champ d'application était donc plus large que celui des nouveaux périmètres qui ne concernent ni les centres artisanaux, ni les groupements d'habitations. D'autre part, le régime des ZPA était totalement libre, alors que l'article L.581-7 issu de la loi ENE prévoit que les règles applicables dans les périmètres sont prises « dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret ». Les règles d'implantation de la publicité établies dans les périmètres sont librement établies sous réserve de ne pas dépasser les hauteurs et les formats applicables dans les agglomérations de plus de dix mille habitants (Art. R.581-77).

2.5. LA TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

La taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE) est un impôt instauré de façon facultative par la commune ou l'établissement public de coopération intercommunal (EPCI), sur le territoire desquels sont situés les dispositifs publicitaires. Elle est due par l'exploitant du dispositif publicitaire, le propriétaire ou celui dans l'intérêt duquel le dispositif est réalisé. Son montant varie selon les caractéristiques des supports publicitaires et la taille de la collectivité.

La TLPE est régie par les articles L. 2333-6 et suivants du code général des collectivités territoriales. Elle remplace, depuis le 1er janvier 2009, l'ancienne TSA1 et TSE2.

La TLPE est due sur les supports existant au 1er janvier de l'année d'imposition.

La taxe s'applique à tous les supports publicitaires fixes, extérieurs, visibles d'une voie publique, suivants :

- Dispositifs publicitaires : tout support susceptible de contenir une publicité, comme les panneaux publicitaires par exemple ;
- Préenseignes : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité, y compris les préenseignes dérogatoires respectant l'environnement ;
- Enseignes : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou situé sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce.

La commune de Pornic a mis en place la TLPE sur ce territoire, applicable depuis le 1er janvier 2016. Cette taxe a été instaurée dans un objectif d'offrir à la commune un outil réglementaire pour limiter la pollution visuelle, améliorer le paysage urbain et préserver le cadre de vie. Elle se veut être un outil complémentaire au RLP.

3. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE DE LA COMMUNE

3.1. MÉTHODOLOGIE POUR LE RECENSEMENT

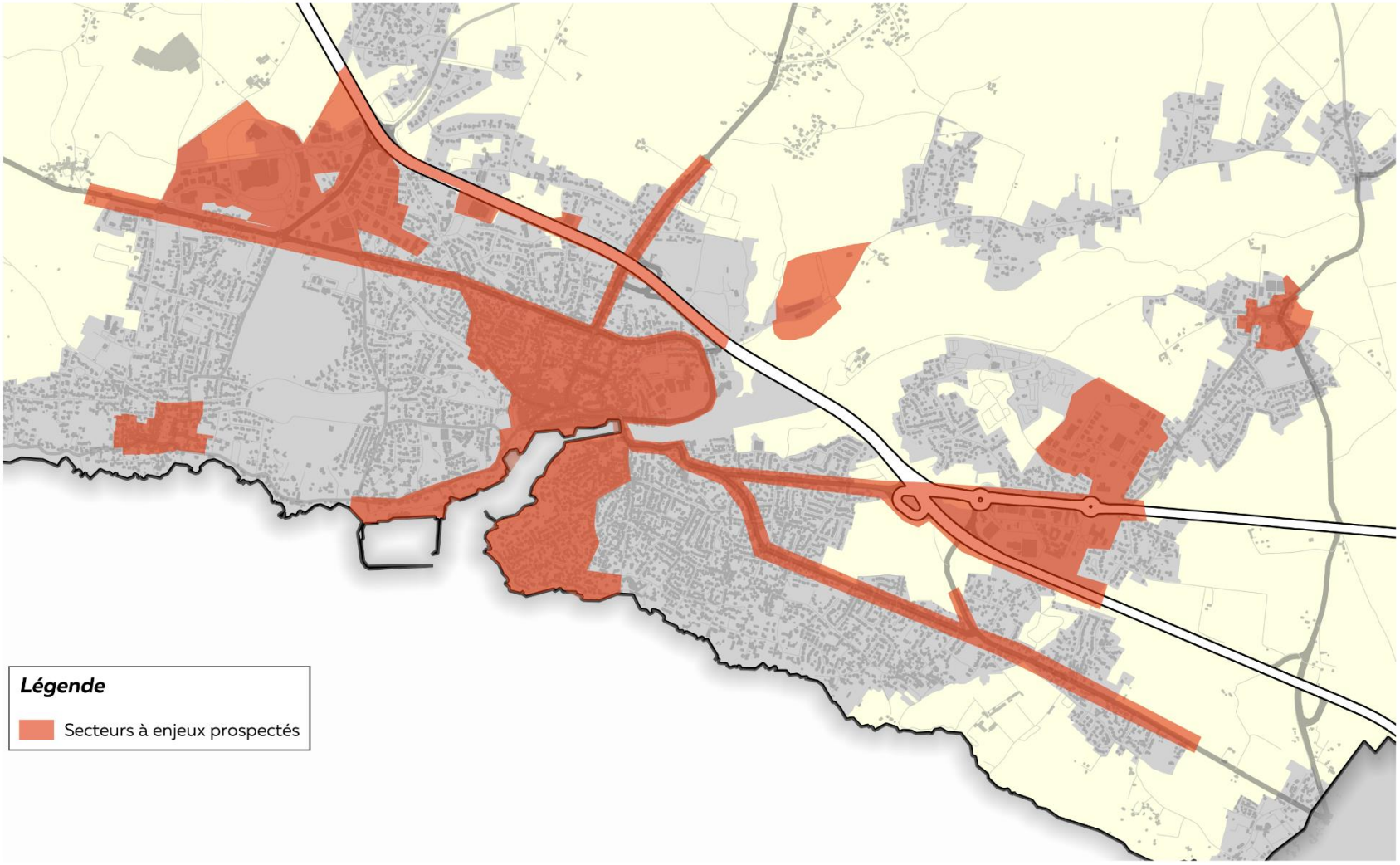
Un recensement détaillé des publicités et préenseignes présentes sur le territoire communal a été réalisé sur le terrain en janvier 2018, photographié et géoréférencé. Une saisie exhaustive des dispositifs de publicité et préenseignes visibles a ainsi été réalisée au niveau des secteurs à enjeux qui regroupent :

- **Les centralités urbaines et touristiques** : le centre-ville de Pornic, les centres-bourgs de Sainte-Marie et du Clion-sur-Mer ;
- **Les secteurs d'entrées de ville principales :**
  - La D13 Nord-Ouest (Les Granges) ;
  - La D13 Sud-Est (Route de la Rogère) ;
  - Le Boulevard de Baiona ;
  - La D86 (Route de Saint-Père en Retz) ;
  - La D751 (Boulevard Gilbert Pollono).
- **Les axes urbains structurants :**
  - D286 ;
  - D21 ;
  - Boulevard de Linz/D13/Rue de la Bernerie ;
  - D213 ;
  - D75/Route de Nantes ;
  - Rue Jean-Moulin-Sainte-Marie ;
  - Rue des Peupliers ;
  - Rue du Canal ;
  - Rue du Général de Gaulle ;
  - Route de Saint-Pierre-en-en-Retz.
- **Les secteurs à vocation économique :**
  - La Blavetière ;
  - Zones de l'Europe/ des Terres Jarries ;
  - Zones du Chaudron, des Gentelleries et de La Chaussée ;
  - Le Val Saint-Martin
- **Les secteurs pavillonnaires patrimoniaux.**

Les secteurs prospectés sont représentés sur la carte page suivante.

Secteurs à enjeux prospectés pour l'inventaire des publicités et préenseignes

Commune de Pornic



Chaque objet relevé a été qualifié à l'aide d'une boite de dialogue sous le logiciel Quantum Gis (qualification attributaire).

Pour chaque dispositif, la base de données comprend les informations suivantes (fiche d'identité du dispositif) :

- Nature du dispositif publicitaire (publicité/pré-enseigne) ;
- Implantation (au sol, sur mur, sur mobilier urbain, etc.) ;
- Secteur géographique (en agglomération, hors agglomération) ;
- Détails sur la description du dispositif (surface, typologie particulière, nombre de faces, etc.) ;
- Conformité ou non avec la réglementation nationale ;
- Raison de non-conformité ;
- Article du Code de l'Environnement référence pour la non-conformité ;
- Photographie.

L'objectif de ce recensement est :

- D'identifier dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale
- D'identifier dans un second temps les enjeux du territoire à partir des dispositifs conformes uniquement. Le recensement servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels la commune souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrements potentiellement plus restrictifs des modalités d'implantations de certains dispositifs sur certains secteurs).

Concernant les enseignes, l'état des lieux ne s'est pas opéré par un inventaire exhaustif des dispositifs mais au-travers d'un diagnostic qualitatif. Il expose les différentes typologies d'enseignes et les principales raisons de non-conformité en s'appuyant sur des exemples représentatifs du territoire.

3.2. LES TYPES DE DISPOSITIFS PRÉSENTS SUR LE TERRITOIRE

Les dispositifs diffèrent par leur message, leur endroit d'implantation, leur format, leur mode d'apposition, d'éclairage, etc…

Publicités

Dispositif mural

Scellé au sol

Préenseignes

Sur mur de clôture

Totem avec préenseignes groupées

Sur mobilier urbain « Sucette »

Sur mobilier urbain (abribus)

Dispositif scellé au sol

Enseignes

En bandeau horizontal

En lettres découpées

En toiture

Perpendiculaire

Sur balcon

Store-banne

Totem

Drapeau au sol

Sur accessoire lié à l'activité

Chevalet/stop trottoir

3.3. SYNTHÈSE CARTOGRAPHIQUE ET STATISTIQUE DE L'ÉTAT DES LIEUX DES DISPOSITIFS SUR LE TERRITOIRE

3.3.1. Publicités et préenseignes

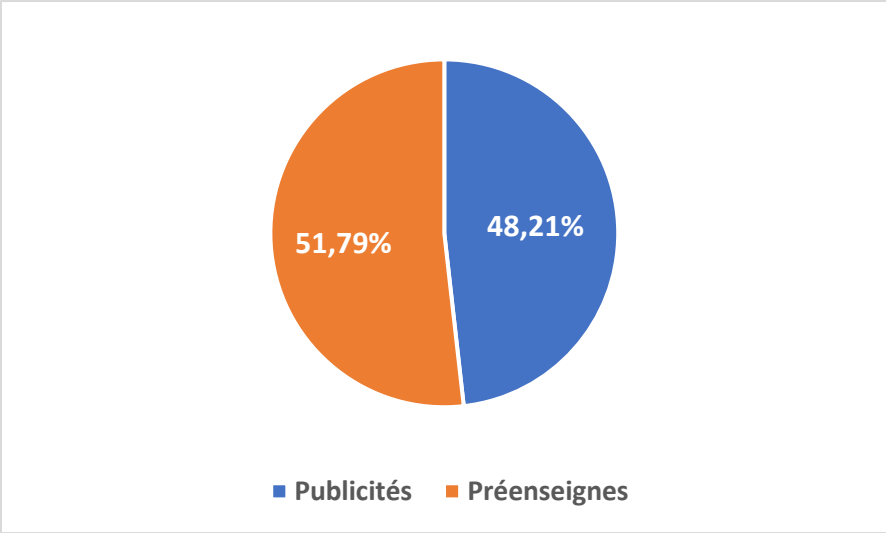
Sur la commune de Pornic, 170 dispositifs publicitaires et préenseignes ont été recensés.

L'ensemble des dispositifs se concentre au niveau des axes routiers principaux du territoire, tant en entrée de ville qu'au cœur de l'agglomération. De nombreux dispositifs se retrouvent également au sein des zones d'activités. Ces secteurs comportent notamment des panneaux publicitaires numériques.

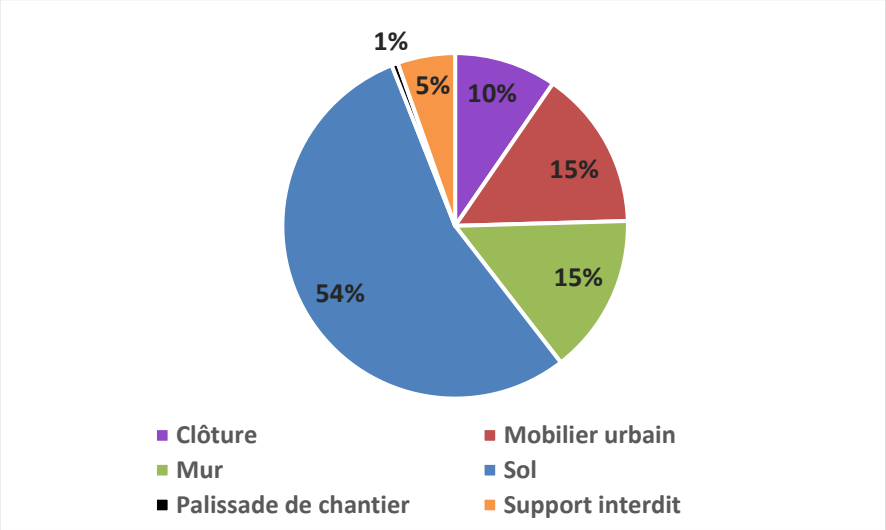
La grande majorité des publicités et préenseignes sont posées ou scellées au sol, dont la plupart scellées au sol sous forme de panneau. On retrouve également d'autres formes de dispositifs tels que les drapeaux et totem, principalement au sein des zones d'activités.

15% des publicités et préenseignes sont apposées sur mobilier urbain, en très grande majorité sous forme de dispositif standard type « sucette » ou encore sur abribus.

Une faible part des dispositifs (5%) sont implantés sur supports interdits par la réglementation nationale. Il s'agit de publicité ou préenseignes apposées sur dispositifs de signalétique routière, sur poteau électrique, d'éclairage public ou encore sur éléments végétaux (haies et arbres).



Répartition par typologie de dispositif publicitaires recensés

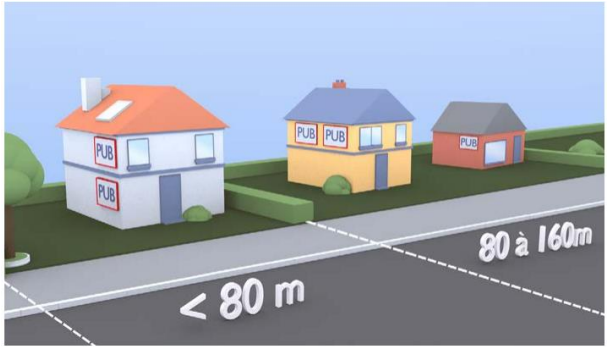


Modalités d'implantation des dispositifs publicitaires recensés

En termes de conformité avec la réglementation nationale, 31,7% des dispositif sont non conformes. Les non-conformités résultent en majeure partie du non-respect des règles de densité s'appliquant aux publicités et préenseignes murales et posées ou scellées au sol 40% des dispositifs).

Rappel de la réglementation nationale sur les règles de densité applicables aux publicités et préenseignes

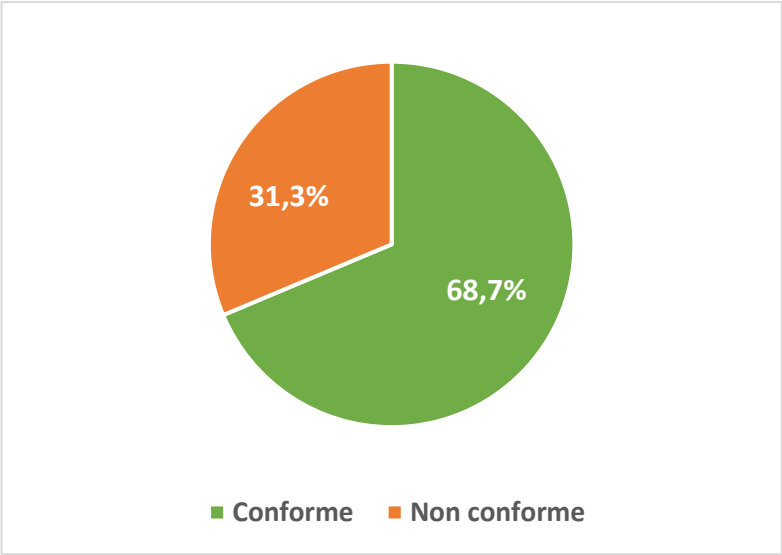
Dispositifs muraux



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Dispositifs au sol

Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.



Conformité des publicités et préenseignes avec la réglementation nationale

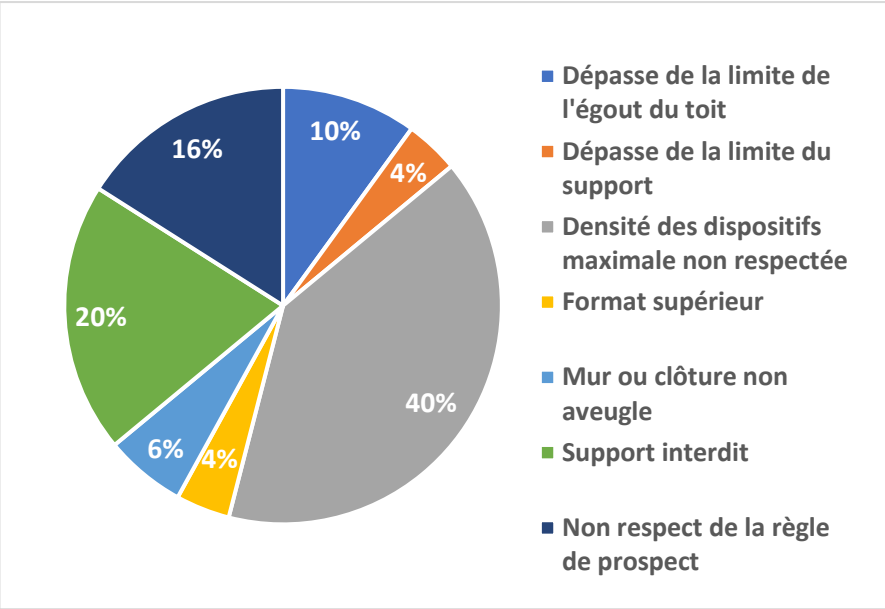
20% des non-conformité résultent d'implantation sur supports interdits par la réglementation nationale. Le non-respect de la règle dite « de prospect » représente 16% des non-conformités. Pour rappel, la règle de prospect impose :

« L'implantation d'un dispositif scellé au sol « ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété » (Art. R.581-33, 2ème alinéa). Par exemple, si le dispositif culmine à six mètres, une distance de trois mètres minimum est à respecter par rapport à la limite de propriété. »

Quelques formats de dispositifs dépassent des limites du support mural sur lequel ils sont apposés et forment un décroché. D'autres ne respectent pas la règle d'implantation du dispositif sous la limite de l'égout du toit, lorsque celui-ci se trouve sur le mur d'un bâtiment.

Enfin, le reste des non-conformités concernent un format supérieur à celui imposé en agglomération de plus de 10 000 habitants (12m²) ou une implantation sur mur ou clôture non aveugle et présentant des ouvertures.

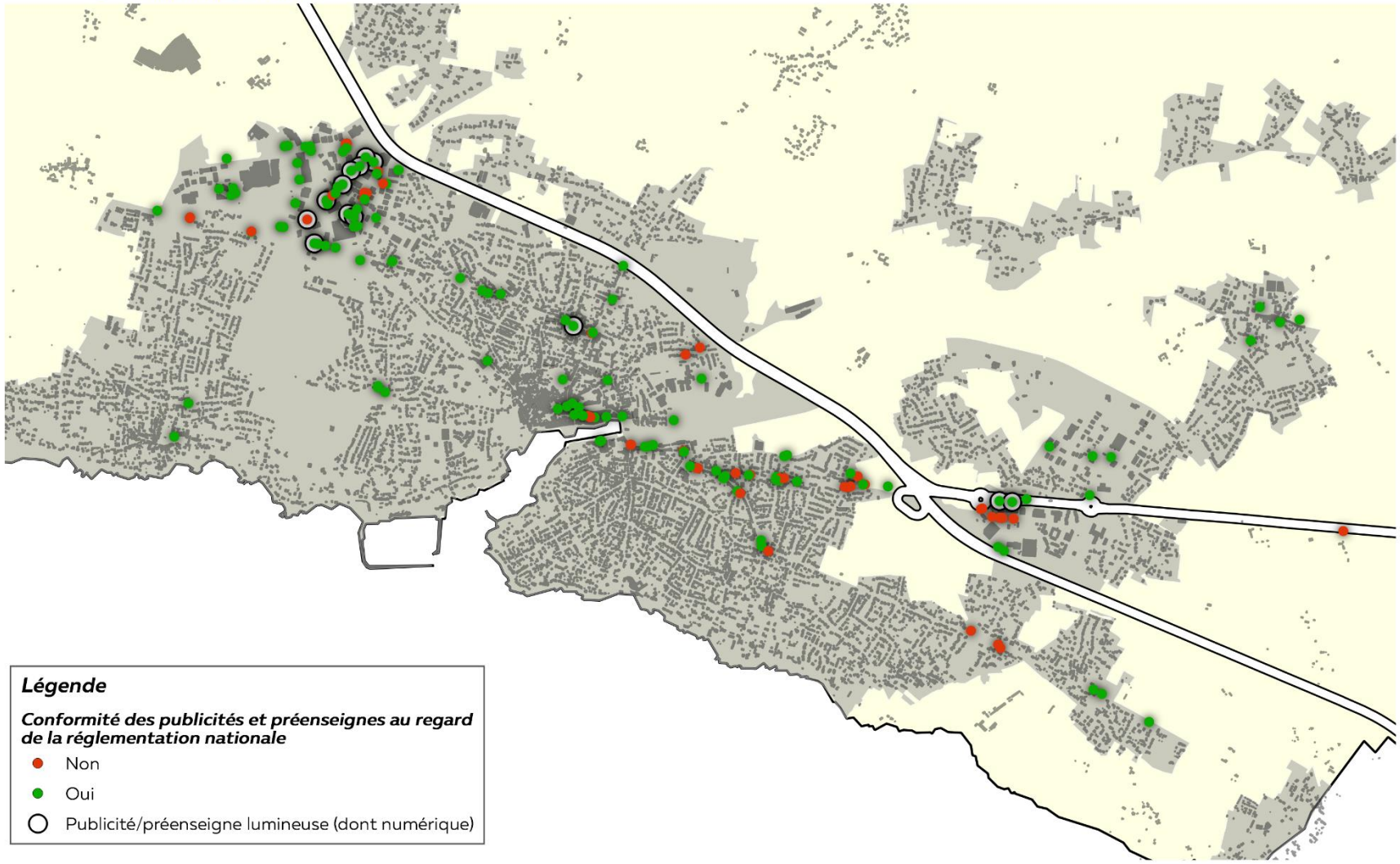
Boulevard de Baiona



Critères de non-conformité des publicités et préenseignes

Conformité des publicités et préenseignes au regard de la réglementation nationale

Commune de Pornic



3.3.2. Enseignes

La carte page suivante représente la localisation des différentes activités sur le territoire à partir de la base de données SIREN. Ainsi, elle ne représente pas la localisation de tous les dispositifs pouvant être qualifiés « d'enseigne » (au mur en bandeau, perpendiculaire, au sol, etc.) mais bien la localisation des entreprises et activités dont les enseignes relèvent de la réglementation sur la publicité extérieure et donc du RLP. Les enseignes se concentrent ainsi aux abords des axes urbains structurants, dans les centralités et principalement dans le centre-ville de Pornic et son port, ainsi qu'au sein des zones à vocation économique. Ces secteurs représentent des lieux d'implantation privilégiés par les activités et entreprises avec un objectif de visibilité.

La grande majorité des activités comportent des enseignes apposées en bandeau sur la façade commerciale, de manière à être visibles depuis les voies ouvertes à la circulation.

De nombreuses enseignes perpendiculaires à la façade se retrouvent dans le centre-ville de Pornic. Quelques enseignes posées au sol dans les centralités et sur les axes urbains structurants prennent la forme de drapeau ou de chevalet. Dans les zones d'activités, les enseignes au sol y sont en grande majorité scellées, sous forme de totem ou panneaux au format pour la plupart standardisé (4m de largeur pour 3m de hauteur).

Boulevard de Baiona

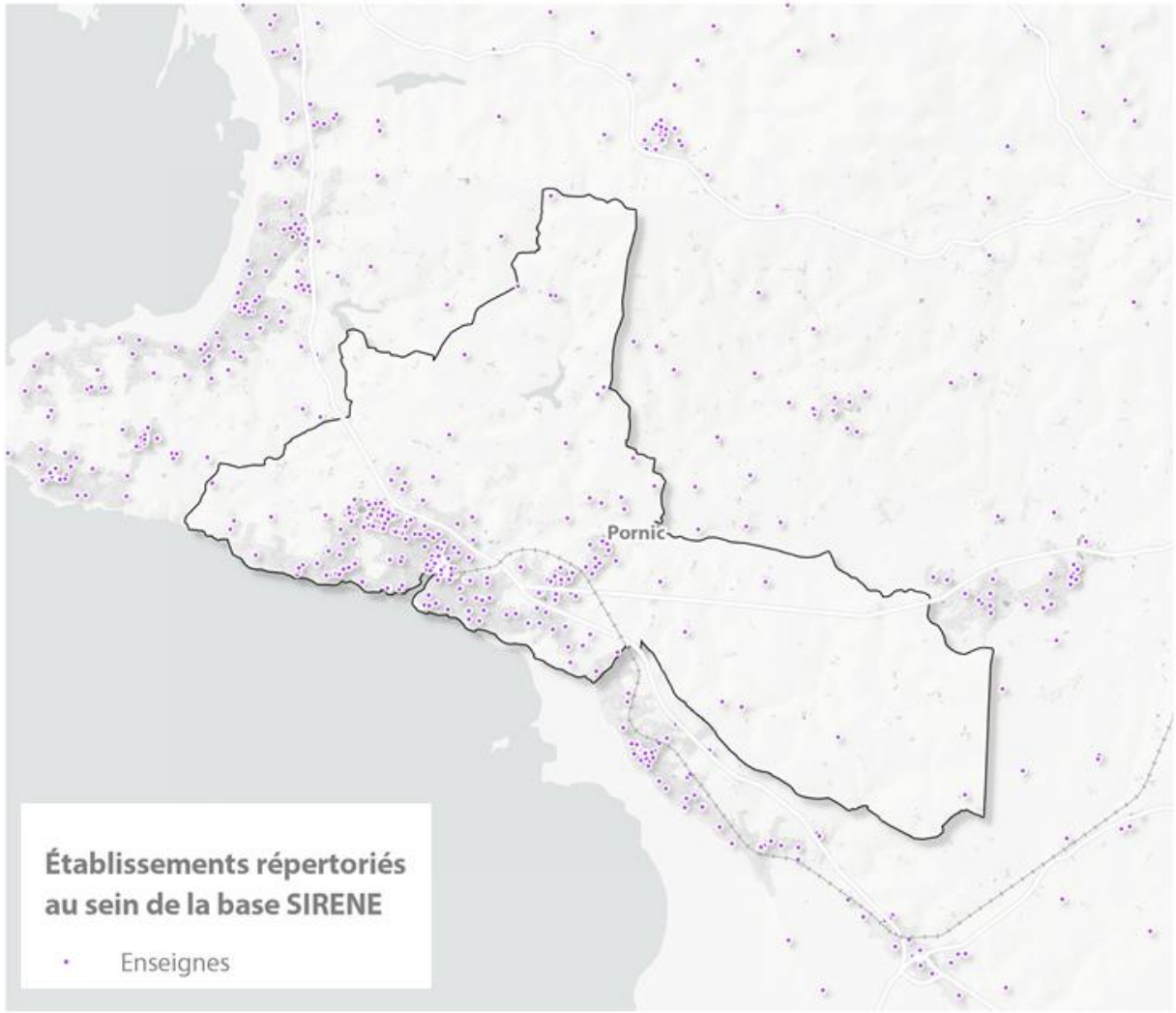
Boulevard de Baiona

ZA des Terres Jarries

Centre-ville de Pornic

Localisation des enseignes

Commune de Pornic



N

0 5 km

CITADIA CONSEIL

3.4. QUELLES PRINCIPALES INFRACTIONS RENCONTRÉES SUR LA COMMUNE ?

Publicités et Préenseignes

Non conforme

Raison de non-conformité :
Les préenseignes posées ou scellées au sol non dérogatoires sont interdites hors agglomération

Non conforme

Raison de non-conformité :
La publicité sur mur ne doit pas être apposée au-dessus de l'égout du toit, ni sur un mur non aveugle (ici une ouverture de garage)

Non conforme

Raison de non-conformité :
La publicité est interdite sur mur de clôture non aveugle (ici un grillage)

Non conforme

Rue du Général de Gaulle

Panneau dépassant des limites du mur support

Raison de non-conformité :
La publicité sur mur de clôture ne doit pas dépasser les limites du mur support

Non conforme

ZA Les Gentelleries

Raison de non-conformité :
La publicité est interdite sur végétaux (arbres, haies)

Non conforme

ZA Les Gentelleries

Raison de non-conformité :
En agglomération de + de 10 000 habitants, la surface d'une enseigne scellée au sol est limitée à 12 m² maximum (ici supérieure à 12 m²)

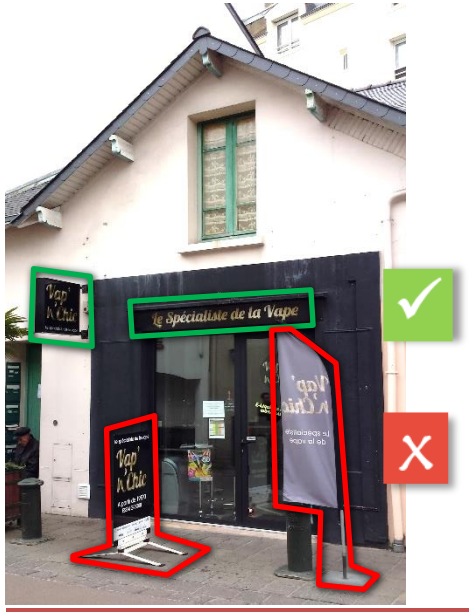
Non conforme

D13

Raison de non-conformité :
La publicité est interdite sur poteaux électriques, éclairage public, panneaux de circulation

Enseignes

Non conforme



Raison de non-conformité :
1 seule enseigne au sol d'une surface unitaire de plus de 1m² n'est autorisée par voie ouverte à circulation

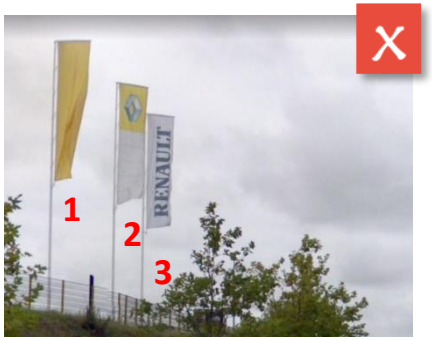
Non conforme

Raison de non-conformité :
Lorsque la surface de la façade commerciale mesure moins de 50m², le calcul de la surface cumulée des enseignes en façade ne doit pas excéder 25% de la surface de la façade

Non conforme

Raison de non-conformité :
Une enseigne en façade ne doit pas être apposée au-dessus du niveau de l'égout du toit

Non conforme



Raison de non-conformité :
Pour les enseignes au sol de +1m² de surface → 1 seule est autorisée le long de chaque voie ouverte à la circulation

3.5. LES SECTEURS À ENJEUX

Au regard du nombre important de dispositifs non conformes à la règlementation nationale, la simple application du RNP permet de répondre à une partie des enjeux du territoire.

Avec l'ancien RLP devenu caduc sur la commune, le nouveau RLP doit permettre de répondre aux enjeux touristiques, paysagers et économiques de Pornic.

Les caractéristiques paysagères, patrimoniales, géographiques et économiques de la commune de Pornic, nécessitent l'encadrement des dispositifs publicitaires, des enseignes et préenseignes. Le territoire communal de Pornic comporte des zones d'activités et axes d'entrées de ville majeurs, représentant des secteurs générateurs d'affichage publicitaire. A cette pression publicitaire s'ajoutent des enjeux liés au cadre de vie et au patrimoine, notamment par la présence de sites et édifices reconnus d'intérêt patrimonial sur le territoire.

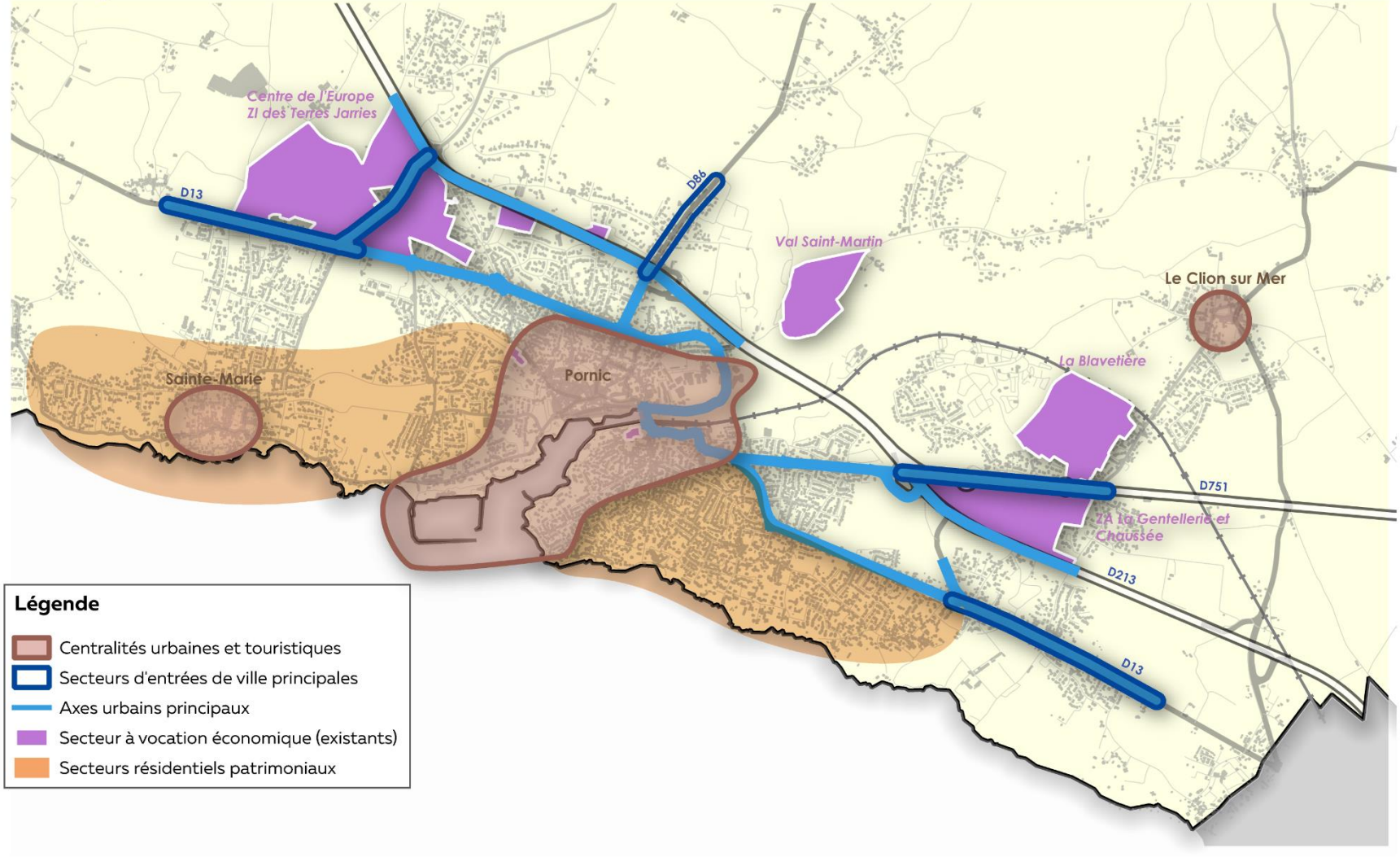
Au-delà de l'analyse de la conformité des dispositifs, nous pouvons identifier des secteurs à enjeux sur lesquels le RLP devra porter une attention particulière :

- Les centralités urbaines et touristiques ;
- Les secteurs d'entrées de ville principales ;
- Les axes urbains structurants ;
- Les secteurs à vocation économique ;
- Les secteurs pavillonnaires patrimoniaux.
- Autres secteurs résidentiels (couvrant le reste de l'agglomération)

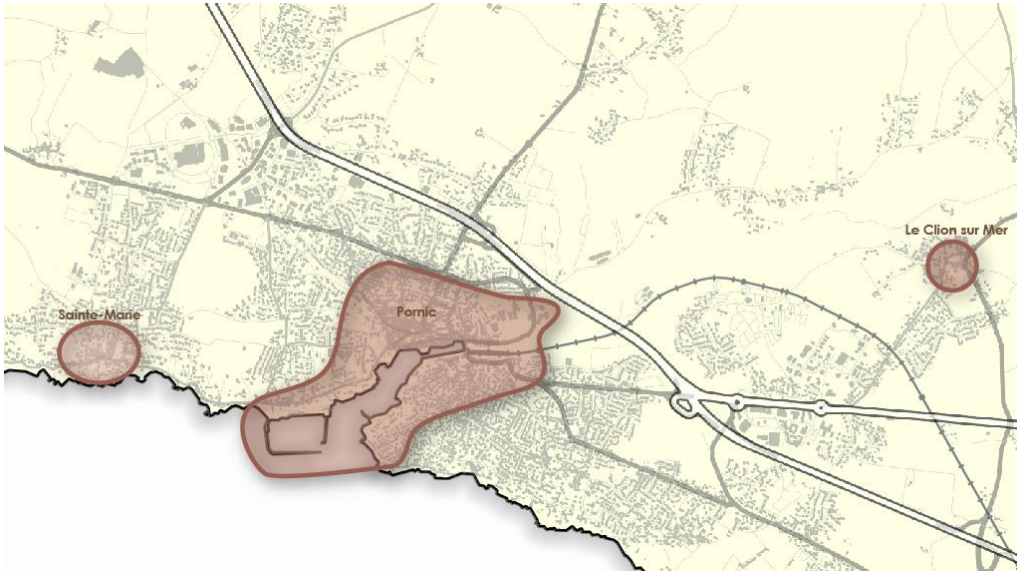
Les pages suivantes comportent une analyse problématisée de chacun de ces secteurs au regard des enjeux du RLP et énonce des pistes de réflexion quant aux règles qui pourront être mobilisées dans le RLP.

Les principaux secteurs à enjeux

Commune de Pornic



3.5.1. Centralités urbaines et touristiques



Source : Etude CAUE – Ville Haute (2016)

Le territoire communal comporte de nombreux atouts paysagers et patrimoniaux, vecteurs de l'attractivité touristique et de l'identité de la ville. Le quartier du vieux port de Pornic, les Villes Haute et Basse, les centralités du Clion-sur-Mer et de Sainte-Marie, les Monuments Historiques, les parcs urbains ou encore les sites classés et inscrits du territoire, constituent des espaces remarquables à valoriser et préserver, notamment par le biais de règles adaptées dans le RLP.

Les centralités urbaines et touristiques sont des pôles de vie et lieux privilégiés d'implantation des petits commerces. Elles représentent des secteurs à enjeux au regard de la densité d'enseignes différentes présentes, des éléments paysagers, patrimoniaux, touristiques et économiques qu'elles portent.

Quai Leray
(Source : Even Conseil)

Cœur de Sainte-Marie
(Source : Google Street View)

Sur le territoire communal, les centralités urbaines et historiques concernent :

- **Le centre-ville de Pornic :** la ville-centre de Pornic s'organise autour de son port, s'étant développée à flanc de coteau, à l'embouchure du canal de Haute Perche. Elle est constituée d'un cœur historique composée de formes urbaines denses et d'un parcellaire étroit. Dans une ambiance portuaire, balnéaire et patrimoniale, le centre-ville de Pornic présente une grande richesse architecturale avec de nombreux bâtiments remarquables (château, église et chapelle, halles, hôtels particuliers…) et de lieux (place du Petit Nice notamment.

- **Les bourgs de Sainte-Marie et du Clion-sur-Mer :** anciennes centralités distinctes, la ville balnéaire de Pornic s'est développée et son enveloppe agglomérée a rejoint ces deux anciens bourgs aujourd'hui pôles de vie. Ils présentent un caractère patrimonial (présence d'anciennes bâtisses, de l'église, de places) et une concentration d'équipements et commerces.

On retrouve dans ces secteurs une grande densité d'enseignes. Les fronts bâtis des rues principales se retrouvent ainsi habillés d'enseignes, parfois caractérisées par une hétérogénéité des formats et couleurs. De plus, certains enseignes ne respectent pas les particularités architecturales des façades, en termes d'ouvertures, de couleurs de matériaux, de volumes et lignes architecturales. Ce non-respect a pour effet de dénaturer le bâtiment et de dégrader le cadre de vie paysager et urbain.

La publicité et les préenseignes y sont peu présentes voire absentes, car principalement apposée sur mobilier urbain (type sucette). Cette particularité s'explique par les règles de l'ancien RLP sur la commune et sa volonté de préserver de la publicité le centre historique de Pornic.

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Préserver le cadre paysager et architectural, les bâtiments et espaces à caractère patrimonial ;
- Limiter l'affichage publicitaire (voire l'interdire, avec exception sur mobilier urbain) ;
- Valoriser et harmoniser l'esthétique des enseignes des centralités historiques (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.).

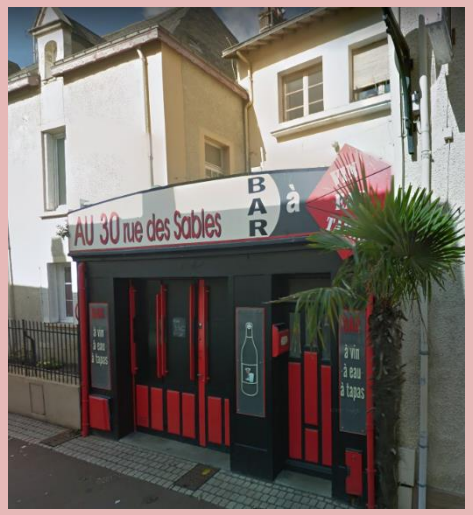
Une hétérogénéité des formats et couleurs affectant parfois le cadre architectural
(Source : Even Conseil)

Publicité sur mobilier urbain Le Clion sur Mer
(Source : Even Conseil)

Une densité d'enseignes différentes pour une même activité
(Source : Even Conseil)

Pistes de réflexion pour le nouveau RLP :

Des exemples à limiter :



Traitement des enseignes dénaturant l'alignement bâti, une multiplication d'enseignes et de formats pour une même activité (au sol, en bandeau, perpendiculaires, etc.)

Des exemples à suivre :

Des coloris d'enseignes de groupes adaptés pour préserver la façade des bâtiments patrimoniaux

Couleurs sobres, dans les tons du bâtiment, respect des lignes architecturales de la façade et des moulures, respect des ouvertures, éclairages discrets

Des exemples à limiter :

Des exemples à suivre (hors territoire) :

Des exemples à limiter :

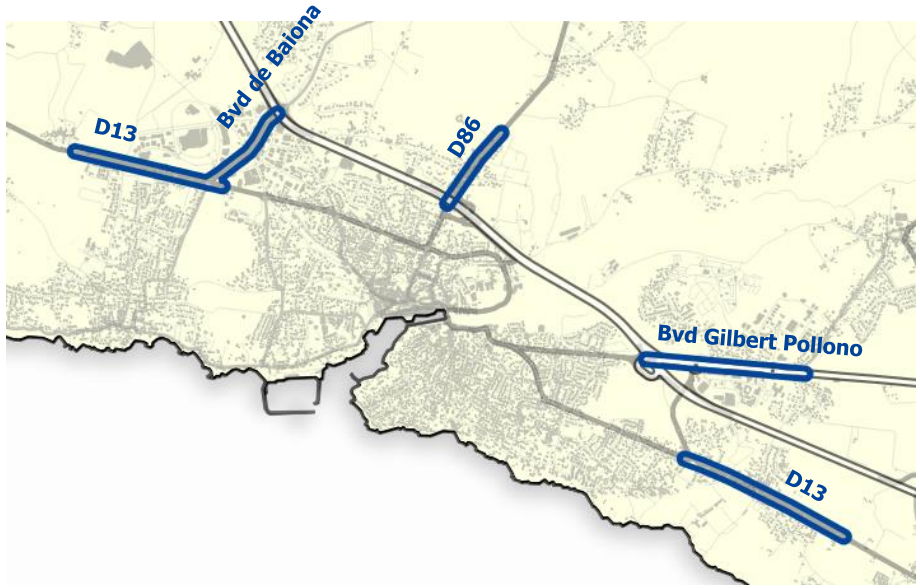
Pornic – Rue de la Marine

Enseignes perpendiculaires imposantes

Des exemples à suivre :

Enseignes perpendiculaires en fer forgé, de petite taille

3.5.2. Entrées de villes principales



Première perception d'un territoire, l'entrée de ville comporte des enjeux paysagers et d'image territoriale. Les entrées de ville principales suivent le tracé des axes routiers majeurs du territoire, elles sont également souvent le lieu d'implantation de zones d'activités en limite extérieure d'une agglomération. Ces espaces de frange urbaine présentent sur certains secteurs du territoire une forte densité de dispositifs implantés sur les abords de la voie.

Sur le territoire communal, les entrées de ville principales concernées sont les suivantes :

- La D13 Nord-Ouest (Les Granges) ;
- La D13 Sud-Est (Route de la Rogère) ;
- Le Boulevard de Baiona ;
- La D86 (Route de Saint-Père en Retz) ;
- La D751 (Boulevard Gilbert Pollono).

D13 – Les Granges

De l'affichage impactant la première image de la ville
(Source : Even Conseil)

Route de St-Père-en-Retz

Des dispositifs associés à l'entrée de ville
(Source : Even Conseil)

D751

Une densité de dispositifs au sol grand format le long de la progression
(Source : Even Conseil)

En entrée d'agglomération, on retrouve ainsi de nombreuses enseignes, préenseignes et publicités de grand format. Ces alignements d'imposants panneaux publicitaires et d'enseignes au sol peuvent parfois impacter le paysage de l'entrée de ville et l'image que la ville renvoie.

D'autre part, les nombreux dispositifs et informations à destination des usagers de la route peuvent entraîner des difficultés de lecture et de repérage, nuisant à la sécurité routière et à la visibilité des activités.

Cette densité est particulièrement observée sur les portions où la progression de l'entrée de ville traverse ou longe une zone d'activités, c'est particulièrement le cas des entrées par les voies routières D13 et D751 (Boulevard Gilbert Pollono) qui longent respectivement les zones des Terres Jarries et des Gentelleries.

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Valoriser et améliorer la qualité paysagère des entrées de ville principales en tant que secteurs véhiculant la 1ère image de la ville → image territoriale, attractivité touristique et commerciale ;
- Limiter la densité et le format des dispositifs et réduire leur impact visuel.

Pistes de réflexion pour le nouveau RLP :

Des exemples à limiter :

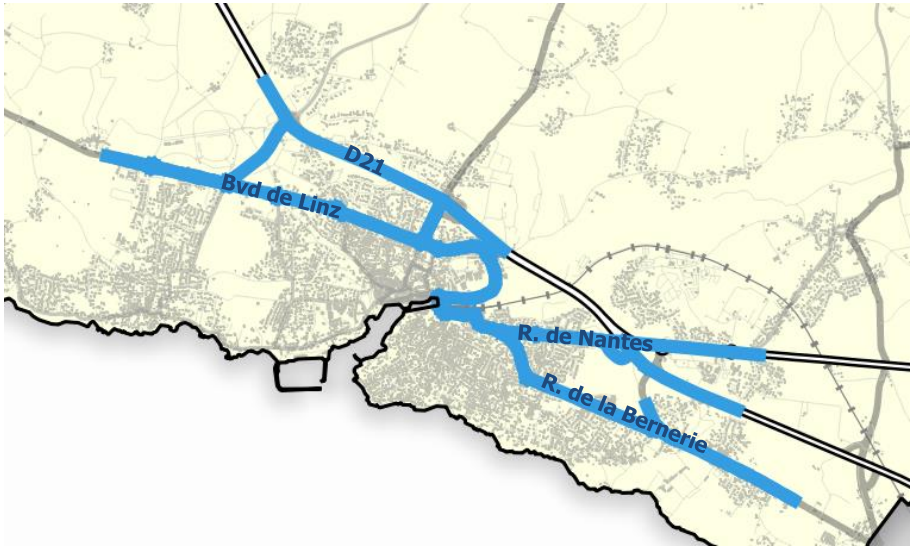
Route de St-Père-en-Retz

Dispositifs imposants, informations mêlées aux indications routières

Des exemples à favoriser :

Privilégier sur mobilier urbain (exemple hors territoire)

3.5.3. Axes urbains structurants



Les principaux itinéraires pendulaires le long des routes départementales et nationales sont des secteurs à fort enjeux, zones privilégiées d'affichage et de visibilité en lien avec les flux de passage. Ces axes pénétrant et traversant l'agglomération de Pornic, sont supports de nombreux dispositifs de publicité, de préenseignes et d'enseignes d'activités et commerces préférentiellement implantés sur ces artères.

On retrouve ainsi au niveau de ces axes structurants une concentration de commerces, restaurants et autres activités côtoyant les habitations. Aussi, les supports de mobilier urbain accueillant de la publicité sont concentrés aux abords de ces voies (abribus, dispositif de type « sucette »).

Dispositifs de grande taille visibles de loin
(Source : Even Conseil)

Une succession d'affichages aux formats différents
(Source : Even Conseil)

Mobiliers urbains supportant de la publicité
(Source : Even Conseil)

Un surplus d'informations, en plus de dégrader le paysage, peut également desservir les activités présentes sur ces axes, rendant illisible le message publicitaire. Cette surcharge peut également avoir des conséquences sur la sécurité des usagers de la route. Accompagnés parfois d'affichages « sauvages » (petites affiches sans cadre conventionnel, attachés à des mâts de signalisation routière), les publicités sont installées à des endroits stratégiques (giratoire, stop ou feu) distrayant les personnes en déplacement.

Boulevard de Baiona

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Permettre l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises ;
- Limiter la densité et la taille des dispositifs de Publicité ;
- Améliorer les implantations et l'aspect des dispositifs ;
- Valoriser et harmoniser l'esthétique des enseignes présentes sur ces axes (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.) ;
- Garantir la lisibilité des indications routières → sécurité.

Pistes de réflexion pour le nouveau RLP :

Des exemples à limiter :

Rue du Général de Gaulle

Format imposant

Rue du Jean Moulin

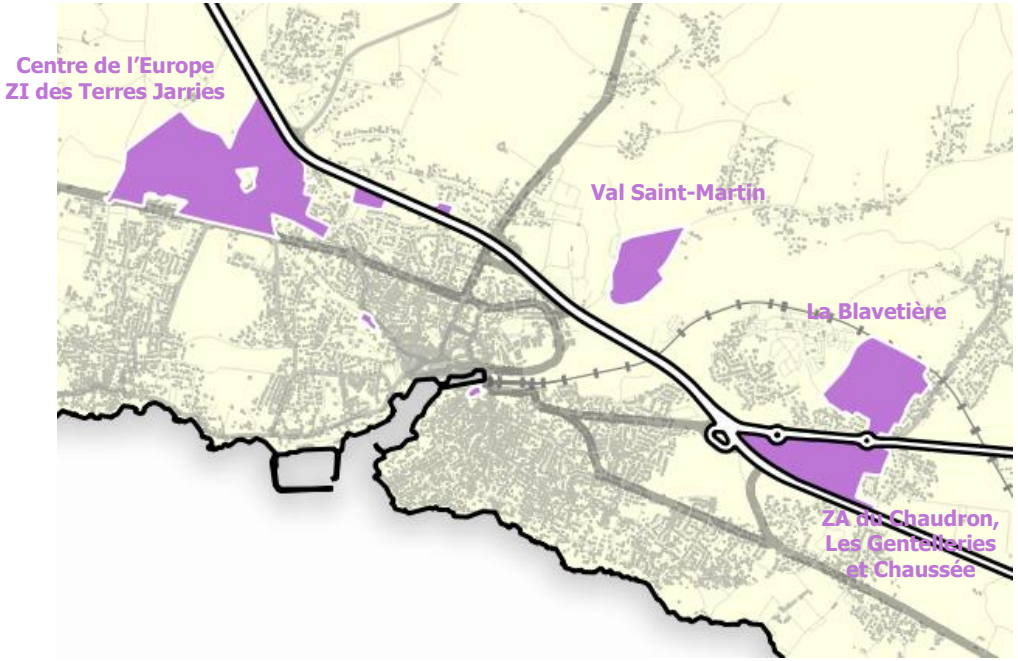
Format imposant

Des exemples à favoriser :

Limiter la taille (Photomontage)

(Source : Even Conseil)

3.5.4. Secteurs à vocation économique



Les secteurs concentrant les activités économiques et artisanales représentent des lieux privilégiés de visibilité des entreprises, présentant une densité et une diversité importantes des dispositifs publicitaires et enseignes.

Les principaux secteurs concernés sont les zones industrielles et d'activités suivantes :

- La Blavetière ;
- Centre de l'Europe/ZI des Terres Jarries ;
- La ZA du Chaudron, Les Gentelleries et La Chaussée ;
- Le Val Saint-Martin : actuellement en cours d'urbanisation, les enjeux portent principalement sur son développement dans les années à venir et les différentes activités qui viendront s'y implanter.

(Source : Even Conseil)

(Source : Google Street View)

(Source : Google Street View)

Le besoin de visibilité et de communication des activités et entreprises conduit à un usage privilégié et parfois déraisonné de l'affichage publicitaire extérieur. Scellé au sol ou en enseignes des bâtiments, les messages publicitaires hétérogènes s'imposent dans le paysage et à la vue, censés attirer l'œil de l'automobiliste et du futur consommateur.

L'accumulation déraisonnée de ces dispositifs nuit à l'esthétique de ces secteurs mais engendre également un désordre rendant inopérant les messages publicitaires, « noyés » dans la masse. Cette accumulation se retrouve parfois sur une même façade d'activité, nuisant à l'image de la zone et de l'activité en question et desservant son message.

L'enjeu d'encadrement de l'affichage est d'autant plus grand qu'un certain nombre de zones d'activités de Pornic côtoient directement des espaces résidentiels et impactent donc le cadre de vie des habitants. C'est par exemple le cas de la zone des Terres Jarries.

Un affichage pouvant nuire au cadre de vie résidentiel à proximité immédiate des activités
(Source : Google Street View)

Des dispositifs parfois très imposants
(Source : Even Conseil

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Garantir l'expression publicitaire et la visibilité des entreprises ;
- Autoriser de manière plus importante que sur les autres zones ;
- Valoriser l'image des zones d'activités par l'encadrement de l'affichage (taille, nombre, format, etc.).

Pistes de réflexion pour le nouveau RLP :

Des exemples à limiter :

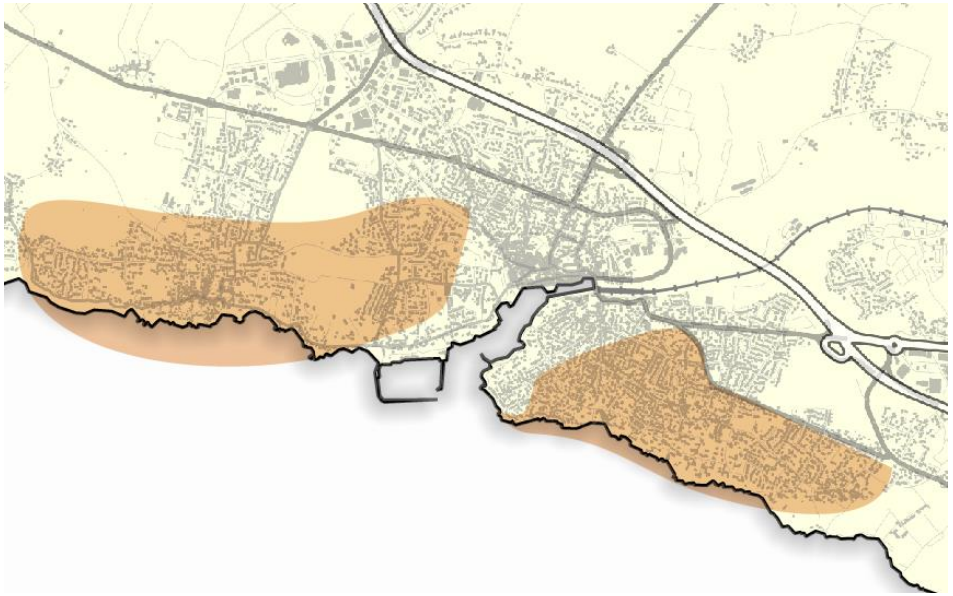
Support imposant et peu esthétique

Des exemples à favoriser *(hors territoire) :*

Totem esthétique et sobre, traitement chromatique homogène

Enseignes groupées sur 1 dispositif

3.5.5. Secteurs pavillonnaires patrimoniaux



Les quartiers résidentiels se sont développés en extension du centre historique le long de la côte rocheuses. Tournés vers la mer, ils se composent d'habitat essentiellement individuel, villas et parcs typiques de l'ambiance balnéaire de la ville. L'urbanisation de ces secteurs littoraux se structure autour de la route longeant la côte.

Le secteur, à forte identité balnéaire, présente un cadre de vie préservé. On y retrouve peu de dispositifs de toute sorte (publicités, préenseignes ou enseignes). Bien que ces quartiers ne soient pas concernés par un enjeu d'affichage fort actuellement, l'objectif du RLP pour ce secteur concerne en premier lieu l'encadrement des potentiels futurs dispositifs qui viendraient s'y implanter.

Source : Google Street View

Source : Etude CAUE - Réflexion sur l'évolution du secteur côtier (2016)

Source : Etude CAUE - Réflexion sur l'évolution du secteur côtier (2016)

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Préserver le caractère patrimonial et résidentiel du secteur ;
- Limiter les affichages publicitaires dans les secteurs à vocation principale d'habitat ;
- Encadrer les potentielles enseignes futures (ex : activités à domicile).

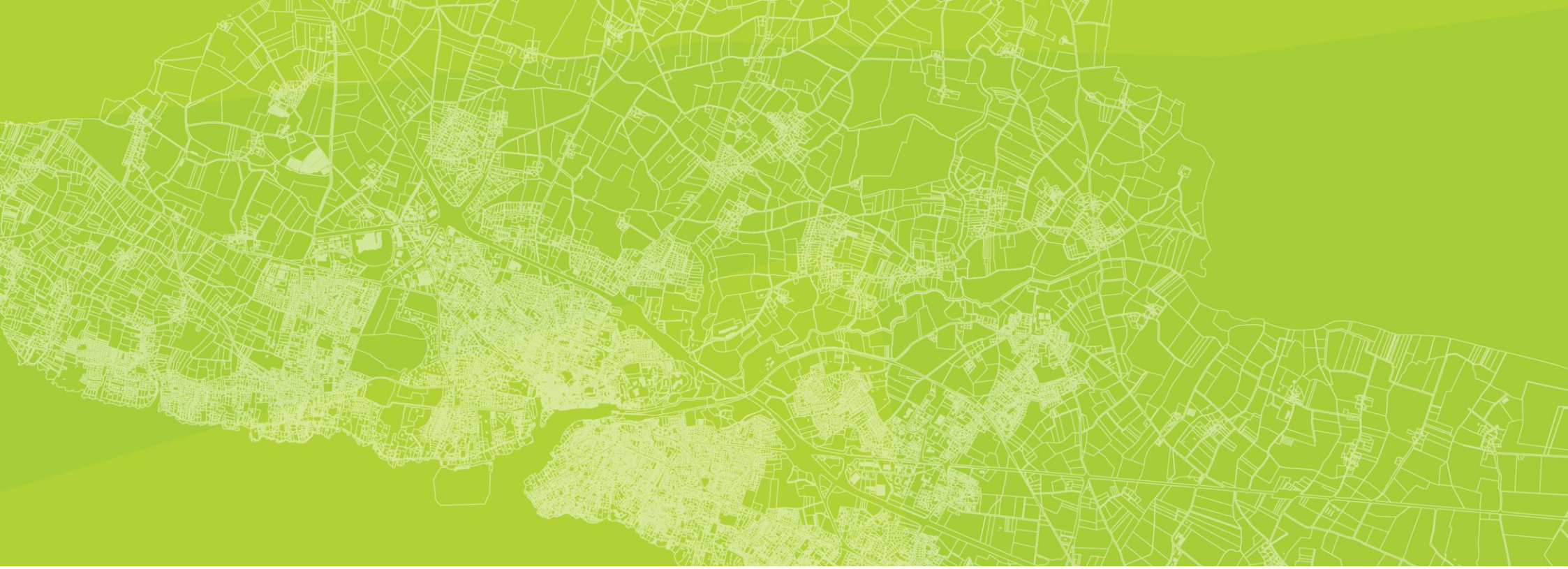
3.5.6. Autres secteurs résidentiels

De manière générale, les secteurs de la commune à dominante résidentielle constituent des zones préservées de l'affichage publicitaire et des enseignes. Le cadre résidentiel est ainsi à maintenir par un encadrement de la publicité et de l'implantation d'enseignes en tissu résidentiel. Les enjeux du RLP pour les secteurs pavillonnaires patrimoniaux se retrouvent également au niveau des autres secteurs résidentiels.

Enjeux pour le nouveau RLP :

- Préserver le cadre de vie des secteurs résidentiels ;
- Limiter les affichages publicitaires dans les secteurs à vocation principale d'habitat
- Encadrer les potentielles enseignes futures (ex : activités à domicile).

Enseigne dans un tissu urbain résidentiel – Exemple hors territoire
(Source : Even Conseil



3 ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

1. PRÉAMBULE

A l'image d'un grand nombre de territoires, l'affichage publicitaire et les préenseignes occupent aujourd'hui une place importante dans le paysage urbain. Synonymes d'une activité économique dynamique, les différents dispositifs publicitaires conduisent, par leur prolifération, à une dégradation de la qualité paysagère dans certains secteurs.

Au regard du diagnostic établi et des enjeux identifiés, les grandes orientations suivantes ont émergé pour la constitution du RLP :

- **Orientations générales :** il s'agit des objectifs globaux poursuivis et concernant l'ensemble de la commune.

- **Orientations sectorisées :** il s'agit d'orientations portant sur des secteurs spécifiques de la commune et définies au regard des enjeux identifiés (enjeux patrimoniaux et paysagers, enjeux de communication commerciale, etc.) :

    - **Préserver les richesses patrimoniales et paysagères comme vecteurs d'attractivité ;**

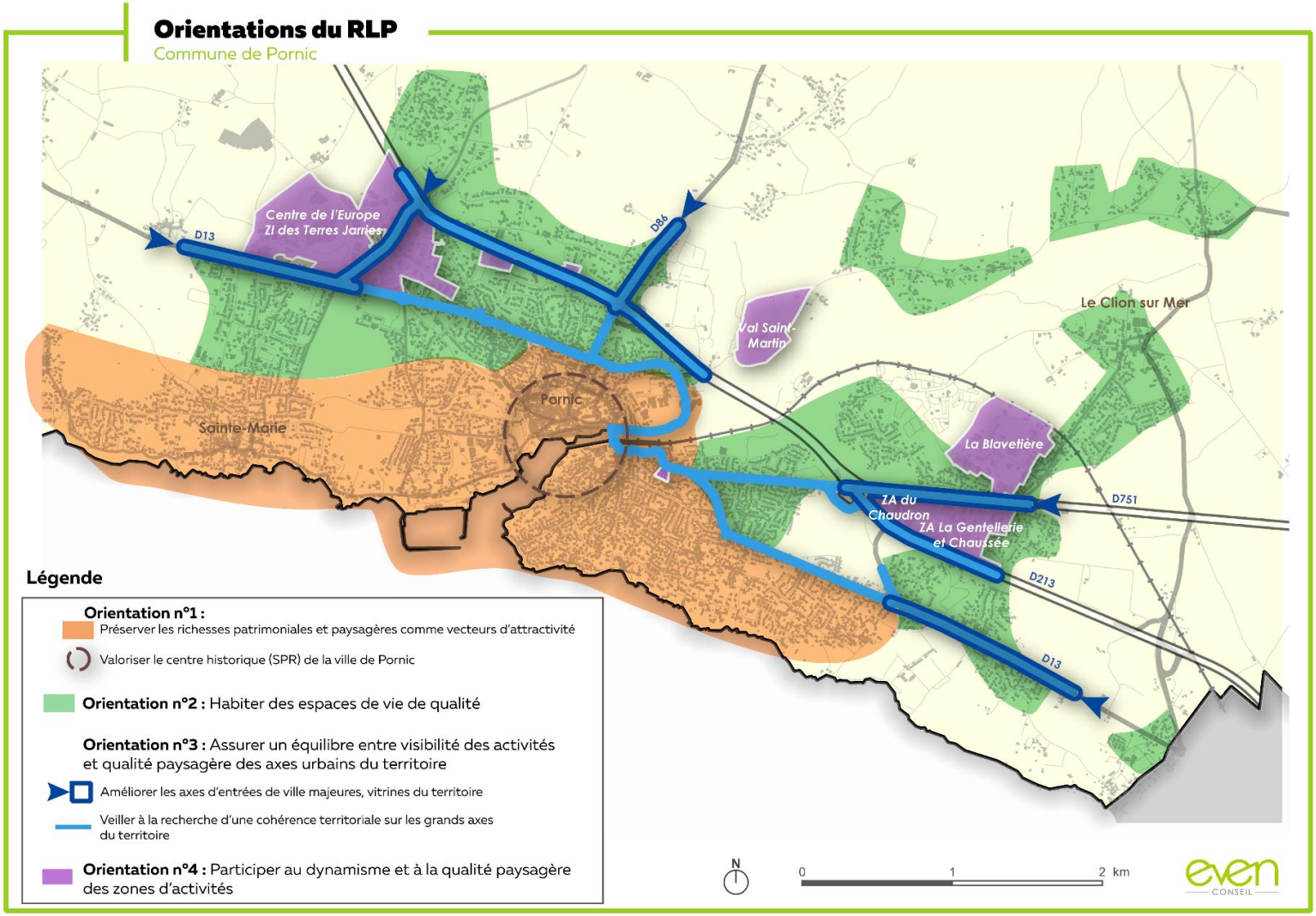
    - **Habiter des espaces de vie de qualité ;**

    - **Assurer un équilibre entre visibilité des activités et qualité paysagère des axes urbains du territoire ;**

    - **Participer au dynamisme et à la qualité des zones d'activités du territoire.**

Ces orientations expriment les réponses concrètes de la commune aux enjeux rencontrés sur son territoire.

2. LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP



2.1. ORIENTATIONS GÉNÉRALES

Les dispositions du RLP rechercheront un équilibre entre communication des activités locales et préservation du patrimoine, du cadre de vie et des paysages.

Il s'agira de limiter la densité et la taille des dispositifs de publicités/préenseignes, de manière adaptée aux enjeux du secteur dans lequel ils s'implantent (enjeux patrimoniaux, paysagers, respect du cadre résidentiel)

Le RLP entend également encadrer l'affichage lumineux du territoire afin de réduire les consommations énergétiques et lutter contre les pollutions lumineuses.

Les procédés d'affichage récents (numérique, bâches, etc.) bénéficieront d'un traitement particulier dans le RLP.

La ville de Pornic souhaite encadrer règlementairement les dispositifs d'affichage temporaire signalant des manifestations exceptionnelles culturelles et touristiques, ainsi que celles indiquant les travaux publics et opérations immobilières, afin d'en limiter les impacts paysagers.

Les espaces de nature ou agricoles non bâtis au sein de l'enveloppe urbanisée, constituent des espaces de « respiration paysagère » dans le tissu urbain et contribuent à la qualité du cadre de vie. Afin de préserver ces « coupures » du tissu bâti, le projet souhaite y interdire tout dispositif de publicité.

Le long des routes départementales et voiries communales, en dehors de l'espace aggloméré, seuls les panneaux directionnels et les indications relevant du régime des préenseignes dérogatoires seront autorisés.

2.2. ORIENTATIONS SECTORISÉES

2.2.1. Préserver les richesses patrimoniales et paysagères comme vecteurs d'attractivité

Limiter la présence de la publicité dans les quartiers urbains patrimoniaux

Afin de préserver la richesse patrimoniale et l'attrait touristique du centre-ville de Pornic, du quartier du vieux port, de la façade littorale urbanisée et du bourg de Sainte-Marie, le projet vise à y limiter fortement les publicités de toutes sortes.

En particulier, le RLP proposera un zonage et des règles spécifiques au futur Site Patrimonial Remarquable du centre-ville de Pornic, afin de préserver et valoriser ce cadre remarquable en maîtrisant l'affichage extérieur. Il s'agira pour le RLP d'anticiper l'adoption du SPR. Ainsi, la publicité y sera interdite.

Il s'agit également de préserver de l'affichage publicitaire les éléments

patrimoniaux remarquables que sont les Monuments Historiques et leurs abords (le château de Pornic ainsi que les dolmens des Mousseaux, de la Joselière et de la Pierre Creusée) mais également les deux sites inscrits du château et ses abords et des grandes vallées et Gourmalon. Ainsi, en dehors du Site Patrimonial Remarquable et des secteurs patrimoniaux, la publicité sera limitée et autorisée uniquement sur mobilier urbain (abribus, dispositifs de type « sucette ») afin de proposer une communication publicitaire maîtrisée et harmonieuse.

Le projet entend ainsi limiter la publicité pour mettre l'accent sur la qualité du cœur de ville et sa signalétique relative aux équipements et monuments patrimoniaux et culturels.

2.2.2. Valoriser et harmoniser l'esthétique des enseignes

Les enseignes au sein des centralités urbaines et touristiques précitées jouent un rôle important dans l'appréciation générale de la qualité paysagère de l'espace public.

La dynamisation de l'appareil commercial passe par la préservation du caractère patrimonial typique des centralités économiques et touristiques de la commune.

Le projet entend ainsi encadrer les modalités d'implantation, de densité, la taille, la saillie et la forme des enseignes du centre-ville de Pornic et des centres-bourgs de Sainte-Marie et du Clion-sur-Mer. La densité de dispositifs qualifiés d'enseignes (en façade, perpendiculaire, au sol, etc.) pour chaque activité sera maîtrisée.

Il s'agira tout particulièrement de respecter l'architecture des façades dans l'implantation des enseignes, par les dispositions suivantes :

- Eviter la multiplication d'enseignes et de formats pour une même activité ;
- Ne pas recouvrir des éléments architecturaux (corniches, angle de faitage, élément de modénature, de maçonneries, etc.) ;
- Interdire l'implantation d'enseignes en toiture et interdire les enseignes sur balcon lorsque l'activité ne s'exerce pas à l'étage concerné ;
- Encadrer la vitrophanie ;
- Dans le choix des couleurs des enseignes : s'inscrire dans les tons de la façade du bâtiment, privilégier des teintes sobres en accord avec le bâti ;
- Dans l'esthétique des enseignes, il sera recherché un caractère patrimonial (exemple : enseignes « traditionnelles », en fer forgé, etc.) et une identité commune à l'ensemble du centre-ville historique.

Les enseignes au sol (exemple : chevalets) seront également encadrées et limitées en nombre par activité. Ces enseignes devront respecter la libre déambulation et la sécurité des piétons.

2.2.3. Habiter des espaces de vie de qualité

L'objectif est de préserver le cadre paysager du quotidien pour les habitants de la commune. Il s'agit de limiter les affichages dans les secteurs résidentiels à vocation principale d'habitat et peu concernés par d'importants flux routiers ou l'implantation de commerces.

La publicité y est peu présente aujourd'hui et la volonté est de conserver cet espace en l'état, en garantissant un affichage publicitaire maîtrisé et respectueux du cadre de vie résidentiel. Ainsi, seule la publicité non lumineuse y sera autorisée et leur format sera réduit par rapport à celui autorisé par la règlementation nationale. L'implantation de la publicité devra privilégier le mobilier urbain comme support.

A priori, il n'existe pas d'enseignes dans cette zone puisqu'elle exclut les zones d'activités et secteurs commerciaux existants. Il s'agit toutefois d'anticiper et d'encadrer l'implantation de futures enseignes en tissu résidentiel. Les enseignes dans ces zones feront l'objet d'un encadrement adapté au contexte urbain dans lequel elles s'implantent.

2.2.4. Assurer un équilibre entre visibilité des activités et qualité paysagère des axes urbains du territoire

Veiller à la recherche d'une cohérence territoriale sur les grands axes du territoire

Les grands axes traversants sont à la fois des secteurs privilégiés pour l'expression publicitaire, mais également les vitrines de l'identité du territoire. Les axes urbains que sont la D286, le Boulevard de Linz/D13 la D213, la D751 ou encore la Route de Saint-Père-en-Retz sont concernés.

La commune souhaite faciliter et harmoniser l'expression des acteurs économiques implantés sur les artères urbaines principales, en limitant son impact visuel dans le paysage urbain. Il s'agit d'accompagner le visiteur dans ses déplacements et sa découverte du territoire par un traitement de l'affichage qualitatif. Pour cela, le projet entend favoriser une harmonie de traitement des dispositifs le long de ces voies principales, tant en termes de publicité que d'enseignes et préenseignes. Cet objectif passe par la réintroduction qualitative de la publicité et des préenseignes sous forme de mobilier urbain, sur certaines séquences de ces axes traversant des périmètres d'interdiction de publicité relative.

Par ailleurs, les carrefours et giratoires situés au croisement des principaux axes sont des emplacements privilégiés pour la prolifération des dispositifs publicitaires. Le projet ambitionne d'améliorer la lisibilité routière sur ces points en évitant le cumul des dispositifs entre publicités, préenseignes et indications directionnelles. Cette orientation doit répondre aux enjeux de valorisation paysagère.

Améliorer les axes d'entrées de ville majeures et les abords de la D213, vitrines du territoire

Dans une logique de valorisation de l'image territoriale et de ses paysages d'entrée de ville, le projet poursuit l'objectif de maîtriser l'affichage publicitaire sur les séquences d'entrées de ville principales à partir des axes routiers de la D13/Boulevard de Linz, des limites d'agglomération à l'intersection avec la Rue des Barelles ; de la D86/Boulevard de Baiona ; des espaces en agglomération aux abords de la D213 ; de la Route de Saint-Père-en-Retz, de la D213 à l'intersection avec la rue Jean Moulin ; de la D751/Boulevard Gilbert Pollono. Il s'agira de veiller à la non-prolifération des dispositifs de publicité par des règles visant à réguler leur densité et leur impact sur les paysages de ces secteurs.

2.2.5. Participer au dynamisme et à la qualité des zones d'activités du territoire

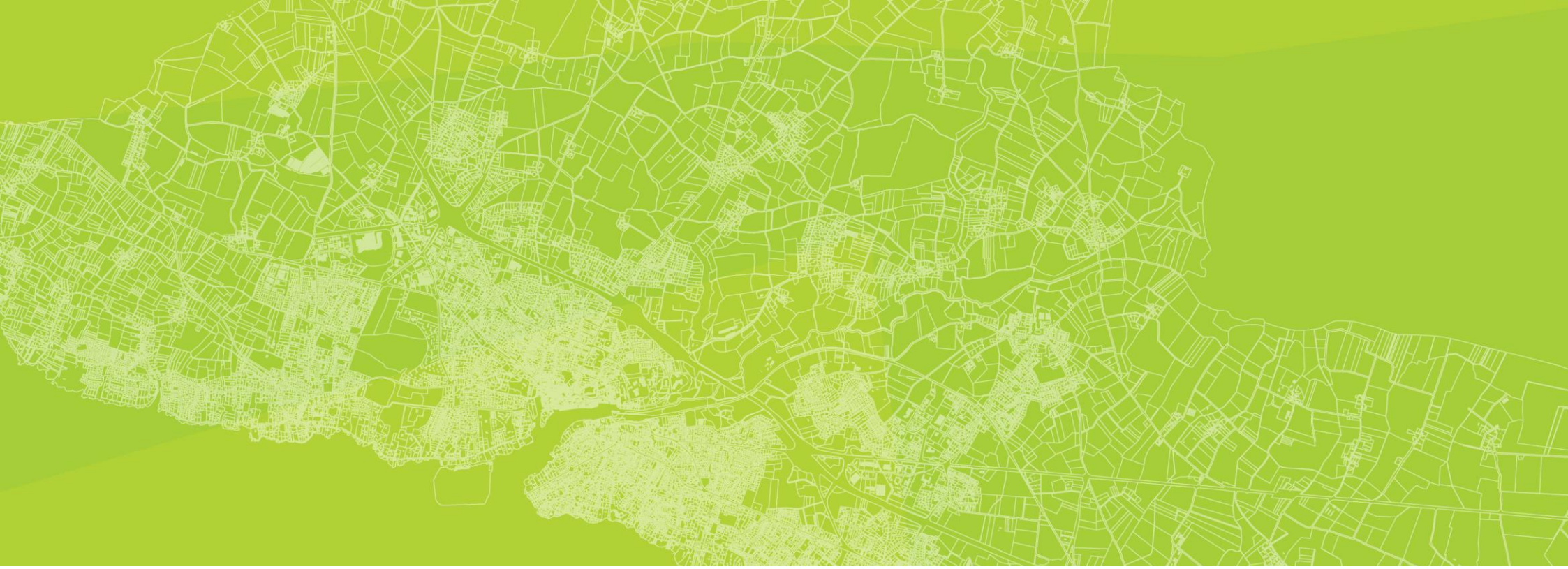
Les secteurs à vocation économique sur la commune de Pornic sont concernés par un affichage dense et divers, concentrant de nombreuses entreprises et activités aux besoins forts de visibilité. Les zones économiques et industrielles de La Blavetière, du Centre de l'Europe/ZI des Terres Jarries, la ZA Les Gentelleries et de La Chaussée (dont le Chaudron) ou encore le Val Saint-Martin, sont concernés.

Ces zones regroupent des dispositifs de taille imposante, une disposition parfois anarchique, des typologies et modalités d'implantations variées ainsi qu'une diversité de formats, teintes, formes, sens de lecture, etc. Cette diversité entraine une dégradation paysagère des secteurs d'activités concernés et par là-même une perte de visibilité des entreprises.

L'attractivité économique du territoire doit passer par l'amélioration de la qualité des aménagements extérieurs des secteurs économiques, et notamment par un affichage publicitaire maîtrisé et harmonisé. Cet encadrement est nécessaire pour apporter une réponse équitable aux besoins de communication des acteurs économiques locaux, intérieure et extérieure au territoire. Le projet vise une règlementation équilibrée entre besoins de communication et visibilité et l'image que renvoient les zones d'activités.

La commune souhaite y autoriser l'installation d'enseignes, de publicités et de préenseignes, tout en favorisant une harmonie visuelle de ces dispositifs. Elle entend notamment maîtriser l'affichage publicitaire en densité et en dimensions maximales autorisées.

Dans le cas des abords des entrées de ville majeures traversant les zones d'activités, l'enjeu de traitement qualitatif de la porte d'entrée sur la commune sera privilégié, induisant un encadrement plus important des enseignes, préenseignes et publicités sur ces séquences routières.



4 JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

1. MOTIFS DE DÉLIMITATION DU ZONAGE

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux :

- Les centralités urbaines et touristiques ;
- Les secteurs d'entrées de ville principales et axes urbains structurants ;
- Les secteurs à vocation économique ;
- Les secteurs pavillonnaires patrimoniaux et l'ensemble des secteurs résidentiels.

Afin de proposer une règlementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, 4 grands types de zones ont été définis.

1.1. ZONE DE PUBLICITE 1A (ZP1A) : SITE PATRIMONIAL REMARQUABLE

La zone couvre les espaces à caractère patrimonial du centre-ville historique de Pornic, son port et une partie des espaces bordant le rivage. L'emprise reprend le périmètre envisagé du Site Patrimonial Remarquable en cours d'élaboration sur la commune.

La zone comprend les espaces de la commune suivants :

- Le bourg de Sainte-Marie
- Les espaces agglomérés au sud de la rue des Sablons
- Le boulevard de l'Océan et ses abords
- L'avenue de la Noëveillard et ses abords
- Le port et les quais
- Les espaces entre le port et :
    - L'avenue du Jardin de Retz
    - La rue Neuve
    - La rue du Bourg aux Moines
    - La rue de la Douve
    - La rue Michelet
    - La Rue Tartifume
    - Le Pont du 8 Mai 1945 et la gare
    - La rue de la Source
    - L'avenue du Manoir
    - La rue du Casino des Flots
    - La corniche de Gourmalon

Justification et objectifs du zonage

La ZP1a reprend le périmètre envisagé du Site Patrimonial Remarquable en cours d'élaboration. Le SPR, une fois adopté, matérialisera l'ambition de la commune et les enjeux patrimoniaux en place. Cela impliquera des dispositions visant à valoriser le patrimoine au travers de l'encadrement de la publicité et des enseignes présentes. La ZP1a vise à anticiper la mise en œuvre de ce document.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Anticiper l'élaboration du Site Patrimonial Remarquable et prévoir un zonage spécifique dans le RLP ;
- Préserver et valoriser le cœur historique, le port et les quais de Pornic et le bourg de Sainte-Marie ;
- Interdire la présence de la publicité dans le centre-ville historique

- Valoriser et harmoniser l'esthétique du centre-ville historique (taille, saillie, forme, densité par façade, etc.) pour une dynamique commerciale cohérente et facilement lisible ;
- Respecter l'architecture des façades dans l'implantation des enseignes.

1.2. ZONE DE PUBLICITE 1B (ZP1B) : ESPACES PATRIMONIAUX LITTORAUX

La zone couvre les espaces à caractère patrimonial et résidentiel littoraux, formant une continuité avec la ZP1a.

La zone comprend les espaces de la commune suivants :

- La Gilardière
- La Gauvinière
- La Madrague
- Le Porteau
- Le golf
- Les espaces agglomérés hors ZP1a :
    - au sud de la rue des Bougrenets
    - au sud de la rue du Colonel Babonneau
    - au sud de la rue du Golf
    - à l'est de la rue du Petit Train
    - à l'est de la rue des Terres aux Moines
    - au sud du Boulevard de Linz
    - au sud de la rue des Abeilles
    - au sud de la rue Lieutenant Philippe Laraison
    - au sud de la rue des Vergers
    - au sud de la rue Joseph Adolphe Rousse
    - au sud de la rue de Lorraine
    - au sud de la rue de Malmy, de la Birochère, de la Concorde, de la Joselière, de la rue Jules Verne, rue des Jardins, rue Saint-Joseph

Justification et objectifs du zonage

La ZP1b concerne les espaces patrimoniaux qu'il s'agit de préserver en encadrant l'affichage publicitaire et les enseignes. Elle reprend globalement la ZPR1 du précédent RLP qui y interdisait la publicité. Les enjeux patrimoniaux et paysager y sont importants, à cet égard, il n'est pas souhaitable de réintroduire de la publicité dans ces secteurs où le précédent RLP ne le permettait pas. Il s'agit par ce zonage de préserver ces espaces et reconduire ce principe dans le nouveau RLP. Un zonage libre de toute publicité et lié aux enjeux patrimoniaux nécessite une zone de publicité spécifique à savoir les ZP1a et ZP1b.

En outre, le PLU comporte en annexe un cahier de recommandation portant sur l'architecture et le paysage. Ce dernier identifie différentes entités bâties sur la commune dont en particulier le centre urbain et le port ainsi que les espaces au style balnéaire ou d'influence balnéaire. Le zonage ZP1 s'appuie sur ces identifications et conserver une cohérence dans l'appréciation des enjeux patrimoniaux.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Préserver le cadre patrimonial et paysager comme vecteur d'attractivité ;
- Limiter la présence de la publicité dans les quartiers urbains patrimoniaux ;

- Valoriser et harmoniser l'esthétique des enseignes des espaces patrimoniaux et littoraux, respecter l'architecture des façades dans l'implantation des enseignes.

1.3. ZONE DE PUBLICITE 2 (ZP2) : SECTEURS AGGLOMÉRÉS À DOMINANTE RÉSIDENTIELLE

La ZP2 couvre les espaces agglomérés à dominante résidentielle, entre les zones ZP1 et les limites d'agglomération hors ZP1, ZP3 et ZP4 :

- Les Granges
- La Ficaudière
- La Janvrie
- La Taillée
- Les Trois Croix
- La Caradouère
- La Rivaudière
- Le Clion-sur-Mer
- La Bossarzerie
- La Bénétrie
- La Fléchouserie
- La Briquerie
- La Boutinardière

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs regroupent un tissu urbain homogène en majorité résidentiel.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Préserver le cadre des secteurs résidentiels ;
- Garantir un affichage publicitaire maîtrisé et respectueux du cadre urbain ;
- Anticiper et encadrer l'implantation de futures activités en tissu résidentiel.

La ZP2 concerne l'ensemble des espaces agglomérés de la commune qui n'est pas couvert par un autre zonage (ZP1, ZP3 ou ZP4), c'est-à-dire concernés par des enjeux différents des espaces patrimoniaux et littoraux, d'axes et entrées de ville majeurs ou d'enjeux de qualité de la communication économique.

Les espaces concernés par la ZP2 couvrent les espaces d'agglomération à dominante résidentielle. Dès lors que les enjeux de ces quartiers se distinguent de ceux du centre et des quartiers historiques (ZP1), des axes et entrées de villes structurants (ZP3) et des zones d'activités (ZP4), il convient d'instituer un zonage spécifique à ces espaces.

La publicité doit être limitée afin de préserver le cadre bâti en majorité dédié à l'habitat. Il permet en outre l'implantation de publicité sur mobilier urbain (voir plus loin) à la différence des espaces hors agglomération. Ces espaces agglomérés nécessitent pour l'ensemble de ces raisons un zonage spécifique ZP2.

1.4. ZONE DE PUBLICITE 3 (ZP3) : ENTRÉES DE VILLE ET AXES STRUCTURANTS DU TERRITOIRE

La ZP3 couvre les voies structurantes et secteurs d'entrées de ville principales et leurs abords :

- D13/Boulevard de Linz, des limites d'agglomération à l'intersection avec la Rue des Barelles

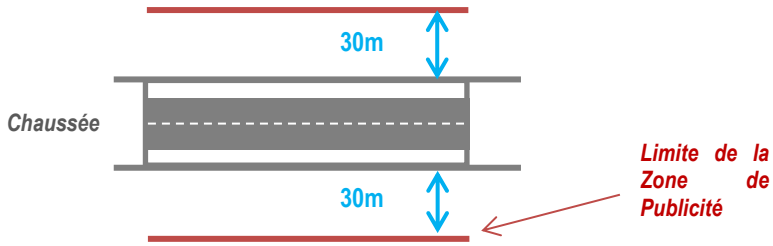
- D86/Boulevard de Baiona
- Les espaces en agglomération aux abords de la D213
- La Route de Saint-Père-en-Retz, de la D213 à l'intersection avec la rue Jean Moulin Sainte-Marie
- D751/Boulevard Gilbert Pollono

Les ZP3 dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants (hors agglomération principale de Pornic) bénéficient d'un sous-zonage ZP3b.

Justification et objectifs du zonage

Ces secteurs couvrent les principaux axes d'entrée et de traversée de l'agglomération principale de Pornic que la commune souhaite préserver et valoriser. Le zonage couvre les axes concernés et s'étend sur une bande d'environ 30m d'épaisseur à partir du bord extérieur de la chaussée (limites cadastrales). Elle comprend ainsi l'axe et les immeubles et bâtiments bordant la voie.

Le sous-zonage ZP3b concerne les zones ZP3 dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants, afin de respecter les règles du RNP qu'implique ce seuil démographique.



Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Veiller à la recherche d'une cohérence territoriale sur les grands axes du territoire ;
- Accompagner le visiteur dans sa découverte du territoire ;
- Améliorer la lisibilité routière sur les axes principaux ;
- Valoriser l'image territoriale et ses paysages d'entrées de ville en maîtrisant la publicité, améliorer les axes d'entrées de ville majeures et les abords de la D213, vitrines du territoire ;
- Limiter la taille et la densité des publicités ;
- Harmoniser l'expression des acteurs économiques implantés.

1.5. ZONE DE PUBLICITE 4 (ZP4) : ZONES D'ACTIVITES COMMERCIALES

La ZP4 couvre les zones d'activités :

- Centre de l'Europe/ZI des Terres Jarries
- La Blavetière
- Les zones du Chaudron, de la Gentellerie et de la Chaussée
- Les espaces d'activité/de service aux bords de la D213, de la rue de la Faïencerie

Les ZP4 dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants (hors agglomération principale de Pornic) bénéficient d'un sous-zonage ZP4b.

Justification et objectifs du zonage

Ces zones couvrent les espaces d'activités économiques du territoire. On y retrouve des activités expressives avec un besoin de visibilité fort. Ces secteurs regroupent de nombreux dispositifs imposants (publicités, enseignes et préenseignes), une impression de densité et un impact

paysager sur les axes majeurs traversant les zones. Il s'agit de secteurs privilégiés pour l'affichage publicitaire.

Les espaces à vocation économique traversés par un axe d'entrée de ville sont couverts aux abords de cet axe par la ZP3.

Le sous-zonage ZP4b concerne les zones ZP4 dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants, afin de respecter les règles du RNP qu'implique ce seuil démographique.

Ces secteurs font l'objet d'une Zone de Publicité afin de :

- Participer au dynamisme et à la qualité des zones d'activités du territoire ;
- Accompagner la communication des acteurs économiques pour améliorer la lisibilité des zones d'activités ;
- Favoriser une harmonisation visuelle des dispositifs ;
- Encadrer l'affichage temporaire dans les zones d'activités ;
- Dans le cas des entrées de ville majeures traversant les zones d'activités : l'enjeu de traitement qualitatif de la porte d'entrée sur la commune est privilégié.

2. CHOIX RETENUS POUR LA PARTIE RÈGLEMENTAIRE

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

2.1. DISPOSITIONS COMMUNES À TOUTES LES ZONES

En plus des règles propres à chacune des zones de publicités, le RLP formule des dispositions règlementaires s'appliquant à l'ensemble des zones de la commune et visant à préserver le paysage et encadrer l'esthétique et l'impact des dispositifs. Le territoire comporte de nombreux enjeux paysagers, patrimoniaux et touristiques auquel le RLP doit répondre.

2.1.1. Publicités et préenseignes

Esthétique des publicités et préenseignes :

- Préconisation de matériaux inaltérables ;
- Cadre et couleur blanc à gris ou de la couleur du mobilier urbain de Pornic (vert RAL 6007).

Le RLP vise une harmonisation de l'esthétique des dispositifs publicitaires et de qualité (matériaux, couleurs) tout en limitant leur impact sur le paysage.

Encadrement des dispositifs lumineux :

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Horaires d'extinction (y compris numérique) : de 21h à 7h.

Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage afin de limiterson impact sur l'environnement. Le RLP augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la règlementation nationale, de manière à limiter encore une fois les impacts visuels, esthétiques et sur la faune des publicités de nuit.

Publicités sur bâches :

Les publicités sur bâches suivent les mêmes règles que les autres publicités s'appliquant dans la zone concernée, afin de conserver un traitement cohérent entre les typologies de publicité dans une même zone. Le RLP veille à ne pas introduire d'interdiction générale sur toute la commune en les autorisant dans les zones où l'affichage publicitaire l'est au mur et sur mur de clôture ou clôture (ZP3).

Préenseignes temporaires :

Les préenseignes temporaires sont autorisées uniquement sur les dispositifs gérés par la ville. Ces structures existantes permettent d'alterner l'affichage d'évènements au niveau de giratoires de la commune. Il s'agit d'éviter l'affichage temporaire irrégulier et excessif, et ainsi limiter et encadrer cet affichage pour éviter leur impact sur les paysages de la commune.

Giratoires/carrefours :

Les principaux ronds-points et carrefours sont repérés au plan de zonage. Une interdiction d'implantation de publicités et de préenseignes y est requise dans un périmètre de 20 mètres depuis le bord extérieur de la

chaussée. Seuls restent autorisés les dispositifs en mobilier urbain de type abris-bus et les structures gérées par la ville réservées à l'affichage temporaire d'évènements. Seuls sont concernés par ces dispositions les principaux giratoires et carrefours situés sur les axes et entrées de ville principaux et donc porteurs d'enjeux paysagers. Ces dispositions permettent de préserver les ambiances paysagères et le désencombrement de ces giratoires et carrefours, elles répondent à l'enjeu de mise en valeur de ces axes.

Les autres giratoires et carrefours de la commune ne sont pas concernés par ces règles.

Notion de linéaire sur rue :

En vertu des articles L. 581-14 et L. 581-9 du code de l'environnement, un règlement local de publicité peut légalement fixer des prescriptions relatives à l'angle d'implantation par rapport à la voie. Cette précision est destinée à assurer une implantation des dispositifs harmonieuse et une meilleure intégration dans le paysage, contribuant à la valorisation du cadre de vie.

2.1.2. Enseignes

Esthétique des enseignes :

- Doivent s'intégrer à l'architecture du bâti sur lequel elles sont fixées ;
- Elles sont interdites sur balcon, garde-corps, barre d'appui de fenêtre, elles ne doivent pas masquer les éléments de décoration d'une façade (corniches, moulures, etc.) ;
- Elles sont interdites sur tout élément végétal ;
- En toiture : elles sont interdites ;
- Au sol : lorsque plusieurs entreprises sont implantées sur une même unité foncière, le regroupement des enseignes sur un dispositif commun sera imposé. L'implantation des enseignes au sol doit permettre la déambulation des piétons par 1,40m laissés libres sur trottoir.

Il s'agit d'encadrer l'esthétique des enseignes de manière générale dans le but de préserver au maximum les impacts de ces dispositifs sur les bâtiments et espaces dans ou sur lesquels ils s'implantent. L'objectif est de valoriser et préserver l'architecture des bâtiments.

La règle générale interdisant l'implantation sur tout élément végétal comme les arbres ou haies doit permettre d'éviter l'impact ou la dégradation de ces éléments et viser une harmonisation dans l'implantation des enseignes.

L'interdiction des nouvelles enseignes en toiture doit permettre de limiter leur impact sur le paysage lointain.

Concernant le regroupement des enseignes sur un seul dispositif, il s'agit de limiter la densité de dispositifs au sol et ainsi faciliter la lecture et limiter leur impact visuel.

Encadrement des dispositifs lumineux

- Dans le choix de l'éclairage et son intensité : ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural ;
- Interdiction d'enseignes numériques ;
- Horaires d'extinction : de 21h à 7h. S'il s'agit d'activité de nuit (bars, restaurants, hôtels, casino, …) : allumée à l'horaire du début d'activité, extinction à l'horaire de la cessation de l'activité.

Il s'agit ici d'encadrer l'éclairage afin de limiter son impact sur le paysage et les consommations énergétiques (en particulier le numérique). Le RLP augmente la plage horaire d'extinction par rapport à la règlementation

nationale, de manière à limiter encore une fois les impacts visuels des enseignes de nuit. Il reprend le principe du RNP en ce qui concerne les activités de nuit.

Enseignes temporaires :

Elles sont interdites si elles empiètent sur le domaine public. Les commerçants peuvent afficher les opérations commerciales à l'intérieur de leur emprise (ex : parking) ou de leur vitrine (hors portée du RLP). L'objectif est de limiter leur densité dans l'espace public.

2.2. PRINCIPALES RÈGLES PAR ZONE DE PUBLICITE OU SECTEURS SPÉCIFIQUES

Les dispositions de l'article L. 581-14 du code de l'environnement permettent au règlement local de publicité de définir une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. Ces dispositions confèrent aux autorités locales la possibilité notamment d'interdire dans ces zones toute publicité ou certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés.

2.2.1. Publicités et préenseignes

ZP1a

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Clôture	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	*Dont numérique*
ZP1a	interdit	interdit	interdit	interdit	interdit	interdit

Le quartier du vieux port de Pornic, les Villes Haute et Basse, le bourg de Sainte-Marie, les Monuments Historiques, les parcs urbains ou encore les sites classés et inscrits du territoire, constituent des espaces remarquables à valoriser et préserver, notamment par le biais de règles adaptées dans le RLP.

Dans un objectif de préservation et valorisation du cœur historique de Pornic, le port, les quais, Gourmalon et le bourg de Sainte-Marie, le RLP interdit toute forme de publicité.

Il est question d'anticiper la mise en place d'un Site Patrimonial Remarquable sur ce secteur qui implique une interdiction relative de publicité sur son emprise en agglomération.

D'autre part, la majeure partie des espaces couverts par la ZP1a sont d'ores et déjà concernés par une interdiction de la publicité relative, induite par les périmètres des abords des Monuments Historiques, sites inscrits et classés en vigueur. Le RLP maintient cette interdiction introduite par la règlementation nationale.

ZP1b

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Clôture	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	*Dont numérique*
ZP1b	interdit	interdit	interdit	interdit	interdit	interdit

La zone présente de forts enjeux patrimoniaux, paysagers et touristiques, en particulier le site inscrit couvert par la ZP1b et les espaces littoraux.

Le RLP interdit toute publicité en ZP1b afin de préserver le cadre patrimonial de ces quartiers, qu'elle soit sur mobilier urbain ou toute autre forme. Il est question de maintenir l'interdiction de publicité dans cette zone déjà effective lorsque le précédent RLP s'appliquait.

ZP2

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Clôture	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	*Dont numérique*
ZP2	interdit	interdit	Interdit	**Autorisé 2m²** (utile)	interdit	interdit

Ces quartiers ont été préservés de toute publicité. Il n'est donc pas opportun d'ouvrir aujourd'hui les possibilités d'implantation, afin de ne pas diminuer la qualité paysagère de ces secteurs.

Les ZP2 constituent des zones de transitions ou zones « tampons » entre les ZP1 très protégées et les ZP3 qui permettent l'implantation d'un certain nombre de dispositifs, Elles permettent de constituer un échelon intermédiaire et d'éviter l'effet de rupture nette entre une protection stricte et une ouverture conséquente à la présence publicitaire.

L'objectif est de préserver le cadre paysager du quotidien pour les habitants de la commune peu concernés par d'importants flux routiers ou l'implantation de commerces.

En effet, la publicité est autorisée uniquement sur mobilier urbain et limitée à 2m² (surface utile), de façon à obtenir un affichage publicitaire sobre, qualitatif.

Le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité numérique en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, et a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés. La commune peut ainsi instaurer des dispositions autorisant la publicité sur le mobilier urbain en particulier alors qu'elle l'interdit sur les autres types de support.

L'objectif est de préserver de l'affichage publicitaire les secteurs résidentiels afin maintenir le cadre de vie apaisé des habitants, en proposant un format réduit et limité en nombre, avec un traitement homogène permis par le mobilier urbain.

ZP3a et ZP3b

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Clôture	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	*Dont numérique*
ZP3a	**Autorisé 8m²** (utile) 1 par unité foncière, de +15ml		interdit	**Autorisé 2m²** (utile)	**Autorisé 8m²** (utile) 1 par unité foncière, de +15ml	interdit
ZP3b	**Autorisé** 4**m²** (total) 1 par unité foncière, de +15ml		interdit	**Autorisé 2m²** (utile)	**Autorisé** 4**m²** (total) 1 par unité foncière, de +15ml	interdit

Les abords des secteurs d'axes principaux de la commune sont recherchés par les afficheurs pour être visibles du plus grand nombre. Première perception d'un territoire, l'entrée de ville comporte des enjeux paysagers et d'image territoriale, une attention particulière doit y être portée en termes de traitement paysager et auquel le RLP répond.

La ZP3 permet d'apposer des dispositifs publicitaires sur murs et clôtures ainsi que sur mobilier urbain. Dans l'agglomération principale de plus de 10 000 habitants (ZP3a), ce format est limité à 8m² (surface utile) maximum sur mur et clôture afin de réduire l'impact dans les paysages de traversées urbaines. Dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants (ZP3b), cette surface respecte le RNP, limitée à 4m² (surface totale).

La publicité est également autorisée sur mobilier urbain, de manière limitée en surface (2m²) afin de conserver un affichage publicitaire sobre et harmonisé sur ces dispositifs.

Il s'agit de permettre l'affichage publicitaire, de manière encadrée en répondant à l'enjeu global de la commune de valoriser et améliorer le paysage des entrées de ville et axes structurants traversant l'agglomération de Pornic. Cette règlementation autorise pleinement l'affichage publicitaire tout en l'encadrant.

Dans ces secteurs, lorsqu'un dispositif de publicité est autorisé, il est toutefois imposé un dispositif maximum par unité foncière, et uniquement autorisé lorsque l'unité foncière présente un linéaire sur voirie d'au moins 15 mètres. Il s'agit ici d'encadrer la densité des dispositifs possibles sur des axes traversant que la commune souhaite valoriser.

De plus, l'affichage numérique est interdit afin de limiter son impact paysager sur les axes.

ZP4a et ZP4b

Synthèse des principales règles sur les publicités et préenseignes :

	Mur	Clôture	Sol	Mobilier urbain	Lumineux	*Dont numérique*
ZP4a	**Autorisé 2m² max** Sur façade 1 par unité foncière de +30ml	interdit	**Autorisé 4m² max** 1 par unité foncière de +30ml	**Autorisé 2m²** (utile)	**Autorisé**	**Autorisé 2m² max** Sur façade 1 par unité foncière de +30ml Images fixes
ZP4b	interdit	interdit	interdit	**Autorisé 2m²** (utile)	Uniquement mobilier urbain	interdit

L'accumulation déraisonnée de ces dispositifs nuit à l'esthétique de ces secteurs mais engendre également un désordre rendant inopérant les messages publicitaires, « noyés » dans la masse.

La commune souhaite disposer d'un traitement cohérent des zones d'activités à l'échelle de la commune et améliorer l'image et le paysage économique. Ainsi, la publicité est uniquement autorisée sur mobilier urbain (2m² utile) et numérique en façade, uniquement dans l'agglomération principale (plus de 10 000 habitants, en ZP4a). La publicité numérique est interdite dans les enveloppes agglomérées de moins de 10 000 habitants (ZP4b) selon le RNP. Il s'agit également de permettre une meilleure lisibilité des messages des entreprises sur leur lieu d'implantation en évitant de les mêler aux publicités.

Conformément aux objectifs de la délibération de prescription de ce nouveau RLP, la commune souhaite fortement restreindre l'affichage publicitaire numérique sur le territoire. en effet, l'impact des écrans numériques sur l'ambiance paysagère des lieux où ils sont installés est considérable : images mobiles, diffusion de « flashs » lumineux). Ils entrainent une pollution lumineuse et du ciel nocturne, et des consommations énergétiques conséquentes. A ce titre, ces dispositifs doivent faire l'objet d'une attention spécifique dans le cadre du RLP. Le RLP ne peut pas interdire totalement la publicité numérique sur le territoire communal, le juge administratif excluant cette interdiction. Ainsi, la publicité numérique est uniquement autorisée en ZP4a, d'une surface limitée à 2m² (utile), uniquement sur une unité foncière de plus de 30 mètres linéaires sur voie et uniquement diffusant des images fixes.

Cette disposition n'interdit pas, en pratique, l'installation de publicités numériques.

Les zones ZP4a constituent en effet les secteurs aux enjeux paysagers et patrimoniaux les moins forts de la commune.

Les entrées de ville et axes principaux traversant ou longeant les zones d'activités (boulevard de Linz, boulevard de Baiona, boulevard Gilbert Pollono) sont concernés par le zonage ZP3, qui autorise la publicité murale de 8m² (utile). Le RLP entend ainsi concentrer les dispositifs publicitaires aux abords des axes principaux et ce de manière encadrée en termes de taille.

Hors agglomération

La publicité et les préenseignes hors agglomération respectent le Règlement National de Publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite dans les espaces hors agglomération, à l'exception des préenseignes dérogatoires dans les conditions fixées par l'article L.581-19 du Code de l'Environnement.

2.2.2. Enseignes

ZP1a, ZP1b et ZP2

Les règles sur les enseignes sont globalement les mêmes en ZP1 et ZP2 afin d'avoir une cohérence de traitement sur une grande partie de l'agglomération.

La ZP1a spécifiquement est toutefois concernée par des prescriptions supplémentaires visant à encourager l'implantation d'enseignes qualitatives et patrimoniales dans le cœur historique, l'ambition patrimoniale étant plus forte dans cette zone.

Les enseignes parallèles en façade sont règlementées de façon à respecter l'architecture des bâtiments, limiter la densité d'affichage et l'impact visuel que ces dispositifs peuvent avoir (interdiction en toiture, sur balcon, interdiction d'enseignes clignotantes, numériques, etc.). Des éléments annexes (panonceaux/griffes, vitrophanie) sont encadrés en dimension et nombre afin de ne pas impacter les façades.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre et taille.

Les enseignes sur clôture et au sol sont interdites afin de ne pas multiplier les éléments d'enseignes pour une seule activité. Au sol, seul 1 porte-menu pour les restaurants est autorisé. En ZP2 uniquement, les totems sont autorisés pour les activités de service public.

L'ensemble de ces règles vise un traitement qualitatif, homogène des enseignes et respectueux du cadre de vie et du contexte architectural.

Le Casino, équipement phare d'une station balnéaire comme Pornic, bénéficie à ce titre d'une possibilité d'implantation d'une enseigne au sol, limité en surface (2m²) et en nombre (1 par voie ouverte à la circulation).

ZP3

Les règles sont globalement les mêmes qu'en ZP1 et ZP2, de façon à obtenir un traitement qualitatif et homogène également sur les entrées de ville et axes principaux. Ainsi, les enseignes en façade et les enseignes perpendiculaires à la façade sont encadrées en termes d'implantation, d'esthétique et de densité.

Toutefois, les enseignes au sol sont autorisées sous forme de totem, d'une taille limitée à 5,25m². Il s'agit de permettre aux activités de se signaler en trouvant une harmonisation des enseignes au sol dans leur typologie et leur format à l'échelle des axes/entrées de ville. Le totem parait par ailleurs être plus adapté que d'autres types (chevalet, oriflammes) en termes de visibilité sur des axes traversant.

Le regroupement des enseignes au sol sur un seul dispositif dans le cas de plusieurs activités sur une même unité foncière permet de limiter le nombre d'enseignes au sol et donc l'impact sur le cadre urbain.

ZP4

Le RLP encadre l'esthétisme et les différents types d'enseignes possibles dans les zones d'activités. Les enseignes parallèles à la façade sont limitées en surface, les implantations sont encadrées (interdiction d'enseignes en toiture, terrasse, numérique, etc.).

Les enseignes perpendiculaires à la façade sont interdites, moins adaptées au contexte et volumes des bâtiments de zones d'activités.

Les enseignes au sol sont autorisées mais uniquement sous forme de totem.

En agglomération de moins de 10 000 habitants (ZP4b), leur surface est limitée à 6m² (RNP). Dans l'agglomération principale de Pornic de plus de 10 000 habitants (ZP4a), la surface des totems et limitée à 9m². Leur nombre par activité est limité à 1 par voie ouverte à la circulation.

Les autres types d'enseignes au sol (drapeaux, oriflammes, chevalets, etc.) sont interdits. Le regroupement d'enseignes partageant la même unité foncière sur un même dispositif est imposé. Les enseignes sur clôture ou mur de clôture sont interdites, de façon à privilégier les enseignes en façade et sur totem.

L'ensemble de ces règles vise à limiter la densité d'enseignes au sol pour une même zone, de garantir une homogénéité des enseignes au sol dans leur format et ainsi améliorer la qualité de communication des activités ainsi que le paysage de ces secteurs.

Hors agglomération

Les enseignes hors agglomération bénéficient également d'un cadre, globalement identique aux règles des enseignes applicables en ZP1b ou ZP2. Le RLP renforce toutefois ces règles par l'interdiction d'enseignes perpendiculaires à la façade et interdit les enseignes au sol.

La zone du Val Saint-Martin, hors agglomération bénéficie des mêmes règles que la ZP4, uniquement concernant les règles sur les enseignes (la

publicité restera interdite de fait par son caractère hors agglomération). Il fait l'objet d'un zonage spécifique hors agglomération à cet effet.

L'ensemble de ces règles sur les enseignes doivent permettre d'encadrer toutes les enseignes implantées hors agglomération et ainsi faciliter leur intégration dans leur environnement.