



MISSION D'ASSISTANCE POUR L'ELABORATION DU RLP LE PLAN DE LA TOUR

DIAGNOSTIC

SOMMAIRE

1. LE DIAGNOSTIC	P03
1.1 Contexte réglementaire	P06
1.2 Analyse statistique	P17
1.3 Les principaux secteurs à enjeux	P23
1.4 Les non-conformités relevées	P25
1.5 Dispositifs conformes mal intégrés	P42
1.6 Affichage libre et limites d'agglomération	P?
Conclusion	P47

1. DIAGNOSTIC

INTRODUCTION

Le diagnostic du territoire du Plan-de-la-Tour répond à plusieurs objectifs :

- **Le rappel du contexte réglementaire du territoire.**
- **L'identification des secteurs à enjeux** en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes ou mal intégrés.
- **Le recensement exhaustif des publicités et préenseignes** conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement.
- **En ce qui concerne les enseignes, le recensement est presque exhaustif mais** le reportage photographique **visé surtout d'évaluer l'impact des dispositifs dans leur contexte paysager**, qu'ils soient conformes ou non avec les réglementations en vigueur. Il a permis de mettre en évidence certains dispositifs conformes mais portant un préjudice à la qualité architecturale et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation locale des règles nationales.

1. DIAGNOSTIC

DÉFINITIONS

Le Code de l'Environnement réglemente les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (à l'exclusion de ce qui est dans un local (derrière une vitrine)).

Définitions données par l'article L.581-3 du code de l'environnement :

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



Enseigne : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble*** et relative à une activité qui s'y exerce. *L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



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



DIAGNOSTIC

1.1 CONTEXTE REGLEMENTAIRE

1. DIAGNOSTIC

1.1 CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE AU PLAN DE LA TOUR

RN

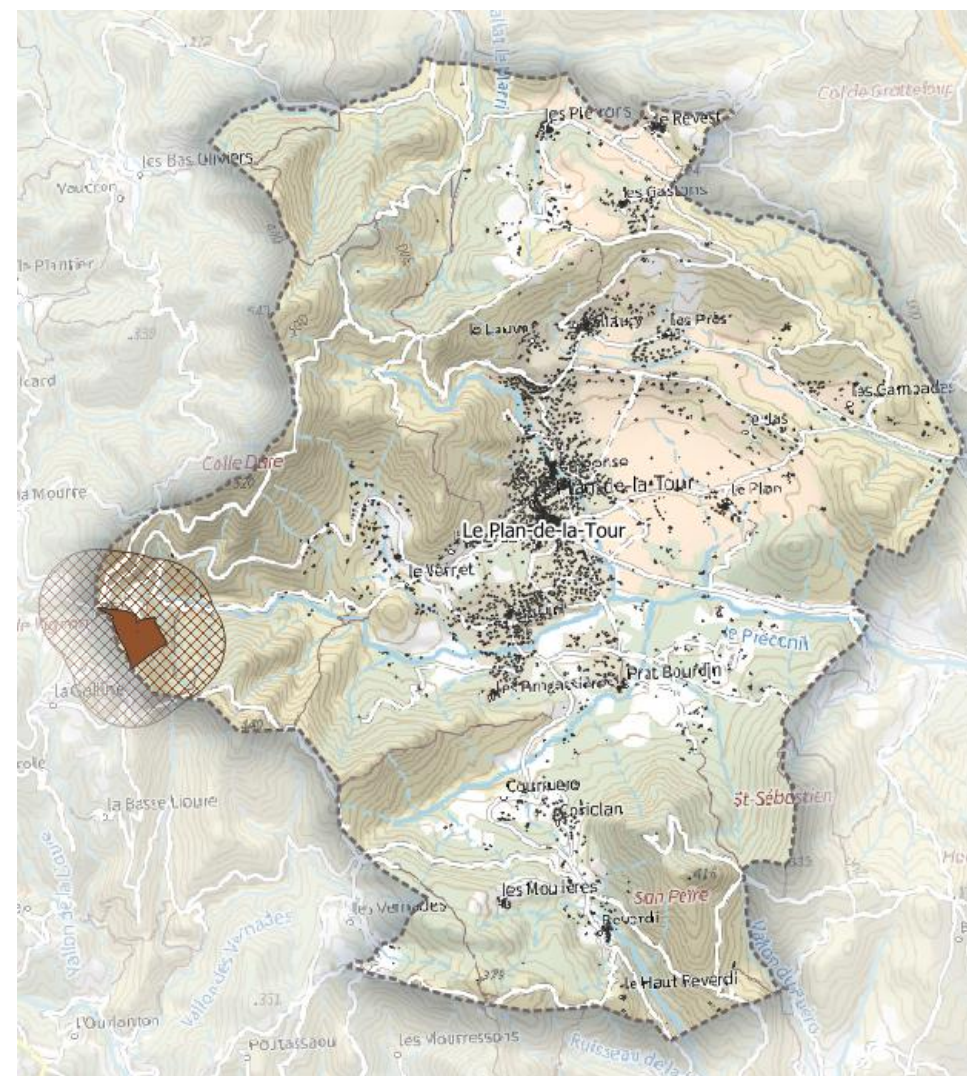
LES LIEUX ET SUPPORTS INTERDITS POUR LA PUBLICITE

Article L.581-7 du Code de l'Environnement :

La **publicité** est par principe **interdite** hors **agglomération**

Article L.581-8 du Code de l'Environnement

- **A moins de 500 m et dans le champ de visibilité des monuments historiques classés et inscrits (ou dans la zone de protection adaptée aux abords de ces monuments) ;**
 - Dans les sites inscrits.
 - Dans les sites Natura 2000
- **La commune du Plan de la Tour est concernée par un monument historique classé « le Rêve de l'Oiseau » où la publicité est interdite par défaut (mais sans incidence sur un secteur situé hors agglomération)**



INTERDICTION ABSOLUE

Article R.581-22 du CE :

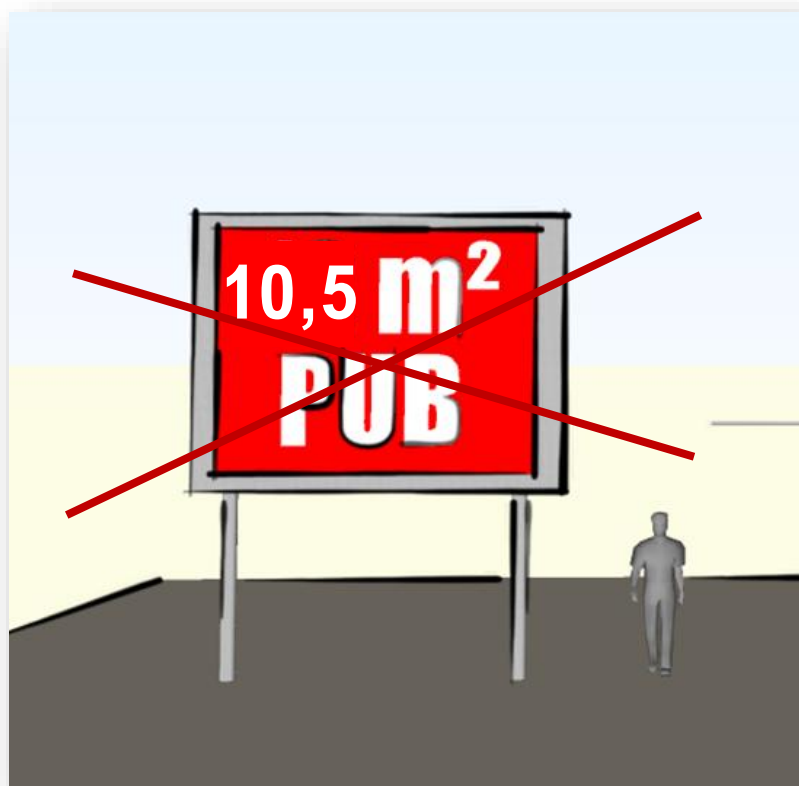
- Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne. Sur les murs de cimetières et de jardin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



Article R.581-31 du code de l'environnement

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Aucune agglomération du Plan de la Tour n'atteignant 10 000 habitants, la publicité scellée au sol est interdite sur l'ensemble du territoire communal.



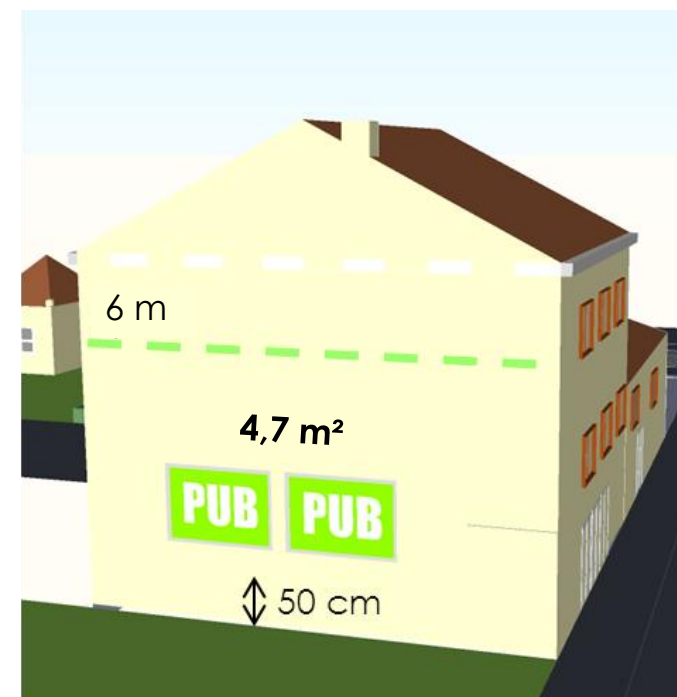
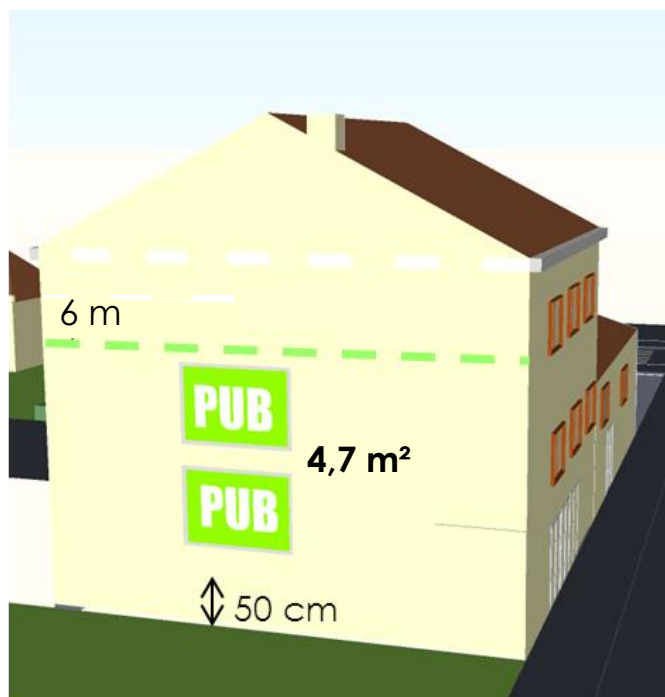
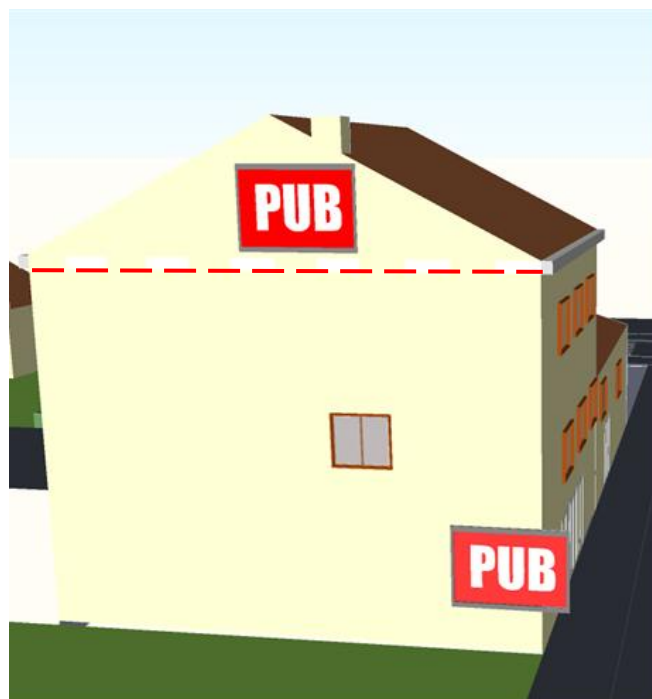
Article R.581-22 du CE

La publicité à plat est interdite sur les murs non aveugles comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire supérieure ou égale à 0,5 m².

La surface unitaire maximum autorisée est de **4,7 m²**.

Article R.581-25 du CE (règles de densité)

Il peut être installé deux dispositifs alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support.



CONTEXTE REGLEMENTAIRE LE PLAN DE LA TOUR

LES PUBLICITES SUR MOBILIER URBAIN

RN

La publicité sur mobilier urbain est admise sur l'ensemble du territoire communal situé en agglomération.

Les conditions d'implantation de la publicité sur mobilier urbain sont décrites aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'Environnement.

Il existe 5 catégories de mobilier urbain susceptible de supporter de la publicité :



Les abris destinés au public



Kiosques à journaux



Colonnes porte affiches



Les mats porte-affiches



Mobilier urbain destiné à des informations non publicitaires à caractère général ou local ou à des œuvres artistiques.

CONTEXTE REGLEMENTAIRE LE PLAN DE LA TOUR

LES PUBLICITES SUR MOBILIER URBAIN

RN

Type de mobilier	Surface publicitaire maximale		Prescriptions particulières
	Unitaire	Totale	
Abri destiné au public	2 m ² (hors secteurs protégés)	2 m ² + 2 m ² par tranche entière de 4,5 m ² de surface abritée au sol	Dispositifs publicitaires sur le toit interdits
Kiosque à usage commercial	2 m ² (hors secteurs protégés)	6 m ²	Dispositifs publicitaires sur le toit interdits
Colonne porte-affiches	Non réglementée	Non réglementée	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mat porte-affiches	2 m ² (hors secteurs protégés)	4 m ² (2 m ² dos à dos)	Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives
Mobilier urbain destiné à des informations non publicitaires	2 m ² (hors secteurs protégés)	Au plus égale à la surface des informations ou des œuvres	

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux règles applicables à la publicité (Art L.581-19 du CE) :

- ✓ mêmes interdictions
- ✓ mêmes conditions d'installation

On peut les assimiler à des publicités.



Article L.581-19 du code de l'environnement

Par dérogation à l'interdiction de la publicité hors agglomération (Art L.581-7) certaines activités ont droit à des préenseignes hors agglomération, sauf dans les lieux mentionnés à l'article L.581-4 (sites classés notamment) :

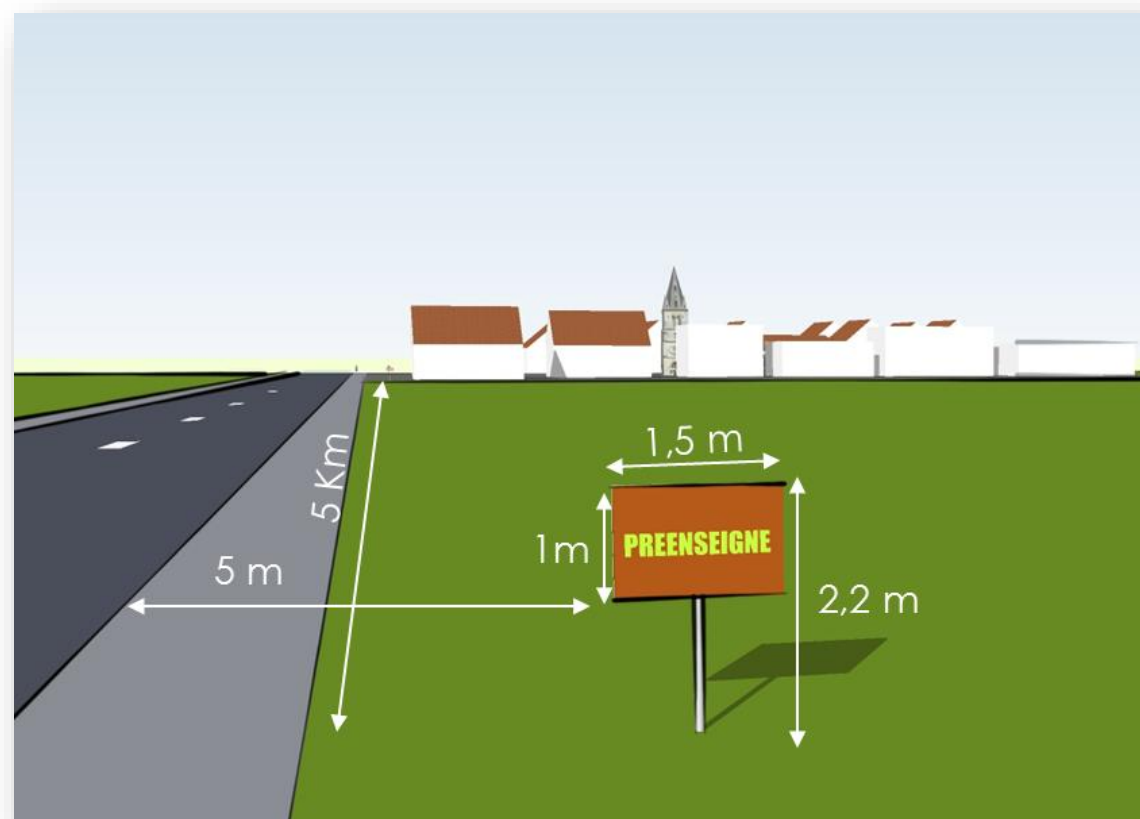
Activités donnant droit à préenseigne dérogatoire	Nombre maximum de dispositifs
<ul style="list-style-type: none"> - Monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite. - Opérations et manifestations exceptionnelles à titre temporaire. 	4
<ul style="list-style-type: none"> - Activités culturelles (hors vente de biens culturels) - Fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales dont c'est l'activité principale. 	2



Hors agglomération (hors sites classés notamment)

Caractéristiques

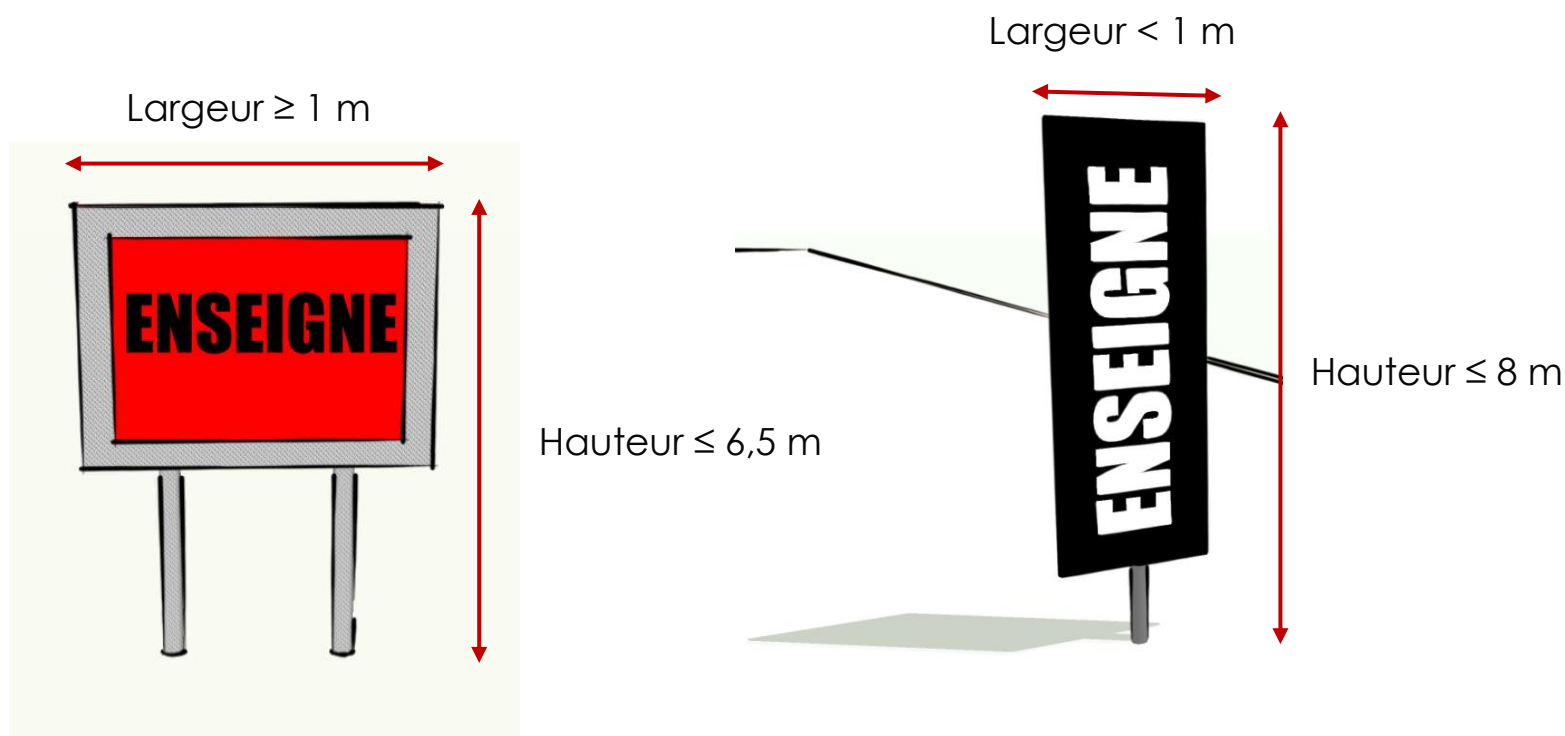
- Scellées au sol
- 1,5 m de large
- 1 m de haut
- 2,2 m de haut avec le pied
- Monopied de 0,15 m de large maximum
- A 5 m de la chaussée
- A 5 km maximum de l'entrée d'agglomération où s'exerce l'activité ou du lieu d'activité (10 km pour les MH)



Articles R. 581-64 & 65 du CE :

Une seule enseigne ($> 1 \text{ m}^2$) par voie bordant l'établissement.

Surface maximum pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants ou hors agglomération : 6 m^2 .



Surface des enseignes :

- ✓ Les enseignes sur façade (à plat et perpendiculaires cumulées) ne peuvent pas occuper plus de **15 %** de la surface de la façade commerciale. (25 % pour les façades de moins de 50 m²)

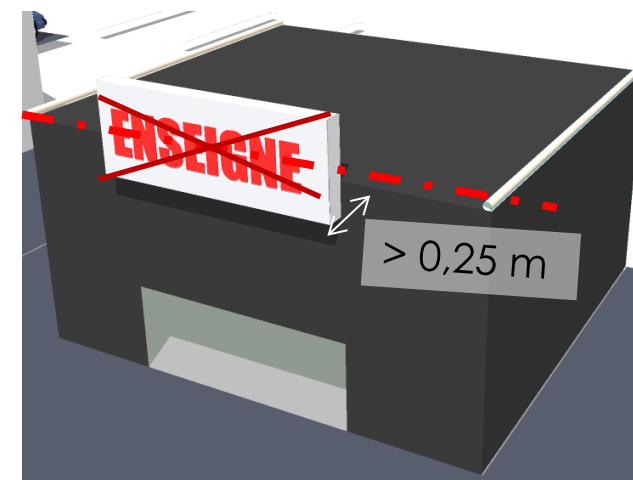
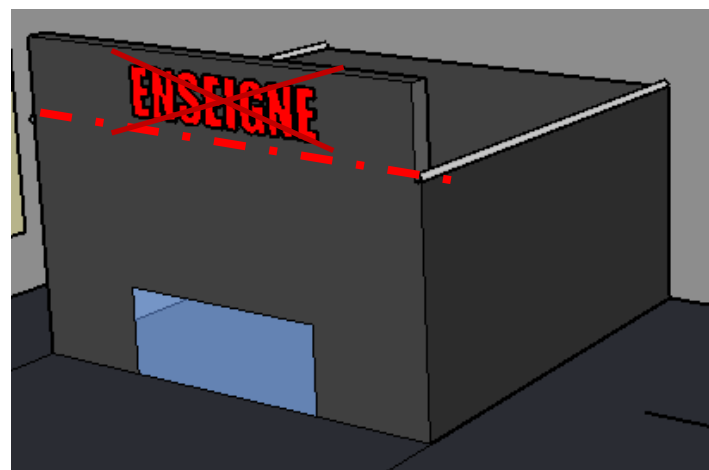
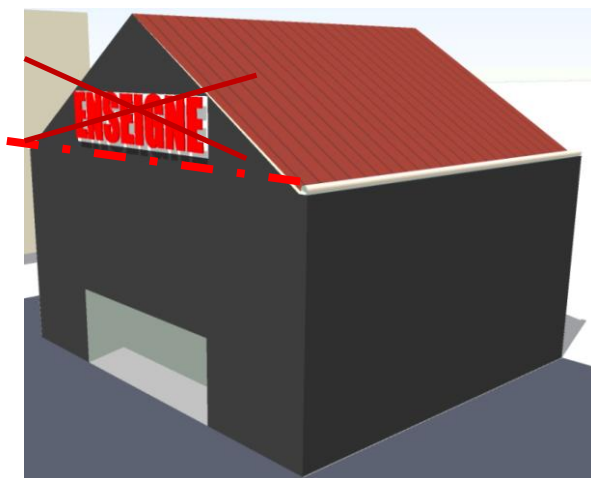
Calcul de la surface d'une enseigne :

- ✓ Pour les enseignes en lettres et/ou signes découpé(e)s, la surface de l'enseigne est calculée sur la base du parallélogramme dans lequel s'inscrivent ces lettres et/ou signes.
- ✓ Le panneau de fond ou l'aplat de couleur se distinguant de la couleur de la façade d'un bâtiment et servant de support aux inscriptions doit être comptabilisé dans le calcul de la surface totale d'une enseigne.



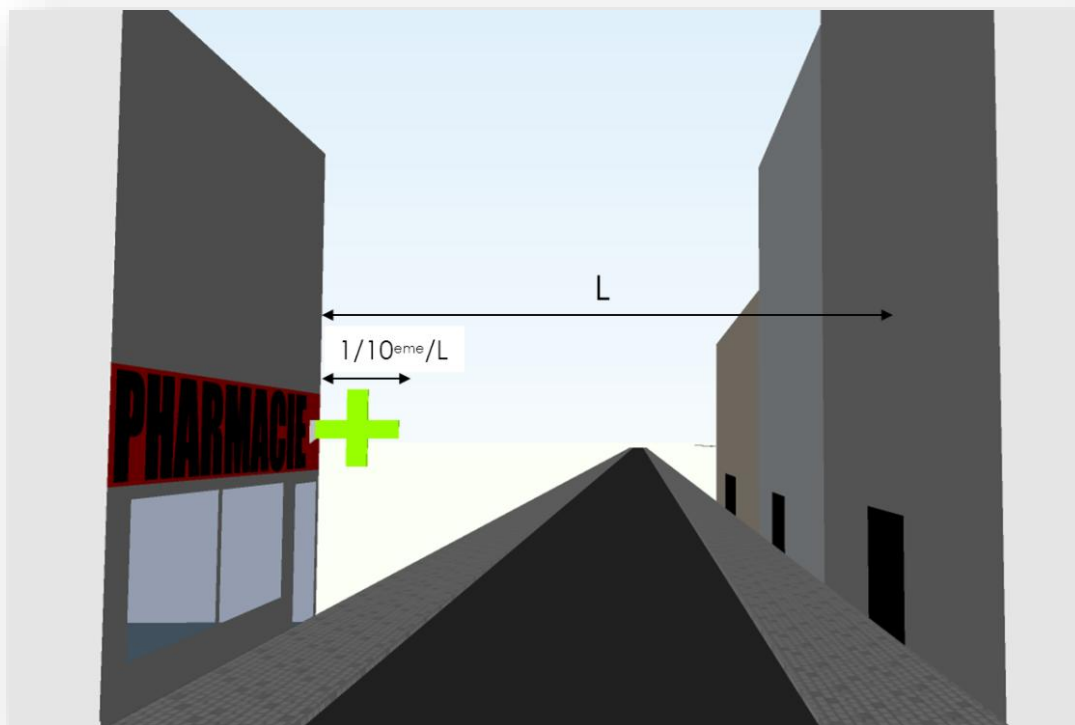
Enseigne représentant plus de 25 % de la façade commerciale

Article R. 581-60 du CE : Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur **ne doivent pas dépasser les limites de ce mur** ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.



Rappel des dispositions de la réglementation nationale :
Article R. 581-61 du CE

- ✓ Les enseignes en drapeau ne doivent pas dépasser une saillie de 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de façades d'une voie, dans la limite de 2 m.
- ✓ Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent en outre pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

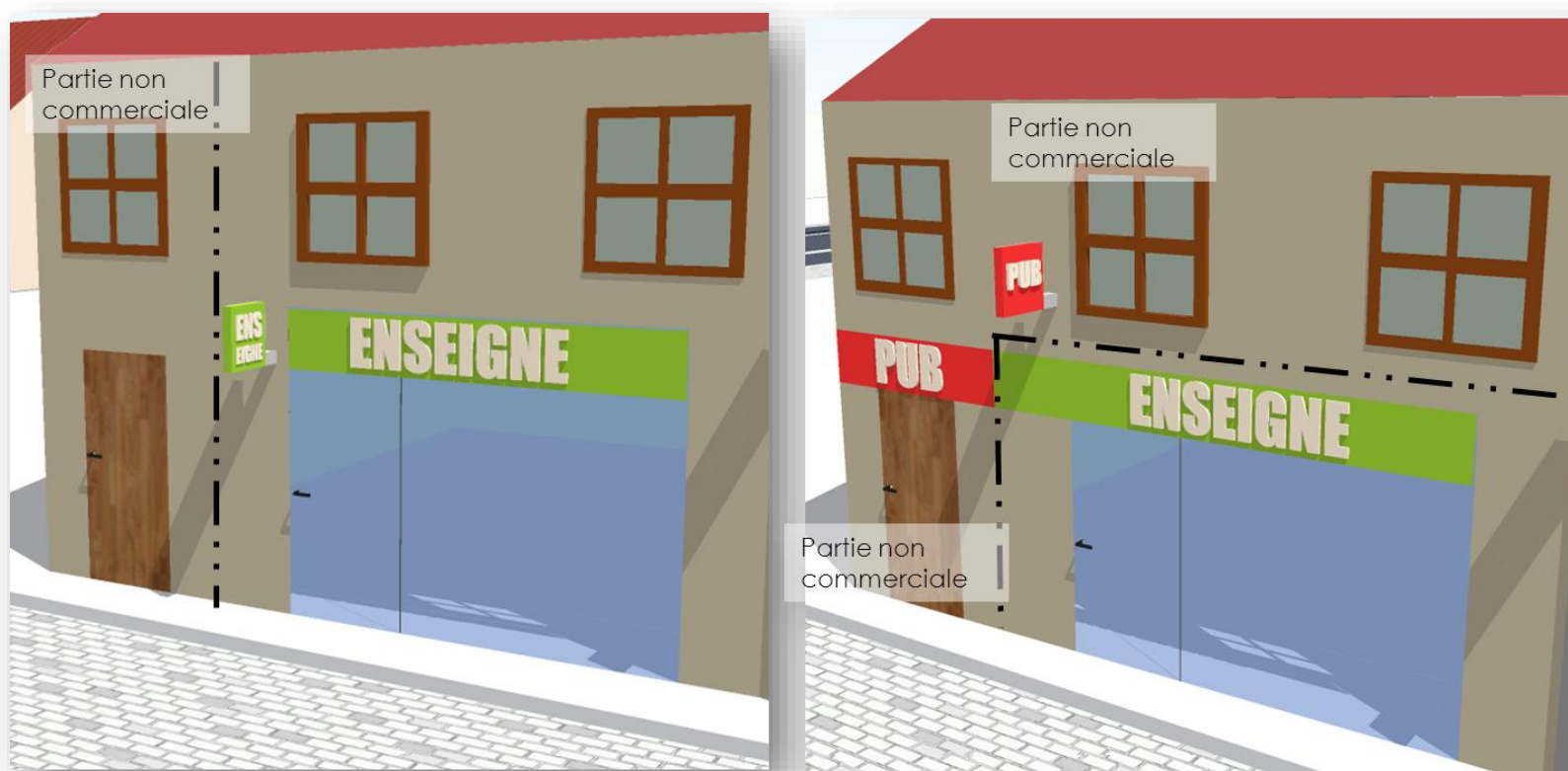


CONTEXTE REGLEMENTAIRE LE PLAN DE LA TOUR

ENSEIGNES APPOSEES SUR FACADE

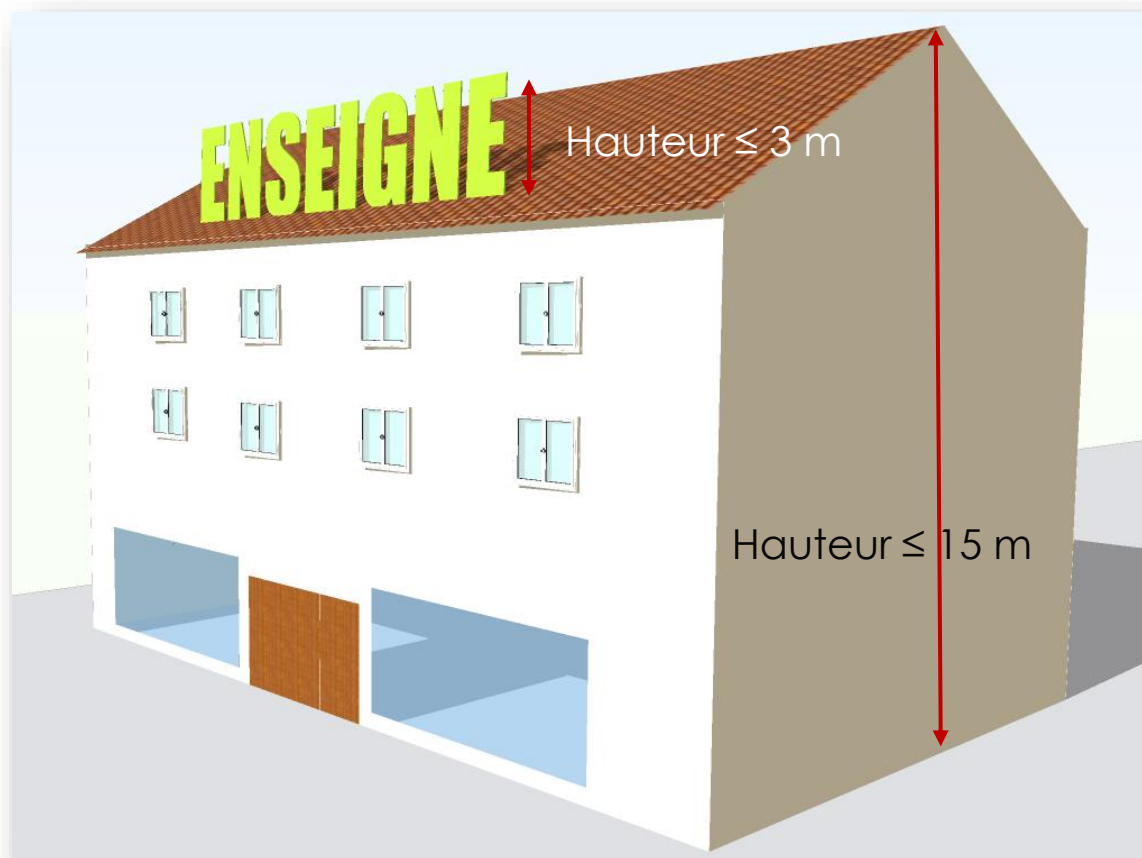
RN

- ✓ Les enseignes sur façade en dehors de la partie commerciale de la devanture, notamment, sur des portions comportant les portes d'accès aux habitations des étages ou au niveau des étages sont interdites. Les enseignes sont en effet alors assimilables à des publicités.



Article R.581-62 du Code de l'environnement :

Les enseignes sur toiture ou toit terrasse doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leurs fixations et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux sont limités à 0,5 m de haut. La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



DIAGNOSTIC

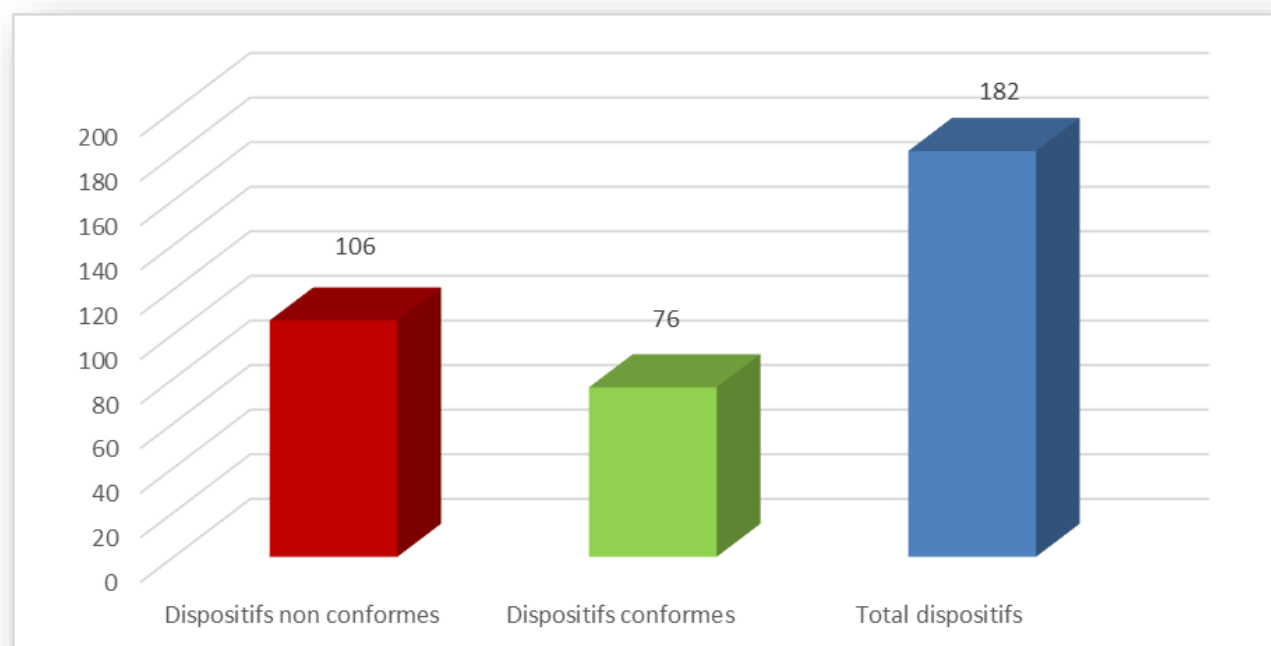
1.2 ANALYSE STATISTIQUE

1.2 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENCES ET NON CONFORMES

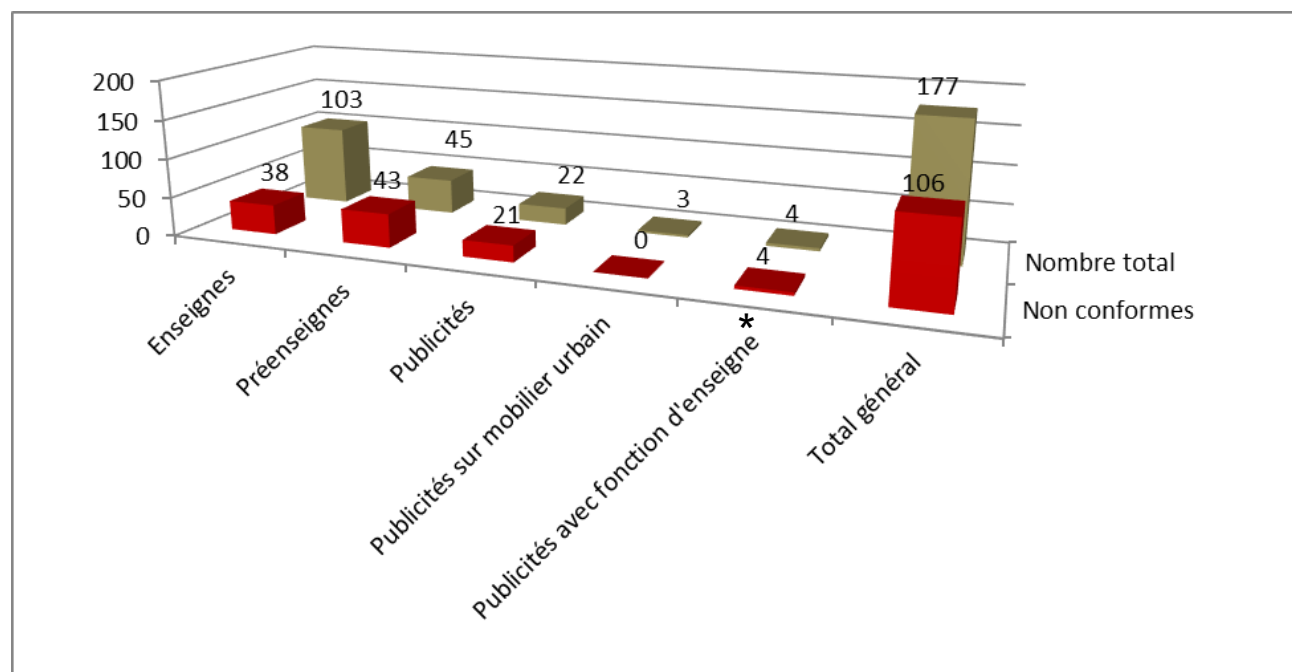
Dans la commune du Plan-de-la-Tour :

- **182 publicités, enseignes et préenseignes ont été recensés** et intégrés à une base de données, dont 3 supports d'affichage libre.
- **106 d'entre eux sont non conformes avec la réglementation nationale.**
- On ne peut pas en déduire un pourcentage global d'infraction, la totalité des enseignes n'ayant pas été relevé.



1.2 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

NOMBRE DE DISPOSITIFS RECENSES PAR TYPE



* Dispositif implanté en dehors la partie dédiée à l'activité de la façade.

Les enseignes (y compris publicités avec fonction d'enseigne - relevé non exhaustif), représentent (60,5 %) des dispositifs recensés. Les préenseignes représentent 25,4 % des dispositifs relevés. Les publicités représentent 14,1 % du total (dont 1,7 % pour le seul mobilier urbain).

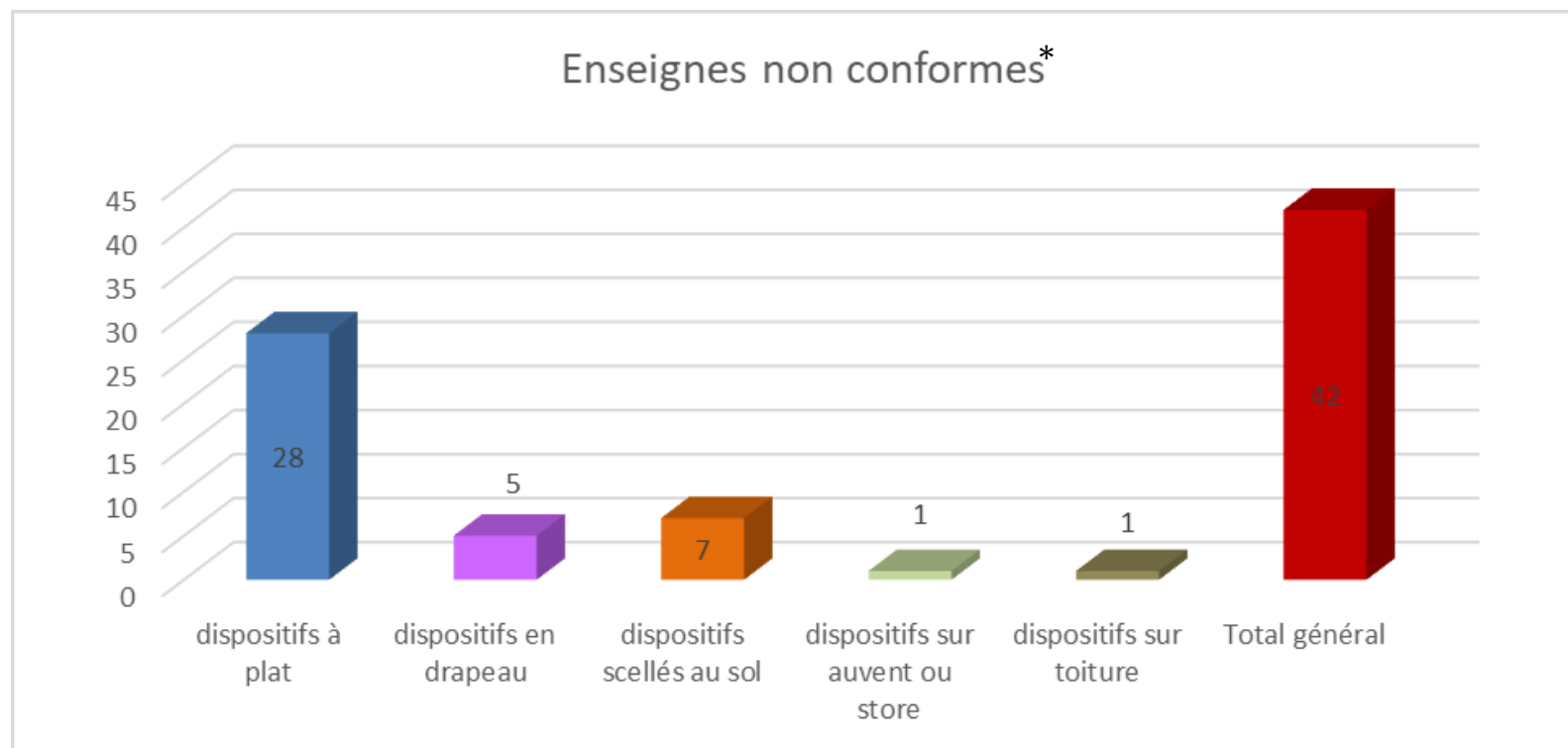
Les enseignes (y compris publicités avec fonction d'enseigne) représentent 39,6 % des dispositifs non conformes relevés.

Les publicités et préenseignes représentent 60,4 % des dispositifs non conformes relevés.

- **39,2 % des enseignes** relevées sont **non conformes**.
- **84 % des publicités** sont **non conformes**.
- **95,6 % des préenseignes** sont **non conformes** !

1.2 DIAGNOSTIC – ANALYSE STATISTIQUE

NOMBRE D'ENSEIGNES NON CONFORMES RELEVES PAR CATEGORIE



* Y compris publicités avec fonction d'enseigne

- **Les enseignes apposées à plat comptent le plus de dispositifs non conformes relevés,** notamment car ce sont les dispositifs les plus fréquents.
- Les dispositifs en drapeau sont le plus souvent des publicités car implantés sur la partie de la façade dédiée aux habitations)
- On ne dénombre qu'un seul dispositif sur toiture : il est non conforme.

1.3 LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX

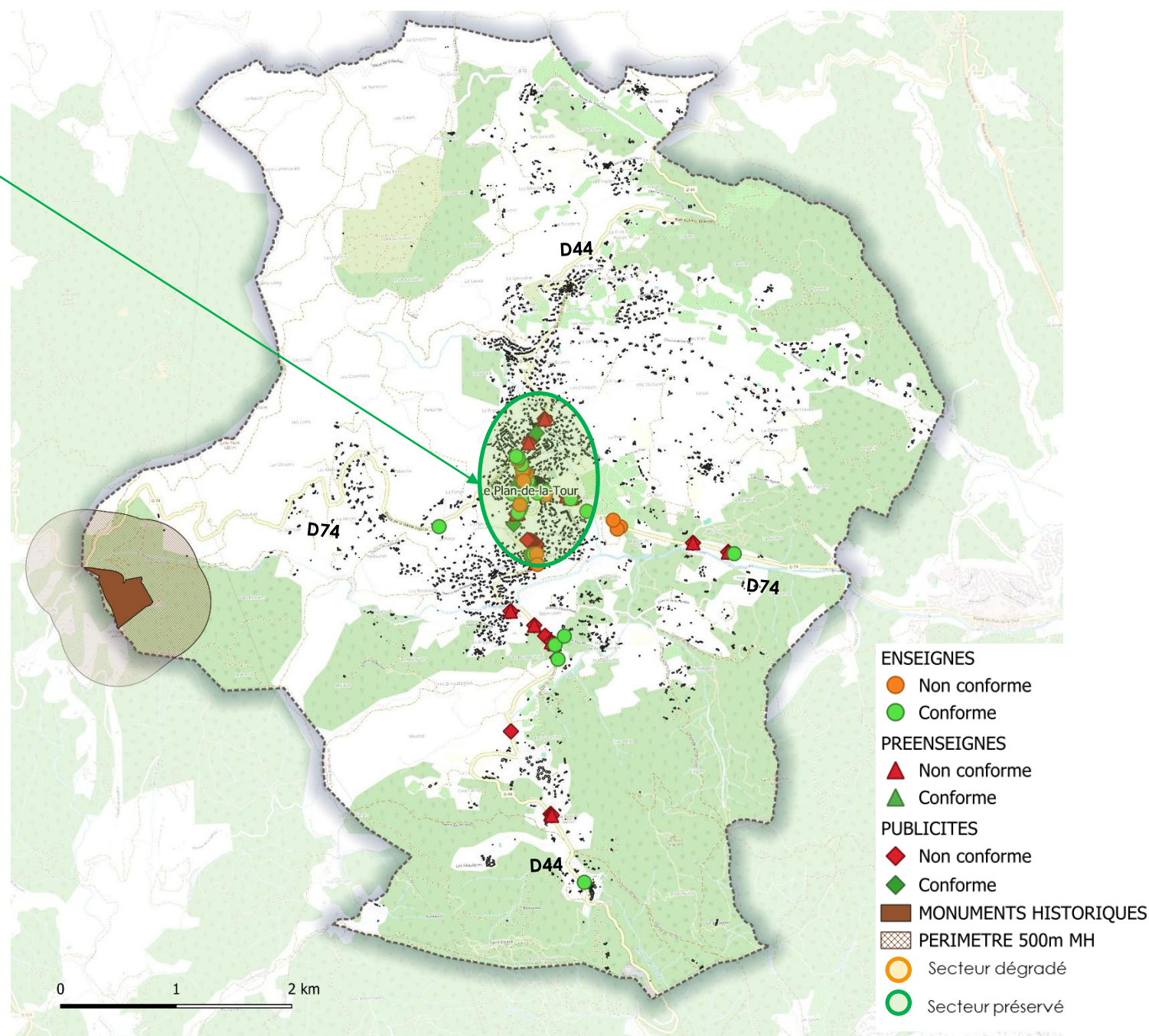
Nous entendons par secteurs à enjeux, les secteurs sur lesquels la publicité extérieure exerce une pression importante et qui nécessitent une attention particulière :

- soit pour améliorer une situation dégradée ;
- soit pour maintenir une situation préservée.

La qualité patrimoniale de ces secteurs, architecturale ou paysagère vient renforcer l'enjeu de préservation.

1.3 DIAGNOSTIC

LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX - VUE COMMUNALE



1.3 DIAGNOSTIC

LES PRINCIPAUX SECTEURS A ENJEUX - ZOOM ZONE AGGLOMERE



Centre ville



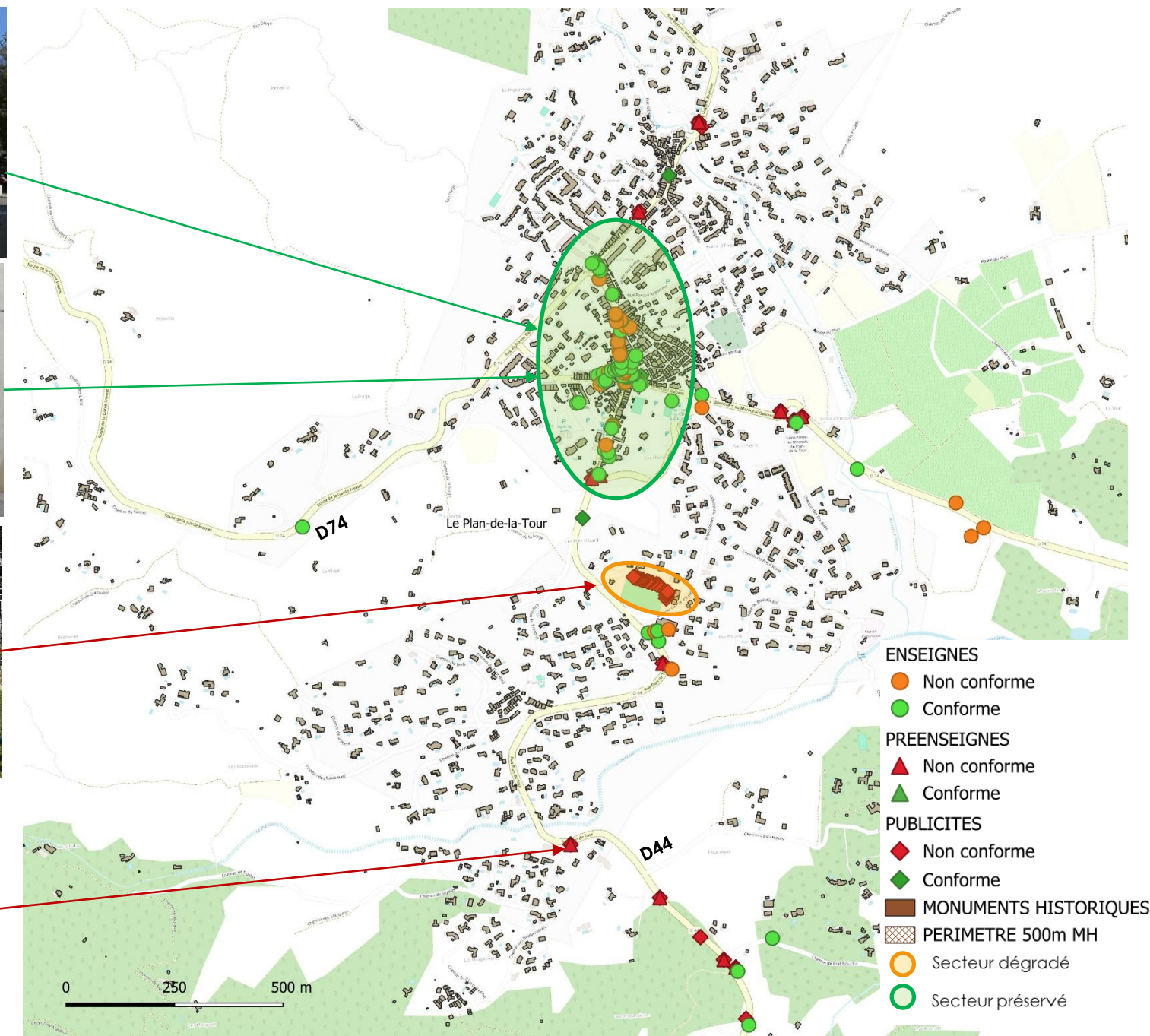
Centre ville



Stade municipal



Préenseignes



DIAGNOSTIC

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVÉES

1. DIAGNOSTIC

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVÉES - PUBLICITES

Publicités

(21 dispositifs non conformes relevés)



1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

PUBLICITES APPOSEES A PLAT

- Publicité sur clôture non aveugle : 17 dispositifs non conformes (Art R581-22 du CE)



Remarque : la plupart des dispositifs (16) sont apposés autour du terrain de football municipal.

1. DIAGNOSTIC

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES - PREENSEIGNES

PREENSEIGNES

(43 dispositifs non conformes relevés)



1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

PREENSEIGNES HORS AGGLOMERATION

Les préenseignes signalant des activités non dérogatoires sont assimilables à des publicités interdites hors agglomération (Article L581-7 du Code de l'Environnement)



11 dispositifs non conformes relevés

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

PREENSEIGNES EN AGGLOMERATION

- Les dispositifs publicitaires ou préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R.581-31 du Code de l'Environnement)
- Publicité sur un arbre interdite (Article L.581-4 du Code de l'Environnement)
- Publicité sur clôture ou mur non aveugle interdite (Art R581-22 du CE)



Scellées au sol



Scellées au sol



Clôture non aveugle



Sur un arbre

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

PREENSEIGNES SCHELLES AU SOL DE TYPE SIGNALETIQUE

Les dispositifs de signalétique présents sont parfois dédiés au jalonnement des entreprises communales, à la demande et sans cohérence globale. Les supports ne respectent pas les conditions d'implantation de la signalisation d'information locale (SIL) prévues par le code de la route :



Il ne peut y avoir plus de 6 mentions par support, dont 4 dans la même direction (pour des raisons évidentes de lisibilité et de sécurité).

Seuls sont autorisés les idéogrammes réglementaires à l'exclusion des logotypes (logos d'entreprises).

Au-delà de la non-conformité des dispositifs, l'esthétique, le fonctionnement et la pertinence du jalonnement pose question.

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

PREENSEIGNES POSEES AU SOL TEMPORAIRES

Un chevalet ou une bâche apposé sur le domaine public est assimilable à une préenseigne ou une publicité qui est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. (Article R.581-31 du Code de l'Environnement) A plus forte raison en l'absence d'autorisation de voirie. Il doit aussi laisser un passage libre de 1,4 m sur le trottoir pour les personnes à mobilité réduite. (Arrêté du 15 janvier 2007 relatif à l'accessibilité de la voirie publique pour les personnes handicapées).



Les bâches temporaires annonçant des manifestations temporaires contribuent à dégrader les entrées de ville.



Les chevalets parfois installés sans permis de stationnement et constituent parfois une gêne pour la circulation des piétons.

1. DIAGNOSTIC

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES - ENSEIGNES

ENSEIGNES

(42 dispositifs non conformes relevés)



1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES APPOSEES A PLAT SUR UNE FACADE COMMERCIALE

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m, ni dépasser les limites de l'égout du toit. (Article R581-60 du Code de l'Environnement)

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur. (Art R. 581-61 du CE)



6 dispositifs non conformes relevés

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES APPOSEES SUR UNE FACADE COMMERCIALE

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. (25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m². (Article R.581-63 du Code de l'Environnement)



19 dispositifs non conformes relevés

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES SCELLEES AU SOL

Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (Article R. 581-64 du Code de l'Environnement).



4 dispositifs non
conformes relevés

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES SUR TOITURE

Les enseignes sur toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond. Les enseignes sur toiture ne doivent pas excéder une hauteur de 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure à 15 m. La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés. (Article R.581-62 du Code de l'Environnement)



Une seule enseigne en toiture recensée sur l'ensemble du territoire de la commune.

1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES ASSIMILABLES A DES PUBLICITES

Les enseignes sur façade en dehors de la partie commerciale de la devanture, notamment, sur des portions comportant les portes d'accès aux habitations des étages ou au niveau des étages sont interdites. Les enseignes sont en effet alors assimilables à des publicités interdites sur une façade d'habitation comportant des ouvertures.



1.4 LES NON CONFORMITES RELEVES

ENSEIGNES OBSOLETES

Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables.

Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité. (Article R.581-58 du CE)



1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

Illustration des **dispositifs conformes** vis à vis du Code de l'Environnement **mais** portant atteinte ou susceptible de porter atteinte à l'image des activités et du territoire de la commune.

1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

ENSEIGNES SCELLEES AU SOL

Dispositifs conformes



Enseigne scellée au sol peu esthétique dont le format contribue à masquer les perspectives paysagères.

Les enseignes scellées ou posées au sol de moins de 1 m² ne sont pas limitées en nombre.

1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

ENSEIGNES MASQUANT LES ELEMENTS D'ARCHITECTURE

Dispositifs conformes



Caissons lumineux ancienne génération



Enseignes mal insérées sur la façade commerciale

1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

ENSEIGNES MASQUANT LES PERSPECTIVES PAYSAGERES

Dispositifs conformes



Enseigne sur auvent sur concession d'occupation du domaine public préjudiciable aux perspectives paysagères urbaines

1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

ENSEIGNES NUMERIQUES DERRIERE VITRINE

Dispositifs conformes



Les enseignes numériques derrière vitrine ne sont pas réglementées



Elles peuvent avoir un impact visuel fort

1.5 DISPOSITIFS CONFORMES MAL INTEGRES

PUBLICITES SUR FACADE EN TRAVERSEE D'AGGLOMERATION

Dispositifs conformes



Publicité dégradant la qualité des perspectives paysagère dans la traversée urbaine

DIAGNOSTIC

1.6 AFFICHAGE LIBRE ET LIMITES D'AGGLOMERATION

Réglementation nationale en agglomération

- ✓ Le maire doit prendre un arrêté municipal définissant la localisation et la surface des emplacements réservés à l'affichage d'opinion (article L.581-13 du CE)*.
- ✓ Tout point situé en agglomération doit se situer à moins d'un kilomètre d'un emplacement réservé à l'affichage d'opinion (article R.581-3 du CE).
- ✓ Le Code de l'Environnement (article R.581-2) prévoit notamment une surface minimale réservée à l'affichage d'opinion en fonction de la population de la commune concernée :

Pour une commune comme Le Plan de la Tour, dont la population est comprise entre 2 000 et 4 000 habitants, la surface minimale réservée à l'affichage d'opinion est de **6 m²**.

La surface maximale par support est de 2 m².

Cette obligation est respectée, la commune comptant **3** supports d'affichage libre représentant un total de **6 m²** environ.



1.6 AFFICHAGE LIBRE OU AFFICHAGE D'OPINION

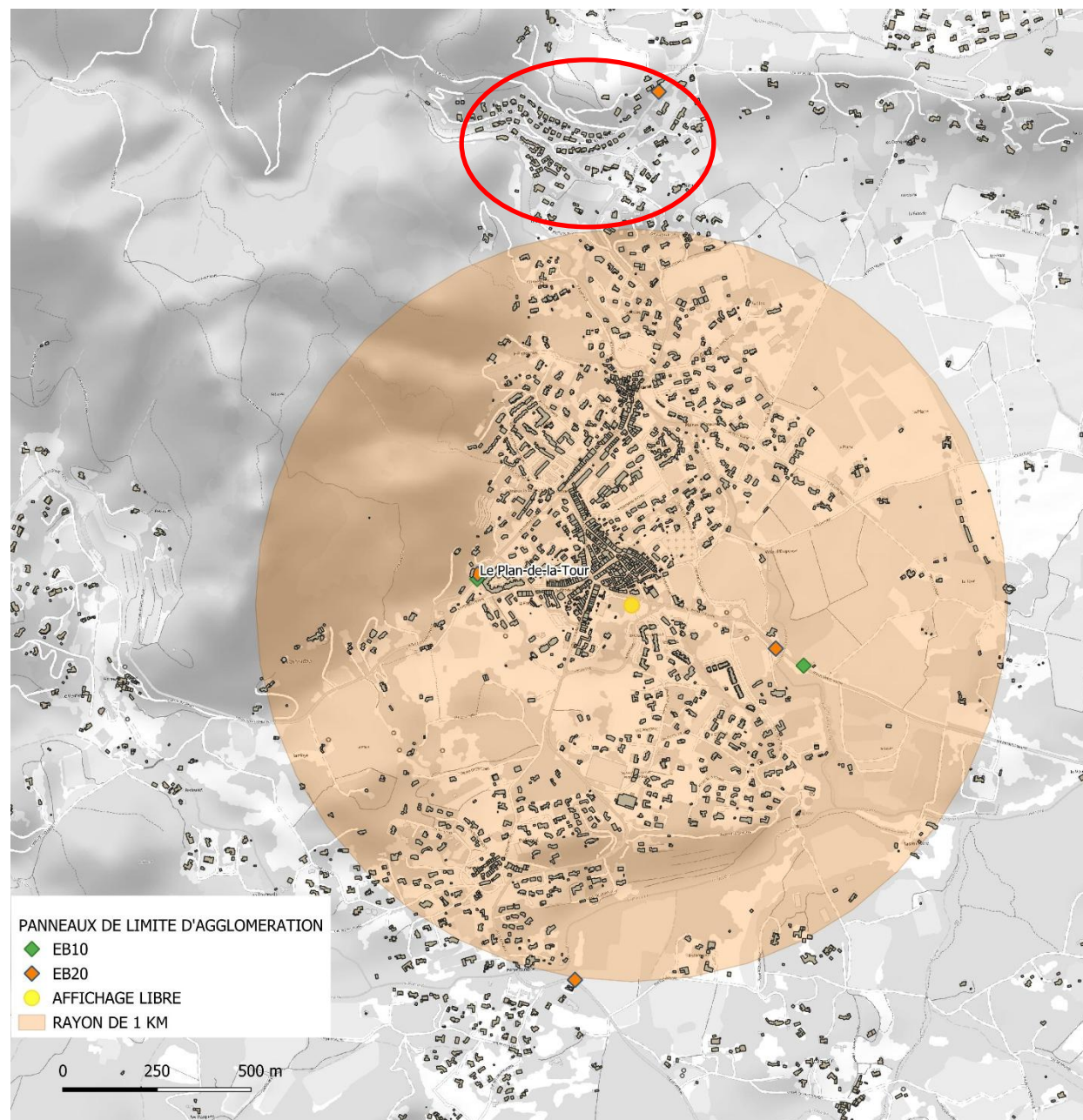
IMPLANTATION AU PLAN DE LA TOUR

RN

Cartographie de l'affichage libre au Plan de la Tour

Tout point situé en agglomération doit en outre se situer à moins d'un kilomètre d'un emplacement réservé à l'affichage d'opinion. Cette obligation ne semble pas tout à fait respectée au Plan de la Tour, le nord de l'agglomération n'étant pas couvert.

Les panneaux d'entrée et de sortie de l'agglomération ont des emplacements cohérents avec la présence de bâti suffisamment dense pour être considéré aggloméré.



1. DIAGNOSTIC

CONCLUSION

- **Le territoire du Plan de la Tour est globalement peu touché par les excès de la publicité extérieure.**
- **Les rares points noirs se concentrent essentiellement le long des D74 et D44, en entrée de ville.**
- **Des enseignes de centres villes de qualité inégale et parfois médiocre.**
- **De la publicité commerciale quasiment absente, hormis sous la forme de quelques préenseignes.**
- **Présence de signalétique normalisée mais souvent en surnombre et qui perd en efficacité. Dispositifs parfois, qui plus est, assimilables à des préenseignes illégales.**
- **Les axes routiers hors agglomération sont bien préservés. On n'y trouve que de rares préenseignes non déroatoires.**

LE PLAN DE LA TOUR



Siège :
69 Grande rue de la Coupée
71850 CHARNAY-LES-MACON

Agence :
37, rue de la Liberté 38600 FONTAINE

tel : 03.85.38.12.354
mail : contact@alkhos.fr –
site web : www.alkhos.fr

DECEMBRE 2025