

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception en préfecture : 26/02/2024
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Communauté
de Communes



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

RAPPORT DE PRESENTATION



DOCUMENT APPROUVE EN CONSEIL
COMMUNAUTAIRE LE
28/09/2022 – délibération n° 2022/04/24




Le Président
Bernard FISCHER

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

SOMMAIRE :

INTRODUCTION.....	5
PARTIE I. La procédure d’élaboration d’un RLPi.....	9
I. Les principales étapes de la procédure	9
II. Les éléments constitutifs du RLPi	11
III. Le champ d’application de la réglementation	12
IV. La notion d’agglomération.....	20
PARTIE II. Le contexte	21
I. Analyse territoriale	21
II. Le patrimoine naturel	22
III. Le patrimoine historique.....	24
IV. Les axes structurants	25
PARTIE III. La réglementation.....	27
I. Les règles du RNP applicables sur le territoire du Pays de Sainte Odile	27
II. Les dispositions figurant dans le règlement local de publicité d’Obernai	29
III. Le régime particulier de l’affichage d’opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.....	31
PARTIE IV. Diagnostic de la situation dans le Pays de Sainte Odile	33
I. Diagnostic de la publicité.....	34
II. Diagnostic des enseignes.....	41
PARTIE V. Les orientations	57
PARTIE VI. L’explication des choix.....	59

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

INTRODUCTION

Contexte législatif

De nombreuses législations se sont succédé afin de réglementer l'implantation de la publicité puis des enseignes dans un objectif initial de préservation de l'esthétique des lieux puis, plus généralement, de protection du cadre de vie.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétents en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

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

Intérêt d'un RLP

- Tenir compte du contexte local

Document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, le RLPi répond à l'objectif d'adapter le RNP aux caractéristiques du territoire. Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLPi sera établi.

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

- Les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- Les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- Les sites inscrits et sites Natura 2000.

- Eviter la caducité

Au 1^{er} janvier 2021, seule la ville-centre, Obernai, dispose d'un règlement de publicité communal. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, il est dit qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or le Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée

Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20240219-20240123-DE Date de télétransmission : 26/02/2024 Date de réception préfecture : 26/02/2024	Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20220928-20220423-DE Date de télétransmission : 04/10/2022 Date de réception préfecture : 04/10/2022
---	---

en vigueur, à peine de caducité. Ce délai est porté à 12 ans lorsque le RLP devient intercommunal*. Autrement dit, ces communes ont jusqu'au 13 juillet 2022 pour adopter un RLPi qui réponde aux exigences de la loi ENE, c'est-à-dire un RLP de deuxième génération. Faute de quoi, elles seront soumises aux dispositions du RNP.

*(Loi 2019-1461 du 27 décembre 2019)

- Transférer le pouvoir de police

Par ailleurs, comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, le maire d'Obernai est l'autorité de police au nom de la commune pour faire appliquer et respecter la réglementation de la publicité et des enseignes. Dans les autres communes de l'agglomération, c'est l'État, en l'occurrence le préfet du Bas-Rhin, qui est l'autorité de police compétente pour l'instruction des demandes d'autorisation et l'exercice du pouvoir de sanction. Lorsque le RLPi sera adopté, chaque maire sera compétent sur l'ensemble du territoire de sa commune et ce, jusqu'au 31 décembre 2023.

Le régime de l'instruction est donc le suivant :

- En l'absence de RLP, l'instruction des demandes d'autorisation préalable est confiée aux services de l'État. Les déclarations préalables sont également adressées aux services de l'Etat ;
- En présence d'un RLP, l'instruction appartient au maire qui agit au nom de la commune, permettant ainsi un meilleur contrôle de l'implantation des dispositifs sur le territoire communal.

La loi 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » a modifié les règles du pouvoir de police, qui sera exercé à compter du 1^{er} janvier 2024 selon le tableau ci-dessous :

Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP	Le président de l'EPCI dans tous les cas
Commune de plus de 3 500 habitants n'appartenant pas à un EPCI	Le maire
Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP	Le président de l'EPCI
Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI qui n'est pas compétent en matière de PLU ou RLP	Le maire

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

- Dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2);

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

- Dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;
- Lorsque l'EPCI est déjà compétent au 1er janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1er juillet 2024. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience).

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

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

PARTIE I. La procédure d'élaboration d'un RLPi

I. Les principales étapes de la procédure

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

Les modalités de collaboration entre la communauté de communes du Pays de Sainte Odile et les communes membres de l'agglomération ont été définies à l'occasion d'une conférence intercommunale regroupant l'ensemble des maires des communes membres.

La délibération de prescription du RLPi en date du 25 septembre 2019 a défini les objectifs poursuivis :

- Assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure à l'échelle du territoire qui comprend les communes à caractère rural où la publicité et les enseignes sont quasiment absentes et d'autre part Obernai, à dominance urbaine, comprenant de vastes zones d'activités et des centres commerciaux,
- Préserver le patrimoine naturel ou architectural qui ne fait pas l'objet de protection au titre du Code de l'environnement,
- Définir les conditions dans lesquelles la publicité peut être introduite dans les lieux définis à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, principalement le site inscrit et les abords des monuments historiques,
- Maintenir et renforcer si nécessaire le niveau de protection du règlement actuel d'Obernai, l'adapter aux évolutions législatives et réglementaires intervenues depuis son approbation et prendre en compte l'évolution de la ville,
- Réglementer les publicités et enseignes numériques,
- Maîtriser l'impact des enseignes dans les zones d'activités économiques tout en préservant la liberté d'affichage et la mise en valeur des professionnels contribuant à la vitalité du territoire,
- A Obernai, adapter les règles du règlement actuellement en vigueur aux réalités du terrain, notamment sur les exigences dimensionnelles et quantitatives,
- Instaurer des règles d'insertion des enseignes dans les centres villes.

La même délibération a précisé les outils de concertation à mettre en œuvre pendant la phase d'études.

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- Des réunions avec les personnes publiques associées ;
- Une réunion avec les professionnels de la publicité extérieure ;
- Une réunion publique ;
- Mise à disposition de l'ensemble des documents validés et des décisions relatives au RLPi sur le site internet de la communauté de communes du Pays de Sainte Odile ;
- Ouverture d'un registre dans les locaux de la communauté de communes du Pays de Sainte Odile et dans les mairies des communes membres destiné à recevoir les observations, suggestions et remarques de tout public.

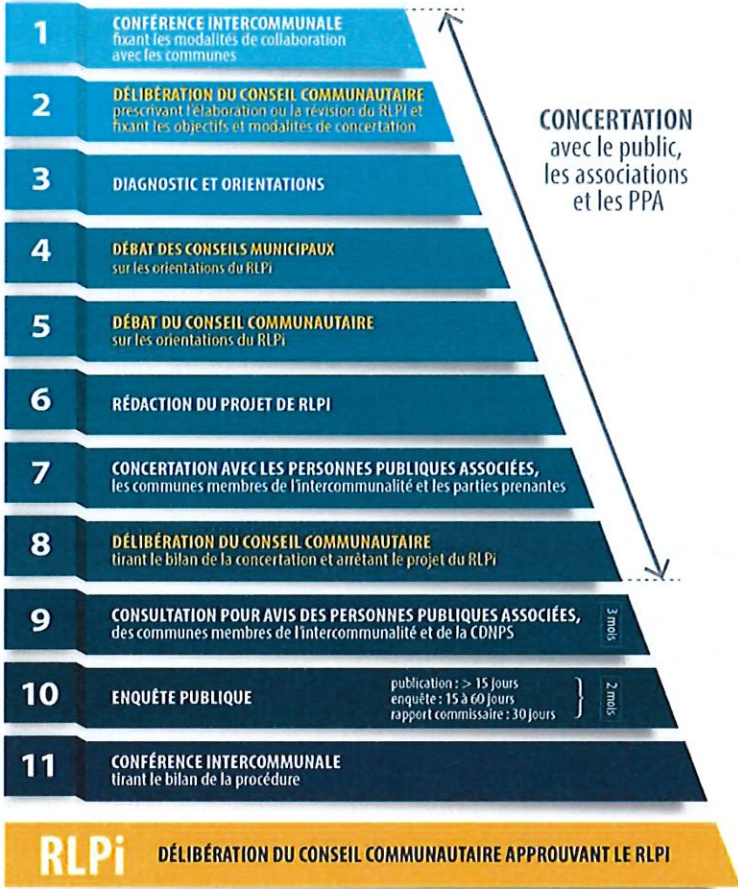
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil communautaire ; il est parallèlement débattu au sein de chaque conseil municipal. En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

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

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Après une nouvelle conférence intercommunale des maires qui tire le bilan de la phase de consultation des personnes publiques et de l'enquête publique, le projet de RLPI est définitivement approuvé par le conseil communautaire.

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



II. Les éléments constitutifs du RLPi

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

1. Le rapport de présentation

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

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

2. Le règlement

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

3. Les annexes

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

III. Le champ d'application de la réglementation

L'article L.581-2 du Code de l'environnement précise les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

1. La publicité

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



Une publicité

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

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

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



Une publicité numérique

2. La préenseigne

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

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

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



Une préenseigne (hors agglomération, illégale)



Une préenseigne sur véhicule terrestre (hors agglomération, illégale)

✓ Le cas particulier des enseignes dérogatoires

Parmi les préenseignes, il existe une catégorie de préenseignes qualifiées de « dérogatoires » qui ne sont pas soumises aux mêmes règles que la publicité. Elles peuvent en particulier s’implanter hors agglomération, ce que ne peut pas faire la publicité.

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

- Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Activités culturelles ;

Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20240219-20240123-DE Date de télétransmission : 26/02/2024 Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20220928-20220423-DE Date de télétransmission : 04/10/2022 Date de réception préfecture : 04/10/2022

- Monuments historiques (MH) classés ou inscrits ouverts à la visite.
- À titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

- De format ;
- De distance par rapport à l'activité signalée ;
- De nombre.

Activité signalée	Format	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m X 1,50 m	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
MH		4	10 km

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

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



Une préenseigne signalant la production et la vente de produits du terroir

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



Une préenseigne illégale

3. L'enseigne

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

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

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



Une enseigne parallèle au mur



Une enseigne perpendiculaire



Une enseigne scellée au sol

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

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

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



La signalisation routière



La signalisation d'information locale



Le journal électronique d'information



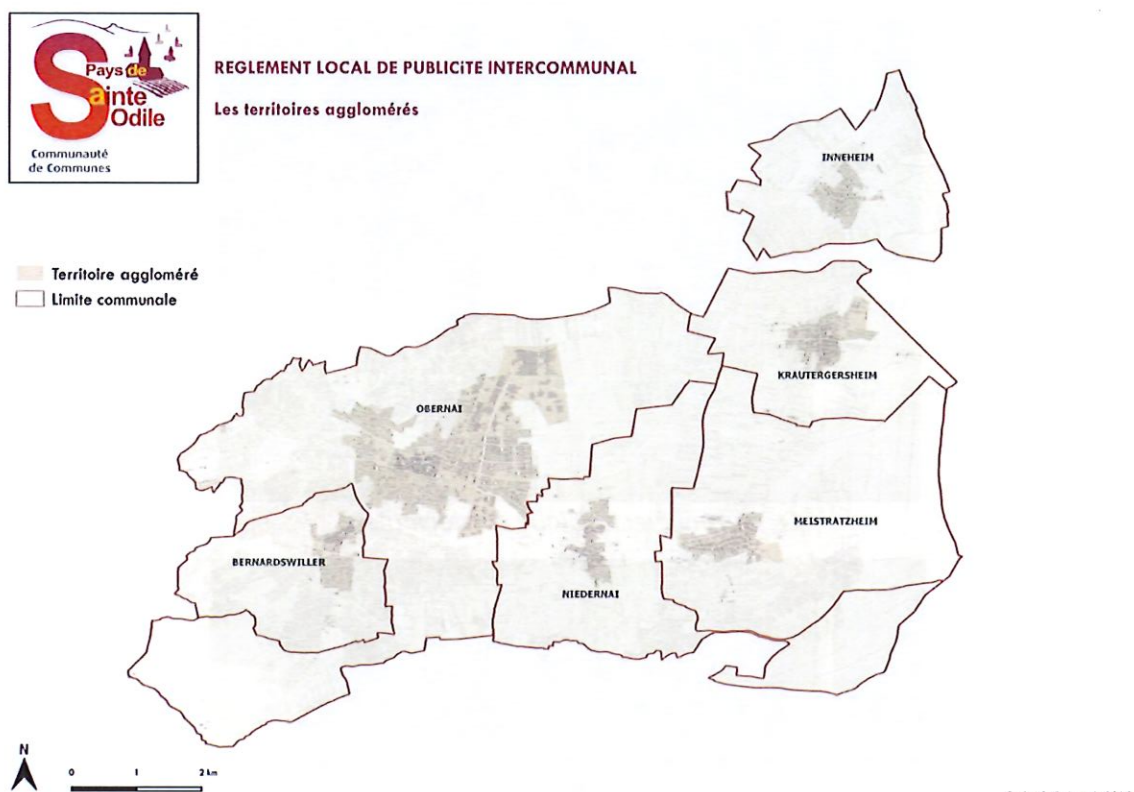
Les informations non publicitaires

IV. La notion d'agglomération

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

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

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



Cartographie du territoire aggloméré du Pays de Sainte Odile



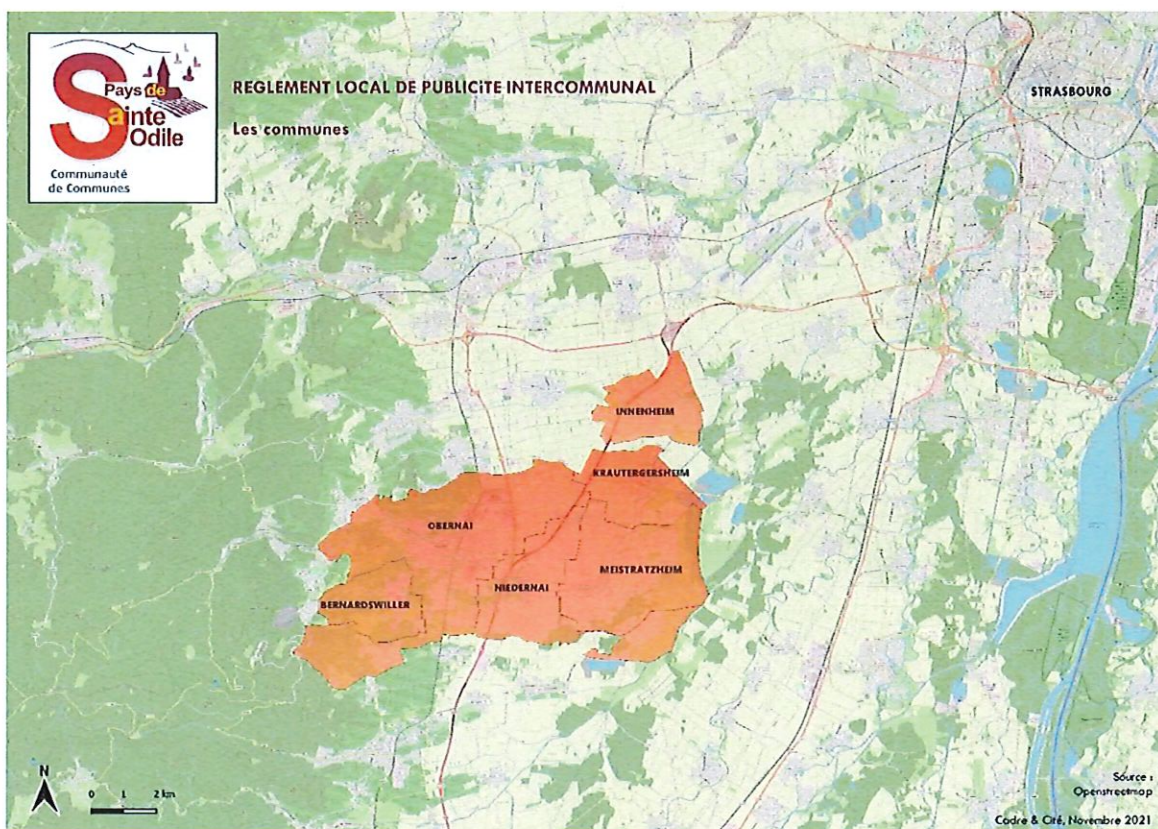
Panneau d'entrée d'agglomération

PARTIE II. Le contexte

I. Analyse territoriale

La communauté de communes du pays de Saint Odile est localisée dans la région du Grand Est et dans le département du Bas-Rhin.

Au pied de la montagne Saint Odile, entre le massif vosgien et la plaine d'Alsace, la communauté de communes est constituée de 6 communes que sont : Obernai, Niedernai, Bernardswiller, Meistratzheim, Krautergersheim, Innenheim.



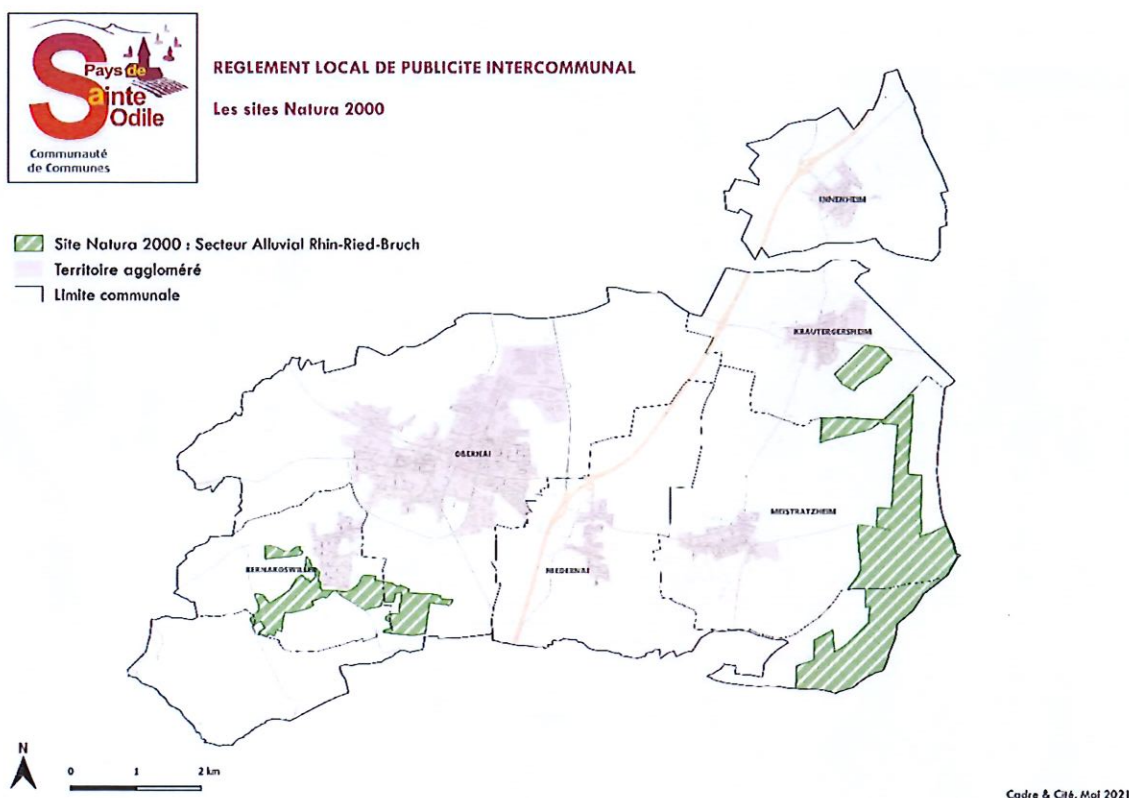
La communauté de communes compte **18 452 habitants** en 2018 (INSEE) dont 11 350 habitants (INSEE, 2018) à Obernai, la commune siège de l'EPCI. C'est la seule commune de plus de 10 000 habitants.

COMMUNE	POPULATION
Obernai	11350
Krautergersheim	1697
Meistratzheim	1500
Bernardswiller	1446
Niedernai	1271
Innenheim	1188

II. Le patrimoine naturel

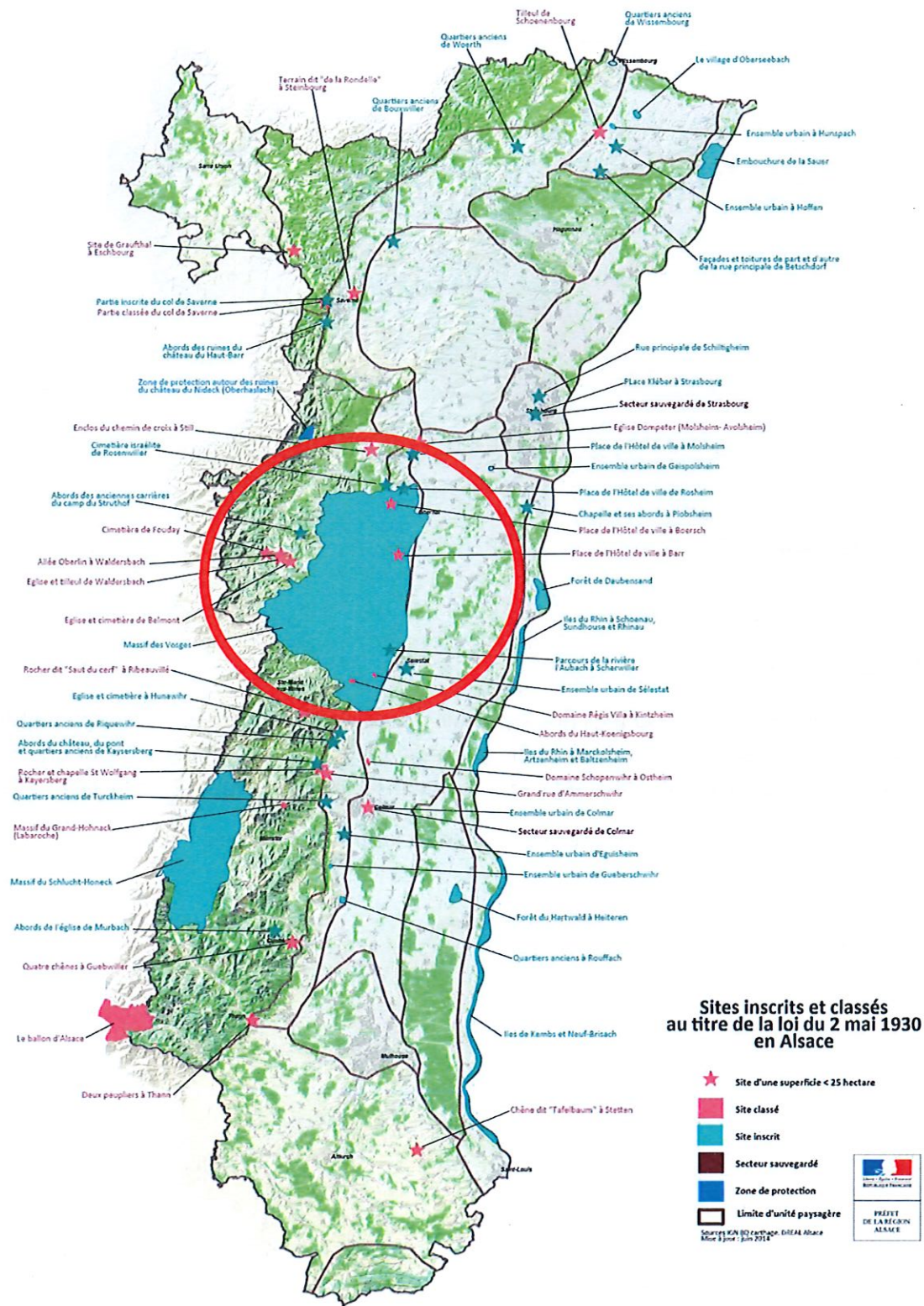
Sa localisation particulière offre au territoire de la CCPSO une multitude de paysages reconnus et protégé notamment par le réseau européen Natura 2000.

La zone Natura 2000 : Secteur alluvial Rhin-Ried-Bruch (N° FR4201797), s'étend sur une surface de 20 086 hectares. La zone protégée abrite une grande variété de milieux avec des forêts alluviales, des pelouses sèches, des prairies, des roselières ou encore des marais.



Le site inscrit du massif des Vosges représente aussi une protection forte du patrimoine naturel du territoire. Il s'étend sur 54 communes dans le Bas-Rhin et 7 dans le Haut-Rhin.

Accusé de réception en préfecture
 067-246701080-20240219-20240123-DE
 Date de télétransmission : 26/02/2024
 Date de réception préfecture : 26/02/2024
 Accusé de réception en préfecture
 067-246701080-20220928-20220423-DE
 Date de télétransmission : 04/10/2022
 Date de réception préfecture : 04/10/2022



Source : paysages.alsace.developpement-durable.gouv.fr

Dans la CCPSO, 3 communes se trouvent sur l'emprise du site inscrit du massif des Vosges : Obernai, Bernardwiller et Niedernai.

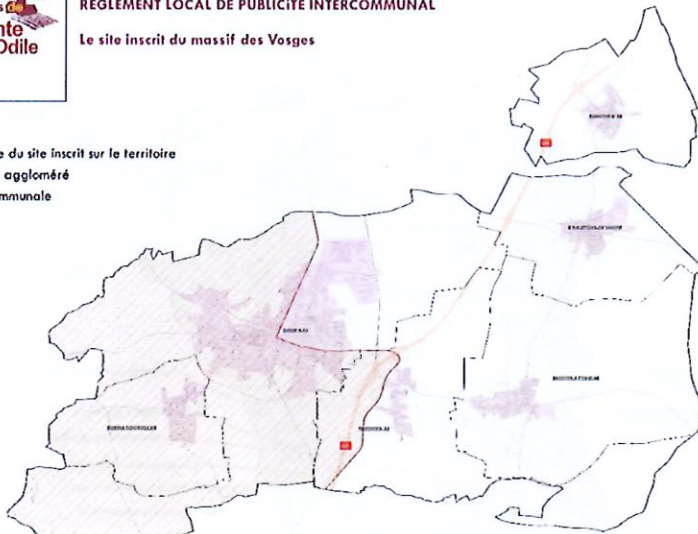
Accusé de réception en préfecture
 067-246701080-20240219-20240123-DE
 Date de télétransmission : 26/02/2024
 Date de réception préfecture : 26/02/2024
 Accusé de réception en préfecture
 067-246701080-20220928-20220423-DE
 Date de télétransmission : 04/10/2022
 Date de réception préfecture : 04/10/2022



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Le site inscrit du massif des Vosges

- Périètre du site inscrit sur le territoire
- Territoire aggloméré
- Limite communale



Cadre & Cité, Mai 2021

III. Le patrimoine historique

La ville d’Obernai concentre la plus grande partie du patrimoine historique reconnu au titre des monuments historiques. En effet, elle possède 25 des 33 monuments historiques du territoire de la CCPSO. De plus, ils sont concentrés dans le centre historique de la ville.

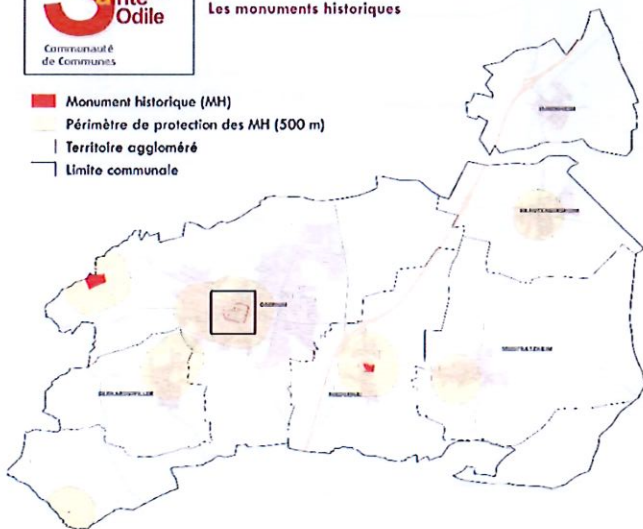
Sur ces 33 monuments historiques recensés, 24 sont inscrits et 9 classés.



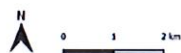
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Les monuments historiques

- Monument historique (MH)
- Périètre de protection des MH (500 m)
- Territoire aggloméré
- Limite communale



Vieux remparts d'Obernai



Cadre & Cité, Mai 2021

IV. Les axes structurants

Le territoire de la CCPSO est traversé du sud au nord par l'autoroute A35 menant à Strasbourg. Elle dessert les bourgs annexes via les départementales.

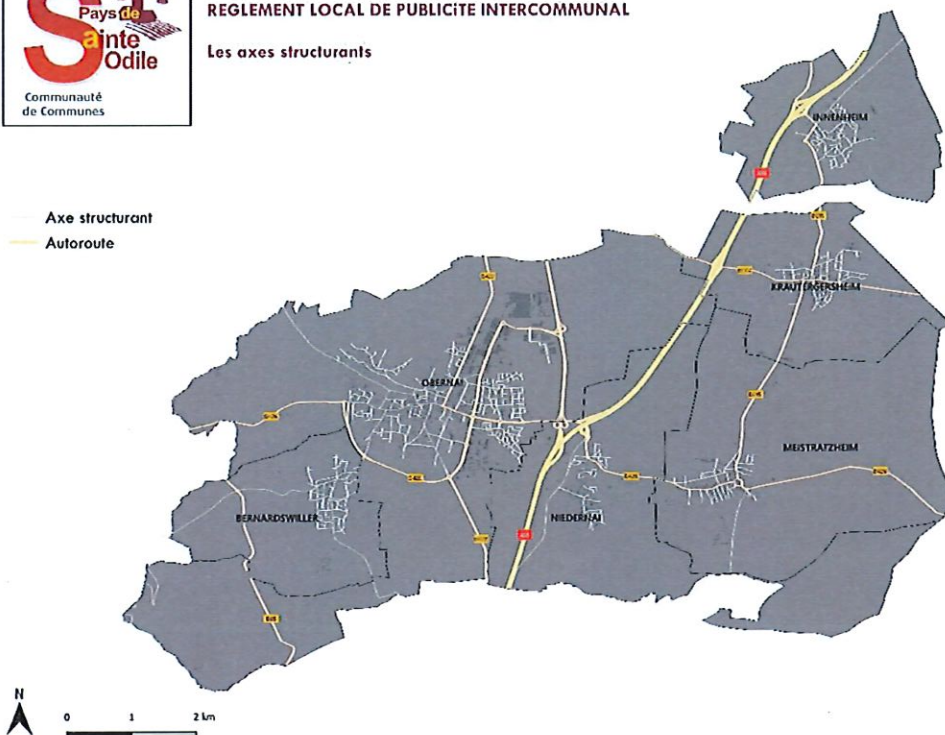
La D426 traverse, quant à elle, le territoire d'est en ouest.



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Les axes structurants

— Axe structurant
— Autoroute



Codre & Cité, Novembre 2021

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

PARTIE III. La réglementation

Cette partie expose la situation de la Communauté de Communes du Pays de Sainte Odile au regard du droit de la publicité extérieure.

I. Les règles du RNP applicables sur le territoire du Pays de Sainte Odile

Comme indiqué plus haut, la particularité des communes du Pays de Sainte Odile est qu'elles sont soumises à des règles en matière de publicité et d'enseignes distinctes selon que leur agglomération compte plus ou moins 10 000 habitants. Au vu des chiffres de population, cela conduit à évoquer le régime juridique de la publicité et des enseignes à Obernai (A), puis celui applicable dans toutes les autres communes de l'agglomération du Pays de Sainte Odile (B).

✓ Les dispositions applicables à Obernai

Le régime de la publicité

La commune d'Obernai est soumise au régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants. Pour le règlement national de publicité, les règles sont les suivantes :

1 - Elles peuvent accueillir de la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, ainsi que de la publicité murale, toutes deux d'une surface maximale de 12 m².

2 - Elles peuvent également accueillir de la publicité lumineuse y compris numérique d'une surface maximale de 8 m² sous réserve toutefois que le maire autorise, au cas par cas, son implantation. Lorsque tel est le cas, la publicité lumineuse est soumise à une règle d'extinction nocturne obligeant à ce qu'elle soit éteinte entre 1 h et 6 h du matin.

3 - Une règle de densité limite le nombre de dispositifs par unité foncière. Ce nombre est déterminé en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière sur la voie publique.

Ainsi, lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est au plus égal à 80 m, deux publicités murales peuvent être installées à condition d'être alignées verticalement ou horizontalement. Pour les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, un seul est admis lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est inférieur à 40 m, un deuxième est admis si le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est compris entre 40 mètres et 80 mètres. Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière sous réserve de respecter les autres prescriptions du RNP.

Lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est supérieur à 80 m, un dispositif supplémentaire (mural ou scellé ou installé sur le sol) est admis par tranche de 80 m entamée.

4 - La publicité supportée par du mobilier urbain est également admise avec une surface maximale de 12 m². Elle n'est pas soumise à la règle de densité ci-dessus.

5 - La publicité de petit format est également admise à condition que sa surface unitaire soit inférieure à 1 m².

6 - Les bâches publicitaires (sur échafaudage ou autres) peuvent également être autorisées par le maire tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la CDNPS.

Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes concernent principalement leurs conditions d'implantation. Elles imposent une limitation de leur surface totale par façade commerciale, ce qui les distingue des règles en matière de publicité qui, elles, évoquent des surfaces maximales unitaires.

1- Toutes les enseignes doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement.

2- S'agissant des enseignes murales (parallèles ou perpendiculaires à la façade commerciale), elles ne doivent pas dépasser la limite du mur qui les supporte. Leur surface cumulée ne doit pas dépasser 15 % de la surface de ladite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

Surface de la façade commerciale en m ²	Surface cumulée maximale des enseignes en m ²
10	2,5
20	5
30	7,5
40	10
50	7,5
60	9
70	10,5
80	12
90	13,5
100	15
Etc.	

3 - Les enseignes parallèles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,25 m, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

4 - Les enseignes perpendiculaires ne doivent constituer une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans une limite de 2 m.

5 - Les enseignes sur toiture doivent être composées de lettres ou de signes découpées et sans panneaux de fond, les éléments de fixation devant être dissimulés. Aucune lettre ni signe ne peut dépasser 3 m de haut et leur superficie cumulée est limitée à 60 m².

6 - Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une surface unitaire maximale de 12 m² et une hauteur de 6,50 m lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large ou une hauteur de 8 mètres lorsqu'elles ont moins de 1 m de large. Elles ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Leur nombre est limité à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

✓ Les dispositions du RNP applicables dans les autres communes

La publicité et les enseignes implantées dans toutes les autres communes du Pays de Sainte Odile sont soumises au régime des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Le régime de la publicité

Les formes de publicité pouvant être admises dans ces communes sont :

La publicité murale dont la surface maximale est limitée à 4 m² ;

La publicité supportée par du mobilier urbain à condition que sa surface maximale soit limitée à 2 m² ;

Comme à Obernai, la publicité de petit format est admise.

La publicité scellée au sol, la publicité numérique et la publicité supportée par du mobilier urbain d'une surface supérieure à 2 m² sont interdites dans toutes les communes autres qu'Obernai.

Le régime des enseignes

La situation démographique des autres communes du Pays de Sainte Odile n'a que peu d'incidences sur les conditions d'implantation des enseignes. En effet, les enseignes murales ou sur toiture sont admises dans les mêmes conditions que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

La seule différence concerne la surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol qui est limitée à 6 m².

II. Les dispositions figurant dans le règlement local de publicité d'Obernai

Le règlement d'Obernai approuvé le 18 septembre 2008, continue de s'appliquer jusqu'à l'entrée en vigueur du RLPi du Pays de Sainte Odile.

Il a institué 6 zones de publicité restreinte (ZPR) couvrant l'ensemble du territoire de la commune.

La **ZPR1** concerne le centre historique de la ville, à savoir les quartiers situés à l'intérieur des remparts et le faubourg situé entre l'Ehn et la rue menant à Ottrott (à l'exception du centre commercial)

La publicité est interdite sous toutes ses formes, à l'exception de la publicité sur palissades de chantier et de la publicité sur mobilier urbain lorsqu'il supporte de l'affichage culturel.

Les enseignes sont constituées de lettres découpées, les caissons lumineux sont interdits. Les enseignes scellées au sol sont interdites.

Diverses règles qualitatives (hauteur, nombre, surface, procédés, couleurs...) sont prescrites.

La **ZPR2** correspond au centre commercial du Rempart.

Le régime de la publicité est encore plus restrictif qu'en ZPR1, puisque la publicité est interdite sur toute forme de mobilier urbain.

Dans cette zone, les enseignes sont identiques à la ZPR1, et les enseignes scellées au sol sont autorisées, sous forme de totem dont les dimensions sont limitées (hauteur 3 m, largeur 1.3 m)

La **ZPR3** couvre une première couronne de zones résidentielles autour du centre ancien.

La publicité est admise sur mur pignons (12 m²), sur palissades de chantier et sur mobilier urbain (2 m²)

Les enseignes suivent les prescriptions de la ZPR2.

La **ZPR4** recouvre les zones d'activités artisanales, tertiaires, industrielles ainsi que toutes les parties du territoire qui ne sont pas décrites dans les autres ZPR.

La publicité est admise dans les mêmes conditions qu'en ZPR3.

Les enseignes murales sont régies par les règles des ZPR précédentes, à l'exception des enseignes scellées au sol dont la hauteur est de 4 mètres et la largeur de 1,60 mètres. De plus, les drapeaux sont autorisés.

La **ZPR5** concerne les grandes liaisons d'accès et de desserte de la ville, en l'occurrence 3 sections des routes départementales 422, 426 et 501.

La publicité sur mur est admise (12 m²) ainsi que celle qui est scellée au sol, sous réserve d'une longueur minimum de l'unité foncière qui l'accueille. La surface du mobilier urbain n'excède pas 8 m², la publicité lumineuse est interdite.

Les enseignes suivent le régime de la ZPR3.

La **ZPR6** est constituée par le centre commercial du boulevard de l'Europe. La publicité est admise, assortie d'un *numerus clausus* (4 dispositifs de 12 m² et 8 de 2 m²)

Les enseignes suivent le régime de la ZPR4.

Commentaire :

Le RLP d'Obernai a parfaitement protégé la ville des excès de la publicité, et a donné aux enseignes les règles nécessaires à leur bonne intégration.

La publicité lumineuse est interdite en toute zone, mesure difficile à reproduire dans le futur règlement, la jurisprudence n'admettant pas l'interdiction « générale et absolue » de la publicité ou d'une forme spécifique de publicité.

Les règles relatives aux enseignes sur les façades sont adaptées au centre-ville historique, mais ne conviennent pas pour les bâtiments commerciaux (lettres de 50 cm par exemple).

Le RLP est d'une lecture assez difficile du fait du rappel des règles nationales et des nombreux renvois à de pages précédentes. De même, le nombre de zones, dont certaines ont des différences de traitement infimes, n'est pas de nature à simplifier la compréhension.

III. Le régime particulier de l’affichage d’opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

Le régime de l’affichage d’opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif exige que chaque commune réserve sur l’ensemble du territoire communal des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d’un kilomètre de l’un au moins d’entre eux.

La surface minimale ainsi réservée est de :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Pour chaque commune du Pays de Sainte Odile, les obligations minimales sont donc les suivantes :

Commune	Nombre d’habitants	Surface d’affichage libre
Bernardswiller	1 446	4 m ²
Innenheim	1 188	4 m ²
Krautergersheim	1 697	4 m ²
Meistratzheim	1 500	4 m ²
Nierdernai	1 271	4 m ²
Obernai	11 350	17 m ²

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

PARTIE IV. Diagnostic de la situation dans le Pays de Sainte Odile

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation publicitaire : publicités et préenseignes, enseignes, mobilier urbain supportant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion et affichage libre, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les objectifs fixés par la communauté de communes :

- La publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec les lieux environnants, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique des matériaux employés ;
- L'impact des dispositifs (publicité et enseignes) lumineux et numériques.

L'élaboration d'un RLP nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place. L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats, atteintes au cadre de vie.

Comme il a été souligné, la réglementation dans les agglomérations inférieures à 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants laisse peu de possibilités pour le développement de la publicité. Seuls des dispositifs de 4 m² maximum peuvent être installés, sur mur uniquement, à condition que ceux-ci soient aveugles ou ne présentent que des ouvertures de moins de 0,50 m². D'autre part, la publicité est interdite hors agglomération.

La surface des publicités

Le Conseil d'Etat (*20 octobre 2016, Sté Oxial c/ ville de Dijon*) a précisé le mode de calcul de la surface des dispositifs publicitaires :

La surface unitaire des publicités autres que celles qui sont apposées sur mobilier urbain est calculée en englobant la totalité du dispositif, encadrement compris et sans prise en compte du pied.

Une instruction du gouvernement (*18 octobre 2019*) précise que :

La surface unitaire des publicités apposées sur mobilier urbain est la surface de l'affiche.

I. Diagnostic de la publicité

Constat n°1 :

La publicité est quasiment absente dans la communauté de communes. Hors mobilier urbain, le nombre de dispositifs grand format en agglomération est de :

Commune	Nombre de publicités
Bernardswiller	0
Innenheim	4
Krautergersheim	3
Meistratzheim	12
Nierdernai	1
Obernai	6 panneaux de 12 m ² 2 mobiliers urbains de 8 m ² 1 publicité numérique de 8 m ² 22 mobiliers urbains de 2 m ²

Dans les communes autres qu'Obernai, les publicités sont souvent d'un format inférieur au maximum admis (4 m²)



Une publicité de 4 m² et deux autres de surface inférieure à Meistratzheim



Une préenseigne de 1,5 m² à Innenheim



Implantation des publicités de grand format (> 8 m²) à Obernai

Constat n°2 :

Malgré leur faible nombre, quelques publicités sont en infraction vis-à-vis du règlement national.



Façades non aveugles

Il subsiste, notamment sur la commune d'Innenheim, des préenseignes hors agglomération en faveur d'activités qui ne sont pas admises.

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Enfin, divers dispositifs sont installés sur le domaine public sans autorisation.



Constat n°3 :

Seule Obernai dispose de contrats de mobiliers urbains publicitaires. Leur surface est limitée à 2 m² (abris, mobiliers de communication), à l'exception de deux panneaux de 8 m².



Mobiliers d'information



Abris voyageurs à la gare routière

Constat n°4 :

La surface de 12 m² est à étudier. Tolérable dans l'univers des grandes métropoles (encore la majorité d'entre elles l'a-t-elle réduit) ce format, par sa hauteur et son emprise sur les perspectives semble visuellement peu adapté à Obernai.

Au niveau national, le standard inférieur à 12 m² des sociétés d'affichage est dit « 8 m² ». En réalité, compte-tenu de l'encadrement, la surface est souvent supérieure à 10 m². Cette surface est encore importante.



Une publicité de 12 m²



Une publicité (mobilier urbain) de 8 m²

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Constat n°5 :

Il existe une publicité numérique, bien qu'interdite par le RLP en vigueur. Installée en bordure du centre commercial du boulevard de l'Europe, elle ne porte que peu atteinte au cadre de vie ni au voisinage. La qualité technique de l'image est très médiocre.



Constat n°6 :

Quelques dispositifs publicitaires sont inesthétiques, dégradant le mur-support sur lequel elles sont installées.

Deux cas de figure sont relevés :



Altération de l'architecture traditionnelle



Nombre élevé de publicités sur un même mur (supérieur à la règle de densité nationale)

II. Diagnostic des enseignes

Constat n°7 :

En ce qui concerne les enseignes, la situation est globalement très acceptable.



Ci-dessous et ci-dessus, dimensions raisonnables, mur peint traditionnel en haut

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220920-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Innenheim, une activité sobrement signalée.

Certaines enseignes sont assez remarquables par leurs faibles dimensions ou leur esthétique



Recherche esthétique



Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Un hôtel très visible malgré une enseigne réduite qui représente un tout petit pourcentage de la façade



Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Petites enseignes, pas d'enseignes sur toiture pour la grande distribution



Constat n°8 :

Quelques points peuvent être améliorés



Nombre d'enseignes très élevé



Dimension de l'enseigne perpendiculaire inappropriée



Pour les deux enseignes ci-dessus, un alignement sur les ouvertures serait plus harmonieux

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Constat n°9 :

Peu d’enseignes scellées au sol respectent les dimensions maximums fixées par le RLP de 2008. Elles sont disparates.



Enseigne non conforme au RLP



Enseigne non conforme au RLP



Enseigne non conforme au RLP, peu qualitative

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Ci-dessus, utilisation malencontreuse de panneaux de 12 m²



*Les drapeaux constituent des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.
Leur nombre dépasse fréquemment les densités prévues par le RNP et le RLP*

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220920-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



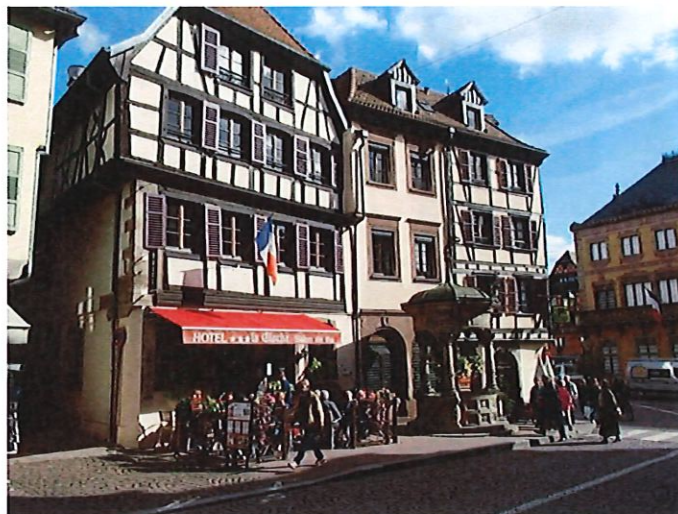
Enseigne conforme au RLP



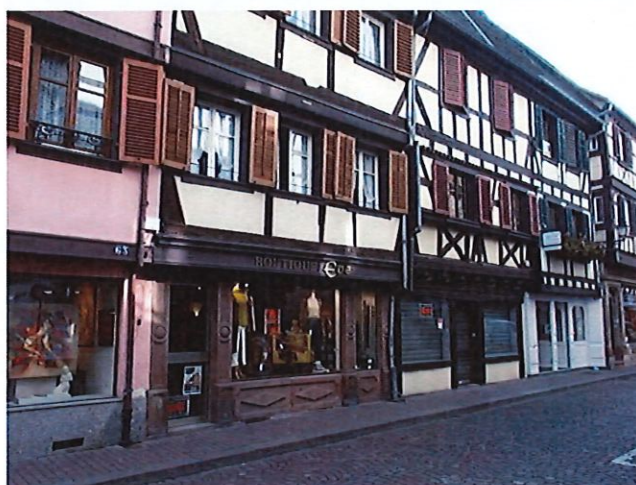
Enseigne conforme au RLP

Constat n°10 :

Dans le centre-ville d’Obernai, les enseignes sont d’une qualité exceptionnelle.



L’objectif assigné aux enseignes en centre-ville est d’assurer correctement la visibilité des établissements en respectant, voire ne mettant en valeur le patrimoine architectural



Exemples ci-dessus : les magasins sont signalés sans altérer le bâti



L'utilisation de lettres découpées, quasi systématique en centre-ville (prévue par le RLP), assure une haute qualité esthétique



L'enseigne prend quelquefois place sur la partie tombante d'un store

Les enseignes perpendiculaires sont de petite dimension, certaines font l'objet d'efforts d'intégration remarquables



Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Quelques caissons translucides subsistent, non conformes au RLP



L'éclairage par lettres-boitier est préférable à toute forme de spot, rampe ou caisson



Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220920-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Constat n°11 :

Les enseignes temporaires sont souvent apposées sur les clôtures et donnent une image peu qualitative des entreprises et de la ville.



PARTIE V. Les orientations

Les données réglementaires de base, l'étude des enjeux, l'analyse du règlement en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPI.

Ces orientations reposent sur deux principes :

- Maintenir, voire renforcer le niveau de protection du cadre de vie ;
- Ne pas entraver l'activité locale.

Orientation n°1 :

Protéger le centre de toutes les communes et /ou le patrimoine d'intérêt local

Orientation n°2

Limiter les publicités à une par mur

Orientation n°3

Interdire la publicité sur les murs de clôture

Orientation n°4

Supprimer la surface de 12 m² à Obernai

Orientation n°5

Fixer les règles et les lieux d'implantation pour le mobilier urbain

Orientation n°6

Limiter la surface du mobilier urbain

Orientation n°7

Restreindre les publicités numériques

Orientation n°8

Fixer des règles pour les nouvelles formes de publicité (bâches, publicité sur trottoirs...)

Orientation n°9

Poursuivre, au travers des enseignes, une politique de mise en valeur du patrimoine dans tous les centres-villes

Orientation n°10

Limiter strictement la surface des enseignes scellées au sol, dont les drapeaux

Orientation n°11

Interdire les enseignes sur toiture

Orientation n°12

Réglementer les enseignes numériques

Orientation n°13

Élargir la plage horaire d'extinction nocturne

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

PARTIE VI. L'explication des choix

Sur la base des objectifs définis par le conseil communautaire, des enjeux patrimoniaux et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, un règlement a été rédigé, définissant cinq zones distinctes. Le cumul des cinq zones couvre la totalité du territoire.

- La zone 1 recouvre les lieux situés hors agglomération. La publicité y est interdite, mais il a paru nécessaire d'encadrer les enseignes, afin de ne pas créer de rupture entre les lieux agglomérés ou non ;
- La zone 2 correspond aux secteurs agglomérés de Bernardswiller, Innenheim, Krautergersheim, Meistratzheim et Niedernai, les 5 communes de la CCPSO comportant moins de 10 000 habitants. Après étude et avis des maires, aucun sous-secteur n'a été défini, les caractéristiques physiques des agglomérations ne le justifiant pas ;
- La zone 3 est constituée par le centre ancien d'Obernai. La remarquable homogénéité architecturale des lieux motive la création d'une zone particulière ;
- La zone 4 couvre certains axes et zones d'activités d'Obernai dont l'urbanisme peut permettre à la publicité de s'intégrer sans porter atteinte outrageusement au cadre de vie ;
- La zone 5 est composée des secteurs d'Obernai situés hors zone 3 et zone 4. Il s'agit majoritairement de quartiers résidentiels.

✓ La zone 1 : les parties non-agglomérées du territoire

La publicité est interdite (article L.581-7 du Code de l'environnement). Seules peuvent être installées les préenseignes dérogatoires, dans les conditions prévues par le règlement national.

Les enseignes sont interdites sur les murs de clôtures et clôtures, ces éléments structurant du paysage devant rester visibles. Toutefois, afin de ne pas gêner l'activité, la possibilité est laissée à toute entreprise de se signaler au moyen d'une enseigne de moins d'1 m². Les entreprises artisanales sont particulièrement concernées.

Les enseignes numériques ou défilantes ne sont pas souhaitables en milieu rural et donc interdites.

La règle nationale de proportion entre la surface des enseignes et la surface des façades (article R.581-63 du Code de l'environnement) est fortement renforcée. Le pourcentage est abaissé de 15 (ou 25) % à 5 %. La règle a pour objet, sur les maisons traditionnelles (hors agglomération, cela peut être le cas d'un restaurant isolé par exemple), de laisser perceptible l'architecture alsacienne. Les bâtiments conçus pour d'autres usages (industrie, distribution, service, garage par exemple) disposent de façades plus importantes. Une enseigne de 5 m² est donc possible sur une façade 100 m², permettant une très bonne signalisation de l'établissement. Le RLP prévoit une exception permettant d'harmoniser de nouvelles enseignes avec de plus anciennes déjà en place et dont la surface excède 5 %.

Les enseignes perpendiculaires (surtout installées par les commerces de proximité, donc peu présentes hors agglomération) sont limitées à 1 par voie pour protéger l'architecture.

Les enseignes scellées au sol, qui représentent une source de nuisance potentiellement importante puisqu'il s'agit, à la différence des précédentes, de nouveaux obstacles dans les

perspectives, sont limitées à 4 m² (6 m² pour le RNP). Dans un but d'harmonisation générale, une forme de totem est exigée (hauteur au minimum deux fois supérieure à la largeur).

L'interdiction des enseignes sur les toitures, absentes à ce jour, est justifiée par la topologie : pratiquement tout lieu de la CCPSO laisse entrevoir une perspective qu'il convient de préserver sur le massif des Vosges.

Dans le respect des orientations dont l'un des objectifs prioritaires est de ne pas entraver l'activité locale, les enseignes temporaires sont admises. La promotion, l'opération spéciale sont des éléments d'animation importants pour beaucoup de commerces et doivent pouvoir être correctement annoncés. Toutefois ces enseignes temporaires sont limitées dans le temps, en nombre et en surface par le RLPi : elles doivent être installées au maximum 10 jours avant l'opération et enlevées immédiatement après (2 jours). Un seul dispositif est admis, dont la surface n'excède pas 4 m², ce qui est suffisant pour tout type d'activité.

La surface pour les opérations immobilières est de 8 m², permettant de présenter visuellement le futur programme (illustration de l'immeuble, du lotissement).

La surface des dispositifs lumineux installés à l'intérieur des vitrines est limitée à 20 % de la surface de la vitrine, sans pouvoir excéder 1 m², en raison de leur caractère attentatoire à la quiétude des lieux.

Hors agglomération, les sources lumineuses doivent être très réduites pour protéger l'environnement et la faune. Aussi la plage d'extinction nocturne est-elle portée de 21 heures à 7 heures (1 heure à 6 heures pour el RNP)

✓ La zone 2 : les secteurs agglomérés des communes de Bernardswiller, Innenheim, Krautergersheim, Meistratzheim et Niedernai

En agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités. Aussi, afin de simplifier la lecture du règlement, seules sont citées les publicités.

Dans ces villages de caractère, la publicité est admise aux conditions suivantes :

- Pour faciliter la lecture du RLPi, il est rappelé que la publicité scellée au sol est interdite (article R.581-31 du Code de l'environnement) ;
- Aucune dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement ne se montre nécessaire. Ainsi, la publicité reste interdite dans le site inscrit et dans le périmètre des monuments historiques ;
- La surface des publicités est limitée à 4 m² (article R.581-26 du Code de l'environnement) ; Leur position sur le mur fait l'objet de prescriptions d'ordre esthétique ;
- En application d'une des orientations retenues, une seule publicité est admise par mur ;
- La publicité de petit format se conforme au RNP, deux jurisprudences récentes liées aux RLPi de Bordeaux Métropole et Toulouse Métropole considérant que le RLP ne peut réglementer cette forme de publicité ;
- La publicité est admise sur le mobilier urbain, en regard du service apporté à l'utilisateur du domaine public (abri ou information) ;
- La publicité lumineuse (autre que par projection ou transparence) est interdite

(rappel de l'article R.581-34 du Code de l'environnement).

Les règles pour les enseignes sont les mêmes qu'en zone 1, les justifications étant les mêmes, à deux exceptions près :

- La règle de pourcentage sur les façades est scindée en façades inférieures ou supérieures à 200 m², le pourcentage pour les premières étant légèrement supérieur aux secondes (7% contre 5 %) dans l'esprit de la règle nationale (25 % pour les façades < 50 m² et 15 % si >) ;
- L'horaire d'extinction est porté de 21 heures à 23 heures, les motivations écologiques (faune) n'étant pas identiques.

Enfin, les autocollants apposés à l'extérieur des vitrines sont limités à 15 % de la surface des vitrines afin de ne pas les occulter en totalité. Les établissements qui voient une nécessité à obturer leurs baies (banques, professions médicales ou parapharmaceutiques...) doivent utiliser des autocollants neutres.

✓ La zone 3 : le centre ancien d'Obernai

Au cœur du quartier historique, presque entièrement situé dans le site inscrit, la publicité est par principe interdite ; le tissu urbain resserré, la richesse architecturale des lieux, leur caractère pittoresque ne permettent pas l'introduction de la publicité sous ses formes les plus invasives. Elle est admise parcimonieusement. Les enseignes sont encadrées strictement, tout en laissant une part à la personnalisation et à la créativité des commerces, renforçant l'attractivité du site.

La publicité est admise par dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, sous les seules formes suivantes, qui ont paru utiles à la vie de la cité :

- Les chevalets, dont la surface et le nombre sont limités ;
- La publicité sur mobilier urbain, éventuellement numérique, dont la ville a la totale maîtrise et qui pourra faire l'objet d'implantations dûment étudiées ;
- La publicité sur palissade de chantier. Rarissime et éphémère, sa surface (2,40 m²) est néanmoins encadrée, ainsi que sa densité.

La publicité de petit format se conforme au RNP.

Les enseignes font l'objet de prescriptions précises, destinées à poursuivre la politique déployée avec succès en application du RLP précédent. Elles ont toutes pour objectif la mise en valeur de l'architecture. Parallèlement, la recherche constante de la qualité contribue à l'image de chaque établissement.

Aux mesures communes aux autres zones s'ajoutent :

- L'interdiction des spots et rampes d'éclairage souvent violents ou dérégés et peu qualitatifs ;
- L'interdiction des surlignages en néons, offrant eux aussi une image bas-de-gamme des établissements.

La limitation du nombre d'enseignes, l'obligation d'utiliser des lettres découpées, la détermination d'une hauteur de lettres maximum, ou de dimensions maximums pour les enseignes perpendiculaires ont toutes pour objectif de laisser voir les éléments d'architecture, les colombages, les poutres, les enduits etc.

Le RLP prévoit les cas particuliers des inscriptions sur lambrequin des stores (admis), des activités en étage (enseigne dans la largeur des baies) des murs-enseigne peints (admis, dans la tradition régionale), et des enseignes perpendiculaires présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque (esprit du Code de l'environnement, article R.581-58).

Les enseignes scellées au sol sont interdites, à l'exception des bâtiments publics, en raison de l'utilité de leur service. Leur format est réduit à un minimum : 1 à 2 m².

Les enseignes temporaires sont limitées à 4 m² (8 m² pour immobilier).

✓ La zone 4 : certains grands axes et zones d'activité d'Obernai

Compte-tenu du contexte architectural et urbanistique, la publicité scellée au sol peut trouver sa place, avec une surface pouvant atteindre 10,50 m² (affiche de 8 m² et son encadrement) et sous réserve du respect de normes esthétiques (habillage des dos, interdiction des passerelles). Un seul dispositif par unité foncière (de plus de 20 mètres de linéaire) est admis.

La publicité murale n'est en revanche pas souhaitable afin de respecter les bâtiments.

La publicité numérique peut être autorisée, mais sa surface est plus petite (4 m²) et sa densité réduite (150 m entre deux publicités) en raison de son plus fort impact visuel.

Dans un souci d'harmonie de la communauté de communes, les règles relatives aux enseignes sont quasi-identiques à la zone 2. Les enseignes scellées au sol peuvent toutefois atteindre 6 m² et le cas des enseignes scellées au sol de moins d'1 m² est précisé : ne connaissant pas de règles dans le RNP, elles sont ici limitées en fonction du linéaire de façade de l'établissement concerné.

Les enseignes numériques, dans cette zone comme dans les autres, sont interdites. Les écrans numériques à l'intérieur des vitrines peuvent être acceptés dans cette zone, ne présentant pas de nuisance particulière. Leur surface est limitée : 20 % de la vitrine, sans pouvoir excéder 1 m².

Pour les publicités comme pour les enseignes, l'horaire d'extinction est 23 heures – 7 heures.

✓ La zone 5 : les autres secteurs d'Obernai

Dans ces lieux surtout résidentiels, la publicité, absente à ce jour, n'a pas lieu d'être. Elle est donc limitée aux cas suivants :

- Chevalets ;

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

- Publicités de petit format ;
- Publicités sur mobilier urbain ;
- Publicité sur palissades de chantier.

Ne présentant aucune atteinte à l'environnement, la publicité est également admise sur les quais de la gare, avec une surface de 2 m² maximum. Elle peut être numérique, mais les images animées (vidéo) sont proscrites.

Les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur suivent globalement les règles du centre-ville (zone 3) quelques exigences en moins (pas de lettres découpées ni de dimensions) adaptées aux réalités du terrain.

Les prescriptions pour les enseignes scellées au sol sont harmonisées avec la zone 4.

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20220928-20220423-DE
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022



Communauté
de Communes



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

REGLEMENT



DOCUMENT APPROUVE EN CONSEIL
COMMUNAUTAIRE LE

28/09/2022 – délibération n°2022/04/24



Le Président
Bernard FISCHER

Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20240219-20240123-DE Date de télétransmission : 26/02/2024 Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture 067-246701080-20220928-20220423-DE Date de télétransmission : 04/10/2022 Date de réception préfecture : 04/10/2022

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) institué sur le territoire de la Communauté de Communes du Pays de Sainte Odile comporte 5 zones (zones n°1 à n°5), délimitées sur le document graphique annexé.

Ce règlement complète et adapte les dispositions du règlement national de publicité (RNP) figurant aux articles R. 581-1 et suivants du Code de l'environnement. Les dispositions du RNP non expressément modifiées par le présent règlement continuent de s'appliquer.

Sont annexés au présent règlement :

1. Le document graphique faisant apparaître les zones. Ce document ayant valeur réglementaire ;
2. Les arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations de chaque commune, représentées sur un document graphique ;
3. Un lexique ;
4. La fiche gouvernementale d'octobre 2019 relative aux préenseignes dérogatoires.



SOMMAIRE :

Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1	5
A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	5
B) Dispositions relatives aux enseignes	5
Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2	7
A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	7
B) Dispositions relatives aux enseignes	8
Chapitre 3 : Dispositions applicables à la zone 3	11
A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	11
B) Dispositions relatives aux enseignes	12
Chapitre 4 : Dispositions applicables à la zone 4	15
A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	15
B) Dispositions relatives aux enseignes	16
Chapitre 5 : Dispositions applicables à la zone 5	19
A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes	19
B) Dispositions relatives aux enseignes	20
Tableaux récapitulatifs des règles par zone	23
Lexique	25

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1

Article 1.1 : Définition de la zone

La zone 1 est constituée par les parties non agglomérées du territoire de la communauté de communes du Pays de Sainte Odile. Elle est colorée en gris sur le plan annexé au présent règlement.

A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Article 1.2 : Publicités et préenseignes

Les publicités et les préenseignes autres que les préenseignes dérogatoires sont interdites, en application de l'article L. 581-7 du Code de l'environnement.

Article 1.3 : Préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires sont admises dans les conditions fixées aux articles L. 581-19, R. 581-66 et R. 581-67 du Code de l'environnement.

B) Dispositions relatives aux enseignes

Article 1.4 : Dispositions générales

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, sa saillie en façade, ses couleurs, ses matériaux, sa luminosité ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade, ni aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

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

Article 1.5 : Dispositifs interdits ou limités

Les enseignes d'une surface supérieure à 1 mètre carré sont interdites sur un mur de clôture ou sur une clôture, quelle que soit sa nature. Les enseignes n'excédant pas 1 mètre carré sont limitées à une par établissement et par mur ou clôture.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants sont interdites.

Article 1.6 : Enseignes apposées à plat sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 5% de cette façade.

A titre exceptionnel, il peut être dérogé à ce ratio, sans dépasser 10 % de la surface de la façade commerciale, dans le cas d'un projet s'inscrivant dans un ensemble architectural existant et en vue d'harmoniser les formes et dispositions des enseignes projetées avec d'autres enseignes en place ou avec la composition des façades du bâtiment.

Article 1.7 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Pour chaque établissement, une seule enseigne est autorisée. Sa surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré. Elle est placée en limite de devanture. Elle ne dépasse pas la hauteur du rez-de-chaussée lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée. Toutefois, en cas d'impossibilité technique, elle peut être placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage sous réserve, le cas échéant, du respect du règlement de voirie.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis.

La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,40 mètres.

Article 1.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 4 mètres carrés et leur hauteur ne peut excéder 4 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur hauteur est, au minimum, supérieure à 2 fois leur largeur.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Article 1.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

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

Article 1.10 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées dix jours avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont admises à raison d'un dispositif par manifestation ou opération. Sa surface ne doit pas excéder 4 mètres carrés.

Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce sont admises à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, d'une surface n'excédant pas 8 mètres carrés, par unité foncière.

Article 1.11 : Publicités et enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies

La surface des publicités et des enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine, sans excéder 1 mètre carré.

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

Article 1.12 : Extinction nocturne

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 21 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 21 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 7 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2

Article 2.1 : Définition de la zone

La zone 2, repérée en vert sur le plan annexé au présent règlement, est constituée par les secteurs agglomérés des communes de Bernardswiller, Innenheim, Krautergersheim, Meistratzheim et Niedernai.

A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Article 2.2 : Dispositions générales

Toute publicité est interdite sur les murs de clôture et les clôtures, quelle que soit leur nature. Les publicités sont interdites dans les zones naturelles ou agricoles et les espaces boisés classés repérés dans le ou les documents d'urbanisme en vigueur.

Article 2.3 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que la publicité supportée par un mobilier urbain

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

Article 2.4 : Publicité murale

Les publicités sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement. La surface d'une publicité murale ne peut excéder 4 mètres carrés hors-tout. Aucun point d'un dispositif ne peut s'élever à plus de 5 mètres du sol, mesurés au pied du mur.

Le dispositif est implanté en retrait des chaînages, à 0,50 mètre au moins de toute arête, et ne doit pas masquer, même partiellement, les éléments d'architecture.

Si le mur comporte une ouverture de moins de 0,50 mètre carré, le dispositif est installé à 0,50 mètre au moins de celle-ci.

Article 2.5 : Densité

Outre le respect de la règle nationale de densité, une façade ou un pignon ne peut accueillir qu'un seul dispositif publicitaire mural.

Article 2.6 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise dans les conditions du règlement national de publicité.

Article 2.7 : Publicité supportée par un mobilier urbain

La publicité supportée par un mobilier urbain se conforme aux dispositions du règlement national de publicité. Sa surface unitaire ne peut excéder 2 mètres carrés.

Article 2.8 : Publicité lumineuse autre que la publicité éclairée par projection ou transparence.

La publicité numérique est interdite.

La publicité lumineuse autre que la publicité éclairée par projection ou transparence est interdite.

Article 2.9 : Extinction nocturne

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles qui sont supportées par le mobilier urbain.

B) Dispositions relatives aux enseignes

Article 2.10 : Dispositions générales

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, sa saillie en façade, ses couleurs, ses matériaux, sa luminosité ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade, ni aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

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

Article 2.11 : Dispositifs interdits ou limités

Les enseignes d'une surface supérieure à 1 mètre carré sont interdites sur un mur de clôture ou sur une clôture, quelle que soit sa nature. Les enseignes n'excédant pas 1 mètre carré sont limitées à une par établissement et par mur ou clôture.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants, sont interdites.

Articles 2.12 : Enseignes apposées à plat sur une façade commerciale

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 7 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est inférieure ou égale à 200 m².

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 5 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est supérieure à 200 m².

A titre exceptionnel, il peut être dérogé à ces ratios, sans dépasser 10 % de la surface de la façade commerciale, dans le cas d'un projet s'inscrivant dans un ensemble architectural existant et en vue d'harmoniser les formes et dispositions des enseignes projetées avec d'autres enseignes en place ou avec la composition des façades du bâtiment.

La surface des enseignes apposées sur les vitrines ne peut excéder 15 % de la surface totale de chacune des parties vitrées.

Article 2.13 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Pour chaque établissement, une seule enseigne est autorisée. Sa surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré. Elle ne dépasse pas la hauteur du rez-de-chaussée lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée. Toutefois, en cas d'impossibilité technique, elle peut être placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage sous réserve, le cas échéant, du respect du règlement de voirie.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis.

La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,40 mètres.

Article 2.14 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 4 mètres carrés et leur hauteur ne peut excéder 4 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur hauteur est, au minimum, supérieure à 2 fois leur largeur.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur une seule enseigne.

Article 2.15 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

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

Article 2.16 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées dix jours avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont admises à raison d'un dispositif par manifestation ou opération. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés.

Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce sont admises à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, d'une surface n'excédant pas 8 mètres carrés, par unité foncière.

Article 2.17 : Publicités et enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies

La surface des publicités et des enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine, sans excéder 1 mètre carré.

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

Article 2.18 : Extinction nocturne

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 23 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 7 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024

Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Chapitre 3 : Dispositions applicables à la zone 3

Article 3.1 : Définition de la zone

La zone 3 est constituée par le centre ancien d'Obernai. Elle est repérée en bleu sur le plan annexé au présent règlement.

A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Le règlement déroge aux interdictions prévues au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement. Par conséquent, les publicités installées dans les lieux visés à cet article sont soumises aux règles décrites ci-après.

Article 3.2 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que la publicité supportée par un mobilier urbain

Un seul dispositif installé directement sur le sol de type chevalet par établissement est admis sur le domaine public.

Ce dispositif est autorisé sous réserve de l'obtention des autorisations d'occupation du domaine public afférentes. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,7 mètre en largeur ; par ailleurs, il doit respecter les prescriptions de la loi 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, et les décrets et arrêtés en portant application.

Tout procédé numérique est interdit.

Tout autre dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol est interdit.

Article 3.3 : Publicité murale

La publicité murale est interdite.

Article 3.4 : Publicité supportée par un mobilier urbain

La publicité supportée par un mobilier urbain se conforme aux dispositions du règlement national de publicité.

Article 3.5 : Publicité de petit format

La publicité de petit format se conforme aux dispositions du règlement national de publicité.

Article 3.6 : Publicité sur bâche

La publicité sur bâche est interdite.

Article 3.7 : Publicité lumineuse

La publicité lumineuse, dont la publicité numérique, est interdite sauf lorsqu'elle est supportée par un mobilier urbain.

Article 3.8 : Publicité sur palissades de chantier

La surface unitaire de la publicité sur palissades de chantier n'excède pas 2, 40 mètres carrés. Une distance de 50 mètres minimum sépare 2 publicités.

B) Dispositions relatives aux enseignes

Article 3.9 : Dispositions générales

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, sa saillie en façade, ses couleurs, ses matériaux, sa luminosité ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade, ni aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

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

Article 3.10 : Dispositifs interdits

Les enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, quelle que soit leur nature, sont interdites.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants sont interdites.

Les surlignages des bâtiments au moyen de tubes néon sont interdits.

Les spots sur tige et les rampes d'éclairage sont interdits. Seul le rétro-éclairage est admis.

Article 3.11 : Enseignes apposées à plat sur une façade commerciale

Les enseignes apposées en partie haute de la devanture sont limitées à un dispositif par établissement. Lorsque l'établissement comporte plusieurs baies sur une même façade, une enseigne par baie peut être autorisée.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis. L'enseigne ne peut s'étendre sur plusieurs bâtiments.

Une inscription supplémentaire peut être autorisée sur le lambrequin d'un store, sous réserve que la hauteur des inscriptions ne dépasse pas 0,30 mètre.

L'enseigne est composée de lettres découpées ou en donnant l'apparence. En cas d'inscription sur un bandeau support, ce dernier doit être de couleur unie et neutre afin de mettre en relief les lettres découpées. Dans tous les cas, la hauteur des lettres est inférieure ou égale à 0,40 mètre.

L'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée, quel que soit le nombre d'étages occupés par l'établissement. L'enseigne peut déroger à cette règle :

1. En cas d'impossibilité technique ou si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment ;
2. Pour les hôtels, l'enseigne peut être apposée jusqu'au bas de l'allège du deuxième étage.

Lorsqu'une activité n'est exercée qu'en étage, une enseigne peut être installée dans la largeur de la baie ou sur le lambrequin, sous réserve que la hauteur des inscriptions ne dépasse pas 0,30 mètre. Les professions réglementées peuvent apposer leur plaque au rez-de-chaussée des immeubles, près de la porte d'entrée. Toute autre enseigne est interdite.

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 7 % de cette façade. A titre exceptionnel, il peut être dérogé à ce ratio, sans dépasser 10 % de la surface de la façade commerciale, dans le cas d'un projet s'inscrivant dans un ensemble architectural existant et en vue d'harmoniser les formes et dispositions des enseignes projetées avec d'autres enseignes en place ou avec la composition des façades du bâtiment.

La surface des enseignes apposées sur les vitrines ne peut excéder 15 % de la surface totale de chacune des parties vitrées.

Peuvent déroger à ces règles de pourcentage les murs-enseigne peints suivant la tradition régionale ainsi que les peintures décoratives des façades en général, liées à l'activité et visant à souligner ou compléter les éléments de composition ou de modénature les constituant.

Les enseignes sont interdites sur les balcons.

Article 3.12 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Pour chaque établissement, une seule enseigne est autorisée. Elle ne dépasse pas la hauteur du rez-de-chaussée lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée. Toutefois, en cas d'impossibilité technique, elle peut être placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage sous réserve, le cas échéant, du respect du règlement de voirie. Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs voies, un dispositif par façade est admis.

Les bureaux de tabac exerçant plusieurs activités ainsi que les établissements exerçant une mission de service public et les points-relais peuvent installer une enseigne supplémentaire par voie.

Les dimensions maximales de l'enseigne sont de 0,70 mètre x 0,70 mètre et son épaisseur maximum de 0,1 mètre. La saillie de l'enseigne n'excède pas 0,80 mètre, sauf si la configuration de l'immeuble nécessite une saillie supérieure, dans le respect de l'article R. 581-61 du Code de l'environnement.

Les enseignes présentant un caractère esthétique, historique, pittoresque ou s'inspirant de la tradition régionale peuvent déroger à ces règles.

La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,40 mètres.

Article 3.13 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent être autorisées que pour les bâtiments publics.

Leur surface est comprise entre 1 mètre carré et 2 mètres carrés. Leur hauteur est limitée à 3,5 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur hauteur est, au minimum, supérieure à 2 fois leur largeur.

Article 3.14 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

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

Article 3.15 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées dix jours avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique sont admises à raison d'un dispositif par manifestation.

Les enseignes qui signalent des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont admises à raison d'un dispositif par opération. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés.

Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce sont admises à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, d'une surface n'excédant pas 8 mètres carrés, par unité foncière.

Article 3.16 : Publicités et enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies

La surface des publicités et des enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine, sans excéder 1 mètre carré.

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

Article 3.17 : Extinction nocturne

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 23 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 7 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Chapitre 4 : Dispositions applicables à la zone 4

Article 4.1 : Définition de la zone

Cette zone recouvre certains grands axes de circulation d'Obernai, augmentés de 20 mètres de part et d'autre de l'alignement, ainsi que certaines zones d'activité d'Obernai. Elle est repérée en ocre sur le document graphique annexé au présent règlement.

A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Article 4.2 : Dispositions générales

Toute publicité est interdite sur les murs de clôture et les clôtures, quelle que soit leur nature. Les publicités sont interdites dans les zones naturelles ou agricoles et dans les espaces boisés classés repérés dans le ou les documents d'urbanisme en vigueur.

Article 4.3 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que la publicité supportée par un mobilier urbain

La surface des publicités scellée au sol ou installée directement sur le sol n'excède pas 10,5 mètres carrés hors-tout.

Le dispositif ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. De plus, sa hauteur ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles.

Lorsque le dispositif est simple face, son dos est habillé et ne doit pas présenter de séparation visible avec la face exploitée.

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Toutefois, les passerelles intégralement repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur identique à celle des dispositifs auxquels elles sont fixées.

Un seul dispositif installé directement sur le sol de type chevalet par établissement est admis sur le domaine public.

Ce dispositif est autorisé sous réserve de l'obtention des autorisations d'occupation du domaine public afférentes. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,7 mètre en largeur ; par ailleurs, il doit respecter les prescriptions de la loi 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, et les décrets et arrêtés en portant application.

Article 4.4 : Publicité murale

La publicité murale est interdite.

Article 4.5 : Publicité supportée par un mobilier urbain

La publicité supportée par un mobilier urbain se conforme aux dispositions du règlement national de publicité.

Article 4.6 : Publicité lumineuse

La publicité lumineuse non numérique est interdite sauf lorsqu'elle est supportée par un mobilier urbain.

La publicité numérique est admise. Sa surface unitaire n'excède pas 4 mètres carrés.

Article 4.7 : Densité des dispositifs autres que les publicités supportées par un mobilier urbain

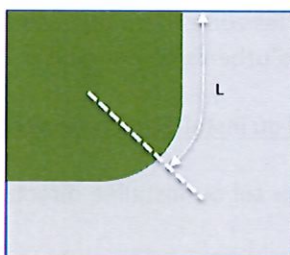
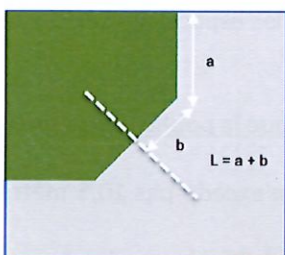
I.- Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur ou égal à 20 mètres linéaires les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 20 mètres linéaires, un seul dispositif scellé au sol peut être installé.

II.- Outre le respect de l'alinéa I. de l'article 4.7, la distance entre deux publicités numériques co-visibles est d'au moins 150 mètres.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie est pris en compte.

Les pans-coupés des unités foncières situées à l'intersection de 2 voies sont additionnés pour moitié à l'une des voies, et pour moitié à l'autre.



Article 4.8 : Extinction nocturne

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

B) Dispositions relatives aux enseignes

Article 4.9 : Dispositions générales

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, sa saillie en façade, ses couleurs, ses matériaux, sa luminosité ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade, ni aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

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

Article 4.10 : Dispositifs interdits ou limités

Les enseignes d'une surface inférieure ou égale à 1 mètre carré sur les murs de clôture et les clôtures, quelle que soit leur nature, peuvent être autorisées. Elles sont limitées à un dispositif par établissement et par mur ou clôture. Les enseignes d'une surface supérieure à 1 mètre carré sur les murs de clôture et les clôtures sont interdites.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Article 4.11 : Enseignes apposées à plat sur une façade commerciale

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 7 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est inférieure ou égale à 200 m².

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 5 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est supérieure à 200 m².

A titre exceptionnel, il peut être dérogé à ce ratio, sans dépasser 10 % de la surface de la façade commerciale, dans le cas d'un projet s'inscrivant dans un ensemble architectural existant et en vue d'harmoniser les formes et dispositions des enseignes projetées avec d'autres enseignes en place ou avec la composition des façades du bâtiment.

Les enseignes numériques sont interdites.

Article 4.12 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Pour chaque établissement, une seule enseigne est autorisée. Sa surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré. Elle ne dépasse pas la hauteur du rez-de-chaussée lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée. Toutefois, en cas d'impossibilité technique, elle peut être placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage sous réserve, le cas échéant, du respect du règlement de voirie.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis.

La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,40 mètres.

Les enseignes numériques sont interdites.

Article 4.13 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Les enseignes numériques sont interdites.

a) Enseignes dont la surface unitaire est supérieure à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres carrés. Leur hauteur ne peut excéder 4 mètres au-dessus du niveau du sol et leur largeur ne peut excéder 1,60 mètre. Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes. Ils se substituent à toute autre enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. Leur hauteur n'excède pas 6 mètres.

b) Enseignes dont la surface unitaire est inférieure ou égale à 1 mètre carré

Leur nombre est limité à un par tranche de 20 mètres de linéaire de façade de l'unité foncière où est implanté l'établissement signalé.

Article 4.14 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

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

Article 4.15 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées dix jours avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont admises à raison d'un dispositif par manifestation ou opération. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés.

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

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220928-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

commerce sont admises à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, d'une surface n'excédant pas 8 mètres carrés, par unité foncière.

Article 4.16 : Publicités et enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies

La surface des publicités et des enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine, sans excéder 1 mètre carré.

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.

Article 4.17 : Extinction nocturne

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 23 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 7 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Chapitre 5 : Dispositions applicables à la zone 5

Article 5.1 : Définition de la zone

La zone 5 est constituée par les secteurs d'Obernai qui ne sont compris ni dans la zone 3, ni dans la zone 4. Elle est repérée en rose sur le plan annexé au présent règlement.

A) Dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Le règlement déroge aux interdictions prévues au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.

Article 5.2 : Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autres que la publicité supportée par un mobilier urbain

Un seul dispositif installé directement sur le sol de type chevalet par établissement est admis sur le domaine public. Tout procédé numérique est interdit.

Ce dispositif est autorisé sous réserve de l'obtention des autorisations d'occupation du domaine public afférentes. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,7 mètre en largeur ; par ailleurs, il doit respecter les prescriptions de la loi 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, et les décrets et arrêtés en portant application.

La publicité est admise sur les quais de la gare, dont l'emprise est indiquée sur le document graphique. Sa surface unitaire n'excède pas 2 mètres carrés, et la publicité numérique peut être autorisée, à condition que les images soient fixes.

Tout autre dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol est interdit.

Article 5.3 : Publicité murale

La publicité murale est interdite.

Article 5.4 : Publicité supportée par un mobilier urbain

La publicité supportée par un mobilier urbain se conforme aux dispositions du règlement national de publicité.

Article 5.5 : Publicité de petit format

La publicité de petit format est admise dans les conditions du règlement national de publicité.

Article 5.6 : Publicité sur bâches

La publicité sur bâche est interdite.

Article 5.7 : Publicité lumineuse

La publicité lumineuse, dont la publicité numérique, est interdite sauf lorsqu'elle est supportée par un mobilier urbain.

Article 5.8 : Publicité sur palissades de chantier

La surface de la publicité sur palissades de chantier n'excède pas 2, 40 mètres carrés. Une distance de 50 mètres minimum sépare 2 publicités.

B) Dispositions relatives aux enseignes

Article 5.9 : Dispositions générales

Une enseigne ne doit pas, par ses dimensions, sa saillie en façade, ses couleurs, ses matériaux, sa luminosité ou son implantation, modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée ni porter atteinte à la composition, aux éléments d'architecture ou de modénature de la façade, ni aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique.

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

Article 5.10 : Dispositifs interdits ou limités

Les enseignes sur les clôtures sont interdites.

Sur les murs de clôtures, les enseignes sont limitées à un dispositif par établissement et par mur et leur surface n'excède pas 2 mètres carrés.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Les enseignes numériques, ainsi que les enseignes à messages défilants sont interdites.

Les surlignages des bâtiments au moyen de tubes néon sont interdits.

Les spots sur tige et les rampes d'éclairage sont interdits.

Article 5.11 : Enseignes apposées à plat sur une façade commerciale

Les enseignes apposées en partie haute de la devanture sont limitées à un dispositif par établissement. Lorsque l'établissement comporte plusieurs baies sur une même façade, une enseigne par baie peut être autorisée.

Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis. L'enseigne ne peut s'étendre sur plusieurs bâtiments.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée. Elle peut déroger à cette règle en cas d'impossibilité technique ou si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment.

L'enseigne peut déroger à cette règle :

1. En cas d'impossibilité technique ou si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment ;
2. Pour les hôtels, l'enseigne peut être apposée jusqu'au bas de l'allège du deuxième étage.

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 7 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est inférieure ou égale à 200 m².

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peut excéder 5 % de cette façade lorsque la surface de celle-ci est supérieure à 200 m².

Les enseignes des hôtels peuvent déroger à cette règle.

A titre exceptionnel, il peut être dérogé à ce ratio, sans dépasser 10 % de la surface de la façade commerciale, dans le cas d'un projet s'inscrivant dans un ensemble architectural existant et en vue d'harmoniser les formes et dispositions des enseignes projetées avec d'autres enseignes en place ou avec la composition des façades du bâtiment.

La surface des enseignes apposées sur les vitrines ne peut excéder 15 % de la surface totale de chacune des parties vitrées.

Les enseignes sont interdites sur les balcons.

Article 5.12 : Enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte

Pour chaque établissement, une seule enseigne est autorisée. Sa surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré. Elle ne dépasse pas la hauteur du rez-de-chaussée lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée. Toutefois, en cas d'impossibilité technique, elle peut être placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage sous réserve, le cas échéant, du respect du règlement de voirie. Lorsque l'établissement est à l'angle de plusieurs rues, un dispositif par façade est admis.

La hauteur sous enseigne ne peut être inférieure à 2,40 mètres.

Article 5.13 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les messages doivent être regroupés sur un seul dispositif.

Les enseignes numériques sont interdites.

a) Enseignes dont la surface unitaire est supérieure à 1 mètre carré

Les enseignes sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 mètres carrés. Leur hauteur ne peut excéder 4 mètres au-dessus du niveau du sol et leur largeur ne peut excéder 1,60 mètre. Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes. Ils se substituent à toute autre enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. Leur hauteur n'excède pas 6 mètres.

b) Enseignes dont la surface unitaire est inférieure ou égale à 1 mètre carré

Leur nombre est limité à une par tranche de 20 mètres de linéaire de façade de l'unité foncière où est implanté l'établissement signalé.

Article 5.14 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites, sauf lorsqu'elles ont un caractère historique, esthétique ou pittoresque ou que le bâtiment qui les supporte prévoit ce type d'enseigne dans sa conception.

Article 5.15 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent être installées dix jours avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont admises à raison d'un dispositif par manifestation ou opération. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés.

Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce sont admises à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, d'une surface n'excédant pas 8 mètres carrés, par unité foncière.

Article 5.16 : Publicités et enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies

La surface des publicités et des enseignes lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine, sans excéder 1 mètre carré.

Accusé de réception en préfecture
067-246701080-20240219-20240123-DE
Date de télétransmission : 26/02/2024
Date de réception préfecture : 26/02/2024
Accusé de réception en préfecture
~~067-246701080-20220920-20220423-DE~~
Date de télétransmission : 04/10/2022
Date de réception préfecture : 04/10/2022

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies sont interdites dans les lieux visés au I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

Article 5.17 : Extinction nocturne

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 23 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 7 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Tableaux récapitulatifs des règles par zone

POUR LA PUBLICITE :

	ZONE 1 Hors agglomération	ZONE 2 Agglomération hors Obernai	ZONE 3 Centre-ville d'Obernai	ZONE 4 Grands axes d'Obernai	ZONE 5 Autres secteurs d'Obernai
Publicité sur mur de clôture	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité non lumineuse murale	Interdite	4 m ² 1 par mur	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité non lumineuse scellée au sol	Interdite	Interdite	Interdite	10,50 m ²	Interdite, sauf quais de la gare
Chevalets	Interdits	Interdits	1 par établissement	1 par établissement	1 par établissement
Publicité sur mobilier urbain	Interdite	2 m ²	RNP	RNP	RNP
Publicité lumineuse non numérique	Interdite	Interdite	Interdite sauf mobilier urbain	Interdite sauf mobilier urbain	Interdite sauf mobilier urbain
Publicité lumineuse numérique à l'intérieur des vitrines	20% de la surface de la vitrine et 1 m ² hors secteurs protégés	20% de la surface de la vitrine et 1 m ² hors secteurs protégés	Interdite	20% de la surface de la vitrine et 1 m ² hors secteurs protégés	20% de la surface de la vitrine et 1 m ² hors secteurs protégés
Autre publicité lumineuse numérique	Interdite	Interdite	Interdite sauf mobilier urbain	4 m ²	Interdite sauf mobilier urbain et quais de la gare
Publicité sur toiture ou terrasse	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite	Interdite
Bâches de chantier	Interdites	Interdites	Interdites	Admises	Interdites
Bâches publicitaires	Interdites	Interdites	Interdites	Admises	Interdites
Publicité de petit format	Interdite	RNP	RNP	RNP	RNP

POUR LES ENSEIGNES :

	ZONE 1 Hors agglomération	ZONE 2 Agglomération hors Obernai	ZONE 3 Centre-ville d'Obernai	ZONE 4 Grands axes d'Obernai	ZONE 5 Autres secteurs d'Obernai
Enseignes sur clôtures et murs de clôture	< 1 m ²	< 1 m ²	Interdites	< 1 m ²	Interdites sur clôture 2 m ² sur mur
Enseigne à plat	5 %	7 % et 5 %	1 par façade ou 1 par vitrine 7 %	7 % et 5 %	7 % et 5 %
Enseigne perpendiculaire	1 par voie 1 m ²	1 par voie 1 m ²	1 par voie 0,70 x 0,70	1 par voie 1 m ²	1 par voie 1 m ²
Enseignes numériques scellées au sol	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes numériques murales	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines	20% de la surface de la vitrine et 1 m ²	20% de la surface de la vitrine et 1 m ²	20% de la surface de la vitrine et 1 m ²	20% de la surface de la vitrine et 1 m ²	20% de la surface de la vitrine et 1 m ²
Enseignes scellées au sol	4 m ²	4 m ²	Interdites sauf service public	6 m ²	6 m ²
Enseignes sur toiture	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites	Interdites
Vitrophanies	RNP	15 % de la surface de la vitrine	15 % de la surface de la vitrine	RNP	15 % de la surface de la vitrine
Enseignes temporaires	1 enseigne 4 m ²	1 enseigne 4 m ²	1 enseigne 4 m ²	1 enseigne 4 m ²	1 enseigne 4 m ²
Enseignes temporaires immobilières	1 enseigne 8 m ²	1 enseigne 8 m ²	1 enseigne 8 m ²	1 enseigne 8 m ²	1 enseigne 8 m ²

Lexique

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

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

Alignement :

Limite entre le domaine public routier et les propriétés privées riveraines. Il détermine l'implantation des constructions par rapport au domaine public afin de satisfaire aux soucis esthétiques, urbains, de salubrité, de sécurité.

Autorisation préalable :

Les publicités lumineuses, à l'exception des dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, ainsi que les enseignes font l'objet d'une demande d'autorisation préalable qui doit être adressée à la commune sur le formulaire Cerfa n° 14798.

Baie :

Toute ouverture de fonction quelconque pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.). Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

Baie commerciale :

Voir vitrine.

Bâtiment d'habitation

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

Chaîne ou chaînage d'angle :

Superposition verticale de pierre formant la rencontre entre deux murs en angle.

Chevalet :

Préenseigne ou publicité posée au sol généralement devant un magasin.

Clôture :

Construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle :

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle :

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

Déclaration préalable :

Les publicités non lumineuses, ainsi que les dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, font l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de leur installation, modification ou remplacement.

La déclaration doit être adressée à la commune sur le formulaire Cerfa n° 14799.

Devanture :

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

Dispositif de petit format :

Dispositifs intégrés à des devantures commerciales et ne recouvrant que partiellement la baie, régis par l'article L.581-8-III et R.581-57 du Code de l'environnement.

Dispositif publicitaire :

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode. Les mobiliers urbains qui supportent des publicités à titre accessoire ne sont pas considérés comme des dispositifs publicitaires.

Droit (d'une façade) :

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

Durable :

Les matériaux durables (au sens de "physiquement pérenne", pour éviter une dégradation des supports) sont le bois traité, le plexiglas, le métal traité, la toile plastifiée imputrescible.

Eléments architecturaux ou décoratifs :

A titre d'exemple, corniches, têtes de mur, pierres d'harpage, bas-relief.

Emplacement publicitaire :

Lieu précis où est implanté soit un dispositif d'affichage unique, soit l'ensemble formé par deux dispositifs d'affichage alignés verticalement et horizontalement pour les muraux. Pour les portatifs, les dispositifs d'affichage peuvent former un angle entre eux.

Enseigne :

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

Enseigne éclairée :

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

Enseigne lumineuse :

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

Enseigne temporaire :

Enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
Enseigne signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce, pour une durée de plus de trois mois.

Face (d'un panneau publicitaire) :

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

Façade aveugle :

Murs des bâtiments ne comportant aucune baie ou des jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m².

Fil d'eau :

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

Mobilier urbain publicitaire :

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

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis ;
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel ;
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ;
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Modénature :

Proportions et dispositions de l'ensemble des éléments d'ornement que constituent les moulures et profils des moulures de corniche ainsi que les proportions et dispositions des membres de façade constituant le style architectural.

Mur de clôture :

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

Nu (d'un mur) :

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

Palissade de chantier :

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

Parties ou zones agglomérées

Le territoire communal peut comprendre plusieurs zones agglomérées distinctes, au sens de l'article R. 110-2 du code de la route.

Piédroit ou pilier :

Montants verticaux en maçonnerie qui sont situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Pilier :

Montants verticaux en maçonnerie qui sont situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Préenseigne :

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

Projection ou transparence (éclairage par) :

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

Publicité :

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

Publicité de petit format :

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens de l'article L.581-8-III du Code de l'environnement.

Publicité lumineuse :

Publicité lumineuse à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo.

Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

Saillie :

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

Store :

Rideau de toile destiné à abriter une baie du soleil ou des intempéries.

Support :

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

Surface de la publicité hors mobilier urbain :

Surface hors-tout indiquée dans les documents réglementaires, comprenant l'encadrement du dispositif publicitaire.

Surface de la publicité sur mobilier urbain :

Surface indiquée dans les documents réglementaires, correspondant à la surface de l'affiche ou de l'écran, dite « surface utile ».

Surface d'un mur :

Face externe, apparente du mur.

Temporaire :

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

Unité foncière :

Ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires :

Véhicules exclusivement aménagés pour constituer un support de publicité ou, étant aménagés pour un autre usage, sont détournés de cet usage normal à des fins publicitaires. Les véhicules des services de transport public de voyageurs ne sont pas des véhicules utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

Vitrine ou baie commerciale :

Devanture vitrée d'un local commercial.



Communauté
de Communes





REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

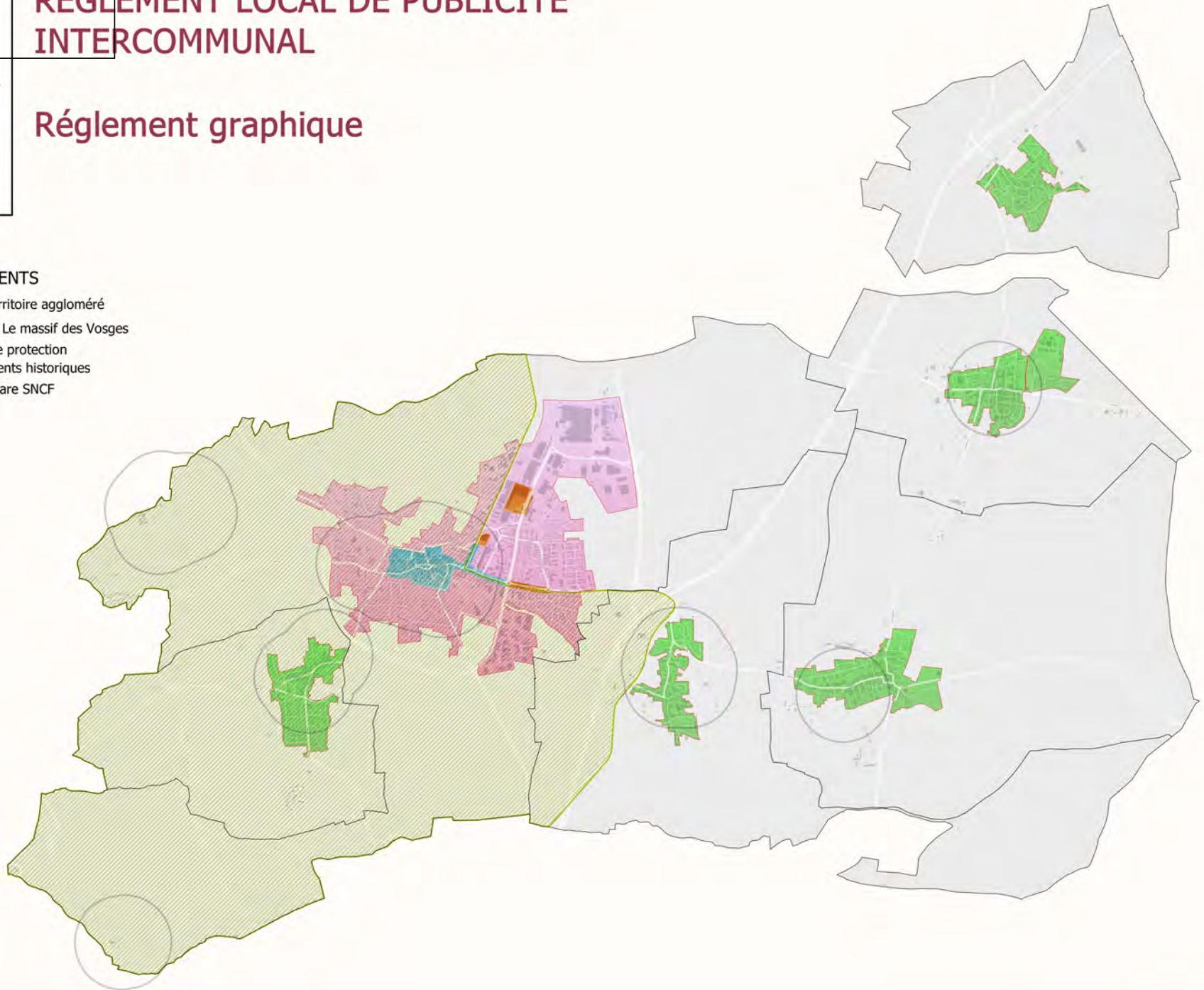
Réglement graphique

ZONAGE RLP

-  Zone 1
-  Zone 2
-  Zone 3
-  Zone 4
-  Zone 5

AUTRES ELEMENTS

-  Limite du territoire aggloméré
-  Site inscrit : Le massif des Vosges
-  Périmètre de protection
des monuments historiques
-  Quai de la gare SNCF



0 1 2 km

Fiche relative à la signalisation par des préenseignes dérogatoires des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales

La présente fiche porte sur les modalités d'application de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, en ce qu'il autorise à se signaler hors agglomération par des préenseignes dérogatoires, les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales. Elle précise les activités concernées par cette possibilité ainsi que la notion de produits du terroir.

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi « Grenelle II » ou ENE) et ses décrets d'application ont profondément réformé la réglementation applicable à la publicité extérieure, avec pour ambition de concilier la préservation de la qualité du cadre de vie des Français et la liberté d'expression, de commerce et d'industrie. L'attractivité des territoires supportant mal la profusion de préenseignes dérogatoires hors agglomération et dans les petites agglomérations, cette loi est ainsi venue restreindre l'utilisation de ces préenseignes dites dérogatoires, d'une part, en les autorisant uniquement hors agglomération et, d'autre part, en les réservant à certaines activités parmi lesquelles figurent les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Cette fiche apporte un éclairage sur le contenu de ces activités autorisées à se signaler par des préenseignes dérogatoires hors agglomération en précisant la notion de produits du terroir et d'entreprises locales au sens de l'article L. 581-19 et en illustrant cette définition par un certain nombre de produits et labels.

Clarification de la notion de produits du terroir et entreprises locales

La définition de la notion de produits du terroir et d'entreprise locales au sens de l'article L. 581-19 du code de l'environnement est donnée par l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014, relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes : « Il s'agit de produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit. Les entreprises locales sont des entreprises dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local ce qui justifie leur implantation dans l'espace rural ».

Pour pouvoir se signaler par des préenseignes dérogatoires, l'entreprise locale doit en effet avoir pour activité principale la fabrication ou la vente de produits du terroir en application de l'article R. 581-67 du code de l'environnement. Ainsi une entreprise qui fabrique ou vend des produits du terroir, mais de manière complémentaire, accessoire à une autre activité ne peut se prévaloir de cette possibilité.

Il est possible d'illustrer cette définition générale, qui reste applicable, par les produits et labels suivants, sans pour autant que cette liste soit exhaustive.

Les Signes d'identification de la qualité et de l'origine

Par nature, l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), l'Appellation d'Origine Protégée (AOP), l'Indication Géographique Protégée (IGP, article L. 721-2 du code de la propriété intellectuelle), les labels rouges et les Spécialités Traditionnelles Garanties font partie des produits du terroir.

Ils correspondent à des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) des produits agricoles et agroalimentaires et répondent à :

- Une démarche collective et volontaire émanant de producteurs ou d'un groupement de producteurs ;
- Des conditions de production strictes validées par l'État ;
- Des contrôles réguliers réalisés par des organismes indépendants agréés par l'État.

Ces différents signes officiels, tenant à un lieu de production spécifique, ont vocation à entrer dans la définition des produits du terroir mentionnés à l'article L. 581-19 ; les entreprises locales qui ont pour activité principale leur transformation ou leur vente peuvent donc se signaler par le biais de préenseignes dérogatoires, dès lors qu'elles se trouvent dans le secteur géographique identifié et délimité par ces SIQO.

Les mentions valorisantes

Il existe également des mentions valorisantes telles que :

- les produits sous logo Haute Valeur Environnementale (HVE) décrits dans le décret n° 2011-1914 du 20 décembre 2011 relatif à la mention valorisante « issus d'une exploitation de haute valeur environnementale »
- les produits de montagne désignés à l'article 31 du règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires ;
- les produits fermiers pour lesquels il existe un référentiel. Ainsi, il existe des référentiels pour les oeufs fermiers et pour les fromages fermiers fixés, respectivement, par le décret n° 2015-1031 du 19 août 2015 relatif aux conditions d'utilisation des mentions valorisantes « fermier », « produit de la ferme » ou « produit à la ferme » pour les oeufs de poules pondeuses de l'espèce Gallus gallus et par le décret n° 2013-1010 du 12 novembre 2013 modifiant le décret n° 2007-628 du 27 avril 2007 relatif aux fromages et spécialités fromagères (article 9 : fromages fermiers) ;

- les produits pays des DOM désignés dans le décret n° 2006-1621 du 18 décembre 2006 relatif aux conditions d'utilisation des termes « produits pays » et de leurs transcriptions créoles.

Ces mentions valorisantes peuvent être retenues au titre des produits du terroir et les entreprises locales les transformant ou les vendant peuvent bénéficier des dispositions de l'article L. 581-19, dès lors qu'elles se trouvent dans le secteur géographique identifié et délimité par ces mentions.

Les marques Valeur Parc Naturel Régional et Esprit Parc National

La marque collective « Valeurs Parc naturel régional » a vocation à valoriser des entreprises et des activités engagées dans un développement économique durable dans leurs territoires. Elle identifie les produits et services issus des parcs naturels régionaux et répondant à leurs valeurs spécifiques. Elle traduit essentiellement le lien entre le territoire et le produit ou le service marqué, la dimension humaine, la préservation des patrimoines.

L'attribution de cette marque à des entreprises bénéficiaires est déléguée par l'État à chacun des syndicats mixtes de parc dans un cadre d'utilisation national harmonisé. Elle repose sur des référentiels d'audit nationaux définis par gamme de produits et services. La marque « Esprit Parc National » a pour objectif de promouvoir des produits et services proposés par les acteurs économiques des territoires des parcs nationaux, dans le respect de l'environnement et engagés dans la préservation et la promotion des territoires d'exception des parcs nationaux.

Les entreprises locales dont l'activité principale est la transformation ou la vente de produits, et non de services, bénéficiant des marques « Valeurs Parc Naturel Régional » et « Esprit Parc Naturel » pourront se signaler par des préenseignes dérogatoires dès lors qu'elles se situent sur le territoire du parc naturel régional ou du parc national objet de la marque. Par contre, l'article L. 581-19 du code de l'environnement faisant expressément référence aux « produits du terroir », les entreprises offrant des services bénéficiaires de l'une de ces marques (restauration, hôtellerie, visites guidées, etc.) ne sauraient bénéficier de la possibilité de se signaler par des préenseignes dérogatoires.

REPUBLIQUE FRANÇAISE
Département du Bas-Rhin
MAIRIE DE KRAUTERGERSHEIM
Code postal 67880



ARRETE DU MAIRE N° 50/2022

Arrêté fixant les limites d'agglomération Commune de Krautergersheim

Le Maire de la Commune de Krautergersheim,

- VU le code général des collectivités territoriales, notamment les articles L.2213.1 à L.2213.6 ;
- VU le code de la route et notamment les articles R 110.1, R 110.2, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 ;
- VU l'instruction Interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5^{ème} partie - signalisation d'indication ;
- VU le décret du 13 décembre 1952 portant nomenclature des routes à grande circulation, modifié et complété par les textes subséquents ;

CONSIDERANT l'évolution de l'urbanisation de la commune et la nécessité de redéfinir les limites de l'agglomération conformément à l'article R.110-2 du code de la route ;

A R R E T E

ARTICLE 1

Les limites de l'agglomération sur les voies d'accès à la commune de Krautergersheim, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit sur :

	Nom de la voie	Repérage géographique (GPS)		Situation par rapport aux points repères (PR)
RD 215	rue de Paris (côté Nord)	48.479661	7.566808	PR 13 + 240
RD 215	route de Meistratzheim (côté Sud)	48.472433	7.562179	PR 12 + 398
RD 207	grand'rue (côté Est)	48.475383	7.572661	PR 7 + 745
RD 207	route d'Obernai (côté Ouest)	48.477464	7.555285	PR 6 + 414

ARTICLE 2

La signalisation réglementaire (panneaux EB 10 et EB 20) sera mise en place aux emplacements indiqués à l'article ci-dessus, à la charge de la commune.

ARTICLE 3

Les dispositions définies par l'article 1^{er} du présent arrêté prendront effet le jour de sa publication, sous réserve de la mise en place de la signalisation réglementaire destinée à les porter à la connaissance des usagers.

ARTICLE 4

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

ARTICLE 5

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur dans la commune de Krautergersheim. Il peut faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Strasbourg dans un délai de deux mois à compter de sa publication.

ARTICLE 6

Approuvé au présent arrêté sera transmise à :

- Mme la Sous-Préfète de l'Arrondissement de Sélestat-Erstein
- M. le Commandant de la Brigade de Gendarmerie d'Obernai
- M. le Président de la Collectivité Européenne d'Alsace – Centre d'Entretien et d'Intervention de Barr
- M. le Président de la Communauté de Communes du Pays de Sainte Odile
- Archives

Fait à Krautergersheim, le 6 mai 2022

Le Maire, René HOELT

