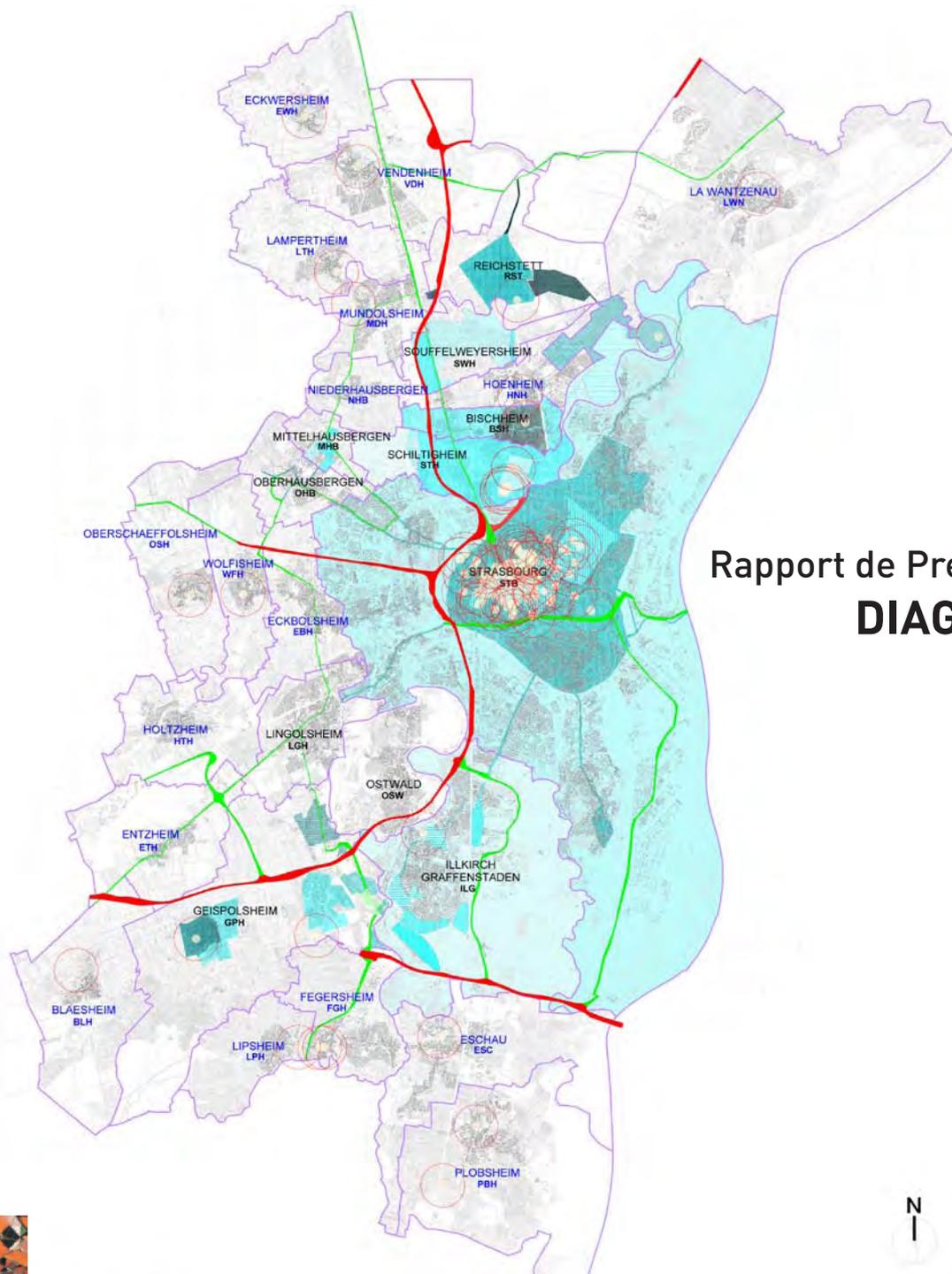


RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE DE STRASBOURG



Rapport de Présentation **DIAGNOSTIC**

Sommaire

PRÉAMBULE	05
1- RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)	05
1.1. Définitions	05
1.1.1. Définition d'un rlp	
1.1.2. Définition des objets visés par le code de l'environnement	
1.1.2.1. Définition d'une publicité	
1.1.2.2. Définition d'une enseigne	
1.1.2.3. Définition d'une pré-enseigne	
1.1.2.4. Définition des zones de publicité restreinte	
1.1.2.5. Définition d'une publicité	
1.2. Cadre législatif d'un règlement local de publicité (RLP)	06
1.2.1. Préambule	
1.2.2. Synthèse des nouvelles règles et de la loi du 12/07/10 dit «Grenelle II»	
1.1.2.1. Préambule	
1.1.2.2. Principes généraux de la réglementation des publicités et enseignes	
1.1.2.3. Définition de l'agglomération et de la population de référence	
1.1.2.4. Définition de l'agglomération porte sur un deux aspects du terme	
1.1.2.5. Notion de densité de la publicité	
1.1.2.6. Enseignes sur le territoire de la CUS	
2- PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE	10
2.1. Territoire concerné	10
2.1.1. Le territoire concerne : les 28 communes de la CUS	
2.1.1.1. Les communes faisant partie de l'Unité Urbaine de Strasbourg	
2.1.1.2. Les communes ne faisant pas partie de l'Unité Urbaine de Strasbourg	
2.1.2. Zone d'études	
2.2. Les RLP locaux existants	12
3- OBJECTIFS ATTENDUS DU RLP	12
PARTIE 1 : DIAGNOSTIC	15
1- CONTEXTE	17
1.1. Principes généraux de la démarche	17
1.2. Méthodologie	17
1.2.1. Relevé périmètre d'étude	
1.2.2. Analyse qualitative du cadre de vie sur le périmètre défini	
1.2.3. Aspect urbain	
1.2.4. Bilan	

2- ANALYSE ET COMPARAISON DU CONTENU DES RLP EXISTANTS	19
2.1. Préambule	19
2.1.1. Rappel de quelques définitions, termes et acronymes	
2.1.2. Quelques notions communes	
2.2. Analyse des 11 RLP existants dans la CUS	19
2.2.1. RLP de la commune de Bischheim	
2.2.1.1. Dispositifs généraux	
2.2.1.2. Règles spécifiques dans les ZPR	
2.2.1.3. Conclusions	
2.2.2. RLP de la commune de Geispolsheim	
2.2.3. RLP de la commune d'Illkirch-Graffenstaden	
2.2.4. RLP de la commune de Lingolsheim	
2.2.5. RLP de la commune de Mittelhausbergen	
2.2.6. RLP de la commune d'Oberhausbergen	
2.2.7. RLP de la commune d'Ostwald	
2.2.8. RLP de la commune de Reichstett	
2.2.9. RLP de la commune de Schiltigheim	
2.2.10. RLP de la commune de Souffelweyersheim	
2.2.11. RLP de la commune de Strasbourg	
2.3. Synthèse de l'analyse des 11 RLP communaux existants dans la CUS	34
2.3.1. Constat global	
2.3.1.1. Une homogénéité d'ensemble	
2.3.1.2. Des faiblesses rédactionnelles	
2.3.1.3. Les risques des dispositions générales	
2.3.1.4. La publicité lumineuse	
2.3.1.5. Le niveau de restriction des RLP de la CUS par rapport au nouveau règlement national	
2.3.2. Enjeux réglementaires	
2.3.3. Objectifs	
3- DIAGNOSTIC : ROUTES À GRANDE CIRCULATION ET SECTEURS IDENTIFIÉS	40
3.1. Analyse des routes à grande circulation	40
3.1.1. L'importance des voies à grande circulation pour le cadre de vie	
3.1.2. Autoroutes et voies express	
3.1.3. Routes départementales et nationales	
3.2. Analyse des secteurs identifiés	87
3.2.1. L'aéroport d'Entzheim	
3.2.2. Les grands linéaires domaniaux - les canaux	
3.2.3. La zone commerciale nord de Vendenheim	

- 3.2.4. La zone commerciale de la «Vigie»
- 3.2.5. Les centres anciens des communes de la CUS (sauf Strasbourg)
- 3.2.6. Le secteur sauvegardé de Strasbourg

4- BILAN	96
4.1. Les différents types de dispositifs publicitaires relevés	96
4.2. Les différents types d'infractions constatés	96
4.3. Bilan général	98
5- SYNTHÈSE / ENJEUX : FORCES ET FAIBLESSES DU TERRITOIRE	100
5.1. La principale force est la cohérence culturelle	100
5.2. La principale faiblesse est le maillage territorial	100
5.3. La dynamique communautaire résout l'ensemble	100

PARTIE 2 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 101

Premiers éléments - Partie en cours d'élaboration

1- PREMIÈRES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	103
1.1. Compléter les orientations paysagères du PADD-PLU communautaire	103
1.2. Traiter les entrées d'agglomération en harmonie.....	103
1.3. Harmoniser les règles « publicité-enseigne » sur toute la CUS	104
1.4. Corriger les erreurs ou approximations rédactionnelles antérieures	104
1.5. Faciliter la police de l'environnement	105
1.6. Répondre aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques.	105
2-CANEVAS RÉGLEMENTAIRE//RLP COMMUNAUTAIRE.....	106

PARTIE 3 : EXPLICATION DES CHOIX RETENUS 107

Partie qui sera réalisée suite à l'élaboration de la partie réglementaire

ANNEXES

ANNEXE- 1 CARTOGRAPHIES DES 28 COMMUNES DE LA CUS

ANNEXE- 2 GLOSSAIRE

ANNEXE- 3 RLP EXISTANTS

PRÉAMBULE

1. RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)

1.1. Définitions

1.1.1. Définition d'un rlp

Le Règlement Local de Publicité (RLP) a pour but d'adapter à des conditions locales les règles nationales régissant la présence de la publicité et des enseignes dans le cadre de vie.

Le règlement local de publicité est un document réglementaire opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant cette adaptation. Il peut aussi prévoir des dérogations dans le cadre de celles prévues par le code de l'environnement.

Les Zones de Publicité Restreinte (ZPR) comportent les règles locales qui sont obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le code de l'environnement qui constituent la réglementation nationale (RN). Une règle plus restrictive est par exemple celle qui réduirait de 12 m² (règle nationale) à 8 m² (règle locale) la surface maximale unitaire d'une publicité.

Une dérogation est par exemple celle qui réintroduit la publicité dans un secteur où elle est interdite. Par exemple la réintroduction de la publicité à moins de 100 m d'un monument protégé, mais dans le cadre de règles plus strictes, par exemple à 0,50 m² de surface maximale unitaire d'une publicité.

Le RLP approuvé est annexé au PLU.

Les documents obligatoires composant le RLP sont plus nombreux :

- un rapport de présentation qui présente les résultats d'un diagnostic et fixe les orientations paysagistes pour expliquer les choix réglementaires et leur cohérence. Cette cohérence doit se définir par rapport au PLU.
- un document réglementaire fixant les modifications du règlement national (règles plus restrictives par types d'objets visés).
- des documents graphiques avec une carte du zonage des ZPR et des périmètres commerciaux hors agglomération, et une carte des limites d'agglomération définies par les arrêtés municipaux qui doivent être joints.

Le présent RLP est annexé au PLU, il est applicable dès son approbation puis sa publication à tout nouveau dispositif et aux dispositifs existants non conformes à la réglementation antérieure. Les autres dispositifs existants ont deux ou six ans de délai pour se mettre en conformité.

1.1.2. Définition des objets visés par le code de l'environnement

1.1.2.1. Définition d'une publicité :

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités » (Article L581-3 1°).

1.1.2.2. Définition d'une enseigne :

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (Article L581-3 2°). Cette définition pose comme principe le lien entre le message et le lieu. L'immeuble doit être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou pas, l'important est que l'activité s'y exerce. Ce qui est relatif à une activité est constitué par toute forme de message, et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant de l'activité. Il peut s'agir d'une image ou d'un nom, d'une marque ou d'un produit quel que soit le moyen de présentation du message au public. Ce n'est pas le contenu du message défini comme enseigne qui est régi mais son apparence matérielle.

1.1.2.3. Définition d'une préenseigne :

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°). Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité. Et un règlement local de publicité ne peut pas édicter de règles spécifiques pour les préenseignes.

1.1.2.4. Définition des Zones de Publicité Restreinte (ZPR):

Les zones de publicité restreinte comportent les règles locales qui sont obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le code de l'environnement qui constituent le régime national (RN). Une règle plus restrictive est par exemple celle qui réduirait de 12 m² (règle générale) à 8 m² (règle locale) la surface maximale unitaire d'une publicité.

1.2. Cadre législatif d'un règlement local de publicité

1.2.1. Préambule

La loi du 12 juillet 2010 (dite Grenelle II) a eu pour conséquence de modifier plus de la moitié des articles législatifs du code de l'environnement concernant l'affichage publicitaire. Ont évolué principalement les règles nationales concernant la publicité et les enseignes ainsi que la répartition des compétences en matière de police administrative de l'affichage.

L'élaboration et la gestion des règlements locaux de publicité ont changé également. Elles sont désormais effectuées selon les procédures applicables aux plans locaux d'urbanisme. Comme la communauté urbaine de Strasbourg (CUS) dispose d'une compétence obligatoire en matière d'urbanisme et de maîtrise d'ouvrage de documents de planification réglementaire (plan local d'urbanisme), il appartient à la CUS d'élaborer ce règlement local de publicité communautaire qui pourra concerner tout ou partie du ban des communes membres de la CUS.

1.2.2. Synthèse des nouvelles règles et de la loi du 12/07/10 dit «Grenelle II»

1.2.1.1. Préambule

Les RLP existants ont une durée de validité de 10 ans à partir du 12 juillet 2010. Le présent RLP s'y substitue.

Le nouveau RLP ne peut plus comporter de zone de publicité élargie (normes excédant celle de la réglementation nationale) ni de zone de publicité autorisée (hors agglomération) sauf dans le cas d'une zone économique sans logement ou d'une emprise ferroviaire.

Les délais de mise en conformité avec la réglementation nationale ont été portés de 2 à 6 ans, pour tous dispositifs en règle avec le régime antérieur ou le RLP en vigueur. Il sera ramené à 2 ans pour les publicités et les préenseignes à compter de la publication du décret qui en cours d'élaboration.

Les règles nationales sont applicables sur les communes de la CUS qui ne sont pas dotées d'un RLP.

1.2.1.2. Principes généraux de la réglementation des publicités et enseignes

Rappel : la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Cette liberté ne peut être restreinte principalement pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif. Ce motif est la protection du cadre de vie, et trouve donc son expression réglementaire dans le cadre du code de l'environnement. En prolongement des règles générales toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne édictée dans le cadre du code de l'environnement ne peut être prise que dans cet objectif. Les autres motifs pouvant légitimement conduire l'autorité publique à limiter, voir interdire, la liberté d'expression exprimée par le moyen de la communication extérieure, ne peuvent être pris que dans d'autres cadres législatifs ; il peut s'agir de la sécurité routière, de la santé publique, ou encore de morale ou de la discrimination raciale etc. L'autorité de police dispose des moyens spécifiques pour intervenir cas par cas ou de manière préventive.

Le code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Mais les messages posés à l'intérieur d'un local fermé et même visibles d'une telle voie, n'entrent pas dans le champ du code de l'environnement. Il s'agit de prendre en considération cette notion de visibilité qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne par exemple la protection des monuments historiques. Il est à noter que chaque message ne peut pas être réglementé dans sa formulation (qui détermine sa nature dans le cadre du code de l'environnement), mais seulement dans la forme matérielle de présentation : dimension, nombre, forme, typographie, couleur, technique employée, etc.

Le code de l'environnement admet la présence de la publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés, et l'interdit en dehors de l'agglomération supposé être un paysage naturel.

Un dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité est assimilé lui aussi à une publicité au sens du code de l'environnement. Ceci signifie que le fait de présenter ou pas un message sur un panneau n'est pas déterminant en matière réglementaire si le dispositif potentiellement porteur de message existe ; ainsi en cas d'infraction au code de l'environnement, supprimer le message ne supprime pas l'infraction.

La police est exercée par un maire. L'autorité investie des pouvoirs de police (maire) délivre les autorisations requises avec éventuellement accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF- définition dans le glossaire en annexe 2). La notion d'accord remplace celle d'avis conforme et celle d'avis simple. Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme (soit 500 m de rayon par rapport au monument sauf adaptation dans le cadre d'un PLU).

Le principe régulateur des normes reste celui de la démographie communale avec un seul seuil de 10 000 habitants, modulé par l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ce qui est le cas de 22 communes de la CUS. Pour les activités sises hors agglomération, la norme d'enseigne est celle des communes de moins de 10 000 habitants.

1.2.1.3. Définition de l'agglomération et de la population de référence

Agglomération et population sont deux notions fondamentales pour comprendre, adapter et appliquer le code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne .

1.2.1.4. Définition de l'agglomération porte sur un deux aspects du terme

L'agglomération au sens du code de la route : selon l'article R. 110-2 du code de la route, le terme agglomération désigne un 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; que l'article R. 411-2 du même code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire .

Il convient donc de définir ce qu'est l'unité urbaine :

La définition est donc celle de l'INSEE :

« La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants. .../...

Le calcul de l'espace entre deux constructions est réalisé par l'analyse des bases de données sur le bâti de l'Institut Géographique National (IGN). Il tient compte des coupures du tissu urbain telles que cours d'eau en l'absence de ponts, gravières, dénivelés importants. Depuis le découpage de 2010, certains espaces publics (cimetières, stades, aéroports, parcs de stationnement...), terrains industriels ou commerciaux (usines, zones d'activités, centres commerciaux,...) ont été traités comme des bâtis avec la règle des 200 mètres pour relier des zones de construction habitées, à la différence des découpages précédents où ces espaces étaient seulement annulés dans le calcul des distances entre bâtis. »

Et le code de l'environnement stipule concernant la publicité :

« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret» (art L581-7).

1.2.1.5. Notion de densité de la publicité

La notion de densité de la publicité est proportionnelle au linéaire de façade foncier bordant la voie d'où peut être vue la publicité :

- Jusqu'à 80 m de linéaire, il est admis un dispositif publicitaire, puis un autre par tranche de 80 m.
- Il n'y a pas de linéaire minimal.
- Mais par exception il peut y avoir deux dispositifs juxtaposés ou superposés sur un même mur, et deux dispositifs scellés au sol si le linéaire de référence est supérieur à 40 m.

Pour simplifier on peut dire par rapport au linéaire de façade que la densité est la suivante :

- a) de à 40 m = total 1 dispositif (sous réserve des marges d'écart) ;
- b) de 40 à 80 m = total 2 dispositifs ;
- c) de 80 à 160 m = total 3 dispositifs ;
- d) de 160 à 240 m = total 4 dispositifs ; etc .

Les dispositifs peuvent être regroupés deux à deux à même hauteur. La notion de visibilité simultanée des dispositifs doit être prise en compte pour les dispositifs sur mur comme sur portatifs au sol. Les espaces urbains boisés classés ou protégés sont interdits aux dispositifs au sol.

Une mesure analogue vise les dispositifs implantés sur domaine public (concession municipale ou départementale d'affichage autre que mobilier urbain) par rapport au linéaire de façade du terrain qu'il jouxte ; soit : un dispositif devant un linéaire de façade jusqu'à 80 m et un supplémentaire par tranche de 80m si le linéaire permet plusieurs dispositifs ils peuvent être implantés au droit de cette façade. Par définition cette mesure vise les dispositifs scellés au sol, mais elle n'interfère pas avec de possibles implantations de mobiliers urbains accessoirement publicitaires.

Ces normes de densité n'instaurent pas de règle d'inter-distance entre des dispositifs implantés sur des unités foncières différentes.

1.2.1.6. Enseignes sur le territoire de la CUS

Les enseignes ne font pas l'objet d'une déclaration préalable, mais peuvent être soumises à autorisation de l'autorité de police

Les enseignes sont limitées en surface sur les façades commerciales à 15% de cette surface et 25% si la façade commerciale est inférieure à 50 m².

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes la nuit de 1 heure à 6 heures si l'établissement signalé est fermé.

L'enseigne posée ou scellée au sol de plus de 1 m² est limitée à 12 m² unitaires, et à 6 m de hauteur (6 m² dans les 6 communes de moins de 10 000 habitants et hors agglomération). Ces enseignes sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'immeuble de l'activité signalée.

La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut dépasser 60 m².

Le délai de mise en conformité des enseignes avec les nouvelles règles (régime national ou RLP) a été porté à 6 ans jusqu'en 2018 pour les communes n'ayant pas de RLP, et jusqu'à 6 ans après l'approbation d'un nouveau RLP pour les communes en étant déjà dotées.

Le cas de préenseignes dérogatoires sur le territoire de la CUS:

Elles n'ont d'existence légale qu'en dehors des agglomérations au sens du code de la route, et sous régime «plus de 10 000 habitants». En agglomération elles doivent respecter les règles de densité publicitaire. Celles mentionnant la proximité d'un établissement utile aux personnes en déplacement ne bénéficieront plus de la dérogation après le 13 juillet 2015. Après cette date la signalisation des activités utiles aux personnes en déplacement rejoindra la signalisation routière départementale. Seuls les monuments ouverts à la visite, les produits du terroir et les activités en retrait des voies continueront à bénéficier de la dérogation pour deux dispositifs d'un format unitaire de 1,5 m².

2. PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

2.1. Territoire concerné

2.1.1. Le territoire concerne : les 28 communes de la CUS

Les communes de la CUS sont : Bischheim, Lingolsheim, Blaesheim, Mittelhausbergen, Eckbolsheim, Mundolsheim, Eckwersheim, Niederhausbergen, Entzheim, Oberhausbergen, Eschau, Oberschaeffolsheim, Fegersheim, Ostwald, Geispolsheim, Plobsheim, Hoenheim, Reichstett, Holtzheim, Schiltigheim, Illkirch-graffenstaden, Souffelweyersheim, Strasbourg, Lampertheim, Vendenheim, La Wantzenau, Wolfisheim et Lipsheim.

2.1.1.1. Les communes faisant partie de l'Unité Urbaine de Strasbourg

Là où la publicité est admise, donc en agglomération au sens du code de la route, elle est soumise à des règles normatives qui ont été fixées en fonction de la population communale. L'article R581-26 du code de l'environnement stipule :

I.-Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les 22 communes de la CUS faisant partie de l'Unité Urbaine de Strasbourg sont :

Bischheim, Eckbolsheim, Eschau, Fegersheim, Hoenheim, Illkirch-Graffenstaden, Lampertheim, Lingolsheim, Lipsheim, Mittelhausbergen, Mundolsheim, Niederhausbergen, Oberhausbergen, Oberschaeffolsheim, Ostwald, Plobsheim, Reichstett, Schiltigheim, Souffelweyersheim, Strasbourg, Vendenheim, Wolfisheim.

Ces 22 communes sont donc toutes soumises aux normes des communes de plus de 10 000 habitants.

Pour ces communes comprise dans l'unité urbaine de Strasbourg, la surface maximale de la publicité (et des préenseignes) est ramenée à 12 m² unitaires, la hauteur maximale reste de 7,5 m sur mur (et l'écart du sol de 0,50 m) et 6 m sur portatif au sol. La publicité lumineuse la surface maximale est de 8m².

2.1.1.2. Les communes ne faisant pas partie de l'Unité Urbaine de Strasbourg

II.-Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Toutefois, cette surface pourra être portée à 8 mètres carrés dans la traversée des dites agglomérations, lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation définies dans les conditions prévues à l'article L. 110-3 du code de la route et à l'exception des parties de ces voies qui sont désignées comme restant soumises aux dispositions du II du présent article, aux termes d'un arrêté préfectoral pris après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite « de la publicité » et des maires des communes.

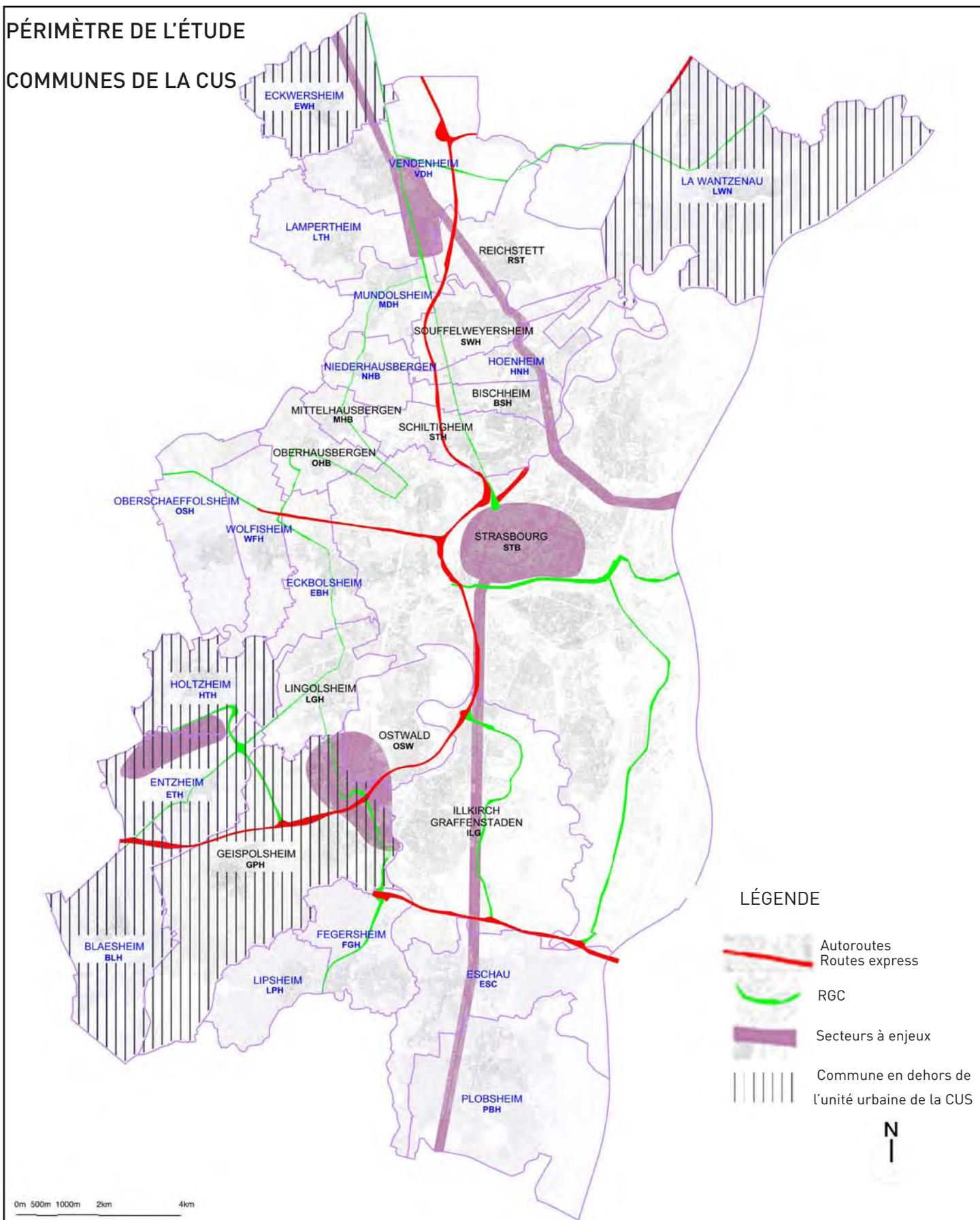
Les 6 communes suivantes ne font pas partie de l'Unité Urbaine et comporte moins de 10 000 habitants:

Blaesheim, Eckwekersheim, Entzheim, Geispolsheim, Holtzheim, La Wantzenau.

Pour ces communes de moins de 10 000 habitants, la surface maximale de la publicité (et des préenseignes) est ramenée à 4 m² unitaires, la hauteur maximale reste de 4 m sur mur (et l'écart du sol de 0,50 m), 8m² le long d'une RGC; portatif au sol interdit. La publicité lumineuse est interdite .

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

COMMUNES DE LA CUS



LÉGENDE

- Autoroutes
- Routes express
- RGC
- Secteurs à enjeux
- Commune en dehors de l'unité urbaine de la CUS

2.1.2. Zones d'études

Plus spécifiquement, les études portent sur les routes à grande circulation et entrée de ville conformément aux dispositions du code de l'urbanisme et du code de l'environnement, ainsi que sur certains secteurs à enjeux.

Les secteurs présentant des enjeux spécifiques sont les suivants:

- L'aéroport Entzheim
- Les grands linéaires domaniaux // Voies navigables
- La zone commerciale nord de Vendenheim
- La zone commerciale de « la Vigie »
- Les centres anciens des villages
- Le centre-ville de Strasbourg (secteur sauvegardé et extension)

2.2. Les RLP existants de la CUS

11 communes de la CUS sur les 28 ont un RLP.

Ce sont les communes de Bischheim, Geispolsheim, Lingolsheim, Mittelhausbergen, Oberhausbergen, Ostwald, Schiltigheim, Illkirch-Graffenstaden, Souffelweyersheim, Reichstett et Strasbourg.

L'analyse des RLP existants permet de connaître la portée des règles locales par rapport à celle de la nouvelle réglementation nationale. Il s'agit également d'évaluer la validité juridique rédactionnelle de ces règles locales

3. Objectifs attendus du règlement local de publicité

Les objectifs attendus du règlement local de publicité, sont les suivants :

EXTRAIT DE LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION

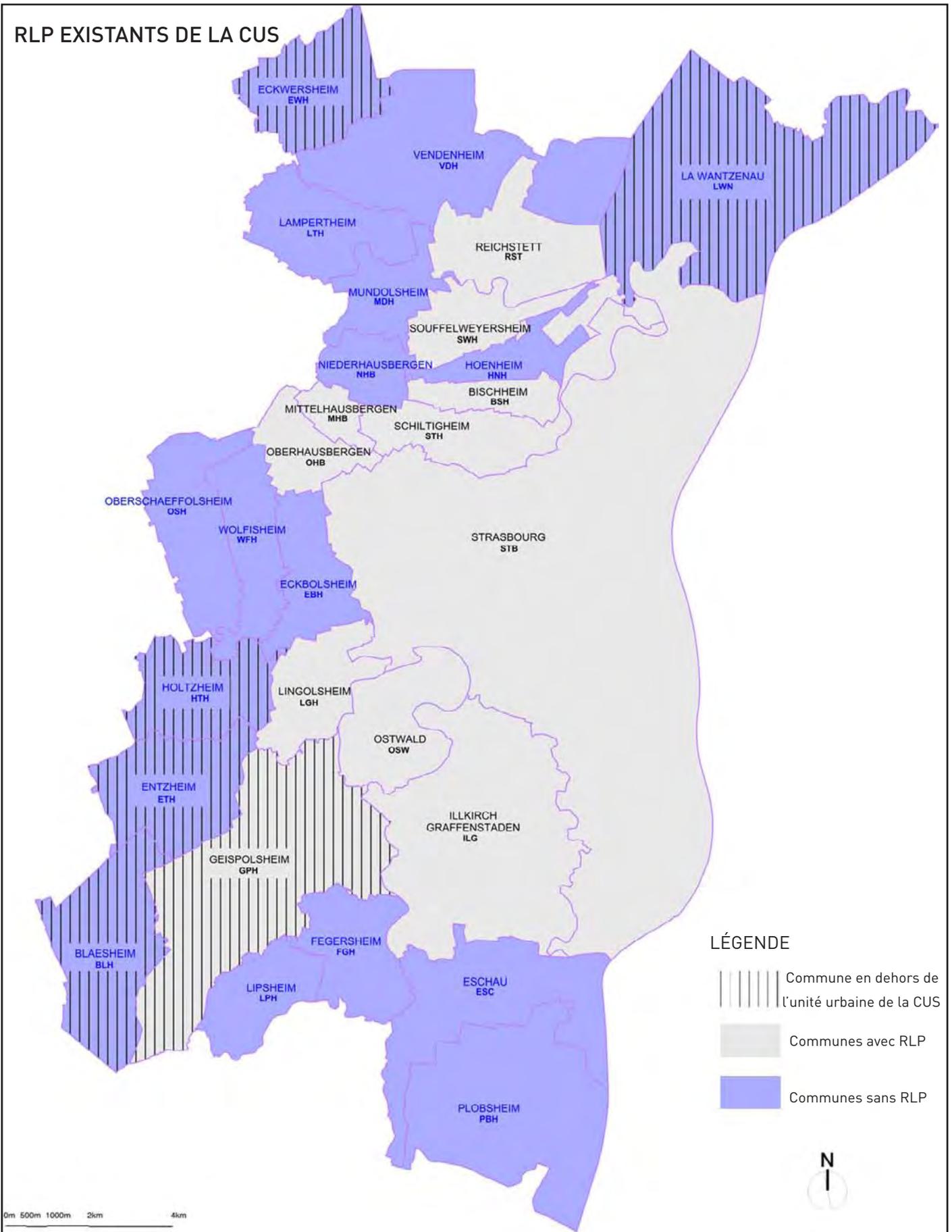
«1) Établir, en fonction des enjeux locaux en matière d'affichage et d'enseignes, des règles locales concernant les publicités et les enseignes qui s'inscrivent dans le prolongement des orientations du projet d'aménagement et de développement durables (PADD) du plan local d'urbanisme (PLU) communautaire, dans le but de renforcer l'attractivité résidentielle et d'améliorer le cadre de vie.

2) Harmoniser la rédaction des règles qui ont pu être définies à l'échelle communale, pour éviter des phénomènes de « report » de la publicité vers des communes voisines où les règles seraient plus « favorables » et pour faciliter la mise en œuvre des pouvoirs de police de l'affichage, et particulièrement la gestion des autorisations.

3) Répondre de manière équitable et en fonction des destinations des zones ou secteurs de zone du territoire communautaire, aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques locaux.

4) Prendre en compte le développement des nouveaux modes de communication publicitaire consacrés par la réforme du droit de l'affichage, qu'il s'agisse notamment de la publicité lumineuse et numérique ou des dispositifs de très grand format.»

RLP EXISTANTS DE LA CUS



Partie 1
DIAGNOSTIC

PARTIE 1 : DIAGNOSTIC

1. CONTEXTE

1.1. Principes généraux de la démarche

De l'esprit de la loi à la volonté territoriale

De la loi du 29/12/79 sur la publicité et les enseignes à la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 (dits «Grenelle II»), toutes les préoccupations affichées sont normalement tournées vers les considérations esthétiques et paysagères qui en constituent le fondement.

Les considérations d'ordre économique ne seraient prises en compte qu'en termes quantitatifs, et en concurrence avec celles du paysage qui seraient d'ordre qualitatif.

La modification législative intervenue du 12 juillet 2010 dans le prolongement du Grenelle II de l'environnement n'a pas changé la problématique de fond.

On peut cependant dire que le développement d'une politique du cadre de vie qualitative est devenu un des facteurs d'un développement économique durable. Économie et paysage ne doivent pas être opposés dès lors que cette approche est globale dans les intentions comme dans les faits. Aussi est-il essentiel de concilier, dans l'intérêt même de l'économie locale, l'approche économique et fonctionnelle avec l'approche esthétique et qualitative du paysage.

Cette approche du sujet, pour être pertinente, ne doit donc en aucun cas être limitée à la publicité au sens strict, en négligeant les autres objets du paysage ou en ne prenant pas en compte l'ensemble de la politique communale en matière de cadre de vie; une vue trop réduite conduirait à un traitement paysager partiel et à des situations qui se révéleraient ensuite juridiquement hasardeuses.

1.2. Méthodologie

1.2.1. Relevé périmètre d'étude

- Diagnostic générale de la situation :

L'analyse porte sur l'ensemble du territoire de la CUS en particulier les RGC et secteurs identifiés,

- Relevé exhaustif des dispositifs concernés :

Les dispositifs concernés par le règlement local de publicité (RLP):

- Publicités et préenseignes,
- Les enseignes principalement celles posées ou scellées au sol et/ou qui ont un impact visuel identique à des publicités

1.2.2. Analyse qualitative du cadre de vie sur le périmètre défini (RGC + secteurs à enjeux):

Le point de vue réglementaire :

- Diagnostic et examen exhaustif de conformité des dispositifs concernés de toute nature avec toutes les règles et lois en vigueur,

- Analyse typologique des dispositifs selon le cadre urbain,
- Analyse et comparaison juridique et fonctionnelle du statut réglementaire :
 - a) dans le cadre du régime général antérieur et des RLP existants,
 - b) dans le cadre des nouvelles dispositions du code de l'environnement

1.2.3. L'aspect urbain

Cette analyse est développée en relation avec les données du PLU et la délimitation précise des agglomération au sens du code de la route.

1.2.4. Bilan

Le bilan met en évidence des points forts et des faiblesses du territoire sur tous les points de l'analyse.

2. ANALYSE ET COMPARAISON DU CONTENU DES RLP EXISTANTS

2.1. Préambule

2.1.1. Rappel de quelques définitions, termes et acronymes

- Une commune faisant partie de l'unité urbaine de Strasbourg sont régies par le régime des communes de plus de 10 000 habitants quelque soit leur propre taille démographique, celle n'en faisant pas partie est soumise à la norme correspondant à sa taille.
- Le Règlement Local de Publicité = RLP, il comporte une ou des Zones de Publicité Restreinte = ZPR, dans ces zones les normes sont plus restrictives que la norme nationale, et éventuellement un ou des Zones de Publicité Autorisée = ZPA uniquement en dehors de l'agglomération au sens du code de la route où les normes sont au plus celles du règlement national.
- Les RLP existants ont été élaborés dans le cadre de la Loi 79-1150 codifié au code de l'environnement, et des normes réglementaires nationales qui en découlaient.

2.1.2. Rappel pour l'évaluation des normes des RLP par rapport à la réglementation nationale en vigueur

La surface maximale des publicités est de 12 m², 4 m² à Geispolsheim (sauf ZPA). La nouvelle norme de densité est établie par rapport au linéaire de façade du terrain de pose :

- a) de à 40 m = total 1 dispositif (sous réserve des marges d'écart) ;
- b) de 40 à 80 m = total 2 dispositifs ;
- c) de 80 à 160 m = total 3 dispositifs ;
- d) de 160 à 240 m = total 4 dispositifs ; etc .

Les dispositifs peuvent être regroupés deux à deux à même hauteur.

Les enseignes sur mur sont limitées en proportion de de la façade commerciale 25% pour façade de plus de 50 m² et 25% si inférieure à 50 m². Les enseignes au sol sont limitées à une seule par façade sur voie et 12 m², (6 m² si moins de 10 000 habitants et hors agglomération).

2.2. Analyse des 11 RLP existants dans la CUS

2.2.1. Commune de BISCHHEIM (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.1.1. Dispositions générales

Le règlement a été publié en 1997. Il comporte 5 titres dont un pour des dispositions générales et 4 pour des zones de réglementation dont deux sont réellement opérationnelles : la ZPR 1 et la ZPR 4.

En effet, les ZPR 2 et 3 couvrent les secteurs du ban communal non-contigus au noyau villageois la ZPR 2 est une zone naturelle à vocation de loisirs et la ZPR 3 une zone d'activité régie par un règlement intérieur. Elles n'ont donc pas vocation à recevoir de la publicité commerciale. On notera cependant un risque juridique dans la rédaction des articles 25 et 26 en raison d'une méconnaissance des définitions des objets visés, et du pouvoir discrétionnaire donné au Maire.

Le titre 1 présente des généralités qui sont un rappel des dispositions légales et des définitions légales, avec quelques erreurs ou insuffisances comme par exemple :

- L'interdiction générale du bois pour constituer un dispositif ne tient pas compte des évolutions techniques de traitement du bois, et de l'aspect développement durable qui doit être recherché.

- Il n'est pas possible d'imposer une dépose des préenseignes après cessation de l'activité signalée. Les préenseignes étant assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.
- Les dispositions concernant la publicité lumineuse ne tiennent pas compte du cadre urbain et ne permettent pas une gestion motivée des autorisations au cas par cas. Les nouvelles techniques numériques ne sont pas prises en compte.
- Les modalités de pose du mobilier urbain sont en partie inapplicables du fait de la discontinuité de pouvoir entre la commune et la collectivité gestionnaire dans la mesure où le règlement et sa police sont communaux et la concession de mobilier urbain et la police de la voirie routière communautaires.

Le chapitre 3 du titre 1 pour les enseignes (article 12-g) mentionne un « périmètre inscrit à l'inventaire des sites pittoresques » qui n'existe pas, en outre les dispositions de cet article sont remplacées par le nouveau formulaire cerfa d'autorisation n° 14798*01.

Les dispositions du chapitre 4 titre 1, concernant l'affichage sauvage sont inutiles ou inapplicables ou relèvent d'autres dispositions juridiques, par exemple la répression des graffiti (ou bombages) relève de la dégradation d'un bien appartenant à autrui (code pénal) et non du cadre de vie (code de l'environnement).

2.2.1.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Les dispositions du titre 2 concernent la ZPR 1 qui recouvre le village à l'exception des deux voies principales qui le traversent en est-ouest et en nord-sud qui sont rattachées à la ZPR 4. Les 1) et 2) de l'article 18 ne concernent pas des publicités mais sont des enseignes. Le 6) du même article vise le mobilier urbain en limitant sa surface publicitaire accessoire à 2 m², on notera qu'il est fait mention d'un périmètre inscrit inexistant, puisqu'il n'y a qu'un monument inscrit qui a de fait un périmètre de protection. On notera que l'interdiction d'apposer de la publicité commerciale dans les 100 m autour de ce monument n'a pas été levée (art L581-8).

Concernant les enseignes dans la ZPR 1 on note la notion de publicité et d'annonce publicitaire insérée dans une enseigne qui n'est pas légale.

Les enseignes sont limitées en surface hauteur et saïlle sauf pour les enseignes « s'inspirant d'un caractère traditionnel ». Cette définition devrait être plus détaillée pour que le contrôle lors de l'instruction d'autorisation puisse s'appuyer sur des éléments précis permettant une motivation de décision (procédés utilisés, limites de format et obligation de positionnement en fonction du caractère architectural du bâtiment support).

Dans la ZPR 4 la surface maximale de la publicité est celle du régime général 16 m², mais des conditions d'implantation sont imposées :

- Limitation du nombre à 2 dispositifs par support mural,
- Condition de pose de dispositifs au sol en fonction du linéaire de façade du terrain d'implantation :
 - jusqu'à 50 m = 1
 - de 50 à 100 = 2
 - → 100 m = 1 en plus par 50 m avec inter-distance de 30 m

La partie enseignes reprend la disposition illégale introduisant la notion de publicité dans l'enseigne (art 34) et interdit les enseignes en toiture à pente forte. Les enseignes au sol sont limitées à 4 m de haut et 4 m².

2.2.1.3. Conclusions

Par rapport à la nouvelle réglementation nationale, les prescriptions du RLP sont moins restrictives en ZPR 4 pour la densité des dispositifs muraux et plus restrictives en ce qui concerne les surfaces et les règles de densité jusqu'à 100 m de linéaire de façade et moins restrictives ensuite. La surface de la publicité en ZPR 4 est celle du régime d'avant 2012 .

2.1.2. Commune de GEISPOLSHEIM (ne fait pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg, 7073 habitants)

2.2.2.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 2004, il comporte 2 types de zone :

- a) une Zone de Publicité Restreinte (avec une partie dite renforcée où la publicité est interdite). Elle couvre les deux parties résidentielles de la commune.
- b) une Zone de Publicité Autorisée pour les parties de la commune à vocation industrielle ou commerciale et situées hors agglomération au sens du code de la route.

Le règlement comporte des dispositions générales rappelant les principales définitions et des dispositions particulières concernant la visibilité des dispositifs depuis les voies sises hors agglomération qui incluent le domaine SNCF comme voie ouverte à la circulation du publique.

2.2.2.2. Règles spécifiques dans les ZPR

La ZPR interdit les dispositifs au sol y compris sur mobilier urbain, et admet la publicité jusqu'à 4 m² et 4 mètres de haut (ex-normes des communes de – de 2000 habitants), et dans la limite de 1/10ème de la surface du support. Dans la partie dite renforcée, toute publicité est interdite dans la partie dite renforcée. Les enseignes en toiture sont interdites ainsi que l'éclairage par pot.

La ZPA autorise les dispositifs au sol jusqu'à 12 m² et 6 m de haut, mais introduit une notion d'inter-distance de 50 m sur un même côté de voie ce qui est illégal, en revanche l'inter-distance imposée de 30 m sur les parkings d'hypermarché est possible puisqu'il s'agit d'une même unité foncière. Les enseignes au sol sont limitées à 9 m² et 6 m de hauteur sans limitation de nombre par activité.

2.2.2.3. Conclusions

Il semble que certaines parties situées hors agglomération y soient désormais situées.

Par rapport au nouveau règlement national les prescriptions pour la publicité sont plus restrictives dans les ZPR et moins dans la ZPA notamment en raison des dispositifs au sol.

De par sa population il ne doit pas se trouver de dispositifs au sol, ni de publicité numérique sur le ban communal sauf dans la ZPA. On relève des logements dans certaines parties de ZPA ce qui n'est plus admis par le nouveau code pour bénéficier de la dérogation hors agglomération.

En outre par-delà les arrêtés municipaux de limite d'agglomération, il est essentiel de savoir si la définition de l'agglomération en terme de continuité bâtie s'applique, auquel cas il pourrait être considéré que la zone commerciale de la Vigie est en continuité physique avec l'agglomération de l'unité urbaine de Strasbourg ce qui modifierait les normes applicables (voir analyse de la Vigie détaillée infra dans les secteurs identifiés) .

Les normes pour les enseignes sont plus restrictives (sauf nombre de dispositifs au sol).

La remise à plat complète du RLP en fonction de ces définitions est indispensable pour actualiser les normes.

2.2.3. Commune de ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.3.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 2006. Il comporte quelques prescriptions générales limitant notamment la publicité à 8 m² et 5,3 m de haut. Les dispositifs au sol doivent être identiques et alignés sur un même terrain.

Le mobilier urbain est admis partout, mais il n'est pas fait mention de la pose éventuelle à titre accessoire de publicité. De même l'interdiction de publicité aux abords de monuments protégés n'est pas levée. En particulier dans le village à l'arrêt dit des deux clés.

Concernant les préenseignes, il n'est pas possible d'imposer une dépose à des préenseignes après cessation de l'activité signalée. Les préenseignes étant assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.

Les enseignes qui sont toutes soumises à autorisation n'ont pas un cadre réglementaire précis et descriptif, notamment pour les ZPR 1 « villages anciens ».

2.2.3.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Le territoire communal est divisé en 4 Zones de Publicité Restreinte :

ZPR 1 les deux secteurs historiques du vieil Illkirch et du vieux Graffenstaden. La publicité est interdite sauf dans les vitrines de magasins

ZPR 2 les zones industrielles et de service qui incluent les routes de Strasbourg au nord et de Lyon au sud sauf dans les parties des villages anciens et hors agglomération ou sur le canal. La publicité est admise aux conditions de format susmentionnées.

ZPR 3 correspond au petit bout de zone commerciale de la Vigie qui reste en l'état sous le régime général dans l'attente d'un règlement global sur la zone de la Vigie.

La ZPR 4 qui couvre le reste de la commune, et comporte des parties en agglomération et des parties hors agglomération. La publicité y est interdite.

2.2.3.3. Conclusions

La ZPR 3 implique qu'un règlement au moins intercommunal avec Geispolsheim et Ostwald soit établi pour la zone de la Vigie.

La ZPR 4 couvre des parties de la ville situées hors agglomération et ne comportant aucun édifice ce qui crée un risque juridique. La séparation entre les parties du ban communal en et hors agglomération est indispensable en terme de zonage.

Tel que le RLP ne permet pas la pose de publicité accessoire sur mobilier urbain à proximité des grilles inscrites du Château.

Les dispositions particulières des ZPR 1 et 4 sont plus restrictives que la nouvelle norme nationale. La ZPR 2 n'a pas de règle limitative spécifique de format de matériel ou de densité ni pour la publicité en général, ni pour les enseignes au sol. Des prescriptions propres aux enseignes dans le tissu urbain ancien pourraient faciliter leur insertion.

2.2.4. Commune de LINGOLSHEIM (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.4.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 1993. Le règlement comporte un titre 1 qui présente des généralités sur la réglementation locale, et des précisions sur la délimitation des ZPR : 15 m de profondeur par rapport aux voies définissant les ZPR 1 et 2, le reste de l'agglomération étant en ZPR 3. La ZPR 1 correspond au tissu ancien, la ZPR 2 au bâti relativement dense autour et en continuité du tissu ancien.

On relève la disposition illégale imposant une dépose des préenseignes après cessation de l'activité signalée, car les préenseignes sont assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.

2.2.4.2. Règles spécifiques dans les ZPR

2.2.4.2.1. pour la publicité

ZPR 1 : publicité interdite

Pour les ZPR 2 et 3 :

- la densité de dispositif sur mur est 1 par unité foncière (maxi 12 m² et 6 m de haut).
- La densité de dispositif au sol est fonction du linéaire de façade (maxi 12 m²) :
 - jusqu'à 25 m ZPR2 = 0 ; ZPR 3 = 1
 - de 25 à 50 m ZPR 2 et 3 = 1
 - de 50 à 100 m ZPR 2 et 3 = 2
 - + de 100 m ZPR 2 et 3 = 1 par 50 m

Dans les 3 ZPR, la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m² et 3 m de haut.

2.2.4.2.1. pour les enseignes

Les dispositions spécifiques applicables aux enseignes sont communes pour les 3 ZPR. Elles limitent les dimensions hauteur 4m surface 4 m² pour les enseignes en drapeau et saillies excédant le régime général pour les rues d'une largeur inférieure à 10 m. Les enseignes au sol ont également une surface limitée à 4 m² et une hauteur maxi de 4 m.

Les enseignes en toiture sont interdites sur les toits à forte pente. L'article concernant les demandes d'autorisation pour les enseignes est obsolète depuis les formulaires cerfa.

2.2.4.3. Conclusions

La réglementation locale de la publicité reste plus restrictive que la nouvelle réglementation nationale pour les enseignes.

Pour la publicité les normes du RLP sont plus restrictives en matière de densité :

- a) pour les dispositifs muraux ,
- b) pour les dispositifs au sol jusqu'à un linéaire de façade de 100 m, et moins ensuite, et partout pour le mobilier urbain.

2.2.5. Commune de MITTELHAUSBERGEN (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.5.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 2001. Le règlement comporte en préalable des généralités et une définition de l'étendue des deux ZPR par rapport aux voies.

Les généralités ne justifient pas la détermination des ZPR par rapport à des motivations objectives de préservation du cadre de vie.

Il est notable que la référence prise soit la voie et non le tissu urbain bordant la voie.

2.2.5.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Selon le constat de terrain, la ZPR 1 couvre la partie apparemment la plus ancienne du village, et la ZPR 2 sensiblement le reste du périmètre aggloméré.

2.2.5.2.1. pour la publicité

- ZPR 1 interdit la publicité sauf sur mobilier urbain,
- ZPR 2 admet la publicité sur uniquement sur support et sous condition de façade de terrain :
 - jusqu'à 25 m = 0 ;
 - de 25 à 50 m = 1
 - de 50 à 100 m = 2
 - + de 100 m = +1 par 50 m

et pour une surface maximale de 12 m² pour des dimensions au plus de 4 m de large et 3 m de haut avec une hauteur au sol au plus de 6 m. On note par ailleurs que l'article 12-C comporte des prescriptions concernant les dispositifs au sol alors que ceux-ci sont interdits.

On relève la disposition illégale imposant une dépose des pré enseignes après cessation de l'activité signalée. Illégale car les pré enseignes sont assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.

La publicité sur mobilier urbain est admise pour une surface maximale de 8 m² et une hauteur maximale de 3 m (ce qui revient à interdire les panneaux d'information de format 8 m² dont la hauteur est de 5,30 m)

2.2.5.2.1. pour les enseignes

Les prescriptions applicables aux enseignes sont communes pour les 2 ZPR. Elles limitent les dimensions hauteur 4m surface 4 m² pour les enseignes en drapeau et une saillie maximale de 0,80 m sur l'alignement, elles qui sont interdites dans les voies sans trottoir de moins de 8 m de large. Les enseignes au sol ont également une surface limitée à 4 m² et une hauteur maxi de 4 m. En outre l'article 18 concernant les demandes d'autorisation pour les enseignes est obsolète depuis les formulaires cerfa.

2.2.5.3. Conclusions

L'absence de motivation explicite pour l'instauration de la limitation de la publicité par des normes plus restrictives que le régime général peut en soit entraîner un risque juridique. On constate par ailleurs sur le terrain que la croissance urbaine de la commune place une partie de l'agglomération dans le régime général aux entrées le long des deux RGC.

Les prescriptions applicables en ZPR 1 sont plus restrictives que le nouveau règlement national et pour la ZPR 2 aussi sauf pour les unités foncières à façade de plus de 100m, en outre les dispositifs au sol sont interdits.

2.2.6. Commune de OBERHAUSBERGEN (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.6.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 1995. Il comporte deux Zones de Publicité Restreinte, pour l'instauration desquelles ne figure aucune motivation explicite.

2.2.6.2. Règles spécifiques dans les ZPR

La définition de l'étendue de la ZPR 1 se fait par rapport aux voies et la ZPR 2 couvre le reste du ban sans cependant préciser sa limite par rapport à l'agglomération au sens du code de la route.

La ZPR 1 interdit toute publicité sauf sur mobilier urbain (on note la confusion avec les enseignes dans les exceptions d'interdiction)

La ZPR 2 admet sous condition la publicité, mais la mention d'interdiction des préenseignes hors agglomération est superflue puisque elles y sont soit de fait interdites (comme la publicité), soit dérogatoires donc non réglementables localement.

La ZPR 2 admet la publicité sur support ou au sol sous condition de façade de terrain :

- jusqu'à 25 m = 0 ;
- de 25 à 50 m = 1
- de 50 à 100 m = 2
- + de 100 m = +1 par 50 m

et pour une surface maximale de 12 m² pour des dimensions au plus de 4 m de large et 3 m de haut avec une hauteur au sol au plus de 6 m. Il est mentionné une définition de dispositif qui correspond à un panneau simple face pour comptabiliser la densité. Il n'est pas certain que cette définition soit légale dans la mesure où la loi dispose que la notion de publicité incluse le matériel, et donc le fait qu'il y ait un message ou pas ne peut être pris en considération, surtout qu'ensuite le règlement fait heureusement obligation d'habiller la face non exploitée.

On relève la disposition illégale imposant une dépose des préenseignes après cessation de l'activité signalée. Illégale car les préenseignes sont assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.

Les prescriptions applicables aux enseignes sont communes pour les 2 ZPR. Elles limitent les dimensions hauteur 4m surface 4 m² pour les enseignes en drapeau et une saillie maximale de 0,80 m sur l'alignement, elles qui sont interdites dans les voies sans trottoir de moins de 8 m de large. Les enseignes au sol ont également une surface limitée à 4 m² et une hauteur maxi de 4 m. En outre l'article 18 concernant les demandes d'autorisation pour les enseignes est obsolète depuis les formulaires cerfa.

2.2.6.3. Conclusions

L'absence de motivation explicite pour l'instauration de la limitation de la publicité par des normes plus restrictives que le régime général peut entraîner un risque juridique. Il n'y a pas de modulation de prescriptions d'enseignes entre les ZPR 1 et 2. La portion de ban communal le long de la D 31 compris entre les bans de Mittelhausbergen et Strasbourg comporte des équipements commerciaux et de service qui ne respectent pas les normes de la ZPR 2, mais sont conformes aux règles de Strasbourg. Une harmonisation est souhaitable.

Les prescriptions applicables en ZPR 1 sont plus restrictives que le nouveau règlement national et pour la ZPR 2 aussi sauf pour les unités foncières à façade de plus de 100m.

2.2.7. Commune d'OSTWALD (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.7.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 1998. Il a la particularité d'être couplé à des arrêtés interdisant la publicité sur une série d'immeubles (art L581-4) entraînant des périmètres d'interdiction de la publicité de 100 m de rayon autour.

2.2.7.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Il y a deux types de zone :

- a) Secteur de protection renforcée où la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain, sur 4 secteurs géographiques définis comme les plus sensibles de l'environnement urbain.
- b) Zone de publicité restreinte sur le reste de l'agglomération. La publicité y est limitée à 12 m². Les panneaux au sol doivent respecter un écart par rapport à toute baie de 5 m sur un même fond et de 10 m sur un fond voisin, enfin le fond d'accueil doit avoir un linéaire de façade supérieure à 30 m. Des prescriptions, illégales au regard du code de l'environnement, du code du commerce sont édictées pour des préenseignes de petite dimension.

L'interdiction d'apposer de la publicité aux abords des moments protégés est explicitement levée pour le mobilier urbain.

Les enseignes éclairées par projection ou clignotantes sont interdites.

La partie de la zone commerciale de la Vigie comprise sur le ban communal est située hors agglomération au sens du code de la route selon les plaques posées le long des D484 et D884. Il n'y a pas de zone autorisée dans le RLP.

2.2.7.3. Conclusions

Les prescriptions de la ZPR1 (publicité interdite) sont plus restrictives que le nouveau règlement national. Pour la ZPR 2 il n'y a pas de règle de densité pour les dispositifs sur mur. Pour les dispositifs au sol la règle de densité est plus restrictive jusqu'à 30 m de linéaire de façade moins au delà.

La partie la zone de la Vigie est éligible à la zone spéciale hors agglomération.

2.2.8. Commune de REICHSTETT (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.8.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 2004. Il instaure deux zones, motivées par la volonté de préservation du patrimoine bâti traditionnel. Les généralités du titre 1 introduisent deux mentions problématiques juridiquement :

- la disposition imposant une dépose des pré enseignes après cessation de l'activité signalée est illégale car les pré enseignes sont assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.
- l'interdiction d'afficher toute publicité dans les jardins d'agrément et les vergers ne repose pas sur une définition juridiquement valide puisque ne peuvent être pris en compte que les arbres, les espaces boisés classés, les plantations d'alignements et les zones naturelles.

2.2.8.2. Règles spécifiques dans les ZPR

La Zone de Publicité Restreinte « R » couvre le village dans son ensemble, et s'étend jusqu'à la bordure du CD 64 au nord. La publicité est interdite à l'exception du mobilier urbain sauf à moins de 100 m du Fort Rapp où l'interdiction est maintenue.

La Zone de Publicité Autorisée « A » couvre le secteur d'activités sud est jusqu'au CD 63, le CD 37 au nord et le secteur d'activités « les découvertes » au sud-ouest. La publicité y est limitée à 12 m² unitaires.

Cette zone appelle plusieurs remarques :

- le secteur d'activités sud-est est en agglomération et devrait donc constituer une zone de publicité restreinte,
- le secteur nord le long du CD 37 ne présente pas les critères permettant de constituer une ZPA (absence de constructions).

Il est illégal d'instaurer des règles spécifiques aux pré enseignes alors qu'elles sont légalement soumises à celles de la publicité.

Il est instauré une interdistance de 100 m entre dispositifs sur même côté de voie, cette mesure est en l'état illégale. En outre la rédaction du deuxième alinéa de cet article concerne les dispositifs au sol.

Il est instauré une règle d'écart de 20 m de toute baie et de 10 m de tout bâtiment.

La publicité lumineuse est interdite.

Il n'y a pas de prescription pour les enseignes même dans le centre ancien.

L'autoroute A 4 borde la limite est de la ZPA du secteur dit « des découvertes », et les RGC CD 37 et 64 au nord de la commune sont situées hors agglomération.

2.2.8.3. Conclusions

Il y a manque d'adéquation le zonage et l'agglomération au sens du code de la route et quelques rédactions illégales.

Les prescriptions de la ZPR (interdiction) sont plus restrictives que le nouveau règlement national. Il n'y a pas de prescription spécifiques aux enseignes.

Pour la ZPA la prescription d'interdistance ne prend pas en compte la norme de densité du règlement national, (mais introduit une interdistance illégale).

2.2.9. Commune de SCHILTIGHEIM (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.9.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en Le territoire communal est entièrement inclus dans des Zones de Publicité Restreintes bien que l'ouest de la commune soit situé hors agglomération.

Les dispositions générales comportent une disposition fixant une interdistance de 200 m entre panneaux concédés sur des domaines publics non-routiers. Cette norme est légale puisque s'appliquant à un domaine foncier homogène.

Il est mentionné une définition de dispositif qui correspond à un panneau simple face pour comptabiliser la densité. Il n'est pas certain que cette définition soit légale dans la mesure où la loi dispose que la notion de publicité incluse le matériel, et donc le fait qu'il y ait un message ou pas ne peut être pris en considération, surtout qu'ensuite le règlement fait heureusement obligation d'habiller la face non exploitée. En outre une rédaction qui permet une superposition semble inappropriée.

- L'interdiction générale du bois pour constituer un dispositif ne tient pas compte des évolutions techniques de traitement du bois, et de l'aspect développement durable qui doit être recherché.
- Il n'est pas possible d'imposer une dépose des préenseignes après cessation de l'activité signalée. Les pré enseignes étant assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes.
- Les dispositions concernant la publicité lumineuse ne sont pas édictées en référence au cadre urbain. Les nouvelles techniques numériques ne sont pas prises en compte.
- Les dispositions, concernant l'affichage sauvage sont inutiles ou inapplicables ou relèvent d'autres dispositions juridiques, par exemple la répression des graffiti (ou bombages) relève de la dégradation d'un bien appartenant à autrui (code pénal) et non du cadre de vie (code de l'environnement).

2.2.9.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Il y a 6 ZPR. La ZPR 1 couvre l'ancien village.

Les ZPR 2, 3, 4 sont régies par des règles internes (zones de loisirs et lotissements d'activités)

La ZPR 5 est une zone à vocation économique où la publicité est interdite mais limite les enseignes à des mentions statutaires, ce qui est illégal dans le cadre du code de l'environnement. Il est fait mention d'une révision prévue pour intégrer un cahier des charges dans le cadre de la technopole.

La ZPR 6 couvre le reste de l'agglomération urbaine (à l'exclusion du centre ancien)

2.2.9.2.1. pour la publicité

La ZPR 1 interdit toute forme de publicité sauf sur mobilier urbain avec 2 m² de surface maximale et au plus 3 m de hauteur.

L'article 18 introduit une confusion entre publicité et enseigne sur les bâtiments culturels. Concernant les enseignes les prescriptions prévoient une série de limitation (pas de toiture, pas de caisson translucide...) et introduit une notion illégale de publicité dans l'enseigne. La saillie des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,50 m et la surface à 1 m² et il est introduit une notion d'enseignes « s'inspirant d'un caractère

traditionnel». Cette définition devrait être plus détaillée pour que le contrôle lors de l'instruction d'autorisation puisse s'appuyer sur des éléments précis permettant une motivation de décision (procédés utilisés, limites de format et obligation de positionnement en fonction du caractère architectural du bâtiment support).

La ZPR 6 est celle qui permet la publicité sous conditions :

- deux dispositifs maximum sur support.
- des conditions de pose des dispositifs au sol en fonction du linéaire de façade :
 - de 0 à 30 m = 1
 - de 0 à 100 m = 2
 - puis 1 supplémentaire par 50 m.

et possibilité de regroupement jusqu'à 3 dispositifs par unité foncière.

2.2.9.2.1. pour les enseignes

Les dispositions spécifiques applicables aux enseignes limitent les dimensions : hauteur 4m et surface 4 m² pour les enseignes en drapeau ; et saillies excédant le régime général pour les rues d'une largeur inférieure à 10 m. Les enseignes au sol ont également une surface limitée à 4 m² et une hauteur maxi de 4 m.

Les enseignes en toiture sont interdites sur les toits à forte pente.

2.2.9.3. Conclusions

Les règles du RLP sont plus restrictives que le nouveau règlement national pour la ZPR 1 (interdiction). En ZPR 6 la norme est moins restrictive par support puisque sans référence de densité conditionnée par le linéaire de façade. Pour les dispositifs au sol la norme est plus restrictive jusqu'à un linéaire de 100m, moins ensuite.

2.2.10. Commune de SOUFFELWEYERSHEIM (fait partie de l'unité urbaine de Strasbourg)

2.2.10.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 2000. Le règlement comporte des dispositions générales informatives parmi lesquelles on ne relève que l'illégalité d'obligation de dépose des préenseignes pour activité ayant cessée.

2.2.10.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Il y a 3 zones particulières :

La ZPR 1 qui couvre les parties résidentielles de l'agglomération

La ZPR 2 qui couvre la route de Brumath (jusqu'à 50 m à l'est et les terrains ouest jusqu'à la voie ferrée), et la route de Bischwiller (sur 50 m de part et d'autre).

La ZPA qui couvre une petite partie de territoire entre l'A 4 et les voies ferrées. La justification de cette ZPA n'est pas évidente, d'autant qu'elle est mentionnée comme élargie.

2.2.10.2.1. pour la publicité

En ZPR 1 la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain jusqu'à 2 m².

En ZPR 2 la publicité murale et sur portatif est limitée à 12 m² et 6 m de hauteur, et doit être sur une parcelle de terrain dont la façade est supérieure à 30 m et se trouver à plus de 20 m d'une baie d'habitation sur fond voisin.

Il est fait illégalement obligation de dépose des pré enseignes après cessation de l'activité signalée. Les pré enseignes étant assimilées réglementairement à des publicités et non des enseignes. Il est fait mention d'une limitation de distance d'implantation à 5 Km des préenseignes pour des activités signalées, qui est illégale en agglomération.

2.2.10.2.1. pour les enseignes

Les enseignes sont soumises à une obligation de limitation du message autre statutaire, qui n'est pas légale.

L'enseigne murale perpendiculaire est limitée à une par activité.

les enseignes lumineuses ou éclairées autrement que par transparence sont interdites

Les enseignes au sol sont interdites en ZPR 1, et soumises au régime général en ZPR 2.

2.2.10.3. Conclusions

Le règlement actuel de la ZPR 1 est plus restrictif (interdiction) que le règlement national. Les dispositions de la ZPR 2 comportent une règle de densité plus restrictive que le règlement national en ne permettant la pose que d'un dispositif qu'à partir de 30m de linéaire de façade. Une règle de distance minimale aux baies voisines de 20 m au lieu de 10 m est plus restrictive .

Les enseignes au sol n'ont pas de prescription spéciale en ZPR 2.

2.2.11. Commune de STRASBOURG

2.2.11.1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité a été publié en 1991. Il est très clairement et explicitement motivé dans son préambule par rapport à la protection du cadre de vie et l'image de la ville.

Il comporte un titre 1 exposant des généralités et des prescriptions générales :

2.2.11.2.1. pour la publicité et pré-enseignes

- la notion de durable concernant les matériels pose le principe de l'interdiction générale du bois pour constituer un dispositif, ce qui ne tient pas compte des évolutions techniques de traitement du bois, et de l'aspect développement durable qui doit être recherché.
- Il est mentionné une définition de dispositif qui correspond à un panneau au sol simple face pour comptabiliser la densité. Il n'est pas certain que cette définition soit légale dans la mesure où la loi dispose que la notion de publicité incluse le matériel, et donc le fait qu'il y ait un message ou pas ne peut être pris en considération, surtout qu'ensuite le règlement fait heureusement obligation d'habiller la face non exploitée.
- les implantations sur emprise SNCF doivent en dehors des intersections avec la voirie routière être espacées d'au moins 150 m.
- les publicités lumineuses non-fixes sont limitées en surface (caisson 1,50 x 0,30 m), interdites en surplomb du domaine public, sur dispositifs au sol, et doivent être posés dans l'emprise des ouvertures murales.

2.2.11.2.1. pour les enseignes

- l'article 12 concernant les demandes d'autorisation pour les enseignes est obsolète depuis l'obligation d'usage du formulaire « cerfa » (14798*01).
- l'article 17 titre 1, introduit une disposition générale de positionnement qui entre en contradiction avec les dispositions spéciales des ZPR sur la hauteur minimale au sol des enseignes perpendiculaires.

Dans chaque ZPR, il est introduit une notion de publicité et d'annonce publicitaire insérée dans une enseigne qui n'est pas légale.

Enfin, les dispositions de l'article 18 titre 1, concernant l'affichage sauvage sont inutiles ou inapplicables ou relèvent d'autres dispositions juridiques, par exemple la répression des graffiti (ou tags) relève de la dégradation d'un bien appartenant à autrui (code pénal) et non du cadre de vie (code de l'environnement).

2.2.11.2. Règles spécifiques dans les ZPR

Le territoire communal est divisé en 4 ZPR :

La ZPR 1 couvre le secteur sauvegardé,

La ZPR 2 couvre le centre ancien non compris dans secteur sauvegardé,

La ZPR 3 entoure sur les quartiers de tissu urbain dense les ZPR 1 et 2, elle comporte un secteur 3a pour ces quartiers et 3b pour les voies principales en direction du centre-ville sur une largeur de 15 m de part et d'autre de la voie.

La ZPR 4 porte sur le reste de l'agglomération.

La ZPR 1 annule de fait et remplace les dispositions du plan de sauvegarde et de mise en valeur tant pour la publicité que pour les enseignes. Elle conserve l'interdiction de la publicité en secteur sauvegardé et aux abords des monuments protégés, et ne lève pas non plus explicitement l'interdiction de la publicité accessoire pour le mobilier urbain. Il est introduit une confusion d'objet à l'art 19 qui confond les notions de publicité et d'enseigne pour les annonces culturelles sur les bâtiments de ces activités.

Les enseignes sont soumises à des dispositions spécifiques limitatives conformément à la vocation générale de préservation du cadre de vie. Mais dans le cas spécifique du centre historique de Strasbourg ces limitations peuvent être de nature à porter atteinte au patrimoine paysager par des limitations de format et de saillies sur domaine public, et ce malgré une référence à une notion d'enseignes « s'inspirant d'un caractère traditionnel ». Cette définition de caractère traditionnel doit être plus détaillée pour que le contrôle, lors de l'instruction d'autorisation, puisse s'appuyer sur des éléments précis permettant une motivation de décision (procédés utilisés, limites de format et obligation de positionnement en fonction du caractère architectural du bâtiment support). Il est remarquable que certaines enseignes traditionnelles sont de dimension excédant les normes du régime général, une réglementation spécifique adaptée au caractère patrimonial de ces enseignes s'impose. On notera aussi qu'il n'est pas fait mention de règles pour les enseignes au sol, en particulier les chevalets posés devant les commerces.

La ZPR 2 a les mêmes dispositions que la ZPR 1 (interdiction) pour la publicité. Il n'est pas fait d'exception pour le mobilier urbain.

Les enseignes sont soumises à des règles moins limitatives qu'en ZPR 1 mais restent interdites en toiture (sauf toit terrasse), en caisson lumineux à défilement. À moins de 100 m des MH les dispositifs lumineux clignotants. Les normes pour les enseignes perpendiculaires sont plus souples mais plus restrictives que le régime général, et la hauteur maximale de ce type d'enseigne est de 3 m et la surface totale de 2 m². Les enseignes au sol sont limitées à 2 m² et 2 m de haut.

En ZPR 3, les publicités sont admises, (surface maximale régime général = 16 m²) mais limitées en nombre à 1 par support, et pour les publicités au sol à une densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière d'accueil :

- de 0 à 30 m = 0
- de 30 à 50 m = 1
- de 50 à 100 m = 2
- au delà de 100 m = +1 par 50 m

On note que l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques n'est pas levée y compris pour le mobilier urbain.

Pour les enseignes :

En ZPR 3a, les dispositions visant les enseignes perpendiculaires sont les mêmes qu'en ZPR 2 sauf pour la surface des enseignes perpendiculaires qui est portée à 3 m².

En ZPR 3b les enseignes sont soumises aux dispositions de la ZPR 4.

En ZPR 4, les publicités sont admises, (surface maximale régime général = 16 m²) mais limitées en nombre à 2 par support, et pour les publicités au sol à une densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière d'accueil :

- de 0 à 50 m = 1
- de 50 à 100 m = 2
- au delà de 100 m = +1 par 50 m

Même disposition qu'en ZPR 3 pour le mobilier urbain.

Pour les enseignes, on relève toujours la clause illégale de proportion publicitaire dans l'enseigne. Sur toiture à forte pente les enseignes sont interdites et les dispositions visant les enseignes perpendiculaires sont les mêmes qu'en ZPR 3 la hauteur maximale de 4 m et la surface totale de 4 m². Les enseignes au sol sont limitées à 4 m² et 4 m de haut.

L'emprise des autoroutes A 4, A 35, A 350 et A 351 sont par définition hors agglomération, mais traversent la ZPR 4, la route express RN 353 est sise hors agglomération. Les RGC CD 263, 31, 41, ex RN 4 sont en ZPR 3 ainsi que la rue du Havre jusqu'à la rue Ampère. Le reste de la rue du Havre est en ZPR 4 et rue de la Rochelle est hors agglomération. La rue de Stutzheim entre les CD 31 et 41 est en ZPR 4.

2.2.11.3. Conclusions

On constate un problème de fiabilité concernant les dispositions pour les enseignes dites de « type traditionnel » dont les dimensions excèdent souvent les normes locales et nationales, afin de permettre l'entretien (dépose-repose) des enseignes traditionnelles.

Les dispositions concernant la publicité lumineuse ne tiennent pas compte de la technologie numérique.

Les dispositions pour la publicité accessoire sur mobilier urbain ne lèvent pas explicitement l'interdiction relative aux espaces protégés et aux abords de monuments historiques alors même que l'extension du périmètre du secteur sauvegardé est en cours d'étude.

On constate que les abords du canal ne sont pas protégés en continu.

Les normes des ZPR 1 et 2 sont plus restrictives que le nouveau règlement national.

En ZPR 3 la norme est plus restrictive sur support car limité à une. Les dispositifs au sol sont plus limités jusqu'à un linéaire de façade de 100 m.

EN ZPR 4 la norme est moins restrictive pour panneau sur support (jusqu'à deux) sur terrain de façade inférieure à 40 m et plus sur le mur de terrain supérieur à 100 m (pas plus de deux). Pour les dispositifs au sol, la norme est plus restrictive pour terrain de façade de 50 à 80 m et moins restrictive au-delà.

2.3. Synthèse de l'analyse des 11 RLP communaux existants dans la CUS

2.3.1. Constat global

2.3.1.1. Une homogénéité d'ensemble

L'analyse des 11 RLP dégage une homogénéité d'approche de l'intégration de la publicité dans le cadre de vie. Cela tient sans doute à ce qu'ils ont été rédigés sur un même modèle : celui de Strasbourg, en reprenant sa hiérarchie de contrainte au regard de la protection du cadre de vie, ce qui permet nonobstant les nuances communales d'avoir une structure normative identique. Cette homogénéité peut faciliter la mise en place d'une réglementation intercommunale harmonieuse.

2.3.1.2. Des faiblesses rédactionnelles

A contrario ces RLP reprennent aussi les erreurs rédactionnelles du modèle strasbourgeois principalement :

- la définition des objets visés par le RLP avec la confusion publicité-enseigne, pour les bâtiments culturels,
- l'introduction de la notion de publicité dans une enseigne,
- l'omission de lever de l'interdiction de la publicité accessoire au mobilier urbain à moins de 100 m des monuments historiques.(y compris en secteur sauvegardé ce qui ne semble pas un choix mais plus une omission)
- le manque de précision sur la notion de traditionnel pour les enseignes dépassant les normes nationales,
- l'absence de prise en considération des techniques numériques applicables à la publicité lumineuse,

2.3.1.3. Les risques des dispositions générales

On relève aussi que la rédaction de prescriptions générales entraîne parfois la confusion entre les règles et définitions non modifiables ou non modifiées du régime général (définition des trois types objets visés), et celles spécifiques à chaque ZPR.

Ces généralités sont prises dans un but sans doute « pédagogique ou informatif », mais leur présence dans un arrêté municipal peut fragiliser juridiquement le texte, d'autant que ces informations peuvent avoir un impact non négligeable selon leur interprétation.

C'est notamment le cas pour les enseignes. On constate que le texte réglementaire, outre l'introduction d'une notion de publicité dans l'enseigne, laisse place à une trop part d'interprétation notamment pour les enseignes dans les tissus urbains anciens. Ainsi la notion d'enseigne s'inspirant d'un caractère traditionnel, (qui est censée autoriser des tailles et conditions de pose excédant les normes nationales) mérite être précisée, d'autant plus que la nouvelle rédaction du code de l'environnement étend à 500 m des monuments protégés le rayon du périmètre soumettant l'autorisation d'enseigne à un accord de l'ABF.

2.3.1.4. La publicité lumineuse

La rédaction actuelle pour les dispositifs lumineux ne vise que des caissons lumineux défilants ou les publicités lumineuses de type néon, elle ne permet pas de motiver la décision d'autorisation ou de refus des implantations pour les nouvelles technologies d'affichage numérique. Il en va de même pour les nouvelles techniques de bâches de grande dimension.

2.3.1.5. Le niveau de restriction des RLP de la CUS par rapport au nouveau règlement national

Par rapport aux nouvelles normes du décret de janvier 2012, deux cas se présentent :

- a) dans les secteurs couvrant les tissus anciens et résidentiels, les zones de publicité restreintes établies dans le cadre du régime antérieur restent « restreintes », à savoir qu'elles édictent une limitation totale de la publicité . La publicité reste admise sous condition sur le mobilier urbain.
- b) les zones de publicité restreintes couvrant les grands axes urbains (en dehors des tissus anciens et résidentiels) et dans les secteurs d'activité économique admettent la publicité. Les règles de ces ZPR y sont souvent plus restrictives (que le régime antérieur) que ce soit pour les dispositifs sur support ou au sol.

Les ZPR édictent une règle de densité en rapport avec le linéaire de façade du terrain d'accueil comme pour la règle de densité nationale.

Mais les paramètres locaux peuvent être légèrement différents puisque les seuils s'échelonnent ainsi :

- de 0m à 25m (ou 30), pour 0 ou 1 dispositif
- de 25m (ou 30) à 50m, pour 1 ou 2 dispositifs
- de 50m à 100m, pour 2 ou 3 dispositifs
- au delà de 100m un dispositif supplémentaire par tranche de 50m.

Par comparaison les normes nationales sont :

- de 0m à 40 m = total 1 dispositif (sous réserve des marges d'écart) ;
- de 40m à 80 m = total 2 dispositifs ;
- de 80m à 160 m = total 3 dispositifs ;
- de 160m à 240 m = total 4 dispositifs ; etc .

Pour les enseignes au sol les prescriptions des RLP sont toutes plus restrictive en surface et hauteur, mais pas en densité. La nouvelle norme limite à 1 par voie bordant le terrain d'activité le nombre d'enseigne au sol.

2.3.2. Enjeux réglementaires

Il apparaît que les normes locales sont à la fois plus et moins restrictives que les normes nationales. Il n'est plus possible d'édicter des règles moins restrictives que les normes nationales dans le cadre d'un RLP, il importe donc d'unifier les normes en respectant les limites édictées au niveau national.

Un RLP pris par un EPCI ayant compétence en matière de PLU ; couvre obligatoirement le territoire de compétence. Ceci implique que toutes les communes seront placées dans le cadre du RLP communautaire et couvertes à minima par une zone de restriction (normes à définir) de la publicité. Ceci implique également que les 6 communes de la CUS de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg auront un régime spécifique en terme de norme. La disparité réglementaire portant sur les normes applicables à la publicité entre les communes ayant un RLP et celles n'en ayant pas est restée la même avec le nouveau règlement national.

Cette disparité est renforcée dans la pratique par le fait que désormais, la police de l'environnement concernant la publicité et les enseignes est assurée par le préfet en l'absence de RLP et par le maire si la commune en est dotée. La création d'un RLP communautaire déduit cette disparité en confiant à chaque maire l'autorité de police sur sa commune.

Obtenir la répartition précise des territoires communaux selon qu'ils sont situés en ou hors agglomération (quel que soit le référent juridique) pour asseoir sur une base incontestable pour l'établissement des règles locales et leur fiabilité juridique.

2.3.3. Objectifs

D'une manière générale, on constate que les règles des RLP ont été établies selon trois critères :

- Le tissu urbain ancien et/ou résidentiel,
- Les voies privilégiées par la publicité (qui correspondent aux RGC),
- Le reste des agglomérations (ou reste du ban communal).

Il convient d'harmoniser les règles en fonction des nationales sur l'ensemble du territoire avec une adaptation des RLP existants sans en changer les principes directeurs ci-dessus, mais en intégrant des parties de territoires de la CUS présentant des enjeux spécifiques : les zones commerciales, l'emprise aéroportuaire, les longs linéaires domaniaux ferroviaires et fluviaux.

Il convient de prendre en compte l'application des nouvelles normes nationales dans les communes ne disposant d'un RLP pour harmoniser le paysage urbain, sur des axes routiers cohérents. Il s'agit notamment de resituer à une place conforme à l'esprit général du cadre de vie strasbourgeois la présence publicitaire le long des RGC traversant des communes sans RLP (Niederhausbergen) surtout si elles font moins de 10 000 habitants (Entzheim).

Les nouvelles technologies numériques doivent être intégrées à cette élaboration pour en faciliter la maîtrise par les communes.

2.3.4. Tableau récapitulatif

Cf. pages suivantes

Commune	Code	type tissu urbain :	généralités	centre ville traditionnel	centre pavillonnaire	espace divers	activités commerciales	activités industrielles	hors agglomération
BISCHHEIM	BSH	nom de la zone	structure bois interdite	ZPR 1	ZPR 1	ZPR 4	ZPR 2	ZPR 3	
			même format et aligné sur même support	publicité interdite sauf confusion publicitaire et enseignes culturelles		2. panneaux par support	interdit sauf règlement intérieur		
			portatif même format et aligné sur même terrain, pas superposé, face arrière bardée	panneau palissade chantier 4m2	panneau palissade chantier 16 m2	nb portatifs selon façade : <50m = 1, de 50 à 100m = 2, >100m = +1 par 50m			
			cessation activité supprimer préenseigne	meublier urbain 2m2	notion de publicité dans une enseigne enseigne scellée sol S=4m2,h=4m				
GEISPOLSHEIM	GPH	nom de la zone	ZPR 1 RENFORCEE	ZPR 1	ZPR 1	ZPR ?	ZPR ?	ZPA (agglo CE)	
			interdiction pub préenseigne à -200m entrée agglo	interdiction pub préenseigne à -200m entrée agglo	pub sur support S<4m2, H<4m	à faire	interdiction pub préenseigne à -200m entrée agglo		
			pub interdite	pub scellée interdite	pub scellée S<12m2, h<6m		interdiction pub préenseigne à -200m entrée agglo		
			cessation activité supprimer préenseigne				interdiction pub préenseigne à -200m entrée agglo		
ILLKIRCH-GRAFFENSTADEN	ILG	nom de la zone	caisson défilant interdit	ZPR 1	ZPR 4	ZPR 3	ZPR 2		
			publicité S<8m2, H<5,3m	publicité interdite	publicité interdite	à faire	pub admise		
			meublier urbain RG partout						
			portatifs même format et hauteur sur même terrain						
LINGOLSHEIM	LGH	nom de la zone	cessation activité supprimer préenseigne	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4		
			caisson défilant interdit	pub interdite	pub interdite	pub interdite	pub admise		
			portatifs même format et aligné sur même terrain, pas superposé, face arrière bardée	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2		
			même format et aligné sur même support	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2		
1993	1993	nom de la zone	cessation activité supprimer préenseigne	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4		
			caisson défilant interdit	pub interdite	pub interdite	pub interdite	pub admise		
			portatifs même format et aligné sur même terrain, pas superposé, face arrière bardée	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2		
			même format et aligné sur même support	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2	meublier urbain 2m2		

SCHILTIGHEIM	STH	nom de la zone	ZPR 1	ZPR 6	ZPR 2	ZPR 3 - 4 - 5
	DATE ?	<p>cessation activité supprimer préenseigne</p> <p>portatif même format et aligné sur même terrain, pas superposé, face arrière bardée</p> <p>même format et aligné sur même support</p> <p>pas de caisson défilant sur portatif</p>	<p>ZPR 1</p> <p>pub interdite</p> <p>confusion publicité et enseigne culturelle</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne éclairée interdite</p> <p>enseigne sol interdite</p>	<p>ZPR 6</p> <p>2 panneaux par support</p> <p>nb portatifs selon façade : <30m = 1, de 0 à 100m = 2, >100m = +1 par 50m</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne scellée sol S=4m2, h=4m</p>	<p>ZPR 2</p> <p>tout interdit sauf ZONE LOISIRS</p>	<p>ZPR 3 - 4 - 5</p> <p>interdit sauf règlement intérieur</p>

SOUFFELSWEYERSHEIM	SWH	nom de la zone	ZPR 1	ZPR 1	ZP A
	2000		<p>ZPR 1</p> <p>pub interdite sauf mobilier urbain</p> <p>S<12m2 ; H<6m2</p> <p>façade minimale pour scellé : 30m</p> <p>pub lumineuse interdite</p> <p>confusion pe dérog</p> <p>enseigne lumineuse mobile interdite et spot</p>	<p>ZPR 1</p> <p>S<12m2 ; H<6m2</p> <p>façade minimale pour scellé : 30m</p> <p>pub lumineuse interdite</p> <p>confusion enseigne lumineuse mobile interdite et spot</p>	<p>ZP A</p> <p>S<12m2 ; H<6m2</p> <p>façade minimale pour scellé : 30m</p> <p>pub lumineuse interdite</p> <p>autorisation enseigne</p>

STRASBOURG	STB	nom de la zone	ZPR 1 SECTEUR SAUVE	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4 RESTE DE LA VILLE
	1991	<p>structure bois interdite</p> <p>portatif même format et aligné sur même terrain, pas superposé, face arrière bardée</p> <p>même format et aligné sur même support</p> <p>caisson défilant dans les bates, interdit sur MH</p>	<p>ZPR 1 SECTEUR SAUVE</p> <p>pub interdite sauf mobilier urbain</p> <p>confusion publicité et enseigne culturelle</p> <p>mobilier urbain S<2m2, H<3m</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne scellée sol interdite</p>	<p>ZPR 2</p> <p>pub interdite sauf mobilier urbain</p> <p>confusion publicité et enseigne culturelle</p> <p>mobilier urbain S<2m2, H<3m</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne scellée sol S<2m2 ; H<2m</p>	<p>ZPR 3</p> <p>pub interdite sauf mobilier urbain</p> <p>pub12m2 maxi</p> <p>1 pub par support</p> <p>nb portatifs par façade : <30m = 0, de 30 à 50m = 1, de 50 à 100m = 2, >100m = +1 par 50m</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne scellée sol S<2m2 ; H<2m</p>	<p>ZPR 4 RESTE DE LA VILLE</p> <p>1 pub par support</p> <p>nb portatifs selon façade : <50m = 1, de 50 à 100m = 2, >100m = +1 par 50m</p> <p>notion de publicité dans une enseigne</p> <p>enseigne scellée sol S<4m2, h<4m</p>

3. DIAGNOSTIC - PUBLICITÉ ET ENSEIGNE

3.1. Analyse des routes à grande circulation

Une route à grande circulation est une route, quelle que soit sa domanialité, assurant la continuité d'un itinéraire à fort trafic et permettant notamment le délestage du trafic, la circulation des transports exceptionnels, des convois et des transports militaires et la desserte économique du territoire. Elle fait l'objet à ce titre de règles particulières en matière de police de la circulation.

La présente analyse a pour objectif de présenter les rapports entre les voies RGC et la publicité (et les enseignes) dans une perspective de préservation du cadre de vie.

3.1.1. L'importance des voies à grande circulation pour le cadre de vie

Une route à grande circulation (RGC) est une route, quelle que soit sa domanialité, assurant la continuité d'un itinéraire à fort trafic et permettant notamment le délestage du trafic, la circulation des transports exceptionnels, des convois et transports militaires et la desserte économique du territoire. Elle fait à ce titre l'objet de règles particulières en matière de police de la circulation.

La publicité extérieure tend naturellement à s'implanter le long des axes de circulation en recherchant l'exposition optimale au regard du plus grand nombre. La publicité a des mesures d'audience, nommés contacts, qui sont établis en fonction des comptages routiers qui servent de base au calcul de la valeur de vente des espaces publicitaires.

Les RGC constituent aussi à l'entrée des agglomérations des espaces privilégiés pour orienter les consommateurs potentiels vers les lieux de vente ou de service. Ces espaces publicitaires sont le plus souvent destinés à recevoir des messages de type préenseigne (appellation professionnelle : longue conservation).

L'entrée de l'agglomération est donc un espace sensible du fait de la pression publicitaire mais aussi du fait que la mutation de la vocation urbaine engendre des potentialités d'implantation du fait de la plus faible densité du tissu urbain (terrains interstitiels libres, grandes parcelles). Or l'entrée d'agglomération, le passage du paysage naturel au paysage bâti est déterminant de l'image de marque de la ville ou de l'agglomération au sens large du terme. L'évolution du tissu urbain bordant ces voies en entrée d'agglomération va vers une densification du bâti, donc une restriction normale des possibilités d'implantation de la publicité extérieure, qui peut chercher à se reporter à proximité.

La protection du paysage des voies à grande circulation est établie à la fois par le code de la route et par le code de l'environnement.

a) pour les autoroutes et routes express :

- code de la route : La publicité est interdite à moins de 200 m sur des terrains situés hors agglomération et à moins de 40 m pour des terrains situés en agglomération.
- code de l'environnement : la publicité est interdite quand elle est visible des voies situées hors agglomération, et des bretelles de raccordement à la voie autoroutière ou express.

On peut considérer qu'il y a une interdiction générale pour la publicité visible de ces voies. Cette interdiction s'étend aux préenseignes dérogatoires.

3.1.2. Autoroutes et voies express

L'autoroute A4

L'autoroute A4 traverse les bans communaux de :

- 1) Vendenheim
- 2) Reichstett
- 3) Mundolsheim
- 4) Souffelweyersheim
- 5) Hoenheim
- 6) Bischheim
- 7) Schiltigheim
- 8) Strasbourg

Plan - Repérage des
vues le long de l'A4



Sur le ban communal de Vendenheim, qui ne dispose pas de RLP, l'autoroute est totalement située hors agglomération et il ne peut pas y avoir de présence publicitaire dans la mesure où les terrains sont soit boisés (vue 2) soit agricoles (vue 2).



vue 1 - Vendenheim Autoroute A4 hors agglomération vue vers le nord



vue 2 - autoroute A4 vue vers le sud hors agglomération

L'intersection avec la branche nord de l'autoroute A35.

Sur le ban communal de Reichstett, l'autoroute traverse d'abord un paysage naturel identique au précédent jusqu'à l'échangeur avec la D 63 (vue 3).



vue 3 - autoroute A 4 échangeur avec A 35 hors agglomération

Passé l'échangeur l'autoroute est bordée à gauche par des terrains agricoles et à droite par la zone d'activités « les découvertes » (vue 4). Sur ces terrains situés en Zone de Publicité Autorisée par le RLP de Reichstett les portatifs de 12 m² sont admis, cependant en application du code de la route, aucun dispositif publicitaire ne peut être placé à moins de 200 m du bord de la voie si ce tissu urbain est effectivement hors agglomération, et 40 m s'il est considéré comme en agglomération. Les messages identifiés sont tous reliés à l'activité sur l'immeuble où elles sont placées.



vue 4 - Reichstett zone d'activité les Découverte ZPA

Les mêmes types d'occupation des sols (vue 5) se prolongent sur Mundolsheim qui n'a pas de RLP.



vue 5 - Mundolsheim zone d'activité les Découvertes

L'autoroute passe, pendant 250 m, sur le ban de Souffelweyersheim avant de retrouver celui de Mundolsheim en voie encaissée au niveau du Fort Desaix.

Sur le ban de Souffelweyersheim, l'autoroute est bordée du côté droit à 40 m par la ZPA dont les terrains ne sont pas occupés (vue 6) et à gauche à 40 m par la ZPR couvrant un tissu urbain d'activités économiques. Le principe d'exclusion de la publicité par le code de la route est donc respecté hors agglomération côté Ouest et en agglomération côté est.



vue 6 - Souffelweyersheim vue de la ZPA vers A4

On notera cependant qu'au niveau de la bretelle d'accès en direction nord la présence d'oriflammes (vue 7) destinées à l'automobile qui rentrent dans la notion routière d'enseignes publicitaires. Si ces dispositifs sont légaux au sens du code de l'environnement car ils constituent des enseignes, ils sont contestables au sens du code de la route puisqu'ils bordent une voie sans accès à ces activités. Comme ils doivent avoir été autorisés préalablement par la mairie puisque sis en ZPR, il y a sans doute un problème de compréhension de définition ou d'absence de demande d'autorisation.



vue 7 - Souffelweyersheim autoroute A4 ZPR 6 (polygone automobile côté est)

On constate la partie traversant Hœnheim que des enseignes au sol du secteur dit « polygone automobile » sont dirigées uniquement vers l'autoroute et une bretelle d'accès (vue 8).

Elles entrent donc dans les deux cas de figure d'exclusion par le code de la route, enseigne publicitaire et moins de 40 m du bord de la voie bien que sises en agglomération. Mais n'étant pas incluses dans une ZPR elles ne sont pas soumises à autorisation le contrôle de légalité est plus difficile. Le nouveau régime national limite les enseignes au sol à un dispositif



vue 8 - Hoenheim autoroute A4 polygone automobiles enseignes non conformes au code de la route

Sur le ban de Bischheim, l'A4 continue de traverser le même type de paysage : enclave de jardins entre l'autoroute et la voie ferrée à droite extension du polygone automobile à gauche. Ces terrains sont en ZPR 4 qui permet des implantations publicitaires mais qui ne fait pas obstacle aux prescriptions de sécurité routière spécifiques à une autoroute (40 m de retrait).

En passant sur Schiltigheim dans la ZPR 6 qui permet des implantations publicitaires, l'autoroute est bordée à droite par l'emprise ferroviaire et à gauche par une levée de terre protégeant les habitations voisines, Il n'y a pas de possibilité pratique de présence de panneaux (vue 9).



vue 9 - Schiltigheim autoroute A4 ZPR 6 agglomération côté est hors agglomération côté ouest

Passé le pont de la route de Hausbergen, le côté gauche est bordé d'un mur protecteur antibruit (vue 10).



vue 10 - Schiltigheim autoroute A4 ZPR 6 côté est agglomération côté ouest emprise ferroviaire

Enfin alors que l'emprise ferroviaire se poursuit à droite, le côté gauche présente des jardins ouvriers puis un mur antibruit qui se poursuit jusqu'à l'entrée de Strasbourg.

En arrivant sur le ban de Strasbourg (vue 11), l'autoroute est située en ZPR 4 qui permet la publicité sur portatif, indépendamment des règles de sécurité routière en agglomération. Elle passe sur une voie surélevée qui la place bien au-dessus du terrain naturel donc d'hypothétiques panneaux, mais la voie inférieure de sortie arrive au niveau du CD 263 vers la place de Haguenau dans du domaine public.



vue 11 - Strasbourg ZPR 4 agglomération

L'A4 continue en surélévation puis rejoint le niveau du sol naturel au travers de terrains en domaine public occupés par des espaces végétaux... (vue 12).



vue 12 - Strasbourg ZPR 4 autoroute A4 emprise hors agglomération

... jusqu'à l'embranchement avec A351 qui marque la fin de l'autoroute A4 en venant de Paris (vue 13).



vue 13 - Strasbourg ZPR 4 autoroute A4 emprise hors agglomération

L'autoroute A 35 Nord

L'autoroute A 35, dite autoroute des Cigognes, arrivant au Nord de la CUS concerne les bans communaux suivants :

- 1) La Wantzenau
- 2) Vendenheim

Plan - Repérage des vues
le long de l'A35 Nord



En entrant dans le périmètre de la CUS (vue 1), l'autoroute longe la limite communale de Hoerd (qui ne fait pas partie de la CUS) sur le côté droit et le côté gauche est le territoire de La Wantzenau.



vue 1- sur le ban communal de La Wantzenau

Sur le ban communal de La Wantzenau il s'agit d'un espace à vocation agricole (vue 2) hors agglomération.



vue 2 - Bretelle d'accès A 35 sur le ban communal de La Wantzenau

Après avoir traversé le ban communal de Hoerdt, l'A 35 pénètre sur Vendenheim au milieu de terres agricoles (vue 3) pour rejoindre l'A 4. Sur l'ensemble de son parcours nord l'autoroute A35 n'est pas concernée par les entrées de ville.



vue 3 - arrivée sur l'échangeur avec A 4 sur le ban communal de Vendenheim

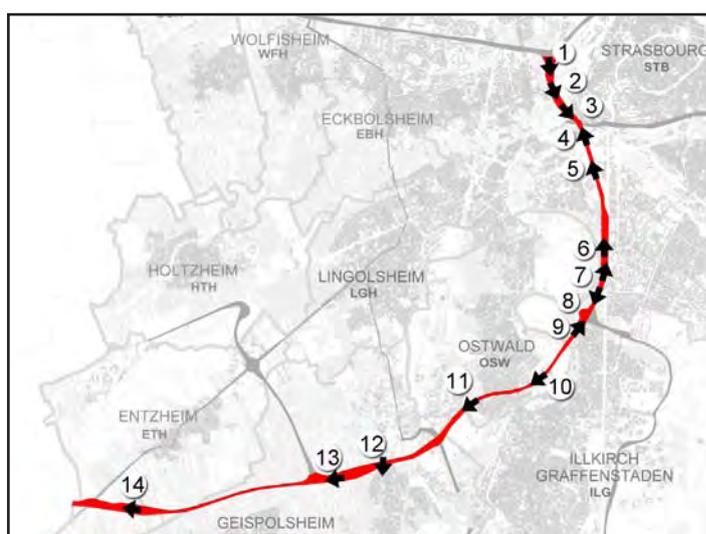
L'autoroute A 35 Centre et Sud

Au sud de l'embranchement vers l'ouest (A 351) l'autoroute A 4 devient l'autoroute A 35 reprenant ainsi la dénomination du tronçon nord.

Les communes concernées par ce trajet sont :

- 1) Strasbourg
- 2) Illkirch-Graffenstaden
- 3) Geispolsheim
- 4) Blaesheim

Plan - Repérage des vues le long
de l'A35 Centre et Sud



Le trajet commence après l'embranchement d'A 351, en poursuivant la traversée des espaces verts sur domaine public (vue 1). Par définition l'emprise de l'autoroute est située hors agglomération au sens du code de la route. Mais cette emprise est située en agglomération dans Strasbourg au niveau des voies urbaines qui la longent.



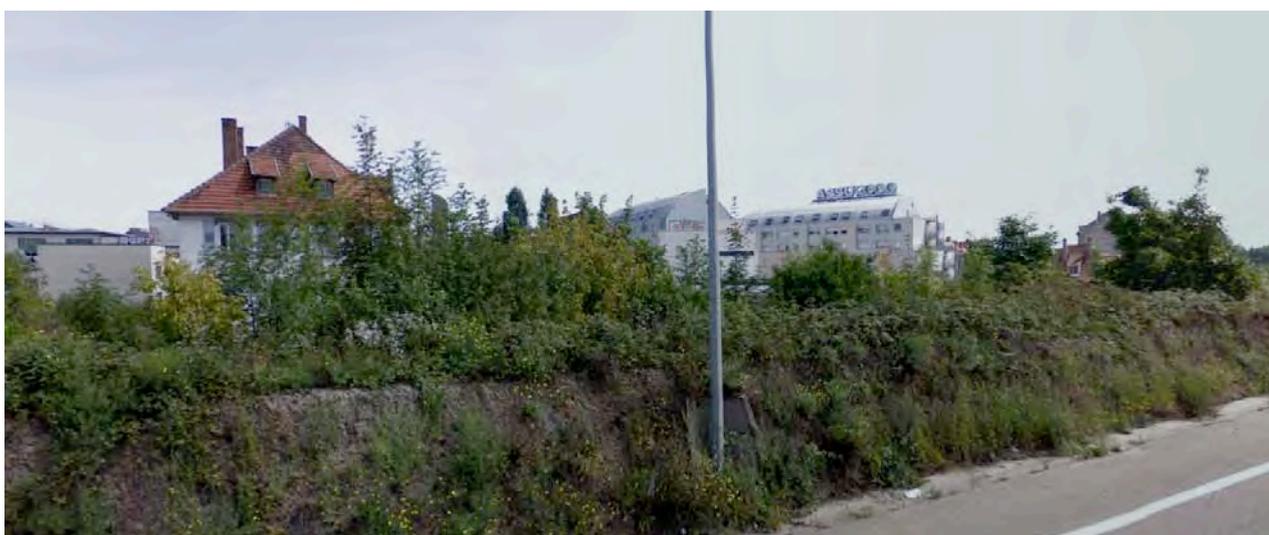
vue 1 - Strasbourg direction sud ZPR 4

Le parcours est situé dans la ZPR 4 du RLP de la ville qui permet la présence de dispositifs au sol, mais que le caractère végétal des abords interdit (vue 2).



vue 2 - Strasbourg direction sud ZPR 4

L' A 35 poursuit en longeant à gauche un quartier résidentiel de petits et moyens bâtiments collectifs (rue du Ban de la Roche). Un de ces bâtiments porte une publicité en toiture (vue 3) qui est située à environ 90 m du bord de l'autoroute.



vue 3 - Strasbourg ZPR 4 Strasbourg (ZPR 4 niveau rue du Ban de la Roche)

L' A 35 passe un échangeur distribuant le centre ville (vue 4 accès sud) qui est entièrement situé dans un espace végétal.



vue 4 - Strasbourg sortie direction centre hors agglomération

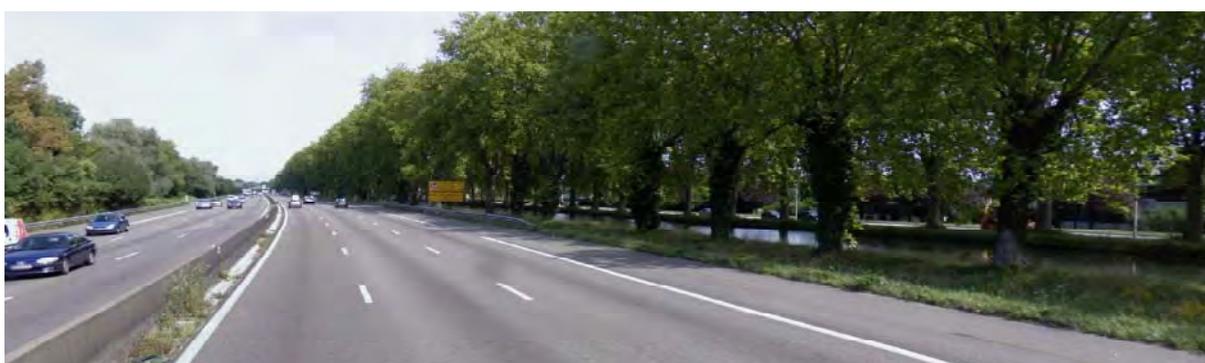
L'A 4 passe le long de la maison d'arrêt côté ouest sortie ville et de terrains de loisirs et sans urbanisation à l'est (vue5).



vue 5 - Strasbourg ZPR 4 niveau maison d'arrêt et rue de l'Ain

L'autoroute arrive au niveau de la Plaine des Bouchers avec sur le côté droit un espace comportant une occupation mal définie puis sur le côté gauche le canal et ensuite la zone d'activités. Ces espaces agglomérés sont en ZPR 4 de la ville.

Le canal vu depuis l'autoroute A 35 offre une image très positive d'entrée de ville (vue 6) et n'a plus de protection spécifique (modification du décret 80-923) au titre de plantation du côté de la plaine des Bouchers.



vue 6 -ZPR 4 Strasbourg canal à l'est rue de l'Unterelsau à l'ouest

On note la présence de nombreux panneaux le long de la rue du Doubs en raison de la concession privée d'affichage accordée par le gestionnaire de l'emprise fluviale Voies Navigables de France (VNF)(vue 7). Le gestionnaire du domaine public peut accorder une concession d'occupation privée à une entreprise de publicité, qui est révoquée sans droit à indemnité sur demande motivée. La durée d'origine de la concession est déterminée contractuellement et peut être renouvelable tacitement année par année comme les baux publicitaires privés.



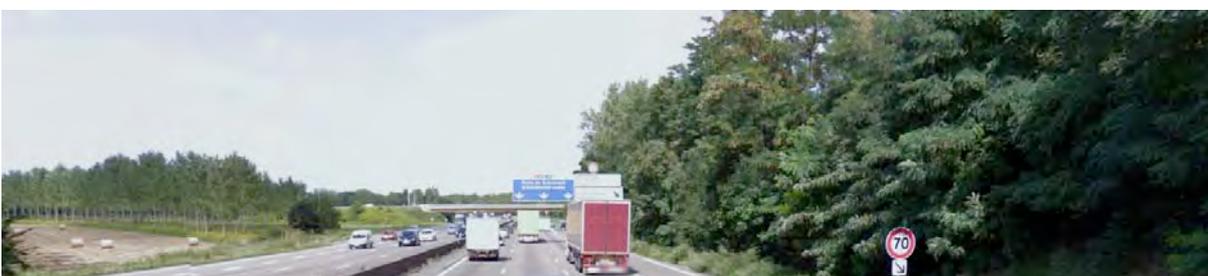
vue 7 - panneau de la concession VNF

En arrivant sur le ban communal d'Illkirch-Graffenstaden l'A 35 est sise sur des espaces hors agglomération et en zone naturelle. La ZPR 4 de cette commune qui interdit la publicité est superflue et ne devrait pas exister mais elle n'apporte aucune restriction supplémentaire (vue 8).



vue 8 - Illkirch-Graffenstaden hors agglomération

Les terrains urbanisés jouxtant l'autoroute en sont séparés par une bande de terrain avec un talutage et une végétation (vue 9) qui empêche toute présence publicitaire indépendamment de la ZPR 4 de la ville.



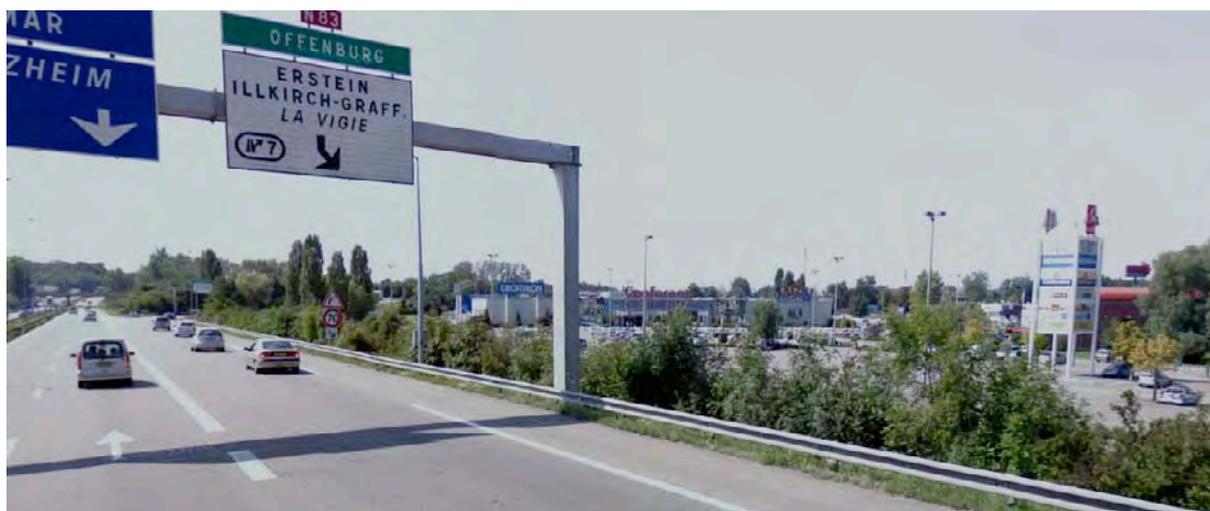
vue 9 - Illkirch direction nord hors agglomération à l'ouest et agglomération à l'est

Dans la traversée du territoire communal d'Ostwald, un mur séparateur isole complètement des vues sur les terrains urbanisés dès que la bordure végétale est trop étroite (vue 10).



vue 10 - Ostwald direction sud, murs antibruit protégeant des espaces en agglomération

L'A 35 retransverse sur environ 500 m le ban d'Ilkirsch-Graffenstaden situé dans la zone commerciale de La Vigie. On note la structure porteuse d'enseignes (vue 11) dont la hauteur dépasse largement les 6,5 m qu'autorise le régime national. Ce terrain est situé est dans une ZPR 3 en attente d'une règle intercommunale devant porter sur l'ensemble du secteur commercial.



vue 11 - Ilkirsch-Graffenstaden ZPR 3 zone de la Vigie totem-enseigne hors norme

Plus au sud sur le ban de Geispolsheim on note l'abondance végétal qui borde l'A 35 au niveau de l'échangeur avec N 83 du Fort Lefèbvre, masquant le Fort d'un côté et les bâtiments commerciaux de la Vigie. Ces terrains sont classés hors agglomération et les parties construites en ZPA. Par le RLP de la commune. On ne trouve ensuite à proximité de l'A 35 qu'un petit secteur d'activité (vue 12) qui se trouve aujourd'hui en dehors de la ZPA donc soumis au régime général. Les enseignes sont murales donc n'entrent pas dans les limitations du code de la route.



vue 12 - Geispolsheim zone d'activité écartée de l'A 35 hors agglomération

À l'abord de l'échangeur avec la D 400 l'autoroute est complètement située en dehors de l'agglomération (vue 13).



vue 13 - Geispolsheim hors agglomération

L'A 35 sort du territoire de la CUS au Sud sur une partie du ban communal de Blaesheim (pas de RLP) totalement hors agglomération (vue 14).



vue 14 - Blaesheim hors agglomération

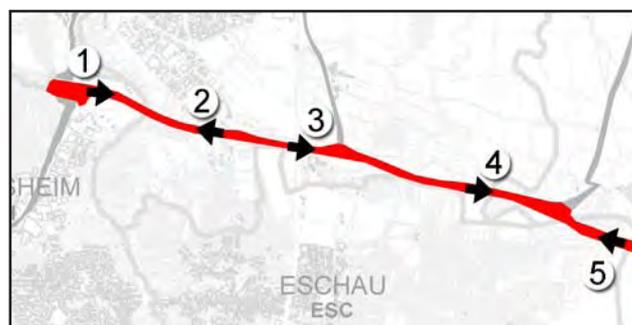
La RN 353

La RN 353 est une route express qui borde au sud des territoires communaux d'Illkirch-Graffenstaden et de Strasbourg. Elle relie la RN 83 à l'Allemagne et constitue en outre une dérivation du centre ville pour rejoindre le Pont de l'Europe.

Elle traverse les territoires communaux suivants :

- 1) Fegersheim
- 2) Illkirch-Graffenstaden
- 3) Strasbourg
- 4) Eschau

Plan - Repérage des vues le long
de la RN 353 Centre et Sud



La route express 353 est entièrement située hors agglomération, et ce dès l'échangeur avec la RN 83 (vue 1). La commune de Fegersheim n'a pas de RLP.



vue 1 - Fegersheim hors agglomération

On relève des pré enseignes dérogatoires en direction des infrastructures hôtelières du secteur de la Vigie à proximité de la voie (vue 2). Ces dispositifs ne devraient pas exister en raison du caractère « express » de cette route.



vue 2 - Fegersheim hors agglomération

On ne relève plus ces dispositifs à proximité des sorties vers Illkirch- Graffenstaden (vue 3). Cette partie du ban communal est situé en ZPR 4 du RLP communal bien que hors agglomération.



vue 3 - Illkirch-Graffenstaden ZPR 4 hors agglomération

Il en va de même pour la sortie vers Strasbourg concernant les pré enseignes (vue 4).



vue 4 - Illkirch-Graffenstaden ZPR 4 hors agglomération

Le tracé venant d'Allemagne sur la commune d'Eschau (sans RLP) est également situé totalement hors agglomération (vue 5).



vue 5 - Eschau hors agglomération vue vers l'ouest

L'autoroute A 350

L'autoroute A 350 est une voie de type autoroute qui constitue une véritable pénétrante urbaine depuis la partie Sud de l'autoroute A 4 (vue 1) pour desservir le nord-est de l'agglomération.



Plan - Repérage des vues le long de l'A 350



vue 1 - Strasbourg ZPR 4

L'A 350 est entièrement en ZPR 4 qui permet les implantations publicitaires mais comme elle est située dans une emprise du domaine public beaucoup plus large et entièrement végétalisée (vue 2) elle ne comporte pas de panneaux.



vue 2 - Strasbourg ZPR 4

Dès que l'on atteint la fin de son emprise, des dispositifs publicitaires (vue 3 et 4) des concessions de la ville ou de la communauté sont présents.



vue 3 - Strasbourg fin de l'A 350 ZPR 4



vue 4 - Strasbourg ZPR 4 angle Rue Herrenschmidt - Av Pierre Mendès-France

L'autoroute A 351

L'autoroute A 351 est l'axe routier qui traverse, d'est en ouest, l'ouest de l'agglomération strasbourgeoise qui se situe dans le prolongement de la RN 4 jusqu'à l'autoroute A 4. L'emprise de la voirie est par définition hors agglomération mais est bordée par des terrains en agglomération.

D'est en ouest les communes traversées sont :

- 1) Strasbourg
- 2) Eckbolsheim
- 3) Wolfisheim



Plan - Repérage des

vues le long de l'A 351

Partant de l'échangeur avec l'autoroute A 4 / A 351 (vue 1), l'A 351 est insérée dans des espaces initialement non urbanisés du fait de la coupure urbaine engendrée par le fossé et la forte emprise ferroviaire.



vue 1 - Strasbourg début d'A 351 hors agglomération

En sortie de ville cette route a une vocation de desserte du quartier Hautepierre et de ses équipements commerciaux (vue 2).



vue 2 - Strasbourg niveau quartier Hautepierre ZPR 4

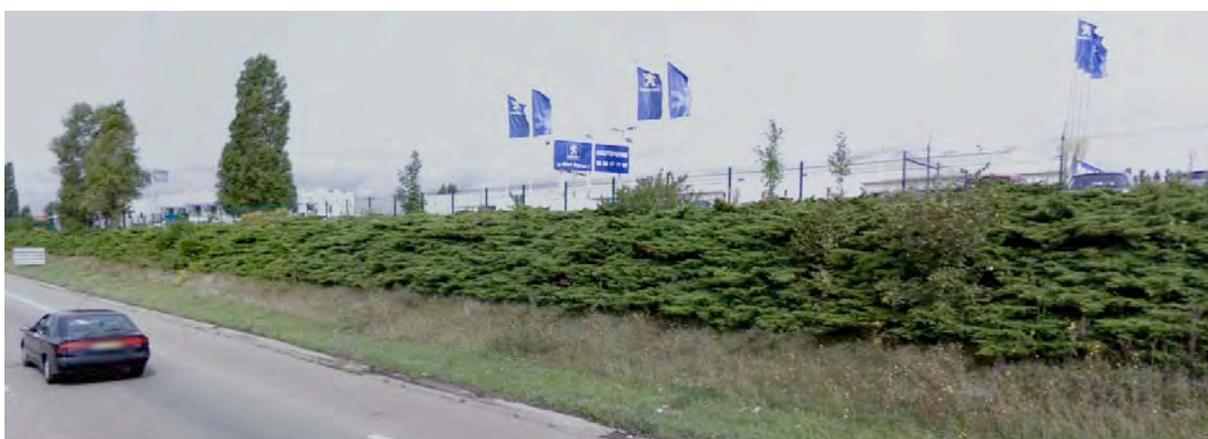
Elle est sise en ZPR 4, mais son statut autoroutier interdit les publicités dans son emprise et à la vue de la voie. On note cependant que les implantations commerciales qui la bordent ont tendance à implanter des oriflammes essentiellement visibles de l'A 351 (vue 3, 4 et 5).



vue 3 - Strasbourg niveau quartier Hautepierre ZPR 4



vue 4 - Strasbourg niveau quartier Hautepierre ZPR 4



vue 5 - Strasbourg niveau quartier Hautepierre ZPR 4

Ces dispositifs promotionnels sont des enseignes qui entrent dans le champ d'application du RLP qui dispose qu'en ZPR 4 les enseignes sont limitées à 4 m² et 4 m de hauteur et sont de plus soumises à autorisation du maire. On notera aussi que dans le nouveau régime national les enseignes scellées au sol sont limitées à 1 par voie bordant l'activité signalée.

Sur le territoire d'Eckbolsheim, qui n'a pas de RLP, on retrouve des enseignes mal situées du point de vue légal (vue 6).



vue 6 - Eckbolsheim bordure secteur d'activité en agglomération

Et des secteurs d'activités qui sont implantés à proximité de l'emprise autoroutière (vue 7).



vue 7 - Eckbolsheim bordure secteur d'activité en agglomération

A mesure que l'on s'éloigne de Strasbourg, l'urbain laisse place au rural après l'échangeur avec la D 63 (vue 8).



vue 8 - Eckbolsheim hors agglomération

La préservation du cadre de vie sur cet axe en sortie d'agglomération, comme en entrée qui est situé sur la commune de Wolfisheim serait renforcée par une réglementation adaptée qui intègre la croissance de l'agglomération au sens matériel du terme conformément aux arrêts du Conseil d'État (vue 9 sortie et vue 10 entrée).



vue 9 - Wolfisheim hors agglomération



vue 10 - Wolfisheim hors agglomération

3.1.3. Routes départementales et nationales

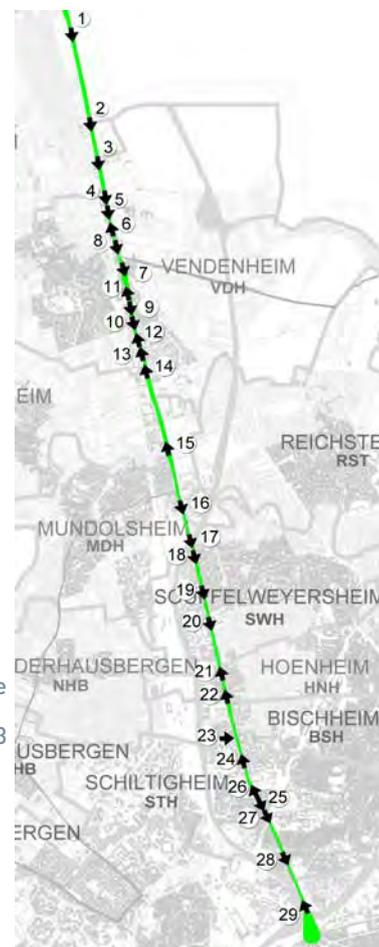
La départementale D 263

La D 263 constitue une voie d'accès à Strasbourg depuis le nord de la plaine d'Alsace. Si elle a perdu de son importance au niveau des grandes circulations routières, elle n'en constitue pas moins un axe essentiel de desserte du nord de l'agglomération et de ses équipements commerciaux.

La D 263 concerne du nord au sud les communes suivantes :

- 1) Eckwersheim
- 2) Vendenheim
- 3) Lampertheim
- 4) Mundolsheim
- 5) Souffelweyersheim
- 6) Hoenheim
- 7) Bischheim
- 8) Schiltigheim
- 9) Strasbourg

Plan - Repérage des vues le long de la D 263



En venant de Brumath, qui a donné son nom à la D 263, on entre dans la CUS sur la commune d'Eckwersheim (pas de RLP et hors unité urbaine de Strasbourg).

La route est située hors agglomération dans un secteur naturel à gauche mais est bordée à droite par l'emprise du TGV Est. (vues 1 et 2)



vue 1 - Eckwersheim hors agglomération



vue 2 - Eckwersheim hors agglomération niveau accès au chantier TGV

La D 263 arrive sur le ban de Vendenheim (pas de RLP) après un rond-point mais il reste hors agglomération, et l'on constate une profusion de pré enseignes dérogatoire (dont quelques messages pour des activités non admises à la dérogation (vue 3).



vue 3 - Vendenheim préenseignes dérogatoires (dont une non réglementaire à gauche)

L'entrée dans l'agglomération se fait dans un tissu urbain jeune et dont la vocation principale est l'activité commerciale (vue 4).



vue 4 - Vendenheim entrée d'agglomération

La voie est bordée de nombreux dispositifs de tailles et formats différents qui entraînent une image brouillée et peu qualitative (vue 5).



vue 5 - Vendenheim agglomération

Mais aussi soulignée par la mixité d'occupation du sol entre bâti et encore agricole (vue 6).



vue 6 - Vendenheim vue vers le nord agglomération

Cette impression se dissipe à peine en progressant car bien que le tissu soit mieux constitué la pression de communication est maintenue jusque sur le domaine public (vue 7).



vue 7 - Vendenheim agglomération

Cette impression première d'une certaine agressivité commerciale se maintient par la suite même à l'approche de parties plus anciennes (vue 8) qui s'effacent devant une certaine pression visuelle de la publicité.



vue 8 - Vendenheim agglomération

On constate que la norme de densité du régime général ne suffirait pas à lever cette pression visuelle. Puisqu'à la publicité sur domaine privé s'ajoute celle sur domaine public (vue 9).



vue 9 - Vendenheim agglomération

Cette présence est constante même dans les parties plus résidentielles de l'agglomération (vue 10 et 11).



vue 10 - Vendenheim agglomération



vue 11 - Vendenheim agglomération

La pression publicitaire est bien sûr aussi très présente dans le secteur commercial de la commune puisqu'aux publicités s'ajoutent les enseignes (vue 12).



vue 12 - Vendenheim agglomération

Il n'est pas surprenant de rencontrer des infractions flagrantes comme la hauteur excessive d'un dispositif scellé au sol (limité à 6m) (vue 13).



vue 13 - Vendenheim agglomération zone commerciale nord

Les nouvelles technologies numériques font aussi leur apparition sur la commune de Lampertheim (pas de RLP) (vue 14)



vue 14 - Lampertheim dispositif affichage numérique

Le tissu urbain est à vocation exclusivement commerciale notamment à proximité des grandes surfaces qui se sont implantées dans des espaces initialement hors zone urbanisée (vue 15).



vue 15 - Mundolsheim extrémité sur zone commerciale nord hors agglomération

On constate une coupure du tissu urbain après l'hypermarché, mais la pression publicitaire est assez forte pour dépasser la limite d'agglomération (vue 16).



vue 16 - Mundolshiem limite Souffelweyersheim hors agglomération

Arriver dans l'agglomération de Souffelweyersheim (RLP) (vue 17)



vue 17 - Souffelweyersheim entrée de l'agglomération ZPR 2

La présence publicitaire est plus réduite mais arrive à se grouper sur des points stratégiques de communication comme aux carrefours urbains (vue 18).



vue 18 - Souffelweyersheim agglomération ZPR 2

On constate que si une certaine modération intervient en progressant vers le centre urbain, il reste parfois une surexposition promotionnelle dûe en partie à la mixité du tissu urbain (logements / activités) (vue 19).



vue 19 - Souffelweyersheim ZPR 2 agglomération

et peut-être aussi à des limites normatives insuffisantes en matière réglementaires (vue 20).



vue 20 - Souffelweyersheim ZPR 2 agglomération

Sur Hoenheim (sans RLP) on constate l'effet de la non obligation d'habillage d'un dos de portatif (vue 21).



vue 21 - Hoenheim agglomération

On constate aussi que la réduction de format de 12 à 8 m² pour le mobilier urbain ne nuit pas à l'efficacité du message (vue 22) ce qui peut aussi être une piste de réglementaire pour faciliter l'intégration des dispositifs dans le paysage urbain. La pratique systématique du format 4x3 est une ancienne norme industrielle que le format 8 m² rend progressivement obsolète, avec le développement des panneaux à caisson déroulant.



vue 22 - Hoenheim agglomération

Il faut également se poser la question de la concurrence entre dispositif sur domaine privé et sur domaine public en terme d'impact sur le cadre de vie (vue 23) même si l'on dispose d'un RLP comme ici à Bischheim.



vue 23 - Bischheim agglomération

La question de la lecture de l'architecture pour des dispositifs de grande dimension peut être posée en terme de cadre de vie (vue 24). La proximité des façades avec des panneaux grands format pose un problème de masquage et d'échelle.



vue 24 - Bischheim agglomération

La densification progressive du tissu urbain renforce le taux d'occupation des terrain libres et peut provoquer des regroupements de dispositifs comme à Schiltigheim (ZPR 6 du RLP). (vues 25) Il ne serait cependant pas conforme d'instaurer une règle d'interdistance entre des dispositifs posés sur des fonds différents mais de revoir la façade minimale pour les dispositifs au sol.



vue 25 - Schiltigheim agglomération

La surface des enseignes est un des éléments de protection du cadre de vie en agglomération surtout dans les tissus urbain mixtes (vue 26) (Pas plus de 6m de haut si plus d'1m de large).



vue 26 - Schiltigheim agglomération

Le tissu urbain même dense donne des possibilités de positionnement mural. Il est important que le RLP limite le nombre de message (vue 27).



vue 27 - Schiltigheim agglomération

Il convient également de prendre en compte du point de vue de l'insertion paysagère, les éléments annexes qui sont susceptibles d'augmenter l'impact visuel d'un dispositif (vue 28).



vue 28 - Schiltigheim agglomération

Le mobilier urbain prend une place importante dans le paysage urbain et peut marquer l'image de l'entrée de ville en masquant l'architecture (vue 29),



vue 29 - Entrée sud de Schiltigheim agglomération

Le mobilier occupe l'espace visuel comme signal sur la place d'Haguenau à Strasbourg (RLP ZPR 4) (vue 30).



vue 30 - Strasbourg place de Haguenau

On constate tout au long de la D 263 que la présence de la publicité est peut-être un peu trop forte par moment par la densité et la taille des messages (y compris enseignes) et qu'une adaptation en fonction du contexte architectural et paysager précis pourrait faciliter la lecture de la ville.

Les départementales D 468, 301, 37, 226

Ces routes départementales ont été classées Route à Grande Circulation (RGC). Elles assurent une circulation continue est-ouest au nord de la CUS. Les communes traversées sont :

- 1) La Wantzenau (hors unité urbaine de Strasbourg 5902 habitants)
- 2) Reichstett
- 3) Vendenheim

Plan - Repérage des vues le long des D 468 -301-37-226



L'ensemble du parcours est situé hors agglomération. La commune de Reichstett est dotée d'un RLP dont le zonage n'interfère pas avec ces RGC.

En entrant sur le territoire de la CUS sur la commune de La Wantzenau la D 468 traverse des terres agricoles loin de toute urbanisation (vue 1) . Il n'y a ni nécessité ni possibilité de faire une réglementation locale.



vue 1 - La Wantzenau hors agglomération

Un rond-point marque l'entrée du village que suit la D 468 mais la RGC se poursuit hors agglomération en D 301 (vue 2).



vue 2 - La Wantzenau hors agglomération l'entrée nord

La D 301 appelée aussi route industrielle est bordée au nord par la zone d'activité communale et au sud par des terres agricoles qui sont sur le ban de Vendenheim (vue 3).



vue 3 - Vendenheim hors agglomération

La voie remonte ensuite le long d'un bois et prend au rond-point la direction de Vendenheim (vue 8).



vue 8 - Vendenheim hors agglomération

La D 226 prend le nom de route de Hoerdt (vue 9) pour entrer dans l'agglomération de Vendenheim (pas de RLP)



vue 9 - Vendenheim entrée de l'agglomération

Et rejoint la D 263 (vue 10). On ne retrouve des dispositifs depuis la D 226 qu'à cette intersection.



vue 10 - Vendenheim intersection avec la D 263

On constate sur tout ce parcours que les préenseignes dérogatoires constituent l'atteinte au cadre de vie, surtout lorsque la route se rapproche des secteurs hôteliers. La suppression de la dérogation entraînera une modification importante du paysage. La stricte application des règles nationales est suffisante.

La départementale D 468

La D 468 est entièrement posé dans la commune d'Illkirch-Graffenstaden en ZPR 4 et se trouve à l'exception de l'intersection avec l'avenue de Strasbourg hors agglomération. De ce double fait la publicité y est interdite sauf pour la partie en agglomération et uniquement sur mobilier urbain.

Partant de l'A35, cette RGC est bordée d'une clôture sur le côté jouxtant des résidences (vue 1).

Plan - Repérage des vues le long de la D 468





vue 1 - Illkirch-Graffenstaden hors agglomération ZPR 4

L'intersection avec l'avenue de Strasbourg voit de nombreux mobiliers urbains de grande dimension (vue 2 et 3).



vue 2 - Illkirch-Graffenstaden agglomération ZPR 4

L'exclusivité de la publicité sur le mobilier urbain pourrait être susceptible d'être considérée comme discriminatoire par rapport au domaine privé.



vue 3 - Illkirch-Graffenstaden agglomération ZPR 4 mobilier urbain faces publicitaires

Passé l'intersection il ne se trouve plus que des pré enseignes dérogatoires (vue 4) et rien dans la partie dite route Alfred Kästler qui est entièrement en espace boisé.



vue 4 - Illkirch-Graffenstaden ZPR4 hors agglomération route A.Kastler

La partie dite route du Rhin voit quelques rares préenseignes dans les terrains dégagés (vue 5).



vue 5 - Illkirch-Graffenstaden ZPR 4 hors agglomération route du Rhin

Cette voie n'est pas menacée par la publicité et la fin des préenseignes dérogatoires pour les activités utiles aux personnes en déplacement maintiendra la qualité du paysage.

La route nationale N4

La RN 4 est l'ancien axe routier venant de Paris avant que l'autoroute A4 soit mise en service. A son arrivée dans l'agglomération strasbourgeoise elle devient l'A 351. Sur tout son parcours sur le territoire de la CUS la RN 4 est située hors agglomération au sens du code de la route.

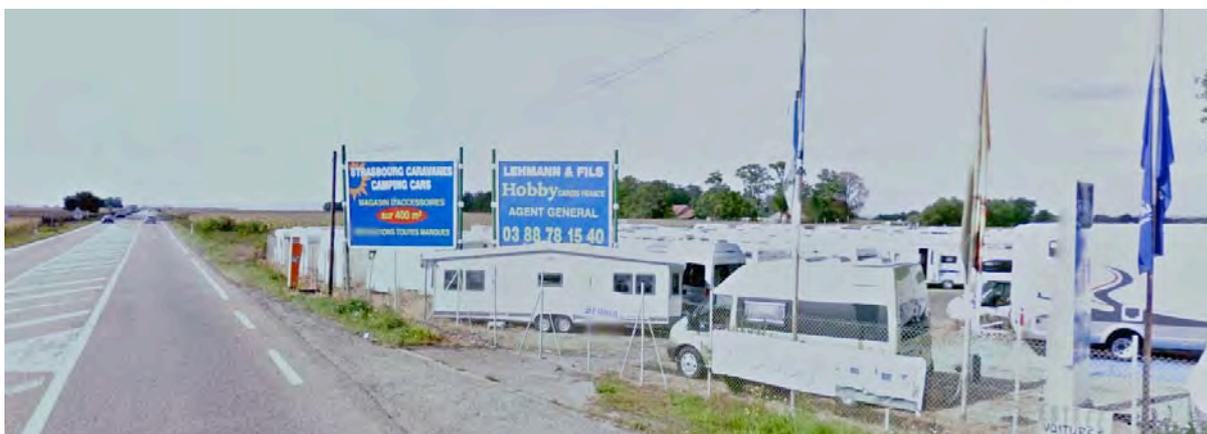
La RN4 est située sur les communes suivantes :

- 1) Oberschaeffolsheim
- 2) Wolfisheim

Plan - Repérage des vues
le long de la N4



L'entrée sur le territoire de la CUS se fait sur la commune d'Oberschaeffolsheim (sans RLP). On note qu'au sommet de la côte précédant l'A 351 un commerce de véhicules de loisir d'occasion a implanté des enseignes d'une surface unitaire double de la dimension légale (12 m² au lieu de 6) et au nombre de deux au lieu de une conformément aux nouvelles dispositions du code de l'environnement (vue 1).



vue 1 - Oberschaeffolsheim hors agglomération

Cette implantation est particulièrement visible du fait du dégagement de la vue et est maintenue, bien que l'accès au commerce ne puisse se faire que par la D 228 (vue 2).



vue 2 - Oberschaeffolsheim hors agglomération

On voit les premières préenseignes dérogatoires pour l'hôtellerie positionnées à une distance supérieure aux 5 km légaux (vue 3).



vue 3 - Oberschaeffolsheim hors agglomération

Ainsi que des dispositifs de surface unitaire double des 1,5 m² légaux et placés à moins de 5 m du bord de la chaussée et sans doute sur domaine public routier (vue 4).



vue 4 - Wolfisheim hors agglomération

ou de mauvaise proportion : 1,5 m de haut et 1 m de large (vue 5)



vue 5 - Wolfisheim hors agglomération

A la sortie vers Wolfisheim (sans RLP) la RN 4 devient l'A 351 (vue 6) et se poursuit hors agglomération. La sortie correspond à l'entrée dans l'agglomération de Wolfisheim. Côté sud les dispositifs d'enseignes en oriflamme sont en nombre trop important par rapport au régime national (1 par voie bordant l'immeuble d'activité).



vue 6 - Wolfisheim A 351 côté nord , route de Paris côté sud

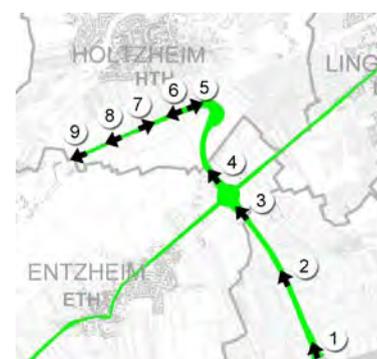
Les départementales 400 et 221, l'emprise aéroportuaire d'Entzheim

Ces voies mettent en relation directe l'autoroute A 35 et l'aéroport d'Entzheim. Elles sont entièrement situées hors agglomération. Elles traversent les bans communaux de Geispolsheim, Entzheim et Holtzheim qui sont des communes de moins de 10 000 habitants et hors Unité Urbaine de Strasbourg.

La départementale 400 est classée Route à Grande Circulation (RGC) à partir d'échangeur avec A 35 en direction de l'aéroport (vue 1).



vue 1 - sur Geispolsheim sortie de A 35 direction aéroport.



Plan - Repérage des vues le long des D 400-221

La route traverse un territoire totalement agricole (vue 2)



vue 2 - sur Geispolsheim direction aéroport

en arrivant sur le ban communal d'Entzheim elle croise la départementale 392 (vue 3)



vue 3 - limite Entzheim l'échangeur avec D 392

Passé l'échangeur avec D 392, (vue 4) et sur le ban communal d'Entzheim, se développe un secteur économique à dominante tertiaire dont les constructions sont sises à moins de 75 m de la voie classée RGC et qui ne constitue pas une agglomération au sens du code de la route.



vue 4 - entrée sur D 400 depuis D 392 sur commune d'Entzheim

La D400 rejoint sur le territoire d'Holtzheim la D 221 (vue 5) dont l'ensemble du parcours est situé hors agglomération.



vue 5 - échangeur D 221 - D 400 vers Strasbourg

la Départementale 221 est bordée d'un écran végétal de l'échangeur jusqu'à l'entrée de l'emprise aéroportuaire. (vues 6 et 7)



vue 6 - direction aéroport



vue 7 - direction Strasbourg

L'arrivée sur l'emprise aéroportuaire est marquée par la présence de panneau publicitaire scellés au sol (vue 8).



vue 8 - sur l'emprise aéroportuaire commune d'Entzheim

Du point de vue du code de l'environnement et en l'absence d'un RLP le permettant, l'emprise aéroportuaire sise hors agglomération ne permet pas ces dispositifs publicitaires (hors agglomération et commune de moins de 10 000 habitants) (vue 9)



vue 9 - la concession aéroportuaire a permis la pose des dispositifs publicitaires scellés au sol sans régularisation par un RLP communal.

Les départementales 863, 83 et 31

Les communes traversées sont :

- 1) Mundolsheim
- 2) Niederhausbergen
- 3) Mittelhausbergen
- 4) Oberhausbergen
- 5) Strasbourg

Plan - Repérage des vues le long des D 863-83-31



Ces voies traversent des portions de territoires communaux hors et en agglomération.

Toutes ces communes sont dans l'Unité Urbaine de Strasbourg

Ces voies traversent des portions de territoires communaux hors et en agglomération.

En partant de l'intersection avec la D 263 (vue 1) sur la commune de Mundolsheim,



vue 1- Début de la D 863 intersection D263

L'entrée d'agglomération, au sens du code de la route, de Mundolsheim se situe à environ 175 m du début. (vue 2)



vue 2 - l'entrée de l'agglomération de Mundolsheim

La commune de Mundolsheim ne dispose pas d'un RLP est sous les règles du régime général. Les dispositifs scellés au sol sont admis jusqu'à 12 m². (vue 3)



vue 3 - même conforme au RG, la proximité d'un dispositif au sol de grand format peut gêner la lecture architecturale

Le franchissement de l'emprise ferroviaire est un lieu privilégié pour l'implantation d'un message publicitaire. (vue 4)



vue 4 - emprise ferroviaire Mundolsheim vers la D 263

Le centre de Mundolsheim comporte des éléments architecturaux traditionnels (vue 5)



vue 5 - Le bâti traditionnel à Mundolsheim

La Sortie d'agglomération est située en zone naturelle (vues 6 et 7)



vue 6 - Rond point à Mundolsheim



vue 7 - La départementale 63

La RGC traverse un espace rural continu jusqu'à l'entrée (vue 8) de Niederhausbergen (commune sans RLP)



vue 8 - Entrée d'agglomération de Niederhausbergen

La commune comporte des publicités au format correspondant à celui des communes de moins de 10 000 habitants (vue 9)



vue 9 - messages de format 4 m2 (un message est en trop selon le nouveau RG)

et des dispositifs scellés au sol réglementaires (vue 10) puisque la commune est comprise dans l'unité urbaine de Strasbourg.



vue 10 - dispositif au sol en agglomération de Niederhausbergen

La sortie d'agglomération de Niederhausbergen vers le sud est en zone naturelle (vue 11)



vue 11 - la Départementale 63 vers Mittelhausbergen

L'entrée nord de l'agglomération de Mittelhausbergen (vue 12) est située très en avant du bâti groupé.



vue 12 - Entrée de Mittelhausbergen

La commune est dotée d'un RLP. La départementale 63 est située d'un côté en ZPR 2 (vue 13) qui interdit les dispositifs posés sur un terrain de moins de 25 m de façade (et le nouveau régime général limite à 1 sur un terrain de façade inférieur à 40 m) et de l'autre en ZPR 1 qui interdit la publicité sur domaine privé.



vue 13 - Il y a 4 messages en ZPR 2, sur une façade limitée.

La sortie de l'agglomération sur la D 31 (vue 14) est bordée côté sud par du tissu aggloméré continu récent qui n'est pas inclus dans la ZPR 2.



vue 14 - L'agglomération s'étend au-delà des plaques réglementaires.

La départementale traverse une vaste zone agricole (vue 15) avant de rejoindre sur une portion (400 m environ) le ban communal d'Oberhausbergen.



vue 15 - la D 31 vers l'agglomération de Mittelhausbergen

L'entrée d'agglomération sur le ban communal d'Oberhausbergen (vue 16) (continue ensuite jusqu'à Strasbourg) correspond à du bâti groupé d'activités tertiaires.



vue 16 - En ZPR 2 du RLP les enseignes sur toiture sont interdites.

Cette portion du territoire d'Oberhausbergen est située dans la ZPR 2 qui interdit les enseignes en toiture et les enseignes au sol de plus de 4 m² (vue 17).



vue 17 - Oberhausbergen ZPR 2

Les terrains bordant la voie sont occupés par des activités commerciales et de service. La ZPR 2 interdit les enseignes de plus de 4m² et plus de 4m de hauteur. Le panneau 4x3 est soit une préenseigne pour le supermarché soit une enseigne s'il est posé sur la même unité foncière, et dans les deux cas il n'est pas conforme au RLP.

La D31 pénètre sur le territoire de Strasbourg dans un tissu urbain mixte collectif-pavillonnaire.



vue 18 - Strasbourg ZPR 3

Les dispositifs (vue 18) sont des enseignes qui se trouvent sur le ban d'Oberhausbergen juste avant Strasbourg. La D 31 est située en ZPR 3 du RLP de Strasbourg qui limite les enseignes au sol à 2m² et 2m de hauteur, mais permet les dispositifs publicitaires au sol jusqu'à 12 m² si le linéaire de façade dépasse 30 m (vue 19).



vue 19 - Strasbourg ZPR 3

Jusqu'à l'intersection de la rue de Stutzheim, le tissu urbain ne permet pratiquement pas la pose de dispositifs muraux (peu de murs non-aveugles en zone pavillonnaire) (vue 20) et peu au sol (pas de façade suffisante sauf dans terrain de collectifs). On note en fond l'impact visuel du panneau sis sur le talus du domaine ferroviaire.



vue 20 - Strasbourg ZPR 3 (niveau rue de Stutzheim)

Rue de Stutzheim - Strasbourg

Classée en RGC la rue de Stutzheim relie les D31 (route de Mittelhausbergen) à la D41 (route d'Oberhausbergen). La rue traverse un quartier exclusivement résidentiel (vues 1 et 2) composé d'habitat collectif (R+3, R+4). Située en ZPR 4, on ne trouve cependant pas de publicités, l'architecture du bâti sans façade aveugle d'une part, et le tissu foncier d'autre part ne permettent pas la pose de dispositifs (sauf au sol en cas de concession avec le bailleur social).



vue 1 - Strasbourg ZPR 4



vue 2 - Strasbourg ZPR 4

Plan - Repérage des vues le long de la rue de Stutzheim

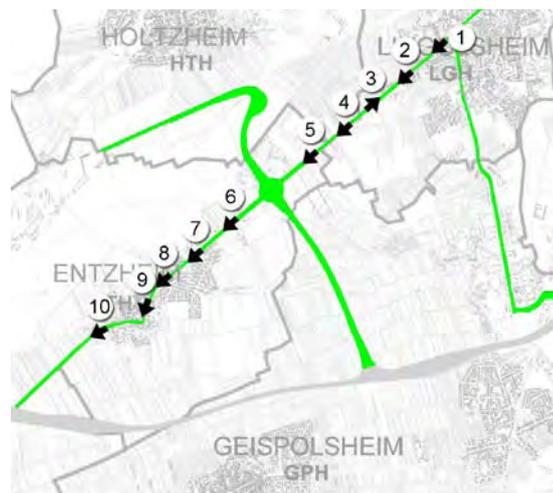


La départementale D 392 de Lingolsheim à Entzheim

Cette route classée à grande circulation constitue la sortie sud-ouest de l'agglomération strasbourgeoise. À partir de l'intersection avec la D 222, dans le centre de Lingolsheim la D 392 traverse la ZPR 1 (vue1),



vue 1 - dans le centre de Lingolsheim ZPR 1 la publicité est extrêmement limitée



Plan - Repérage des vues le long de la D 392

puis la ZPR 2 où la publicité est admise sous condition de densité (vue 2 et 3)



vue 2 - la ZPR 2 de Lingolsheim admet la publicité sur terrain ayant au moins 25m de façade



vue 3- l'entrée de Lingolsheim sur la D 392

Dès la sortie d'agglomération de Lingolsheim on retrouve les préenseignes dérogatoires (vue 4)



vue 4 - en direction d'Entzheim

Après avoir passé des zones d'extraction de grave, l'entrée sur le ban d'Entzheim mène directement à l'intersection avec la D 400 et le nouveau secteur d'activité tertiaire. (vue 5)



vue 5 - début du ban d'Entzheim

l'entrée dans l'agglomération d'Entzheim (commune de moins de 10 000 habitants) (vue 6)



vue 6 - l'entrée dans l'agglomération d'Entzheim est parfaitement marquée

On trouve de la publicité non réglementaire (vue 7)



vue 7 - dispositif scellé au sol interdit dans une commune de moins de 10 000 hab.

Et des publicités réglementaires mais inesthétiques (vue 8). La surface de la publicité sur mur est limitée à 4 m² dans une commune de moins de 2 000 habitants comme Entzheim, mais elle est portée à 12 m² en bordure d'une RGC jusqu'au 31 janvier 2014 (ou 2016). Passé cette date le dispositif en bordure d'une RGC sera limité à 8 m² sauf arrêté préfectoral.



vue 8 - dans le centre d'Entzheim publicités conformes au statut RGC

Le centre ville présente un caractère architectural traditionnel et pittoresque (vue 9)



vue 9 - dans le centre d'Entzheim

A la sortie de l'agglomération la D 392 débouche en milieu agricole (vue 10)



vue 10 - sortie d'agglomération d'Entzheim vers le sud-ouest

La départementale D 41

Plan - Repérage des vues le long de la D 41

La route départementale 41 est classée en RGC. Elle est un axe est-ouest appelé route d'Oberhausbergen sur le ban de Strasbourg et route de Saverne sur le ban d'Oberhausbergen.

C'est toujours un axe routier fréquenté qui attire les implantations publicitaires, d'autant que le quartier de Hautepierre comportant un équipement commercial important est tout proche côté sud.



Cette RGC est située en ZPR 3 sur Strasbourg qui permet la publicité jusqu'à 12 m², y compris sur portatif quand la façade foncière est supérieure à 30 m. Mais limite à 2 m² et 2 m de hauteur les enseignes au sol.



vue 1 - Strasbourg ZPR 3 D41

On constate que si le panneau au sol portait un message du pétrolier ce serait une enseigne dont il serait irrégulier, mais il est conforme en tant que publicité. On peut se demander s'il ne serait pas préférable d'harmoniser selon l'impact paysager de l'objet.

La règle de façade doit s'apprécier en terme d'unité foncière et il semble que le terrain d'accueil du panneau de droite (vue 2) ait un linéaire de 15 m et constitue une unité foncière correspondant à la parcelle 591 (vue 3).



vue 2 - Strasbourg ZPR 3 D41



vue 3 - la parcelle 591 issu du lotissement de la parcelle 193

Le tissu urbain bordant la D41 est à dominante résidentielle jusqu'à la limite d'Oberhausbergen (vue 4), et où il se prolonge par un tissu exclusivement résidentiel et prend le nom de Route de Saverne.



vue 4 - Oberhausbergen ZPR 2 D41

Le RLP d'Oberhausbergen ne permet les portatifs que sur une unité ayant au moins 25 de linéaire de façade (façade à droite = 28m) . Ce dispositif porte un cadre de grande surface qui a pour objet et effet d'en augmenter l'impact visuel. Cette surface n'est pas prise en compte comme surface publicitaire.(vue 5).



vue 5 - Oberhausbergen ZPR 2 D41

La D 41 se poursuit dans l'agglomération d'Oberhausbergen en ZPR 1 où la publicité et les préenseignes sont interdites sauf sur mobilier urbain à 2 m2 maximum (vue 6).



vue 6 - Oberhausbergen ZPR 1 D41

La sortie de l'agglomération à l'intersection avec la D 63/563 est située en espace naturel vers le sud.

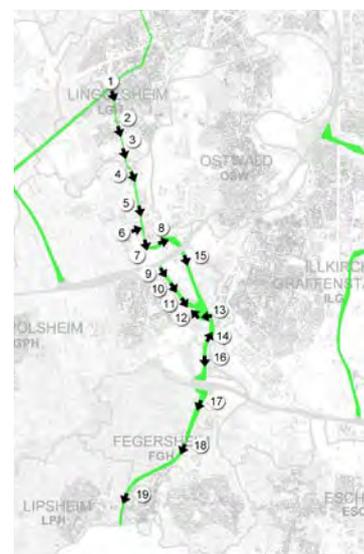


vue 7 - Oberhausbergen D 563 direction sud

La départementale D 222, la route nationale N83 et la D1083

Cet axe routier classé RGC est la sortie sud de l'agglomération strasbourgeoise. Elle traverse les communes de Lingolsheim, de Geispolsheim (ne fait pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg) de Fegersheim et longe Lipsheim avant de sortir du territoire de la CUS.

Partant de l'intersection avec la D 392, la D 222 a le nom de rue des Juifs et se situe dans la ZPR 1 de Lingolsheim qui interdit toute publicité sauf sur mobilier urbain. Après 300 M la voie devient la rue de Graffenstaden et se situe en ZPR 2 qui conditionne la présence publicitaire à un linéaire de façade d'au moins 25m.



Plan - Repérage des vues le long des D22 - N83 -D1083

Le tissu urbain est un pavillonnaire dense peu approprié à la présence publicitaire mais qui s'éclaircit progressivement et comporte des activités de service (vue 1) .



vue 1 - Lingolsheim ZPR 2 D 222

La sortie de l'agglomération est au niveau d'emprises sportives et de loisirs. (vue 2)



vue 2 - Lingolsheim D 222 sortie d'agglomération

Ces emprises sont toutes sises hors agglomération mais l'on trouve cependant du mobilier urbain publicitaire (vue 3).



vue 3 - Lingolsheim D 222 mobilier urbain publicitaire hors agglomération.

En abordant le ban communal de Geispolsheim, la D 222 traverse un espace d'urbanisation diffuse situé hors agglomération au sens du code de la route. Le RLP de Geispolsheim a placé en ZPA les secteurs d'activités économiques situés hors agglomération, et bien que la commune ne fasse pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg et ait moins de 10000 habitants les portatifs sont admis avec un espacement de 100 m (vue 4 et 5).



vue 4 - Geispolsheim ZPA D222 hors agglomération mais en ZPA portatif admis



vue 5 - Geispolsheim ZPA D222 intersection rue Forlen

l'intersection de la D 222 et de la rue du Commerce montre qu'un ensemble de logements (vue 6) est situé au cœur de la ZPA, ce qui pose problème avec la nouvelle définition de ce type de zone sise hors agglomération.



vue 6 - Geispolsheim ZPA rue du Commerce intersection D222

La voie comporte par moments une forte densité de signaux publicitaires extérieurs qui pourrait faire penser qu'il s'agit d'un espace situé en agglomération (vue 6)



vue 7 - Geispolsheim ZPA D222

En rejoignant un autre secteur d'activités composant la zone commerciale dite de « la Vigie » au nord de l'échangeur avec la D 484 on constate que les activités ne sont pas dans une partie sise en ZPA mais l'on y trouve des dispositifs de grande dimension.(vue 8)



vue 8 - Geispolsheim D 222 la Vigie hors ZPA

A partir de ce rond point l'itinéraire RGC emprunte deux voies différentes : la D 222 et la N83 :

A) La D 222

La D 222 descend vers le sud en prenant le nom de rue du Fort et se situe en agglomération bien que le RLP la classe en ZPA (vue 9)



vue - 9 Geispolsheim D 222 la rue du Fort est en agglomération mais classée en ZPA

Le positionnement en ZPA permet la présence de dispositifs portatifs bien que la commune fasse moins de 10000 habitants. Mais dans le cadre des nouvelles normes nationales il n'est plus possible d'instaurer une zone de publicité élargie. La zone d'activité comporte une grande surface commerciale et de multiples commerces et services. Le paysage est dominé par les messages commerciaux. (vues 10 et 11)



vue 10 - Geispolsheim ZPA D222 rue du Fort



vue 11 Geispolsheim ZPA D222 rue du Fort

Cette partie de la zone d'activité commerciale est actuellement en ZPA mais aussi en agglomération au sens du code de la route (vue 12), celle-ci ayant une population de référence inférieure à 10 000 habitants les dispositifs au sols sont désormais interdits.



vue 12 - Geispolsheim ZPA D222 entrée d'agglomération sud

La D222 rejoint l'ex N83 sur la ZPA dite Pont du Péage (vue 13)



vue 13- Geispolsheim ZPA D222 pont du Péage

La RGC porte à ce niveau le nom de route de Lyon en continuité de la voie venant d'Illkirch-Graffenstaden au nord. Les abords de la voies classés en ZPA accueillent des activités hôtelières et automobiles. On y relève des dispositifs publicitaires au sol et notamment un dispositifs de publicité à affichage numérique (vue 14). La commune de Geispolsheim, ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg et comptant moins de 10 000 habitants, la délivrance de l'autorisation nécessaire à ce type d'implantation est problématique, à moins de considérer que ces terrains jouxtant l'agglomération d'Illkirch-Graffenstaden font physiquement partie de l'unité urbaine de Strasbourg.



vue 14 - Geispolsheim ZPA Pont du Péage intersection D222/route de Lyon

B) la N83

La N83 est en RGC direction sortie sud de l'agglomération strasbourgeoise à partir du rond-point reliant la D484 venant d'Ostwald et l'A35. Cette emprise est située hors agglomération et hors ZPA. La route traverse des espaces naturels sis hors agglomération et les abords sont remplis de préenseignes dérogatoires destinées principalement aux activités hôtelières de la zone de la Vigie. (vue 15)



vue 15 - Geispolsheim N83 avant sortie Vigie

La N83 longe la zone commerciale au niveau de la rue du Fort (vue 15) et longe ensuite la ZPA de l'ill entièrement consacrée à l'hôtellerie. (vue 16)



vue 16 - Geispolsheim N 83 ZPA de l'ill

Passé l'échangeur avec la N353, la route devient la D1083, elle est bordée de terres agricoles à l'ouest (vue 17) et d'entreprises commerciales et de service à l'est (vue 18) sur le ban communal de Fegersheim.



vue 17 - Fegersheim D1083 hors agglomération



vue 18 - Fegersheim D1083 équipements commerciaux

La section agglomérée au sens du code de la route est sur le ban de Fegersheim à l'est et Lipsheim à l'ouest (vue 19), ces deux communes sont dans l'unité urbaine de Strasbourg.



vue 19 - entrée d'agglomération Lipsheim-Fegersheim D1083

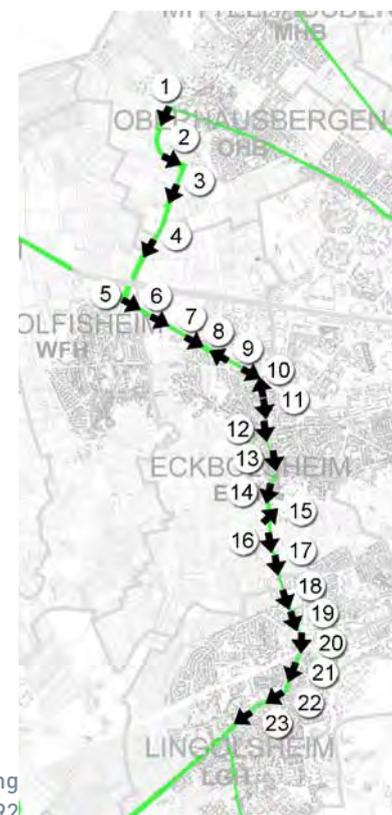
La départementale D 563, 63, 445 et 392 (début)

Ces Routes classées à grande circulation sont un itinéraire nord-sud traversant l'agglomération strasbourgeoise dans sa partie ouest. Elle traverse les bans communaux d'Oberhausbergen, Wolfisheim, Eckbolsheim, et Lingolsheim qui sont toutes des communes faisant partie de l'unité urbaine de Strasbourg.

Partant de l'intersection avec la D 41 à l'entrée ouest d'Oberhausbergen l'itinéraire commence par un contournement : D563 qui est entièrement situé hors agglomération. (vue 1)



vue 1 - Oberhausbergen D 563



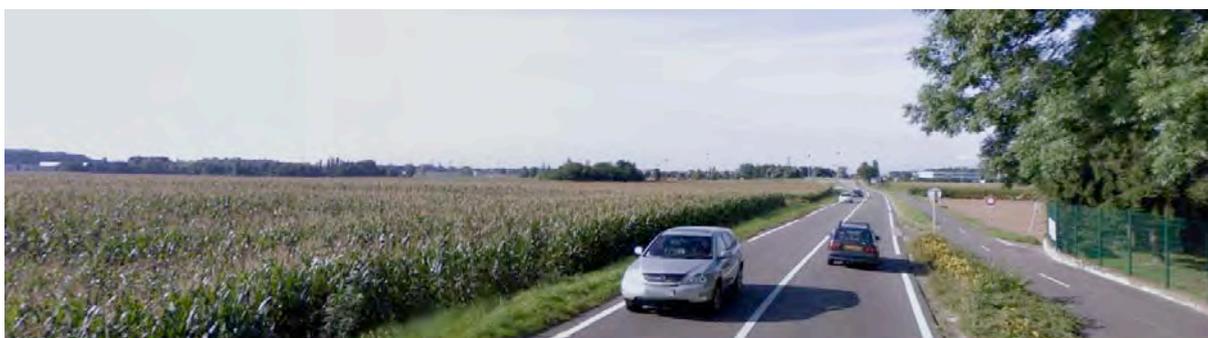
Plan - Repérage des vues le long des D563 - 63 - 445 - 392

Il rejoint l'agglomération au niveau de l'intersection avec la D 63 (vue 2)



vue 2 - Oberhausbergen D 563 intersection D 63

De l'intersection jusqu'à l'agglomération de Wolfisheim la D 63 traverse des terres agricoles (vue 3). Ces terrains ne portent pas de préenseignes dérogatoires.



vue 3 - Oberhausbergen D 63 limite sud du ban communal

A l'arrivée sur l'échangeur avec la nationale 4 et l'A351 se retrouve de la signalétique dérogatoire non conforme (plus haute que large) (vue 4)



vue 4 - Wolfisheim D 63 approche de l'échangeur avec A351

Dès le passage de l'échangeur proche du tissu urbain commercial au nord de l'agglomération de Wolfisheim (pas de RLP) on trouve des enseignes de grande dimension (vue 5)



vue 5 - Wolfisheim (pas de RLP) route de Wasselone enseignes de restauration rapide

La sortie d'agglomération de Wolfisheim correspond avec la limite communale avec Eckbolsheim (pas de RLP) (vue 6)



vue 6 - Wolfisheim Route de Wasselone sortie d'agglomération et du ban communal

Dès l'entrée dans l'agglomération d'Eckbolsheim on trouve des implantations publicitaires de grande dimension (12 m²) (vue 7),



vue 7 - Eckbolsheim route de Wasselone entrée d'agglomération

ainsi que du mobilier urbain publicitaire en bordure immédiate de la chaussée (vue 8)



vue 8 - Eckbolsheim rte de Wasselone proche fin d'agglomération

Les implantations publicitaires soumises aux seules normes nationales se concentrent aux intersections (vue 9 et 10), car le temps de lecture des messages est plus grand.



vue 9 - Eckbolsheim rte de Wasselone direction est.



vue 10 - Eckbolsheim rte de Wasselone intersection D 745

L'entrée direction sud se fait par la D 745 appelée route d'Oberhausbergen. Elle traverse un tissu pavillonnaire assez dense ne permettant pas la pose de publicité en conformité avec les normes nationales (vue 11)



vue 11 - Eckbolsheim D645 route d'Oberhausbergen

Le tissu se densifie jusqu'à devenir continu ou presque au centre ancien de la commune. On rencontre une architecture traditionnelle qui présente un intérêt pittoresque. (vue 12)



vue 12 - Eckbolsheim centre ancien architecture traditionnelle tissu très dense

La place centrale bordée par des bâtis anciens de grande qualité comporte des messages publicitaires hors d'échelle mais conformes au normes nationales (vue 13)



vue 13 - Eckbolsheim D 445 centre ancien

A partir de la place centrale la D745 devient D 445 et prend le nom de rue du Gal Leclerc en direction sud. Jusqu'à la sortie de l'agglomération le tissu urbain (vue 14) n'est pas compatible avec la pose de dispositifs au sol.



vue 14 - Ekbolsheim D 445

Sinon ils sont en infraction (vue 15)



vue 15 - Eckbolsheim rue des Cerises vue depuis D 445 panneau à - 10m fenêtres voisines

La sortie de l'agglomération débouche en espace naturel (vue 16)



vue 16 - Eckbolsheim D445 sortie d'agglomération.

La route atteint un secteur d'urbanisation diffuse comportant des préenseignes dérogatoires avant d'arriver au ban communal de Lingolsheim (vue 17) qui est en continuité avec un tissu peu dense sur la commune de Lingolsheim, hors des plaques d'agglomération.



vue 17 - Eckbolsheim D445 fin du ban communal, urbanisation diffuse en continuité avec Lingolsheim

Cette portion ne peut être considéré comme étant situé en agglomération au sens du code de la route, donc ne peut admettre les dispositifs publicitaires ni au sol et ni sur mur (vue 18).

Passée l'emprise ferroviaire la D 445 devient l'avenue Robert Schuman et se trouve en ZPR2., où la présence de publicité n'est admise que si le terrain présente une façade supérieure à 25 m. (vue 21)



vue 21 - Lingolsheim ZPR 2 D 445 terrain de façade supérieure à 25 m

La D 445 rejoint la D 392 qui poursuit l'itinéraire RGC en direction du sud-ouest de l'agglomération. Cette intersection est placée en ZPR qui conditionne la publicité à un linéaire de façade d'au moins 25 m. (vue 22)



vue 22 - Lingolsheim ZPR 2 D 392 début rue du Mal Foch façade inférieure à 25 m

Le tissu urbain est dense et ne permet pratiquement pas de présence publicitaire. A partir de l'intersection avec la rue d'Eckbolsheim (vue 23) la D 392 traverse la ZPR 1 où la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain jusqu'à 2 m².



vue 23 - Lingolsheim ZPR 1 D 392 la rue d'Eckbolsheim marque le début de la ZPR 1

le centre de Lingolsheim se caractérise par un tissu urbain comportant du bâti bas et moyen. On constate une mutation du tissu vers une densité plus importante. La place de la publicité est nulle conformément au RLP, jusqu'à l'intersection avec la D 222 (vue 24)



vue 24 - Lingolsheim ZPR 1 D 392 intersection D 222

Rue de la Rochelle et rue du Havre - Strasbourg

Ces deux rues sises à l'est du ban communal de Strasbourg constituent l'axe de desserte de la zone industrielle et portuaire en venant du sud ; elle constitue aussi une part de contournement du quart sud-est de l'agglomération.

Cet axe classé RGC traverse dans sa partie sud un couvert boisé situé hors agglomération (vue 1)

Plan - Repérage des vues le long des rues de la Rochelle et du Havre



vue 1 - Route de la Schafhardt (hors agglomération)

La rue de la Rochelle est bordée d'un couvert boisé dense qui ne permet pas la pose de dispositifs (vue 2)



vue 2 - Rue de la Rochelle (hors agglomération)

la rue de la Rochelle longe ensuite des emprises ferroviaires côté ouest et côté est des emprises industrielles et de services routiers (vue 3) qui ont des signalisations de grande dimension scellées au sol (vue 3)



vue 3 - Rue de la Rochelle (hors agglomération) préenseigne 12 m2

La rue continue vers le nord en étant bordée d'emprises d'activités industrielles et de service avec une bordure plantée qui la sépare visuellement. Les potentialités d'implantations sont de fait extrêmement limitées.



vue 4 - Rue de la Rochelle (hors agglomération)

La rue de la Rochelle atteint une zone d'activités dont la densité du bâti pourrait constituer une agglomération et se trouve en ZPR 4 du RLP de Strasbourg, la présence de mobilier urbain comportant une publicité commerciale semble le confirmer. (vue 5)



vue 5 - Rue de la Rochelle (position hors ou en agglomération ?)

Ensuite la desserte des entreprises est assurée par une voie spécifique parallèle à la RGC qui constitue un élément pouvant confirmer la position « en agglomération » de cette voie, donc sa position en ZPR 4 .



vue 6 - Rue de la Rochelle ZPR 4

Passé l'intersection avec la rue de Lorient (vue 7) la voie devient ensuite la rue du Havre. Les terrains bordant sont comme précédemment couverts soit d'espaces naturels soit d'activités.



vue 7 - Rue de la Rochelle ZPR 4

La morphologie des abords de la rue du Havre ne permet pas d'implantations publicitaires en dehors de quelques emplacements dégagés sur des concessions ferroviaires (vue 8) ou fluviales (vue 9). Les terrains sont situés en ZPR 4 qui permet les portatifs publicitaires de grands format.



vue 8 - Rue du Havre ZPR 4 concession ferroviaire



vue 9 - Rue du Havre ZPR 4 concession fluviale

Les activités bordant la voie se signalent par des enseignes dépassant parfois la norme ZPR 4 qui limite à 4 m² et 4 m de haut les enseignes au sol (vue 10)



vue 10 - Rue du Havre ZPR 4 enseigne totem hors norme locale

La rue du Havre débouche sur l'ex N4 dans un secteur urbain en pleine mutation. (vue 11) Où les emprises fluviales cèdent la place à un tissu urbain dense et traditionnel.



vue 11 - intersection exN4 – rue du Havre ZPR 4

L'ancien route nationale N4

La route du Rhin nationale 4 déclassée longe le sud du centre ancien de Strasbourg en joignant l'A53 au Pont de Kehl, c'est une route à grande circulation.



Plan - Repérage des vues le long de l'ancien N4

Le tissu urbain est en mutation profonde passant d'une périphérie industrielle et fluviale à un tissu résidentiel et de service commercial. La voie et les terrains qui la bordent sont entièrement inclus dans la ZPR 3 du RLP de Strasbourg qui limite la densité des dispositifs publicitaires sur mur ou portatifs et les enseignes au sol à 2 m².

À partir du pont de Kehl (vue 1), la présence de la publicité est conditionnée par la concession fluviale.



vue 1 Strasbourg exN4 ZPR 3

la mutation de l'occupation des sols s'accompagne d'une refonte de la voirie supprimant certains dispositifs sur la concession fluviale mais en laissant ceux sur concession de voirie et sur terrains privés (vue 2).



vue 2 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin

On relève l'implantation récente de matériel d'un nouveau type (éclairage par transparence régulé) (vue 3), ce qui traduit l'importance de cet axe de circulation du point de vue publicitaire, en dépit des travaux en cours.



vue 3 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin nouveau type de matériel publicitaire

Les terrains disponibles sont équipés (vue 4) avec du matériel correspondant au format du mobilier urbain



vue 4 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin intersection rue de Nantes

Le tissu urbain nouveau comporte des publicités immobilières temporaires (vue 5) et des enseignes parfois hors norme ZPR 3 (2 m² et 2 m de haut maxi) (vue 6)



vue 5 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin promotion immobilière



vue 6 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin enseigne au sol hors norme locale

La principale présence publicitaire est celle du mobilier urbain (vue 7)



vue 7 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin mobilier urbain grand format

On note aussi la présence de dispositifs sur support conforme mais relativement inadapté à l'architecture du bâti (vue 8)



vue 8 - Strasbourg ZPR 3 route du Rhin intersection rue Pierre Fresnay

Passé la Place de l'Etoile les implantations autres que sur mobilier urbain sont impossible sauf pour une enseigne hors norme de la ZPR 3 à l'arrivée sur l'échangeur avec l'A 35 (vue 9). Du point de vue du code de la route cette enseigne constitue une publicité puisqu'elle n'est visible uniquement que d'une voie classée hors agglomération et sans accès direct.



vue 9 - Strasbourg ex N4 enseigne hors norme et visible uniquement de la voie sans accès direct

3.2. Analyse des secteurs identifiés

Les secteurs identifiés lors du relevé de terrain et/ou de l'analyse du territoire sont les suivants

3.2.1. L'aéroport d'Entzheim

L'emprise aéroportuaire d'Entzheim est placée à l'extrémité de la RGC D221 – D 400 qui la relie à l'autoroute A 35 menant à Strasbourg. La partie concernée est celle composée de la voirie d'accès et de desserte des halls passagers et des aires de stationnement des véhicules individuels. L'emprise est située hors agglomération mais elle constitue une entité particulière, référencée par le nouveau régime du code de l'environnement (art R581-26) et qui permet de la traiter spécifiquement dans le cadre d'un règlement local de publicité.

On y trouve une série de dispositifs publicitaires faisant l'objet d'une concession d'exploitation commerciale comme sur la plupart des aéroports français.



vue 1 - les dispositifs publicitaires sont en concurrence visuelle avec les informations directionnelles routières du site.



vue 2 - la publicité ne joue pas de rôle dans l'usage de la zone



vue 3 - l'enjeu d'image de marque de l'emprise aéroportuaire porte sur un positionnement spécifique entre les informations pratiques et les informations publicitaires commerciales



vue 4 - l'ensemble de la zone accessible au public est parsemée de panneaux de la concession aéroportuaire



vue 5 - les dispositifs ne sont pas implantés selon un schéma cohérent de mise en valeur

3.2.2. Les grands linéaires domaniaux - les canaux

Le PADD le demande : il faut que les voies navigables soient considérées comme des portes d'entrée de la communauté urbaine. Nous constatons une grande différence de prise en considération du point de vue de la protection du paysage fluvial contre un risque qu'envahissement publicitaire entre les différentes communes. Pas de contrainte particulière sur Strasbourg au niveau de la Plaine des Bouchers (vues 1 et 2),



vue 1- plaine des Bouchers vers Strasbourg centre



vue 2 - plaine des Bouchers vers Illkirch-Graffenstaden

mais interdiction dans la continuité du linéaire à Illkirch-Graffenstaden (vues 3 et 4).



vue 3 - la publicité est interdite dans la ZPR 4 d'Illkirch-Graffenstaden



vue 4 -Illkirch -Graffenstaden

Il en va de même dans la partie nord de la CUS où l'on trouve une interdiction à Bischheim (vue 1) et rien ailleurs comme par exemple à Hoenheim (vue 5). On constate que ces grands linéaires de canaux comme des éléments du patrimoine culturel de l'agglomération qui mêlent à la fois nature et construction..



vue 5 - Bischheim la ZPR interdit la publicité sur l'emprise du canal



vue 6 - Hoenheim le caractère naturel se retrouve du sud au nord de l'agglomération le long du canal

3.2.3. La zone commerciale nord de Vendenheim

Le zone commerciale Nord se situe en bordure de la D 263. On peut distinguer dans l'ensemble du secteur à vocation économique qui s'étend sur les communes outre Vendenheim, de Lampertheim et de Mundolsheim, et la parte située sur Vendenheim à l'Est de la D 263, qui constitue un ensemble plus ou moins homogène. S'il paraît nécessaire et suffisant de traiter au niveau réglementaire les signaux commerciaux se rapportant aux activités longeant la D 263, il semble plus adéquat de traiter comme un ensemble homogène la zone commerciale Nord proprement dite, qui se caractérise par une série de travers paysagers identiques :

- trop d'enseignes au sol, trop larges et trop hautes, qui se confondent avec des dispositifs publicitaires.



vue 1- zone commerciale Nord multiplicité de messages concurrentiels



vue 2- zone commerciale Nord enseignes utilisant du matériel publicitaire



vue 3- concurrence sur même terrain entre enseigne au sol et enseigne mural (dépassant la limite du mur support)



vue 4- dispositifs « enseignes » dépassant la hauteur maximale admise (6,50 m)

- des structures rapportées sur les bâtiments manquant de conception architecturale. Et ne correspondant pas aux normes spécifiques des enseignes en toiture.



vue 5- structures architecturales ne correspondant pas aux normes des enseignes en toiture



vue 6- Enseigne sur bâti ajoutées

La sensation visuelle est celle d'un fouillis oppressant de messages racoleurs, qui rendent totalement inefficaces les signaux directionnels de voirie. L'application du régime général des enseignes permettrait déjà de diminuer cette impression. Il conviendrait ensuite d'évaluer la pertinence en terme de communication entre les messages muraux et les messages sur dispositifs spéciaux au sol. Il importerait ensuite d'intégrer dans la réflexion l'utilisation cohérente et raisonnée de la technologie numérique et les systèmes de guidage mobile. Une telle démarche implique une concertation avec les acteurs locaux du commerce.

3.2.4. La zone commerciale de « la Vigie »

A part un élément totalement hors norme (illégal donc) constitué par un totem de plus de 15 m de haut la zone commerciale de la vigie ne comporte de situation aussi prégnante visuellement que la zone commerciale nord. En terme de cadre de vie et d'image le problème serait plus dans un manque d'originalité et un formatage des messages sur le modèle du 4X3.



vues- zone commerciale la Vigie

Un problème juridique et territorial :

La problématique réelle de la zone commerciale de la Vigie réside dans l'hétérogénéité de ses statuts territoriaux et dans les conséquences qui en découlent sur la réglementation de la publicité extérieure.

L'ensemble des terrains qui composent la zone commerciale sont répartis sur trois communes : Geispolsheim, Ostwald et Illkirch-Graffenstaden. La majeure partie est situés sur Geispolsheim, dans la partie est du ban communal. Les terrains appartenant à Ostwald et Illkirch-Graffenstaden ne sont pas en continuité immédiate de l'agglomération au sens courant du terme.

Pour la réglementation de la publicité extérieure il y a deux références démographiques :

a- Ostwald et Illkirch-Graffenstaden appartiennent à l'unité urbaine de Strasbourg qui compte plus de 100 000 habitants, et sont donc soumises indépendamment de leur taille aux normes des communes plus de 100 000 habitants.

b- Geispolsheim ne fait pas partie de l'unité urbaine de Strasbourg et sa taille démographique légèrement supérieure à 7000 habitants, la place dans les normes des moins de 10000. De ce fait les dispositifs scellés au sol sont prohibés. Mais les dispositions d'une ZPA permettent d'admettre les dispositifs scellés au sol, ce qui est le cas.

Chaque commune a un RLP dont les dispositions de zonage qui concernent la Vigie en compte l'existence de la zone de la Vigie.

- Ostwald : le RLP a deux types de zone : zone de quasi interdiction et zone restreinte sur le reste de l'agglomération où les dispositifs au sol sont admis sur terrain ayant un linéaire de façade d'au moins 30 m. Les terrains participant à la zone d'activités et zone commerciale sont situés hors des plaques d'agglomération tant sur la D 884 que sur la D 484 qui viennent du noyau aggloméré de la commune. On y trouve pourtant sur le domaine public du mobilier urbain publicitaire, ce qui présumerait d'une situation en agglomération au sens du code de la route.

- Illkirch-Graffenstaden : le RLP stipule que cette zone restreinte n°3 fera l'objet de mesures intercommunales futures. Les terrains concernés sont en fait le parking d'un bâtiment abritant des activités commerciales situées sur le ban de Geispolsheim. On y remarque la présence d'un totem-enseignes hors normes. Le terrain est hors agglomération d'Illkirch-Graffenstaden mais pourrait être considéré en agglomération si les parties le jouxtant sur Ostwald et Geispolsheim y sont.

- Geispolsheim : les terrains de la zone commerciale sont classés par le RLP en zone de publicité autorisée (cf carte). Ils le sont car les diverses parties de la zone commerciale étaient hors agglomération lors de l'élaboration du RLP en 2004. On relève qu'aujourd'hui des plaques d'entrée d'agglomération sont placées rue du Fort en venant du nord, ce qui remet en cause le fondement de la ZPA rue du Fort. La ZPA Forlen Activa est bien sise hors agglomération pour ce qui concerne la départementale D 222 route de Lingolsheim, mais la présence d'habitat en plusieurs lieux de la zone la rendrait inéligible à la nouvelle définition de zone d'activité hors agglomération. La ZPA dite Fort Nord ne comprend pas le terrain commercial sis sur les 3 communes en bordure de la D 884. Il est donc hors agglomération et sans ZPA la publicité est interdite et les enseignes limitées au règlement national 6 m² et 1 seule par façade sur voie. La ZPA de l'ILL est effectivement hors agglomération. La ZPA du pont de Péage est en continuité bâtie avec l'agglomération d'Illkirch-Graffenstaden, et il pourrait être estimée qu'elle est en prolongation de norme publicitaire aussi puisque l'intervalle est inférieur à 200m. On constate la présence d'un dispositif numérique qui a dû être autorisé. Il est en infraction avec les nouvelles normes nationales puisque dans une commune de moins de 10 000 habitants.



L'enjeu essentiel est de trouver une harmonisation réglementaire sur l'ensemble du périmètre de la zone commerciale qui tienne compte de l'évolution de statut des terrains au regard du code de la route et de fixer précisément ces limites. En outre il conviendrait de définir exactement à quelles normes se rattachent les parties de territoire de Geispolsheim en continuité physique avec les parties agglomérées des communes voisines de la Vigie selon les arrêts de la jurisprudence du Conseil d'Etat.

L'objectif est de donner une base juridique commune et fiable à la réglementation locale de publicité couvrant ce secteur soumis à forte pression de communication, du fait de la vocation commerciale et par la présence de voies à forte circulation (RGC).

3.2.5. Les centres anciens des communes de la CUS (sauf Strasbourg)

Chaque commune de la CUS possède un noyau urbain ancien plus ou moins étendu et en général bien entretenu. Le bâti traditionnel et le type de tissu urbain qui l'accompagne constitue une valeur patrimoniale culturelle incontestable et incontestée.

S'il est simple d'y interdire la publicité (et les préenseignes) ou de la limiter bien en deçà des normes générales, il est plus délicat de réglementer les enseignes au delà des déclarations d'intention et de donner aux instructeurs des éléments d'appréciation objectifs justifiant les décisions.

Les centres anciens des différentes communes de la CUS autres que Strasbourg présentent une homogénéité architecturale et urbanistique qui justifient des mesures identiques pour les mêmes zones urbaines du PLU.

Il s'agit en outre de veiller à ce que les règles concernant la publicité aux abords de ces villages soient en cohérence avec la protection de ces ensembles bâtis anciens.



vue 1 - Fegersheim

RGC en traversée d'agglomération moins de 10 000 habitants :

Les mesures réglementaires locales sont indispensables pour contrôler la présence des publicités dans les centres anciens des communes de moins de 10 000 habitants traversés par une route à grande circulation. La règle nationale permettant des dispositifs de muraux de 8 m², comme à l'entrée de la partie ancienne d'Entzheim



vue 2 - Entzheim publicités conformes à l'ancienne règle RGC, qui devra juste être réduite en format si pas de RLP plus restrictif

3.2.6. Le secteur sauvegardé de Strasbourg

Il apparaît que le secteur sauvegardé de Strasbourg constitue aussi un formidable outil commercial. Il sera sous peu étendu et il est nécessaire que tous les éléments du paysage urbain y trouvent leur juste place. C'est notamment le cas des enseignes qui sont une donnée patrimoniale importante et identitaire du centre-ville historique. Il apparaît que la situation juridique actuelle est fragile dans la mesure où les normes spécifiques aux enseignes si elle étaient mises en application interdiraient ces enseignes dans la plupart des rues. Il faut donc reprendre la rédaction des prescriptions particulières concernant les enseignes de manière en s'appuyant sur les données historiques et artisanales à la fois dans le cadre des nouvelles règles du plan de sauvegarde et dans le RLP.



vués - centre Strasbourg

On constate la place exclusive du mobilier urbain pour supporter de la publicité commerciale bien qu'elle soit interdite en secteur sauvegardé. L'extension du secteur pose la question de sa place en terme d'exclusivité et de risque de discrimination. Pour ce faire il aurait convenu que le RLP lève explicitement l'interdiction en définissant clairement les lieux où il est possible d'apposer une publicité commerciale sur un mobilier urbain.

4. BILAN

4.1. Les différents types de dispositifs publicitaires relevés

On relève le long des RGC, les types de dispositifs suivants :

Dispositifs publicitaires :

- Panneau mural 4x3
- Panneau scellé au sol 4x3 simple ou double face

Les deux dispositifs ci-dessus peuvent comporter un système d'affichage triple.

- Panneau mural 8 m² avec ou sans décor
- Panneau au sol 8 m² avec ou sans décor simple ou double face

Les deux dispositifs ci-dessus comportent généralement un système d'affichage multiple défilant sous caisson. Les panneaux au sol double face servent pour le mobilier urbain d'information grand format.

- Panneau au sol 8 m² à affichage numérique
- Panneau 4 m² mural
- Panneau 4 m² au sol (simple ou double face)
- Panneau 2 m² sous caisson

Ce type de panneau peut comporter un système d'affichage déroulant). Les caissons sont utilisés pour le mobilier urbain d'information 2 m² (abri-voyageurs ou panneau d'information)

- Panneau mural 1,5 m²
- Panneau au sol 1,5 m²

Ces panneaux servent généralement pour les préenseignes dérogatoires dites dérogatoires et ne sont pas soumis à déclaration préalable

4.2. Les différents types d'infractions constatés

On distingue les infractions aux règles nationales régissant la publicité, l'enseigne et la préenseigne des infractions aux dispositions d'un règlement local.

Les infractions suivantes relatives à la déclaration préalable et à l'autorisation ne sont pas prises en considération.

Pour la publicité et les préenseignes :

- non déclaration préalable de pose d'un dispositif publicitaire.
- non conformité formelle du dispositif par rapport à la déclaration préalable)

Pour les enseignes

- non autorisation de pose d'une enseigne sur immeuble dans un lieu imposant cette procédure.
- non conformité formelle du dispositif d'enseigne par rapport aux clauses d'autorisation

Les infractions à la réglementation nationale sont :

Pour la publicité et les préenseignes :

- non mention de l'entreprise exploitant le dispositif.

a) hors agglomération :

- l'implantation hors agglomération d'une publicité
- le non respect des règles de nombre (plus de 4) et de distance (plus de 5km) pour les préenseignes dérogatoires implantées hors agglomération et en agglomération de moins de 10 000 habitants. Cette infraction est principalement le fait de l'hôtellerie.

b) en agglomération :

- l'implantation dans un secteur interdit à la publicité (sur un monument protégé, un site classé) cette interdiction est définitive.
- l'implantation dans le champ de visibilité et à proximité d'un monument protégé, dans un secteur de protection du patrimoine PSMV, ZPPAUP, AMVAP, un site inscrit pour lequel l'interdiction n'a pas été levée dans le cadre d'un RLP.
- l'implantation surnuméraire d'une publicité en fonction du linéaire de façade du terrain d'accueil par non respect de règles de densité
- l'implantation mal positionnée sur son support :
 - dispositif mural trop bas : moins de 0,50 m du sol,
 - dispositif mural dépassant les limites du support,
 - dispositif mural sur une façade non aveugle (ouverture de plus de 0,50 m),
- l'implantation dans des dimensions ou des procédés non conformes aux normes se rapportant à la taille démographique de la commune :
 - dispositif au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
 - dispositif scellé ou posé au sol en un lieu interdit dans un espace boisé classé ou un espace naturel protégé (zone N du PLU),
 - dispositif de trop grande surface :
 - supérieur à 4 m² dans les communes de moins de 10 000 habitants,
 - supérieur à 8 m² le long d'une RGC et dans une commune de moins de 10000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
 - supérieur à 12 m² dans les communes de plus de 10 000 habitants,
 - dispositif mural trop haut :
 - supérieur de 6 m dans les communes de moins de 10 000 habitants,
 - supérieur à 7,5 m dans les communes de plus de 10 000 habitants,
 - l'implantation d'un dispositif de publicité lumineuse dans une commune de moins de 10000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
 - l'implantation d'un dispositif d'affichage numérique :
 - d'une surface supérieure à 8 m²

- dans une commune de moins de 10000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
- dispositifs de dimension exceptionnelle et bâche publicitaire :
 - non respect des procédures d'autorisation,
 - non conformité du dispositif par rapport aux clauses d'autorisation

Pour les enseignes

- non respect des normes de surface proportionnelle à la surface de façade commerciale :
 - 15 % maximum pour une façade supérieure à 50 m²
 - 25 % maximum pour une façade inférieure à 50 m.
- dépassement des normes de saillie de l'enseigne de son support :
 - enseigne parallèle 0,25 m maximum
 - enseigne perpendiculaire 1/10ème de la largeur de la voie et 2 m maximum,
- non respect de surface des enseignes scellées au sol :
 - 6 m² maximum hors agglomération et dans une commune de moins de 10000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
 - 12 m² maximum dans une commune de plus de 10000 habitants ou de moins de 10 000 faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000.
- enseigne scellée au sol surnuméraire sur voie bordant l'immeuble.
- enseigne en toiture trop haute et hors de proportion de la hauteur de façade (limite de 3 à 6 m), et d'une surface totale excédant 60 m² par établissement.

Les infractions par rapport aux règles locales sont causées par le non respect des normes édictées dans les zones de publicité restreintes qui sont par définition plus restrictives que les normes nationales, mais qui sont aussi typologiquement identiques.

4.3. Bilan général

Nous pouvons dégager deux grandes lignes de l'analyse de la situation telle que nous l'avons trouvée.

Il y a tout d'abord deux types de terrain communal : ceux disposant d'un RLP (applicable jusqu'en 2020) et ceux restés sous le régime national ancienne formule qui sont désormais sous le nouveau.

Les communes qui ont mis en place et appliqué un règlement local ne se trouvent pas dans une situation de péril paysager car elles ont limité parfois drastiquement les atteintes au cadre de vie qu'une surabondance de dispositifs publicitaires engendrait.

On note en revanche que les communes qui n'ont pas mis en place un RLP ont une situation plus difficile du point de vue paysage ou cadre de vie.

Il y a ensuite les communes ayant une activité économique importante et en particulier commerciale et les communes à caractère résidentiel. Encore que l'on puisse trouver sur la même commune ces deux tissus urbains totalement séparés. Les communes ayant une forte activité commerciale d'implantation ancienne ou

parce que le développement urbain a facilité la captation d'une chalandise importante ont bien évidemment une pression publicitaire plus forte. Le cas de la route de Brumath qui traverse le nord de l'agglomération en est un parfait exemple.

On notera aussi que les communes de la CUS, suivant en cela l'exemple de Strasbourg, ont généralement marqué un attachement particulier à leur noyau villageois ancien. Ce qui a motivé pour celles qui se sont dotées d'un RLP d'instaurer sur ce secteur de très fortes restrictions. Les RLP ont instauré des Zones de publicité restreintes à très forte limitation sur ces parties urbaines anciennes en interdisant la publicité sauf à titre accessoire sur mobilier urbain.

La problématique des entrées de villes constitue un enjeu important pour la qualité de l'image de marque de l'agglomération strasbourgeoise. Nous avons constaté que la plupart des voies concernées se situent actuellement hors agglomération au sens du code de la route. L'application rigoureuse du nouveau régime national doit en principe limiter les abus d'autant plus que la suppression de la dérogation à partir de juillet 2015, pour les préenseignes signalant pour les activités utiles aux personnes en déplacement devrait faire diminuer la pression aux abords des agglomérations (au sens du code de la route).

Il faut cependant être conscient que cette amélioration potentielle ne serait effective que si des solutions alternatives sont mises en place collectivement en associant les acteurs économiques et l'autorité en charge de la signalétique routière hors agglomération pour permettre l'implantation de signalétique des activités utiles aux personnes en déplacement « harmonieuse » comme le demande le code de l'environnement. Ces solutions alternatives peuvent intégrer les technologies mobiles dans les relais « information-service » mais sortent de fait du champ strict du code de l'environnement.

Le RLP intercommunal en complément du PLU, peut facilement intégrer les nuances communales, et doit pouvoir doter chaque commune d'un outil de travail identique mais personnalisé. Chaque maire ayant sa part de responsabilité et d'appréciation dans la police d'application.

Il importe parallèlement et en outre de définir un outil pédagogique et informatif permettant de comprendre le sens des mesures qui sont édictées et montrer par des exemples l'interprétation qui peut en être donnée. Ceci est particulièrement important en matière d'enseignement dans la mesure où le territoire de la CUS est très diversifié sur un même ban communal.

Dans cet esprit nous avons pu déterminer six secteurs particuliers qui semblent nécessiter une attention particulière en terme réglementaire, et qui sont d'intérêt communautaire :

- L'emprise aéroportuaire d'Entzheim
- Le domaine public des voies navigables, et des emprises ferroviaires
- La zone commerciale Nord
- La zone commerciale dite de la Vigie
- Les centres villageois anciens
- Le secteur sauvegardé de Strasbourg et son extension

5. SYNTHÈSE // ENJEUX : FORCES ET FAIBLESSES DU TERRITOIRES

5.1. La principale force est la cohérence culturelle

La principale force du territoire de la CUS est la communauté d'intérêt culturel qui se manifeste dans toutes les communes pour la préservation d'un caractère traditionnel en terme de cadre de vie. Il ne s'agit pas seulement du centre historique de Strasbourg qui dispose d'une protection spécifique par le plan de sauvegarde et de mise en valeur lié à une économie touristique qui en dépend en partie, mais aussi des centres anciens de toutes les communes qui présentent une trame générale et des éléments architecturaux identiques.

La maîtrise de la publicité extérieure :

La présence publicitaire est dans l'ensemble bien maîtrisée, mais on remarque une disparité quantitative tant pour les enseignes que pour la publicité entre les communes ayant un RLP et les autres. Ces communes sont pour l'essentiel celles du centre de l'agglomération et de la première couronne urbaine.

La préservation de ce caractère culturel traditionnel sur l'ensemble des communes de la CUS est l'enjeu principal de la maîtrise de la publicité extérieure (publicité, enseigne et préenseigne).

5.2 .La principale faiblesse est le maillage territorial

Le territoire communautaire pourrait présenter une faiblesse dans la mesure où le morcellement des bans communaux est susceptible d'affaiblir sur le terrain une même volonté par la diversité voir la disparité des situations. Les communes placées en seconde couronne sont plus soumises aux pressions de la publicité extérieure (publicité, enseigne et préenseigne), car leur tissu urbain est en cours de transformation (passage du péri urbain à l'urbain) et présente des « opportunités » multiples d'implantation publicitaires.

L'harmonisation territoriale des prescriptions normatives et techniques régissant la publicité extérieure et leur extension à l'ensemble des communes est un enjeu qui découle du premier.

5.3. La dynamique communautaire résout l'ensemble

C'est notamment la raison pour laquelle un RLP communautaire basé sur la traduction d'une volonté commune pour le cadre de vie de demain tel qu'il s'exprime par des règles d'urbanisme créera du lien entre les acteurs communaux. Les orientations du PADD portant sur l'ensemble du territoire communautaire donnent les principales lignes de cette cohérence.

La création d'une dynamique communautaire autour du projet de RLP dans la continuité du PLU permet aux acteurs communaux de s'approprier la nouvelle réglementation communautaire. Ainsi le morcellement territorial devient une force.

Partie 2 ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Premiers éléments - Partie en cours d'élaboration

1. PREMIÈRES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Nonobstant les obligations légales prescrites par les codes de l'urbanisme et de l'environnement liant le PLU et le RLP, et sans préjuger des résultats détaillés des analyses de terrain et des concertations nécessaires avec les diverses autorités responsables du sujet (communes, communauté, état), nous pouvons dégager les premières orientations conformément à la délibération de prescription qui stipulait :

EXTRAIT DE LA DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION

«1) Établir, en fonction des enjeux locaux en matière d'affichage et d'enseignes, des règles locales concernant les publicités et les enseignes qui s'inscrivent dans le prolongement des orientations du projet d'aménagement et de développement durables (PADD) du plan local d'urbanisme (PLU) communautaire, dans le but de renforcer l'attractivité résidentielle et d'améliorer le cadre de vie.

2) Harmoniser la rédaction des règles qui ont pu être définies à l'échelle communale, pour éviter des phénomènes de « report » de la publicité vers des communes voisines où les règles seraient plus « favorables » et pour faciliter la mise en œuvre des pouvoirs de police de l'affichage, et particulièrement la gestion des autorisations.

3) Répondre de manière équitable et en fonction des destinations des zones ou secteurs de zone du territoire communautaire, aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques locaux.

4) Prendre en compte le développement des nouveaux modes de communication publicitaire consacrés par la réforme du droit de l'affichage, qu'il s'agisse notamment de la publicité lumineuse et numérique ou des dispositifs de très grand format.»

1.1. Compléter les orientations paysagères du PADD-PLU communautaire au niveau de l'insertion des publicités et des enseignes dans le cadre de vie

La nécessité d'établir un RLP communautaire sur le territoire de la CUS se pose désormais : Tout d'abord, la réalisation d'un PLU communautaire va, par la mise en œuvre des orientations du PADD, imposer un paysage urbain cohérent sur l'ensemble du territoire communautaire par l'harmonisation des règles d'urbanisme. Il semble évident que les autres composantes du paysage urbain que sont les publicités et les enseignes, qui ne peuvent pas être traitées dans le cadre des règles d'urbanisme du PLU, trouvent également une expression cohérente au niveau communautaire. L'harmonisation des dispositions du RLP avec les orientations du PADD, passe par une élaboration des règles publicitaires à la même échelle territoriale, d'autant que le PADD demande explicitement une équité de traitement social et territorial. Un RLP communautaire articulé sur le zonage du PLU communautaire donnera cohérence et harmonie, de droit et de fait, tout en garantissant une bonne fiabilité juridique.

1.2. Traiter les entrées d'agglomération en harmonie avec la transformation du tissu urbain

L'introduction par l'article L111-1-4 du code de l'urbanisme, de l'amendement dit « Dupont », impose de prendre en considération les entrées de ville dans les règles d'urbanisme comme de publicité. Ces entrées de ville ou plus exactement entrées d'agglomération au sens du code de la route sont un facteur déterminant de l'image qualitative de la ville qui influe directement à la fois sur la qualité de vie et l'attractivité touristique et commerciale des centres urbains qui composent la CUS.

Des voies importantes dans le paysage:

Ces voies, dont il faut se préoccuper, sont les autoroutes et routes express ainsi que les routes à grande circulation, qui par nature ne peuvent être traitées à l'échelle communale. Cette approche globale est d'autant

plus nécessaire que les entrées comportent de nombreuses préenseignes dérogatoires qui devront disparaître pour l'essentiel en juillet 2015, sans que le besoin de signalétique économique qui les a fait implanter ait de solution alternative. Il est donc nécessaire de traiter cette approche à l'échelle communautaire. La densification urbaine des entrées de ville risque de faire un report sur d'autres secteurs proches.

Considérer toutes les entrées de l'agglomération :

Une des orientations du PADD qui demande aussi que les entrées ferroviaires et fluviales soient prises en considération. Il est donc essentiel que la même norme s'applique pour les mêmes espaces dans le territoire communautaire, comme par exemple le long du canal à Strasbourg et à Illkirch-Graffenstaden. On constate que la notion d'entrée de ville s'étend donc à un ensemble territorial varié qui est de fait de compétence communautaire.

1.3. Harmoniser les règles « publicité-enseigne » sur toute la CUS

Actuellement 11 des 28 communes de la CUS, disposent d'une réglementation locale. Ces règles sont toutes communales, et ont été élaborées dans le cadre de la codification de la loi 79-1150 du 29/12/1979. Il y a donc 17 communes dont les publicités et les enseignes sont actuellement régies par la nouvelle réglementation nationale du code de l'environnement (la loi de juillet 2010 et le décret de janvier 2012). Les différences entre les nouveaux textes généraux et les textes locaux des RLP n'introduisent pas de distorsions majeures entre les communes, mais certaines dispositions des RLP sont moins restrictives en matière de densité que la nouvelle norme nationale. La nécessaire élaboration d'un RLP, qui ne peut être que communautaire en raison des compétences de la CUS pour le PLU,

Intégrer le développement urbain :

Le développement urbain s'effectue maintenant sans tenir compte des découpages communaux mais plus en s'appuyant sur les équipements d'infrastructure de transport collectif et de services de proximité.

Pour harmoniser les règles sur une même entité urbaine, comme la zone commerciale Nord ou celle de la Vigie, il convient d'établir des règles identiques sur les communes qui les accueillent, et afin d'assurer une gestion homogène de celles-ci ensuite.

1.4. Corriger les erreurs ou approximations rédactionnelles antérieures

Les rédactions des RLP communaux actuels, qui sont presque du même moule, comportent plusieurs approximations ou rédactions maladroites. Mais ils comportent aussi des erreurs ou omissions susceptibles de recours (voir tableau des RLP communaux).

- Les RLP actuels recopient une partie des définitions et dispositions générales du code de l'environnement au lieu de se limiter aux seules modifications qu'ils édictent, ce qui constitue un risque d'omission et d'erreur (confusions entre différents types d'objets par exemple) et les placent en dispositions générales. En principe les modifications du régime général constituent l'objet même du RLP et forment le corps des règles des ZPR.
- La rédaction des ZPR ne lève pas explicitement l'interdiction de poser des publicités dans les divers types de secteurs protégés MH, de ce fait une partie des mobiliers urbains des centres-villes ne devrait pas comporter de publicité commerciale.
- Dans la rédaction des dispositions locales pour les enseignes, il est fait mention de publicité dans les enseignes, ce qui est impossible au sens du code de l'environnement, car un dispositif ne peut ressortir que de l'une ou l'autre définition, à l'exclusion de l'autre.
- De par leur rédaction, les règlements actuels sont très limitatifs en matière d'enseigne, ce qui peut être une mesure positive en terme de cadre de vie. Mais cette limitation est faite sans prendre en

considération le caractère patrimonial de certaines enseignes anciennes, notamment dans le secteur sauvegardé de Strasbourg. Ainsi la plupart des enseignes dites traditionnelles, de fer forgé, du centre historique se retrouvent en infraction aux règles en vigueur du RLP en vigueur. Une adaptation patrimoniale des rédactions réglementaires est nécessaire pour préserver ces objets déterminant de l'image des centres anciens sans pour autant ouvrir la place à des pastiches sans valeur culturelle.

1.5. Faciliter la police de l'environnement

Un même corps de règles sur tout le territoire de la CUS facilitera leur mise en œuvre et leur application en simplifiant l'information des acteurs économiques concernés. Tout d'abord on peut constater sur le terrain que les communes disposant d'un RLP ont une application plus rigoureuse des règles générales. Il semble en outre nécessaire de mettre en place un seul pouvoir de police : actuellement dans les 11 communes disposant d'un RLP c'est le maire qui exerce la police, mais dans les 17 autres c'est le préfet. Cette confusion de responsabilité peut en partie expliquer les disparités constatées sur le terrain. Il est également indispensable de disposer d'une approche à l'échelle de la CUS pour assurer son efficacité égale sur le territoire.

Deux cas apparaissent :

- la gestion des autorisations de publicités numérique qui doit être homogène à l'échelle de l'agglomération notamment en raison de son incidence en matière de sécurité routière.
- le contrôle et le décompte des préenseignes dérogatoires (2 au plus) restant admises après juillet 2015 (par exemple : abus de notion de lieu de vente de produit du terroir).

Il s'agit de plus de faciliter la mise en place des mesures impliquant une déclaration préalable ou une autorisation avec les nouveaux documents cerfa, surtout quand ils se substituent à ceux inscrits dans les RLP.

1.6. Répondre aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques locaux

L'activité économique à caractère commercial du territoire de la CUS s'articule sur quatre modes principaux :

- A - Les commerces de centre-ville ;
- B - Les zones commerciales aménagées ;
- C - Les zones commerciales de fait ;
- D - Les centres villages et implantations diffuses.

Il importe d'harmoniser les règles à l'échelle de la CUS afin de ne pas introduire de distorsion entre ces modes au-delà de celles normalement induites par la nature paysagère du tissu urbain, ni de disparité concurrentielle en deux modes identiques de distribution sur des espaces différents (par exemple zone commerciale nord et zone commerciale de la Vigie). Cette harmonisation est aussi l'une des orientations du PADD, qui permettra aussi d'intégrer dans la réflexion prospective, et à l'échelle communautaire, les nouvelles technologies de communication publicitaire et de guidage sur site, qui n'ont pas ou peu d'impact paysager.

Cette approche doit impliquer les acteurs économiques par secteur d'activité (tourisme, automobile, distribution, services...)

2- Canevas réglementaire // RLP Communautaire

Ce canevas constitue un premier pas vers l'élaboration du RPL communautaire.

ZPR	containte faible	contrainte moyenne	contrainte forte
centre ville ancien SECTEUR SAUVEGARDE	mural jusqu'à 2m2 mobilier urbain rg	mural jusqu'à 0,5m2 mobilier urbain jusqu'à 2 m2	interdiction L551-8 maintenue pub 0 mob ur 0
centre ville ancien HORS SECTEUR SAUVEGARDE VILLAGE TRADITIONNEL	mural jusqu'à 4m2 mobilier urbain rg	0,5 m2 mural jusqu'à 2 m2 total mobilier urbain jusqu'à 2 m2	1 mural jusqu'à 0,5m2 mobilier urbain jusqu'à 2 m2
RESTE VILLE pavillonnaire	mural et portatif jusqu'à 12 m2 un seul dispositif par unité foncière portatif si façade supérieure à 25 m si caisson 8m2 : 2 portatifs ou 2 muraux écartement des portatifs à + 10m des constructions du terrain écartement des portatifs à + 20m des fenêtres voisines mobilier urbain rg	mural et portatif jusqu'à 8 m2 portatif si façade supérieure à 30 m un seul dispositif par unité foncière si caisson 8m2 : façade 25m écartement des portatifs à + 10m des constructions du terrain écartement des portatifs à + 20m des fenêtres voisines mobilier urbain rg	mural et portatif jusqu'à 8 m2 portatif si façade supérieure à 60 m un seul dispositif par unité foncière si caisson 2m2 : façade 30m écartement des portatifs à + 10m des constructions du terrain écartement des portatifs à + 20m des fenêtres voisines mobilier urbain rg
RESTE VILLE mixte	mural et portatif jusqu'à 12 m2 portatif si façade supérieure à 25 m mobilier urbain rg	mural et portatif jusqu'à 12 m2 portatif si façade supérieure à 30 m si caisson 8m2 : façade 25m si caisson 8m2 : 2 portatifs ou 2 muraux mobilier urbain rg	mural et portatif jusqu'à 8 m2 portatif si façade supérieure à 60 m si caisson 2m2 : façade 30m un seul dispositif par unité foncière mobilier urbain rg
ZONE COMMERCIALE	mural et portatif jusqu'à 12 m2 espacement sur UF 60m mobilier urbain rg	caisson mural et portatif jusqu'à 8 m2 espacement sur UF 60m mobilier urbain rg	caisson mural et portatif jusqu'à 8 m2 espacement sur UF 120m mobilier urbain rg
DOMAINE SNCF voies naviguables (éventuel)	mural et portatif jusqu'à 12 m2 espacement 60m	caisson mural et portatif jusqu'à 8 m2 espacement 60m	caisson mural et portatif jusqu'à 8 m2 espacement 120m

points complémentaires divers :

- 1 positionnement du panneau sur le support
- 2 écartement des portatifs à + 10m des constructions du terrain
- 3 écartement des portatifs à + 20m des fenêtres voisines
- 4 favoriser les caissons
- 5 pas de portatif sur parcelle ou unité foncière non bâtie
- 6 accessoires même couleur que support
- 7 pas d'extension décor
- 8 couleur moulures unique
- 9 contrôle numérique
- 10 positionnement domaine ferroviaire

Partie 3 EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS

Partie qui sera réalisée suite à l'élaboration de la partie réglementaire