

LA GRANDE MOTTE

Règlement local de publicité RLP

CONTENU

1- RAPPORT DE PRESENTATION

2- PARTIE REGLEMENTAIRE

3- ANNEXES

LA GRANDE MOTTE

Règlement local de publicité

RLP

Rapport de présentation

Sommaire

Introduction.....	4
1. Contexte géographique et administratif	6
1.1. Localisation.....	6
1.2. Population.....	7
1.3. Axes de communication	7
1.4. Activités économiques et industrielles.....	7
1.5. Sites protégés.....	7
1.6. Contexte géographique et paysager.....	8
2. Historique de la démarche.....	9
2.1. Chronologie :	9
1- Diagnostic de la publicité extérieure	9
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.....	9
3. Diagnostic	10
3.1. Objet du diagnostic	10
3.2. Problèmes identifiés	10
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	11
3.4. Synthèse statistique	13
4. Objectifs	14
5. Orientations	15
5.1. Les propositions de zonage et grandes orientations :	15
5.2. Orientations pour les publicités.....	16
5.3. Orientations pour les enseignes.....	18
5.4. Orientations pour les préenseignes	20
Conclusion.....	21

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune, peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLP, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la mairie.

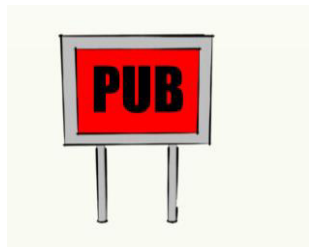
Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (Article R.581-79 du Code de l'Environnement)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



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



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



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

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

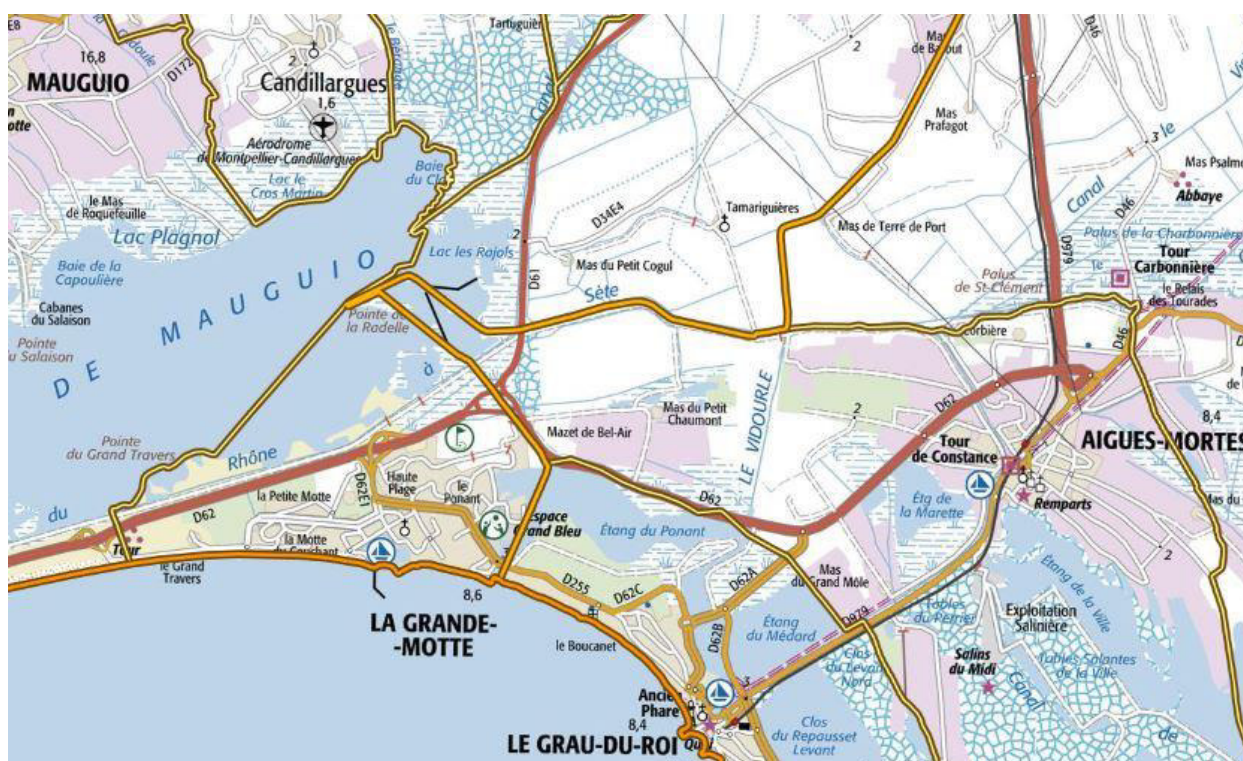
La commune de La Grande Motte est située dans le département de l'Hérault, et la région Occitanie Pyrénées-Méditerranée. Elle se trouve sur le littoral méditerranéen, à 25 kilomètres environ au Sud-Est de Montpellier.

La commune appartient à la Communauté d'agglomération du Pays de l'Or qui regroupe 8 communes. Cette communauté d'agglomération n'a pas au moment de l'élaboration de ce RLP la compétence pour l'élaboration du plan local d'urbanisme (PLU) qui reste de la compétence des communes, de même que l'élaboration des règlements locaux de publicité.

La commune de La Grande Motte est dans le périmètre du Schéma de Cohérence Territorial (SCOT) du Pays de l'or en cours de révision.

Le territoire de La Grande Motte est limité par les 3 communes suivantes :

- au Nord-Ouest par la commune de Mauguio ;
- au Nord par la commune d'Aigues-Mortes ;
- à l'Est par la commune du Grau-du-Roi ;



Extrait de carte IGN tirée du site « Géoportail »

1.2. Population

Bien que la commune puisse accueillir jusqu'à 80 000 personnes en été, selon le recensement de la population INSEE de 2014, la commune de La Grande Motte compte une population totale de 8 629 habitants. La commune ne fait pas partie de l'unité urbaine de Montpellier qui dépasse les 100 000 habitants. Ce sont donc les dispositions relatives aux agglomérations communales de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'appliquent. La superficie communale est de 10,6 km², ce qui donne une densité de population en 2014 de 815 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Le territoire de la commune de La Grande Motte est traversé par **un axe routier qui concentre la majorité du trafic** :

- La D 62 qui permet d'accéder à l'autoroute A9 (en direction d'Orange au Nord et de Perpignan au Sud) et d'accéder aux villes comme Montpellier, Lunel et Nîmes.

1.4. Activités économiques et industrielles

La commune de La Grande Motte compte d'après l'INSEE en 2015, 1161 entreprises dont la grande majorité se trouve concentrée dans le centre-ville commercial, avec des activités en relation avec son statut de station balnéaire touristique.

La commune compte en outre une zone artisanale et nautique dite en bordure du centre-ville et des activités à proximité du port et de la plage du Couchant, représentant 5,7 hectares environ. Ce pôle spécialisé dans le nautisme a été créé en 1968, regroupe 50 entreprises dont certaines de renommée mondiale.

1.5. Sites protégés

La commune de La Grande Motte compte deux monuments historiques inscrits (le Point Zéro et la tour du Grand Travers) mais surtout, la plupart de la ville est comprise dans un site inscrit depuis juillet 1975 en raison du caractère exceptionnel de l'architecture des bâtiments qui la compose, dessinée par l'architecte Jean Balladur.

Hors agglomération et au Nord de la commune, l'étang de Mauguio, est compris dans un site classé.

Elle compte en outre deux zones de protection spéciales (sites Natura 2000) appelées « Etang de Mauguio » et « Côte languedocienne » et deux sites d'importance communautaire appelés « Posidonies de la côte Palavasienne » et « Etang de Mauguio ».

Dans ces secteurs, la publicité y est totalement interdite par défaut. Elle peut cependant être réintroduite dans certains secteurs (pas sur les monuments historiques ni dans un site classé) par l'instauration d'un RLP.

Dans le site classé, l'autorisation d'installer une enseigne prévue par le Code de l'Environnement est délivrée par le maire après accord du préfet de région.

L'installation des enseignes est soumise à autorisation après accord de l'architecte des bâtiments de France (ABF) à moins de 500 m d'un monument historique.

1.6. Contexte géographique et paysager

Le territoire communal, assez exigu, est entièrement situé sur une partie du cordon littoral languedocien et présente un noyau central très densément urbanisé, composé essentiellement d'immeubles de et de villas. La commune, partagée entre l'étang de Mauguio et l'urbanisation du trait de côte, constitue et préserve un précieux boisement de transition, qui qualifie à la fois les espaces de nature de l'étang, les espaces urbains de la station et le paysage de la route qui la longe (RD62).

L'ensemble du territoire est quasiment plat et ne possède donc aucun type de relief remarquable hormis les pyramides construites Jean Balladur. La Grande Motte présente donc aujourd'hui tous les atouts et les particularités d'une station balnéaire typique de ce secteur de la côte languedocienne.

La protection des perspectives paysagères sur l'étang au Nord de la commune, la mer au Sud de la commune, et son patrimoine architectural, est particulièrement importante pour contribuer au maintien de l'attractivité du territoire.



Vue sur l'Etang de Mauguio



Vue sur la plage du Point Zéro et l'architecture Balladurienne

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

Du fait de sa forte vocation touristique, la commune de La Grande Motte était soumise ces dernières années à une pression publicitaire croissante peu compatible avec l'image qualitative qu'elle souhaitait donner.

C'est la raison pour laquelle, la commune, qui a délibéré pour prescrire l'élaboration de son Plan local d'Urbanisme a souhaité profiter de cette occasion pour lancer l'élaboration de son règlement local de publicité.

Le conseil municipal de La Grande Motte a donc délibéré le 23 mars 2017 pour prescrire l'élaboration d'un RLP pour la commune qui adapte la réglementation nationale à son territoire.

Les élus avaient décidé au préalable de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration du RLP. La mission qui a débuté le 17 janvier 2018 est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de janvier 2018 à mars 2018 a porté notamment sur le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 15 mai 2018 par sa restitution en comité de pilotage.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil municipal s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP en mai 2018.

Une réunion publique de concertation a été organisée le 17 septembre 2018 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration d'un RLP. Ils ont notamment été invités par la commune à s'exprimer sur le projet de RLP lors d'une réunion « personnes publiques associées » le 29 novembre 2018.

3. Diagnostic

3.1. *Objet du diagnostic*

Le diagnostic de la publicité extérieure dans la commune de La Grande Motte a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le relevé de terrain a permis d'identifier de manière exhaustive les dispositifs de publicité extérieure non conformes vis-à-vis, en particulier, du Code de l'Environnement actuellement en vigueur.

Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation des règles locales.

3.2. *Problèmes identifiés*

La commune de La Grande Motte, du fait de l'absence de grandes zones d'activités, **n'est pas particulièrement touchée dans l'ensemble par les excès de la publicité extérieure**. Son caractère touristique, qui devrait être gage de qualité, contribue cependant, dans une certaine mesure, **à la dégradation du territoire au niveau des entrées de ville et du centre historique à vocation commerciale**.

- **Un nombre non négligeable de préenseignes non dérogoires ou non conformes le long des principaux axes et au niveau des entrées de ville.**
- Un mode de signalisation des évènements culturels et locaux peu esthétique et souvent non réglementaire.
- Des **enseignes de centres villes globalement de qualité médiocre** portant préjudice à l'image de l'architecture Balladur.
- Des **enseignes scellées au sol** en bordure des principaux axes routiers hors ou en agglomération **portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères**.
- De la **publicité commerciale relativement peu présente** (hormis sur mobilier urbain) sur le territoire **mais non conforme à plus de 90 %**.
- Du mobilier urbain qui ne respecte pas sa fonction accessoirement publicitaire.

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune et en tenant compte de la présence de sites protégés à forte qualité paysagère.

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



▪ Zone artisanale et nautique

Le principal point noir paysager de la Grande Motte se concentre au niveau de la zone artisanale et nautique située au sud de la ville. En particulier, la zone d'activités centrée autour du Super U et du Lidl, est le secteur le plus fortement dégradé par la publicité extérieure.

Les autres secteurs à enjeux pour le territoire sont les grands axes de la périphérie de la commune, en particulier la RD62 et les entrées de ville.

L'enjeu de maîtrise de la publicité extérieure et d'amélioration du paysage urbain dans ces secteurs est d'autant plus grand qu'ils constituent la première image donnée par la ville.

▪ Centre historique compris dans le site inscrit






Le centre historique de la Grande Motte est compris dans le périmètre d'un site inscrit. Il convient, afin de mettre en valeur le patrimoine paysager, d'y améliorer la qualité des enseignes et de limiter l'impact de la publicité.

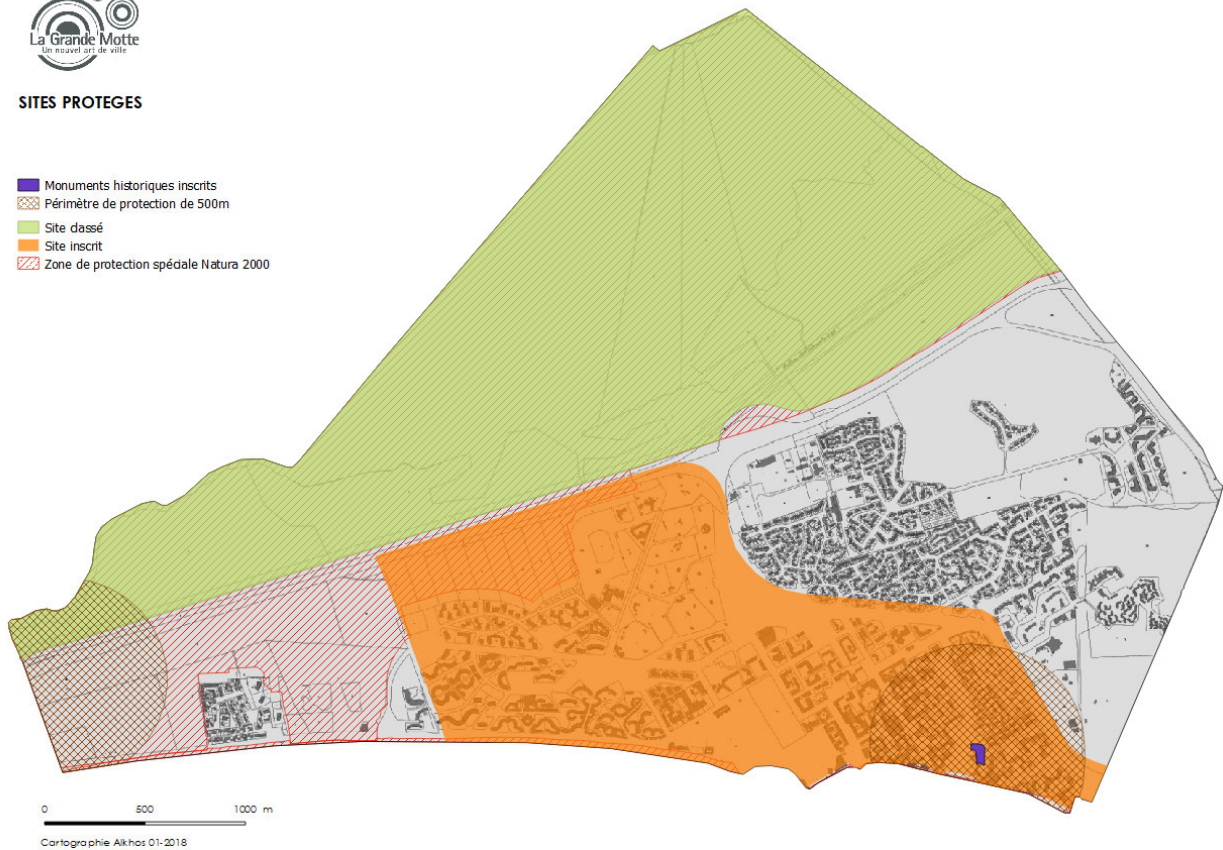
L'enjeu est donc d'améliorer la mise en valeur architecturale du centre (architecture Balladur particulièrement).

▪ Restes du territoire et sites classés

Concernant le reste du territoire, l'enjeu est de maintenir l'état de préservation actuel en trouvant un équilibre dans lequel le patrimoine doit conserver son identité sans dégradation visuelle (site classé de l'étang de Mauguio).

SITES PROTEGES

-  Monuments historiques inscrits
-  Périmètre de protection de 500m
-  Site classé
-  Site inscrit
-  Zone de protection spéciale Natura 2000

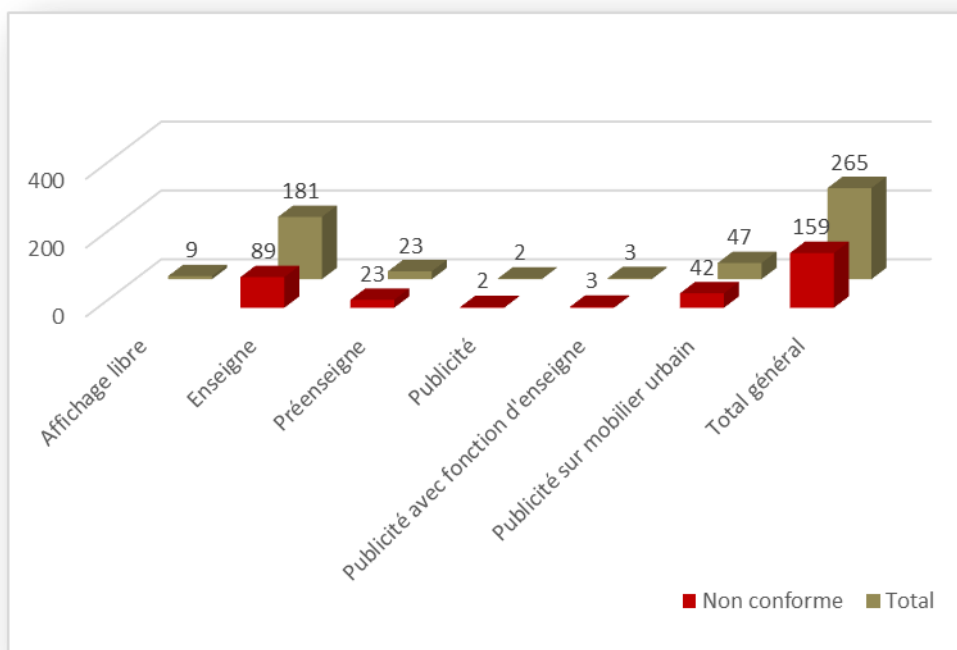


Les sites classés, inscrits et zones de protection spéciale au titre du réseau Natura 2000, mais aussi le littoral languedocien ont une haute valeur paysagère et environnementale.

L'enjeu de préservation des perspectives paysagères en direction de ces sites naturels, protégés est maximal.

3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, **265 dispositifs de publicité extérieure ont été recensés** (y compris 9 dispositifs d'affichage libre). **159** d'entre eux ne sont pas conformes avec les réglementations nationale et/ou locale.



Les préenseignes représentent 8,7 % des dispositifs relevés.
Plus des deux tiers des dispositifs recensés sont des enseignes.
Près d'un dispositif sur 5 est une publicité (19,4%) et la plupart sur mobilier urbain.

Les proportions de dispositifs non conformes sont en revanche sensiblement différentes.
Les enseignes représentent la plus grande part des dispositifs en infraction (56%).
29,6 % des infractions sont le fait des publicités et la quasi-totalité des publicités ne sont pas conformes y compris sur mobilier urbain ! (90,4%).
On peut noter, la faible présence de publicité « classique » (apposée par des afficheurs) !
Enfin, 14,5% des dispositifs non conformes sont des préenseignes, la totalité de ces dernières étant non conformes avec le Code de l'environnement.



Exemples de dispositifs conformes et portant atteinte au territoire

4. Objectifs

Du fait de sa situation géographique, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage et d'attrait touristique.

Aujourd'hui, la réglementation nationale applicable contient des dispositions qui ne sont plus adaptées aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de La Grande Motte.

Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération prescrivant le RLP :

- Faire de la commune l'autorité de police compétente en matière de publicité extérieure.
- Améliorer l'attractivité touristique du territoire et le bien-être des habitants.
- Introduire (ou conserver) de manière modérée le mobilier urbain accessoirement publicitaire en site inscrit pour pouvoir annoncer les manifestations locales.
- Valoriser le patrimoine paysager (en particulier les perspectives sur la mer et les étangs).
- Valoriser le patrimoine architectural du centre-ville avec des dispositions pour les enseignes adaptées aux caractéristiques architecturales locales.
- Valoriser les entrées de ville et édicter des règles adaptées à la zone artisanale et la zone technique portuaire.
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale tout en maîtrisant la publicité extérieure (renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes et des publicités, homogénéisation de la signalétique).
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable).

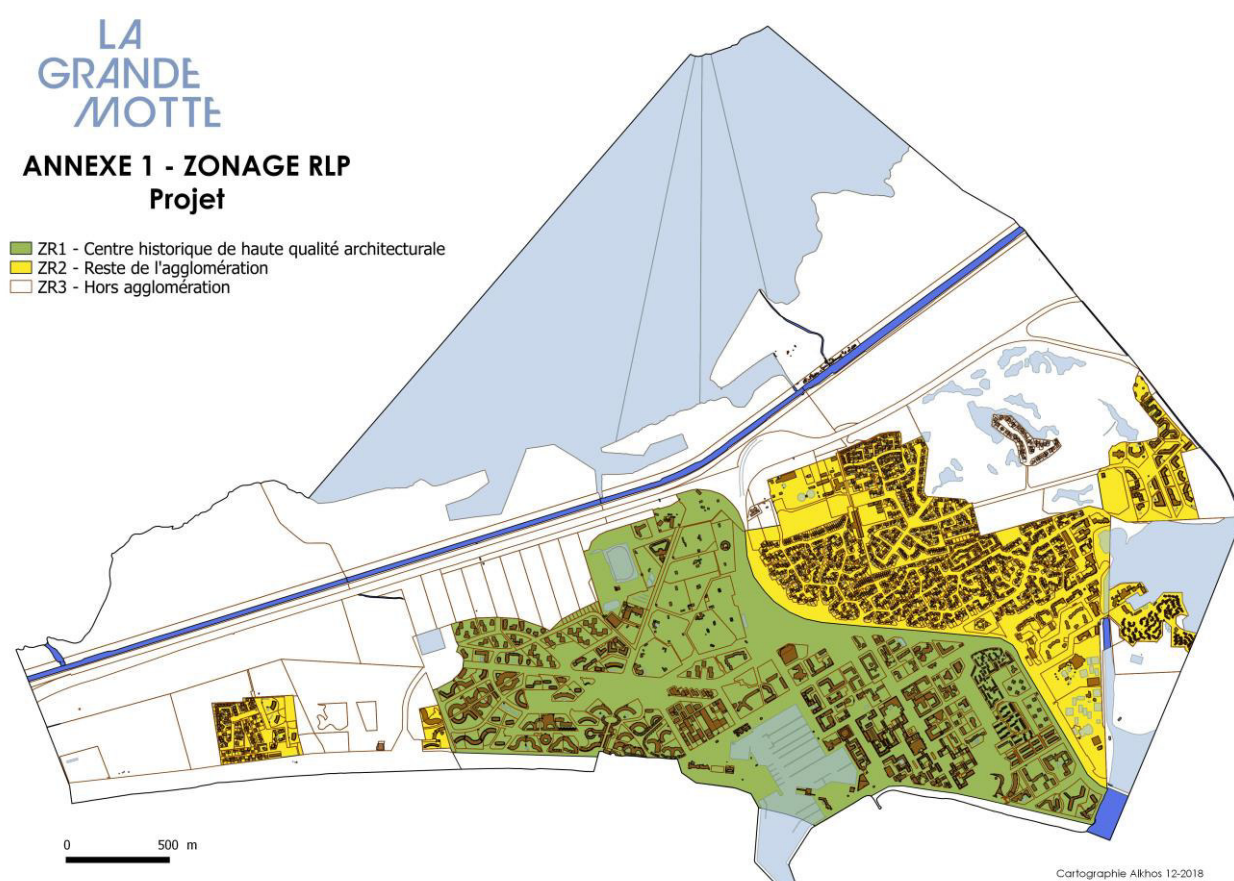
5. Orientations

Sur la base du diagnostic, la commune de La Grande Motte a défini les grandes orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

5.1. Les propositions de zonage et grandes orientations :

Trois niveaux de proposition :

- Zone réglementée n° 1 (ZR1) : Centre historique de haute qualité architecturale
- Zone réglementée n°2 (ZR2) : Autres secteurs à vocation principale d'habitat et d'équipements
- Zone réglementée n°3 (ZR3) : Hors agglomération



Grandes orientations :

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans le site inscrit ;
- Réintroduire de manière modérée et dans certains secteurs la publicité normalement interdite dans un site inscrit ;
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable)

5.2. Orientations pour les publicités

Dispositions applicables à la publicité sur mobilier urbain :

- Publicité sur mobilier urbain autorisée dans toutes les zones sauf hors agglomération et sur les terre-pleins centraux arborés séparant deux voies.



Abris voyageur 2 m²



MUPI 2 m²



Colonne Morris

Justification : Permet de maintenir le mobilier urbain en place (hors 8 m²) tout en préservant les alignements d'arbres remarquables.

Dispositions applicables à la publicité sur façade :

- Publicité sur façade limitée au format 1,5m² hors site inscrit en ZR2, en respectant les règles de densité.



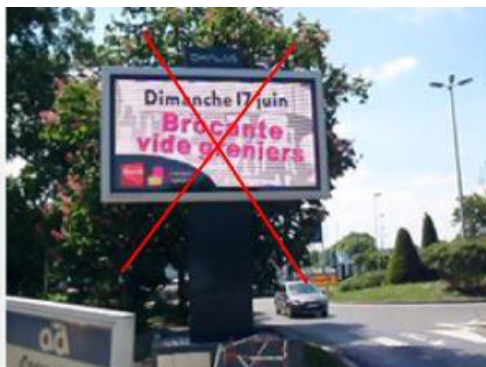
Justification : Permet d'anticiper et de maîtriser le développement de la publicité sur façade.

Dispositions applicables à la publicité numérique :

- Maintien de l'interdiction concernant ce type de publicité, obligation de la réglementation nationale.



Publicité numérique de 4 et 2 m²



Publicité numérique de 8 m²



Journal numérique d'information municipal non publicitaire de 4 m²

5.3. Orientations pour les enseignes

- **Dispositions applicables aux enseignes sur façade d'architecture balladurienne en ZR1 et ZR2**
 - Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales et tenir compte de l'architecture du bâtiment support en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.



- **Dispositions applicables aux enseignes sur façade à vocation d'activité**
 - Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade) et en limitant le nombre des enseignes.



- **Dispositions applicables aux enseignes scellées au sol**

- Améliorer la lisibilité des activités en limitant le nombre de dispositifs, comme le prévoit la réglementation nationale et en favorisant la qualité des dispositifs.



- **Dispositions applicables aux enseignes sur toiture**

- Proscrire les enseignes sur toiture au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants



- **Dispositions applicables aux enseignes numériques**

- Limiter ce type d'enseignes sur le territoire aux façades des bâtiments d'activité et pour certains cas particuliers.



5.4. Orientations pour les préenseignes

Remplacer les préenseignes en agglomération par de la SIL pour les établissements isolés et une signalétique de zones.



En alternative au tout signalétique dans les zones d'activité ou en centre-ville, mettre en place une signalétique de zone et des relais d'information service (RIS).



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, et pour protéger son patrimoine paysager et architectural, la commune de La Grande Motte a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.

LA GRANDE MOTTE

Règlement local de publicité

RLP

Partie réglementaire

Sommaire

Chapitre I	5
Dispositions générales - Toutes zones.....	5
Article 1.1 - Champ d'application	5
Article 1.2 - Délimitation des zones de publicité réglementée.....	5
1.2.1 - La Zone de publicité Réglementée n°1 (ZR1) – Centre historique de haute qualité architecturale	5
1.2.2 - La Zone de publicité Réglementée n°2 (ZR2) – Reste de l'agglomération	5
1.2.3 - La Zone de publicité Réglementée n° 3 (ZR3) – Hors agglomération.....	5
Article 1.3 - Affichage d'opinion	5
Article 1.4 - Dispositions relatives aux enseignes	6
1.4.1 - Autorisation d'enseigne	6
1.4.2 - Superficie des enseignes	6
1.4.3 - Systèmes interdits.....	6
1.4.4 - Enseignes scellées au sol sur domaine privé	7
1.4.5 - Enseignes scellées ou posées au sol sur une concession d'occupation du domaine public	7
1.4.6 - Enseignes apposées à plat sur bâtiment d'architecture de type Balladurien	8
1.4.7 - Enseignes à plat sur les bâtiments à vocation d'activité.....	10
1.4.8 - Enseignes apposées perpendiculairement sur bâtiment d'architecture type Balladurien	10
1.4.9 - Enseignes apposées perpendiculairement sur bâtiment d'activité	11
Article 1.5 - Prescriptions relatives aux enseignes lumineuses	11
Article 1.6 - Prescriptions relatives aux enseignes temporaires.....	11
Article 1.7 - Prescriptions relatives aux préenseignes temporaires.....	12
Chapitre II	13
Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°1 (ZR1) – Centre historique de haute qualité architecturale	13
Article 2.1 : prescriptions relatives aux publicités et aux préenseignes	13
2.1.1 - Systèmes interdits.....	13
2.1.2 - Publicité sur mobilier urbain.....	13
2.1.3 - Publicité sur palissades de chantier	13

Chapitre III.	14
Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°2 (ZR2) – Reste de l’agglomération	14
Article 3.1 : prescriptions relatives aux publicités et aux préenseignes	14
3.1.1 - Systèmes interdits.....	14
3.1.2 – Publicités et préenseignes apposées à plat sur un mur	14
3.1.3 - Publicité sur mobilier urbain	14
3.1.4 - Publicité sur palissades de chantier	14
Chapitre IV.	15
Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°3 (ZR3) – Hors agglomération	15
Article 4.1 : prescriptions relatives aux publicités et préenseignes	15
4.1.1 - Systèmes interdits.....	15
Article 4.2 : prescriptions complémentaires relatives aux enseignes	15
4.2.1 – Enseignes scellées au sol	15

Chapitre I

Dispositions générales - Toutes zones

Article 1.1 - Champ d'application

En application des dispositions du Code de l'Environnement livre V - titre VIII, le présent règlement adapte au contexte local la réglementation nationale.

Tous les points de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiés par le présent règlement restent applicables de plein droit.

Article 1.2 - Délimitation des zones de publicité réglementée

Trois zones de publicité réglementée sont instituées couvrant l'ensemble de la commune. Ces zones sont délimitées sur le plan ci-annexé. Les prescriptions relatives à chacune de ces zones figurent dans les dispositions communes (articles 1.3 à 1.7) et dans les dispositions spécifiques à chaque zone (Chapitres II à IV).

1.2.1 - La Zone de publicité Réglementée n°1 (ZR1) – Centre historique de haute qualité architecturale

Cette zone, matérialisée en vert sur le plan annexé, concerne l'ensemble des zones agglomérées comprises dans le site inscrit.

1.2.2 - La Zone de publicité Réglementée n°2 (ZR2) – Reste de l'agglomération

Cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne l'ensemble des zones agglomérées à vocation d'habitation, d'équipement et d'activité situées en dehors du site inscrit.

1.2.3 - La Zone de publicité Réglementée n° 3 (ZR3) – Hors agglomération

Cette zone, non représentée sur le plan annexé, comprend l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération telle qu'elle est définie par le code de la route et par les arrêtés du maire ci-annexés. Elle correspond principalement aux espaces naturels non bâtis (étangs, pinède...) et aux secteurs à vocation d'habitat et d'activité isolés. Elle est quasi intégralement située dans une zone de protection spéciale au titre du réseau Natura 2000 et pour partie dans un site classé ou inscrit.

Article 1.3 - Affichage d'opinion

Dans les zones de publicité réglementée, les emplacements réservés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont implantés selon les modalités fixées par le Code de l'Environnement et par l'arrêté municipal qui en découle.

Article 1.4 - Dispositions relatives aux enseignes

1.4.1 - Autorisation d'enseigne

- L'autorisation prévue par la loi pour toute nouvelle enseigne, remplacement ou modification, pourra être refusée si les enseignes, notamment, par leurs dimensions, leur nombre, leurs couleurs, les matériaux utilisés, leur forme ou leur implantation, portent atteinte à la qualité architecturale, urbaine ou paysagère des lieux. Les enseignes doivent en effet respecter le caractère architectural du bâtiment. Elles s'harmonisent avec les lignes horizontales et verticales de composition de la façade et tiennent compte de l'emplacement des baies, des alvéoles, des portes d'entrée, des porches, des piliers, des arcades et de toutes les modénatures.

1.4.2 - Superficie des enseignes

- Les enseignes sur façade et sur mur de clôture et de soutènement (à plat et perpendiculaires cumulées) ne peuvent pas occuper plus de 15 % de la surface de la façade commerciale ou de la clôture.

- Pour les enseignes en lettres et/ou signes découpé(e)s, la superficie de l'enseigne est calculée sur la base du parallélogramme dans lequel s'inscrivent ces lettres et/ou signes.

- Le panneau de fond ou l'aplat de couleur se distinguant de la couleur de la façade d'un bâtiment et servant de support aux inscriptions doit être comptabilisé dans le calcul de la superficie totale d'une enseigne.

1.4.3 - Systèmes interdits

- Les enseignes sur toiture, sur balcon et sur une clôture non aveugle.

- Les enseignes posées au sol sur domaine privé.

- Le blanc ou le noir pur ainsi que les couleurs fluorescentes.

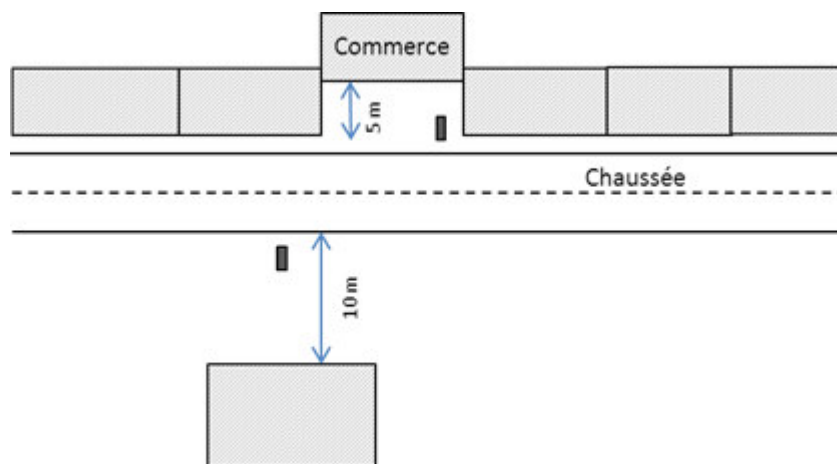
- Les enseignes sur façade en dehors de la partie dédiée à l'activité de la devanture, notamment, sur des portions comportant les portes d'accès aux habitations des étages ou au niveau des étages.

- Tout système (banderoles, mats porte-drapeaux, structures gonflables...) autre que ceux mentionnés aux paragraphes 1.4.4 à 1.4.9.

1.4.4 - Enseignes scellées au sol sur domaine privé

Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans les cas suivants :

- pour les établissements dont la façade commerciale se situe en retrait de 5 m minimum de l'alignement de façades bordant la voie publique.
- pour les établissements dont le bâtiment commercial se situe en retrait d'au moins 10 m par rapport au bord extérieur de la chaussée de la voirie publique ;
- Ils peuvent bénéficier d'une seule enseigne scellée au sol par voie bordant l'établissement comportant une entrée destinée au public, y compris si elle fait 1 m² ou moins.
- Elle ne peut se cumuler avec une enseigne apposée perpendiculairement à un mur.



- Les enseignes scellées au sol sont soit mono pied, soit de type totem, limitées à 4 m de hauteur (6 m pour l'affichage des prix obligatoire), 2 m de large et 6 m².
- Dans le cas de la présence de plusieurs établissements dans un même bâtiment situé sur une même unité foncière, les enseignes devront faire l'objet d'un regroupement par totem.

1.4.5 - Enseignes scellées ou posées au sol sur une concession d'occupation du domaine public

Cas particulier des enseignes scellées au sol sur les quais du port.

- L'enseigne peut être à deux pans contigus formant un angle de 60 à 90 °.
- Chaque pan a une largeur de 0,78 m, une hauteur de 2 m et une surface de 1,404 m².
- L'enseigne peut être surmontée d'un mat de 1 m de haut portant la hauteur totale de l'enseigne à 3 m.

Cas particulier des enseignes scellées au sol d'entrée dans les concessions de plage.

- Une enseigne scellée au sol bipied de type portique est admise par concession de plage, moyennant respect du cahier des charges de la concession.

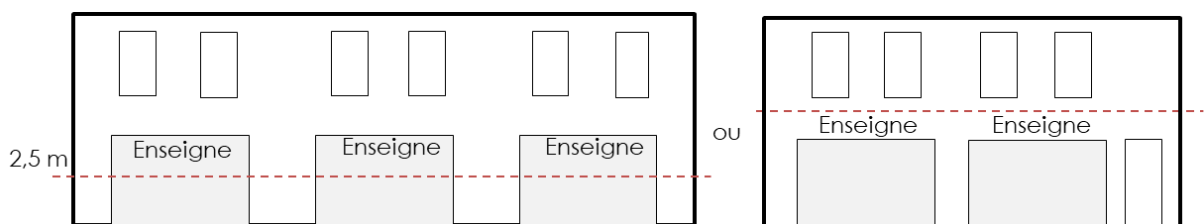
Cas particulier des enseignes apposées sur l'emprise des terrasses commerciales.

- Une enseigne scellée ou posée au sol est admise sur l'emprise de la terrasse commerciale de chaque établissement.
- Elle ne peut dépasser 0,8 m de large et 1,6 m de haut.
- Les couleurs fluorescentes et les images figuratives sont proscrites.

1.4.6 - Enseignes apposées à plat sur bâtiment d'architecture de type Balladurien.

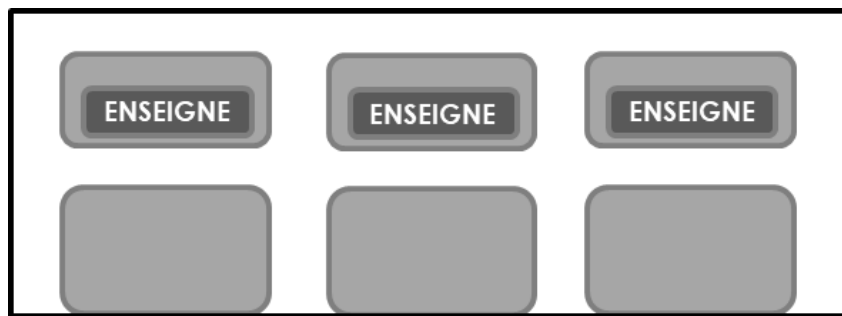
Les enseignes en bandeau

- La hauteur du panneau de fond sur lequel s'inscrivent les lettres est limitée à 0,7 m (sauf cas particulier des impostes dédiées surplombant la vitrine).
- La hauteur des lettres composant l'enseigne en bandeau ne doit pas dépasser 0,5 m de haut sur deux lignes de caractères maximum.
- Une seule police de caractère est autorisée par enseigne.
- La saillie maximale des enseignes en bandeau avec panneau de fond est de 0,02 m par rapport au support. Cette saillie est portée à 0,05 m pour les lettres boitier, les logos rétroéclairés et les caissons opaques à diodes électroluminescentes.
- Le nombre maximum d'enseignes en bandeau par façade d'établissement, correspond au nombre de vitrines individualisées, séparées par un montant, présentes sur la façade commerciale.
- Elles ne peuvent dépasser l'emprise de la vitrine ni être implantées au-dessus de l'allège des fenêtres du premier étage (dans la limite du niveau du plancher du premier étage si l'activité ne s'exerce pas aux étages supérieurs) ni à moins de 2,5 m du nu du sol du trottoir ou de la chaussée.



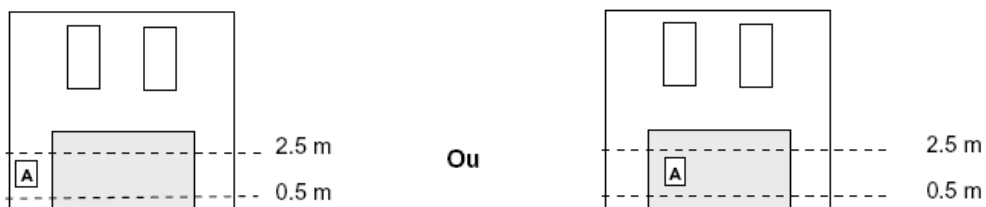
Prescriptions complémentaires spécifiques aux enseignes en bandeau sur la façade extérieure des bâtiments

- Elles sont proscrites en l'absence d'alvéoles ou de support dédié.
- En présence d'alvéoles, il est admis un dispositif par alvéole.
- L'enseigne doit obligatoirement être apposée dans l'alvéole, sans occulter la traverse support ni les montants latéraux. Elle doit au contraire être dissociée de son encadrement par des fixations discrètes et doit sembler « flotter » dans l'alvéole.
- L'enseigne ne doit pas occuper plus de 50 % de la hauteur de l'alvéole.
- En l'absence d'alvéole, les enseignes en bandeau sont proscrites sur la façade externe, sauf en présence d'un bandeau dédié. L'enseigne ne doit pas dépasser de ce bandeau support.



Les enseignes en applique

- Une, voire deux enseignes en applique (si symétriques) par façade d'établissement sont admises en sus des enseignes en bandeau sur les montants bordant les vitrines ou sur vitrine.
- Elles sont en revanche strictement proscrites sur les montants extérieurs des façades.
- La surface individuelle maximum de cette enseigne est de 1 m².
- La saillie maximale des enseignes en applique est de 0,02 m par rapport au support.
- Elle doit être à une hauteur comprise entre 0,5 m et 2,5 m du nu du sol du trottoir ou de la chaussée.



Les enseignes sur pergola ou auvent dur

- Des enseignes sur pergola fermée sont admises uniquement sur lambrequin de store ou sur les vitrines (si la pergola est fermée), sans dépasser le toit de la pergola en hauteur.
- Une enseigne sur lambrequin de store ne peut se cumuler avec une enseigne sur vitrine.
- La hauteur des lettres sur vitrine et lambrequin de store est limitée à 0,2 m de haut sur une ligne d'écriture.
- Une enseigne apposée au-dessus d'un auvent inclus dans l'architecture de la façade peut être admis s'il n'y a pas d'autre solution technique acceptable pour l'apposition d'une enseigne (pas de vitrine sous l'auvent par exemple).
- La hauteur de l'enseigne en bandeau apposée au-dessus de l'auvent est limitée à 0,7 m.

1.4.7 - Enseignes à plat sur les bâtiments à vocation d'activité

- Le nombre des enseignes est limité à 2 par façade d'établissement, plus une enseigne au-delà de 40 m linéaire de façade.
- Les enseignes en relief sont implantées à au moins 0,50 m des bords extérieurs du mur support.

1.4.8 - Enseignes apposées perpendiculairement sur bâtiment d'architecture type Balladurien

Dans les galeries

- Une seule enseigne est autorisée par façade d'établissement au niveau de l'enseigne en bandeau.
- Elle doit être fixée sur la façade et ne doit pas masquer les arcades.
- Ces dispositifs ont au maximum une surface de 0,4 m² et une épaisseur de 0,05 m.
- La partie inférieure de l'enseigne doit être positionnée à une hauteur minimum de 2,50 m par rapport au nu du sol.

Sur la façade externe des bâtiments

- Une seule enseigne est admise par façade d'établissement s'il n'y a pas d'enseigne en bandeau sur la façade externe.
- Elle doit être fixée sur les montants de façade, au niveau du rez-de-chaussée.
- Ces dispositifs ont au maximum une surface de 0,8 m², une hauteur de 0,9 m, une saillie par rapport à la façade de 1 m et une épaisseur de 0,12 m.
- La partie inférieure de l'enseigne doit être positionnée à une hauteur minimum de 2,50 m par rapport au nu du sol.

1.4.9 - Enseignes apposées perpendiculairement sur bâtiment d'activité

- Une seule enseigne est autorisée par façade d'établissement.
- Elle ne peut se cumuler avec une enseigne scellée au sol.
- Ces dispositifs ont au maximum une surface de 1 m².

Article 1.5 - Prescriptions relatives aux enseignes lumineuses

- Afin d'améliorer la qualité esthétique de ces dispositifs, les enseignes scellées au sol ne peuvent pas être les supports d'éclairage externe par projection.
- Les enseignes éclairées par transparence de type "caisson lumineux" sont interdites, à l'exception des dispositifs opaques diffusant uniquement le lettrage, des logos de 0,8 m² maximum et des lettres découpées de type boîtier rétro éclairé.
- Les spots « pelle » sont interdits. Seules sont admises les enseignes lumineuses de type diodes électroluminescentes, les lettres rétro éclairées ou les réglettes diffusantes.
- Les enseignes lumineuses numériques perpendiculaires à la façade ou scellées au sol sont interdites, à l'exception des dispositifs signalant les pharmacies, les vétérinaires, les services d'urgence et pour l'affichage obligatoire des prix.
- Les enseignes lumineuses numériques apposées à plat sur la façade sont interdites, sauf sur bâtiments d'activité d'architecture non balladurienne. Il n'est alors admis qu'un dispositif par façade d'établissement de 4 m² maximum.
- Les enseignes lumineuses doivent être éteintes à la fermeture de l'établissement signalé et ce, jusqu'à sa réouverture.

Article 1.6 - Prescriptions relatives aux enseignes temporaires

- Elles sont soumises aux prescriptions relatives aux enseignes de la zone dans laquelle elles sont installées. Elles ne doivent pas être installées en plus du nombre d'enseignes autorisées par établissement dans la zone, à l'exception des enseignes apposées à plat sur façade lors des périodes officielles des soldes et en cas de liquidation de biens.
- Ces enseignes temporaires surnuméraires doivent être apposées uniquement sur vitrine.
- En tout état de cause, le cumul de la surface des enseignes apposées sur façade ne peut pas dépasser 15 % de la façade commerciale (25 % pour les façades de moins de 50 m²) (cf. lexique)
- Pour les opérations de plus de trois mois, il ne peut y avoir qu'une enseigne scellée au sol ou apposée directement sur le sol par voie bordant l'opération, quelle que soit la zone. La surface maximale de cette enseigne est de 6 m². Sa hauteur maximum est de 4 m.
- Il peut être apposé une enseigne sur façade par opération de location ou de vente d'une surface de 1,5 m² maximum. Cette enseigne est apposée, s'il y en a, devant une baie du bâtiment mis en location ou en vente.

- Les enseignes temporaires sur palissade de chantier sont limitées à 1 dispositif d'une surface maximale de 6 m² par palissade.

Article 1.7 - Prescriptions relatives aux préenseignes temporaires

Les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement doivent être signalées dans les conditions prévues par la réglementation nationale pour les préenseignes temporaires.

Chapitre II

Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°1 (ZR1) – Centre historique de haute qualité architecturale

Article 2.1 : prescriptions relatives aux publicités et aux préenseignes

2.1.1 - Systèmes interdits

- Toutes formes de publicité ou préenseigne (scellée ou posée au sol, numérique, micro affichage...) autres que celles décrites aux articles 2.1.2 et 2.1.3, par dérogation à l'interdiction totale dans un site inscrit et à moins de 500 m et dans le champ de visibilité d'un monument historique classé ou inscrit.

2.1.2 - Publicité sur mobilier urbain

- Le mobilier urbain peut recevoir une ou plusieurs publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m².
- Le mobilier urbain publicitaire reste cependant interdit sur les terre-pleins centraux arborés situés entre deux voies opposées.
- Dans le respect du Code de l'Environnement, le mobilier urbain ne peut être support de publicité qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction principale.
- Il ne peut être installé qu'après accord du gestionnaire de voirie.
- Seul est admis l'éclairage des dispositifs par transparence des affiches.

2.1.3 - Publicité sur palissades de chantier

- Il peut être admis deux dispositifs alignés par palissade le long d'une même voirie.
- La surface unitaire maximale est de 4 m² encadrement compris.
- La partie supérieure du dispositif doit être implantée à une hauteur maximale de 6 m par rapport au sol, sans toutefois dépasser les limites de la palissade.
- La durée d'installation est limitée à la durée du chantier.
- Toute forme d'éclairage de ces publicités est interdite.

Chapitre III.

Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°2 (ZR2) – Reste de l'agglomération

Article 3.1 : prescriptions relatives aux publicités et aux préenseignes

3.1.1 - Systèmes interdits

- Publicité ou préenseigne scellée ou posée au sol ;
- Publicité ou préenseigne numérique ;
- Publicité ou préenseigne éclairée par projection externe ;
- Publicité ou préenseigne sur toiture, sur bâches...).

3.1.2 – Publicités et préenseignes apposées à plat sur un mur

- Il ne peut être admis qu'un dispositif maximum par façade et par unité foncière, sur support strictement aveugle.
- Outre le micro affichage, le format unitaire maximum admis est de 1,5 m², encadrement compris.
- La surface des dispositifs ne doit pas excéder un tiers de la surface du support.
- Le dispositif doit être installé à 0,5 m en retrait des bords du support.
- Le dispositif doit être implanté à une hauteur maximum de 3 m.

3.1.3 - Publicité sur mobilier urbain

- Le mobilier urbain peut recevoir une ou plusieurs publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m².
- Le mobilier urbain publicitaire reste cependant interdit sur les terre-pleins centraux arborés situés entre deux voies opposées.
- Dans le respect du Code de l'Environnement, le mobilier urbain ne peut être support de publicité qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction principale.
- Il ne peut être installé qu'après accord du gestionnaire de voirie.
- Seul est admis l'éclairage des dispositifs par transparence des affiches.

3.1.4 - Publicité sur palissades de chantier

- Il peut être admis deux dispositifs alignés par palissade le long d'une même voirie.
- La surface unitaire maximale est de 4 m² encadrement compris.
- La partie supérieure du dispositif doit être implantée à une hauteur maximale de 6 m par rapport au sol, sans toutefois dépasser les limites de la palissade.
- La durée d'installation est limitée à la durée du chantier.

Chapitre IV. Prescriptions relatives à la Zone de publicité Réglementée n°3 (ZR3) – Hors agglomération

Article 4.1 : prescriptions relatives aux publicités et préenseignes

4.1.1 - Systèmes interdits

Toute forme de publicité et préenseigne est interdite, à l'exception des préenseignes dérogatoires.

Article 4.2 : prescriptions complémentaires relatives aux enseignes

4.2.1 – Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol doivent respecter un recul de 5 m minimum par rapport au bord extérieur de la chaussée des voies de circulation publiques (hors parkings).

LA GRANDE MOTTE

ANNEXES

DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

ANNEXE 1 : PLAN DE ZONAGE

ANNEXE 2 : LEXIQUE

ANNEXE 3 : ARRETE MUNICIPAL DEFINISSANT LES LIMITES D'AGGLOMERATION

ANNEXE 4 : LISTE DES SECTEURS PROTEGES

ANNEXE 5 : CARTE DES LIMITES D'AGGLOMERATION ET DES SECTEURS PROTEGES

ANNEXE 2 - REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE

LEXIQUE

Activités dérogatoires :

Activités pouvant bénéficier de préenseignes dérogatoires dans les conditions énoncées aux articles L.581-19, R.581-66 et R.581-67.

Il s'agit des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, des activités culturelles et des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'Environnement. Les autres activités ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière.

Agglomération :

Article R.110-2 du Code de la Route : "espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde" [...]

Alvéole :

Ouverture pratiquée dans la façade extérieure d'un bâtiment.

Bâche :

On appelle bâche de chantier une bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

On appelle bâche publicitaire une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

Chaussée :

Article R.110-2 du Code de la Route : "Partie de la route normalement utilisée pour la circulation des véhicules "

Enseigne :

Article L.581-3 du Code de l'Environnement : "toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce".

Enseigne en relief :

Toute enseigne apposée sur façade avec une saillie supérieure à 0,01 m. Vitrophanies et enseignes peintes directement sur la façade ne sont donc pas considérées comme des enseignes en relief.

Enseigne en bandeau :

Enseigne allongée et horizontale placée sur le linteau surplombant une baie, sur la partie supérieure d'une baie ou sur l'imposte surplombant cette baie.

Enseigne en applique :

Enseigne de petit format appliquée (plaquée) sur un montant ou une baie de façade commerciale qui vient en complément de l'enseigne en bandeau.

Enseignes et préenseignes temporaires :

Articles L.581-20 et R.581-68 à R.581-71 du Code de l'Environnement :

« 1- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

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

Ces enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. »

Façade commerciale d'établissement :

Portion de la façade d'un bâtiment appartenant à un seul établissement (qui peut proposer plusieurs activités). Le long d'un même alignement urbain, on ne compte qu'une seule façade même si celle-ci comporte des décrochements.

Galerie :

Espace couvert longiligne à fonction de circulation compris entre les façades interne et externe du rez-de-chaussée des immeubles.

Imposte :

Partie fixe ou mobile, vitrée ou non, occupant le haut d'une baie, au-dessus des éventuels battants de la baie et généralement en retrait des murs de la façade.

Linéaire de façade :

Le linéaire de façade à prendre en compte pour l'application des règles de densité par unité foncière est celui de la façade continue ouvrant sur la voie ouverte à la circulation publique.

Linteau :

Dans le corps des articles du RLP, le linteau désigne la partie allongée horizontale au-dessus d'une baie, appartenant à un coffrage en bois et servant à recevoir une enseigne en bandeau.

Mobilier urbain recevant de la publicité :

Toute installation ayant fait l'objet d'une convention avec la commune, implantée sur le domaine public, présentant un caractère d'intérêt général et répondant aux dispositions des articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'Environnement.

- les abris destinés au public (abris voyageurs notamment),
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public,
- les colonnes porte-affiches ne pouvant supporter que l'annonce de spectacles ou de

manifestations culturelles,

- les mâts porte-affiches ne pouvant comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives,

- le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne pouvant supporter qu'à titre accessoire une publicité commerciale de la même surface totale que celle réservée à ces informations et œuvres (planimètres par exemple).

Montant :

Elément vertical supportant la façade en bordure d'une baie ou d'une porte.

Pergola :

Dans le présent règlement, la pergola est considérée comme une terrasse couverte soutenue par des montants. Elle peut être ouverte ou fermée (baies vitrées, plexiglas...).

Préenseigne :

Article L.581-3 du Code de l'Environnement : "toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée". Elle est normalement soumise au régime de la publicité en agglomération.

Publicité :

Article L.581-3 du Code de l'Environnement : "à l'exclusion des enseignes et 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 assimilées à des publicités".

Publicité lumineuse :

Article R.581-34 du Code de l'Environnement : "publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet". Dispositif pouvant être éclairé par projection à l'aide d'un dispositif d'éclairage externe ou par transparence. Les néons, lasers ou dispositifs numériques constituent des publicités lumineuses.

Traverse :

Elément de décoration de la façade horizontal, marquant généralement la partie basse d'une alvéole.

Unité foncière :

CE - 27 juin 2005 n°264667 : îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Voirie :

Code de l'Urbanisme : Intégralité des espaces dédiés à la circulation des véhicules à moteur (chaussée) ou des piétons (trottoirs) sur un terrain public ou privé. Une voirie peut avoir un seul ou deux sens de circulation et comporter plusieurs **voies** parallèles.

DEPARTEMENT DE L'HERAULT

ARRETE MUNICIPAL PERMANENT N° 4393

portant modification des limites de l'agglomération de **LA GRANDE MOTTE** sur les Routes
Départementale n° 62^{E1} et la Voie Communale « Avenue du Grand Travers »

LE MAIRE DE LA GRANDE MOTTE,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5^{ème} partie - signalisation d'indication ;

CONSIDERANT, que la zone agglomérée doit être définie par arrêté au droit de la Voie Départementale RD62^{E1} qui traverse la commune et au droit de la voie communale « Avenue du Grand Travers » ;

A R R E T E

ARTICLE 1 : Les limites de l'agglomération de **LA GRANDE MOTTE**, au sens de l'article R 110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit :

- Du début de la RD62^{E1} (intersection avec la RD62, entrée de ville Nord - PR 0+242) jusqu'à la fin de la RD62^{E1} en limite Est de la Commune, juste avant le pont de la Passe des Abimes (entrée de ville Est – PR 2+742).
- Sur l'avenue du Grand Travers (ex RD59), au droit du passage piéton au niveau de la parcelle section BB n° 17 (entrée de ville Ouest).

Conformément au plan ci-joint

ARTICLE 2 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5^{ème} partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 3 : Les dispositions définies par l'article 1^{er} du présent arrêté prennent effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.



ARTICLE 4 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de LA GRANDE MOTTE sont abrogées.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de LA GRANDE MOTTE.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de MONTPELLIER dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : MM. le Maire de la commune de LA GRANDE MOTTE, M. le Président du Conseil Départemental de l'HERAULT, le Général de Brigade du Groupement de Gendarmerie de l'HERAULT, Monsieur M. le Chef de la Police Municipale, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à La Grande Motte,

le 24 AVR. 2019

LE MAIRE,
Président de l'Agglomération du Pays de L'Or


Stéphan ROSSIGNOL

Pièce Jointe : plan indicatif



PLAN INDICATIF - ARRETE PORTANT LIMITE DE L'AGGLOMERATION

ANNEXE 4 DU REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE

LISTE DES SECTEURS PROTEGES

Liste des sites inscrits :

Appellation	Date de l'arrêté	Lieu
Ensemble de la station	16/05/1975	LA GRANDE MOTTE

Liste des sites classés :

Appellation	Date de l'arrêté	Lieu
Étang de Mauguio	28/12/1983	LA GRANDE MOTTE

Liste des monuments historiques inscrits :

Appellation	Date de l'arrêté	Lieu
Le Point Zéro	29/12/2015	LA GRANDE MOTTE
La Tour du Grand-Travers	10/05/1996	LA GRANDE MOTTE

Liste des sites Natura 2000 :

Appellation	Date de l'arrêté	Lieu
Le SIC « Posidonies de la côte Palavasienne »	07/11/2013	LA GRANDE MOTTE
Le SIC « Étang de Mauguio »	07/11/2013	LA GRANDE MOTTE
La ZPS « Étang de Mauguio »	24/04/2006	LA GRANDE MOTTE
La ZPS « Côte languedocienne »	31/10/2008	LA GRANDE MOTTE