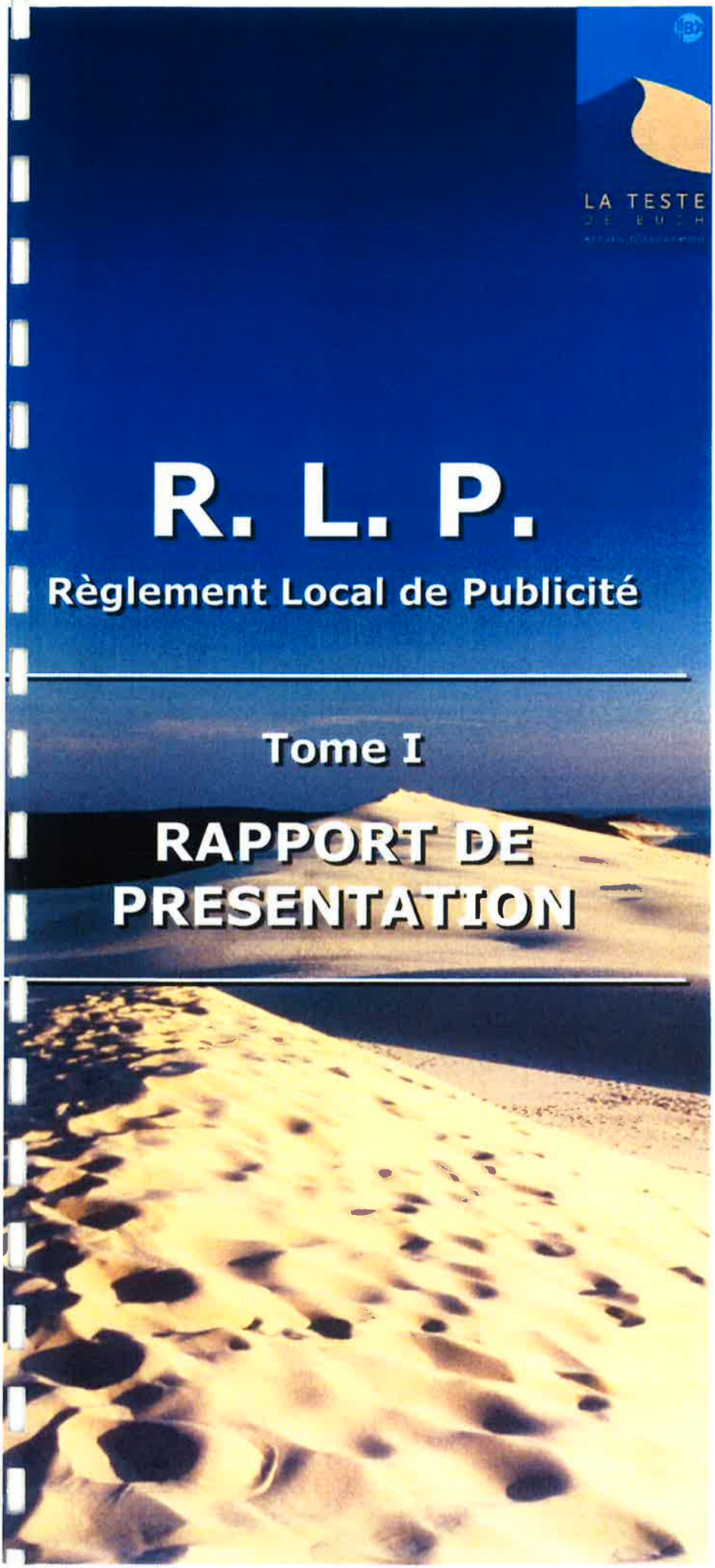


Département de la Gironde

Commune de

LA TESTE-DE-BUCH

reçu le
04 OCT. 2018
SOUS-PRÉFECTURE
D'ARCACHON

Document approuvé présenté

en Conseil Municipal

du 2 Octobre 2018

Ville de La Teste-de-Buch
BP 50105
33164 LA TESTE-DE-BUCH Cedex
Tél : 05 56 22 35 00
Fax : 05 56 54 46 40

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4

1/ ELABORATION D'UN RLP 5
1.1 PROCEDURE 5
1.2 STRUCTURE DU RLP 7

2/ DEFINITIONS LEGALES 8
2.1 ENSEIGNE 8
2.2 PREENSEIGNE 9
2.3 PUBLICITE 10

3/ PARTIE 1 11
CONTEXTE TERRITORIAL 11
3.1 SITUATION GENERALE 12
3.2 ACTIVITES ECONOMIQUES 16
3.3 INFRASTRUCTURES DE VOIRIES, TRANSPORTS ET DEPLACEMENTS 18

4/ PARTIE 2 21
ETAT INITIAL DE L'ENVIRONNEMENT 21
4.1 PATRIMOINE HISTORIQUE 22
4.2 PATRIMOINE NATUREL 22

5/ PARTIE 3 28
DIAGNOSTIC DU PATRIMOINE PUBLICITAIRE 28
5.1 OBJET DU DIAGNOSTIC 29
5.2 REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE EXISTANT 30
5.3 DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT 34
5.4 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC 54

6/ PARTIE 4 56
OBJECTIFS ET ORIENTATIONS 56
6.1 OBJECTIFS 57
6.2 DECLINAISON DES ORIENTATIONS 58
6.3 ORIENTATIONS 59

7/ PARTIE 5 60
JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS 60
7.1 ZONAGE 61
√ Zone de Publicité n° 1a (ZP1a) 61
√ Zone de Publicité n° 1b (ZP1b) 62
√ Zone de Publicité n° 1c (ZP1c) 63
√ Zone de Publicité n° 2 (ZP2) 63
√ Zone de Publicité n° 3 (ZP3) 64
√ Zone de Publicité n° 4 (ZP4) 65
√ Zone de Publicité n° 5 (ZP5) 65

8/ PARTIE 6 66
ANNEXE - « LEXIQUE » 66

INTRODUCTION

Le Code de l'environnement rappelle que « chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ».

La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes a pour objectif majeur de préserver le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles, tout en conciliant la liberté d'affichage avec la protection de l'environnement et notamment du paysage, qu'il soit naturel ou bâti, urbain, péri-urbain ou rural.

Ces règles visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés.

La loi du 12 juillet 2010, dite Grenelle 2, portant engagement national pour l'environnement ainsi que le **décret du 30 janvier 2012** ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes en vigueur.

La loi du 12 juillet 2010 instaure une réglementation nouvelle pour l'élaboration des documents de planification de l'affichage publicitaire dans les communes. Ainsi, les règles d'élaboration ou de révision du règlement local de publicité (RLP) devront être conformes à celles fixées pour le Plan Local d'Urbanisme (PLU), et l'ensemble de la procédure sera menée à l'initiative du maire ou du président de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de PLU.

La commune de La Teste-de-Buch dispose d'un Règlement Local de Publicité (RLP), applicable depuis décembre 2008, et possède la compétence PLU.

Au regard des nouvelles dispositions législatives, ce Règlement Local de Publicité reste valable jusqu'au 13 juillet 2020. Au- delà de cette date, s'il n'est pas révisé selon la nouvelle procédure, il devient caduc et le maire perd sa compétence d'instruction et de police de la publicité au profit du Préfet.

La commune de La Teste-de-Buch souhaite se doter d'un Règlement Local de Publicité (RLP) adapté au nouveau contexte local afin de maîtriser son environnement.

L'évolution de l'urbanisme, la diversification et le développement de nouveaux supports de publicité, la prise en compte des contraintes environnementales, y compris dans le domaine énergétique, ont conduit la commune à porter une nouvelle réflexion de la publicité extérieure et des enseignes.

Dans le même temps, la commune procède à la révision de son Plan Local d'Urbanisme (PLU).

Avec ces différents outils, la commune de la Teste-de-Buch souhaite mettre en cohérence les différentes actions politiques engagées en matière de protection de l'environnement et du cadre de vie.

Le futur Règlement Local de Publicité (RLP) sera l'une des réponses à ces objectifs.

1/ ELABORATION D'UN RLP

1.1 PROCEDURE

Le Règlement Local de Publicité (RLP) **définit une ou plusieurs zones** (couvrant partiellement ou l'ensemble du territoire communal) **où s'applique une réglementation plus restrictive** que les dispositions de la réglementation nationale.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est **élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures** définies par le code de l'urbanisme pour l'élaboration, la révision ou la modification **des PLU**.

L'ensemble de la procédure est menée à l'initiative de la commune de la Teste-de-Buch compétente en PLU.

Le point de départ de la procédure de RLP est une **délibération municipale, prise le 26 mai 2016,** prescrivant l'élaboration du RLP. Elle **détermine les enjeux et les objectifs** ainsi que les **modalités de la concertation**, puis notifiée au préfet et aux autres personnes publiques associées.

La concertation associe les personnes publiques associées (PPA) et autres personnes publiques consultées à leur demande, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées *(professionnels de la publicité, installateurs d'enseignes, commerçants....)* qui souhaite participer à cette démarche.

- Pour cela, différents moyens doivent être mis en place, pendant une durée suffisante, pour communiquer le plus largement possible auprès de tous les publics et ainsi leur permettre de formuler des observations et propositions.
- La concertation a revêtu différentes formes :
  - ~ *Affichage de la présente délibération en mairie (centre- ville; Pyla-sur-mer, Cazaux) pendant un mois,*
  - ~ *Ouverture d'un registre disponible à l'accueil de la mairie du lundi au vendredi (centre- ville; Pyla-sur-mer, Cazaux) en vue de recueillir les observations du public pendant toute la durée de la procédure avec mise à la disposition du dossier de révision du règlement local de publicité comprenant les pièces communicables, pièces pouvant évoluer au fur et à mesure de l'avancée du projet,*
  - ~ *Organisation de réunions publiques,*
  - ~ *Réunions avec les personnes publiques associées,*

- ~ *Affichage sur les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et aux activités des associations sans but lucratif,*
- ~ *Affichage sur les journaux électroniques et sur le site internet de la Ville,*
- ~ *Information dans le bulletin municipal,*
- ~ *Permanences en mairie (centre-ville) avec l'adjoint d'astreinte dans la période d'un mois précédent l'arrêt du projet par le Conseil Municipal.*

Le préfet a communiqué à la commune via le **« porter à connaissance », en date du 7 juin 2016,** l'ensemble des informations nécessaires la réalisation du RLP, notamment les dispositions particulières applicables au territoire concerné.

Un débat en Conseil Municipal a eu lieu, le 21 septembre 2016, sur les orientations du projet de RLP.

Le projet de RLP a été **arrêté par délibération du 12 décembre 2017** et a **tiré le bilan de la concertation**.

A l'issue de son arrêt, le projet de RLP a été **transmis pour avis**, donné sous un **délai de 3 mois**, aux personnes publiques associées et consultées et à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS).

Au terme des consultations, le projet de RLP a été soumis à **l'enquête publique**, au cours de laquelle le public a pu formuler **un ou plusieurs avis**.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) sera définitivement **approuvé par délibération municipale du 2 octobre 2018** et n'entrera en vigueur qu'à compter de la réalisation de l'ensemble des formalités de publicité et de sa transmission au préfet.

Pour conclure la procédure, le Règlement Local de Publicité (RLP) sera **annexé au PLU**.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) sera applicable dès son approbation à tout nouveau dispositif. Les dispositifs existants non conformes à la nouvelle réglementation disposeront, à compter de son entrée en vigueur, d'un délai de **deux ans pour les publicités** et de **six ans pour les enseignes pour se mettre en conformité**.

1.2 STRUCTURE DU RLP

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est composé de trois documents.

- **Le rapport de présentation** qui comprend un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure (recensement, infractions...).

  Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant un traitement spécifique.

  Ce rapport définit les orientations et les objectifs liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il justifie les choix et les règles retenus et la délimitation des zones identifiées.

- **La partie réglementaire** qui comprend la rédaction des règles générales et spécifiques aux différentes zones, en lien avec les objectifs du RLP.

- **Les annexes** qui sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones et servitudes identifiés dans le rapport de présentation et le règlement.

  A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le plan les matérialisant.

2/ DEFINITIONS LEGALES

2.1 ENSEIGNE

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

Toutes les enseignes ne sont pas régies de la même manière. En effet, comme c'est le cas pour la publicité, le Code de l'environnement prévoit des dispositions différentes selon leurs conditions d'implantation : enseignes en façade implantées à plat ou perpendiculaires, sur auvent, sur marquise, enseignes en toiture, enseignes scellées ou posées au sol, enseignes lumineuses.

2.2 PREENSEIGNE

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

Certaines préenseignes, dites « dérogatoires » sont soumises à un régime distinct.

La plupart sont interdites depuis le 13 juillet 2015, excepté quelques activités.

Enseignes ou préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- **Les enseignes ou préenseignes installées pour moins de trois mois** qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles.

- **Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois** qui 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'elle signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

2.3 PUBLICITE

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.
Sont aussi considérés comme des publicités les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même est une publicité

(article L.581-3 du code de l'environnement)

Tous les types de publicités sont concernés par cette définition qui se veut générale. Les dispositifs réglementés par le Code de l'environnement peuvent ensuite être classés suivant :

- leur mode d'installation (scellé ou posé au sol, apposé sur un support existant, sur baie, sur bâche, sur palissade, sur mobilier urbain) ;
- leur dimension ;
- leur mode d'éclairage ou non ;
- leur type de message délivré (à caractère publicitaire ou non).

Ces différents dispositifs font l'objet d'un traitement spécifique par le Code de l'environnement.

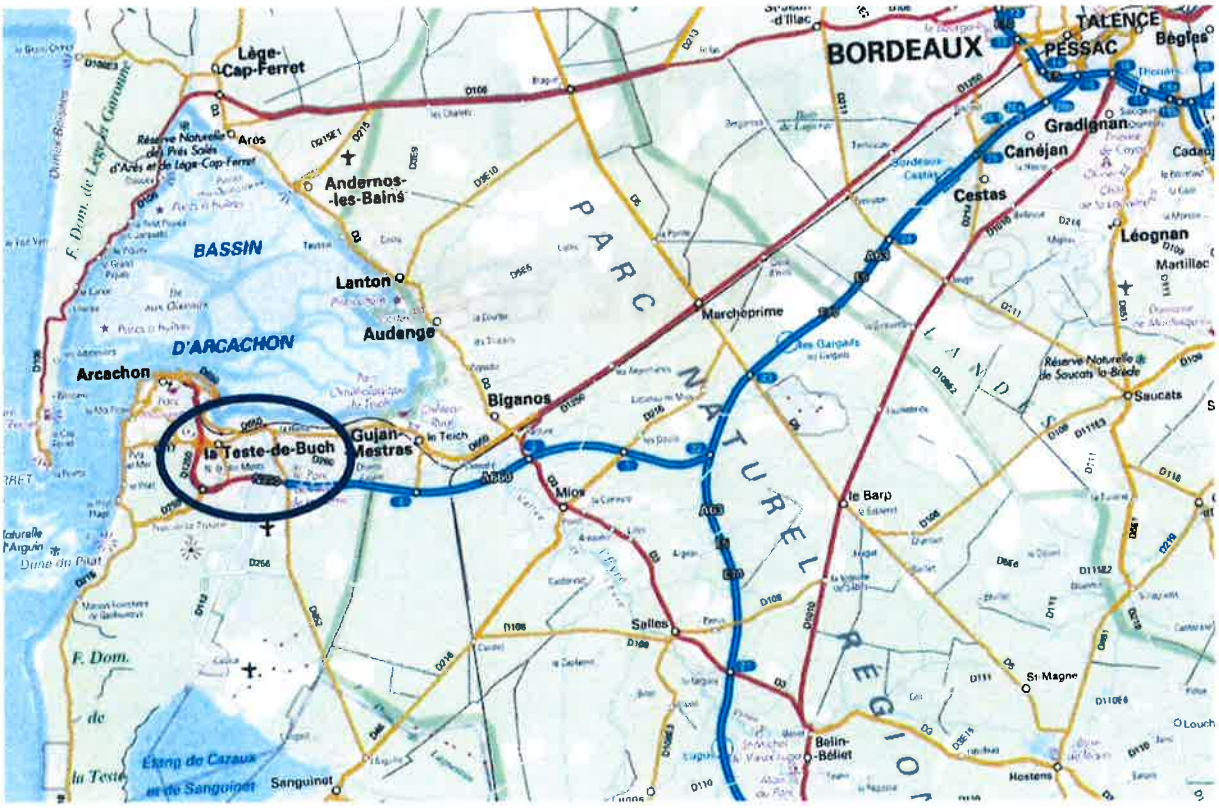
3/ PARTIE 1

CONTEXTE TERRITORIAL

3.1 SITUATION GENERALE

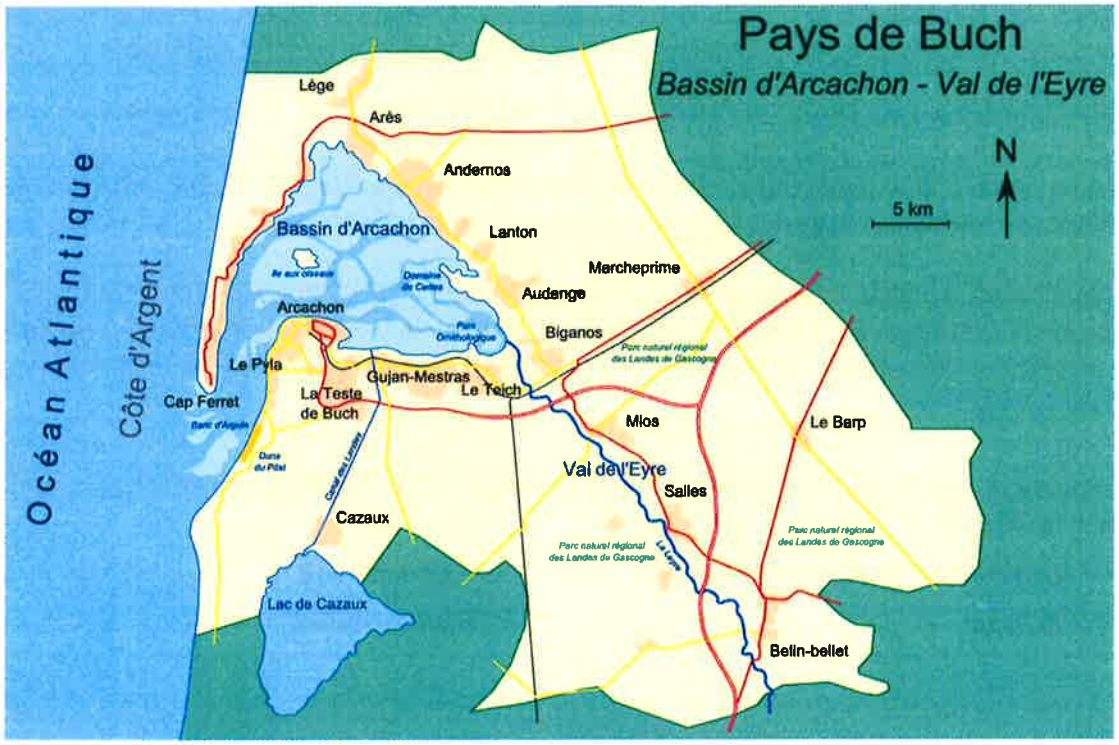
La Commune de La Teste-de-Buch est située au Sud-Ouest de la France dans le département de la Gironde, en région Nouvelle-Aquitaine.

Sa proximité de Bordeaux (à 55 km) et la présence d'un site touristique « Grand Site de la Dune du Pilat », en fait aujourd'hui une commune très attractive.



La commune, localisée entre Arcachon et Gujan-Mestras, est entourée au Nord par le Bassin d'Arcachon, à l'Ouest par l'Océan Atlantique, au Sud par le Lac de Cazaux, la commune de Sanguinet et la commune de Biscarrosse.

La commune de La Teste-de-Buch est la capitale historique et économique du Pays de Buch, mais aussi la plus peuplée avec **26 381 habitants** (INSEE 2014).



La commune de La Teste-de-Buch fait partie de la Communauté d'Agglomération du Bassin d'Arcachon Sud (COBAS), créée le 7 décembre 2001 à la suite de la transformation du District Sud Bassin, et compte **64 957 habitants** permanents. Les autres communes membres sont : Arcachon, Gujan-Mestras et Le Teich.

COBAS
Bassin d'Arcachon Sud

Le territoire de La-Teste-de-Buch occupe une superficie de 26 020 ha dont 10 320 ha d'eau (bassin 8 120 ha – lac de Cazaux 2 200 ha), et un territoire forestier de près de 10 000 ha.
C'est l'un des territoires les plus grands de France en superficie.

La commune est composée de trois pôles urbains d'inégale importance :

- ✓ **La Teste**, le pôle le plus important, véritable cœur de la commune, orienté sur le Bassin, où se concentrent les services administratifs, les activités commerciales, industrielles et artisanales, le port et les principaux équipements sportifs et culturels, qui compte au 1er janvier 2016 : **19 777 habitants** ;
- ✓ **Pyla-sur-mer,** situé à 6 km du centre-ville et le long du Bassin, quartier résidentiel qui compte au 1er janvier 2016 : **2.321 habitants** ;
- ✓ **Cazaux**, situé à 12 km du centre ville, au bord du Lac du même nom, qui vit autour de la Base Aérienne 120, qui compte au 1er janvier 2016 : **3 892 habitants.**

Le nombre d'habitants de la commune ou de l'unité urbaine joue un rôle clé pour ce qui est de la réglementation de la publicité extérieure et en particulier de l'affichage publicitaire.

Il en est ainsi car le Code de l'environnement fixe des règles différentes selon les types d'implantations, les formats, les hauteurs, les procédés admis ou non en fonction de la population.

Le seuil de 10 000 habitants est le plus important. Il influe fortement sur toutes les caractéristiques des publicités et préenseignes. Ainsi, 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 scellée au sol est interdite.

L'agglomération au sens physique a été définie par l'INSEE commune une unité urbaine.
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.

L'agglomération au sens démographique, intègre le nombre d'habitants compris dans l'agglomération en s'appuyant sur l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune et ne peut s'apprécier qu'à l'intérieur des limites communales de l'agglomération considérée. *(Conseil d'Etat n° 352916, 26/11/2012, Société Avenir).*

Conséquences pour le décompte de la population de la TESTE-DE-BUCH, deux secteurs agglomérés sont clairement identifié :

- ✓ **LA TESTE CENTRE / PYLA-SUR-MER** **23 669 habitants**
- ✓ **CAZAUX** **3 892 habitants**

- Seul, le secteur aggloméré de La Teste-de-Buch / Pyla-sur-mer a une population supérieure à 10 000 habitants. Les publicités scellées au sol sont donc admise. Le format des publicités murales ou scellées au sol est de 12 m^2 maximum.

- Le secteur de Cazaux est soumis au régime des villes de moins de 10 000 habitants. En clair, dans cette commune, les publicités scellées au sol sont interdites. Elles ne sont admises que sur les murs, pignons, façades aveugles (publicité dite murale) mais au format de 4 m^2.

- L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42 du code de l'environnement.

- En effet, cette interdiction ne doit s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants).

- Aussi, dans l'attente d'un correctif, il convient de ne pas appliquer cette interdiction à Cazaux d'apposer de la publicité non numérique sur mobilier urbain.

PYLA
SUR MER
LA TESTE
CAZAUX

3.2 ACTIVITES ECONOMIQUES

✓ Le tourisme

Le **tourisme est essentiel pour l'activité économique** de la commune de La-Teste-de Buch qui figure comme une destination privilégiée pour le tourisme, notamment du fait de la qualité de ses paysages, sa localisation et son accessibilité.

Commune du littoral aquitain, elle dispose de divers attraits touristiques, s'appuyant sur une richesse paysagère propice à diverses activités et découvertes : la Dune du Pilat et les plages de l'Atlantique à l'Ouest, le Lac de Cazaux au Sud, le Bassin d'Arcachon au Nord, le massif forestier de pins et de chênes,...

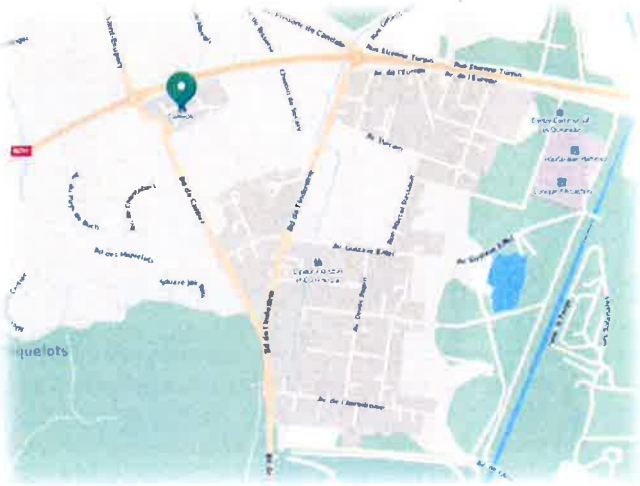
L'offre en hébergement touristique de La-Teste-de Buch est **principalement constituée de campings et de résidences de tourisme**, tandis que l'hôtellerie conventionnelle reste peu représentée sur la commune.

✓ Les activités économiques

La commune dispose de deux zones commerciales majeures situées le long de la D1250 et de la N250 :

- **Le centre commercial Cap Océan.** Le site est bordé par la D1250, qui encadre son développement. Cet axe principal de desserte du site est également l'axe « entrée du Centre Ville ».

- **Le Parc d'Activités du Pays de Buch,** situé en bordure de la N250, intégrant le secteur commercial Les Océanides ;



- **Le parc d'activités Sécary ;**
- **Le parc d'activités Caillivole ;**
- **Le secteur commercial des Miquelots ;**
- **L'espace Plaisance à dominante commerciale, situé en bordure de la D1250 ;**
- **Le parc d'activités Lagrua situé en bordure de la D1250, notamment le long de la rue Lagrua ;**
- **Le cœur de ville de La-Teste :** s'inscrit dans un périmètre délimité par la place Jean Hameau, la rue Victor Hugo, l'espace commercial Captal, l'école primaire Gambetta et la place Gambetta.

  Au sein de ce périmètre la **concentration d'activités commerciales, de services, et d'équipements** publics est très importante.

- **Le port ostréicole situé sur La-Teste centre :** constitue un site d'activités économiques emblématiques pour la commune de La-Teste-de Buch : siège d'activités traditionnelles, le port ostréicole est devenu un site touristique très important pour la commune.

  Une autre zone, dans le projet des **Prés Salés Ouest**, est mentionnée comme pouvant attirer de l'attractivité, notamment dans le domaine hôtelier.

- **Pyla-sur-Mer :** les activités économiques sont principalement localisées autour du rond-point du Figuier et vers le rond-point de Pilat-Plage, et sont constitués par des commerces et services de proximité.

- **Cazaux** : les activités économiques sont situées place du Général de Gaulle, autour de la mairie et de l'école le long de l'avenue de Verdun.

3.3 INFRASTRUCTURES DE VOIRIES, TRANSPORTS ET DEPLACEMENTS

✓ La structure routière

L'**armature routière de la commune de La-Teste-de-Buch** est desservie par des axes routiers qui irriguent l'agglomération bordelaise, le Sud Bassin et le Nord des Landes ;

- La **N250, prolongement de l'A660,** voie directe depuis le diffuseur de la Hume, assure la **liaison principale avec l'agglomération bordelaise**. L'A660 et la N250 forment une **pénétrante disposant d'un effet vitrine** stratégique, notamment pour la zone commerciale de Cap Océan, l'espace industriel et commercial de Caillivole/les Océanides, la plaine des sports G. Moga, le nouveau centre nautique, etc.

Afin de fluidifier le trafic sur la N250 et de dissocier les flux Est-Ouest (Bordeaux-plages) des flux Nord-Sud (La Teste- zone commerciale), un **passage inférieur en continuité de l'avenue de Bisserié** a été réalisé.

- la **D1250, voie de liaison intercommunale,** prolonge la N250 et tient lieu de boulevard cernant le centre de La Teste et rejoignant le centre d'Arcachon.

- la **D650, voie de liaison intercommunale**, constitue un axe d'entrée de ville et assure la liaison entre les centres des communes du Nord Bassin.

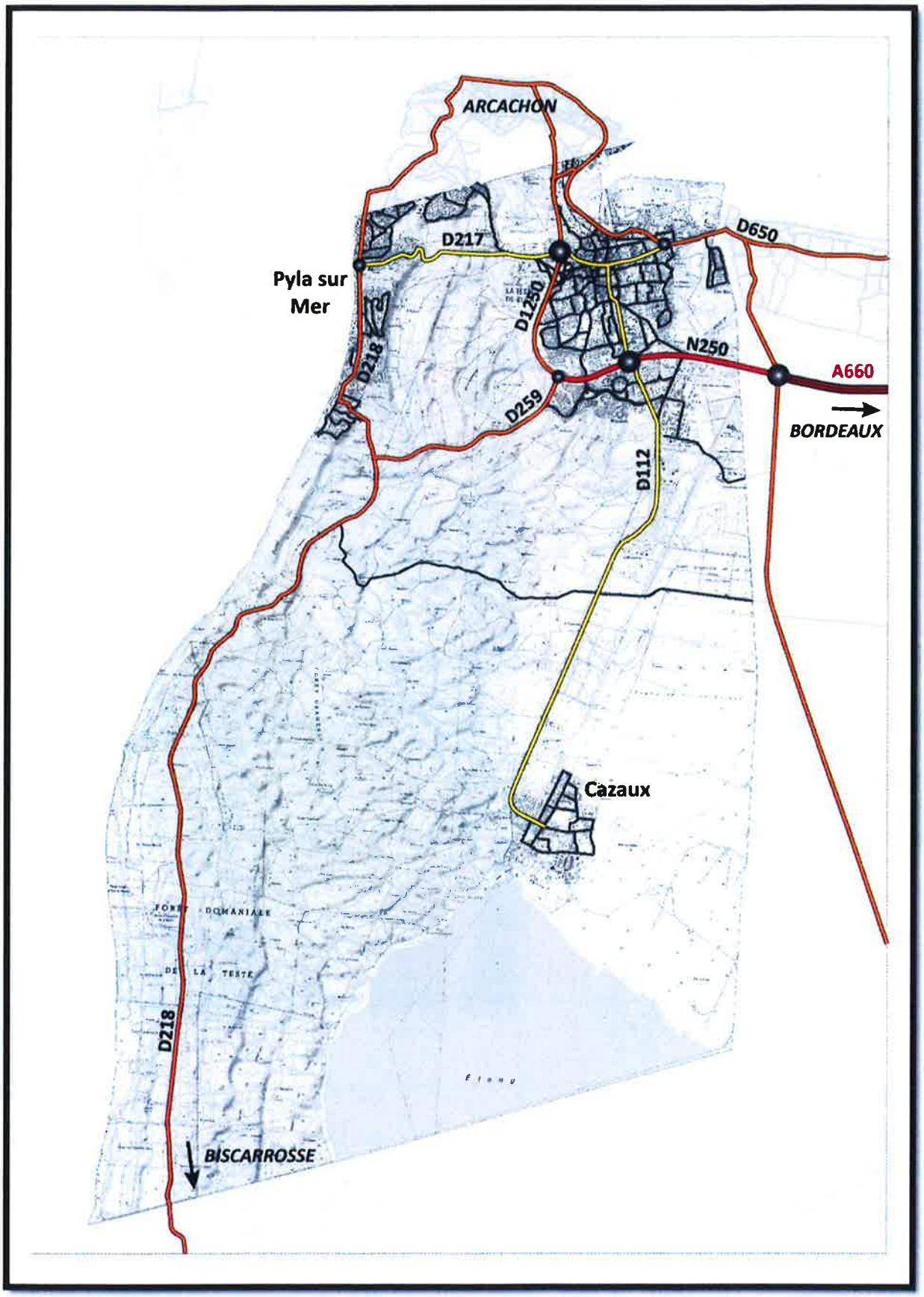
- La **D218, voie de liaison intercommunale,** assure la liaison vers Pyla-sur-Mer qu'elle traverse du Nord au Sud, elle mène aux plages atlantiques et assure la liaison vers Biscarrosse Plage.

- La **D259, voie de liaison intercommunale,** permet d'accéder à la D218 et à la Dune du Pilat depuis l'échangeur de la N250.

- la **D112, voie de desserte inter-quartier**, assure la liaison vers Cazaux (Base Aérienne 120) et supporte un trafic croissant depuis le développement de la zone commerciale de Caillivole/Les Océanides. La D112 est classée **route à grande circulation**.

- La **D217, voie de desserte inter-quartier,** relie La Teste et Le Pyla, à partir de l'échangeur du Baou. Un projet de **restructuration de l'échangeur du Baou** est à l'étude.

- Les **autres voies de desserte locale** permettent d'assurer les liaisons inter-quartiers, avec notamment un réseau en étoile sur La Teste Centre (av. V. Hugo et du Gal de Gaulle, rue du Port, du Pdt Carnot et St Exupéry), une voie structurante sur le Pyla (bd de l'Océan), une desserte impasse sur Cazaux (réseau orthogonal depuis la rue des Fusillés).


ARCACHON
D217
D650
Pyla sur Mer
D1250
D218
N250
A660
D259
BORDEAUX
D112
Cazaux
FORET DOMANIALE
DE LA TESTE
D218
BISCARROSSE

✓ Le transport ferroviaire

La gare de La Teste-de-Buch est desservie par les TER Aquitaine reliant Bordeaux à Arcachon ainsi que, rarement, par les TGV de Paris à Arcachon. Elle est située près du port.

✓ Les liaisons douces

La commune est traversée par deux **pistes cyclables départementales, en site propre,** et inscrites au **schéma directeur des itinéraires cyclables** :

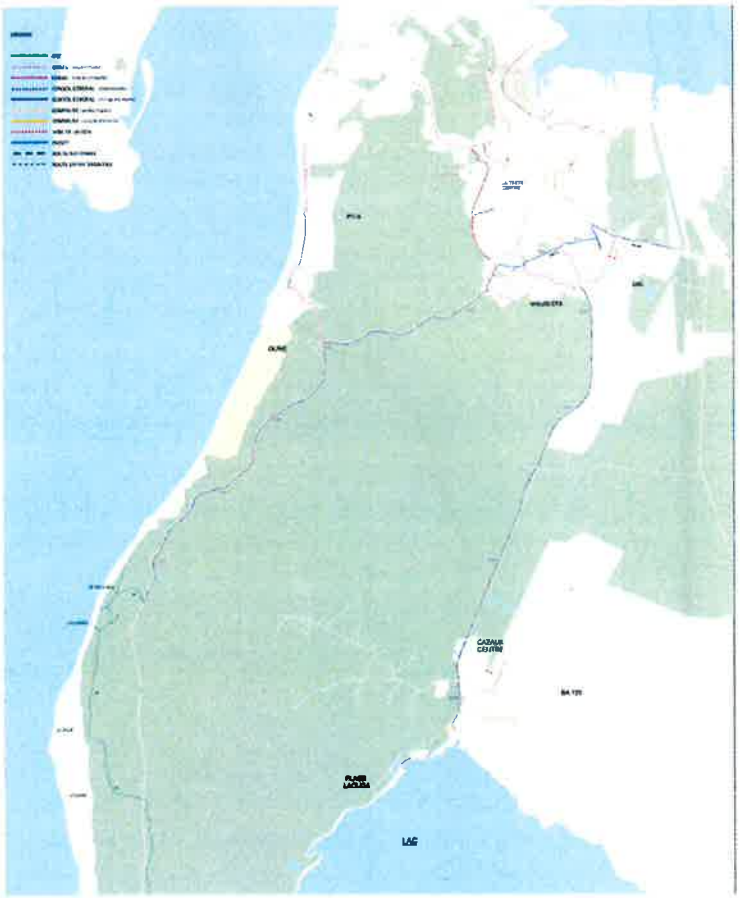
- La **D804 « Sud Bassin »** permet de relier le centre de La Teste au littoral, de la Dune du Pilat jusqu'à la Plage du Petit Nice.

  Parallèle à la N250, elle dessert la zone commerciale de Caillivole.

  En complément, une bande cyclable nord-sud traverse le pôle urbain de Pyla sur Mer.

- La **D804E « La Teste-Cazaux »** assure une liaison nord-sud entre le quartier de Miquelots et le pôle urbain de Cazaux.

Ces deux grands axes sont connectés et complétés par le réseau cyclable de la COBAS et de la commune.



4/ PARTIE 2

ETAT INITIAL DE L'ENVIRONNEMENT

La commune de La Teste-de-Buch comprend plusieurs éléments remarquables du patrimoine historique et naturel.

4.1 PATRIMOINE HISTORIQUE

La commune de La Teste-de-Buch possède en agglomération trois monuments historiques inscrits.

- **« L'hôtel dit de Baleste »**, ou « Maison Portier »
- **« La Villa Téthys »**
- **« La Villa Geneste »**

4.2 PATRIMOINE NATUREL

La commune de La Teste-de-Buch comprend également plusieurs éléments remarquables du patrimoine naturel.

Les sites classés

« La Dune du Pilat »
et la forêt usagère » (6167 ha)

« L'Ile aux Oiseaux » (1643 ha)

Les sites inscrits

- **« La Forêt usagère de La Teste »**
- **« La partie littorale et son extension »**
- **« La Villa Rothschild au Pyla-sur-Mer »**

Les Zones naturelles d'Intérêt Écologique Faunistiques et Floristiques (ZNIEFF)

- **Les ZNIEFF de type II**

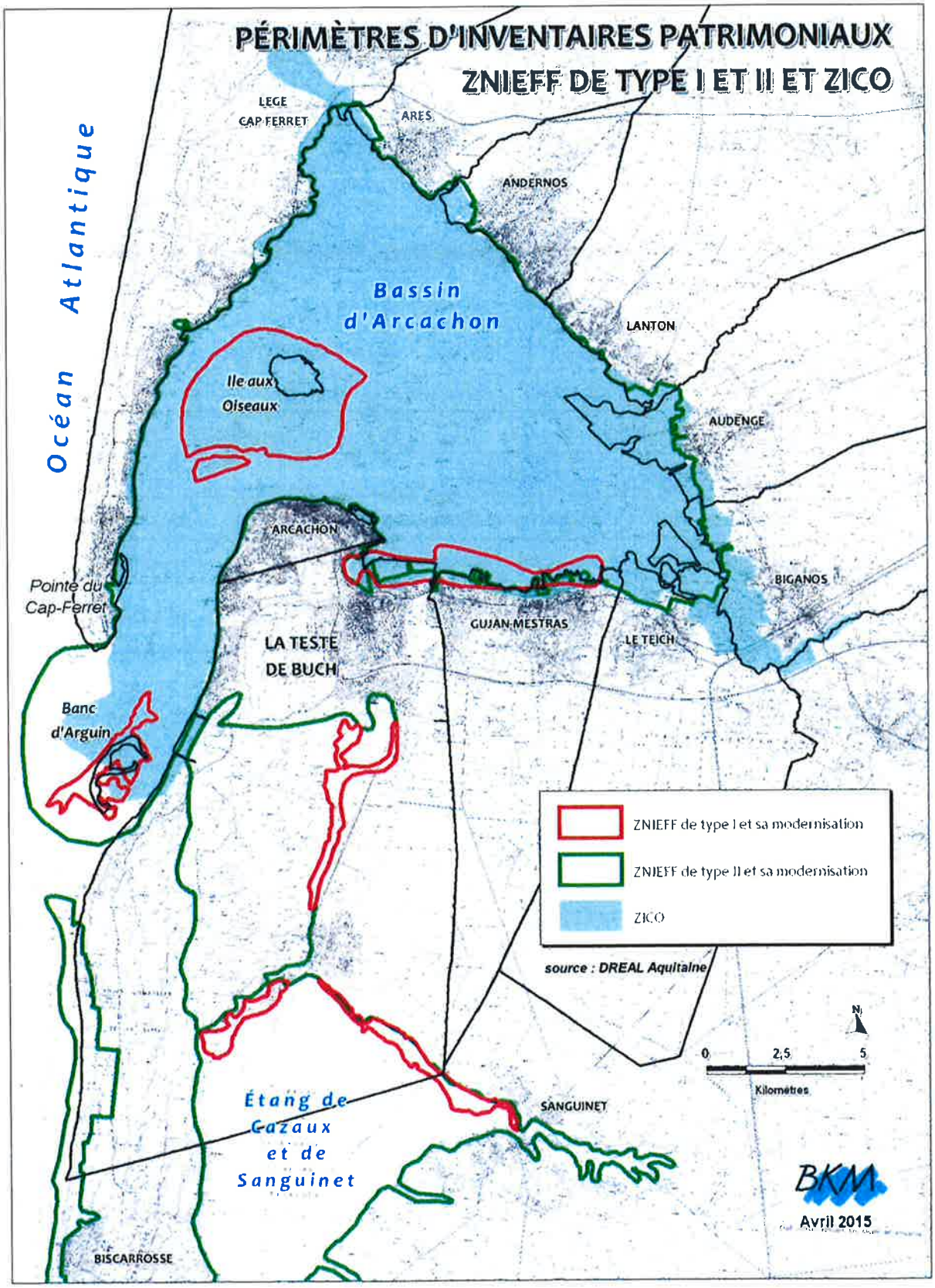
Bassin d'Arcachon	373 ha
Forêt usagère de la Teste-de-Buc	4 741 ha
Zones humides d'arrière-dune du Pays de Born	15 285 ha
Dunes littorales du banc de Pineau à l'Adour	3 224 ha
Dunes modernes du littoral landais du Banc de Pineau à Contis-les-Bains	2 341 ha

- **Les ZNIEFF de type I**

Banc d'Arguin	373 ha
Ile aux oiseaux et vasières	1 660 ha
Prés salés de la côte sud du Bassin d'Arcachon	673 ha
Lette de la Craste de Nézer	228 ha
Marais nord-ouest de l'étang de Cazaux	163 ha
Rive nord est de l'étang de Cazaux	269 ha

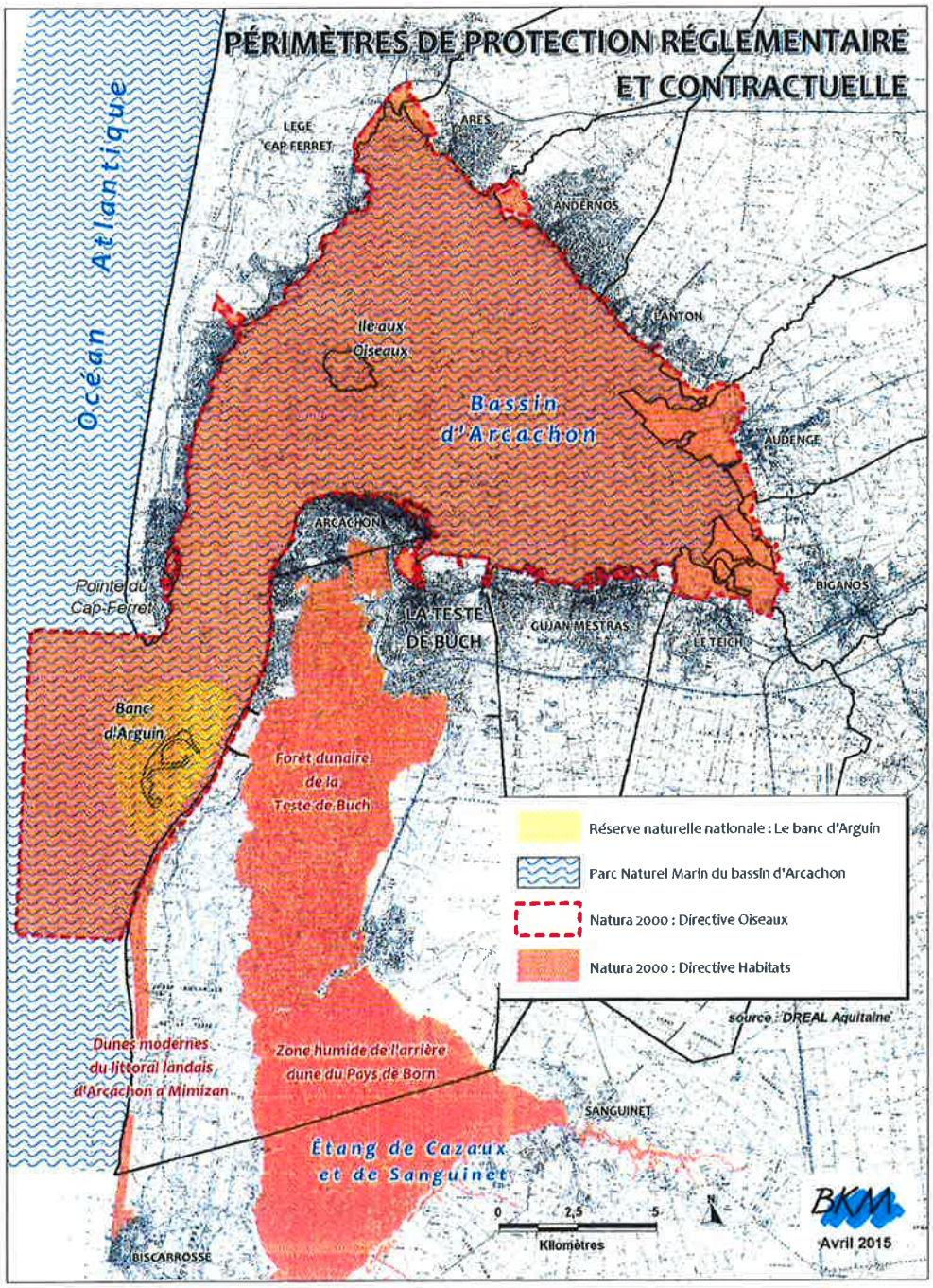
La Zone d'Importance pour la Conservation des Oiseaux (ZICO)

Bassin d'Arcachon et Banc d'Arguin	20 100 ha

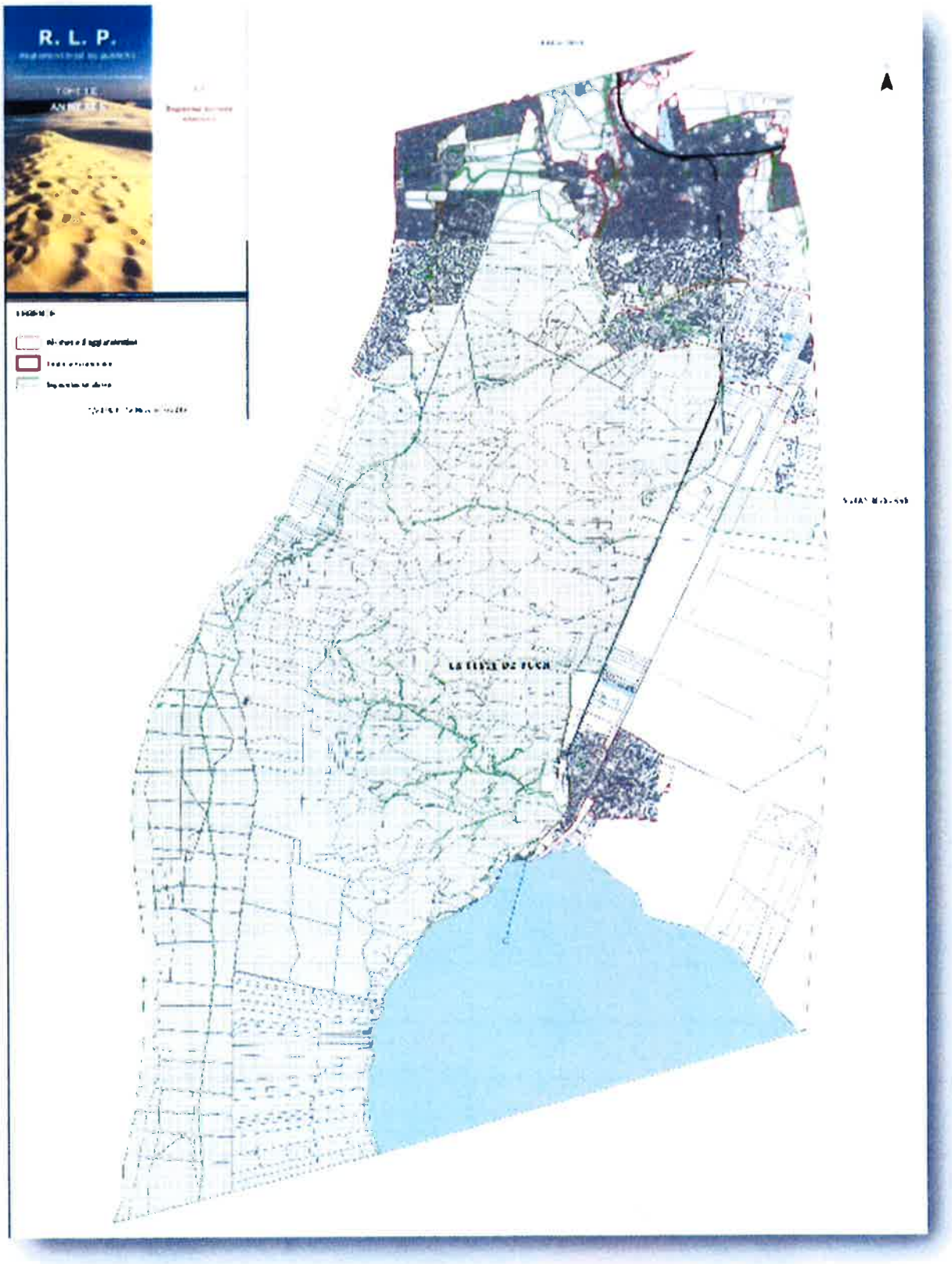

PÉRIMÈTRES D'INVENTAIRES PATRIMONIAUX
ZNIEFF DE TYPE I ET II ET ZICO
Océan Atlantique
LEGE CAP-FERRET
ARES
ANDERNOS
Bassin d'Arcachon
LANTON
Ile aux Oiseaux
AUDENGE
ARCACHON
Pointe du Cap-Ferret
BIGANOS
GUJAN-MESTRAS
LE TEICH
LA TESTE DE BUCH
Banc d'Arguin
ZNIEFF de type I et sa modernisation
ZNIEFF de type II et sa modernisation
ZICO
source : DREAL Aquitaine
N
0
2,5
5
Kilomètres
Étang de Cazaux et de Sanguinet
SANGUINET
BKM
Avril 2015
BISCARROSSE

Les sites Natura 2000 (SIC et ZPS)

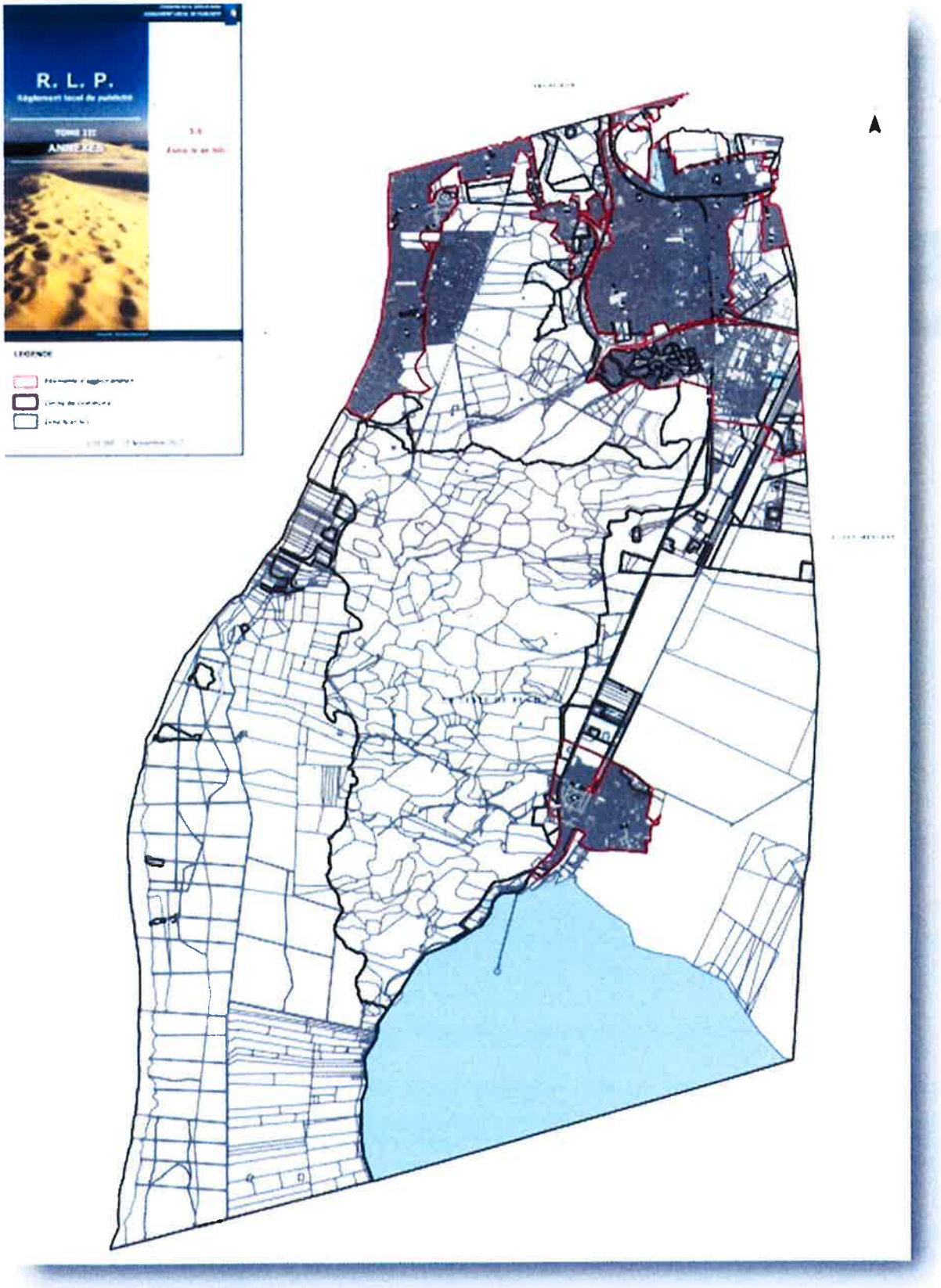
Site FR 7212018 : Bassin d'Arcachon et banc d'Arguin (ZPS)	22 684 ha
Site FR7200679 : Bassin d'Arcachon et Cap Ferret (SIC)	22 639 ha
Site FR7200712 : Dunes modernes du littoral landais d'Arcachon à Mimizan-Plage (SIC)	739 ha
Site FR7200702 : Forêts dunaires de la Teste-de-Buch (SIC)	5 312 ha
Site FR7200714 : Zones humides de l'arrière dune du Pays de Born (SIC)	14 950 ha



Les espaces boisés figurant au PLU



Les zones N figurant au PLU



5/ PARTIE 3

DIAGNOSTIC DU PATRIMOINE PUBLICITAIRE

5.1 OBJET DU DIAGNOSTIC

Il a été opéré sur le territoire de la commune de La Teste-de-Buch, un repérage détaillé et un état de l'existant des différents types de dispositifs : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain, micro signalétique, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse critique a permis de mesurer la pression publicitaire, de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard de la réglementation nationale et du Règlement Local de Publicité actuel, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement. Il a été dressé **un bilan qualitatif** critique de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public :

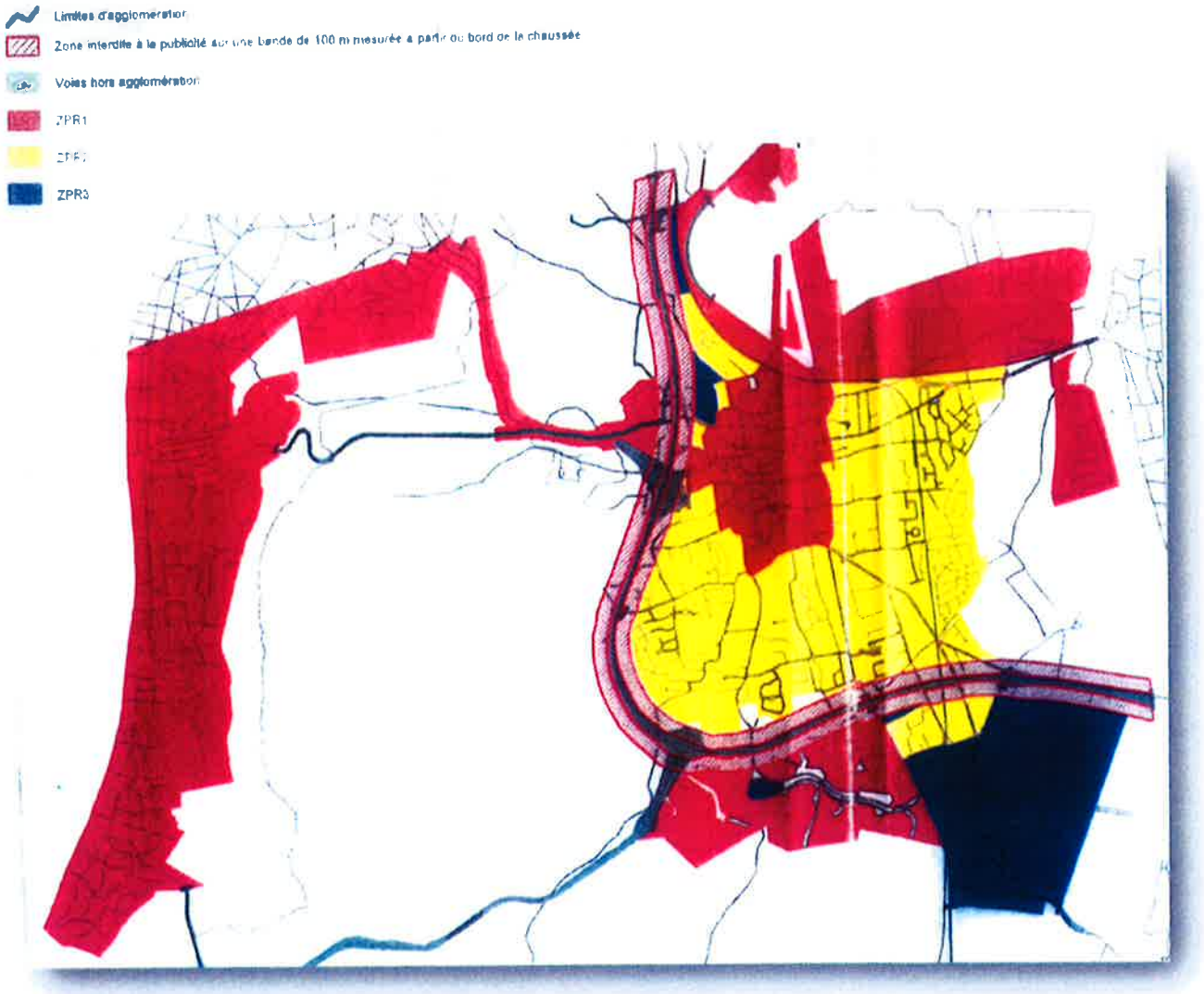
- La publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- La publicité sur le domaine public, le mobilier urbain publicitaire ou non ;
- La qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, nuisances sonores, pollutions diverses ;

L'objectif du futur Règlement Local de Publicité (RLP) est d'instaurer de nouvelles règles, plus restrictives que la réglementation nationale, qui assurent un juste équilibre entre la continuité de la politique de protection du cadre de vie et la liberté d'expression des acteurs économiques.

5.2 REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE EXISTANT

Un Règlement Local de Publicité (RLP) existe sur la commune de La Teste-de-Buch, depuis décembre 2008. Il comprend 3 zones de publicité restreintes, une zone de publicité autorisée, et des prescriptions qui méritent d'être actualisées au regard du contexte territorial et de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE).

- ***ZPR 1 : Le port, le cœur de ville, Clairbois, les Miquelots, le Pilat, Cazaux ;***
- ***ZPR 2 : Zones agglomérées, à l'exception de la ZPR1 et de ZPR3 ;***
- ***ZPR 3 : Zones d'activités : Le parc d'activités du Pays de Buch, le lotissement commercial de Caillivole, le centre commercial de Cap Océan, la zone commerciale Lagrua, le centre commercial des Miquelots ;***
- ***ZPA : N250 sur une bande de 100 mètres mesurée à partir du bord de la chaussée.***



Les prescriptions applicables du RLP en vigueur :

ZPA : N250 sur une bande de 100 mètres mesurée à partir du bord de la chaussée

VOCATION DE LA ZPA

1. Marquer l'entrée de la commune.

2. Accueillir un Relais d'Informations et de Services (R.I.S), comportant :
   - Des préenseignes et panneaux d'information présentant les indications utiles aux touristes (hôtels, campings, restaurants, activités de loisirs, points d'embarquement, horaires de bateaux, de cars, etc.),
   - Des informations relatives aux entreprises testerines,
   - Un ou des panneaux d'informations annonçant le calendrier des manifestations sportives, culturelles et commerciales etc.

DISPOSITIONS APPLICABLES DANS LA ZPA.

La future ZPA est un projet d'aménagement global portant sur des terrains publics de surface réduite. La ville de La Teste et les services de l'État disposant de la maîtrise complète de l'opération, le présent règlement ne fixe pas de limites particulières, en termes de nombre ou de procédés, aux moyens de communication qui seront mis en œuvre.

Toutefois la surface des préenseignes (hors pied) est limitée à 10 $m^{2.}$

ZPR 1 : Le port, le cœur de ville, Clairbois, les Miquelots, le Pilat, Cazaux

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Dimensions	Hauteur	Implantation / Densité
DISPOSITIFS MURAUX Les dispositifs d'un format supérieur à 1,5 m² respectent les proportions suivantes : largeur/hauteur = 0,68 à 5 % près	3 m² MAXI *(compatible 2 m²)*	3 mètres	Dispositif implanté en retrait de 0,5 m au moins de toutes arêtes (faîte d'un mur, angle, acrotrère...).
DISPOSITIFS SCELLES AU SOL Les dispositifs d'un format supérieur à 1,5 m² respectent les proportions suivantes : largeur/hauteur = 0,68 à 5 % près	3 m² MAXI *(compatible 2 m²)*	3 mètres	Un dispositif par UF Intervalle 100 m entre panneau (privé et public)
MOBILIER URBAIN	2 m²		Publicité apposée sur mobilier urbain, installée à plus de 3 m au droit d'une baie située au rez-de-chaussée
ENSEIGNES	**Dimensions**	**Hauteur**	**Implantation / Densité**
ENSEIGNE BANDEAU	2 m²	4,5 mètres *(l'appui 1er Etage.)*	Limité à 3 enseignes : - Une ens. bandeau + une ens. drapeau + une murale ou drapeau - Si en retrait de la voie, une scellée au sol de 2 m² maxi
ENSEIGNE DRAPEAU	1,50 m²	4,50 mètres *l'appui 1er Etage.)*	
ENSEIGNE MURALE	3 m² MAXI *(compatible 2 m²)*	3 mètres	Une enseigne ou une publicité par UF
Lumineux ou non : PUBLICITE, PREENSEIGNE, ENSEIGNE SUR TOITURE OU TERRASSE	INTERDIT		

ZPR 2 : zones agglomérées, à l'exception de la ZPR1 et de ZPR3

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Dimensions	Hauteur	Implantation / Densité
DISPOSITIFS MURAUX Les dispositifs d'un format compris entre 1,5 m² et 3 m² appliquent le rapport : largeur/hauteur = 0,68 à 5 % près.	10 m² MAXI *(compatible 8 m²)*	6 mètres	IDEM ZPR 1
DISPOSITIFS SCELLES AU SOL Les dispositifs d'un format supérieur à 1,5 m² respectent les proportions suivantes : largeur/hauteur = 0,68 à 5 % près	10 m² MAXI *(compatible 8 m²)*	6 mètres	Un dispositif par UF
MOBILIER URBAIN	2 m²		IDEM ZPR 1
ENSEIGNES	**Dimensions**	**Hauteur**	**Implantation / Densité**
ENSEIGNE BANDEAU	2 m²	4,5 mètres *(l'appui 1er Etage.)*	Limité à 3 enseignes : - Une ens. bandeau + une ens. drapeau + une murale ou drapeau - Si en retrait de la voie, une scellée au sol de 3 m² maxi, Hauteur 4 m. - Pas de densité
ENSEIGNE DRAPEAU	1,50 m²	4,50 mètres *l'appui 1er Etage.)*	
ENSEIGNE MURALE	3 m² MAXI *(compatible 2 m²)*	3 mètres	Une enseigne ou une publicité par UF
Lumineux ou non : PUBLICITE, PREENSEIGNE, ENSEIGNE SUR TOITURE OU TERRASSE	INTERDIT		

ZPR 3 : Zones d'activités : Le parc d'activités du Pays de Buch, le lotissement commercial de Caillivole, le centre commercial de Cap Océan, la zone commerciale Lagrua, le centre commercial des Miquelots

PUBLICITES ET PREENSEIGNES	Dimensions	Hauteur	Implantation / Densité
DISPOSITIFS MURAUX IDEM ZPR 2	10 m² MAXI *(compatible 8 m²)*	6 mètres	IDEM ZPR 2
DISPOSITIFS SCELLES AU SOL IDEM ZPR 2	10 m² MAXI *(compatible 8 m²)*	6 mètres	Un dispositif par UF
MOBILIER URBAIN	2 m²		Publicité apposée sur mobilier urbain, installée à plus de 3 m au droit d'une baie située au rez-de-chaussée

ENSEIGNES	Dimensions	Hauteur	Implantation / Densité
ENSEIGNE BANDEAU	8 m²	4,5 mètres *(l'appui 1er Etage ou faitage acrotère)*	Limité à 4 enseignes : - Une ens. bandeau + une ens. drapeau + une murale + une scellée au sol
ENSEIGNE SCELLEE AU SOL	Largeur = 1,20 m	6 mètres	- Un totem par façade de l'UF
AUTRES ENSEIGNES SCELLES AU SOL	10 m² MAXI	6 mètres	- Un dispositif par UF
ENSEIGNE DRAPEAU	1,50 m²	4,50 mètres *(IDEM)*	
ENSEIGNE MURALE	8 m² MAXI	9 mètres	Une enseigne ou une publicité par UF
Lumineux ou non : PUBLICITE, PREENSEIGNE, ENSEIGNE SUR TOITURE OU TERRASSE	INTERDIT		

5.3 DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT

PERIMETRE D'ETUDE

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée, la Ville de La Teste-de-Buch, a souhaité que l'intégralité de sa surface agglomérée soit analysée. Dans un souci de cohérence de son approche environnementale, la commune a également décidé de faire porter l'étude sur les activités économiques et sur les axes structurants situés sur l'ensemble de son territoire.

Le périmètre d'étude pris en compte est celui de l'ensemble du territoire communal de La Teste-de-Buch . Il a donné lieu à des analyses différenciées de la publicité et des enseignes selon les secteurs.

- ***860 commerces et services***
- ***87 dispositifs publicitaires sont répartis sur 3 entités urbaines entités agglomérées ont été identifiées :***

  A. ***La Teste centre***

  B. ***Pyla sur Mer***

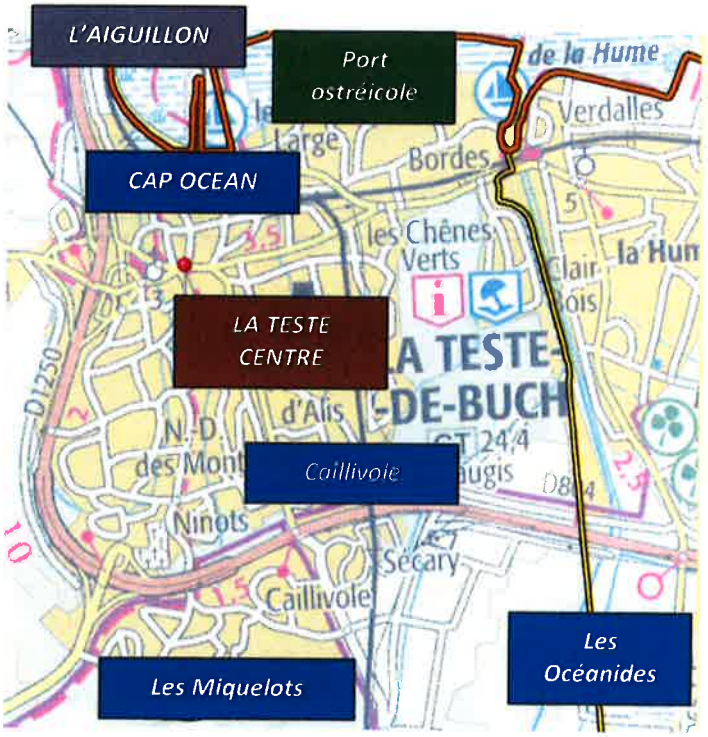
  C. ***Cazaux***

A – LA TESTE CENTRE

Au sein de ce périmètre, la concentration d'activités commerciales et de services est très importante.

Secteurs à enjeux :

1. Le cœur de ville
2. Les zones d'activités
3. L'Aiguillon
4. Le port de la Teste



Les sites d'activités économiques sur la commune de La Teste-de-Buch sont relativement hétérogènes, avec des pôles qui concentrent l'offre commerciale la plus importante **(Cap Océan, Caillivole, les Océanides)** et des pôles plus traditionnels **(cœur de ville, les Miquelots, port ostréicole)**.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1 Le cœur de ville (ZPR 1)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

ITG

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1 Le cœur de ville (ZPR 1)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Enseignes dépassant les limites du bandeau existant sur les arcades du bâtiment.

ITG

27

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1 Le cœur de ville (ZPR 1)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Densité d'inscriptions qui surcharge le message de l'enseigne.
- Enseignes implantées sur façade latérale du bâtiment composé d'ouvertures.
- Saillie imposante dépassant la limite du trottoir.

ITG 28

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1 Le cœur de ville (ZPR 1)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Enseignes drapeaux implantées sur niveau R+1 pour une activité située en RDC.
- Vitrine surchargée d'inscriptions.

Quelques irrégularités isolées au regard de la réglementation nationale :

- ***Enseigne en drapeau dépassant les limites du mur support.***
- ***Enseigne sur toiture interdite par le RLP existant***

ITG 29

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : CENTRE COMMERCIAL CAP OCEAN (ZPR 3)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

➢ *Enseignes scellées au sol soumises à la règle de densité du RLP (une par façade/par voie)*

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 31

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : CENTRE COMMERCIAL CAP OCEAN (ZPR 3)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

➢ Certains établissements présentent des implantations nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale.

Quelques irrégularités isolées au regard de la réglementation nationale :

- ***Enseigne à plat dépassant les limites du mur support.***
- ***Enseignes sur toiture interdites par le RLP existant***

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 32

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : CENTRE COMMERCIAL CAP OCEAN (ZPR 3)

➢ Quelques **dispositifs publicitaires** le long de la voie bordant la zone commerciale.

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 33

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : CENTRE COMMERCIAL CAP OCEAN (ZPR 3)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 34

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *CENTRE COMMERCIAL CAP OCEAN* *(ZPR 3)*

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Certains établissements présentent des implantations d'enseignes non conformes à la réglementation nationale *(dépassement du mur, hauteur de l'enseigne scellée au sol, et au RLP (une par façade/par voie, enseignes sur toiture interdites)* et nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale.

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 35

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *ZONE D'ACTIVITES CAILLIVOLE* *(ZPR 3)*

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- ***Enseignes sur toiture interdites par le RLP existant***

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 36

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *ZONE D'ACTIVITES CAILLIVOLE* *(ZPR 3)*

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

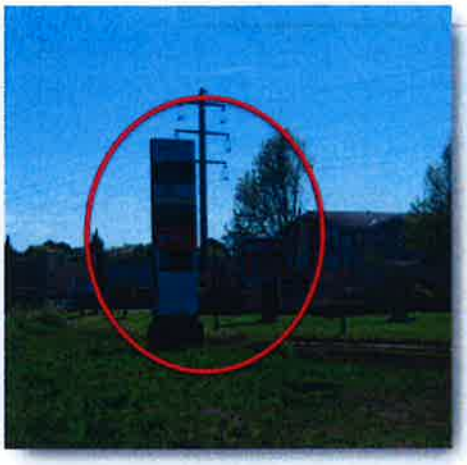
- Densité des enseignes scellées au sol (une par façade/par voie) à revoir au regard du RLP..
- Enseigne irrégulière implantée sur le domaine public.

ITG *Zone commerciale située le long de la N250* 37

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : ZONE D'ACTIVITES CAILLIVOLE (ZPR 3)

- **Dispositifs publicitaires et préenseignes** irréguliers visibles de N250 ; voie située hors agglomération.



- **Dispositifs publicitaires** irréguliers implantés sur équipement public.

ITG

38

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *ZONE COMMERCIALE DES MIQUELOTS (ZPR 3)*

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Nombreuses enseignes qui surchargent l'information INTERMARCHE.
- Enseignes scellées au sol irrégulières au regard du RLP (hauteur supérieure à 5,50 m)

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *ZONE COMMERCIALE DES MIQUELOTS (ZPR 3)*

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- ***Enseigne non conforme sur toiture interdite par le RLP existant.***

- Enseignes apposées sur façade située à l'arrière du bâtiment. Dispositifs non perceptibles et nuisibles à la mise en valeur de la façade du bâtiment et du commerce.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : ZONE COMMERCIALE DES MIQUELOTS (ZPR 3)

➢ **Mobilier urbain** supportant de la publicité.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : PARC D'ACTIVITES DU PAYS DE BUCH (ZPR 3)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : PARC D'ACTIVITES DU PAYS DE BUCH (ZPR 3)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- ***Certains établissements présentent des implantations et une densité d'enseignes nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale***

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : *PARC D'ACTIVITES DU PAYS DE BUCH (ZPR 3)*

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

➢ ***Enseignes scellées au sol non conformes en densité (une/par voie) au regard de la réglementation nationale.***

ITG

44

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : PARC D'ACTIVITES DU PAYS DE BUCH (ZPR 3)

➢ **Dispositifs publicitaires** existants sur l'ensemble du parc d'activités.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2 Les zones d'activités : PARC D'ACTIVITES DU PAYS DE BUCH (ZPR 3)

➢ **Mobilier urbain** supportant de la publicité.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

3 L'Aiguillon (ZPR 1)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

- Petit centre commercial où les enseignes sont bien intégrées tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

ITG 48

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

3 L'Aiguillon (ZPR 1)

- Certains établissements présentent des implantations nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale.
- Quelques infractions ont été relevées au regard de la réglementation nationale :
  - Dépassement de l'égout du toit et du mur support
- Publicité apposée sur mobilier urbain.

ITG 49

Jean-Claude SACCOCCIO - ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

4 Le port de la Teste (ZPR 1)

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

ITG 51

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

4 Le port de la Teste (ZPR 1)

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- ***Enseigne aux dimensions disproportionnées, ayant un impact visuel sur le bâtiment et la façade commerciale.***

- Infractions relevées au regard de la réglementation nationale :
  - Dépassement du mur support

ITG 52

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

4 Le port de la Teste *(ZPR 1)*

- Implantation d'un **dispositif publicitaire** mural bien intégré au bâtiment

- **Dispositif publicitaire** scellé au sol

ITG 53

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PYLA SUR MER ***(ZPR 1)***

DES ENSEIGNES BIEN INTEGREES

- A plat sur auvent

- A plat sur bâtiment

ITG 55

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PYLA SUR MER ***(ZPR 1)***

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Certains établissements présentent des implantations nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale.
- Quelques infractions ont été relevées au regard de la réglementation nationale :
  - Dépassement du mur support, sur toiture sans lettres découpées

ITG 56

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PYLA SUR MER ***(ZPR 1)***

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Enseignes scellées au sol imposantes en saillie sur le domaine public.
- Quelques infractions ont été relevées au regard de la réglementation nationale :
  - Sur toiture sans lettres découpées

ITG 57

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PYLA SUR MER ***(ZPR 1)***

- **Préenseignes** scellées au sol

- **Mobilier urbain** supportant de la publicité

ITG

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

CAZAUX **(ZPR 1)**

DES ENSEIGNES POUVANT ETRE AMELIOREES

- Certains établissements présentent des implantations nuisibles à la valorisation du bâtiment et de la façade commerciale.
- Quelques infractions ont été relevées au regard de la réglementation nationale :
  - Dépassement du mur support, sur toiture sans lettres découpées

ITG 60

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

CAZAUX **(ZPR 1)**

- **Mobilier urbain** supportant de la publicité
- **Préenseignes** scellées au sol

ITG 61

5.4 CONCLUSION DU DIAGNOSTIC

PUBLICITES

- Un territoire dégradé par la publicité extérieure mais qui arrive à se regrouper dans certains secteurs et en particulier le long des grands axes (N250 et D1250).
- Impact de la publicité sur les axes routiers. **Les entrées de ville** sont à préserver de toutes implantations de dispositifs publicitaires.
- Un territoire qui pourrait rapidement se dégrader, notamment dans les zones d'activités, par une évolution exponentielle de l'implantation de publicité scellée au sol déjà existante au format de 12 m^2. Les autres dispositifs sont de formats variés, traditionnels (2m^2, 6 m^2, 8 m^2, 1,5 m^2).
- Des irrégularités au regard de la réglementation nationale ont été constatées sur certains dispositifs.
- Les chevalets sont à prendre en compte et leur installation doit être encadrée.
- La signalétique d'information Locale (SIL) et les RIS sont à développer.

ENSEIGNES

- Une concentration d'enseignes existe dans le centre ville et dans les zones d'activités auxquelles s'ajoutent les bâtiments et supports hétérogènes.
- Les enseignes des moyennes et grandes surfaces sont souvent agressives. Néanmoins, quelques activités sont sur une bonne voie.
- Le décret du 30 janvier 2012 a considérablement renforcé la règle de densité qui s'applique aux enseignes. Particulièrement la règle limitant la surface cumulée à 15 % de la surface de la façade commerciale, voire 25 % si la surface de la façade fait moins de 50 m^2 .
- De nombreuses enseignes situées sur CAP OCEAN et les OCEANIDES seront touchées par cette disposition nationale.
- Certaines enseignes scellées au sol sont irrégulières et devront se mettre en conformité avec la réglementation nationale. (hauteur, surface et densité)
- D'autres enseignes (à plat sur façade, sur toiture) devront se mettre en conformité et peuvent être améliorées, en particulier dans la zone commerciale du Pays de Buch.
- Les enseignes temporaires, dont le régime est très complaisant dans la réglementation nationale, méritent un renforcement de leur réglementation.

SYNTHESE GENERALE

- ❑ Prendre en compte l'évolution législative et règlementaire du fait de la loi dite Grenelle II et du décret de janvier 2012 dans le domaine de la publicité extérieure, des enseignes et des préenseignes (procédés, formats, densité, éclairage).
- ❑ Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages.
- ❑ Valoriser les entrées de ville.
- ❑ Assurer dans les centres commerciaux et les zones d'activités la meilleure harmonie possible entre les attentes commerciales en matière de support de communication « les enseignes » et la qualité d'aménagement de ces pôles économiques.

6/ PARTIE 4

OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

6.1 OBJECTIFS

Objectifs définis par délibération du **Conseil Municipal du 26 mai 2016 :**

- Mettre le Règlement Local de Publicité en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire,
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine paysager de la commune en prescrivant des règles adaptées au centre ville et aux secteurs de sensibilité paysagère,
- Réduire la pression de l'affichage publicitaire le long des axes routiers structurants,
- Encadrer les enseignes tout en conciliant les enjeux économiques locaux et la mise en valeur des paysages,
- Limiter la présence de dispositifs de publicité lumineuse,
- Encourager la réalisation d'économies d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux, adaptées aux différents secteurs économiques,

6.2 DECLINAISON DES ORIENTATIONS

- Les activités commerciales se regroupent essentiellement autour de trois polarités importantes : **centre ville, centres commerciaux, zones d'activités**. Quelques commerces isolés se retrouvent également dans les tissus urbanisés de la commune.

- **Le cœur de ville** : les commerces se caractérisent globalement par des dispositifs discrets et intégrés (formats restreints, insertion proportionnée par rapport aux façades, utilisation de lettres découpées, etc.) et contribuent à la qualité paysagère du centre-ville.

- **Centres commerciaux :** des enseignes intégrées apposées sur façade de bâtiment peuvent être améliorées, en particulier dans l'implantation, la densité et la surface.

- **Zones d'activités :** des enseignes globalement intégrées au bâtiment et respectant l'harmonie générale du secteur d'activités. Quelques irrégularités constatées notamment dans leur implantation. Des enseignes peuvent être améliorées, en particulier dans l'implantation, la densité et la surface.

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

6.3 ORIENTATIONS

- Conserver l'interdiction de droit de la publicité en secteur protégé.
- Dérogation possible pour la publicité apposée sur le mobilier urbain.
- Adopter une réglementation de la publicité, des préenseignes, appropriée aux enjeux économiques tout en préservant la qualité du cadre de vie et la mise en valeur des paysages.
- Préserver la continuité des formes urbaines et le patrimoine bâti en y adoptant une règlementation typologique des enseignes (esthétisme, mode d'éclairage, implantation, densité, dimensions, extinction....)
- Favoriser le développement de la signalisation locale (SIL) et des relais informations services (RIS).

7/ PARTIE 5

JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est composé d'une première partie rappelant des règles générales, destinées à préserver les secteurs protégés et à assurer sur l'ensemble du territoire une qualité esthétique des implantations.

Une seconde partie définit le zonage composé de cinq types de zones, correspondant aux principaux paysages de la commune de La Teste-de-Buch :

- Les servitudes patrimoniales,
- Le Centre Ville de la Teste,
- Les grands axes de circulation,
- Les zones d'activités,
- Les secteurs agglomérés de Pyla-sur-Mer et de Cazaux
- Les différents quartiers de l'agglomération,
- Les secteurs hors agglomération.

Une troisième partie définit les prescriptions particulières applicables à la publicité dans les différentes zones.

Une quatrième partie définit les prescriptions particulières applicables aux enseignes dans les différentes zones.

7.1 ZONAGE

La **Zone de Publicité n° 1** couvre 3 secteurs :

- **ZP1a : le Centre-Ville de la Teste-de-Buch**
- **ZP1b : les principaux axes routiers**
- **ZP1c : les zones d'activités**

√ Zone de Publicité n° 1a (ZP1a)

La Zone de Publicité n° 1a (ZP1a) couvre le **Centre Ville de la Teste,** constitué de logements collectifs et individuels, de l'ensemble des petits commerces répondant aux besoins de proximité, et d'un monument historique inscrit à l'inventaire.

- La publicité murale est interdite, à l'exception de l'affichage publicitaire de petit format apposé sur façade (surface unitaire maximum 1 m^2) ;
- L'affichage de petit format est admis sur les devantures (commerciales) afin de préserver une communication de proximité ;
- La publicité posée sur le sol sera admise avec une règle de passage libre sur trottoir (1,40 m), une densité limitée à un dispositif et des dimensions adaptées selon le type de dispositif posé sur le sol (oriflamme, kakémono, chevalet, porte-affiche) ;

- La publicité scellée au sol n'est pas opportune dans ce secteur, exceptée celle apposée sur le mobilier urbain qui n'est pas un dispositif publicitaire mais qui peut servir accessoirement comme support à la publicité (8 m^2 maximum). Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera **admise sur le mobilier urbain et devra être éteinte entre minuit et 6 heures du matin.**
- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- Des compléments ont été néanmoins apportés :
  - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
  - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse, scellées au sol sont interdites ;*
  - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m^2) ;*
  - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
  - ~ *Extinction des enseignes, 1 heure après la cessation de l'activité signalée et 6 heures du matin.*

√ Zone de Publicité n° 1b (ZP1b)

La Zone de Publicité n° 1b (ZP1b) est constituée **par les principaux axes routiers traversant l'agglomération**.

- Toute forme de publicité murale est interdite ;
- La publicité posée sur le sol sera admise avec une règle de passage libre sur trottoir (1,40 m), une densité limitée à un dispositif et des dimensions adaptées selon le type de dispositif posé sur le sol (oriflamme, kakémono, chevalet, porte-affiche) ;
- La publicité scellée au sol est interdite dans ce secteur, exceptée celle apposée sur le mobilier urbain qui n'est pas un dispositif publicitaire mais qui peut servir accessoirement comme support à la publicité (8 m^2 maximum). Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera **admise sur le mobilier urbain et devra être éteinte entre minuit et 6 heures du matin** ;
- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- *Des compléments ont été néanmoins apportés :*
  - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
  - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse sont interdites ;*
  - ~ *Les enseignes scellées au sol sont interdites, à l'exception des totems (dimensions hauteur 6,50 m et largeur 1,50 m), des caissons sur mât (surface unitaire 2 m^2 et hauteur 6 m), des oriflammes sur mât (surface unitaire 2 m^2 et hauteur 6,50 m ou 8 m) ;*
  - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m^2) ;*
  - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
  - ~ *Extinction des enseignes conforme à la réglementation nationale.*

√ Zone de Publicité n° 1c (ZP1c)

La Zone de Publicité n° 1c (ZP1c) est constituée **par les zones d'activités** :

- **Le parc d'activité du Pays de Buch** qui mêle activités artisanales et industrielles, et activités commerciales ;
- Le **secteur de Caillivole** qui regroupe différents pôles de commerces ;
- Le **centre commercial des Miquelots** ;
- **Cap Océan** : centre commercial en bordure de la N250 et en situation d'entrée de ville.
  - Toute forme de publicité murale est interdite ;
  - La publicité pourra s'y déployer, sous réserve du respect d'une règle de densité, d'un linéaire de façade, et d'un format plus restrictif (8 m^2) que le règlement national ;
  - Toute forme de publicité posée sur le sol est interdite ;
  - Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera admise. Dans un souci d'économie d'énergie, une extinction est prévue (minuit / 6h) ;
  - Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
  - *Des compléments ont été néanmoins apportés :*
    - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
    - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
    - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse admises selon la réglementation nationale ;*
    - ~ *Les enseignes scellées au sol sont autorisées, panneau (surface 8 m^2 et hauteur 6 m), totem (dimensions hauteur 6,50 m et largeur 1,50 m), caisson sur mât (surface unitaire 2 m^2 et hauteur 6 m), oriflamme sur mât (surface unitaire 2 m^2 et hauteur 6,50 ou 8 m) ;*
    - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m^2) ;*
    - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
    - ~ *Extinction des enseignes conforme à la réglementation nationale.*

√ Zone de Publicité n° 2 (ZP2)

Cette **Zone de Publicité n° 2 (ZP2)** est constituée par **les voies structurantes du pôle urbain de Pyla sur Mer**.

- Toute forme de publicité murale est interdite.
- La publicité posée sur le sol sera admise avec une règle de passage libre sur trottoir (1,40 m), une densité limitée à un dispositif et des dimensions adaptées selon le type de dispositif posé sur le sol (oriflamme, kakémono, chevalet, porte-affiche).
- La publicité scellée au sol n'est pas opportune dans ce secteur, exceptée celle apposée sur le mobilier urbain qui n'est pas un dispositif publicitaire mais qui peut servir accessoirement comme support à la publicité (8 m^2 maximum). Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera **admise sur le mobilier urbain et devra être éteinte entre minuit et 6 heures du matin.**

- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- *Des compléments ont été néanmoins apportés :*
  - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
  - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse, scellées au sol sont interdites ;*
  - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m²) ;*
  - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
  - ~ *Extinction des enseignes conforme à la réglementation nationale.*

√ Zone de Publicité n° 3 (ZP3)

Cette **Zone de Publicité n° 3 (ZP3)** est constituée par **le secteur aggloméré de Cazaux**.

- La publicité murale est interdite, exceptée celle apposée sur mur aveugle de bâtiment, respect d'une règle de densité, d'un linéaire de façade, et d'un format plus restrictif (4 m²) que le règlement national.
- La publicité posée sur le sol est interdite.
- La publicité scellée est interdite, exceptée celle apposée sur le mobilier urbain (2 m² maximum) qui n'est pas un dispositif publicitaire mais qui peut servir accessoirement comme support à la publicité. Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera **admise et devra être éteinte entre minuit et 6 heures du matin**.
- Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera admise.
- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- *Des compléments ont été néanmoins apportés :*
  - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
  - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse sont interdites ;*
  - ~ *Les enseignes scellées au sol sont interdites, à l'exception des totems (dimensions hauteur 6,50 m et largeur 1,50 m), oriflamme sur mât (surface unitaire 2 m² et hauteur 6,50) ;*
  - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m²) ;*
  - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
  - ~ *Extinction des enseignes conforme à la réglementation nationale.*

√ Zone de Publicité n° 4 (ZP4)

Cette **Zone de Publicité n° 4 (ZP4)** est constituée par les quartiers résidentiels et des petits commerces et établissements situés dans les différents secteurs composant l'agglomération, à l'exception des zones (ZP1, ZP2, et ZP3).

- La publicité murale est interdite, exceptée celle apposée sur mur aveugle de bâtiment et sur clôture aveugles, respect d'une règle de densité, d'un linéaire de façade, et d'un format plus restrictif (4 m2 mur et 1 m2 clôture) que le règlement national.
- L'affichage de petit format est admis sur les devantures (commerciales) afin de préserver une communication de proximité.
- La publicité pourra s'y déployer, sous réserve du respect d'une règle de densité, d'un linéaire de façade, et d'un format plus restrictif (2 m2) que le règlement national.
- La publicité posée sur le sol sera admise avec une règle de passage libre sur trottoir (1,40 m), une densité limitée à un dispositif et des dimensions adaptées selon le type de dispositif posé sur le sol (oriflamme, kakémono, chevalet, porte-affiche).
- La publicité scellée est interdite, exceptée celle apposée sur le mobilier urbain (2 m^2 maximum) qui n'est pas un dispositif publicitaire mais qui peut servir accessoirement comme support à la publicité.
- Seule, la publicité non lumineuse ou éclairée par transparence sera **admise et devra être éteinte entre minuit et 6 heures du matin**.
- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- Des compléments ont été néanmoins apportés :
  - ~ *Implantation sur bâtiment, à plat, perpendiculaire ;*
  - ~ *Saillies autorisées selon le règlement de voirie départemental ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse, scellées au sol sont interdites ;*
  - ~ *Toutes les enseignes posées sur sol seront soumises au RLP (y compris celles inférieures à 1 m^2) ;*
  - ~ *Mode d'éclairage (caissons lumineux, éclairage indirect) ;*
  - ~ *Extinction des enseignes conforme à la réglementation nationale.*

√ Zone de Publicité n° 5 (ZP5)

Cette **Zone de Publicité n° 5 (ZP5)** couvre **les secteurs hors agglomération** situés dans le site classé de la Dune du Pilat et de la forêt usagère.

- Toute forme de publicité est interdite en application de la réglementation nationale.
- Dans cette zone, la maitrise des enseignes revêt une importance particulière. Le RLP reprend les préconisations du cahier des charges du site classé de la Dune du Pilat et la Forêt usagère.
- Les enseignes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité dont les règles sont explicitées dans le Règlement Local de Publicité afin d'assurer la bonne compréhension de tous ;
- Des compléments ont été néanmoins apportés :
  - ~ *Couleurs, police d'écriture et caractères, dimensions ;*
  - ~ *Les enseignes sur toiture ou terrasse, sont interdites ;*
  - ~ *Enseignes lumineuses interdites.*

8/ PARTIE 6

ANNEXE - « LEXIQUE »

Activités culturelles : Sont qualifiées comme tels les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Affichage sauvage : L'affichage considéré comme sauvage correspond à celui qui ne comporte selon le cas ni le nom et l'adresse, ni la dénomination ou la raison sociale de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer ou à celui qui a été installé sans l'autorisation écrite du propriétaire de l'immeuble.

Alignement : Limite du domaine public routier par rapport aux propriétés riveraines.

Appui : Partie horizontale inférieure d'une fenêtre.

Auvent : Avancée en matériaux durs en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.

Baie : Toute surface vitrée pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.).

Balconnet : Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Bandeau (de façade) : Se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Bâtiment d'activités : Sont considérés comme bâtiments à usage professionnel :

- *les surfaces commerciales,*
- *les immeubles de bureaux,*
- *les entreprises artisanales,*
- *les établissements industriels, scientifiques et techniques, entrepôts, granges, etc.*

Bâtiment d'habitation : Bâtiment dont la surface est affectée essentiellement à l'habitation.

Buteau : terme employé par les professionnels de l'affichage désignant la plaquette ou l'autocollant apposé sur un panneau d'affichage (sur la moulure ou sur le pied en général) indiquant les coordonnées de la société exploitante.

Champ de visibilité : Situation d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne visible d'un monument historique (classé ou inscrit) ou visible en même temps que lui. Ces deux critères, dits de co-visibilité, sont alternatifs et non cumulatifs et relèvent de l'appréciation de l'ABF.

Chevalet : Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation de stationnement.

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

Clôture aveugle : Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle : Se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Devanture : Terme désignant le revêtement de la façade d'un commerce. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Façade commerciale : Sont considérées comme façades commerciales, les façades disposant de baies ouvertes sur des espaces régulièrement ouverts à la clientèle.

Fond voisin : est considéré comme l'unité foncière contiguë à celle où est implanté le dispositif.

Garde-corps : Elément ou ensemble d'éléments formant une barrière de protection placée sur les côtés d'un escalier ouvert, ou pourtour d'une toiture-terrasse.

Immeuble : Terme désignant, au sens du Code civil, le bâtiment, la construction avec ou sans étage, et le terrain, à l'intérieur duquel s'exerce des activités ou sont utilisés à usage d'habitation.

Kakémono : Terme désignant un dispositif d'affichage suspendu verticalement qui peut être installé sur un mât en saillie.

Lambrequin : Partie tombante frontale du store-banne.

Linéaire de façade : Limite de parcelle parallèle à la voie bordant le dispositif publicitaire implanté.

Logo : Abréviation de logotype. Terme désignant le signe figuratif d'une marque de fabrique, de commerce ou de service ainsi que d'un produit ou de son conditionnement.

Marquise : Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Micro-affichage : publicité d'une taille inférieure à 1 m^2, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

Mobilier urbain : le mobilier urbain regroupe un ensemble d'équipements publics urbains destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (abri-bus, poubelles, plans de ville, kiosque, mât porte-drapeau, *etc.*), et qui peuvent éventuellement servir de support à un affichage publicitaire.

Modénature : Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

Moulure : (Synonyme de cadre) Encadrement d'un panneau publicitaire.

Mur aveugle : Se dit d'un mur aveugle ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,50 m^2.

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

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

Oriflamme : Etendard suspendu à un mât.

Exemple d'oriflamme autorisé

Planimètre : Mobilier urbain pour l'information ou MUPI ou sucette. Panneau avec une face pour l'affichage publicitaire et une face réservée à l'information non publicitaire à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Publicité éclairée par projection : La publicité supportant des affiches éclairées par projection est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages.

Publicité éclairée par transparence : La publicité supportant des affiches éclairées par transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons : caisson lumineux, panneaux vitrines.

Publicité lumineuse : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet : éclairage direct, lettres découpées composées de tubes néon.

Publicité numérique : La publicité numérique désigne essentiellement les « écrans » numériques, composés de diodes, leds, etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées ou une vidéo.

Saillie : Terme désignant la distance qui sépare le dispositif débordant et le nu de la façade.

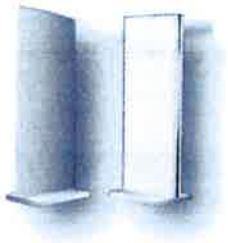
Service d'urgence : Se dit d'un service public portant secours aux personnes (pompiers, SAMU) ou assurant la sécurité des personnes (police nationale ou gendarmerie nationale).

Support : Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Jean-Claude SACCOCCIO – ITG – Conseil en réglementation de la publicité extérieure – jc.saccoccio@orange.fr

Totem : Terme désignant une enseigne scellée au sol ayant une forme droite et pleine, sans mat de support apparent.

Exemple de Totem autorisé



Unité foncière : Ilot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision. (*Conseil d'État du 27 juin 2005 (n°264667, commune de Chambéry).*

Unité urbaine : Terme statistique défini par l'INSEE désignant 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.

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

reçu le
04 OCT. 2018
SOUS-PREFECTURE
D'ARCACHON

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur
033-213305295-20250410-DEL2025-04-146h-DE
Accusé certifié exécutoire
Réception par le préfet : 15/04/2025
Publication : 15/04/2025
Le Maire de La Teste de Buch, Patrick DAVET