COMMUNE DE LA TESTE-DE-BUCH

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

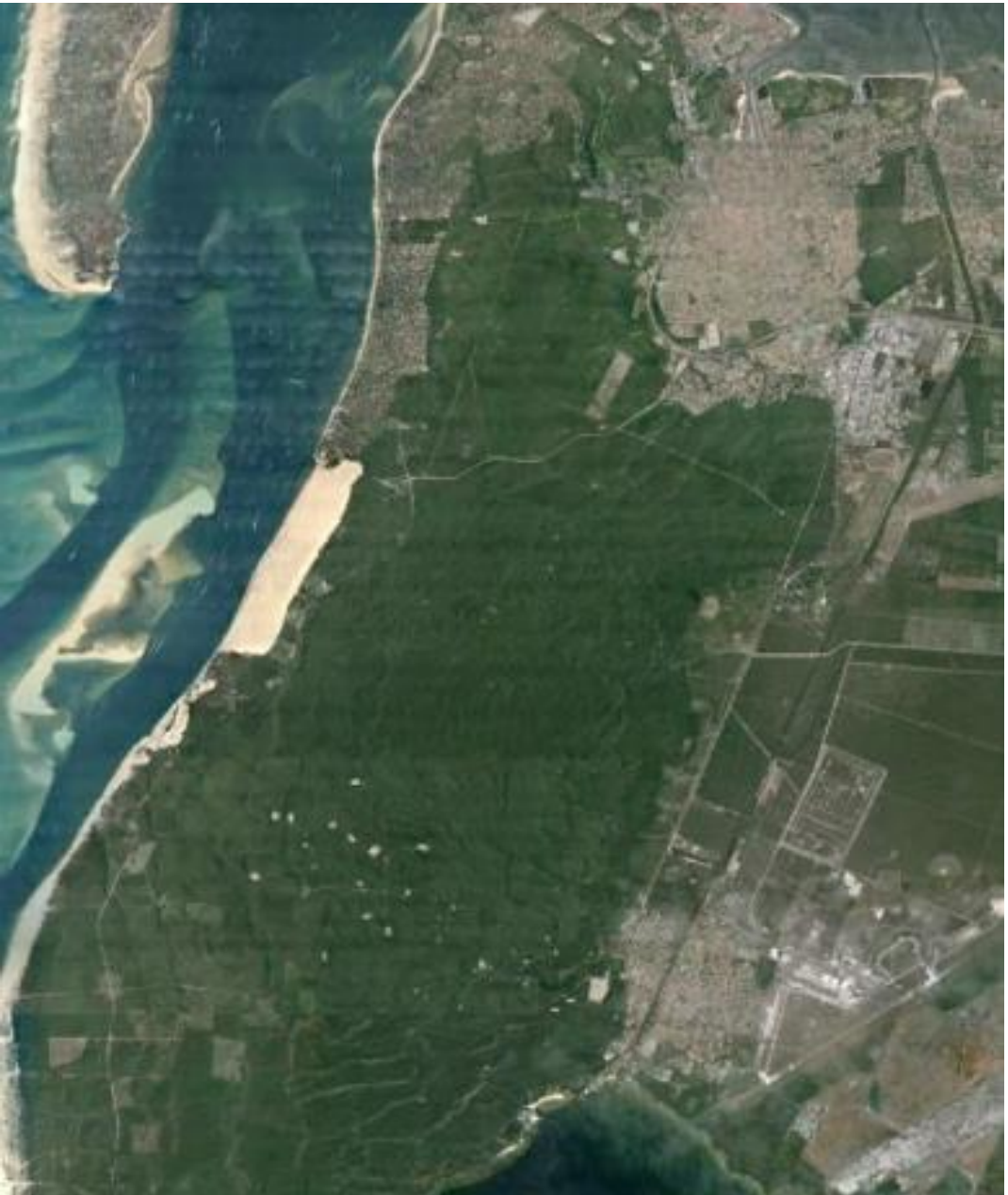
Les choix réglementaires

Réunion publique n° 1 du 4 septembre 2017

Jean-Claude SACCOCCIO 18 rue de la Ville-l'Evêque – 75008 PARIS Tél : 07 86 55 43 25 Email : jc.saccoccio@orange.fr

SOMMAIRE

- PARTIE 1 : LE CONTEXTE LEGISLATIF
- PARTIE 2 : LE CONTEXTE TERRITORIAL
- PARTIE 3 : LE PROJET DE RLP



LE CONTEXTE LEGISLATIF

- *1.1. Qu'est-ce qu'un RLP*
- *1.2. Les objectifs d'un RLP*
- *1.3. Le cadre juridique*

1.1. Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité (RLP) ?

- Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un outil de planification qui permet à la commune de gérer la publicité, les enseignes et les préenseignes sur son territoire.

- C'est un outil pour la collectivité mais également pour les particuliers, les artisans et les commerçants, ainsi que les professionnels de l'affichage.

- L'existence d'un RLP sur la commune attribue au Maire, la compétence d'instruction des autorisations et des déclarations préalables de la publicité et des enseignes ainsi que l'exercice du pouvoir de police de la publicité.

1.2. Les objectifs d'un RLP

DOCUMENT JURIDIQUE VISANT À CONCILIER

- le dynamisme de l'activité économique
- la garantie du droit de s'exprimer
- la diffusion des informations et des idées

AVEC

- la protection du cadre de vie
- la mise en valeur des paysages
- la prévention des nuisances lumineuses
- la réduction des consommations énergétiques

EN PRENANT EN COMPTE LES PARTICULARITES ET LES SPECIFICITES DU TERRITOIRE

1.2. Les objectifs d'un RLP

LA NATURE DES DISPOSITIFS CONCERNÉS :

- Temporaires ou permanents
- Lumineux ou non
- Installés :
  - sur le domaine public,
  - sur le domaine privé d'une personne publique
  - sur des propriétés privées

1.2. Les objectifs d'un RLP

SONT EXCLUS :

- la publicité sur les caddies
- la publicité sur véhicule de transport en commun, sur taxi
- la publicité sur véhicule personnel lorsque le véhicule n'est pas utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires

1.3. Le cadre juridique

La législation fixe les règles nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voies ouvertes à la circulation publique.

1.3. Le cadre juridique

LES ENSEIGNES

Une enseigne se définit comme, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

MODE D'INSTALLATION
A plat sur bâtiment
A plat sur vitrine
A plat sur clôture
Sur store-banne
Perpendiculaire ou en drapeau
Sur toiture ou terrasse
Scellé au sol « panneau »
Scellé au sol « totem »
Scellé au sol « caisson sur mât »
Scellé au sol « Oriflamme sur mât »

1.3. Le cadre juridique

LES PREENSEIGNES

Une préenseigne se définit comme, toute inscription, forme ou image image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée**.**

Hors mis les préenseignes dérogatoires, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

(Art L. 581-19 du code de l'environnement)

1.3. Le cadre juridique

LA PUBLICITE

Une publicité se définit comme, 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.

MODE D'INSTALLATION
1 - Scellé au sol
2 - Apposé sur mur de bâtiment
3 - Apposé sur clôture
4 - Apposé sur bâche de chantier
5 - Bâche publicitaire

1.3. Le cadre juridique

LE MOBILIER URBAIN

Mobilier urbain implanté sur une dépendance du domaine public pouvant **supporter de la publicité** numérique, ou non lumineuse, ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.

ABRIBUS 2 m²

SUCETTE 2 m²

PANNEAU 8 m²

LA VISIBILITE DES VOIES

Les publicités, les enseignes et les préenseignes installées à l'intérieur d'un local ne sont pas soumis à la réglementation.

LES VOIES OUVERTES A LA CIRCULATION PUBLIQUE

« Voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif »

LE RLP ADAPTE LES REGLES NATIONALES

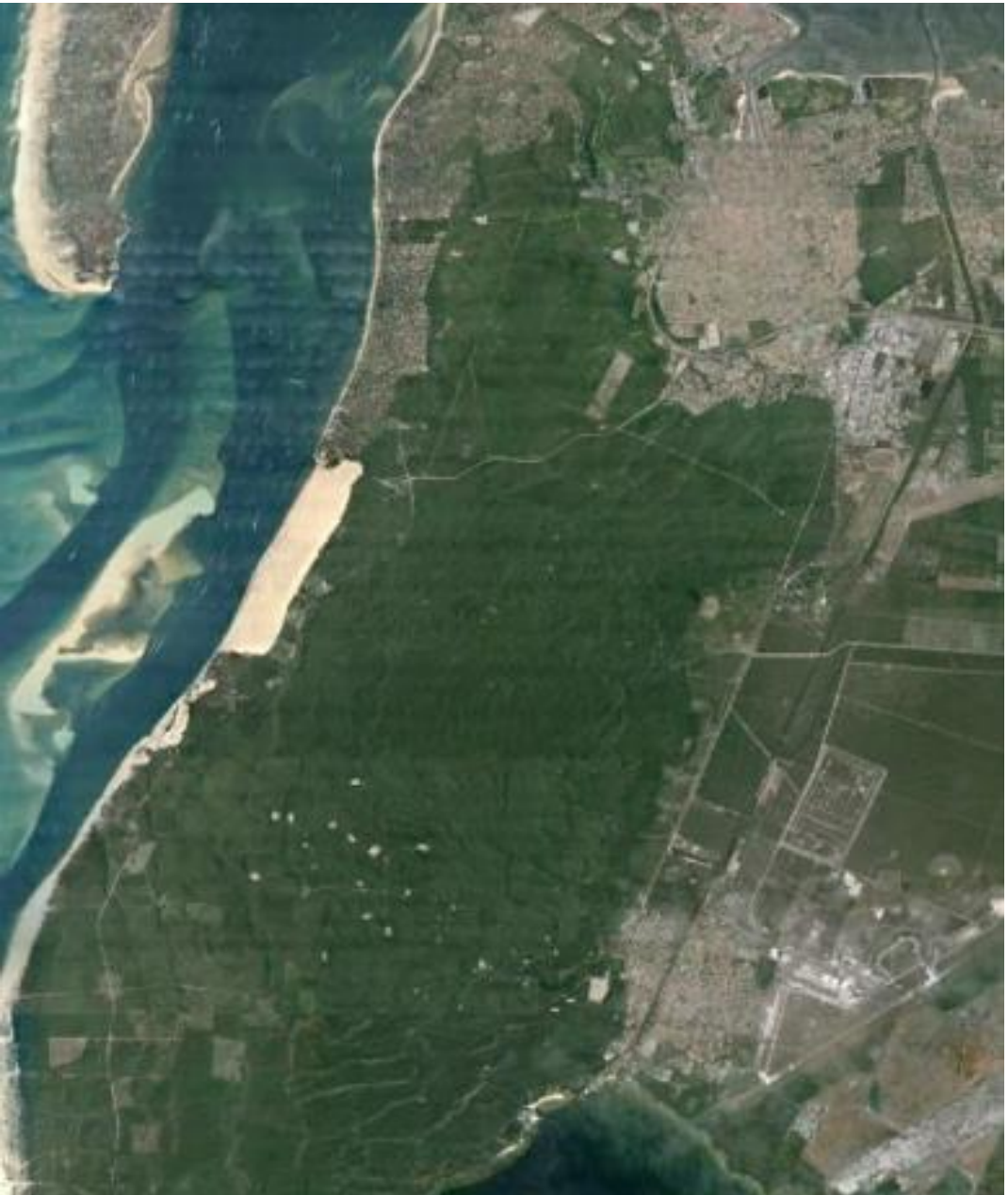
➔ Le RLP adapte la règlementation nationale de publicité aux particularités et spécificités du territoire, notamment **en matière :**

- d'emplacements
- de densité
- de formats
- d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses

en fonction :

- des procédés utilisés
- des dispositifs utilisés
- des caractéristiques des supports
- des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent
- du caractère des lieux où ces immeubles sont situés

➔ **Les prescriptions du RLP doivent être plus restrictives que la réglementation nationale.**



LE CONTEXTE TERRITORIAL

- *2.1. Le contexte paysager*
- *2.2. Le patrimoine architectural*
- *2.3. Le patrimoine naturel*

2.1. Le contexte paysager

- **La Teste-de-Buch compte 25 587 habitants** (INSEE 2013).

- **L'activité économique** se répartit sur le territoire autour de trois secteurs urbanisés :
  - La Teste-Centre
  - Cazaux
  - Pyla-sur Mer

- **860 commerces et services** et **87 dispositifs publicitaires** sont répartis sur les trois secteurs.

2.2. Le patrimoine architectural

Interdiction absolue de la publicité (Loi RN).

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction (hors ou en agglomération).

➢ **MONUMENTS HISTORIQUES CLASSES OU INSCRITS (situés en agglomération)**

2.3. Le patrimoine naturel

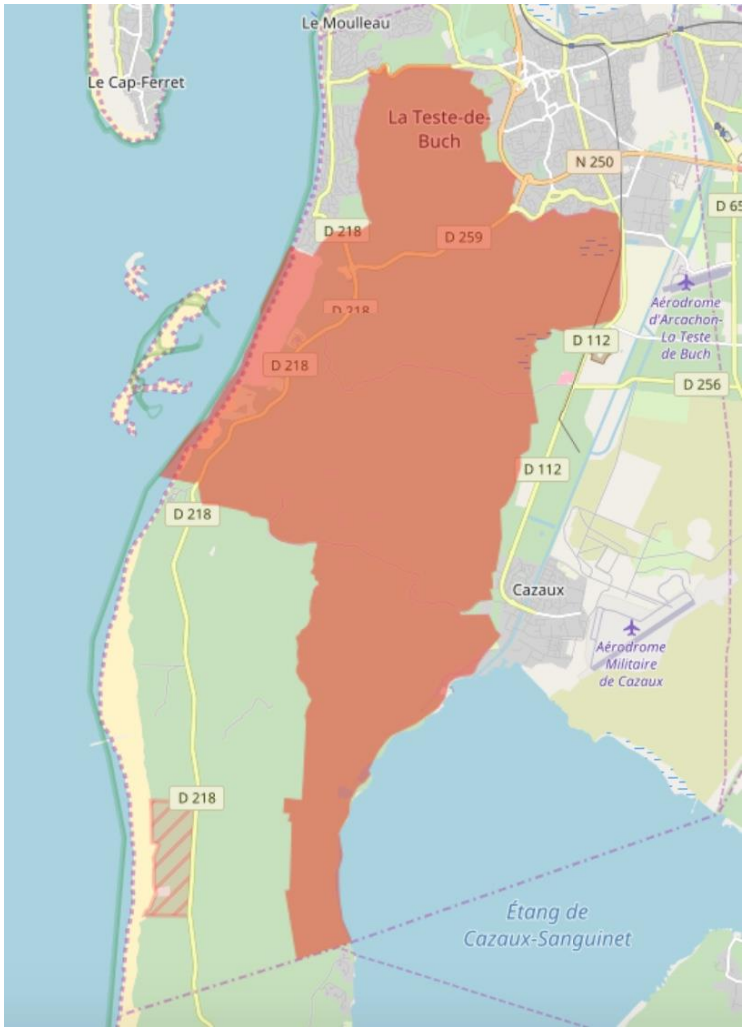
Interdiction absolue de la publicité (Loi RN).

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction (hors ou en agglomération).

➢ **SITES CLASSES (situés hors agglomération)**

- ***Dune du Pyla et de la forêt usagère***
- ***Ile aux oiseaux***

Les préenseignes dérogatoires sont également interdites (RN)



2.3. Le patrimoine naturel

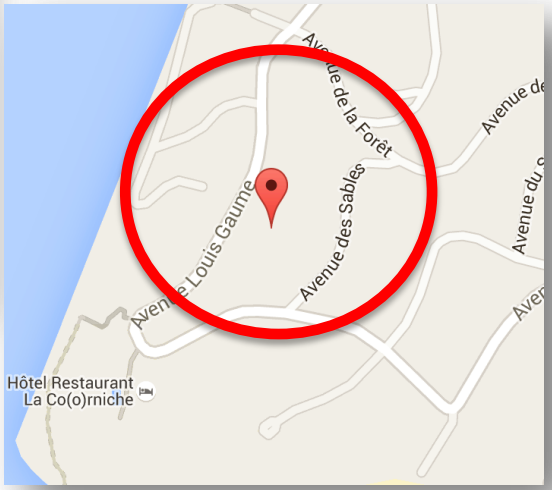
Interdiction relative de la publicité (Loi RN).

Le RLP peut déroger à cette interdiction en agglomération.

- **AUX ABORDS (500 mètres) DES MONUMENTS HISTORIQUES CLASSES OU INSCRITS *(Situés en agglomération)***

Hôtel dit de Baleste ou maison Portier

Villa Geneste



Villa Téthys

2.3. Le patrimoine naturel

Interdiction relative de la publicité (Loi RN).

Le RLP peut déroger à cette interdiction en agglomération.

➢ **SITES INSCRITS *(Situé hors agglomération)***

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction.

- ***Villa Rothschild au Pyla-sur-Mer***

(situé en agglomération)

- ***Forêt usagère de La Teste***
- ***Forêt usagère (littoral et extension)***

(situés hors agglomération)

2.3. Le patrimoine naturel

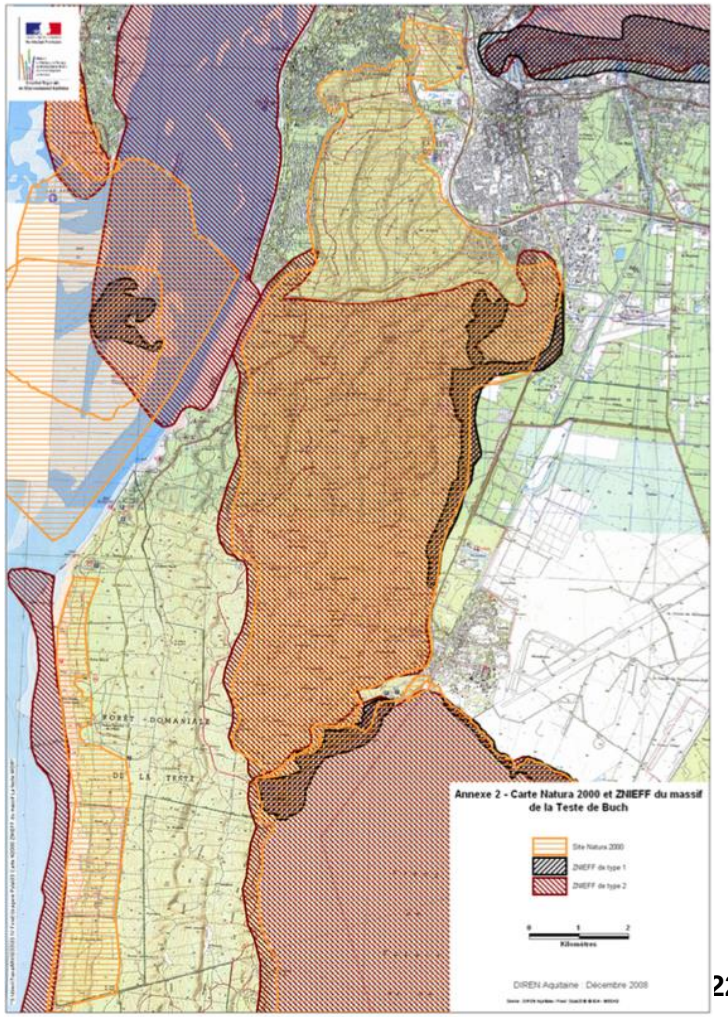
Interdiction relative de la publicité (Loi RN).

Le RLP peut déroger à cette interdiction en agglomération.

➢ **ZONES NATURA 2000 ET ZNIEFF**

(Situés hors agglomération)

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction.



2.3. Le patrimoine naturel

Interdiction de la publicité en agglomération (Loi RN).

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction en agglomération.

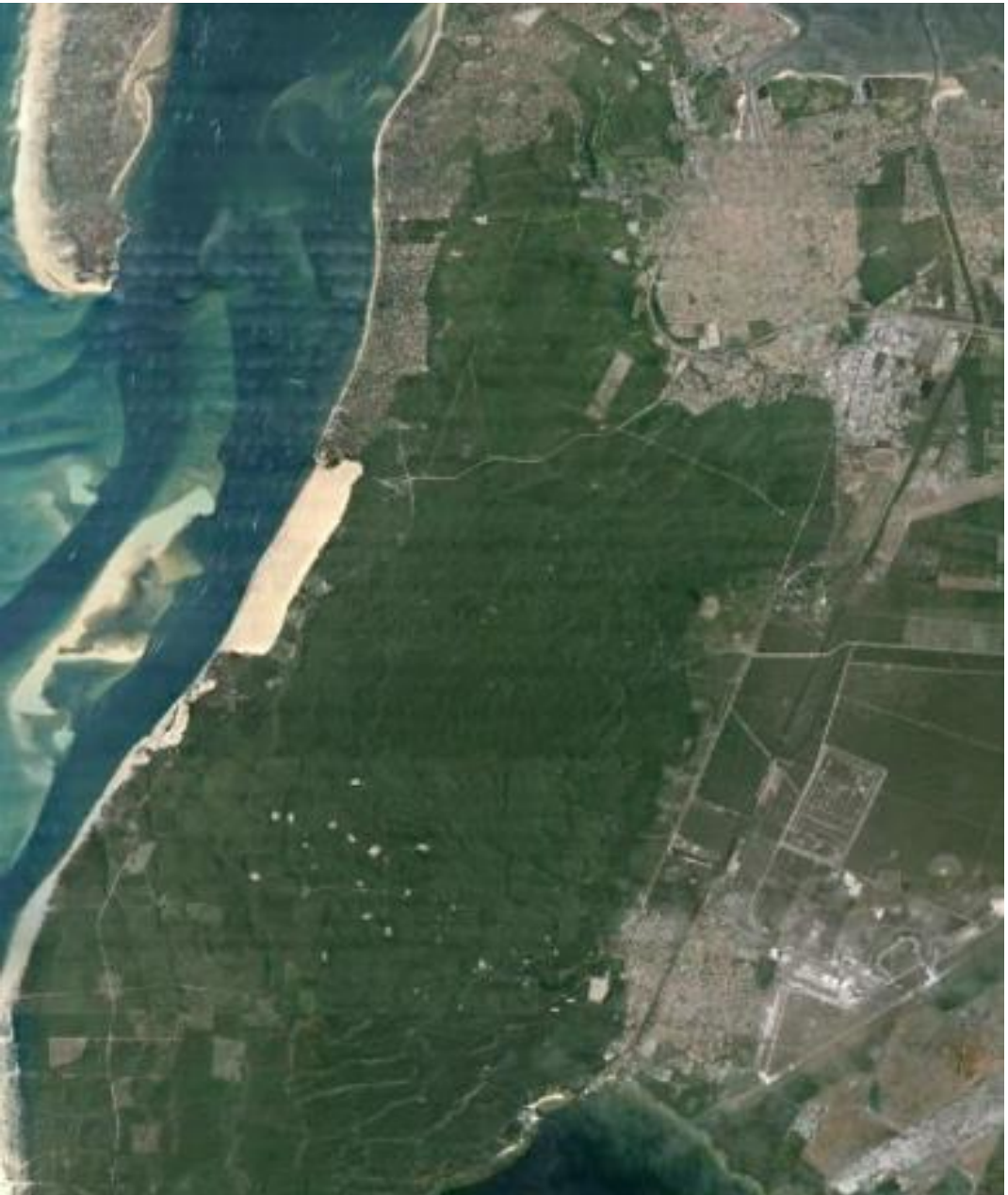
- **LES ESPACES PROTEGES** ***(Situés en agglomération)***

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- Dans les espaces boisés classés
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un PLU.

- **LES ESPACES PROTEGES** ***(Situés hors agglomération)***

Le RLP ne peut déroger à cette interdiction.



LE PROJET DE RLP

- *3.1. Les objectifs du RLP*
- *3.2. Les orientations du RLP*
- *3.3. Les limites d'agglomération*
- *3.4. Les propositions de zonage*
- *3.5. Les propositions applicables à la publicité*
- *3.6. Les propositions applicables aux enseignes*

3.1. Les objectifs du RLP

LA COMMUNE DISPOSE D'UN RLP, APPLICABLE DEPUIS DECEMBRE 2008. IL S'AGIT D'UN DOCUMENT QUI NE RÉPOND PLUS AUX ÉVOLUTIONS LÉGISLATIVES ET TECHNOLOGIQUES

PAR DÉLIBÉRATION DU CONSEIL MUNICIPAL DU 26 MAI 2016 , LA VILLE S'EST FIXÉ PLUSIEURS OBJECTIFS :

- **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 appropriées 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,

LES ORIENTATIONS GENERALES DU RLP :

- 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).

3.3. Les limites d'agglomération

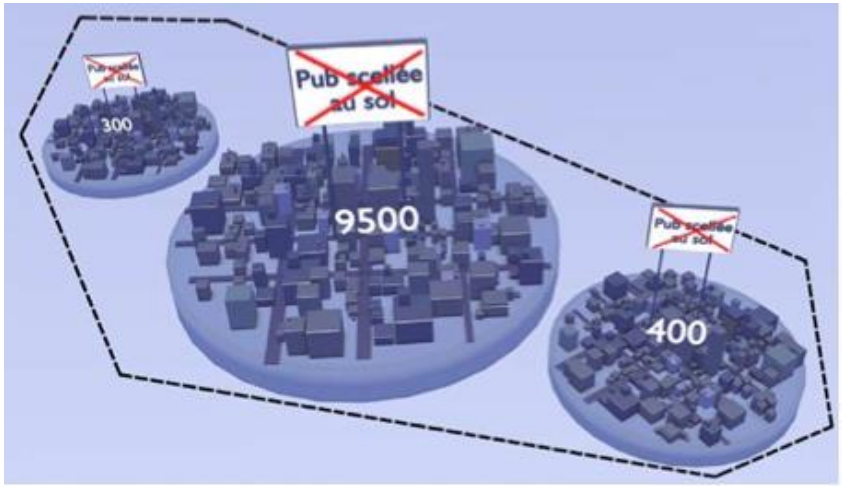
➢ Par la loi, la publicité est interdite hors agglomération.

- **L'adoption d'un RLP impose la détermination des limites de l'agglomération**
- **La délimitation de l'agglomération s'avère donc déterminante.**

L'INSEE définit l'unité urbaine comme étant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu.
(pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions).

- Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée.

- Population de la commune supérieure à 10 000 habitants. Mais, les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants.



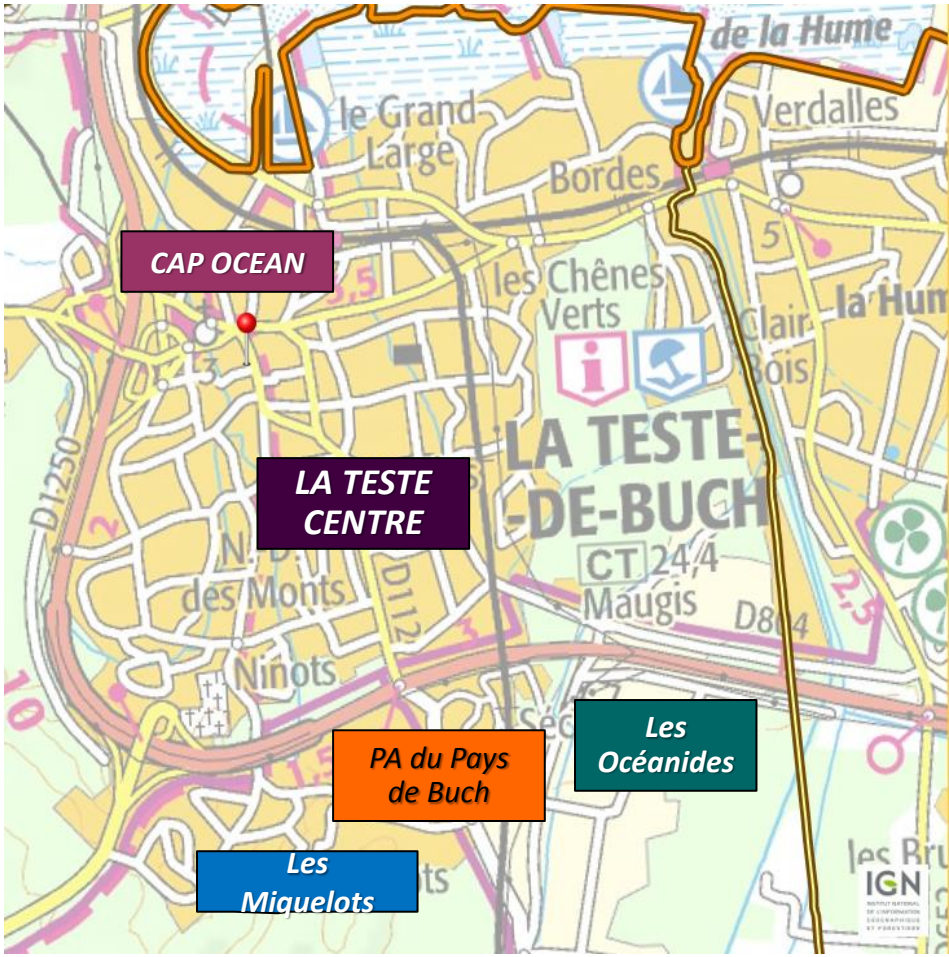
3.4. Les propositions de zonage

1. LA TESTE

- **La Teste Centre** concentre l'offre commerciale et publicitaire la plus importante :
  - **Les zones d'activités :** Cap Océan, Parc d'activités du Pays de Buch, les Océanides.
  - **Les pôles de commerces de proximité :** centre-ville, les Miquelots, le port ostréicole.

Adopter une réglementation appropriée aux enjeux spécifiques des différents secteurs :

- **ZONE 1A** — **Le Centre Ville**
- **ZONE 1B** — **Les grands axes routiers**
- **ZONE 1C** — **Les zones d'activités**



2. PYLA-SUR-MER

- **Au Pyla-sur-Mer**, les commerces sont principalement localisées autour du **rond-point du Figuier** et vers **le rond-point de Pilat-Plage.**

Adopter une règlementation appropriée aux enjeux paysagers à dominante résidentielle et au caractère touristique de ce secteur.

3. CAZAUX

- **A Cazaux** les commerces sont situées **place du Gal de Gaulle,** autour de la mairie et de l'école le long de l'avenue de Verdun.

Adopter une règlementation appropriée aux enjeux spécifique de ce secteur .

4. RESTE DE L'AGGLOMERATION

Adopter une règlementation appropriée aux enjeux spécifique de ce secteur ou le patrimoine publicitaire est diffus.

3.4. Les propositions de zonage

Le territoire communal comprendra 4 zones de publicité règlementées :

- **Zone de publicité règlementée n° 1 (ZPR 1)**

Cette zone couvre la zone urbanisé de **LA TESTE**

Plusieurs secteurs sont définies dans cette zone pour répondre à des enjeux bien spécifiques :

- ZONE 1A Le Centre Ville
- ZONE 1B Les grands axes routiers
- ZONE 1C Les zones d'activités

- **Zone de publicité règlementée n° 2 (ZPR 2)**

Cette zone couvre le secteur urbanisé de **PYLA-SUR-MER**

- **Zone de publicité règlementée n° 3 (ZPR 3)**

Cette zone couvre le secteur urbanisé de **CAZAUX**

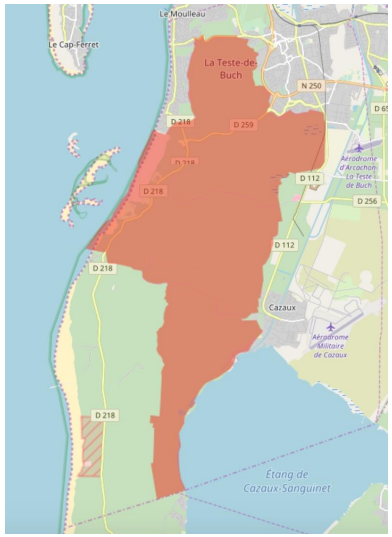
- **Zone de publicité règlementée n° 4 (ZPR 4)**

Cette zone couvre le **reste de l'agglomération** du territoire communal.

3.5. Les propositions applicables à la publicité

LIEUX *(situés hors agglomération)* INTERDITS DE PUBLICITE

- **2 SITES CLASSES**
  - ***Dune du Pyla et de la forêt usagère***
  - ***Ile aux oiseaux***



3.5. Les propositions applicables à la publicité

ESPACES PROTEGES *(situés en agglomération)* INTERDITS DE PUBLICITE SCELLEE OU POSEE DIRECTEMENT AU SOL

- **Les espaces boisés classés**
- **Les zones (N et ND) figurant sur un PLU.**

LIEUX PROTEGES *(situés en agglomération)* POUVANT ETRE OUVERT A LA PUBLICITE

- **AUX ABORDS (500 mètres) DES 3 MONUMENTS HISTORIQUES CLASSES OU INSCRITS**
  - ***Hôtel dit de Baleste ou maison Portier***
  - ***Villa Geneste***
  - ***Villa Téthys***

- **SITE INSCRIT**
  - ***Villa Rothschild au Pyla-sur-Mer***

3.5. Les propositions applicables à la publicité

Publicité pouvant être admise en lieux protégés *(en agglomération)*

Celle apposée sur mobilier urbain : abris-bus, porte-affiche, kiosque, mât porte-affiches

publicité numérique interdite

Publicité pouvant être admise en lieux protégés *(en agglomération)*

Celle apposée sur mobilier urbain : mobilier destiné à recevoir de l'information locale

Publicité numérique interdite

Publicité éclairée par transparence

- **Surface admise : 2 m²**
- **Hauteur maximum : 3 m**
- **Densité (RN)**

OUI

3.5. Les propositions applicables à la publicité

HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

Admis tous types de mobilier urbain

Publicité numérique interdite

Publicité éclairée par projection interdite

Publicité éclairée par transparence

MOBILIER URBAIN HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

MOBILIER URBAIN	LA TESTE	PYLA-SUR-MER	CAZAUX
ABRIS-BUS	▪ Surface unitaire : 2 m² *(+ 2 m² si surface abritée >4,50 m²)* ▪ Hauteur maximum : 2,50 mètres		
KIOSQUE	▪ 2 m² unitaire ▪ 6 m² surface totale		
MAT PORTE-AFFICHE	▪ 2 m² recto, 2 m² verso		
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	▪ 8 m² unitaire ▪ 6 m Hauteur	▪ 2 m² unitaire ▪ 3 m Hauteur	▪ 2 m² unitaire ▪ 3 m Hauteur

3.5. Les propositions applicables à la publicité

PUBLICITE HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

3.5. Les propositions applicables à la publicité

PUBLICITE HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

PUBLICITE	ZPR 1A LA TESTE CENTRE	ZPR 1B AXES ROUTIERS	ZPR 1C ZONES D'ACTIVITES
Dispositifs : ○ sur mur de bâtiment ○ sur clôture	INTERDIT	INTERDIT	INTERDIT
Dispositifs scellés au sol	INTERDIT Sauf Mobilier Urbain	INTERDIT Sauf Mobilier Urbain	• Surface : 8 m² • Hauteur : 6 m • 1 dispositif par UF • Linéaire façade : >80 m

3.5. Les propositions applicables à la publicité

PUBLICITE HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

PUBLICITE	ZPR 2 PYLA-SUR-MER	ZPR 3 CAZAUX	ZPR 4 RESTE AGGLO
Dispositifs : ○ sur mur de bâtiment ○ sur clôture	INTERDIT	SUR MUR : • Surface : 4 m² • Hauteur : 6 m • 1 dispositif par UF • Linéaire façade : >30 m SUR CLOTURE : INTERDIT	SUR MUR : • Surface : 4 m² • Hauteur : 6 m SUR CLOTURE : • Surface : 1,00 m² • Hauteur : 0,50 m …… • 1 seul dispositif par UF • Linéaire façade : >30 m
Dispositifs scellés au sol	INTERDIT Sauf Mobilier Urbain	INTERDIT Sauf Mobilier Urbain	• Surface : 2 m² • Hauteur : 3 m • 1 seul dispositif par UF • Linéaire de façade : >40 m

3.5. Les propositions applicables à la publicité

LA PUBLICITE LUMINEUSE

PUBLICITE éclairée par projection ou par transparence

PUBLICITE numérique et lumineuse

3.5. Les propositions applicables à la publicité

PUBLICITE HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

PUBLICITE	ZPR 1A LA TESTE CENTRE	ZPR 1B AXES ROUTIERS	ZPR 1C ZONES D'ACTIVITES
ECLAIRAGE	INTERDIT	INTERDIT	**NUMERIQUE** INTERDIT **PAR PROJECTION** INTERDIT **PAR TRANSPARENCE** OUI **LUMINEUSE** INTERDIT

3.5. Les propositions applicables à la publicité

PUBLICITE HORS SECTEUR PROTEGE *(situé en agglomération)*

PUBLICITE	ZPR 2 PYLA-SUR-MER	ZPR 3 CAZAUX	ZPR 4 RESTE AGGLO
ECLAIRAGE	INTERDIT	INTERDIT	**NUMERIQUE** INTERDIT **PAR PROJECTION** INTERDIT **PAR TRANSPARENCE** OUI **LUMINEUSE** INTERDIT

3.5. Les propositions applicables à la publicité

LA PUBLICITE INSTALLEE DIRECTEMENT SUR LE SOL

(situé en agglomération)

LA PUBLICITE INSTALLEE DIRECTEMENT SUR LE SOL

DISPOSITIONS APPLICABLES A TOUTES LES ZONES EN AGGLO

DRAPEAUX VOILE

Il est rappelé de laisser un passage libre sur trottoir 1,40 m.

- Largeur maxi du drapeau : 0,50 m
- Hauteur maxi du mât : 2,50 m

Densité : un dispositif par commerce et au droit de la façade commerciale

LA PUBLICITE INSTALLEE DIRECTEMENT SUR LE SOL

DISPOSITIONS APPLICABLES A TOUTES LES ZONES EN AGGLO

CHEVALETS

Densité : un dispositif par commerce et au droit de la façade commerciale

- Hauteur maxi du dispositif : 0,80 m
- Largeur maxi du dispositif : 0,60 m

Il est rappelé de laisser un passage libre sur trottoir 1,40 m

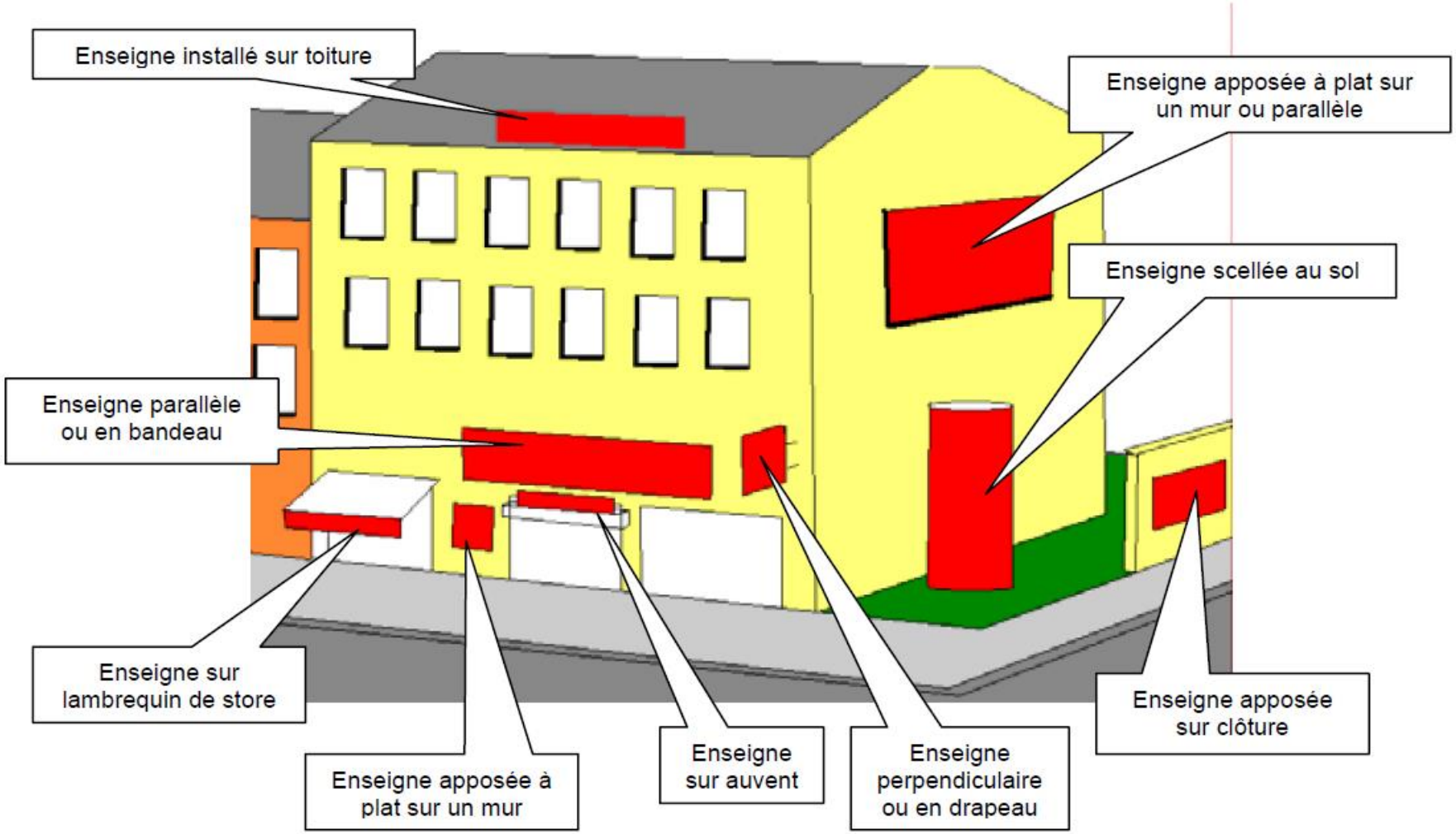
LA PUBLICITE SUR TOITURE

DISPOSITIONS APPLICABLES A TOUTES LES ZONES EN AGGLO

LA PUBLICITE SUR TOITURE EST INTERDITE

3.6. Les propositions applicables aux enseignes

DISPOSITIONS APPLICABLES A l'ENSEMBLE DU TERRITOIRE



3.6. Les propositions applicables aux enseignes

1 - Les enseignes à plat sur façade

implantation

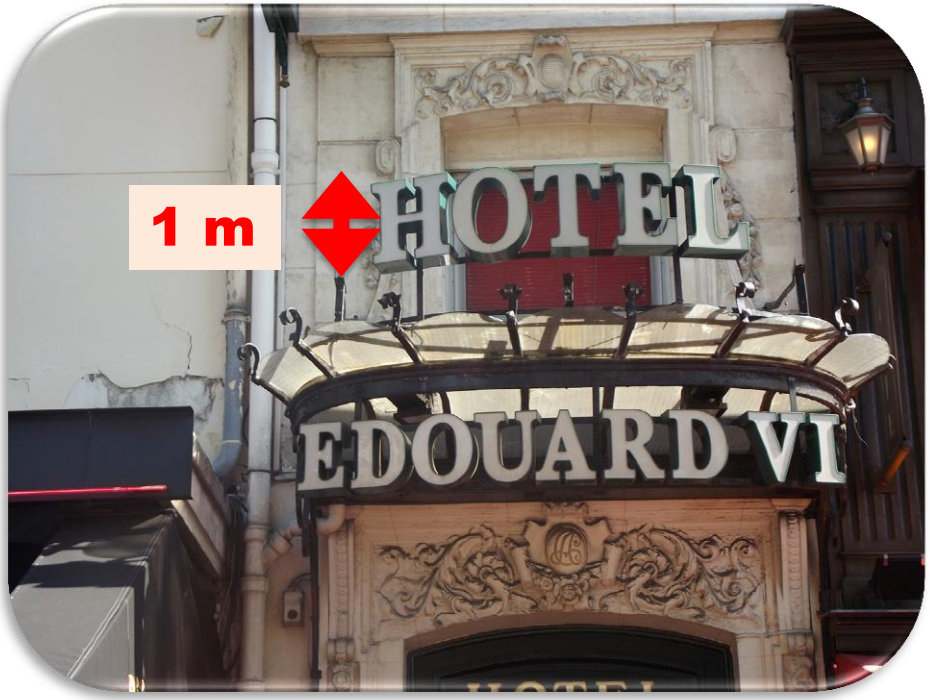
- Ne doivent pas dépasser les limites du mur ou de la clôture
- Saillie maximum de 25 cm

3.6. Les propositions applicables aux enseignes

1 - Les enseignes à plat sur façade

implantation

- Enseignes installées sur un **auvent ou une marquise** limitées à une hauteur de un mètre.



3.6. Les propositions applicables aux enseignes

1 - Les enseignes à plat sur façade

implantation

- Enseignes installées **devant un balconnet ou une baie** ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie

- Enseignes installées **sur garde-corps d'un balcon** ne dépassent pas les limites de ce garde-corps.
- Saillie limitée à 0,25 mètre.

2 - Les enseignes perpendiculaires à la façade

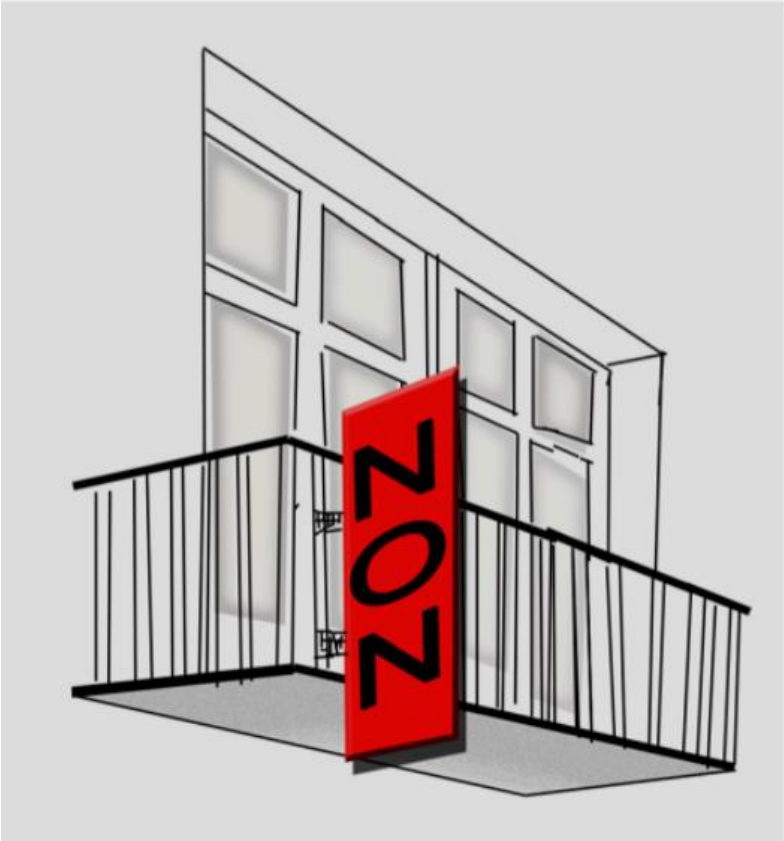
implantation

- **Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur support**

2 - Les enseignes perpendiculaires à la façade

implantation

- Ne doivent pas être installées devant les fenêtres et balcons



2 - Les enseignes perpendiculaires à la façade

implantation

- **Saillie limitée au 1/10ème de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 mètres au maximum**

3.6. Les propositions applicables aux enseignes

3 - La surface maximum sur façade

- **Surface cumulée des enseignes limitée à 15% de la surface de la façade commerciale**

3 - La surface maximum sur façade

- **Surface cumulée des enseignes limitée à 25% si la façade commerciale est inférieure à 50 m²**

3 - La surface maximum sur façade

La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne.

- Les baies commerciales sont également comprises dans le calcul de la surface de la façade.
- Les auvents et marquises ne sont pas compris dans le calcul de la surface cumulée des enseignes.

4 - L'enseigne sur toiture

- Enseignes réalisées en lettres ou signes découpés, sans panneaux de fond, sauf ceux dissimulant les supports de base
- Ces panneaux ont une hauteur maximale de 50 cm

Activités occupant - 50% du bâtiment	Activités occupant + 50% du bâtiment
Hauteur de façade ≤ à 20 m : 1/6 de la hauteur et 2 m	**Hauteur de façade ≤ à 15 m :** Hauteur 3 m
Hauteur de façade > 20 m : **1**/10 de la hauteur : 6 m	**Hauteur de façade > 15 m :** 1/5 de la hauteur : 6 m
Surface cumulée limitée à 60 m²	**Surface cumulée limitée à 60 m²**

5 - L'enseigne scellée au sol installée directement sur le sol (> 1 m²)

implantation

- Doivent être placées à plus de 10 mètres des baies sur fonds voisin

- Respecter une distance minimale de la limite de propriété égale à la moitié de leur hauteur au sol (H/2)

5 - L'enseigne scellée au sol installée directement sur le sol (> 1 m²)

Règles de surface, de hauteur et de densité

	Nombre	Surface	Hauteur
Hors agglomération et agglomération de moins de 10 000 hab. (CAZAUX) *(hors UU de plus de 100 000 hab.)*	1 dispositif le long de chaque voie bordant l'immeuble d'activité	6 m²	Largeur >=1 m : 6,50 m Largeur <1 m : 8,00 m
Agglomération >10 000 hab. (LA TESTE ET PYLA-SUR-MER)		12 m²	

6 - L'extinction des enseignes lumineuses

6 - L'extinction des enseignes lumineuses

Normes techniques fixées par arrêté ministériel :

- seuils maximaux de luminance (candélas/m²)
- efficacité lumineuse des sources (lumens/watt)

Pas d'activité entre 1h et 6h	Activité débutant ou cessant entre 0h et 7h
Extinction des enseignes entre 1h et 6h	Allumage 1 h avant l'ouverture Extinction 1 h après la fermeture

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

7 - L'enseigne lumineuse clignotante

7 - L'enseigne lumineuse clignotante

A NOTER

Seules, sont autorisées comme enseignes clignotantes :

- les pharmacies et services d'urgence (urgence médicale, SAMU)
- Les services d'urgence et de secours aux personnes : pompiers, SAMU
- Les services d'urgence sécuritaire : police nationale ou gendarmerie nationale

8 - L'autorisation préalable

- **Les enseignes sont soumises à autorisation (nouvelle installation, modification ,remplacement) :**
  - **dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-4 du code l'environnement**
    - *1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
    - *2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
    - *3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
    - *4° Sur les arbres.*

8 - L'autorisation préalable

- **Les enseignes sont soumises à autorisation (nouvelle installation, modification ,remplacement) :**
  - **dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du code l'environnement**
    - *1° Aux abords des monuments historiques **(500 mètres)** ;*
    - *2° Dans les secteurs sauvegardés - les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) ;*
    - *3° Dans les parcs naturels régionaux ;*
    - *4° Dans les sites inscrits ;*
    - *5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;*
    - *7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
    - *8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1. (ZNIEFF et NATURA 2000)*

- **dans le cadre d'un RLP**

8 - L'autorisation préalable

Le dossier

- **Dossier présenté par la personne ou l'entreprise qui exerce l'activité signalée.**
- **Document CERFA 14798**
- **Trois exemplaires**
- **Adressés :**
  - *Soit, par pli recommandé avec demande d'avis de réception ;*
  - *Soit, déposée en mairie ;*
  - *Soit, par voie électronique avec demande d'accusé de réception électronique lorsque l'autorité de police compétente est en mesure d'assurer une transmission sécurisée et confidentielle.*

Merci
de votre attention