



II. RAVIVER L'ATTRACTIVITÉ DU QUARTIER

> Volet économique

Les enseignes dans la ville

COMPRENDRE

Contexte et enjeux

Les commerces en centre-ville contribuent à l'animation des lieux.

La tentation est alors grande d'installer un grand nombre d'enseignes, afin d'assurer leur visibilité depuis la rue. L'installation anarchique d'enseigne sur les bâtiments qui accueillent des commerces provoque une perte de lisibilité. C'est pourquoi le code de l'environnement comporte des dispositions nationales applicables aux enseignes dans un but de préservation du cadre de vie.

Mais ces règles ne sont pas toujours adaptées aux centres villes et a fortiori aux centres anciens ou, plus précisément, pas assez exigeantes au vu de la qualité architecturale des immeubles et de la valorisation des quartiers concernés. Aussi, est-il préférable d'instituer un règlement local de publicité (RLP). Ce dernier, élaboré et approuvé selon la même procédure qu'un PLU ou un PLUi, pourra adopter des règles plus restrictives que la réglementation nationale et, surtout, mieux adaptées aux caractéristiques du bâti.

Objectifs généraux

1. *Favoriser l'attractivité commerciale par un environnement urbain harmonieux*
2. *Compléter les dispositions des réglementations patrimoniales*
3. *Adapter qualité et esthétique des enseignes au territoire local.*

AGIR

Relevant du code de l'environnement, les enseignes ne peuvent, à peine d'illégalité, être réglementées par un PLU, un PSMV ou un PVAP.

Si, en site patrimonial remarquable ou dans les abords d'un MH, l'enseigne est soumise à autorisation préalable de l'autorité de police compétente (le maire ou le préfet) après accord de l'architecte des bâtiments de France, il est préférable de se doter d'un RLP ou d'un RLPi dont l'établissement suppose une concertation et qui, ainsi, fixe une règle partagée. Pour les communes non dotées d'un SPR, l'établissement d'un RLP soumet à autorisation publicités et enseignes.

La mise en place du RLP est l'occasion d'un diagnostic territorial pour répondre au mieux aux situations et besoins des différents quartiers ou communes. C'est surtout l'occasion d'une large concertation. Pour être le plus efficace possible, la concertation doit associer les organismes consulaires, les fabricants d'enseignes, les commerçants et leurs associations pour proposer plus un projet partagé et qualitatif qu'une réglementation imposée et subie.

Glossaire

ABF : architecte des Bâtiments de France

MH : monument historique inscrit ou classé

PLU : plan local d'urbanisme

PLUi : plan local d'urbanisme intercommunal

PSMV : plan de sauvegarde et de mise en valeur

PVAP : plan de valorisation de l'architecture et du patrimoine

RLPi : règlement local de publicité intercommunal

SPR : Site Patrimonial Remarquable

Cadre réglementaire

Les règles nationales en matière d'implantation des enseignes ont été profondément remaniées par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et par le décret du 30 janvier 2012 qui constitue le règlement national de publicité (RNP). Elles sont codifiées aux articles L.581-1 et s. et R.581-1 et s. du code de l'environnement.

Les articles L.581-14 et L.581-14-1 du code de l'environnement déterminent les conditions d'élaboration d'un RLP, ainsi que son contenu.

BAYONNE

La signalétique commerciale, un projet partenarial

Contexte global et enjeux

Le pouvoir de séduction d'une ville, aussi marquée par l'histoire que Bayonne, passe par le respect de règles visant à éviter une anarchie de couleurs et de formes. C'est à ce prix que Bayonne peut progressivement revendiquer sa différence, en faire un atout pour son offre commerciale. La signalétique, plus particulièrement les enseignes, est concernée au premier chef par cet effort commun. Elle participe d'une approche globale proposée par le plan de sauvegarde et de mise en valeur qui touche la question du logement et du développement durable, de l'espace public, de la mobilité, des services, du commerce etc. Reconquérir le centre ancien nécessite la mobilisation de tous les acteurs, la convergence des actions de la municipalité et une communication, une concertation quasi quotidienne.

Stratégie globale de mise en œuvre de la démarche

En 2001, la ville de Bayonne a engagé une démarche partenariale associant la ville, l'ABF, les consulaires, les fabricants d'enseignes présents sur le marché et les représentants des commerçants en vue de réglementer les enseignes. Pour éviter incompréhension et blocages, le choix a été fait d'établir en commun une « règle du jeu ». Après 3 mois d'échanges ont été arrêtées des dispositions accessibles à tous les fabricants en termes de matériaux, d'éclairage et de « normes » : nombre (par commerce : 1 enseigne drapeau et à plat par façade et par rue), positions, dimensions.

Cette charte, répondant aux ambitions du PSMV, aux règles de sécurité et de voirie, a été appliquée à titre expérimental pendant 2 ans sans fondement juridique contraignant, mais avec l'accord de toutes les parties. Choisis avec les commerçants, deux rues ont été pilotes : les commerçants s'engageaient à changer les enseignes « non conformes » aidés par des subventions, plafonnées, de la ville, cette dernière aménageant la rue pour favoriser son attractivité. Par ailleurs, toute nouvelle enseigne devait répondre aux termes définis par les partenaires. A l'échéance de l'expérimentation un point a été fait pour, le cas échéant, tout remettre à plat comme s'y étaient engagés la ville et l'ABF. La seule modification a émané des professionnels pour que les enseignes drapeaux aient une épaisseur maximum de 10 cm et non 5 cm comme prévu initialement. Forte de ces accords, la ville a alors mené la procédure de mise en place d'un RLP pour transformer la charte en réglementation. Afin d'accélérer et de généraliser les changements, la ville a proposé aux commerçants un plan d'aide dégressif et plafonné sur 3 ans : les enseignes changées la 1ère année étaient subventionnées aux 2/3, la 2ème à 1/3 et pour la 3ème, en application de la réglementation, la modification était obligatoire sans subvention. Pour cette démarche, Bayonne a reçu l'ICONA d'OR des trophées de l'enseigne et la signalétique. La réglementation appliquée depuis a été reconduite par la communauté d'agglomération Pays Basque, dans le cadre du RLPi en cours de finalisation début 2021, et complétée par des règles visant à limiter l'usage des nouveaux dispositifs numériques et de la vitrophanie.

Trois objectifs généraux pour atteindre ce projet :

1. Construire le projet avec un large partenariat, prendre en compte les préoccupations de chacun.

POUR ALLER PLUS LOIN

www.bayonne.fr

CONTACT

[Direction de l'urbanisme de la ville de Bayonne](#)

PUBLICATION AVRIL 2021

Auteurs :

Recto : Philippe Zavoli, Maître de conférences à l'Université de Pau, juriste droit public spécialisé dans le droit de la publicité.

Verso : Jacky Cruchon, Sites & Cités Remarquables de France.

Crédits photos : Ville de Bayonne et Sites & Cités.



1. Rue commerciale en centre-ville de Bayonne.
2. Deventure et enseigne sous les arcades commerciales.
3. Enseigne sur rue.

2. Faire d'une règle un projet commun, rattaché à un dessein urbain et patrimonial du cœur de ville.

3. Pouvoir s'appuyer sur les acteurs économiques pour faire adhérer les nouveaux commerçants et professionnels.

Montage et conduite du projet de RLP

En régie sous l'égide des adjoints à l'urbanisme et au commerce.

Outils mobilisés

Les outils opérationnels à disposition sont le règlement local de publicité et le plan de sauvegarde et de mise en valeur.

EN BREF

MAITRISE D'OUVRAGE

Ville de Bayonne.

DURÉE DU PROJET

3 ans

PARTENAIRES

La Chambre de Commerce et d'Industrie,
La Chambre des Métiers,
Les associations de commerçants,
L'office de commerce,
Les architectes des Bâtiments de France.

LES PLUS

La modification du paysage urbain allié à la restauration des devantures commerciales et des façades des immeubles.
Le sentiment d'adhésion à un projet pérenne et plus vaste.

La qualité des relations ville-acteurs, la quasi-absence de contentieux dans le domaine de l'enseigne.

LE MOINS

Le choix, lié à la recherche du consensus, d'une signalétique « modeste » ?

LES POINTS DE VIGILANCE

Prévoir de faire évoluer la réglementation pour intégrer les nouvelles technologies

Veiller à faire perdurer une bonne compréhension de la réglementation en menant périodiquement des actions de sensibilisation.

