G2C Territoires Délégation Urbanisme Sud-Ouest
26 chemin de Fondeyre
31 200 TOULOUSE
Tél : 05 61 73 70 50
E-mail : toulouse@altereo.fr

CAYENNE, VILLE CAPITALE
Plan Local d'Urbanisme

5-6 – REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

ARRETE LE : 31/10/2018	APPROUVE LE : ……
Signature et cachet de la Mairie	

Ce document est protégé suivant les termes de l'option A prévue à l'article 25 du CCAG PI du 16/10/2009

Département de la Guyane

Ville de Cayenne

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation

Version arrêtée

Sommaire

Introduction 2

I. Le diagnostic territorial 5

1. Le contexte administratif et démographique 5
2. Le patrimoine historique et naturel 8
3. Les activités économiques 13
4. Les infrastructures de transport 14
5. Les paysages cayennais 15

II. Diagnostic du parc d'affichage 18

1. Caractéristiques des publicités et préenseignes 18
2. Infractions relevées 21
3. Caractéristiques des enseignes 25
4. Infractions relevées 32
5. Carte de synthèse des enjeux cayennais 34

III. Orientations et Objectifs 36

1. Les objectifs 36
2. Les orientations 36

IV. Présentation du zonage et justification des choix retenus 37

1. Publicités et préenseignes 37
2. Enseignes 39

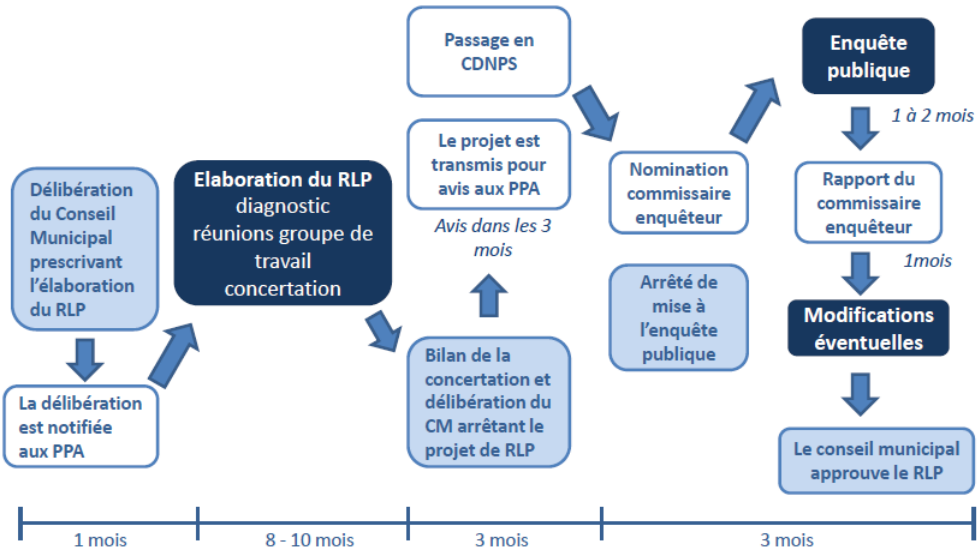
Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La règlementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression[1] et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une règlementation qui datait de 1979 !

Parmi les évolutions de la règlementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :
- la clarification des compétences entre le Maire et le Préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions notamment financières ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.



Différentes phases de la procédure d'élaboration / de révision d'un RLP[2]

[1] L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun à le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

[2] Les durées de chaque phase sont données à titre indicatif

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la règlementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

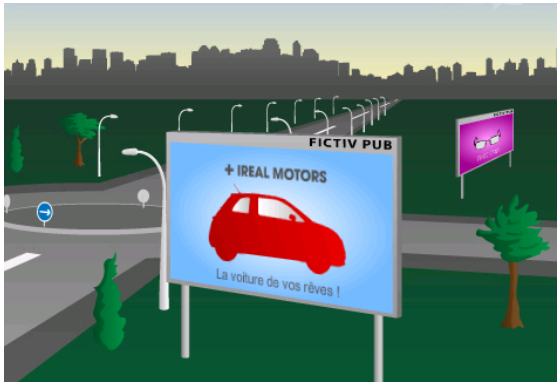
Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la règlementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le Maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le Code de l'Environnement.



Constitue **une publicité**[3]**,** à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Constitue **une enseigne**[4] toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.





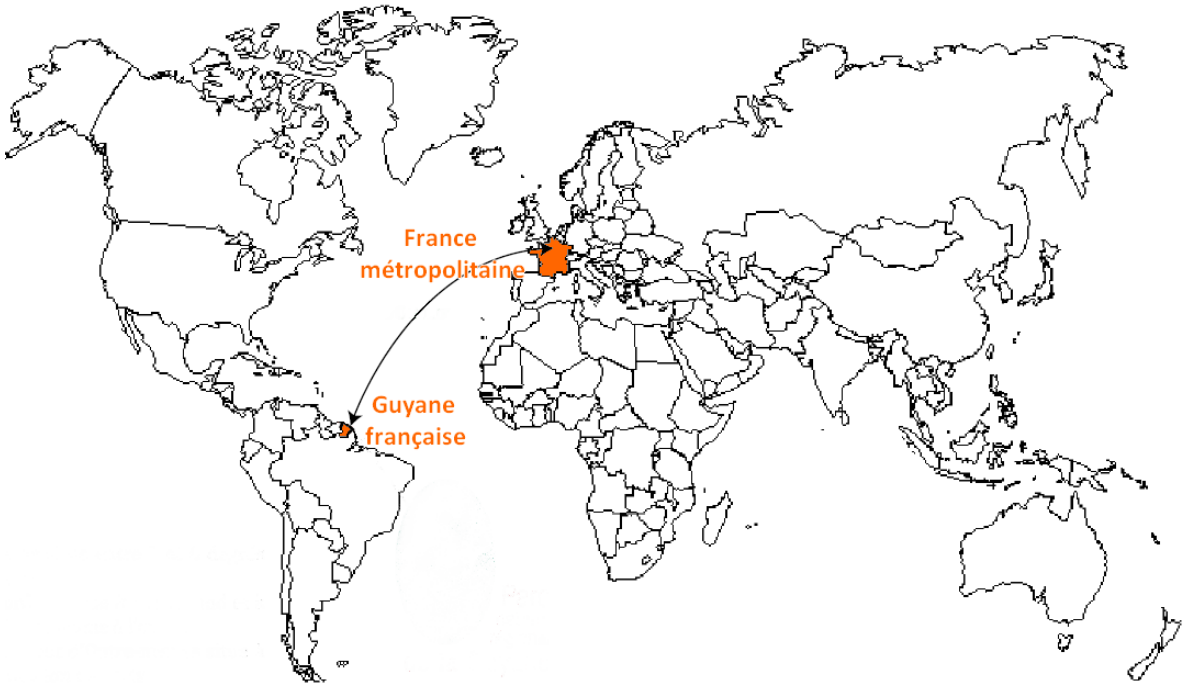
Constitue **une préenseigne** [5] toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

[3] article L581-3-1° du code de l'environnement
[4] article L581-3-2° du code de l'environnement
[5] article L581-3-3° du code de l'environnement

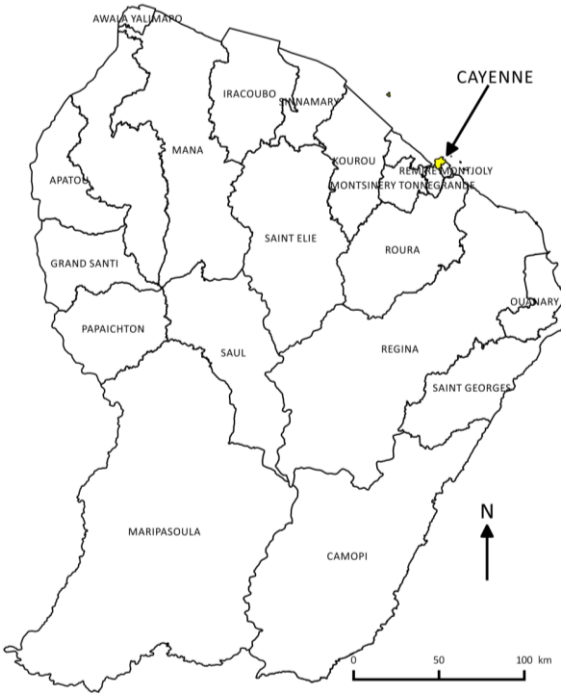
I. Le diagnostic territorial

1. *Le contexte administratif et démographique*

La Ville de Cayenne est située en Amérique du Sud dans le département-région de la Guyane. Ce département est le plus grand de France.

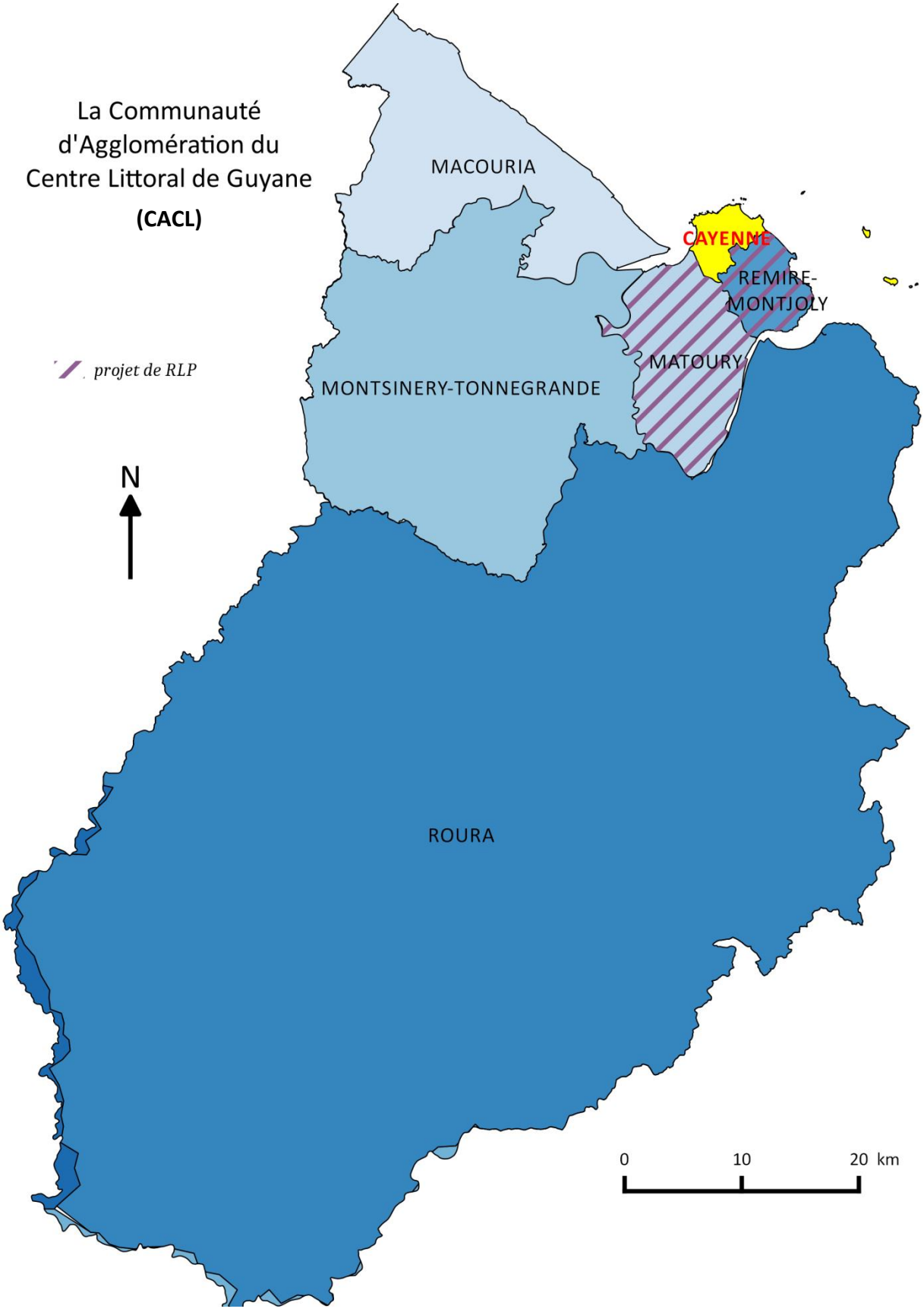


La Guyane française dans le monde



Cayenne et les communes de Guyane - source : Guyane SIG

La Ville est membre de la Communauté d'Agglomération du Centre Littoral de Guyane (CACL) qui regroupe les six communes suivantes au 1er janvier 2014 : Cayenne, Macouria, Matoury, Montsinéry-Tonnégrande, Rémire-Montjoly et Roura.



source : Guyane SIG

La CACL regroupe actuellement 122 758 habitants, soit 60% de la population guyanaise sur 6% du territoire de la Guyane. A noter que 70% des emplois de la Guyane sont concentrés sur le territoire communautaire.

Cayenne comptait 55 499 habitants d'après le recensement INSEE de 2012.

La commune appartient à l'unité urbaine de Cayenne qui regroupe 106 358 habitants en 2011 (INSEE). C'est la plus importante unité urbaine de Guyane.

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les communes de plus de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'unité urbaine de Cayenne comptant moins de 800 000 habitants, le règlement local de publicité de la ville peut définir les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses sur son territoire.

2. Le patrimoine historique et naturel

La Ville de Cayenne compte 9 immeubles classés monuments historiques et 32 immeubles inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques[6].

Les édifices classés sont les suivants :

Cathédrale Saint-Sauveur classée en partie monument historique le 9 mars 1999 ;

Place de l'esplanade dite Place des Palmistes classée monument historique le 9 mars 1999 ;

Place Léopold Héder dite aussi Place de Grenoble classée monument historique le 9 mars 1999 ;

Ancienne douane, rue du Vieux Port classée monument historique le 12 juin 1992 ;

Statue Victor Schoelcher, Place Victor Schoelcher classée monument historique le 9 mars 1999 ;

Maison Thémire-Melkior, dite Bar des Palmistes, 22 avenue du général de Gaulle classée monument historique le 19 mai 1994 ;

Chapelle de l'Ile Royale classée monument historique le 27 juin 2000 ;

Maison Alfred Dreyfus, Ile du Diable classée monument historique le 27 juin 2000

Ancien hôpital de l'Ile Royale classé monument historique le 27 juin 2000.

Le code de l'environnement interdit la publicité sur les immeubles inscrits et classés ainsi qu'à moins de 100 mètres et dans leur champ de visibilité[7].

D'autres immeubles peuvent, s'ils présentent un caractère esthétique, historique ou pittoresque, faire l'objet d'une protection particulière dans le cadre d'un règlement local de publicité. Le maire peut prendre un arrêté protégeant ces immeubles de la même manière que les immeubles inscrits ou classés[8].

[6] La liste de ces monuments est disponible en annexe n°1.
[7] Articles L581-4 et L581-8 du code de l'environnement
[8] Article L581-4 2° du code de l'environnement

La Ville de Cayenne compte également 5 sites inscrits :
- les Iles du Salut[9] (85 ha) inscrites par arrêté du 18 décembre 1979 ;
- le centre ancien de Cayenne (20 ha) inscrit par arrêté des 26 février et 8 avril 1980[10].
- la colline de Montabo (60 ha) inscrite par arrêté du 24 juin 1980 ;
- la colline de Bourda (60 ha) inscrite par arrêté du 9 juillet 1982 ;
- les Ilets de Rémire[11] (111 ha) inscrits par arrêté du 28 décembre 2000.

Le code de l'environnement interdit la publicité dans les sites inscrits et des zones de protection délimitées autour de ceux-ci[12].

Un projet d'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) est actuellement en cours sur le territoire communal. Les objectifs sont de protéger le patrimoine architectural et historique du centre-ville de Cayenne.



Maison créole, centre-ville de Cayenne


Hôtel-restaurant des Palmistes, centre-ville de Cayenne

[9] Trois iles sont concernées : l'Ile du Diable, l'Ile Royale et l'Ile Saint-Joseph.
[10] Inscription le 26 février 1980 de la colline Cépérou et des places des palmistes et de Grenoble le 8 avril 1980.
[11] Les Ilets sont au nombre de six : La Mère, le Père, Mamelles, le Malingre et l'Enfant Perdu.
[12] Article L581-8 4° du code de l'environnement



Place des Palmistes, centre-ville de Cayenne

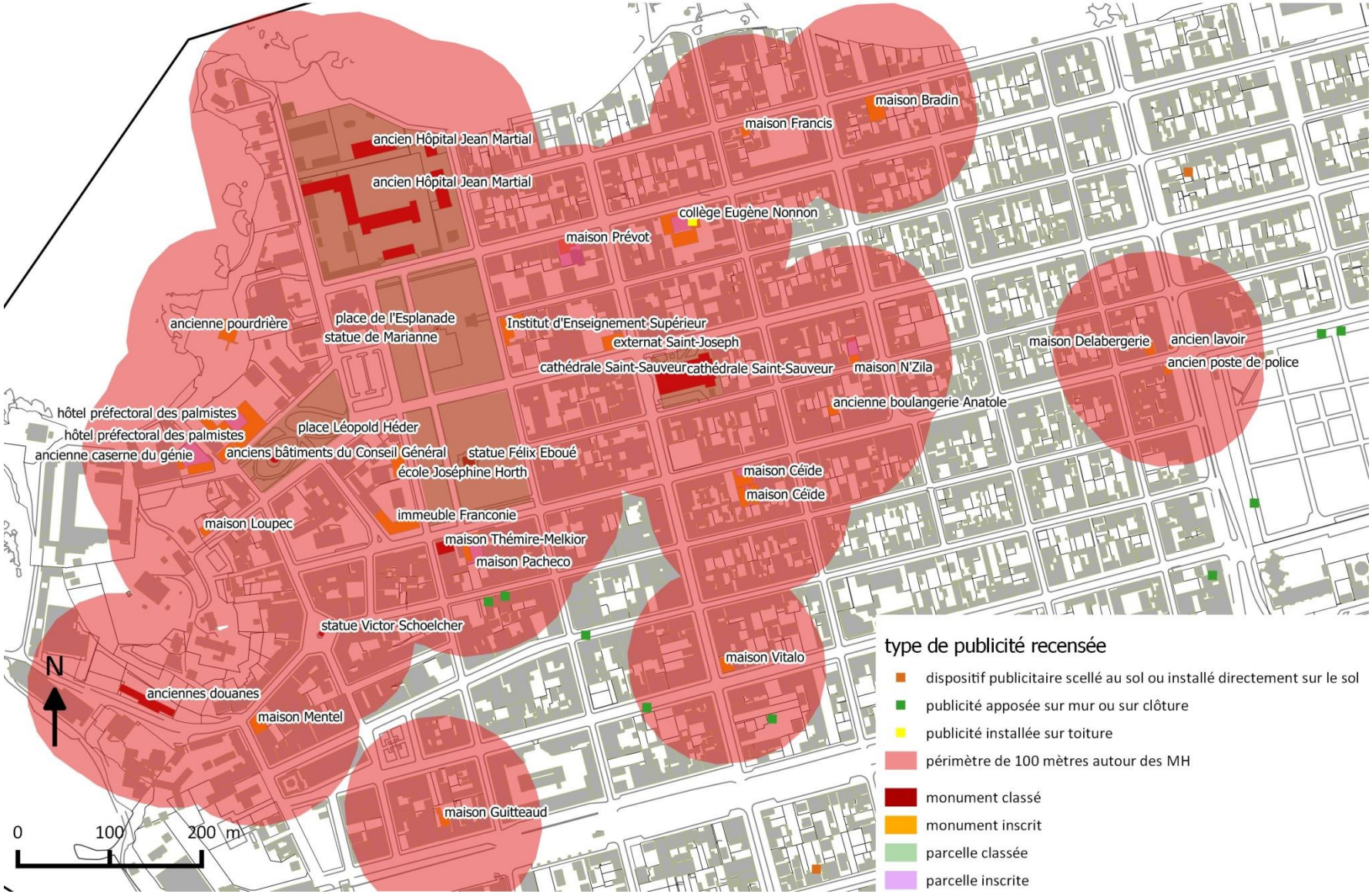
On relève également de nombreux espaces boisés classés (EBC) au titre de l'article L130-1 du code de l'urbanisme sur le territoire communal.

Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération dans les espaces boisés classés[13].

Par ailleurs, la publicité est interdite sur les arbres ainsi que sur les plantations[14]. L'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin de dégager la visibilité des dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres[15].

[13] Article R581-30 1° du code de l'environnement
[14] Articles L581-4 et R581-22 du code de l'environnement
[15] Décision du Conseil d'Etat du 14/02/2001, Sté Central d'espaces publicitaires, req. n°209103

Les monuments historiques et la publicité dans le centre ancien de Cayenne



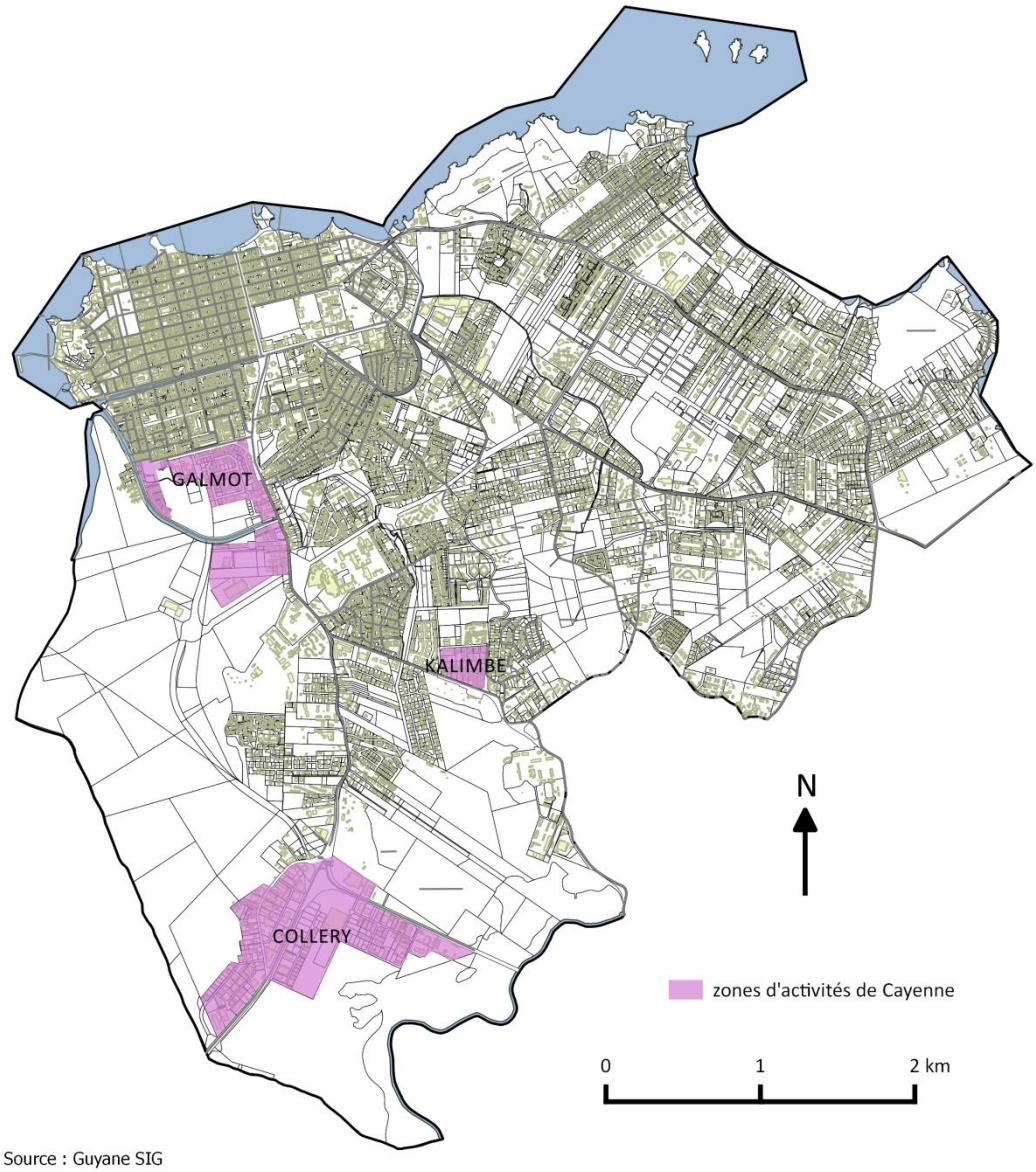

ILE DU DIABLE
Passe des Grenadines
Passe de la Désirade
ILE SAINT-JOSEPH
N
Na
U4
U3
U2
U1a
U5
U1b
AU1
U5a
AU2
COMMUNE DE REMIRE-MONTJOLY
COMMUNE DE MATOURY
Espace boisé classé
Limite de commune
Limite de zone

3. *Les activités économiques*

D'après l'INSEE, la Ville de Cayenne comptait 4681 entreprises en 2011 dont plus de 67% dans le secteur d'activité du commerce, des transports et services divers. L'industrie et la construction représentent quant à elles plus de 25% des entreprises cayennaises. Enfin, le secteur public représente un peu plus de 8% des entreprises locales.
Il est important de noter que le secteur d'activité joue un rôle dans la typologie des enseignes. En effet, les besoins de se signaler ne sont pas les mêmes entre une entreprise industrielle et une entreprise de services.

La Ville de Cayenne compte 3 zones d'activités : la zone de Galmot, la zone de Kalimbé et la zone de Collery. Le centre-ville attire également de nombreuses activités et joue le rôle d'une centralité commerciale pour de nombreux habitants de l'agglomération et plus largement pour les habitants de la Guyane.

Zones d'activités de Cayenne



Source : Guyane SIG

4. Les infrastructures de transport

La Ville de Cayenne est traversée par la route Nationale 1 et la route Nationale 3 qui sont classées comme routes à grande circulation par le Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie. Ce type de voie constitue un espace privilégié pour l'affichage publicitaire étant donné l'importance des flux routiers.

La route Nationale 1 permet de relier Cayenne au nord-ouest de la Guyane (notamment à Saint-Laurent-du-Maroni et au Surinam, pays frontalier). La route Nationale 3 permet de relier Cayenne au sud-est de la Guyane (notamment à Saint-Georges de l'Oyapock) La route Nationale 3 est également un axe de liaison avec le Brésil, pays frontalier.

D'autres axes importants traversent la Ville notamment les routes départementales : RD1 (route de Montabo), RD1bis, RD2 (route du Tigre), RD3 (route de Baduel), RD3bis, RD4, RD17 (route de la Madeleine), RD18 (la Rocade) et RD181. Ces axes, nous le verrons dans la suite, sont également soumis à une forte pression publicitaire.

En effet, selon la catégorie de l'axe de transports routiers les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération[16].

[16] Article R581-31 du code de l'environnement

5. Les paysages cayennais

L'étude des paysages présents sur le territoire communal permet d'appréhender les problématiques paysagères liées à l'affichage extérieur.

Les paysages de Guyane ont fait l'objet d'un « Atlas des paysages », réalisé en 2014, par la DEAL Guyane. La présentation des paysages de Cayenne est en partie tiré de ce document.

D'après cet atlas, la Ville de Cayenne appartient à l'unité paysagère de l'île de Cayenne.

Cette unité paysagère est délimitée par les limites d'eau suivantes :
- au nord par l'océan Atlantique ;
- à l'est par la rivière Mahury ;
- à l'ouest par la rivière Cayenne ;
- au sud par la rivière du Tour de l'île reliant le Mahury à la rivière Cayenne.

L'île de Cayenne est caractérisée par :
- un littoral découpé d'anses successives comprenant de la mangrove, des plages sabloneuses ou encore des falaises rocheuses ;
- des monts boisés (le mont Montabo, le Mont Bourda, la Montagne des Maringouins et le Mont Baduel) ;
- des points d'entrées limités (entrées de ville sujettes à l'affichage publicitaire) au nombre de 6 (les carrefours Suzini, des Maringouins, de la Crique Fouillée, de la Madeleine, Galmont et Anne Chaton) ;
- une trame urbaine de moins en moins dense au fur et à mesure que l'on s'éloigne du centre historique bien que de nombreuses opérations immobilières tendent à réduire cette sensation.

L'unité paysagère est organisée en 3 sous-unités paysagères :
- « l'île coloniale » ;
- « l'île agglomérée » ;
- « l'île monumentale ».

« **L'île coloniale** » est caractérisée par un bâti très dense suivant une trame orthogonale orientée est-ouest. Il s'agit du centre ville historique de Cayenne. Cette sous-unité paysagère constitue le point de départ de l'urbanisation de la ville. Cela explique la part très importante de bâtiments adminsitratifs, religieux ou de services dans ce secteur.
En matière d'affichage publicitaire, cette zone concentre une part très importante des enseignes de la commune. En particulier les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur support. La publicité et les préenseignes sont peu présentes dans cette zone patrimoniale.

« **L'île agglomérée** » est caractérisée par une trame urbaine beaucoup moins dense que l'île coloniale. Il s'agit de zones périurbaines. On observe ainsi la présence de nombreux quartiers résidentiels peu denses et de quartiers spontannés qui amplifient l'occupation de l'espace. Cette sous-unité paysagère concerne la majeure partie du territoire communal.
En matière d'affichage publicitaire, on note que ce secteur concentre (notamment le long des principaux axes de circulation) l'immense majorité des publicités et préenseignes du territoire. Les enseignes de format assez important se mêlent également le long des grands axes de transport.

Enfin, « **l'île monumentale** » couvre la partie sud de la Ville. Elle se décompose pour Cayenne en deux zones distinctes : les zones humides et la mangrove ainsi que la zone d'activités de Collery. La zone d'activités de Collery contraste avec le reste du paysage par son échelle de bâti plus

imposante (hangars commerciaux et industriels). Cette zone marque également de manière assez peu qualitative l'entrée sud de la ville de Cayenne : aucun marqueur n'est clairement identifié et travaillé soit à travers un aménagement spécifique incluant une réflexion de la transition entre paysage urbain et péri-urbain.
En matière d'affichage publicitaire, on retrouve ce changement d'échelle. En effet, les enseignes sont de grandes dimensions et prennent une place non négligeable dans le paysage. Les entrées de ville étant limitées, on observe par ailleurs une concentration de publicités et préenseignes aux abords et dans la zone de Collery ce qui engendre une pollution visuelle.



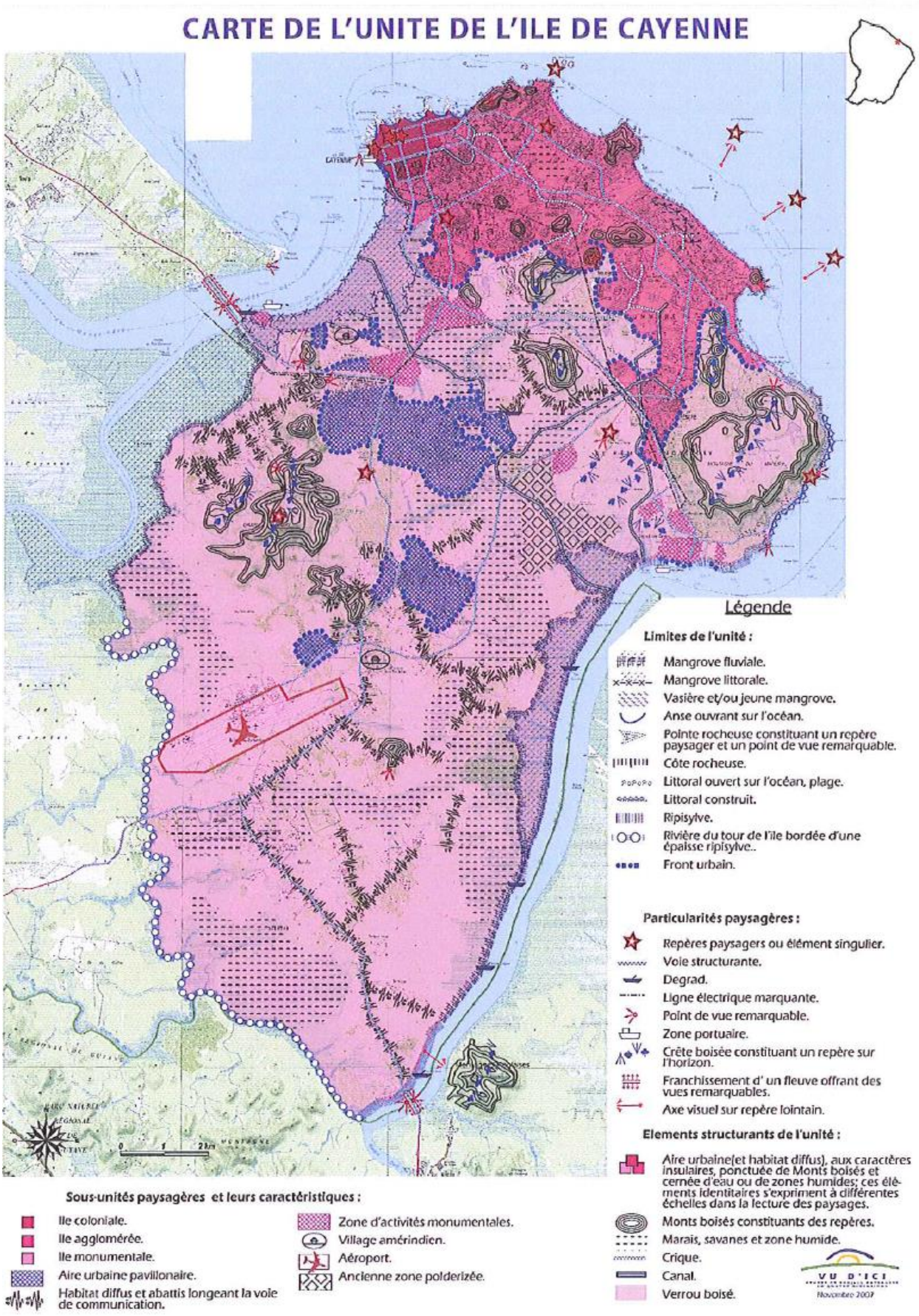
Entrée Sud de Cayenne - Zone de Collery

Afin de répondre aux problématiques en matière de publicité extérieure en zone d'activités, la commune va réfléchir à l'implantation de relais information-services (RIS) aux abords des grandes zones d'activités dans le but de réduire le nombre de préenseignes particulièrement élevées dans ces zones.



Exemple de relais information service RIS - Ville de Vannes

CARTE DE L'UNITE DE L'ILE DE CAYENNE



Source : atlas des paysages, DEAL Guyane, 2014

II. Diagnostic du parc d'affichage

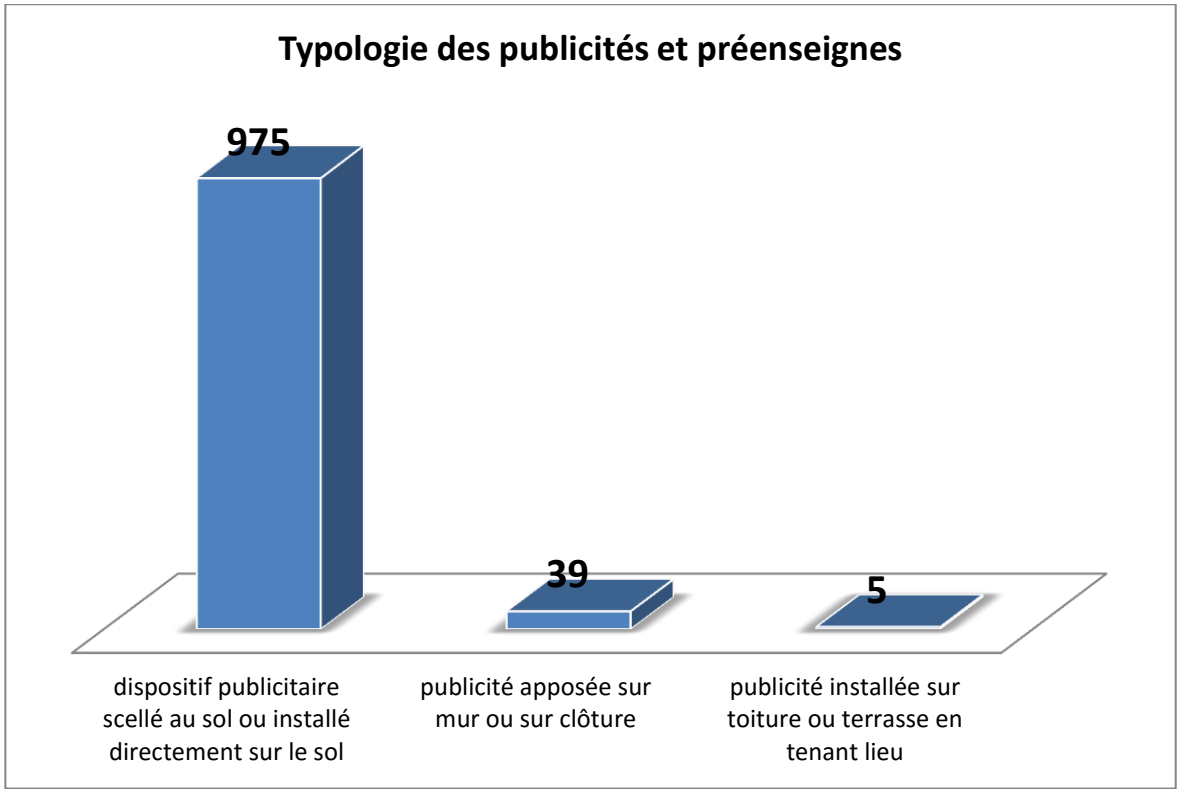
Un recensement exhaustif des publicités, enseignes et préenseignes situées à Cayenne a été effectué en octobre-novembre 2014. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins de règlementation locale renforcée sur le territoire intercommunal.

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

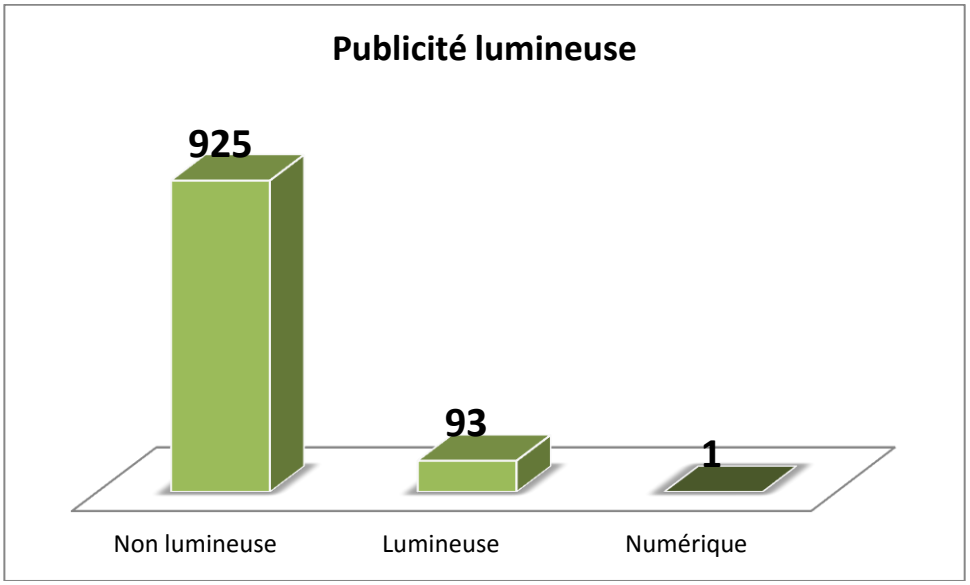
1. Caractéristiques des publicités et préenseignes

1019 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total 9540 m² de surface d'affichage.

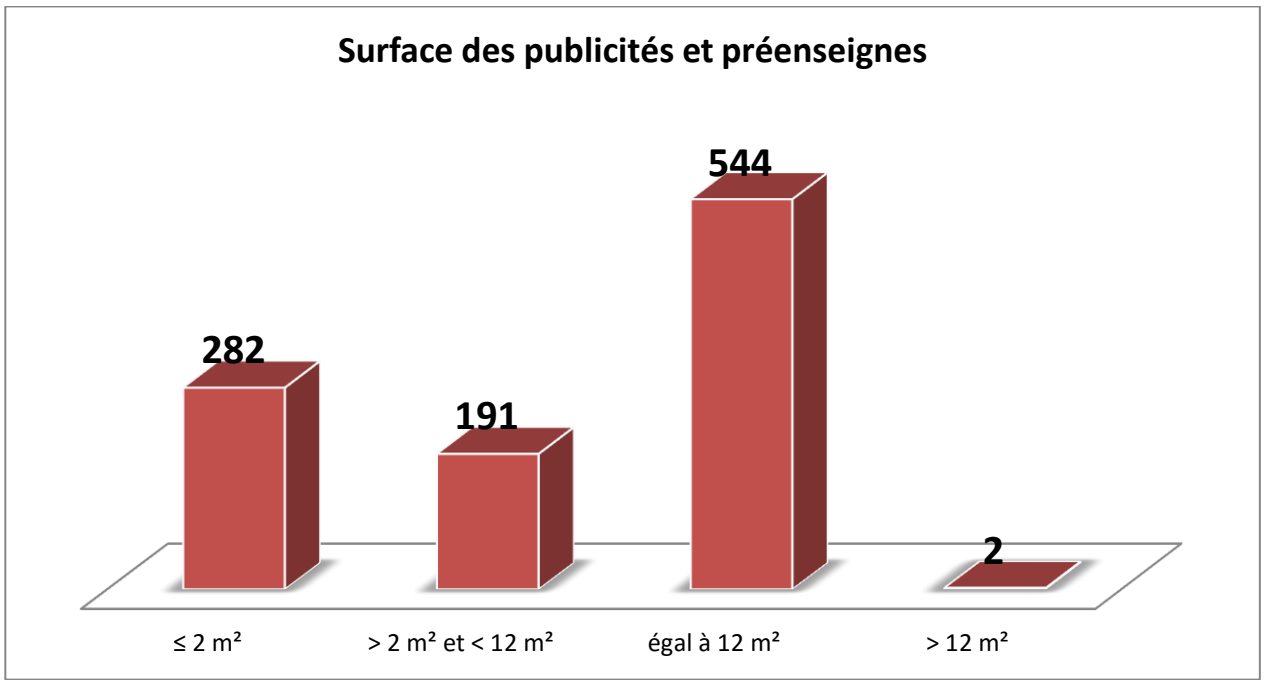


Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes cayennaises en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (96% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire

communal (moins de 4%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage. A noter que 5 publicités sont installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

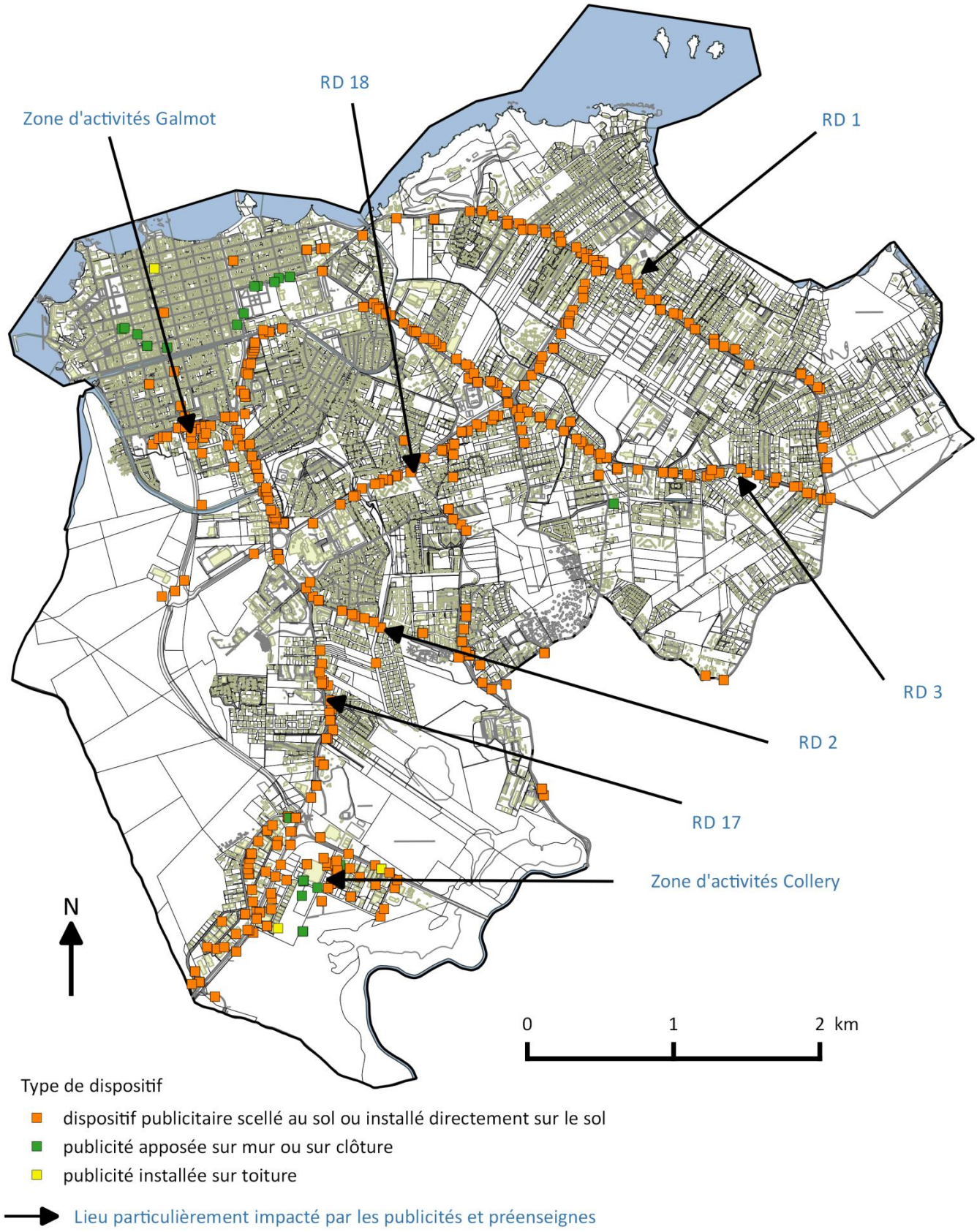


La publicité lumineuse représente 9% du total des publicités du territoire communal.
Le recensement a également mis en évidence l'existence d'un dispositif publicitaire numérique. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.



On remarque que les dispositifs les plus nombreux (53 %) sont ceux dont la surface est égale à 12 m². Ce format correspond au maximum autorisé par le code de l'environnement pour les publicités. On relève également, près de 28% de publicités dont la surface n'excède pas 2 m². Parmi elles, de nombreuses publicités et préenseignes mesurent 1 mètre de hauteur et 1,5 mètre de largeur, ce format correspondant à celui des préenseignes "dérogatoires".

Publicités et préenseignes à Cayenne

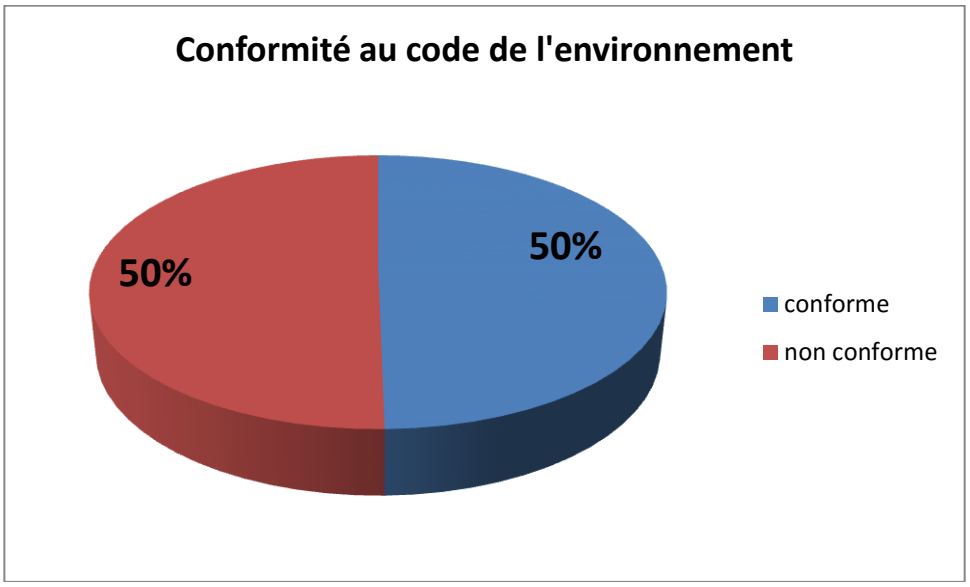


La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On note la présence importante des dispositifs publicitaires scellés au sol le long des

principaux axes traversant le territoire (en particulier le long des RD1, RD2, RD3, RD17 et RD18). Les zones d'activités Collery et Galmont comptent également de nombreux dispositifs publicitaires.

2. *Infractions relevées*

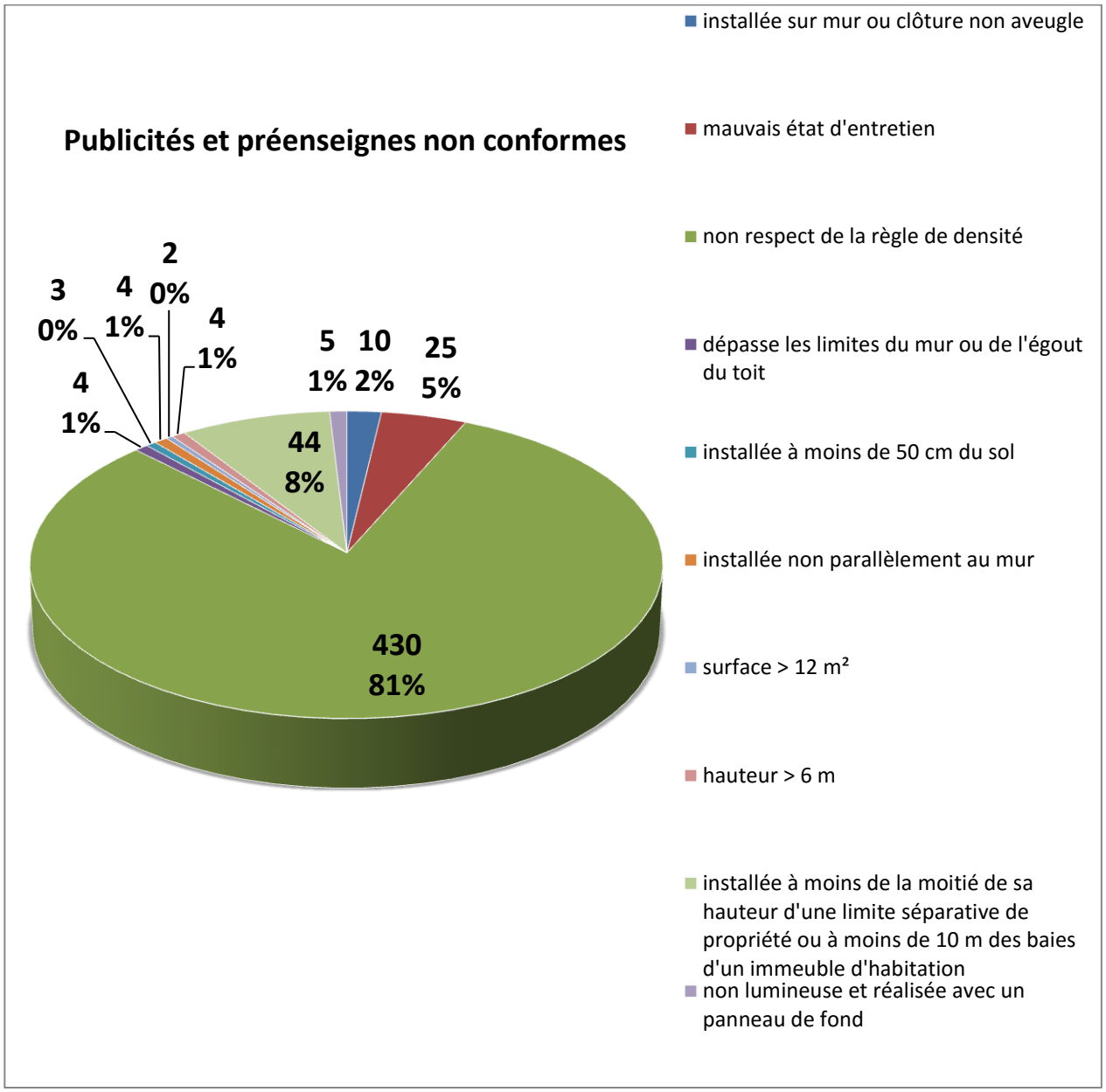
Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement.



On constate que 512 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement, soit 50% des dispositifs relevés.

Les professionnels disposent d'un délai de 2 ans pour se mettre en conformité avec le code de l'environnement soit au plus tard le 13 juillet 2015. Suite à l'approbation du RLP, les professionnels disposent de 2 ans pour se mettre en conformité[17] avec la nouvelle règlementation locale.

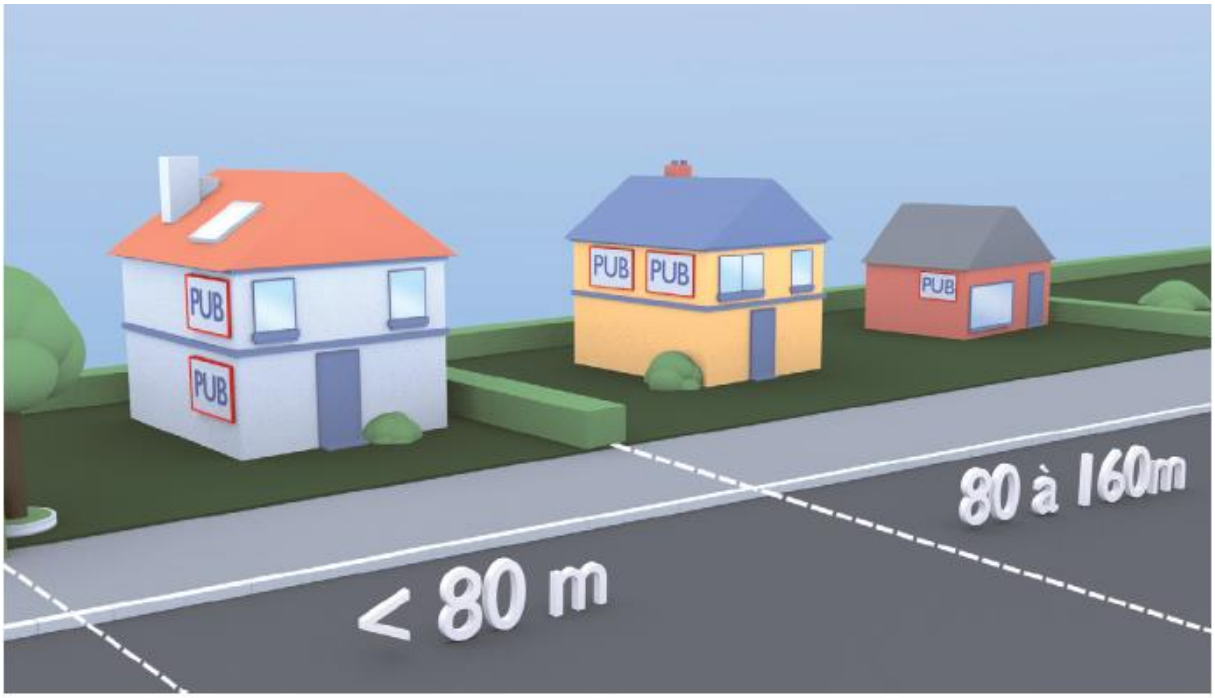
[17] ce délai court à partir de la date d'approbation du RLP



Sur les 512 dispositifs non conformes en 2014, on relève 531 infractions. Certains dispositifs sont non conformes à plusieurs titres.

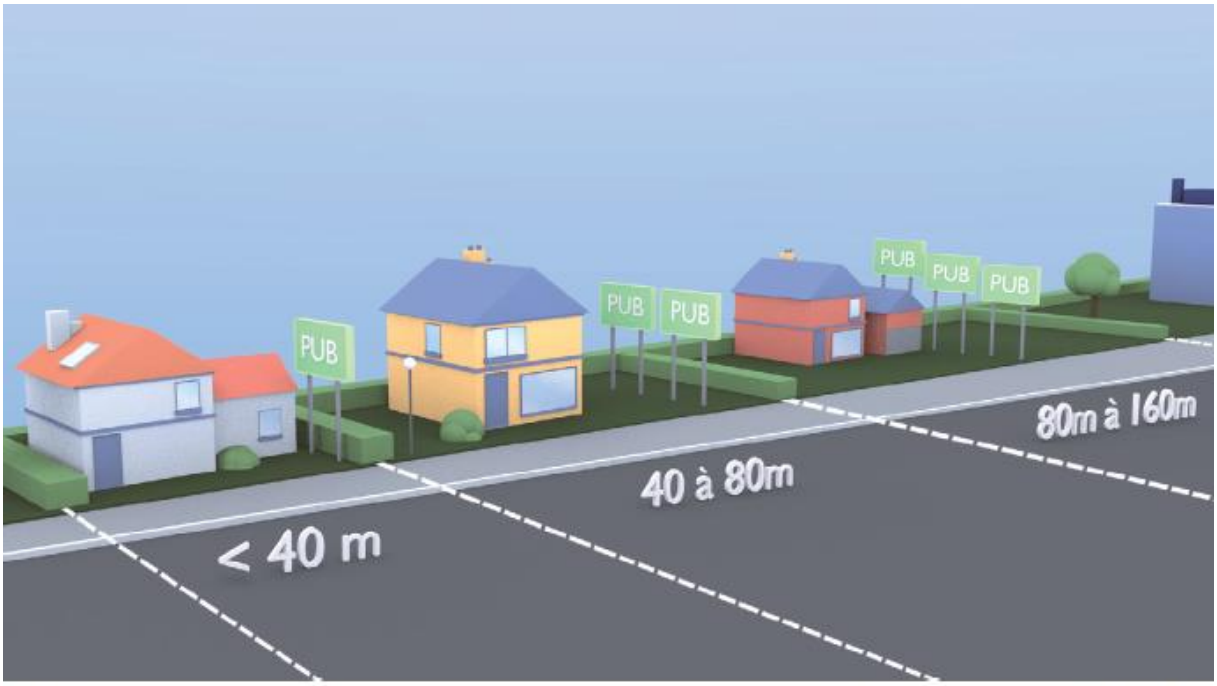
La majorité des dispositifs non conformes (81%) sont concernés par le non respect de la règle de densité[18].

[18] article R581-25 du code de l'environnement



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Illustration de la règle de densité pour les publicités murales - source : MEDDE



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

Illustration de la règle de densité pour les dispositifs publicitaires scellés au sol - source : MEDDE

Près de 44 dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont installés à moins de la moitié de leur hauteur d'une limite séparative de propriété[19]. Leur installation aussi proche des parcelles voisines est une nuisance pour le cadre de vie du voisinage proche.

On relève également 25 dispositifs qui ne sont pas maintenus en bon état d'entretien et de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent[20].

Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont parfois mal implantées. Ainsi, 4 dispositifs dépassent des limites du mur ou de l'égout du toit[21] et 10 sont apposées sur des murs non aveugles[22].

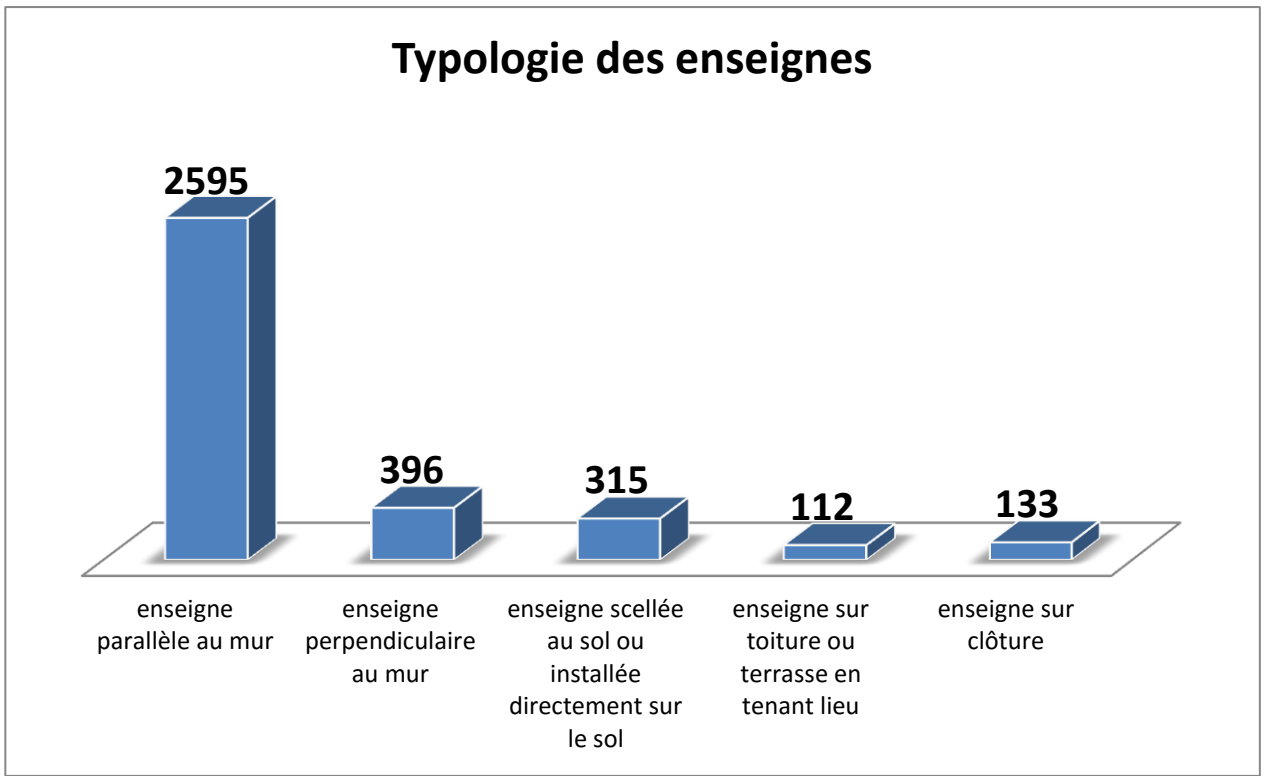
Les autres catégories d'infraction constatée concernent moins de 5 dispositifs. Elles sont détaillées sur le graphique ci-dessus.

Finalement, on constate que la règle de densité publicitaire est largement méconnue. Cela engendre des nuisances visuelles pour la population et impacte le cadre de vie. Cette analyse montre également l'importance des publicités de grand format sur le territoire communal.

[19] article R581-33 du code de l'environnement
[20] article R581-24 du code de l'environnement
[21] Article R581-27 du code de l'environnement
[22] Article R581-22 du code de l'environnement

3. Caractéristiques des enseignes

3551 enseignes ont été recensées sur le territoire communal.



Près de 73% des enseignes recensées à Cayenne sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



Enseigne sous forme d'affiche



Enseigne sur un caisson lumineux

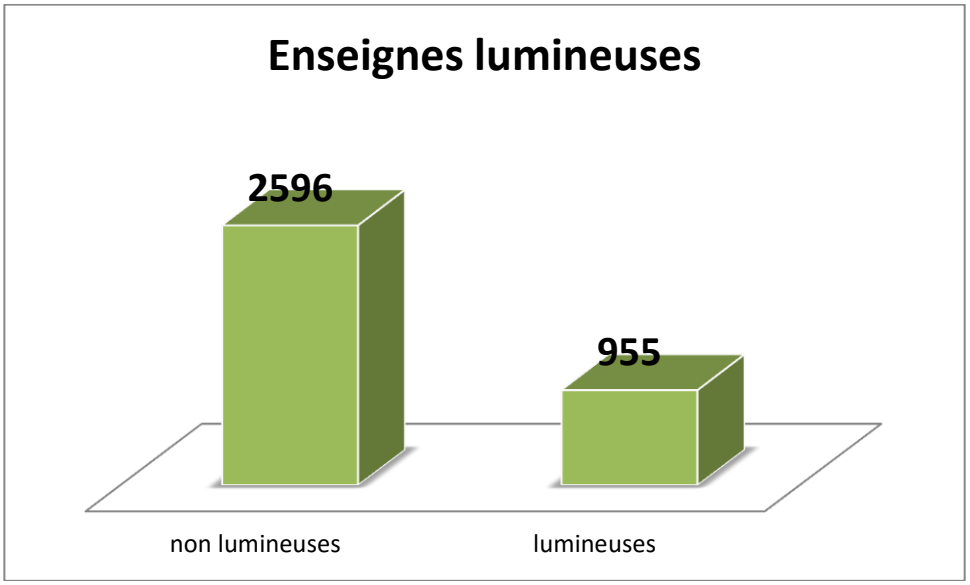


Enseigne en lettres découpées

Les enseignes perpendiculaires au mur ont globalement des surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Elles représentent la seconde catégorie d'enseignes cayennaises (11% des enseignes). Elles sont très nombreuses en centre-ville (364 enseignes) et pratiquement absente en zones d'activités. Malgré leur petite surface, ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville en fermant des perceptives ou en masquant des détails d'architecture.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la troisième catégorie d'enseignes la plus répandue. Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support. Il provoque parfois une rupture d'échelle avec le bâti voisin dont les dimensions sont moins importantes.

Enfin, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu représentent 3% des enseignes cayennaises. De même, les enseignes sur clôture (en particulier sur clôture non aveugle) comptent pour moins de 4% du total des enseignes. Toutefois, une attention particulière devra être portée à ces deux catégories de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité.



Le recensement a permis de distinguer les enseignes selon qu'elles soient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.



Enseigne éclairée par projection (spots)



Enseigne éclairée par des néons

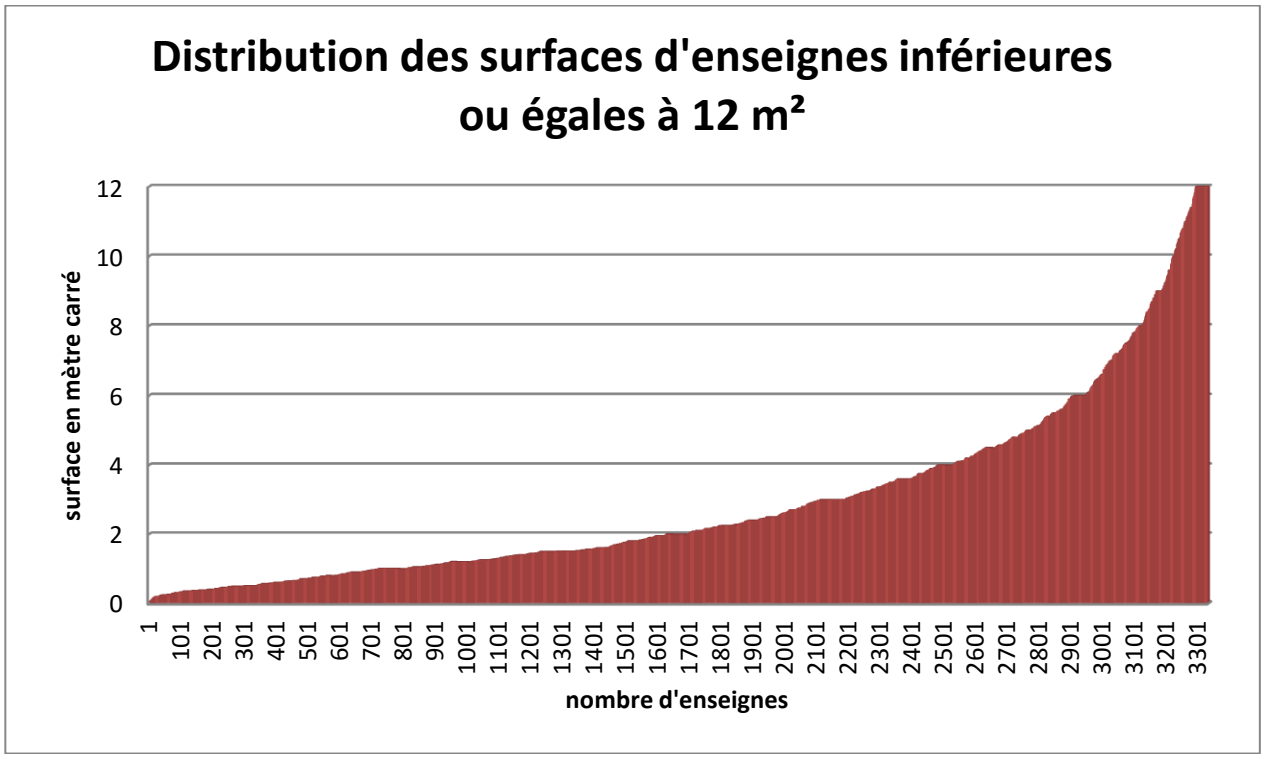


Enseigne éclairée par transparence (éclairage intérieur)

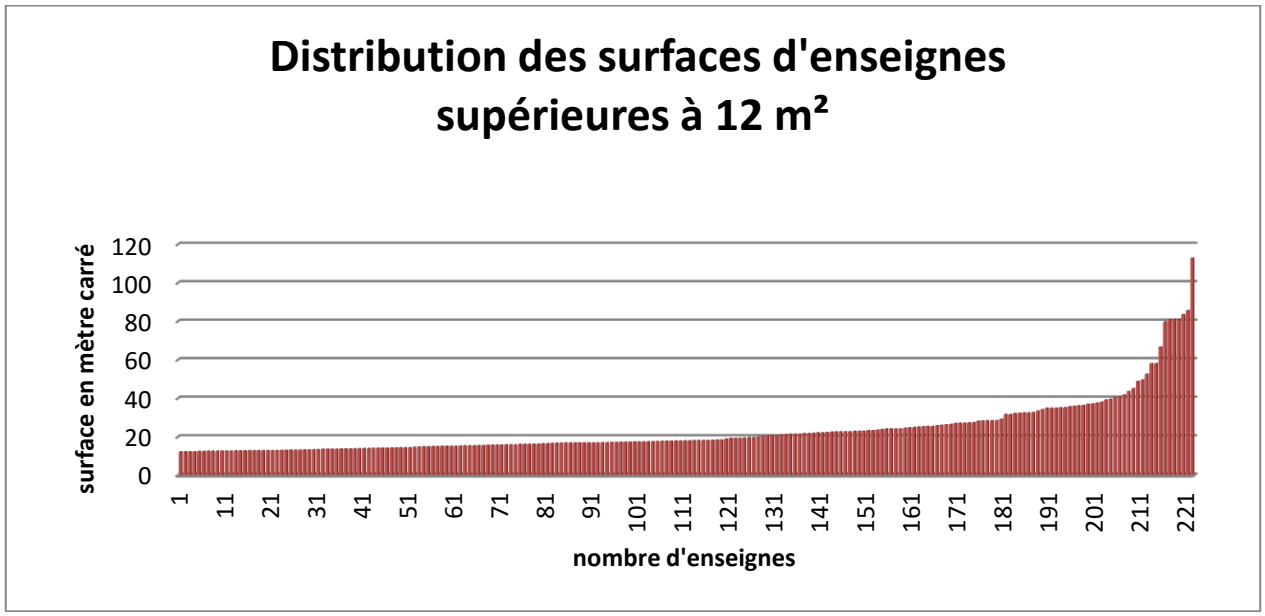
Les enseignes lumineuses représentent près de 27% des enseignes recensées. Les éclairages les plus utilisés sont : les spots pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.
Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Dans la mesure où les journaux électroniques d'information (JEI) utilisés par la collectivité pour diffuser des informations pratiques d'intérêt général (permanence sociale, enquête publique, campagne de vaccination,...) ne comportent pas de publicité, ils ne sont pas soumis au code de l'environnement[23].

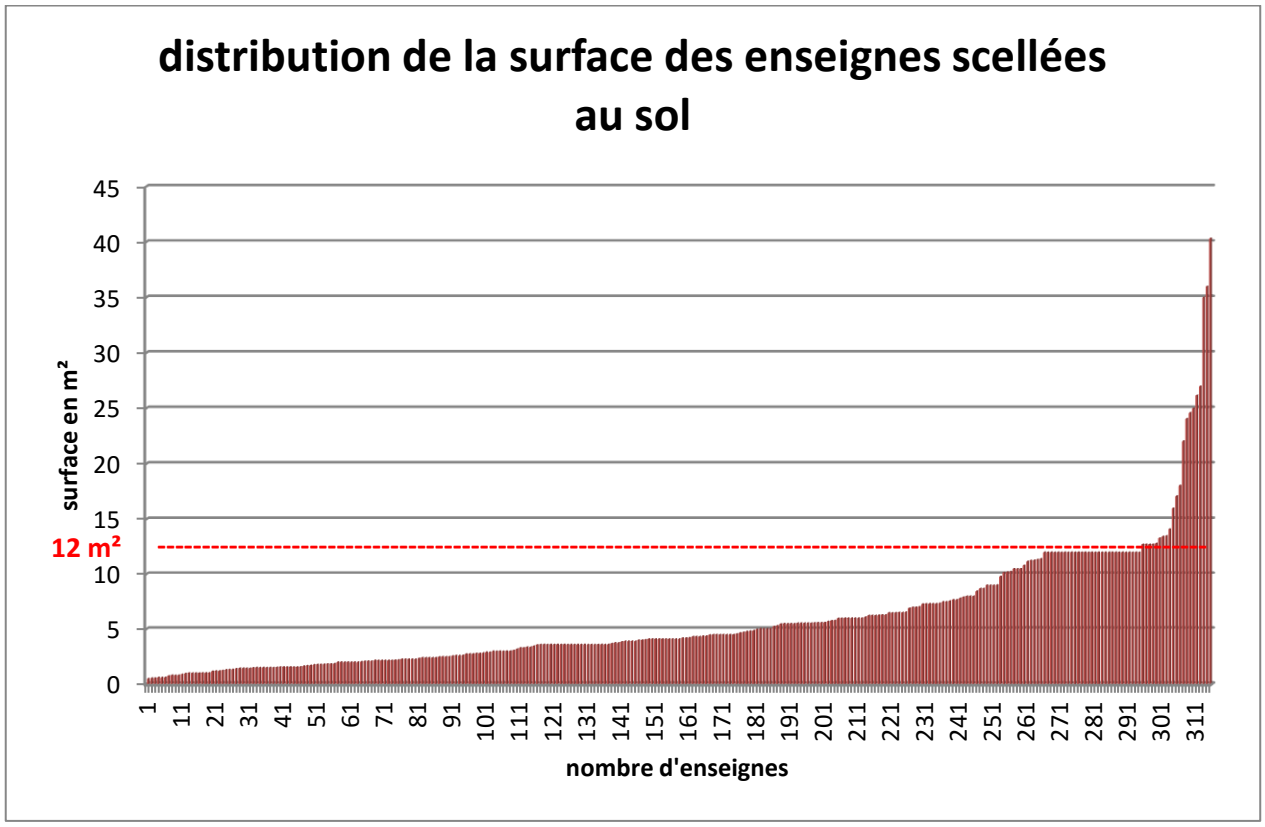
[23] source : guide sur la publicité extérieure du Ministère de l'Ecologie du Développement Durable et de l'Energie, p.45



Le graphique ci-dessus permet de connaître le nombre d'enseignes en fonction des surfaces de celles-ci. A titre d'exemple, on peut voir que près de 2500 enseignes ont une surface inférieure ou égale à 4 m². Ce graphique nous donne également le nombre d'enseignes mesurant au plus 12 m² : 3302 enseignes (soit 93% des enseignes locales).
Les surfaces des 249 enseignes de plus de 12 m² sont présentées sur la distribution ci-dessous. On remarque que certaines de ces enseignes dépassent 80 m² voire 100 m² pour plusieurs d'entre-elles.

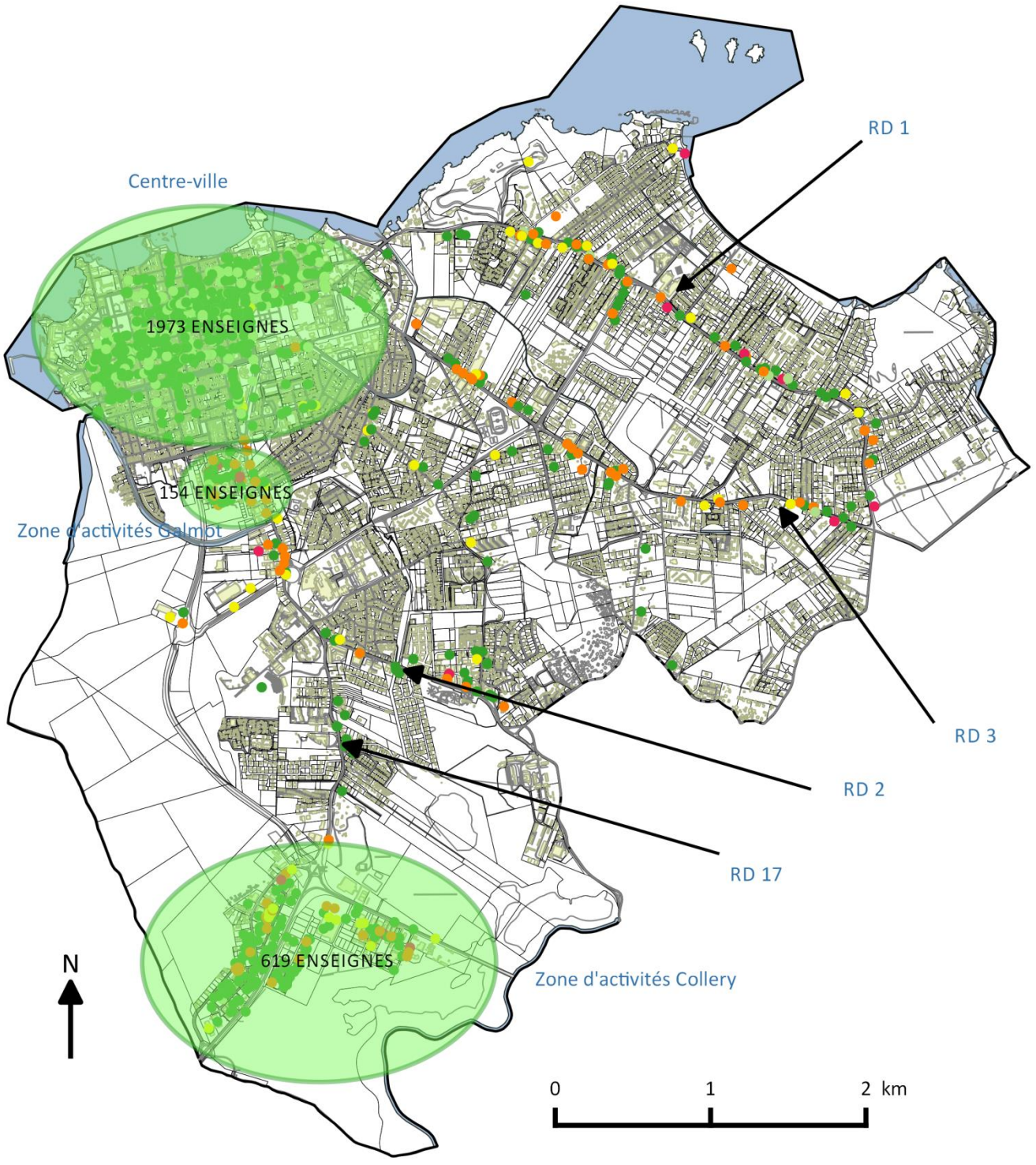


Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol posent des problématiques spécifiques à leur implantation notamment en fermant des perspectives lorsque leur surface ou leur hauteur est trop importante.



Le graphique ci-dessus nous montre le nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en fonction de leur surface. Le seuil de 12 m² constitue la surface maximale autorisée par la loi.

Enseignes à Cayenne

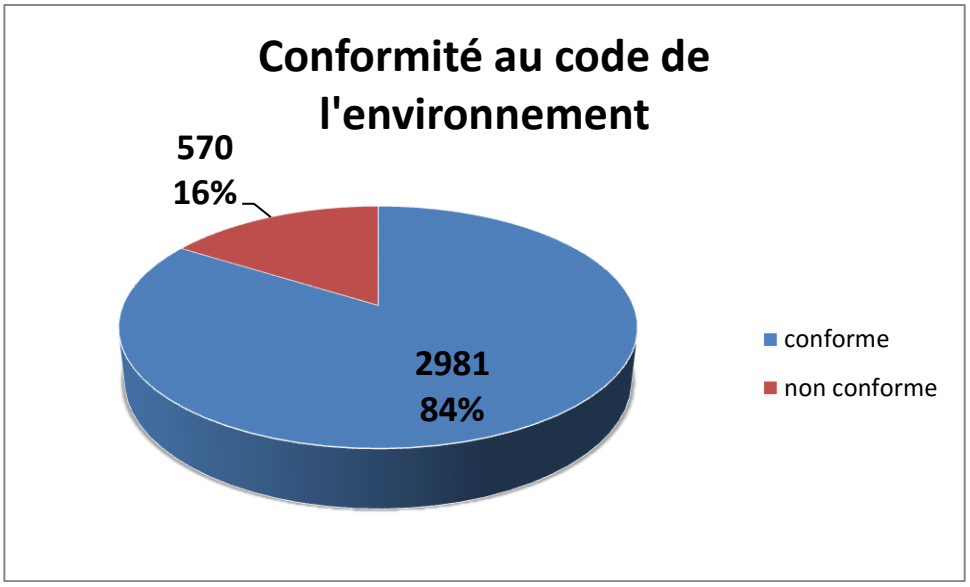


- *enseigne parallèle au mur*
- *enseigne perpendiculaire au mur*
- *enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol*
- *enseigne sur clôture*
- *enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu*

La cartographie ci-dessus, nous montre que les enseignes sont principalement localisées en centre-ville (notamment les enseignes parallèle et perpendiculaire au mur) ainsi que dans les zones d'activités de Collery, de Galmot et de Calimbé (enseignes parallèles et scellées au sol). Il existe également de nombreuses enseignes le long des axes structurants en particulier la RD1, la RD2, la RD3, la RD3bis, la RD17 et la rocade de Zéphir.

4. Infractions relevées

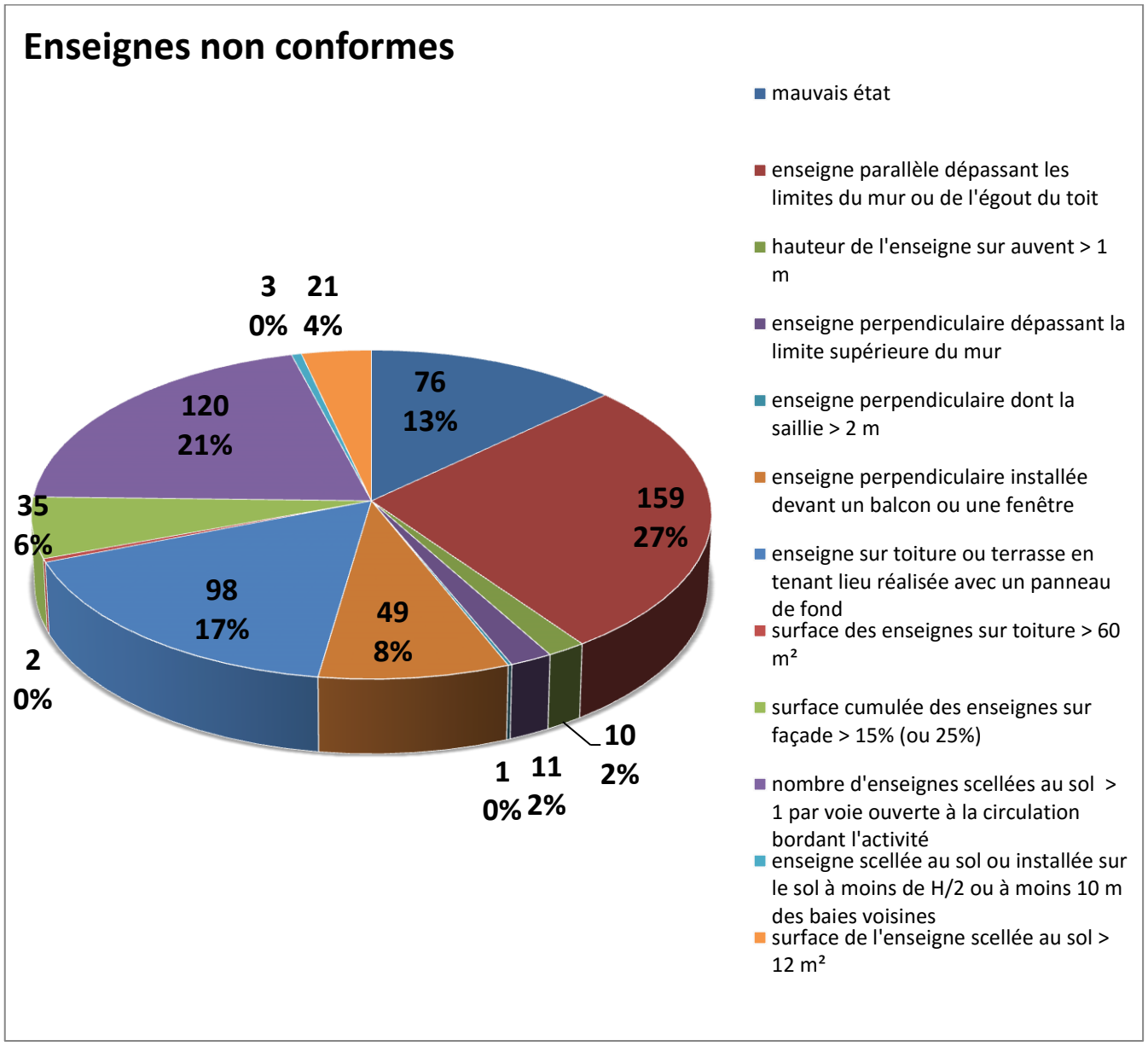
Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement.



On constate que 570 enseignes sont non conformes au code de l'environnement, soit 16% du total des enseignes cayennaises. Plusieurs enseignes sont non conformes à plus d'un titre, c'est pourquoi on relève au total 585 infractions au code de l'environnement.

Les professionnels disposent d'un délai de 6 ans à partir du 1er juillet 2012 pour se mettre en conformité avec le code de l'environnement vis-à-vis des points non abordés par le RLP[24], soit au plus tard le 1er juillet 2018. Suite à l'approbation du RLP, les professionnels disposent de 6 ans pour se mettre en conformité[25] avec la nouvelle règlementation locale que la commune a approuvée.

[24] règles nationales que la commune ne souhaite pas renforcer
[25] ce délai court à partir de la date d'approbation



L'infraction la plus répandue concerne les enseignes parallèles dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit. En effet, 159 enseignes ne respectent pas cette règle.

De nombreuses activités possèdent plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré le long d'une même voie. L'article R581-64 limite pourtant ce type d'enseignes en nombre, à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique bordant l'activité. Parmi les 120 enseignes concernées par cette infraction citons notamment les drapeaux sur des mâts, les totems ou encore des panneaux « 4 par 3 ». On relève également 21 enseignes scellées au sol dépassant la surface maximale[26] de 12 m².

Sur les 112 enseignes en toiture recensées, 98 sont en infraction. Le RLP pourra interdire ce type d'implantation pour les enseignes afin de protéger le cadre de vie et notamment des perspectives de qualité. Deux enseignes sur toiture dépassent la limite de 60 m²[27].

Les enseignes en mauvais état[28] représentent également un type d'infraction assez répandu avec 76 enseignes répertoriées.

[26] article R581-65 du code de l'environnement
[27] article R581-62 du code de l'environnement



Enseigne sur toiture non réalisée en lettres découpées (en infraction)

Les enseignes apposées sur la façade commerciale d'un établissement ont parfois une surface cumulée dépassant le seuil fixé par la règlementation. 35 enseignes ne respectent pas le seuil de 15% ou 25%.

Rappel des seuils de surface d'enseignes[29]

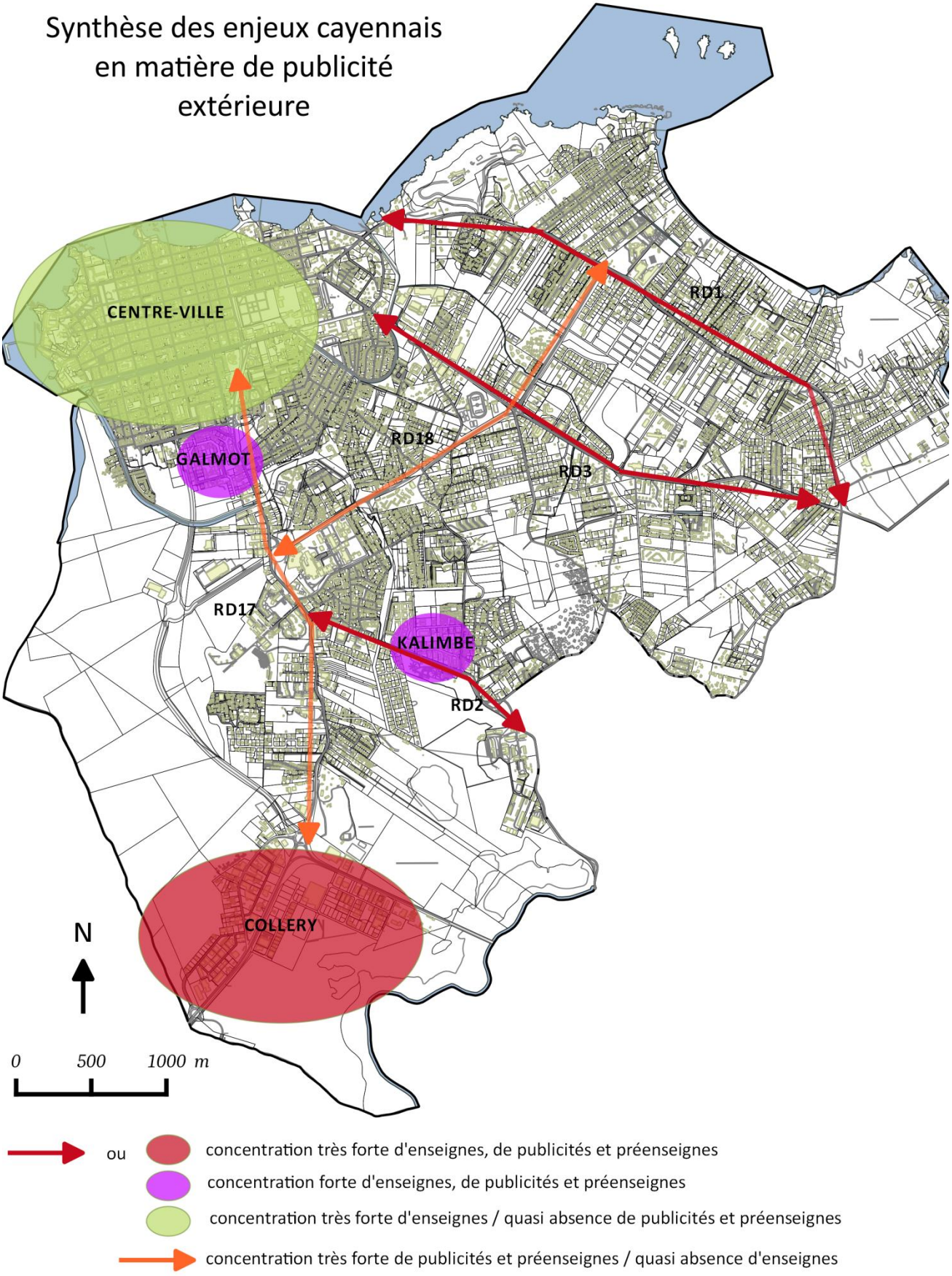
Surface de la façade commerciale	< 50 m²	> 50 m²
Surface des enseignes apposées sur la façade commerciale	25% de la façade	15% de la façade

Les autres catégories d'infraction constatée concernent moins de 15 dispositifs. Elles sont détaillées sur le graphique ci-dessus.

5. Carte de synthèse des enjeux cayennais

La carte ci-dessous permet de visualiser les secteurs à enjeux de la Ville :
-le centre-ville ;
-les zones d'activités commerciales ;
-les axes structurants du territoire.

[28] L'article R581-58 du code de l'environnement précise que les enseignes doivent être maintenues en bon état par les personnes exerçant l'activité signalée.
[29] article R581-63 du code de l'environnement


Synthèse des enjeux cayennais en matière de publicité extérieure
CENTRE-VILLE
GALMOT
KALIMBE
COLLERY
RD1
RD18
RD3
RD17
RD2
N
0
500
1000 m
ou
concentration très forte d'enseignes, de publicités et préenseignes
concentration forte d'enseignes, de publicités et préenseignes
concentration très forte d'enseignes / quasi absence de publicités et préenseignes
concentration très forte de publicités et préenseignes / quasi absence d'enseignes

III. Orientations et Objectifs

1. Les objectifs

La commune a souhaité élaborer son règlement local de publicité afin de remplir 3 objectifs majeurs :

Objectif 1 : Amélioration et préservation de l'image du centre-ville
Objectif 2 : Amélioration de la qualité des paysages aux entrées de ville et le long des axes structurants du territoire notamment les RD1, RD2, RD3, RD17 et RD18
Objectif 3 : Amélioration de la qualité des paysages dans les zones commerciales en particulier dans la zone de Collery, de Galmot et Calimbé

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs la commune a retenu les orientations suivantes :

- Interdire la publicité en centre-ville pour préserver le patrimoine (excepté celle apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain) ;
- Restreindre la densité le long des axes structurants, des entrées de ville ainsi qu'en zone d'activités ;
- Diminuer la surface maximale des publicités le long des axes structurants, des entrées de ville ainsi qu'en zone d'activités ;
- Limiter l'impact des bâches publicitaires et de la publicité numérique ;
- Encadrer les enseignes notamment celles qui sont scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- Encadrer plus strictement les enseignes situées dans le périmètre de l'AVAP.

Pour mettre en œuvre les orientations suivantes, la Ville a effectué les choix suivants.

IV. Présentation du zonage et justification des choix retenus

1. Publicités et préenseignes

Trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal de la ville de Cayenne.

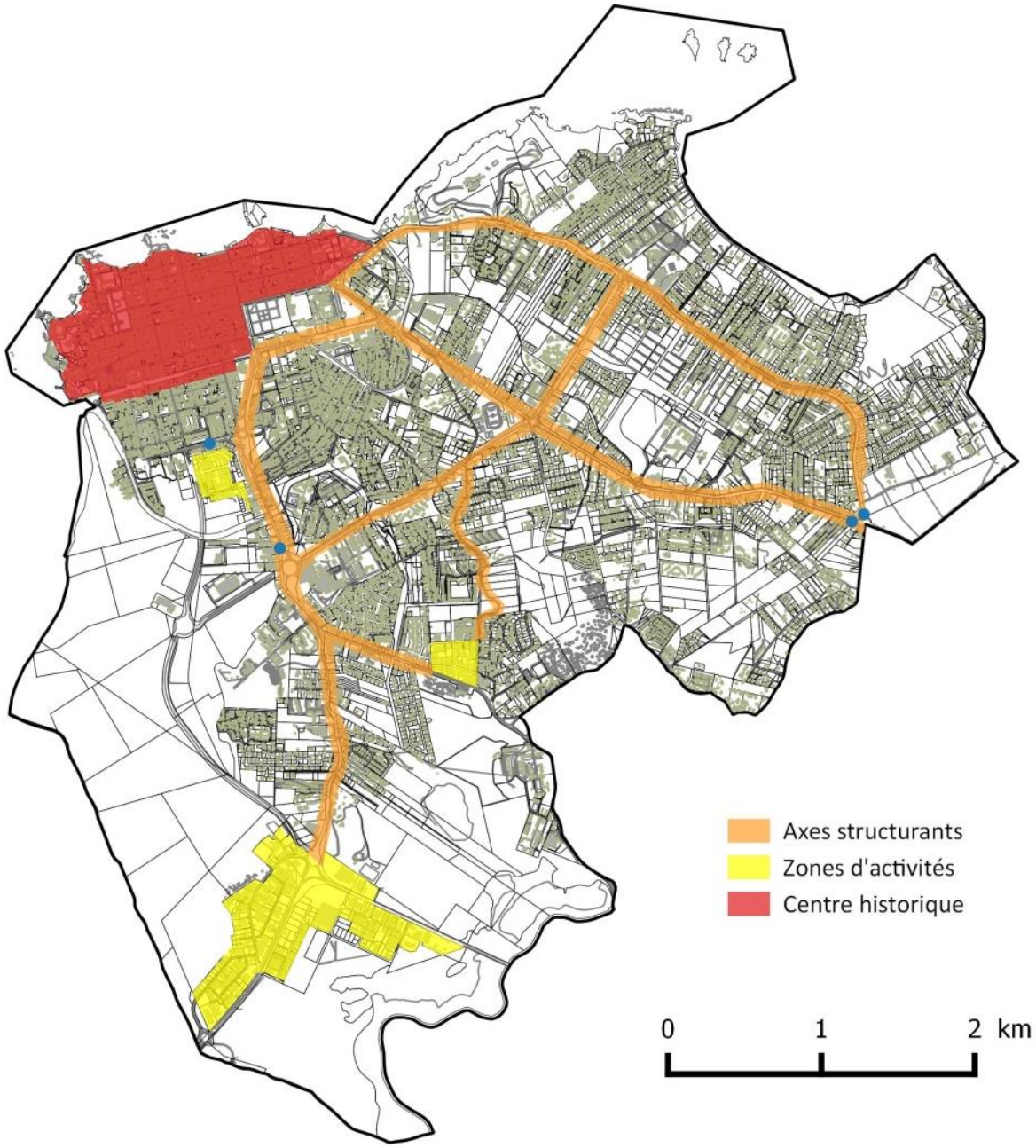
La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville, les Ilets de Rémire, les Îles du Salut et les Monts de Cayenne lorsqu'ils sont en agglomération. La publicité est interdite en zone de publicité n°1 excepté celle installée à titre accessoire sur le mobilier urbain ou apposée sur des palissades de chantier. Le but de cette règlementation stricte en ZP1 est de protéger le patrimoine très riche existant.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les axes structurants du territoire : RD1, RD2, RD3, RD17 et RD18. Les principales problématiques relatives aux publicités et préenseignes sont localisées le long de ces axes. Ils sont souvent la première image que l'on a de la Ville. La volonté est de limiter la présence de la publicité le long des axes structurants. Ainsi seront interdits le long des axes structurants : la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu, la publicité numérique et les bâches publicitaires. Par ailleurs, la densité sera restreinte à un dispositif publicitaire par unité foncière (un panneau sur mur ou un panneau scellé au sol). Le format maximum sera restreint à 8 m² contre 12 m² au niveau national. Ceci dans le but de préserver les paysages d'entrées de ville et de valoriser l'image du territoire.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités de Galmot, Calimbé et Collery. Les zones d'activités concentrent une part importante des enseignes et également de nombreuses publicités et préenseignes. La volonté est d'encadrer plus strictement certaines catégories de dispositifs. Ainsi la publicité numérique sera autorisée au format maximum de 4 m², les bâches publicitaires seront autorisées dans un format maximum de 8 m² (en cohérence avec le format maximum de publicité retenu). Par ailleurs, la densité sera restreinte à un dispositif publicitaire par unité foncière (un panneau sur mur ou un panneau scellé au sol). Le format maximum sera restreint à 8 m² contre 12 m² au niveau national. Ceci dans le but d'harmoniser les règles existantes sur les axes structurants et de valoriser l'image du territoire.

L'ensemble des publicités et préenseignes seront soumises à la plage d'extinction nocturne entre 00h00 et 06h00 afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous.


Axes structurants
Zones d'activités
Centre historique
0
1
2 km

2. Enseignes

Les règles retenues concernant les enseignes s'appliquent sur l'intégralité du territoire communal sauf mention contraire. Les enseignes seront interdites sur les arbres et sur les clôtures non aveugles dans le but de préserver l'environnement d'implantation peu qualitative pour le paysage. La plage d'extinction nocturne a été calquée sur celle applicable à la publicité (00h00 et 06h00) pour harmoniser le paysage nocturne. Par ailleurs, les enseignes numériques seront interdites en dehors des zones d'activités ceci dans le but de conserver un paysage apaisé en entrées de ville, en centre-ville ou encore en zone d'habitat.

Certaines implantations d'enseignes seront peut être interdites en fonction des orientations retenues dans l'AVAP notamment :
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu excepté en ZP3 (zones d'activités).

Certaines règles concernant les enseignes perpendiculaires seront peut être prises en fonction des orientations retenues dans l'AVAP notamment :

- Limiter à une ou deux le nombre d'enseigne perpendiculaire
- Limiter la saillie des enseignes perpendiculaires à 80 cm
- Limiter la hauteur des enseignes perpendiculaires à 80 cm

La surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol seront réduites pour plus de cohérence avec les règles existantes en matière de publicité. L'impact en matière de paysage est parfois identique entre une publicité et une enseigne scellée au sol. La surface sera restreinte à 8 m² et la hauteur maximale sera fixée à 6 mètres.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins d'un mètre carré n'étant pas règlementées au niveau national. La commune a souhaité les limiter en nombre et en hauteur pour limiter leur impact. Ceci dans le but d'éviter la profusion de petites enseignes que l'on observe parfois aux abords de certaines activités. De la même manière, les enseignes sur clôture ne sont pas encadrées au niveau national. C'est pourquoi, une règle de densité et de surface ont été retenues pour limiter l'impact de ce type d'implantation.

La commune a également souhaité encadrer les enseignes temporaires afin d'éviter les débordements lors d'opérations ou de manifestations exceptionnelles à caractère temporaire.

Annexe 1 : liste des immeubles de Cayenne inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques

Cathédrale Saint-Sauveur inscrite au titre des monuments historiques le 9 décembre 1992 ;

Quartier des directeurs de l'Ile Royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Quartier des surveillants de l'Ile Royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Quartier des condamnés à mort de l'Ile Royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Quartier pénitentiaire de l'Ile Royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Ancien poste de l'Ile Royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Magasin du port ou ancienne boulangerie de l'Ile royale inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Quartier des détenus politiques de l'Ile du Diable inscrit au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000 ;

Roches gravées de Pointe Marie-Galante à l'Ile Saint-Joseph inscrit es au titre des monuments historiques le 26 décembre 2000, arrêté modifié le 8 mars 2002 ;

Hôtel préfectoral des Palmistes, ancien couvent des Jésuites inscrit au titre des monuments historiques le 17 août 1978 ;

Anciens bâtiments du conseil général, actuelles archives départementales, Place Léopold Héder inscrits au titre des monuments historiques le 22 janvier 1979 ;

Ancienne caserne du Génie, dite Hôtel de l'Inspection et aussi maison du secrétaire général, rue des Casernes et impasse du 8 mai 1945 inscrite au titre des monuments historiques le 16 août 1995 ;

Ancien poste de police, 122 avenue du général de Gaulle inscrit au titre des monuments historiques le 24 août 1995 ;

Ancienne Poudrière inscrite au titre des monuments historiques le 10 avril 1989 ;

Hôpital Jean Martial, Place des Palmistes inscrite au titre des monuments historiques le 9 décembre 1992 ;

Ancienne chapelle de l'hôpital Jean Martial, Place des Palmistes inscrite au titre des monuments historiques le 9 décembre 1992 ;

Immeuble Franconie, actuellement musée et Bibliothèque, rue Maissin et rue de Remire inscrite au titre des monuments historiques le 14 février 1986, arrêté modifié le 8 mars 1986 ;

Ancien lavoir, angle du boulevard Jubelin et de l'avenue du général de Gaulle inscrit au titre des monuments historiques le 24 août 1995 ;

Externat Saint-Joseph, angle des rues Arago et Lallouette inscrit au titre des monuments historiques le 19 avril 1989 ;

Institut d'enseignement supérieur, Ancienne direction départementale de l'Equipement, 9 rue Gontran Damas inscrit au titre des monuments historiques le 9 décembre 1992 ;

Ecole Joséphine Horth, 12 Place des Palmistes inscrite au titre des monuments historiques le 9 décembre 1992 ;

Maison Vitalo, angle des rues Barrat et Arago inscrite au titre des monuments historiques le 26 novembre 1992 ;

Maison Loupec, 6 rue du Fort Cépérou inscrite au titre des monuments historiques le 31 août 1995 ;

Maison Pacheco, 14 avenue du général de Gaulle inscrite au titre des monuments historiques le 31 août 1995 ;

Ancienne boulangerie Anatole, 43 avenue du général de Gaulle inscrite au titre des monuments historiques le 31 août 1995 ;

Maison Delabergerie, actuelle direction régionale des affaires culturelles, 95 avenue du général de Gaulle inscrite au titre des monuments historiques le 26 novembre 1992 ;

Maison N'Zila, 31 rue du Lieutenant Goinet inscrite au titre des monuments historiques le 16 août 1995 ;

Maison Prévot, 14 avenue Léopold Héder inscrite au titre des monuments historiques le 26 novembre 1992 ;

Maison Guitteaud, 11 avenue de la Liberté inscrite au titre des monuments historiques le 31 août 1995 ;

Maison 1 rue Mentel et 25 rue Louis Blanc inscrite au titre des monuments historiques le 5 août 1993, démolie ;

Maison Francis, actuel gîte Motikote, 42 rue Schoelcher inscrite au titre des monuments historiques le 11 octobre 1993 ;

Maison Bradin, 56 rue Schoelcher inscrite au titre des monuments historiques le 26 novembre 1992, démolie, il ne reste plus que le porche d'entrée.

Département de la Guyane

Ville de Cayenne

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 2 : Partie règlementaire

Version pour concertation

Sommaire

Titre 1 : Champ d'application et zonage 2

Article 1 Champ d'application territorial 2

Article 2 Portée du règlement 2

Article 3 Zonage 2

Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1 (centre-ville, Ilets de Rémire, iles du Salut et les Monts de Cayenne lorsqu'ils sont en agglomération)3

Article 4 Interdiction 3

Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2 4

(axes structurants du territoire) 4

Article 5 Interdiction 4

Article 6 Publicité apposée sur un mur ou une clôture 4

Article 7 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol 4

Article 8 Densité 4

Article 9 Plage d'extinction nocturne 5

Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3 (zones d'activités) 6

Article 10 Publicité apposée sur un mur ou une clôture 6

Article 11 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol 6

Article 12 Densité 6

Article 13 Bâche publicitaire 6

Article 14 Plage d'extinction nocturne 6

Article 15 Publicité numérique 7

Titre 4 : Dispositions applicables aux enseignes 8

Article 16 Interdiction (en fonction de l'AVAP) 8

Article 17 Enseigne perpendiculaire au mur (en fonction de l'AVAP) 8

Article 18 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol 8

Article 19 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol 8

Article 20 Enseigne sur clôture aveugle 8

Article 21 Enseigne lumineuse 9

Titre 5 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires 10

Article 22 Enseignes temporaires 10

Titre 1 : Champ d'application et zonage

Article 1 Champ d'application territorial

Le présent règlement s'applique au territoire de la commune de Cayenne.

Article 2 Portée du règlement

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement vient restreindre les dispositions nationales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux dispositifs réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Les dispositions nationales non restreintes par le présent règlement restent applicables de plein droit dans leur totalité.

Article 3 Zonage

Trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal de la ville de Cayenne.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre le centre-ville, les Ilets de Rémire, les Îles du Salut et les Monts de Cayenne lorsqu'ils sont en agglomération.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les axes structurants du territoire : RD1, RD2, RD3, RD3bis, RD17 et RD18.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les zones d'activités de Galmot, Calimbé et Collery.

Ces zones sont délimitées en annexes sur les documents graphiques.

Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1 (centre-ville, Ilets de Rémire, iles du Salut et les Monts de Cayenne lorsqu'ils sont en agglomération)

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°1.

Article 4 Interdiction

La publicité est interdite excepté celle installée à titre accessoire sur le mobilier urbain ou apposée sur des palissades de chantier.

Titre 3 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2 (axes structurants du territoire)

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°2.

Article 5 Interdiction

Sont interdites :
- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les bâches publicitaires ;
- La publicité numérique.

Article 6 Publicité apposée sur un mur ou une clôture

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture.

La publicité lumineuse apposée sur un mur, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse apposée sur un mur, ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur.

Article 7 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, comportant une seule face d'affichage doivent recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée.

Article 8 Densité

La règle de densité concerne :
- les publicités non lumineuses apposées sur un mur ou une clôture ;
- les publicités lumineuses apposées sur un mur ;
- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il peut être installé :
- soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non ;
- soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;
- soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

Article 9 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 0 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Titre 4 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3 (zones d'activités)

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°3.

Article 10 Publicité apposée sur un mur ou une clôture

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture, ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur ou de cette clôture.

La publicité lumineuse apposée sur un mur, ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse apposée sur un mur, ne peut être placée à moins de 0,5 mètre des arêtes de ce mur.

Article 11 Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non, comportant une seule face d'affichage doivent recevoir un bardage dissimulant la face non exploitée.

Article 12 Densité

La règle de densité concerne :
- les publicités non lumineuses apposées sur un mur ou une clôture ;
- les publicités lumineuses apposées sur un mur ;
- les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, lumineux ou non lumineux.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, il peut être installé :
- soit un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol lumineux ou non ;
- soit une publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ;
- soit une publicité lumineuse apposée sur un mur.

Article 13 Bâche publicitaire

Les bâches publicitaires ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés.

Article 14 Plage d'extinction nocturne

Les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 0 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Article 15 Publicité numérique

Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 4 mètres carrés.

Titre 4 : Dispositions applicables aux enseignes

Sauf mention contraire, les dispositions qui suivent sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

Article 16 Interdiction (en fonction de l'AVAP)

Les enseignes sont interdites sur :
- les arbres ;
- les clôtures non aveugles ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu excepté en ZP3.

Article 17 Enseigne perpendiculaire au mur (en fonction de l'AVAP)

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une OU deux par façade d'une même activité.

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 80 centimètres.

La hauteur de l'enseigne perpendiculaire ne peut excéder 80 centimètres.

Article 18 Enseigne de plus d'un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés lorsqu'elles sont situées en agglomération.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Article 19 Enseigne de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol.

Article 20 Enseigne sur clôture aveugle

Les enseignes sur clôture sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface unitaire maximale d'une enseigne sur clôture est d'un mètre carré.

Article 21 Enseigne lumineuse

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 0 heure et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h00 et 07h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes numériques sont interdites excepté si elles signalent des services d'urgences ou si elles sont situées en ZP3. En ZP3, une seule enseigne numérique est autorisée par activité. La surface unitaire d'une enseigne numérique de ce type ne peut excéder 4 mètres carrés.

Titre 5 : Dispositions applicables aux enseignes temporaires

Ces dispositions sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération.

Article 22 Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

Les enseignes temporaires parallèles au mur sont limitées en nombre à deux par façade d'une même activité.

Les enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Les enseignes temporaires lumineuses doivent être éteintes entre 0 heure et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h00 et 07h00, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Département de la Guyane

Ville de Cayenne

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 3 : Annexes

Version pour concertation

Sommaire

Lexique 2
Arrêté fixant les limites de l'agglomération 4
La zone agglomérée de Cayenne 6
Plan de zonage du Règlement Local de Publicité de Cayenne 7

Lexique

Une **agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées.

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Une **enseigne** est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Une **enseigne lumineuse** est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **mobilier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Un **mur aveugle** est un est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R-581-22 du code de l'environnement.

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

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

Une **préenseigne temporaire** est une préenseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme préenseignes temporaires, les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Une **publicité** est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une **publicité numérique** est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

La **saillie** est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

Arrêté fixant les limites de l'agglomération

POLICE MUNICIPALE
6 Rue de Rémire-97300 CAYENNE
Tél : 0594 39.72.15 Fax : 0594 30.75.60
E-mail : police@ville-cayenne.fr

ARRETE N° 09-AR/CAB/00557-Modifiant l'article 1er de l'arrêté N° 30 / SC du 21 janvier 1980 fixant « **les limites d'agglomération de la Ville de Cayenne** »

Le Maire de la Ville de Cayenne,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment ses articles L2131-1, L2131-2, 2°, L.2212-1, L.2212-2 et article L.2213-1,

Vu le code de la route, notamment les articles R.110-2 et R.411-2,

Vu l'arrêté du 11 février 2008 modifiant l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et des autoroutes,

Vu l'arrêté municipal en date du 21 janvier 1980,

Considérant qu'il appartient à Monsieur le Maire, dans le cadre de ses pouvoirs de Police de la circulation, de veiller à la sécurité des usagers de la voie publique,

Considérant que la fixation des limites de l'agglomération en fixant dans cet espace la vitesse maximale des véhicules à moteur à 50km/h, a pour objet, d'assurer une meilleure protection des piétons, notamment des riverains,

ARRETE :

ARTICLE 1 : L'article 1er de l'arrêté N° 30 / SC du 21 janvier 1980 fixant les limites de l'agglomération de Cayenne est modifié comme suit :

Les limites de l'agglomération de la Ville de Cayenne sont ainsi fixées :

1°) Sur la Route Nationale N°1 :

- Allant du Giratoire **GALMOT** au Giratoire **LEBLOND**, à la hauteur du foyer des personnes âgées.

2°) Sur la Route Départementale N°17 :

- Allant du Giratoire **MIRZA** au Giratoire **MARINGOUINS**, à la hauteur du Giratoire **MADELEINE** après l'entrée de la cité **Eau Lisette**.

3°) **Sur la Route Départementale N°1 :**

- Allant du rond point **Petit MONACO** au Carrefour de **SUZINI**, à hauteur du lotissement d'Abreu.

4°) **Sur la Route Départementale N°3 :**

- Allant du rond point **Petit MONACO** au Carrefour de **SUZINI**, à hauteur du Stade Nautique Municipal.

ARTICLE 2 : Ces limites sont matérialisées sur place par l'installation de panneaux de signalisation de type EB10 (entrée d'agglomération), EB20 (sortie d'agglomération)

ARTICLE 3 : En conséquence et en application de l'article R.413-3, alinéa 1 du code de la route, à l'intérieur de l'agglomération ainsi délimitée, la vitesse maximale autorisée des véhicules à moteur est fixée, sauf dispositions contraires à 50 km/h.

ARTICLE 4 : Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique, Monsieur le Chef d'escadron de la Gendarmerie Nationale et Monsieur le Chef de la Police Municipale sont chargées, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera affiché et publié au recueil des actes administratifs de la Mairie.

Cayenne le, 10 JUIL. 2009
Le Maire

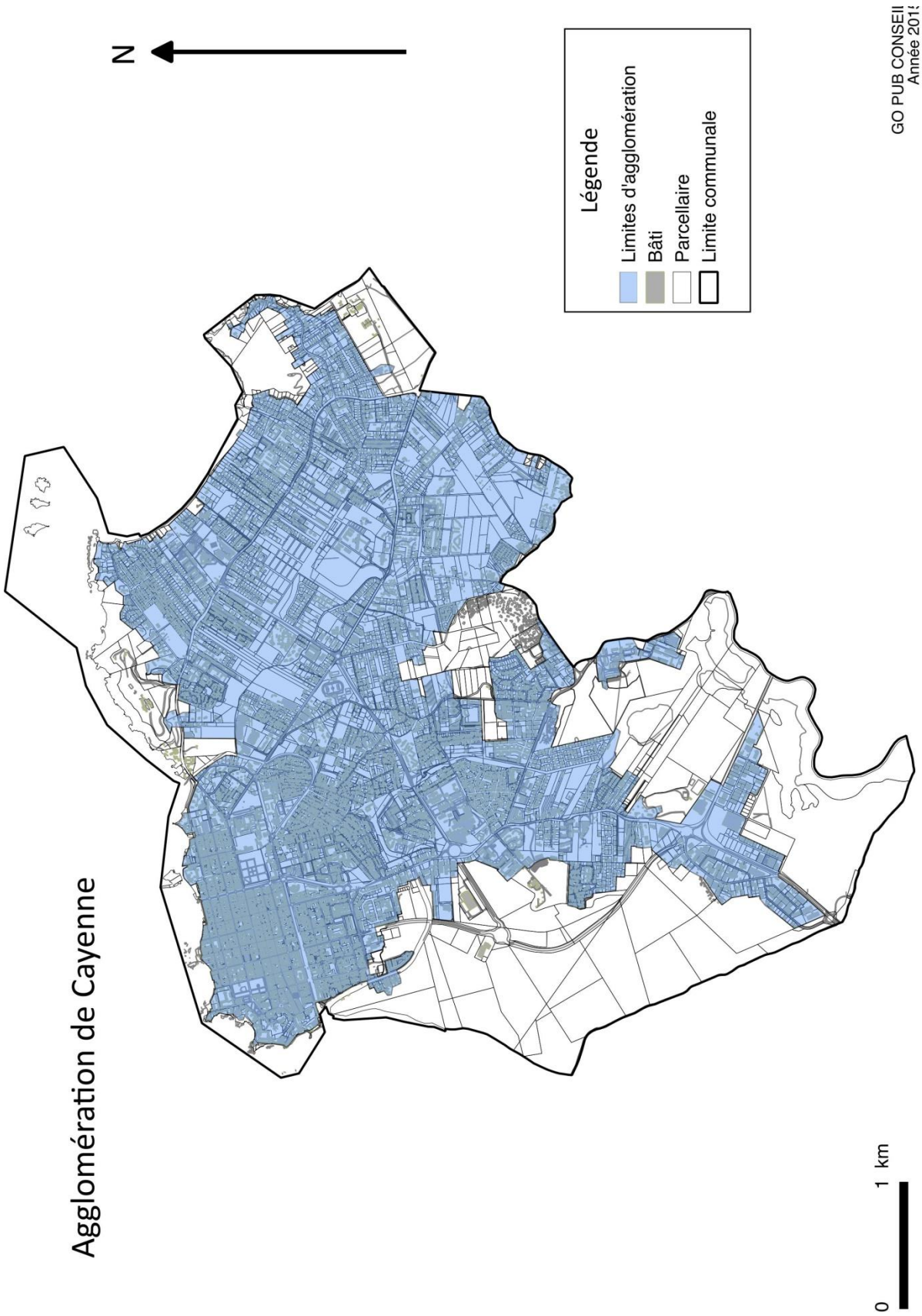
VILLE DE CAYENNE GUYANE

Rodolphe ALEXANDRE

AMPLIATIONS :

ORIGINAL	1
PREFECTURE	2
D.D.S.P.	1
POLICE MUNICIPALE	4
C.S.P./CAYENNE	1
C.M	1
D.S.T.	1
D.E.R.T.N	1
D.U.A	1
D.T.V.R.D.	1
S.ENV	1
S.I. ET DOCUMENTATION	1
A.E.D.	1
R.F. O. GUYANE	1
FRANCE-GUYANE	1
	19

La zone agglomérée de Cayenne



Plan de zonage du Règlement Local de Publicité de Cayenne

