



Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d'agglomération Pau – Béarn - Pyrénées

Rapport de présentation

Document soumis à l'arrêt en conseil communautaire du 27 juin 2024

1 Table des matières

PREAMBULE.....	6
LEXIQUE.....	8
PARTIE 1 : LA PROCEDURE RLPI ET LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE.....	13
1 CHAPITRE 1 : Objectifs et procédure.....	13
1.1 Pourquoi élaborer un RLPI ?.....	13
1.2 Les objectifs du RLPI de Pau Béarn Pyrénées.....	13
1.3 Complémentarité du RLPI et du PLUi approuvé.....	15
1.4 Les conséquences d'un RLPI : les délais de mise en conformité.....	15
2 CHAPITRE 2 : Réglementation nationale en matière d'affichage.....	16
2.1 Champ d'application du droit de l'affichage.....	16
2.2 Les dispositifs visés par la réglementation.....	16
2.3 Les dispositifs exclus de la réglementation.....	20
2.4 Ce qui ne relève pas du RLPI.....	25
3 CHAPITRE 3 : Réglementation applicable à l'agglomération paloise.....	26
3.1 Notions clés dans l'affichage.....	26
3.1.1 La notion d'agglomération.....	26
3.1.2 La notion d'unité urbaine.....	27
3.2 Les périmètres règlementaires dans l'agglomération paloise.....	28
3.3 Cas particuliers : aéroport de Pau, centres commerciaux hors agglomération.....	31
3.3.1 Aéroport de Pau.....	31
3.3.2 Centres commerciaux hors agglomération.....	33
3.4 Etat des lieux des règlements locaux de publicité existants.....	33
PARTIE 2 : PRESENTATION DU TERRITOIRE ET DIAGNOCTIC.....	37
4 CHAPITRE 4 : Présentation du territoire.....	37
4.1 Situation du territoire.....	37
4.2 Zones d'activités économiques.....	41
4.3 Les entrées de villes, les axes routiers et le réseau ferré.....	41
4.3.1 Les entrées de ville et les axes principaux.....	41
4.3.2 Le réseau ferré.....	42
4.4 Les paysages de l'agglomération paloise.....	42
4.4.1 Les unités paysagères.....	42
4.4.2 Le patrimoine naturel.....	46

4.4.3	Le patrimoine architectural	46
4.4.4	Les cônes de vue sur le territoire.....	50
5	CHAPITRE 5 : Diagnostic du territoire	58
5.1	La publicité et les pré enseignes.....	58
5.1.1	Méthodologie	58
5.1.2	Constats sur le territoire	58
5.1.3	Non conformités les plus fréquentes.....	76
5.2	Le mobilier urbain sur le territoire de l’agglomération	80
5.3	Les enseignes.....	81
5.3.1	Méthodologie	82
5.3.2	Constats sur le territoire	82
5.3.3	Non-conformités les plus fréquentes	94
5.3.4	Cas particulier : enseignes numériques, enseignes temporaires et pré-enseignes temporaires.....	96
5.4	Les pré-enseignes dérogatoires.....	97
6	CHAPITRE 6 : Echanges avec les communes, personnes publiques associées et acteurs du territoire	98
6.1	Echanges avec les services des communes.....	98
6.1.1	Questionnaires adressés aux communes.....	98
6.1.2	Ateliers de travail menés avec les communes.....	101
6.1.3	Echanges avec les personnes publiques associées	102
6.2	Echanges avec les professionnels de l’affichage, commerçants et habitants.....	102
7	CHAPITRE 7 : Synthèse et enjeux du territoire découlant de l’état des lieux.....	103
7.1	Synthèse du recensement des dispositifs sur le territoire.....	103
7.2	Identification des enjeux de paysage et de cadre de vie sur le territoire intercommunal.....	104
	PARTIE 3 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS.....	106
8	CHAPITRE 8 : Les prérequis dans la définition des orientations	106
8.1	Construire un RLPi à l’aide des RLP actuels.....	106
8.1.1	Ce qui est conservé dans le RLPi.....	106
8.1.2	Ce qui évolue dans le RLPi par rapport aux RLP locaux.....	108
9	CHAPITRE 9 : Les orientations du RLPi	109
	PARTIE 4 : EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS POUR LE ZONAGE ET LES REGLES AFFERENTES.....	111
10	CHAPITRE 10 : Justifications des prescriptions communes relative aux publicités.....	111
10.1	Interdictions de publicité	111
10.2	Dérogations à certaines interdictions de publicité.....	113
10.3	Dispositifs particuliers : les bâches publicitaires, de chantier et les dispositifs de dimensions exceptionnelles	120

10.4	Publicité lumineuse	121
10.5	Les dimensions et couleurs des dispositifs publicitaires.....	123
10.6	Densité des dispositifs	124
10.7	Distance par rapport aux baies et aux bâtiments	125
10.8	Tableau de synthèse des principales prescriptions relatives aux publicités des communes de l'agglomération sauf sur les communes en dehors l'unité urbaine (Artigueloutan, Aubertin, Beyrie en Béarn, Bourgarber, Uzein).....	126
10.9	Tableau de synthèse des principales prescriptions relatives aux publicités sur les communes en dehors de l'unité urbaine (Artigueloutan, Aubertin, Beyrie en Béarn, Bourgarber, Uzein)	128
11	CHAPITRE 11 : Justifications des prescriptions communes relatives aux enseignes.....	129
11.1	Interdiction de certains types d'enseignes	129
11.2	Intégration architecturale des enseignes	129
11.3	Enseignes lumineuses.....	129
11.4	Enseignes sur toiture	132
11.5	Enseignes sur façade : parallèles et perpendiculaires	132
11.6	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	134
11.7	Distance des enseignes.....	136
11.8	Enseignes sur clôture.....	136
11.9	Enseignes hors agglomération	137
11.10	Enseignes et pré-enseignes temporaires	137
11.11	Tableau de synthèse des prescriptions relatives aux enseignes sur toutes les communes de l'agglomération.....	139
12	CHAPITRE 12 : Justifications de la délimitation des zones et des règles afférentes	140
12.1	Zone d'interdiction de publicité lumineuse au regard des enjeux écologiques.....	141
12.2	Zone n°1 : Les espaces de nature	142
12.2.1	Justification de la délimitation de la zone n°1	142
12.2.2	Justification des prescriptions dans la zone n°1	143
12.3	Zone n°2 : Les espaces d'intérêt paysager, architectural et patrimonial	143
12.3.1	Justification de la délimitation de la zone n°2.....	143
12.3.2	Justification des prescriptions dans la zone 2	145
12.4	Zone 3 : Les quartiers d'habitats	147
12.4.1	Justification de la délimitation de la zone 3	147
12.4.2	Justification des prescriptions de la zone 3	147
12.5	Zone 4 : Les axes routiers principaux.....	149
12.5.1	Justification de la délimitation de la zone 4	149
12.5.2	Justification des prescriptions de la zone 4.....	149

12.6	Zone 5 : Les zones d’activités économiques	150
12.6.1	Justification de la délimitation de la zone 5	150
12.6.2	Justification des prescriptions de la zone 5	150
12.7	Zone 6 : Stade du Hameau et l’aéroport de Pau	152
12.7.1	Justification de la délimitation de la zone 6 : Stade du Hameau et l’aéroport de Pau-Uzein	152
12.7.2	Justification des prescriptions de la zone 6	152
12.8	Zone Hors agglomération.....	153
12.8.1	Justification de la délimitation de la zone hors agglomération.....	153
12.8.2	Justification des prescriptions de la zone hors agglomération	153
12.9	Zone Natura 2000.....	154
12.9.1	Justification de la délimitation de la zone Natura 2000.....	154
12.9.2	Justification des prescriptions de la zone Natura 2000	154
12.10	Zone « Monuments historiques et sites classés »	155
12.10.1	Justification de la délimitation de la zone « Monuments historiques et sites classés »	155
12.10.2	Justification des prescriptions de la zone « Monuments historiques et sites classés ».....	155
Annexe 1	: Liste des servitudes d’utilité publique	158
1.1	Monuments historiques et sites classés.....	158
1.2	Sites inscrits.....	161
1.3	Site patrimonial remarquable	164
1.4	Périmètre de protection des monuments historiques	165
Annexe 2	: Espaces boisés classés et zones naturelles et agricoles du PLUi en zone agglomérée.....	166
Annexe 3	: Périmètres réglementaires des zones protégées	168
Annexe 4	: Les sous-ensembles constitutifs de la zone 2 “Les espaces d’intérêts architectural, patrimonial et paysager”	169

PREAMBULE

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite " Grenelle 2 " a modifié en profondeur le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.

Les objectifs majeurs de cette réforme sont d'améliorer le cadre de vie et de préserver les paysages tout en prenant en compte les objectifs de développement du secteur économique. Ces nouvelles dispositions sont inscrites dans le Code de l'environnement dans ses articles L 581-1 et R 581-1 et suivants.

Un RLP(i) est un outil permettant aux collectivités territoriales d'adapter cette réglementation nationale en matière de publicité, enseigne et pré-enseigne (communément appelée RNP) aux enjeux locaux et à la réalité du territoire concerné.

Conformément à l'article R 581-72 du code de l'environnement, un RLP (i) comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que fiches pratiques, cartographie complémentaire...

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP(i) est identique à celle d'un PLU(i) (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

Les pièces constitutives d'un RLP :

Le rapport de présentation :

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 (article R581-72 code de l'environnement).

Le règlement :

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLPi.

Il définit une ou plusieurs zones où s'appliquent des règles plus restrictives que les prescriptions de la réglementation nationale en adaptant la réglementation à chaque partie du territoire, en fonction de ses spécificités et des enjeux en matière de cadre de vie.

Ces prescriptions peuvent être générales et/ou spécifiques aux zones identifiées par le RLPi.

Les annexes :

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones et le cas échéant les périmètres* identifiés sur le territoire (*secteurs implantés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation).

Les annexes doivent également comporter les limites de l'agglomération représentées sur un document graphique ainsi que les arrêtés municipaux de chaque commune membre fixant lesdites limites en application du R411-2 du code de la route.

Le présent document constitue le rapport de présentation du RLPi de Pau Béarn Pyrénées.

Il est composé de 4 parties :

Partie 1 : la procédure RLPi et le contexte juridique,

Partie 2 : présentation du territoire et diagnostic,

Partie 3 : orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui devront répondre aux enjeux dégagés par le diagnostic,

Partie 4 : justifications des choix sur les prescriptions locales.

LEXIQUE

- **Acrotère** : rebord surélevé (gardes corps non pleins exclus) situé en bordure de toitures-terrasses pour permettre le relevé d'étanchéité.
- **Alignement de la voie** : limite du domaine public routier au droit des propriétés riveraines.
- **Annonceur** : personne pour laquelle est réalisée la publicité (commerce, marque, entreprise, homme et parti politique, film ...).
- **Auvent** : avancée en matériaux rigides faisant saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture dont l'objet est de protéger des intempéries.
- **AVAP** : Aire de mise en valeur de l'Architecture et du Patrimoine.
- **Bâche de chantier** :
Au sens de l'article R581-53 du Code de l'Environnement, une bâche de chantier est une bâche comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.
- **Bâches publicitaires** :
Au sens l'article R581-53 du Code de l'Environnement, une bâche publicitaire est une bâche comportant de la publicité autre qu'une bâche de chantier.
- **Baie** : Ouverture vitrée dans un mur (Porte, fenêtre, vitrine ...) fixe ou ouvrante.
- **Balconnet** : balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.
- **Banderoles** : bâche ou bande de tissu portant des inscriptions, des formes et/ou des images et fixée sur un support ou directement au sol.
- **Bandeau de la façade** : se dit de la bande horizontale située entre le bord supérieur de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.
- **Bandeau de la devanture** : se dit de la bande horizontale située dans l'encadrement supérieur de la devanture (en applique ou en feuillure).
- **Bâtiments patrimoniaux** : terme désignant les bâtis exceptionnels et remarquables du PLUi.
- **Bloc led diffusant** : source lumineuse non visible et fixée à l'intérieur des lettres individuelles.
- **Cadre** : partie du dispositif qui entoure l'affiche (ou moulure).
- **Caisson lumineux** : coffret rigide avec une ou deux faces translucides en polycarbonate ou autre matériau synthétique comportant à l'intérieur un dispositif d'éclairage.
- **Chevalet** : dispositif posé sur le sol devant un commerce, généralement installé sur le domaine public, dans ce cas il doit faire l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public. Les chevalets sur domaine public sont considérés comme des publicités.
- **Clôture** : terme désignant toute construction ajourée ou non et destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété (murs, grillage, grille...).

- **Clôture aveugle** : se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée. Exemples : palissade en bois, métal, plastique ...

- **Clôture non aveugle** : se dit d'une clôture constituée d'une grille ou claire-voie, avec ou sans soubassement. Exemples : grilles, grillages. Une clôture constituée d'un muret surmonté d'une grille ou d'un grillage est considéré comme non aveugle.

- **Cône de vue** : cône angulaire sous lequel est vu un site à partir d'un point de vue particulier. Il se caractérise par une largeur et une profondeur à partir d'un point de vue.

- **Corniche** : forte moulure en saillie qui décore et protège une devanture commerciale en applique.

- **Devanture commerciale** : terme désignant tous les éléments constitutifs extérieurs (vitrine, enseigne, pilier...) servant à visualiser un commerce s'insérant dans la composition de la façade d'un bâtiment.

Elle peut être en applique (en saillie par rapport au nu de la façade) ou en feuillure (en retrait par rapport à la façade).

-> *devanture en applique* : devanture commerciale en bois qui vient par-dessus la façade existante.

-> *devanture en feuillure* : devanture commerciale qui s'inscrit dans les ouvertures existantes de la façade sans venir ajouter de nouvel élément en saillie de la façade.

- **Déroulant** : Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne sur un axe un train de plusieurs affiches visibles successivement et éclairés par transparence.

- **Dispositif mural** : se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne installée sur un support construit préalablement à cette installation : mur de tout bâtiment, mur de clôture, clôture ou palissade de tout type. Elle s'oppose à la publicité, enseigne, préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol.

- **Dispositif scellé au sol** : se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une préenseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

- **Dispositif de dimensions exceptionnelles** : dispositif de dimensions supérieures à celles d'un format standard et lié à des manifestations temporaires.

- **Enseigne perpendiculaire en drapeau** : dispositif scellé au mur et appliqué perpendiculairement à celui-ci.

- **Eclairage par projection** : éclairage au moyen de spots, ampoules ou par rampes d'éclairage.

- **Eclairage par transparence** : système d'éclairage intégré au panneau.

- **Encadrement** : cadre entourant une affiche ou un écran publicitaire.

- **Enseigne** :

Au sens de l'article L 581-3 du Code de l'Environnement, constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce, ou sur l'unité foncière de cette activité.

- **Enseigne lumineuse** :

Au sens de l'article R 581-59 du Code de l'Environnement, une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les enseignes lumineuses comprennent trois catégories d'enseignes lumineuses :

- les enseignes éclairées par projection ou transparence : dispositifs éclairés par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que ceux qui sont éclairés par l'intérieur : caisson lumineux, panneaux vitrines.

- les enseignes numériques : dispositifs reposant sur l'utilisation d'un écran projetant soit des images animées, soit des images fixes soit des vidéos.

- les enseignes à faisceau de rayonnement laser : dispositifs constitués d'un ou plusieurs rayons dirigés vers le ciel et destinés à être perçue à grande distance.

- **Enseigne perpendiculaire à la façade** : Les enseignes perpendiculaires entrent dans le calcul de la surface des enseignes apposées sur une façade. Le recto et le verso sont comptabilisés.

- **Enseigne et préenseigne temporaire** :

Au sens des articles R 581-68 à R 581-71 du Code de l'Environnement, sont considérés comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- Les enseignes ou préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.

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

- **Façade** : la façade d'une construction s'entend de l'ensemble des murs ou parois de pourtour, pignons inclus. Sont ainsi concernés tous les murs extérieurs d'une construction (bâtiment ou mur de clôture).

- **Façade commerciale** : Au titre du présent règlement, la façade commerciale à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. Les façades latérales ou arrière d'un bâtiment commercial ne sont pas considérées comme des façades commerciales sauf si elles sont utilisées pour accueillir des enseignes, auquel cas il convient de leur appliquer la règle de surface.

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

- **Garde-corps de balcon** : éléments formant une barrière de protection placée sur le pourtour d'un balcon.

- **Immeuble** : au sens juridique, sont considérés comme immeubles les terrains construits ou non construits. Ils concernent donc aussi bien les bâtiments que les espaces libres alentours.

- **Lambrequin de store** : bordure en tissu qui se trouve sur la partie verticale située à l'avant d'un store banne.

- **Lettres découpées** : dans le présent règlement, les lettres dites « découpées » peuvent être :

- des lettres découpées dans un matériau (bois ou métal) et fixées individuellement en relief sur un support (nu de la façade ou devanture en applique),

- des lettres découpées dans un panneau de fond.

- **Main courante d'un terrain de sport** : éléments matériels permettant de délimiter la zone de terrain de l'espace réservé aux spectateurs.

- **Marquise** : terme désignant un auvent vitré composé d'une structure métallique au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

- **Micro-affichage (ou publicité de petit format)** : affiche publicitaire d'une surface unitaire de moins de 1 m² apposée sur devantures commerciales comprenant les murs et les baies des commerces. L'affiche ne correspond pas au produit vendu dans le magasin où se situe le dispositif.

- **Mobilier urbain** :

Le mobilier urbain est une installation sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité par les usagers (poubelles, bancs publics, abris bus, ...). Le code de l'Environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- Les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mâts porte-affiches ;
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques.

La surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas la structure du mobilier, **elle s'apprécie hors encadrement**.

- **Modénature** : terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décoorent la façade d'un bâtiment.

- **Mûr ancien** : mur constitué de matériaux traditionnels (galets, briques par exemples), enduit ou non et éventuellement surmonté d'un chaperon.

- **Mûr de clôture** : ouvrage maçonné faisant office de clôture.

- **Oriflamme** : Drapeau suspendu à un mât.

- **Ouverture** : tout percement pratiqué dans un mur.

- **Palissade de chantier** : clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

- **Peinture fluorescente** : qui émet une énergie lumineuse grâce à des pigments fluorescents (poudre aux couleurs très vives).

- **Piédroit ou pilier** : Terme désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture.

- **Piètement** : ensemble des pieds d'un dispositif.

- **Préenseigne** :

Au sens de l'article L 581-3 du Code de l'Environnement, constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

- **Potence (en)** : dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif

- **PSMV** : Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur.

- **Publicité** :

Au sens de l'article L 581-3 du Code de l'Environnement, constitue une publicité, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et préenseignes.

- Publicité lumineuse :

Au sens de l'article R 581-34 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses comprennent trois catégories d'enseignes lumineuses :

- les publicités éclairées par projection ou transparence : dispositifs éclairés par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages, ainsi que ceux éclairés par l'intérieur : caisson lumineux, panneaux vitrines.

- les publicités numériques : dispositifs reposant sur l'utilisation d'un écran projetant soit des images animées, soit des images fixes soit des vidéos.

- les publicités « autres lumineux » : dispositifs principalement constitués par des néons, souvent installés sur les toitures. Sont quelquefois muraux, plus rarement scellés au sol.

- **RNP** : Règlement National de Publicité régi par le code de l'environnement.

- **Rétroéclairage** : la source lumineuse, non visible, est placée derrière l'objet éclairé et permet ainsi d'éclairer en soulignant la publicité ou l'enseigne.

- **Saillie** : Terme désignant la distance qui sépare le nu de la façade et le dispositif (publicité ou enseigne).

- **Spot-pelle** : projecteur placé au bout d'un bras métallique.

- **SPR** : Site patrimonial remarquable englobant l'AVAP et le PSMV.

- **Surface** : surface d'un dispositif comprenant l'encadrement sauf pour le mobilier urbain où la surface correspond à celle de l'affiche (= surface de l'affiche publicitaire) ou de l'écran.

- **Surface unitaire** : surface d'un seul dispositif.

- **Surface cumulée** : surface de tous les dispositifs apposés sur la façade.

- **Terrasse ou toiture terrasse** : terme désignant une toiture dont la pente est inférieure à 15 %.

- **Totem** : Terme désignant une enseigne signalétique verticale sans mât et dont le bas de l'ensemble est plein, composé éventuellement d'un socle.

- **Unité foncière** : ilot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

- **Unité urbaine** : se définit, selon l'INSEE, comme une commune ou un ensemble de communes qui comporte sur son territoire une zone bâtie d'au moins 2 000 habitants où aucune habitation n'est séparée de la plus proche de plus de 200 mètres.

- **Vitrophanie** : enseigne collée sur baies vitrées d'un commerce ou d'un établissement.

- Voie ouverte à la circulation publique :

Au sens de l'article R 581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie ouverte à la circulation publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

- **Zone agglomérée** : désigne un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés.

PARTIE 1 : LA PROCEDURE RLPi ET LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE

1 CHAPITRE 1 : Objectifs et procédure

1.1 Pourquoi élaborer un RLPi ?

Le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 : le Règlement National de la Publicité (RNP).

Lorsque cette réglementation répond insuffisamment ou de manière inadaptée aux besoins locaux de protection du cadre de vie, un Règlement Local de Publicité intercommunal ou, à défaut, communal peut être élaboré.

Ce dernier adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière :

- d’emplacements (muraux, scellés au sol, toiture, autres), de densité, de surface, de hauteur et d’entretien ;
- de types de dispositifs autorisés (micro-affichage, enseignes, mobilier urbain, ...) ;
- de publicités et enseignes lumineuses (R. 581-76) ;
- d’harmonisation des pré-enseignes dérogatoires (R. 581-66).

Dans le cas où le RLPi prévoit des prescriptions concernant des secteurs particuliers, les règles ne peuvent être que plus restrictives que celles existantes dans la réglementation nationale (article L.581-14 du code de l’environnement). Le reste du territoire continue d’appliquer les règles du RNP (le RNP vaut RLP sur ces secteurs).

Le territoire de Pau Béarn Pyrénées, reconnu pour la qualité de son cadre de vie et de ses paysages, souhaite se doter d’un règlement local de publicité intercommunal pour :

- protéger et mettre en valeur la beauté et la diversification de ses paysages (coteaux, plaine, chaînes des Pyrénées),
- améliorer le cadre de vie habitants en agissant notamment sur les secteurs dégradés par la prégnance de la publicité,
- garantir équitablement un cadre de vie de qualité à tous les habitants en harmonisant les règles locales sur l’ensemble du territoire,
- renforcer son attractivité économique et touristique en valorisant les établissements par une amélioration de leur visibilité.

1.2 Les objectifs du RLPi de Pau Béarn Pyrénées

Les objectifs du Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d’Agglomération Pau Béarn Pyrénées ont été définis lors de la prescription du RLPi par **délibération en conseil communautaire le 17 décembre 2020**.

Cette délibération précise les objectifs attendus du RLPi sur le territoire de la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées tels qu'indiqués ci-dessous :

1. Développer un cadre de vie de qualité pour tous les habitants et renforcer l'attractivité touristique du territoire :

- Améliorer la qualité paysagère des entrées d'agglomération et aux abords des principaux axes pénétrants dans les agglomérations (notamment la Route de Bayonne, la Route de Tarbes, la Route de Bordeaux, la Route de Gan),
- Garantir une qualité paysagère des secteurs architecturaux, naturels, patrimoniaux et paysagers du territoire, en dehors des secteurs protégés (site patrimonial remarquable, site inscrit, abords des monuments historiques...) où toute forme de publicité est légalement interdite, en adoptant des règles locales plus restrictives (par exemples : centre bourg, parc paysager),
- Préserver et valoriser les panoramas sur la chaîne des Pyrénées (notamment Les Horizons Palois), caractéristique importante de l'identité territoriale Pau Béarn Pyrénées, en organisant l'implantation et l'intégration des dispositifs publicitaires et des enseignes,
- Adapter de façon cohérente les règles selon les différents secteurs urbains : zones sensibles (entrées de villes, secteurs protégés), zones d'habitat, zones d'activités économiques et commerciales,
- Harmoniser les règles locales sur l'ensemble du territoire pour garantir équitablement un cadre de vie de qualité à tous les habitants du territoire notamment en lissant les disparités entre les communes dotées d'un RLP en vigueur (Pau, Lons, Lescar, Jurançon),
- Permettre la réintroduction de l'affichage publicitaire, de manière limitée et encadrée, sur mobiliers urbains présents dans les sites patrimoniaux remarquables (Site Patrimonial Remarquable de Pau), aux abords des monuments historiques (par exemple : Château de Pau, Porte de Gan) et dans les sites inscrits (notamment la Cité de Lescar) dans un but d'information publique locale,
- Préserver les zones situées hors agglomération (paysages naturels, agricoles et ruraux) dans un souci de protection du cadre de vie et des paysages, en réglementant spécifiquement les enseignes hors agglomération (Gave de Pau, Plaine du Pont Long, Coteaux Sud), soumises par défaut aux mêmes règles qu'en agglomération.

2. Développer l'attractivité économique du territoire :

- Améliorer la visibilité des enseignes pour renforcer l'attractivité des activités économiques (petits commerces, zones d'activités commerciales, artisans, ...),
- Améliorer la lisibilité des enseignes sur façade en réglementant les enseignes scellées au sol de 1 m² et moins qui ne sont soumises à aucune disposition réglementaire,
- Améliorer la prise en compte des nouvelles technologies en matière de publicité ou d'enseigne (notamment la publicité numérique, les enseignes sur écran...),
- Assurer une meilleure intégration des enseignes en fonction du lieu d'implantation et du bâti en particulier dans les centres urbains et les centres bourgs,

- Tenir compte, dans l'organisation de l'affichage publicitaire et des enseignes, des Orientations d'Aménagements Programmés définies dans le Plan Local d'Urbanisme intercommunal approuvé le 19 décembre 2019 (OAP « entrées d'agglomération »).

1.3 Complémentarité du RLPi et du PLUi approuvé

La politique de développement définie par le PLUi approuvé le 19 décembre 2019 est fondée sur des orientations qui peuvent être renforcées grâce à l'élaboration du RLPi à l'échelle de l'agglomération :

- Préserver et valoriser les secteurs présentant un intérêt écologique en maintenant les continuités : préserver, valoriser et intensifier la trame verte et bleue,
- Identifier, préserver et valoriser le patrimoine et les identités locales,
- Valoriser les entrées d'agglomérations dégradées et peu lisibles,
- Développer les activités économiques dans les secteurs les plus attractifs,
- Prendre en compte les points et axes de vue majeurs et « les espaces à forte sensibilité paysagère »
- Renforcer les zones commerciales du centre-ville et en périphérie,
- Mettre en valeur les entrées de villes et les entrées d'agglomérations en améliorant notamment la lisibilité des lisières existantes.

La cohérence entre les documents de planification est un enjeu important pour aboutir à une volonté territoriale de préservation et d'amélioration du cadre de vie et des paysages et d'identification du territoire Pau Béarn Pyrénées.

Prise en considération des nouvelles technologies en matière de publicité ou d'enseigne

De nouvelles technologies en matière de publicité et d'enseignes apparaissent dans les territoires (écran numérique, bâches, vitrophanie...) modifiant ainsi le paysage urbain. Le RLPi devra tenir compte de ces nouveaux procédés en les encadrant réglementairement tout en veillant à garantir les enjeux locaux.

1.4 Les conséquences d'un RLPi : les délais de mise en conformité

Lorsque le RLPi sera approuvé, il remplacera les 2 règlements locaux de publicité communaux actuellement existants (RLP de Lons et de Pau).

A partir de l'entrée en vigueur du RLPi, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de :

- 6 ans pour les enseignes,
- 2 ans pour les publicités et pré-enseignes.

2 CHAPITRE 2 : Réglementation nationale en matière d'affichage

2.1 Champ d'application du droit de l'affichage

Les dispositifs d'affichage en tant que tel ne sont pas une nuisance visuelle. C'est dans un contexte environnemental qu'ils peuvent le devenir s'ils ne sont pas soumis à des règles particulières d'implantation et d'installation permettant leur intégration paysagère.

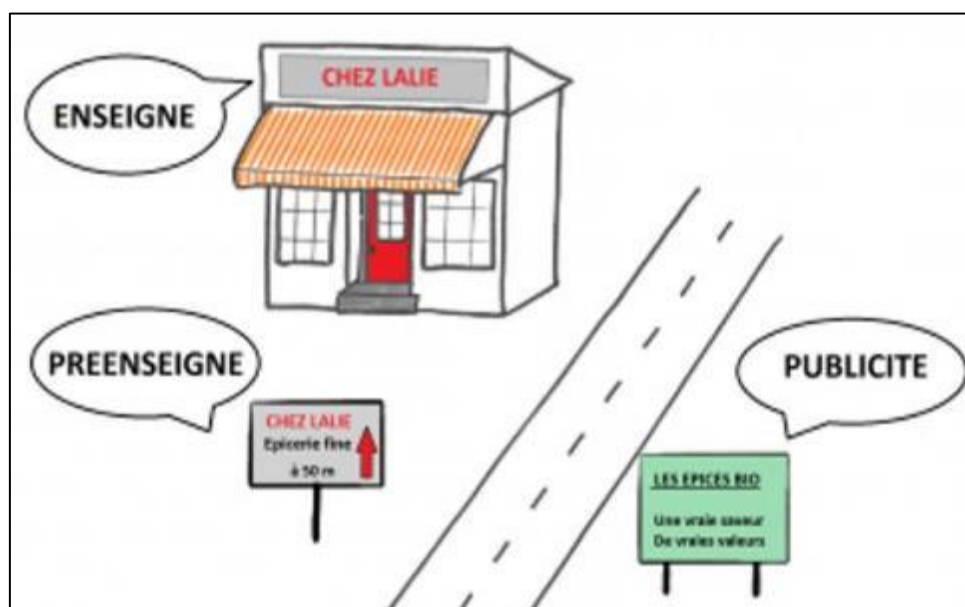
Ainsi, afin de protéger le cadre de vie contre ces nuisances, le droit de la publicité extérieure réglemente la publicité, les enseignes et pré-enseignes visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique (L581-2 du code de l'environnement).

Outre la protection du cadre de vie, le droit de l'affichage permet à chacun de s'exprimer et de diffuser des informations au moyen de ces dispositifs (L581-1 du code de l'environnement). Cela permet donc aux acteurs économiques d'être visibles sur un territoire créant ainsi une attractivité économique locale.

L'ensemble des règles figurant dans le code de l'environnement constitue le règlement national de publicité que les collectivités locales peuvent adapter localement dans le cadre du RLP. Elles diffèrent selon les lieux d'implantation et le type de dispositif puisque l'impact visuel n'étant pas le même.

2.2 Les dispositifs visés par la réglementation

Les dispositifs visés par la réglementation de l'affichage sont les publicités, les enseignes et les pré-enseignes visibles des voies ouvertes à la circulation, et installés aussi bien au sein de propriétés privées que sur le domaine public.



1) LES PUBLICITES

Toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention (mobilier urbain support possible de publicité).

Les dispositions réglementaires nationales sont fixées selon le type d'implantation des dispositifs, le mode d'éclairage et la taille des agglomérations.

Les différentes catégories de publicités sont les suivantes :

- **Publicité murale** : fixée à un mur soit parallèlement soit perpendiculairement
- **Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol**, (autorisée dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants et dans les villes de plus de 10 000 habitants)
- **Publicité sur le mobilier urbain**, (autorisée dans toutes les agglomérations à l'exception de la publicité numérique qui est autorisée uniquement dans les communes > 10 000 hab)
- **Publicité éclairée par projection ou par transparence**,
- **Publicité numérique** (autorisée dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants ou dans les villes de plus de 10 000 habitants).



Exemple de Publicité

2) LES ENSEIGNES

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

Cas particulier : affichage immobilier

L'affichage immobilier : Les panneaux « à vendre », « à louer » sont considérés comme étant des enseignes temporaires. Cependant les panneaux « vendu » ou « loué » constituent de la publicité.

Les enseignes sont autorisées hors agglomération.

Les règles nationales dépendent du type d'implantation des dispositifs et de la taille des agglomérations. Sont ainsi régies :

- **Les enseignes murales parallèles et perpendiculaires**
- **Les enseignes lumineuses y compris numériques**
- **Les enseignes scellées au sol**
- **Les enseignes sur toiture,**
- **Les enseignes temporaires.**



Exemple d'enseignes murales

3) LES PRE-ENSEIGNES

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Elle est souvent dotée d'une indication sur l'itinéraire à suivre (flèche, plan) ou d'un temps de trajet.

Hormis les pré-enseignes dérogatoires, les pré-enseignes sont soumises au même régime que la publicité (article L581 19 du code de l'environnement).

Comme pour les publicités, les pré enseignes peuvent être murales, scellées au sol, sur mobilier urbain, lumineuses (éclairée par projection ou numérique).



Exemple de pré-enseigne scellée au sol

CAS PARTICULIER DES PREENSEIGNES DEROGATOIRES :

Parmi les pré-enseignes, il existe une catégorie de pré-enseignes qualifiées de « dérogatoires » qui ne sont pas soumises aux mêmes règles que la publicité.

Elles peuvent en particulier s’implanter hors agglomération, ce que ne peut pas faire la publicité. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces pré-enseignes ne peuvent signaler que les activités suivantes :

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- activités culturelles,
- monuments historiques (MH) classés ou inscrits ouverts à la visite.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions de format ; de distance par rapport à l’activité signalée, de nombre. Elles ne peuvent être installées qu’en dehors de l’agglomération.

Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur. Aucune hauteur maximum par rapport au sol n’est fixée par les textes.

Activité signalée	Format	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m X 1,50 m	2	5 km
Monuments historiques	1 m X 1,50 m	4	10 km
Activités culturelles	1 m X 1,50 m	2	5 km



Pré enseigne dérogatoire répondant aux critères de format et d'activité signalée

2.3 Les dispositifs exclus de la réglementation

➤ LES VEHICULES PUBLICITAIRES

D'autres formes de publicité extérieure, qui ne sont pas réglementées par le code de l'environnement, ne relèvent pas du RLPi. Il en va ainsi de la publicité apposée sur les caddies, sur les véhicules de transport en commun, sur les taxis ou véhicules personnels, lorsque ceux-ci n'ont pas pour unique vocation de supporter des messages publicitaires. **Seuls les véhicules « utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support à de la publicité ou à des pré-enseignes » (R.581-48) sont concernés par la réglementation pour l'affichage publicitaire.**

➤ LES JOURNAUX ELECTRONIQUE D'INFORMATION LOCAUX (JEI)

Il s'agit de dispositifs utilisés par les communes pour signaler exclusivement des évènements qu'elles organisent ou pour communiquer des informations d'intérêt général.



Journal électronique d'information Local

➤ **LES DISPOSITIFS INTERIEURS : DANS LES VITRINES COMMERCIALES, DANS LES GARES, DANS LES AEROPORTS**

Le règlement local de publicité s'applique aux publicités, enseignes et pré-enseignes apposées à l'extérieur des constructions et visibles des voies ouvertes à la circulation publique (L581-3 code environnement).

Ainsi, le règlement local de publicité ne peut pas interdire les dispositifs apposés à l'intérieur d'un local ainsi que ceux qui ne seraient pas visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (galerie commerciale, métro, parcs souterrains de stationnement...)

➤ **LA SIGNALISATION D'INFORMATION LOCALE**

Elle relève du code de la route et non du code de l'environnement.

Elle peut faire l'objet d'une réglementation particulière traduisant la politique menée en matière de signalisation routière par le gestionnaire de la voirie concernée (exemple des chartes départementales de SIL à l'initiative des conseils généraux).

Cette signalétique est implantée sur le domaine public routier, après autorisation du gestionnaire.

Elle a pour but d'assurer la signalisation des services et des équipements, tout en participant à la protection du cadre de vie en raison de son format réduit.

Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et d'idéogrammes (lettrage, dimensions, activités signalées).

Seul un maître d'ouvrage public – commune, communauté de communes ou établissement public – peut être autorisé à planter cette signalisation.



Exemple de signalisation d'information locale

➤ **LE MOBILIER URBAIN EXEMPT DE PUBLICITE**

Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité.



Mobilier urbain signalant un parc d'activités (INDUSLONS)

➤ **AFFICHAGE D'OPINION relative aux activités des associations sans but lucratif**

En vertu de l'article **R581-2** du code de l'environnement, la surface minimale que chaque commune doit réserver, par arrêté communal, à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes

Pour chaque commune, les obligations minimales sont donc les suivantes :

Nom commune	Population 2021	Surface minimale d'affichage libre en m ²
Arbus	1245	4
Aressy	823	4
Artigueloutan	1093	4
Artiguelouve	2005	6
Aubertin	652	4
Aussevielle	813	4
Beyrie-en-Béarn	193	4
Billère	13866	17
Bizanos	4548	8
Bosdarros	973	4
Bougarber	833	4
Denguin	1771	4
Gan	5622	8
Gelos	3609	6
Idron	4913	8
Jurançon	7064	10
Laroin	1061	4
Lée	1261	4
Lescar	9524	12
Lons	13915	17
Mazères-Lezons	1818	4
Meillon	943	4
Ousse	1663	4
Pau	77066	47
Poey-de-Lescar	1821	4
Rontignon	862	4
Saint-Faust	741	4
Sendets	1148	4
Siros	822	4
Uzein	1289	4
Uzos	828	4

La détermination et l'aménagement de ces emplacements relèvent d'une compétence du Maire.

Il n'appartient pas au RLPi de déterminer ces emplacements ou leurs conditions d'utilisation.

Un RLPi ne peut pas remettre en cause l'existence de ces emplacements définis par le Maire.

2.4 Ce qui ne relève pas du RLPi

➤ **CONTENU DU MESSAGE PUBLICITAIRE**

Le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d’implantation et le format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des pré-enseignes. Ne sont donc pas concernés la santé publique (publicité qui contreviendrait à la loi Evin), le maintien de l’ordre public (publicité qui porterait atteinte aux bonnes mœurs), ou tout autre délit sanctionné par la loi pénale (délict d’injure par exemple)

Lorsque les supports publicitaires sont utilisés à des fins d’affichage d’opinion ou pour la publicité des associations à but non lucratif, des mesures spécifiques de protection sont prévues, en particulier en termes de réservation de l’espace public (§4.4).

➤ **CONSIDERATIONS LIEES A LA SECURITE ROUTIERE**

Le règlement local de publicité restreint les possibilités d’affichage au titre de la protection du cadre de vie et de la mise en valeur des paysages. Ainsi, des considérations liées à la sécurité routière relèvent du code de la route. Elles ne peuvent pas justifier dans un règlement local de publicité le choix de prescriptions réglementaires.

➤ **CONSIDERATIONS FISCALES**

Les communes peuvent décider d’instituer la taxe locale de publicité extérieure (TLPE) créée par la loi du 4 août 2008. Ce régime de taxation facultatif n’a aucune incidence sur l’application des dispositions du code de l’environnement (et inversement).

3 CHAPITRE 3 : Réglementation applicable à l'agglomération paloise

3.1 Notions clés dans l'affichage

Deux notions sont fondamentales pour appliquer et adapter le code de l'environnement : la notion d'agglomération et la notion d'unité urbaine.

En effet, le RNP prévoit pour la plupart des dispositifs publicitaires, et pré-enseignes des règles distinctes selon la taille de l'agglomération (< ou > à 10 000) et selon l'appartenance à une unité urbaine (< ou > 100 000 hab).

Concernant les enseignes, le RNP les différencie uniquement selon où elles sont implantées dans une agglomération de plus ou moins de 10 000 hab. L'appartenance ou non à une unité urbaine n'est pas prise en compte pour le régime des enseignes.

3.1.1 La notion d'agglomération

Le droit de l'affichage fait référence à une notion d'agglomération qui est à distinguer de la définition relative à l'établissement public de coopération intercommunale créée par la loi n° 99-586 du 12 juillet 1999.

A cet égard, une agglomération est un EPCI regroupant plusieurs communes formant, à la date de sa création, un ensemble de plus de 50 000 habitants d'un seul tenant et sans enclave autour d'une ou plusieurs communes centre de plus de 15 000 habitants. Ces communes s'associent au sein d'un espace de solidarité, en vue d'élaborer et conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire.

Sur le plan géographique :

Dans le droit de l'affichage, l'application des règles locales ou nationales dépend de la localisation d'un dispositif par rapport à l'espace aggloméré de la commune. En effet, un des principes fondamentaux en matière d'affichage est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération.

Ainsi, la notion d'agglomération considérée dans le droit de l'affichage est celle définie dans le code de la route (R110-2). Celui-ci définit la notion d'agglomération comme étant :

« L'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis 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 le borde ».

Les panneaux d'entrée et de sortie sont des panneaux de signalisation normés :

- EB10 (panneau d'entrée d'agglomération) : bordure rouge et listel blanc
- EB20 (panneau de sortie d'agglomération) : bordure noire, listel blanc et barre transversale rouge

A noter que dans les cas où l'implantation des panneaux d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'Etat fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.

Parmi les annexes que doit comporter un RLPi, l'article R.581-78 du Code de l'Environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées, ainsi que l'ensemble des arrêtés municipaux fixant la localisation des limites d'agglomération. Ces documents sont joints au dossier RLPi (annexe 1).

Sur le plan démographique :

Le droit de l'affichage est également fonction du nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Les règles d'implantation et de format dépendent d'un seuil démographique (10 000 hab).

Liste des communes comportant plus de 10 000 habitants :

Nom commune	Population totale (2021, INSEE)
Billère	13866
Lons	13915
Pau	77066

Sur l'agglomération paloise, il n'y a que 3 communes dépassant le seuil des 10 000 habitants. Dans ces communes, certains dispositifs spécifiques notamment de grand gabarit sont autorisés (publicité sur bâches, numériques, dispositifs de dimensions exceptionnelles).

3.1.2 La notion d'unité urbaine

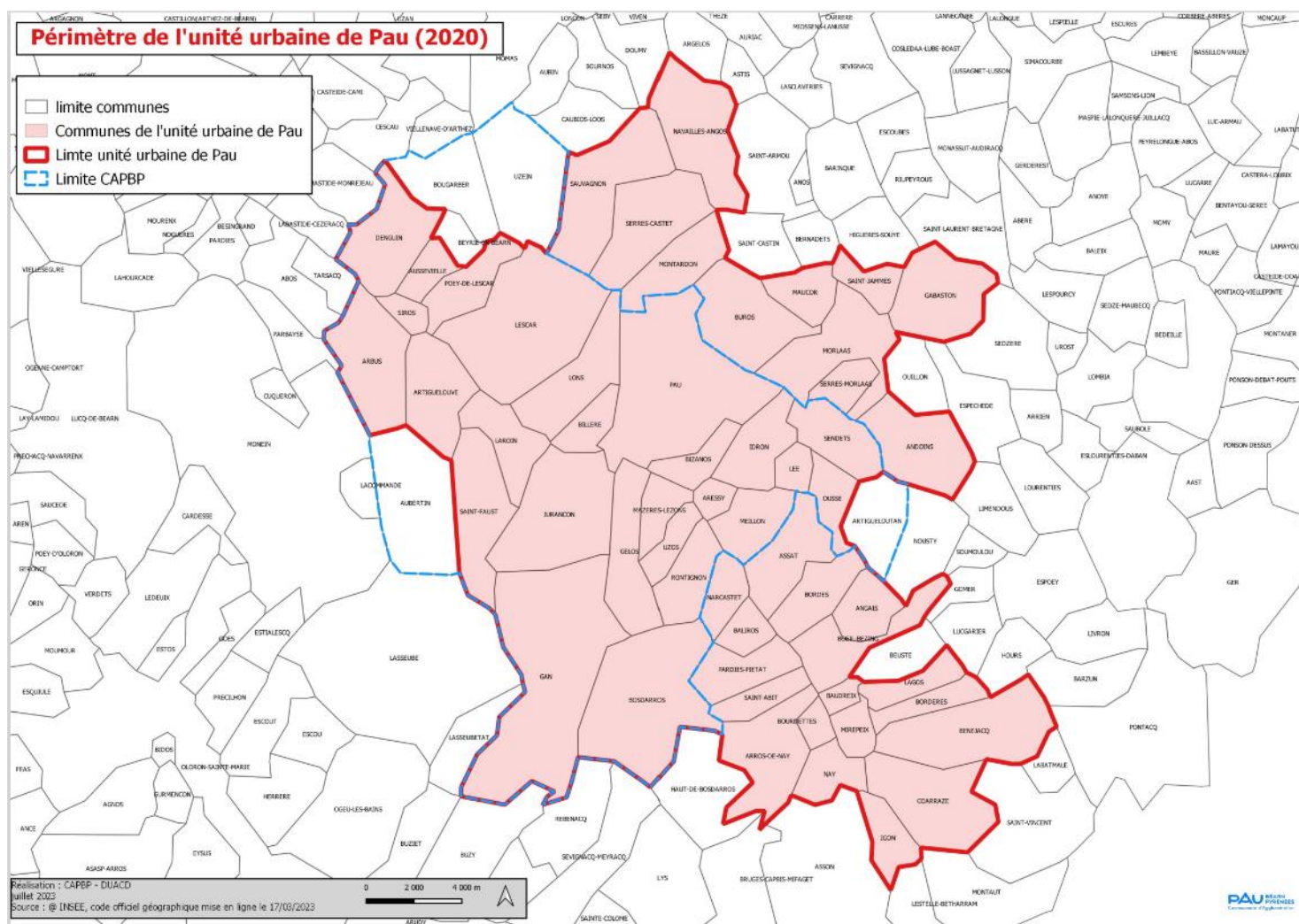
En sus de la notion d'agglomération dans le droit à la publicité, la notion d'unité urbaine doit être prise en considération pour l'application des règles locales et nationales.

Selon l'INSEE, la notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants et ne tient pas compte du périmètre des établissements publics de coopération intercommunale. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

26 communes de l'agglomération Pau Béarn Pyrénées appartiennent à l'unité urbaine de Pau (UU de Pau 64701). Cette unité urbaine est composée de 55 communes (zonage 2020, INSEE).

5 communes n'en font pas partie : Artigueloutan, Aubertin, Bougarber, Beyrie en Béarn et Uzein.

Le code de l'environnement régit différemment les communes appartenant à une unité urbaine et les communes de moins de 10 000 hab non intégrées à une unité urbaine. Ainsi, les dispositions réglementaires applicables sur les communes de l'unité urbaine de Pau seront différentes des communes situées hors unité urbaine.



3.2 Les périmètres réglementaires dans l'agglomération paloise

Sur le territoire de l'agglomération, différents éléments paysagers et patrimoniaux (pour exemples sites classés, monuments historiques, sites inscrits) sont protégés de la publicité au titre de périmètres réglementaires définis par le code de l'environnement.

Ces périmètres sont regroupés en deux catégories : **les périmètres d'interdictions absolues de publicité et les périmètres d'interdiction relatives**. Les cartographies représentant ces périmètres d'interdiction sont en annexe 3.

Certaines communes ont une forte proportion de protection au sein de leur tissu urbain constitué (TUC), correspondant à la zone agglomérée, avec pour exemples Bougarber (93 %), Denguin (45 %) et Laroin (44 %).

Interdictions absolues

L'article L.581-4 du Code de l'Environnement interdit toute publicité :

- Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques,

- Sur les monuments naturels et dans les sites classés,
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles,
- Sur les arbres.

Il est également interdit de procéder à l'abattage ou à l'élagage des arbres ou arbustes dans le but d'installer ou de rendre plus visible une publicité, une enseigne ou une pré-enseigne (Conseil d'Etat n°209103 du 14 février 2001 publié au Rec. CE)

L'article R581_30 du code l'Environnement interdit en plus la publicité scellée au sol dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages (zones N (naturelles) et A (agricole) des PLU), et dans les espaces boisés classés du PLUi (EBC).

Il est aussi interdit d'apposer une publicité sur les clôtures non aveugle, panneaux routiers, mâts téléphoniques ou d'éclairage, les murs de cimetière et de jardin publics, les murs de soutènement d'infrastructures, etc...

Sur le territoire de la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées, les lieux concernés par une interdiction absolue sont exclusivement :

- les monuments historiques et les sites classés figurant en annexe 2.
- les zones naturelles et agricoles du PLUi et des espaces boisés classés figurant en annexe 3 (pour la publicité scellée au sol).

Interdictions relatives

L'article L.581-8 du Code de l'Environnement interdit, de façon relative (possibilité de dérogation dans le cadre d'un RLPi), toute publicité dans les périmètres suivants :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine,
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du Code du Patrimoine (ex ZPPAUP, AVAP, secteurs sauvegardés – SPR),
- Dans les Parcs Naturels Régionaux,
- Dans les sites inscrits,
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux,
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- Dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (Natura 2000).

Sur le territoire de la communauté d'agglomération Pau Béarn Pyrénées, les lieux concernés par une interdiction relative sont exclusivement :

- les abords des monuments historiques,
- le site patrimonial remarquable de Pau,
- des sites inscrits,
- des zones Natura 2000.

Les règles aux abords des autoroutes, voies express et voies ouvertes à la circulation publique

En vertu de l'article R 418_7 du code de la route, la publicité et les pré enseignes visibles depuis une autoroute ou une route express sont interdites :

- **en agglomération sur une largeur de 40 m** (depuis le bord extérieur de la chaussée)
- **hors agglomération sur une largeur de 200 m** (depuis le bord extérieur de la chaussée)

En vertu des articles R 581-31 et R 581-40 du code d'environnement, certaines publicités et pré-enseignes (lumineux ou non) sont interdites si les affiches (hors enseignes) apposées sur des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sont visibles depuis :

- **une autoroute, d'une bretelle d'autoroute ou d'une route express**
- **une voie ouverte à la circulation publique située hors agglomération.**

Cette disposition s'applique notamment aux « entrées de ville ». Dans ces lieux, les panneaux publicitaires ou pré-enseigne dont les affiches sont visibles depuis la voie d'entrée en agglomération sont interdits même lorsque ces dispositifs sont situés en agglomération (juste après le panneau d'entrée d'agglomération).

Article R418-7 du code de la route :

« En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée ».

Article R581-31 du code de l'environnement

Les dispositifs non lumineux scellés au sol sont interdits s'ils sont visibles depuis une autoroute ou voie express ou voie ouverte à la circulation publique situés hors agglomération.

« Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Dans les autres agglomérations ces dispositifs 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 ouverte à la circulation publique situées hors agglomération ».

3.3 Cas particuliers : aéroport de Pau, centres commerciaux hors agglomération

3.3.1 Aéroport de Pau

L'aéroport Pau Pyrénées est aujourd'hui la propriété du syndicat mixte de l'aéroport Pau Pyrénées qui regroupe la Région Aquitaine, le Département des Pyrénées-Atlantiques, la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées, les communautés de communes de Lacq Orthez, Haut Béarn, Pays de Nay, Luys en Béarn, Nord-Est Béarn et Béarn des Gaves.

Depuis le 1er janvier 2017, l'aéroport Pau Pyrénées est géré dans le cadre d'une délégation de service public d'une durée de douze ans par le groupement Air'Py, composé de la Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn (51%) et d'Egis Airport Operation (49%).

L'aéroport de Pau est situé en partie sur la commune d'Uzein dans sa partie non agglomérée. Avec 345 603 passagers en 2023, il est le 3ème aéroport de Nouvelle-Aquitaine après Bordeaux-Mérignac et Biarritz Pays Basque.

Par principe, la publicité est interdite hors des espaces agglomérés. Cependant, le législateur a admis toutefois sa présence hors agglomération notamment dans l'emprise des aéroports, des gares ferroviaires.

Les aéroports hors agglomération suivent le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Hors agglomération, gare et aéroport	Surface maximale (décret du 30/10/2023)	Hauteur maximale
Publicité murale + éclairée par projection ou transparence	10,5 m ²	7,5 m
Publicité scellée au sol + éclairée par projection ou transparence Article R581-32	10,5 m ²	6 m
Publicité numérique Article R581-41	8 m ²	6 m
Publicité murale ou scellée au sol lumineuse autre qu'éclairée par projection éclairée Article R581-34	8 m ²	6 m

Au regard de la fréquentation des aéroports par les passagers et les accompagnants et des besoins en financement des aéroports, ces espaces sont des lieux propices à l'affichage publicitaire.

Publicités dans l'emprise de l'aéroport



3.3.2 Centres commerciaux hors agglomération

Comme il a été évoqué plus haut, la publicité est interdite hors agglomération. Toutefois, un règlement local peut admettre la publicité à « *proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération* » (Article L581-7 du Code Environnement).

Cette possibilité d'assouplissement dans ces secteurs précis doit répondre à plusieurs critères :

- Centres commerciaux en zone non agglomérée et à vocation commerciale,
- Centres commerciaux exclusifs de toute habitation, la présence d'une seule habitation exclut la possibilité pour le règlement local d'admettre la publicité dans une zone commerciale non agglomérée.

Les règles du code de la route (Art R 418-6) continuent à s'appliquer (recul / bord de chaussées > 20 m).

Article R418-6 :

« *Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée* ».

Sur le territoire de la communauté d'agglomération, le choix d'une réintroduction de publicité dans les centres commerciaux de proximité répondant à ces critères de dérogation n'a pas été retenu (Artiguelouve, Bourgarber, Denguin).

3.4 Etat des lieux des règlements locaux de publicité existants

Sur le territoire de la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées, 2 communes sont dotées d'un RLP en vigueur : Pau et Lons. Il s'agit de règlements post Grenelle.

RLP	Date approbation	Caducité
PAU en vigueur	20/11/2020	-
LESCAR	29/07/1994	14/07/2022
LONS en vigueur	28/12/2019	-
JURANCON	2/07/1992	14/07/2022

Nombre et type de zones par commune

RLP post-Grenelle	Nombre de zones publicités	Nombre de zones enseignes
PAU	5	8
LONS	5	2

RLP ante Grenelle	Zones de publicités interdites	Nombre de ZPR (zone de publicité restreinte)	Nombre de ZPA (zone de publicité autorisée)	Nombre de ZPE (zone de publicité élargie)
LESCAR	2	6	1	-
JURANCON	3	4	-	-

Dans les règlements anté-grenelle, il existait la possibilité de créer 3 types de zones :

- Une zone de publicité restreinte (ZPR) plus restrictive que le code de l’environnement,
- Une zone de publicité autorisée (ZPA) autorisant la publicité hors agglomération,
- Une zone de publicité élargie (ZPE) moins restrictive que le code de l’environnement.

Les zones de publicité autorisée (ZPA) et les zones de publicité élargie (ZPE) propres à la législation anté Grenelle ont été supprimées par la loi Grenelle 2.

Type de dispositions réglementées dans les RLP communaux :

	PAU	LESCAR	LONS	JURANCON
Qualité du matériel	X		X	
Traitement des enseignes	X	X	X	X
Densité	X	X	X	X
Habillage du dos	X		X	X
Publicité lumineuse	X	X	X	
Surfaces et hauteur maximales	X	X	X	X
Inter-distance entre les dispositifs			X	X
Règles d’implantation	X		X	X
Règles relatives à l’aspect	X		X	X

Principales règles traitées dans les RLP communaux

Descriptif succinct des RLP communaux :

Publicités :

- Des règles de densité et de surface sont instituées dans chacun des RLP. Elles sont variables d'un RLP à un autre selon spécificités du territoire et de l'importance des publicités perçue à un moment donné par les communes.
- La publicité lumineuse numérique (dispositif récent) est absente dans les RLP ante grenelle.
- Dans les RLP ante grenelle, il existe des zones de publicité interdites correspondant notamment à certains carrefours giratoires, au périmètre de protection d'un monument historique (500 m pour la cathédrale de Lescar), à des secteurs d'habitation (quartier du stade jurançon), aux abords de route à grande circulation (RN134 pour Gan), aux abords de certaines voies (bande de 100 m avenue Cyrien Loustau à Jurançon).
- Si des zones de publicité restreinte (ZPR) ont été créées dans 2 communes (Lescar et Jurançon), leur nombre varie allant de 4 à 6.
- Seule la commune de Lescar a institué une zone de publicité autorisée (ZPA) qui correspond généralement à des zones d'activité, soit industrielle, soit commerciale et non à des secteurs d'habitations.
- Concernant les règles d'implantation et les dispositions générales, aucune distinction n'est faite entre les enseignes et les publicités (RLP de JURANCON).
- Il est à noter également qu'aucun RLP n'a établi de zone de publicité élargie (ZPE) où la publicité était soumise à des règles moins restrictives que le régime national, confirmant ainsi la volonté de maîtriser et de limiter la publicité extérieure.

Enseignes :

- Les RLP en vigueur traitent des enseignes de manière plus ou moins précise. Les RLP post grenelle traitent de manière spécifique en définissant des règles de surfaces, de hauteur et conditions d'implantation.
- Les RLP de Pau et Lons réduisent en grande partie la surface des enseignes scellées au sol. Ils imposent globalement une forme dans laquelle doit s'inscrire le dispositif (forme totem).
- Les enseignes numériques non réglementées dans le code de l'environnement font l'objet de règles spécifiques dans les RLP de Pau et de Lons. Leur surface varie en fonction des secteurs (de 2 m² à 8 m² en ZACOM).
- La surface des enseignes sur façade n'est pas réglementée dans le RLP de Lons. Elle est soumise aux dispositions du règlement national de publicité dans certaines zones du RLP de Pau.
- Les enseignes sur banderoles sont réglementées de manière très limitée dans les RLP de Pau et de Lons (interdite sur clôture, voire 1 seul dispositif par établissement).

- Aucune règle spécifique sur les enseignes de moins de 1 m² n'est définie dans le RLP de Pau. Sur le territoire de Lons, leur nombre est limité à 2 dispositifs à l'exception des abords de l'église Saint Julien.

Comparatif des RLP de PAU et de Lons au niveau d'axes limitrophes :

Axes mitoyens	Dispositifs	RLP LONS	RLP PAU
Avenue Jean Mermoz/ Didier Daurat	Publicité murale ou scellée au sol sur unité bâtie	8 m ²	10.5 m ²
	Publicité murale ou scellée au sol sur unité NON bâtie	2 m ²	10.5 m ²
	Publicité sur mobilier urbain	2 m ²	8 m ²
	Publicité numérique (sur mobilier urbain, murale, scellée au sol)	Interdite	2 m ²
Secteur église Saint Julien (périmètre de 100 m autour du MH)	Publicité tous formats confondus	Interdite	Interdite sauf sur mobilier urbain (2 m ²)

Comparaison de la densité

Avenues mitoyennes	Longueur unité foncière	RLP LONS	RLP PAU
Avenue Jean Mermoz/Didier Daurat	< 40 m	Interdit	Interdit
	40 m < Unité foncière < 100 m	1 seul dispositif	1 seul dispositif
	100 m < Unité foncière < 200 m	2 dispositifs distants d'au moins 80 m	1 seul dispositif

Un autre intérêt du RLPi est de lisser les disparités entre les communes dotées de RLP communal notamment au niveau des axes limitrophes.

PARTIE 2 : PRESENTATION DU TERRITOIRE ET DIAGNOSTIC

4 CHAPITRE 4 : Présentation du territoire

4.1 Situation du territoire

La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées se situe dans la région Nouvelle Aquitaine et dans le département des Pyrénées Atlantiques (64).

Située au centre-est du département des Pyrénées-Atlantiques, la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées regroupe 31 communes et présente une superficie de 343,6 km².

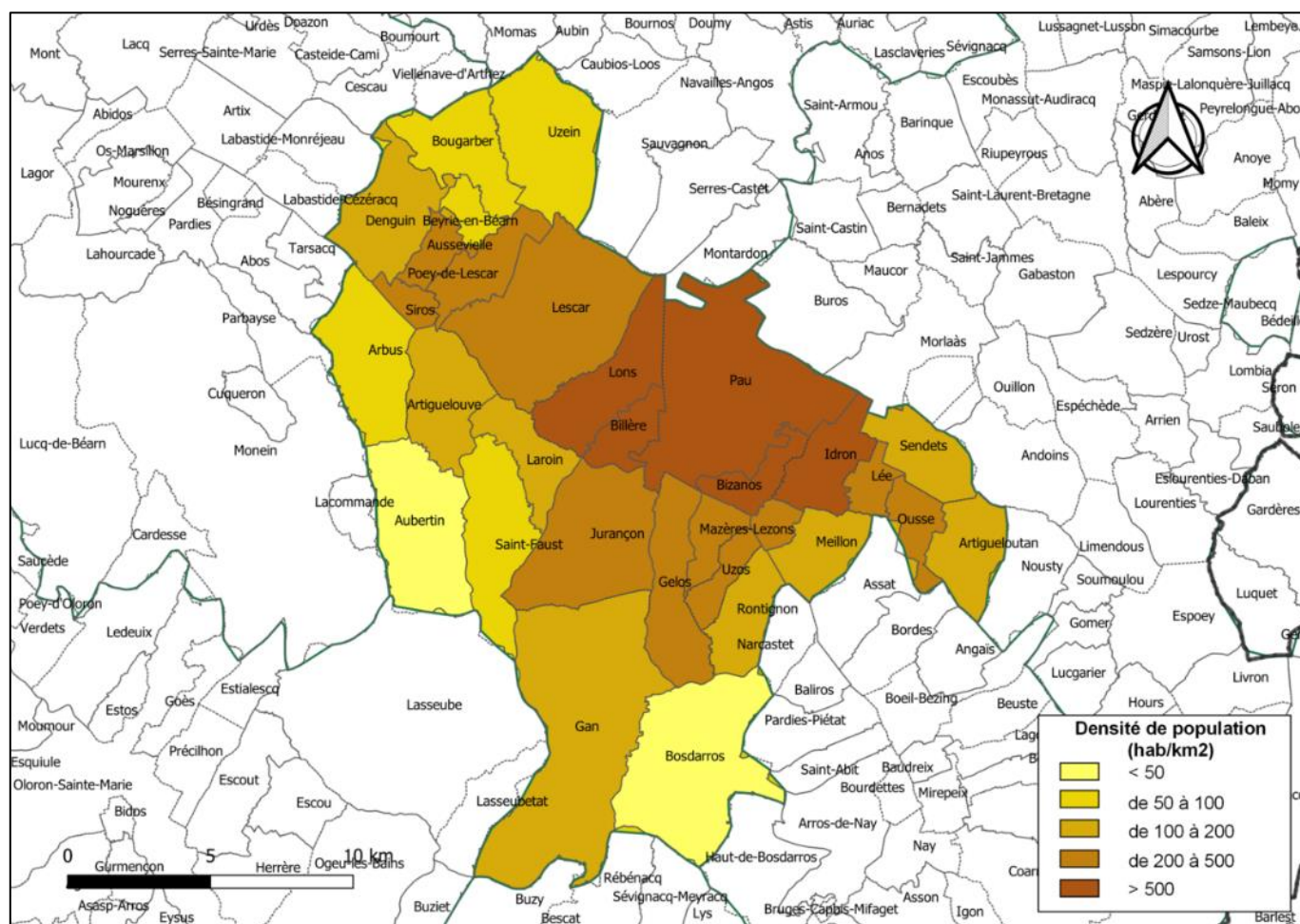
La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées a été créée le 1^{er} janvier 2017 par la fusion entre la communauté d'agglomération de Pau-Pyrénées et les communautés de communes Gave et Coteaux et du Mieu de Béarn.

Regroupant 31 communes, elle compte 164 785 habitants (*INSEE RP 2021, Populations légales en vigueur au 1er janvier 2024*) :

Commune	Superficie km ²	Population municipale	Densité (hab./km ²)
Pau (siège)	31,51	77 066	2446
Arbus	13,89	1 245	90
Aressy	2,15	823	383
Artigueloutan	8,12	1 093	135
Artiguelouve	10,74	2 005	187
Aubertin	17,16	652	38
Aussevielle	3,26	813	249
Beyrie-en-Béarn	2,72	193	71
Billère	4,57	13 866	3034
Bizanos	4,42	4 548	1029
Bosdarros	24,77	973	39
Bougarber	10,29	833	81
Denguin	12,29	1 771	144
Gan	39,62	5 622	142
Gelos	11,03	3 609	327
Idron	7,78	4 913	631
Jurançon	18,78	7 064	376
Laroin	7,04	1 061	151
Lée	2,94	1261	429

Lescar	26,5	9 524	359
Lons	11,53	13 915	1207
Mazères-Lezons	4	1 818	455
Meillon	7,08	943	133
Ousse	4,46	1 663	373
Poey-de-Lescar	6,74	1 821	270
Rontignon	7,06	862	122
Saint-Faust	13,51	741	55
Sendets	7,73	1 148	149
Siros	2,21	822	372
Uzein	16,19	1 289	80
Uzos	3,52	828	235





CA Pau Béarn Pyrénées (200067254)

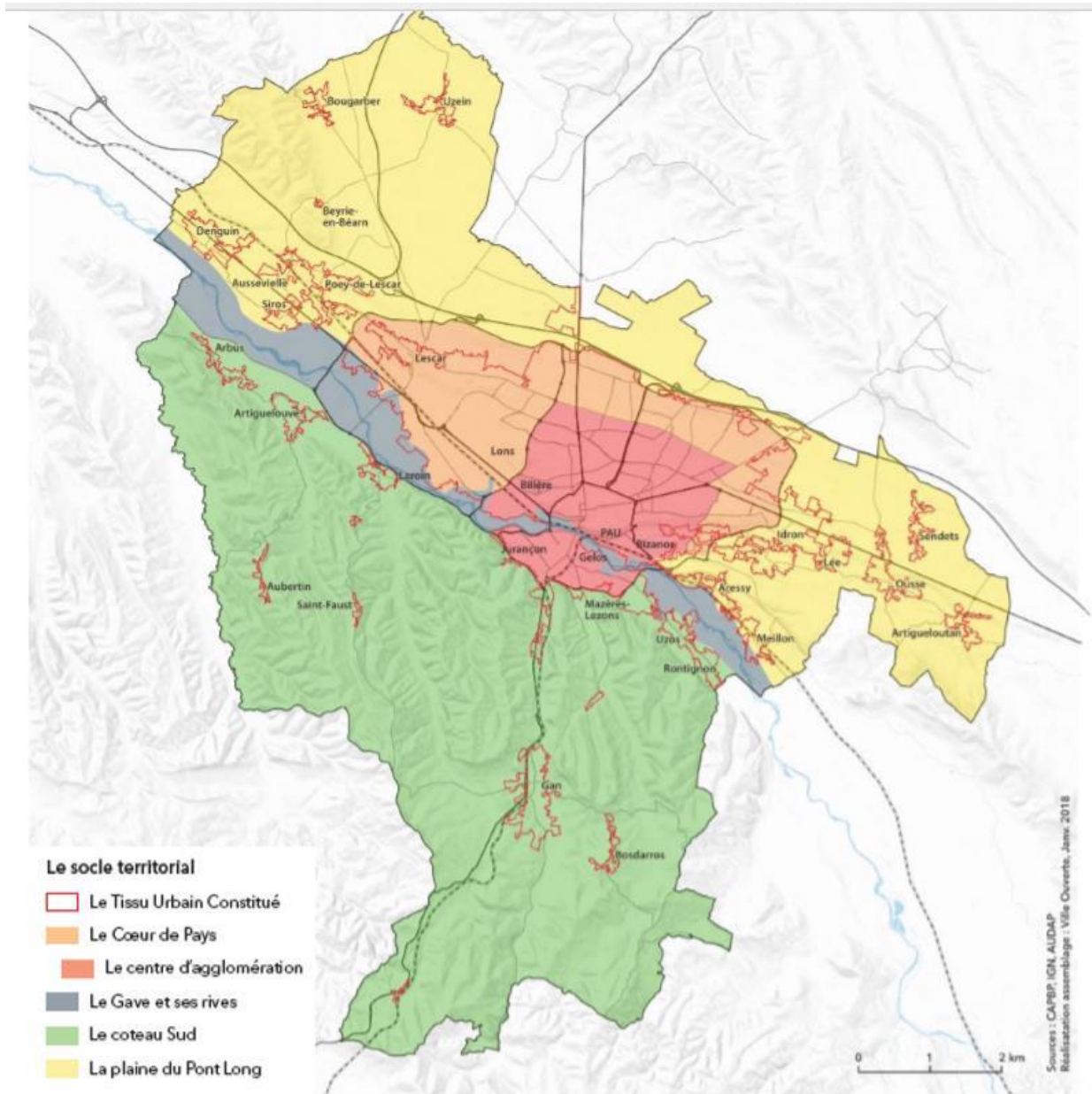
31 Communes

Population en 2021 (INSEE) : 164 785 habitants

Le territoire de l'agglomération avec ses 31 communes comprend des espaces urbanisés, périurbains et ruraux.

Il est constitué de la ville centre (Pau : cœur de l'agglomération), des communes périurbaines formant le Cœur de Pays, des communes rurales composant les coteaux sud et la plaine du Long.

Sur chacun de ces différents lieux, se trouvent implantées des publicités, des enseignes et pré enseignes de manière plus ou moins prégnante.



4.2 Zones d'activités économiques

La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées compte à ce jour 24 zones d'activité économique (ZAE) sur son territoire.

2 types de ZAE se distinguent :

- les zones d'activités commerciales (ZACOM) au nombre de 5 dans l'agglomération paloise (Billère, Lescar-Lons, Leclerc Université, Lons le Mail, Pau Auchan), sont classées en zone Uy-ZACOM dans le PLUi.
- les autres zones économiques (17) à vocation principalement artisanale ou industrielle, classées en zone Uy dans le PLUi.

4.3 Les entrées de villes, les axes routiers et le réseau ferré

Les voies de circulation publiques, les entrées d'agglomération et les axes routiers constituent des secteurs à forts enjeux en termes d'affichage publicitaire et leur densité est fonction de l'importance des flux.

4.3.1 Les entrées de ville et les axes principaux

Les entrées de villes sont les premières images qui s'offrent aux visiteurs et usagers du territoire.

Souvent la multiplication des dispositifs nuit à l'image des entrées de ville et de fait à la ville entière ; la publicité et les pré-enseignes se développent en particulier le long des axes routiers d'entrées de ville car ils sont les plus fréquentés. Il est donc important de préserver ces secteurs.

Le long des traversées de bourg s'est développé des commerces, ce qui a pour effet de multiplier l'implantation d'enseignes, pré-enseignes et publicités. Une image qualitative des entrées de ville et de ses traversées contribue à l'attractivité des bourgs et des centres villes.

Le diagnostic intercommunal du PLUi caractérise les entrées d'agglomérations sur le territoire palois de la manière suivante :

Comme dans de nombreuses villes françaises et européennes, les voies pénétrantes ont été pendant longtemps l'un des principaux supports de développement urbain. Les activités commerciales et parfois tertiaires s'y sont développées, profitant de la grande visibilité et de l'accessibilité le long des axes de transport structurants à fort trafic.

Des polarités d'usages s'y sont ainsi développées, entraînant parfois le déplacement des centralités historiques vécues de certaines communes vers ces axes structurants offrant aux enseignes visibilité et accessibilité. Les commerces et services présents profitent du trafic existant et génèrent à leur tour de nouveaux déplacements. Une certaine attractivité naît alors le long de ces axes de transports.

Cependant, l'urbanisation intense et rapide de ces axes structurants s'est souvent traduite par des constructions peu intégrées dans leur environnement. Elles offrent aujourd'hui à de nombreuses entrées d'agglomération un visage peu qualitatif en termes d'approche paysagère, architecturale et urbaine.

Afin de qualifier les différentes voies structurantes marquant l'entrée du Cœur de Pays, il est proposé de différencier une première séquence d'entrée d'agglomération et une seconde d'entrée de ville. La démarcation entre ces deux séquences s'opère au niveau du centre d'agglomération, matérialisé par la voie de contournement. Elle se traduit le plus souvent par une réflexion autour d'un parking relais et d'une offre de transport en commun permettant ainsi de désengorger le centre d'agglomération.

Cette caractéristique d'entrées de villes largement constatée sur le territoire conduit à la multiplication d'enseignes et de pré-enseignes le long des axes structurants.

Ainsi, les dispositifs publicitaires contribuent à altérer le paysage urbain et à banaliser le paysage d'entrée de ville. « Améliorer la qualité paysagère des entrées d'agglomération » est un des objectifs du RLPi spécifiés dans la délibération de prescription. Plusieurs moyens permettent d'y parvenir comme la limitation des formats, ou la dédensification de la publicité.

Les axes principaux soumis à un fort trafic routier constituent d'une part des secteurs privilégiés pour l'expression publicitaire et pour les activités commerciales qui se sont implantées le long de ces axes. Ils sont d'autre part des vecteurs de l'identité du territoire et de son attractivité.

4.3.2 Le réseau ferré

La communauté d'agglomération dispose d'un réseau ferroviaire avec une gare située au sud du centre-ville de Pau.

La gare SNCF de Pau est desservie par le TGV, des Intercités et des trains régionaux (réseaux TER Nouvelle-Aquitaine et TER Occitanie).

Les secteurs d'arrivée dans les gares peuvent être considérés comme des portes d'entrée sur le territoire véhiculant ainsi l'image du territoire palois.

Les abords des voies ferrées sont des lieux intéressants en termes de visibilité des messages publicitaires. Ils constituent ainsi des secteurs à enjeux du RLPi.

Dans l'agglomération paloise, les abords des voies ferrées sont relativement épargnés par une présence imposante de dispositifs publicitaires. Les abords des voies ferrées seront soumis aux prescriptions des zones du RLPi traversées. Aucun zonage spécifique n'est défini pour ces secteurs.

4.4 Les paysages de l'agglomération paloise

4.4.1 Les unités paysagères

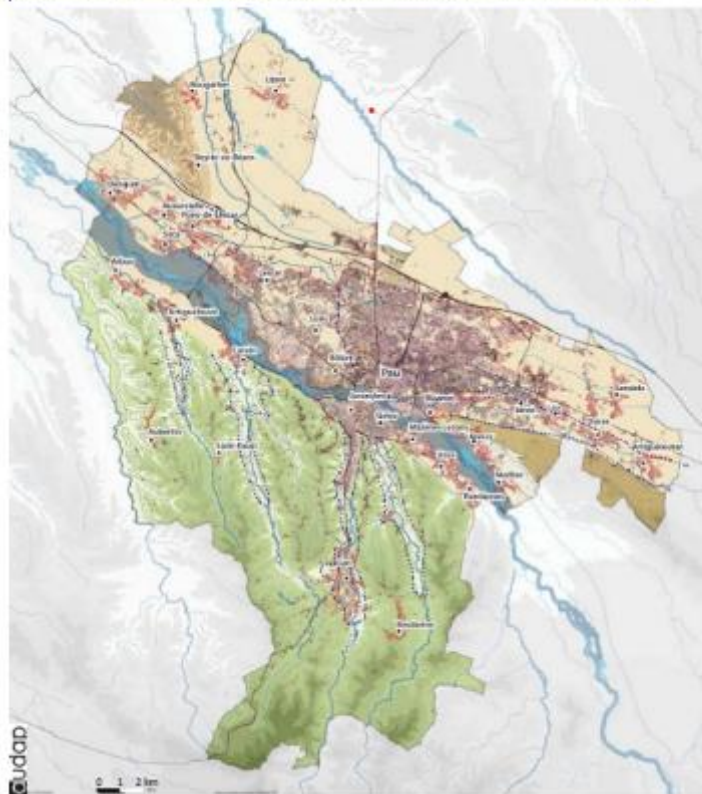
Le territoire Pau Béarn Pyrénées situé aux portes des Pyrénées bénéficie du paysage lointain de grande qualité.

Ses vues sur les massifs montagneux environnants sont un atout majeur du territoire, qu'il s'agit de valoriser en faisant en sorte qu'il continue à subsister dans le paysage urbain. Cela se manifeste par une attractivité du territoire et un cadre de vie de qualité (14ème ville dans le TOP 25 des villes françaises où il fait bon vivre).

Une autre spécificité locale est l'existence d'environnements exceptionnels tels que les coteaux du Jurançon à proximité immédiate de Pau (appelée les Horizons palois) ; la réciprocité des vues entre coteaux et plaine se traduit par une co visibilité permanente.

Constituée du cœur de Pays, d'espaces péri urbains et ruraux, la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées offre de multiples paysages, regroupés en 5 unités paysagères.

Unités paysagères de la Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées



Unités :	Sous-unités :
Vallée du Gave de Pau	
Plaine et coteaux urbains	- Plateau de Pau - Plaine - Coteaux
Plaines agricoles	- Plaine du Pont-Long - Plaine du Gave - Vallée de l'Ousse
Coteaux entre plaines et vallées	- Coteaux de Beyrie-en-Béarn - Coteaux du Chemin Henri IV
Coteaux Sud entre deux Gaves	- Vallée La Balise - Vallée La Jusclu - Vallée Las Hies - Vallée Le Neux - Vallée Heureuse (Le Soust)

Unités paysagères à l'échelle de l'agglomération Pau Béarn Pyrénées

- Les plaines et coteaux urbains :

Les centres historiques et centres villes concentrent un bâti dense et assez homogène, alors que les extensions récentes du XXe siècle présentent une diversité de bâtiments, avec une prédominance de l'habitat individuel ouvrier et pavillonnaire mais également de logements collectifs.

L'espace des centres urbains concerne tous les secteurs où les constructions sont denses et où les fonctions sont essentiellement industrielles, commerciales et résidentielles.

Les trames agro-naturelles ne sont pas majoritaires et laissent la place à l'expression d'une végétation horticole, qui exprime une réelle diversité dans ses formes et ses essences, comme les nombreux parcs, jardins et squares présents au sein de l'agglomération.

Les noyaux urbains se développent de façon tentaculaire. Les zones d'urbanisation plus récentes qui tendent à s'accroître en étoile le long des grands axes de communication sont sous des formes très banalisantes en rupture avec l'identité territoriale (lotissements pavillonnaires néo-béarnais, zones commerciales d'entrées de ville...) proposant une image dévalorisante. Les zones d'activités sont concentrées essentiellement en périphérie de ville et ont développé un vocabulaire spécifique lié à la signalétique, aux grands volumes et à la desserte automobile. La prolifération anarchique de zones commerciales et d'activités à l'entrée des villes nuit à la perception de l'identité

des centres urbains et de l'unité paysagère dans laquelle ils s'inscrivent. Les limites entre zones agricoles et bâties sont brouillées. L'autoroute A65 et son échangeur sur la commune de Lescar ont aussi fortement impacté le paysage.

Aujourd'hui, la dynamique est essentiellement périurbaine, sous forme d'étalement urbain. Il est possible de traverser une succession d'espaces urbains (économiques, commerciaux, résidentiels,..) sans traverser d'espaces naturels ou agricoles. Visuellement, les coupures paysagères se font de plus en plus rares, les vues vers les Pyrénées ou les coteaux également, et les différentes entrées d'agglomération deviennent des couloirs routiers supports de développement pour des lotissements, des zones d'activités économiques et commerciales. L'entrée Ouest est fortement dégradée et l'entrée Est suit le même modèle.

- **Les plaines agricoles :**

Les plaines agricoles offrent un relief plat et ouvert permettant d'apprécier les Pyrénées et les coteaux en toile de fond. Essentiellement agricoles et dominées par les paysages de maïsiculture, elles constituent la première image du territoire, dont la découverte de ses paysages est étroitement liée aux infrastructures de transport (autoroutes, routes et voie ferrée).

Au Nord de l'agglomération, la plaine du Pont-Long correspond à la rencontre de plusieurs vallées (vallée du Luy de Béarn, du Gave de Pau, de l'Ousse des Bois...). Elle a la particularité au-delà des terres planes, d'avoir des terres fertiles propices aux grandes cultures (maïs). Le Pont-Long est le lieu de mémoire de l'ancien système agraire béarnais, mais aussi des mutations paysagères à partir de la fin du 18ème siècle et surtout en cette deuxième moitié du 20ème.

L'ancien paysage de landes s'est largement transformé : diminution forte des pâturages et passages aux prairies artificielles, transformation de terrains de parcours en terres de cultures où domine le maïs, développement des zones d'activités industrielles autour de la route de Tarbes, de la route de Bordeaux et de l'Aéroport.

Cette unité conjugue une double nature : elle est le support d'un outil agricole performant et le socle d'une richesse patrimoniale bâtie (structures de villages en chapelet, héritages de patrimoines agraires...). Si les plaines sont essentiellement agricoles, dominées par les paysages de maïsiculture (successions de parcelles géométriques où l'arbre est souvent absent), elles sont également urbaines et sont le support du développement récent de l'urbanisation.

La dilution ininterrompue des tissus urbains sur l'espace agricole a provoqué un éclatement des structures héritées. D'un paysage de villages en chapelet entrecoupés de fenêtres agricoles jusqu'aux années 50, la plaine du Gave et du Pont-Long deviennent progressivement un couloir urbain sans transition. Cette unité est fragilisée par les volontés d'extension urbaine d'un côté et l'enjeu d'un maintien, voire d'un renouvellement de l'économie agricole de plaine de l'autre

- **Les coteaux Sud entre deux Gaves**

Les coteaux Sud sont la charnière entre un espace de plaine et de plateau, et le piémont Pyrénéen, horizon emblématique palois.

Ils représentent la singularité d'un balcon unique sur les Pyrénées. A proximité immédiate des premiers contreforts pyrénéens, ils présentent des vallons aux pentes douces où se développe un paysage de bocages (cultures et prairies).

Cette unité est à dominante agricole et forestière, support d'un développement économique - agricole et touristique - majeur. Les coteaux boisés aux fortes pentes sont alternés de surfaces plus planes où se succèdent parcelles agricoles et habitat.

Les nombreux affluents du Gave de Pau en rive gauche ont créé une succession de vallées parallèles orientées Nord/Sud, humides en fond de vallée et plussèches en crête de coteau. Les coteaux sont avant tout agricoles et présentent des paysages où se côtoient vignes, élevages, cultures de maïs et boisements.

Le maillage complexe de haies et de bosquets est associé à une dispersion des unités agricoles. Le vignoble fait la spécificité de cette unité, ainsi que les nombreux 24 panoramas spectaculaires sur la chaîne des Pyrénées et l'agglomération. Les coteaux participent également à la qualité paysagère des communes voisines qui ont un point de vue sur ces espaces.

- **Plaine du Gave de Pau :**

Plus de la moitié des communes de l'Agglomération (18) sont traversées par le Gave de Pau. Espace emblématique et fédérateur du territoire, le Gave constitue cependant par endroit une rupture entre le Nord et le Sud du territoire.

Le Gave de Pau et ses saligues constituent un corridor végétal et un système paysager singulier et discret. La saligue est riche en biodiversité et est d'une extrême vulnérabilité.

A la fois discret dans sa perception et marquant dans la vie locale, le Gave constitue la colonne vertébrale du territoire et marque profondément son identité.

- **Les coteaux entre plaines et vallées :**

L'entité est structurante par la densité des masses boisées. Les deux langues de coteaux, pourtant en promontoires sur l'agglomération, offrent peu de visibilité compte tenu de la forte présence des boisements qui constituent de grands espaces fermés.

Les coteaux boisés du chemin Henri IV se distinguent par la présence du GR et des panoramas qu'il offre sur le grand paysage. Les boisements cadrent les paysages de la chaîne des Pyrénées et de la plaine du Lagoin.

Le relief fixe la limite avec la plaine de l'Ousse et les voies qui empruntent ce coteau permettent de découvrir des points de vue exceptionnels.

4.4.2 Le patrimoine naturel

Outre le patrimoine paysager, le territoire Pau Béarn Pyrénées bénéficie d'espaces naturels exceptionnels protégés par l'état ainsi que d'espaces ayant un intérêt écologique repérés dans le PLUi en zonages spécifiques « Ae » et « Ne » incluant la trame verte et bleue :

Le territoire de l'agglomération paloise compte plusieurs espaces naturels protégés :

3 sites Natura 2000 :

FR7200781, « Gave de Pau » (Directive habitats)

FR7200770, « Parc boisé du Château de Pau » (Directive habitats)

FR7212010, « Barrage d'Artix et saligue du Gave de Pau » (Directive Oiseaux)

Des trames vertes et bleues

3 ZNIEFF (zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique) :

- Site fossilifère de Gan (720030078)

- Lac d'Artix et Saligues aval du Gave de Pau (720008868)

- SALIGUES AMONT DU GAVE DE PAU (720010807)

A travers les orientations du PLUi en matière de préservation du patrimoine naturel et sa valorisation, la CAPBP souhaite notamment maintenir la biodiversité dans l'espace urbain.

L'affichage publicitaire impacte directement ces espaces. Ainsi leur identification permet de mettre en lumière des zones à enjeux en termes de publicité extérieure qui sont sensibles à la protection de paysages et du cadre de vie.

La diversité et la qualité des milieux naturels présents sur le territoire Pau-Béarn-Pyrénées en font des spécificités locales participant ainsi à l'identité de la communauté d'agglomération.

4.4.3 Le patrimoine architectural

La communauté d'agglomération dispose de plusieurs éléments patrimoniaux protégés par des périmètres réglementaires au titre du code du Patrimoine.

- **Les monuments historiques :**

La liste des monuments historiques présents sur le territoire de l'agglomération est donnée en annexe 1.1.

Le code du patrimoine prévoit deux niveaux de protection au titre des monuments historiques :

1. Le classement : en application de l'article L621-1 du code du patrimoine "les immeubles dont la conservation présente, du point de vue de l'histoire ou de l'art, un intérêt public sont classés comme monuments historiques en totalité ou en partie par les soins de l'autorité administrative ».

2. L'inscription (Art L621-25 du code du patrimoine) concerne quant à elle "les immeubles qui, sans justifier une demande de classement immédiat, présentent un intérêt d'histoire ou d'art suffisant pour en rendre désirable la préservation".

- **Les sites inscrits et classés :**

Un site inscrit est un espace naturel ou bâti de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque qui nécessite d'être conservé.

Un site classé est un site de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, dont la qualité appelle, au nom de l'intérêt général, la conservation en l'état et la préservation de toute atteinte grave. Le classement concerne des espaces naturels ou bâtis, quelle que soit leur étendue. Cette procédure est très utilisée dans le cadre de la protection d'un "paysage", considéré comme remarquable ou exceptionnel.

La liste des sites classés et inscrits présents sur le territoire de l'agglomération est donnée en annexes 1.1 et 1.2.

- **Les Horizons Palois :**

L'appellation Horizons Palois date de 1944 et correspond au classement et à l'inscription de 17 sites composant le panorama admiré depuis Pau.

Ces sites protégés (inscrits ou classés) sont situés sur les communes de Bizanos, Jurançon, Gelos, Mazères-Lezons, Billère et Uzos.

Le parc du Château de Franqueville, des villas Perpignaa ou Nirvana en font notamment partie. Au début du XXIème siècle, afin d'expliquer les composantes de cette vue, la rambarde du Boulevard des Pyrénées de Pau est équipée de plaques nominatives désignant les pics de la chaîne Pyrénéenne qui sert de toile de fond, faisant de la promenade un véritable belvédère sur ces Horizons.

Les sites constituant les Horizons palois sont les suivants :

Billère : *Terrains du golf (site inscrit 40 ha)*

Jurançon

- *Parc du domaine du Clos Henri IV (site classé 1,8 ha)*
- *Parc du château Ollé-Laprune (site classé 12,7 ha)*
- *Parc du château Perpignaa (site inscrit, 6,9 ha)*
- *Parc du domaine de Mont Riand (site inscrit 1,4 ha)*
- *Parc de la Villa Castel Forges (site inscrit 0,3 ha)*

Jurançon / Gelos *Parc du domaine de Guindalos (site classé 22 ha)*

Uzos Parc du château de Chazal (site inscrit, 12 ha)

Gelos Parc du domaine Le Vignal (site classé 2 ha)

- Parc de la Villa Nirvana (site classé 9,9 ha)
- Parc du domaine de Tisnère (site classé 9 ha)
- Parc du domaine du Montfleury (site classé 4 ha)
- Parc de la Villa Estefani (site classé 3 ha)
- Parc du domaine Le Tinot (site inscrit 4 ha)
- Parc de la Villa Montrose (site inscrit 2,7 ha)

Mazères-Lezons / Gelos Saligues en bord de gave (site inscrit 71 ha)

Bizanos : Parc du château de Franqueville (site classé 22 ha)

- **Le Site Patrimonial Remarquable :**

Le Site patrimonial remarquable est un nouvel outil de protection créé par la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, dite loi LCAP, du 7 juillet 2016.

Il vient en remplacement des deux outils de protections qui existaient précédemment : le secteur sauvegardé et l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).

Le site patrimonial remarquable a pour objectif de protéger et de mettre en valeur le patrimoine architectural, urbain et paysager. Il associe la préservation de l'architecture et du cadre de vie, tout en permettant une évolution nécessaire des quartiers anciens.

La création du site patrimonial remarquable de Pau montre la reconnaissance nationale de la qualité du patrimoine de la commune et témoigne de la volonté de la Ville de Pau et de la communauté d'agglomération de se doter d'un outil d'urbanisme permettant de faire évoluer la ville dans le respect de son identité.

Le périmètre du site patrimonial remarquable est déterminé à partir d'une analyse historique, architecturale, urbaine et paysagère de la ville, mais aussi d'une expertise globale du fonctionnement urbain (habitat, commerce, déplacements...).

A l'intérieur du site patrimonial remarquable, deux documents de gestion permettent de donner les règles et orientations en faveur de la préservation et la mise en valeur du patrimoine :

- le **Plan de sauvegarde et de mise en valeur** (PSMV). Ce document d'urbanisme, approuvé le 4 août 2022, concerne à la fois les extérieurs et les intérieurs des bâtiments. Il couvre le quartier historique (du château au Lycée Louis Barthou) et remplace le plan local d'urbanisme dans ce secteur.
- L'**Aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine** (AVAP). Cette servitude d'utilité publique s'applique sur les périmètres environnants, protégeant les quartiers de faubourgs et de la villégiature. Elle protège uniquement les extérieurs des bâtiments, les parcs et jardins et s'applique en complément des règles du plan local d'urbanisme.

➤ **Intégration harmonieuse selon le lieu d'implantation et le bâti**

Le centre-ville de PAU étant couvert par un site patrimonial remarquable, l'intervention de l'architecte des bâtiments de France (ABF) est requise.

Afin de préserver et embellir ce riche patrimoine, un guide des devantures et des enseignes commerciales a été élaboré en 2011 pour la ville de Pau en collaboration avec l'ABF, les services de la ville, la société immobilière et d'aménagement du Béarn et un cabinet d'architecte. Ce guide donnant une série de recommandations pour la réalisation de devantures, enseignes et terrasses a conduit à l'émergence de belles enseignes respectant l'architecture des bâtiments.

Guide des devantures et des enseignes commerciales sur PAU



• **Les bâtiments patrimoniaux**

Le territoire de l'agglomération est riche en patrimoine bâti ayant un intérêt particulier d'un point de vue de l'histoire et de l'architecture. Ce patrimoine participe à l'identité du territoire. Afin de protéger ces bâtiments, un recensement a été effectué puis une identification dans le PLUi au titre de l'article L151-19 du code de l'urbanisme.

Les bâtiments patrimoniaux désignent les immeubles à conserver identifiés dans le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur de Pau, les édifices exceptionnels et intéressants identifiés dans l'AVAP-Site Patrimonial Remarquable de Pau (SPR) ainsi que les bâtis exceptionnels et remarquables identifiés dans le Plan Local d'urbanisme intercommunal.

4.4.4 Les cônes de vue sur le territoire

➤ Intérêts des cônes de vue :

Le territoire comprend un certain nombre d'éléments paysagers ou patrimoniaux qui méritent d'être protégés en plus de ceux ne bénéficiant pas de périmètre réglementaire, afin qu'ils ne soient pas masqués par la présence de dispositifs d'affichage (publicités et enseignes).

Dans le but de préserver la perception visuelle de ces éléments bâtis et paysagers, une étude spécifique d'identification des cônes de vue a été menée par l'Agence d'Urbanisme Atlantique & Pyrénées (AUDAP) dans le cadre du diagnostic territorial du RLPi. Cette étude a consisté à regarder plus finement les autres portions de territoire visibles depuis les voies ouverte à la circulation publique qui ne sont pas couvertes à ce jour par une réglementation publicitaire.

La définition de cônes de vue sur le territoire a de multiples intérêts :

➤ **Eviter la banalisation des paysages**

Ci-dessous mise en évidence d'un boisement remarquable, classé en espace vert protégé au PLUi.



Exemple d'un boisement remarquable.
ROUTE DE BORDEAUX

ETAT ACTUEL

ETAT FUTUR POSSIBLE (simulation)



Exemple d'un paysage remarquable. Paysage ouvert de prairie, arrière fond paysager des coteaux béarnais.
ROUTE DE GAN

➤ **Eviter les atteintes aux paysages identitaires**

Ci-dessous, la révélation d'une silhouette villageoise et de l'arrière-plan pyrénéen.



Exemple d'un paysage identitaire.
ROUTE DE BAYONNE

➤ **Eviter les atteintes à l'architecture identitaire**

Ci-dessous une révélation d'un bâtiment patrimonial remarquable (grange béarnaise).



Exemple d'une architecture identitaire
ROUTE DE TARDES

➤ Les éléments protégés par les cônes de vue et les séquences de vue

Le cône de vue est un point focal qui identifie un paysage ou plusieurs éléments de paysage remarquables à protéger de l'impact publicitaire ;

Les cônes de vue identifiés ont pour objet de protéger des éléments bâtis ou paysagers visibles de manière proche ou lointaine. Ces éléments peuvent être des bosquets, bâtisses, talus plantés, alignement d'arbres, ruisseaux... remarquables qui ne sont pas protégés actuellement dans les documents d'urbanisme.

Lorsque la zone de perception dépasse celle d'un point de vue, la zone est identifiée en tant que **séquence remarquable**. Par conséquent sur une séquence le cône de vue ne se limite pas à un seul point d'observation mais la vue s'observe sur un linéaire assez important (pouvant aller jusqu'à plusieurs centaines de mètres). Les séquences de vue peuvent être représentées mentalement comme une succession de cônes de vue.

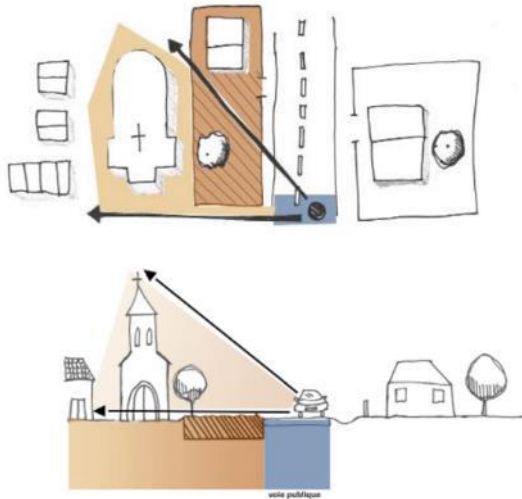
(Extraits de l'étude AUDAP).

VUE PROCHE ET LOINTAINE


Cas n°1 - Cône de vue rapproché

Exemple de vue proche vers un bâtiment patrimonial.
La parcelle (en 1^{er} plan) longeant la voie est dans la direction de vue à préserver.

- | | |
|--|---|
|  Zone perçue |  Zone perçue : parcelle(s) concernée(s) par le projet de réglementation publicitaire |
|  Zone de perception (point de perception) |  Périmètre à protéger |



Préserver la perception visuelle rapprochée; ici, un bâtiment remarquable inventorié au PLUi.

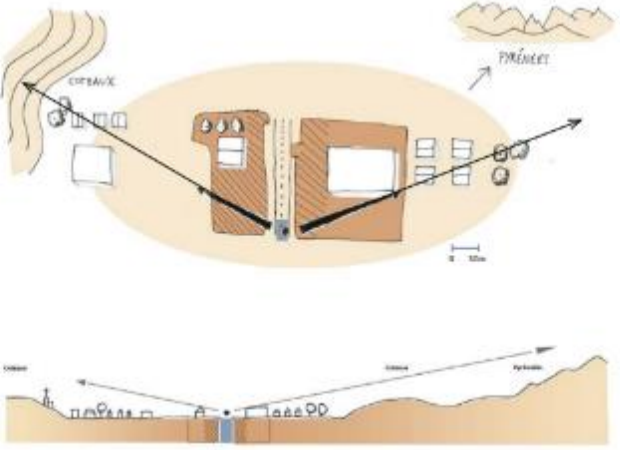


Préserver la perception visuelle lointaine; ici, le patrimoine paysager des coteaux et Pyrénées, signifiant et identitaire.

Cas n°2 - Cône de vue lointain

Exemple de vue lointaine vers des paysages remarquables. Les parcelles (en 1^{er} plan) longeant la voie sont dans les directions de la vue panoramique à préserver.

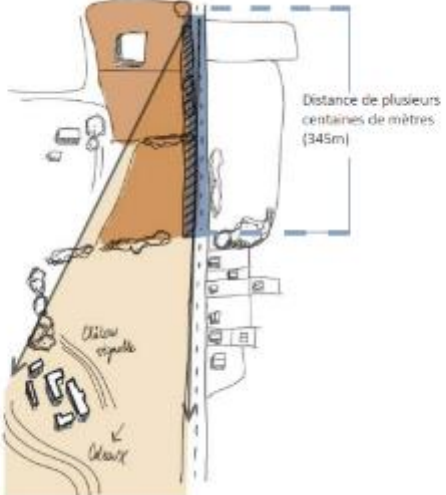
 Zone perçue	 Zone perçue: parcelle(s) concernée(s) par le projet de réglementation publicitaire
 Zone de perception (point de perception)	 Périmètre à protéger




SÉQUENCE DE VUE

Exemple de séquence de vue vers un paysage remarquable.

 Zone perçue	 Zone perçue: parcelle(s) concernée(s) par le projet de réglementation publicitaire
 Zone de perception (séquence de perception) = plusieurs centaines de mètres	 Périmètre à protéger



Distance de plusieurs centaines de mètres (345m)



Préserver la perception visuelle sur plusieurs centaines de mètres, comme par exemple ici une vue à la fois proche (château de Franqueville) et lointaine (ville de Pau) sur environ 400 mètres.

➤ Principes de classification des cônes de vue :

Une classification des cônes et séquences de vue a été établie selon les critères suivants :

Cônes de vue emblématiques :

Ce sont des points de vue identitaires des paysages à l'échelle de l'agglomération voire au-delà (échelle Béarn, échelle départementale). Ils peuvent représenter des repères majeurs dans l'espace et génèrent des perceptions symboliques et culturelles sur la diversité des paysages de l'agglomération.

Exemples : paysages identitaires : horizons palois, horizons Pyrénées, Gave de Pau, patrimoine architectural béarnais, châteaux et villas...

Cônes de vue remarquables :

Ce sont des points de vue qui témoignent de l'importance des qualités d'un paysage à une échelle plus fine, un quartier, une rue. Ces points de vue représentent des marqueurs spatiaux comme le petit patrimoine, les paysages remarquables du quotidien.

Exemples : boisements, alignements d'arbres, espaces publics (parcs et jardins, squares, places...), ruisseaux et ripisylve associée, petit patrimoine (lavoir, puit, petite architecture...).



Extrait étude Audap novembre 2022

➤ Etat du recensement des cônes de vue sur le territoire

Sur l'ensemble des cônes de vue recensés (environ une centaine), un peu moins de la moitié sont aujourd'hui exempts de dispositifs publicitaires (44 %) et le reste (56 %) sont impactés par ces derniers.

Exemples de vues emblématiques et remarquables à préserver

En haut : route de Gan, perspective soulignée par un double alignement de platanes et vue Pyrénées.

En bas : route de Tarbes, vue vers un bâtiment patrimonial remarquable





5 CHAPITRE 5 : Diagnostic du territoire

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire intercommunal : publicités (et pré-enseignes), enseignes, mobilier urbain supportant de la publicité, micro-affichage, affichage d'opinion et affichage libre, enseignes et pré-enseignes temporaires.

Afin que ces dispositifs soient adaptés aux caractéristiques paysagères locales dans le cadre du RLPi, une étude préliminaire portant sur l'observation sur le terrain des dispositifs existants est nécessaire.

Cette analyse permet de mesurer l'importance de la publicité au sein du territoire intercommunal, de présenter les différents visages que peuvent avoir les dispositifs et de repérer les secteurs à enjeux correspondant aux situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent néanmoins atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne également d'un bilan qualitatif notamment sur l'aspect esthétique des dispositifs (matériaux employés) leur intégration architecturale, leur impact sur les perspectives.

Pour cela, un recensement géolocalisé des publicités et des enseignes a d'abord été réalisé à l'échelle du territoire puis une analyse sur les caractéristiques des dispositifs dans les secteurs à enjeux a été effectuée pour mettre en évidence les secteurs où des règles locales étaient nécessaires.

5.1 La publicité et les pré enseignes

5.1.1 Méthodologie

Le recensement des dispositifs a été réalisé en 2019 sur l'ensemble du territoire à partir des données de certaines communes et d'une application de navigation virtuelle. Il a concerné la plupart des dispositifs quelque soit le type de support et le format. Ceux de moins de 7 m² sur Pau n'ont pas été recensés du fait de leur faible représentation.

5.1.2 Constats sur le territoire

Sur le plan quantitatif :

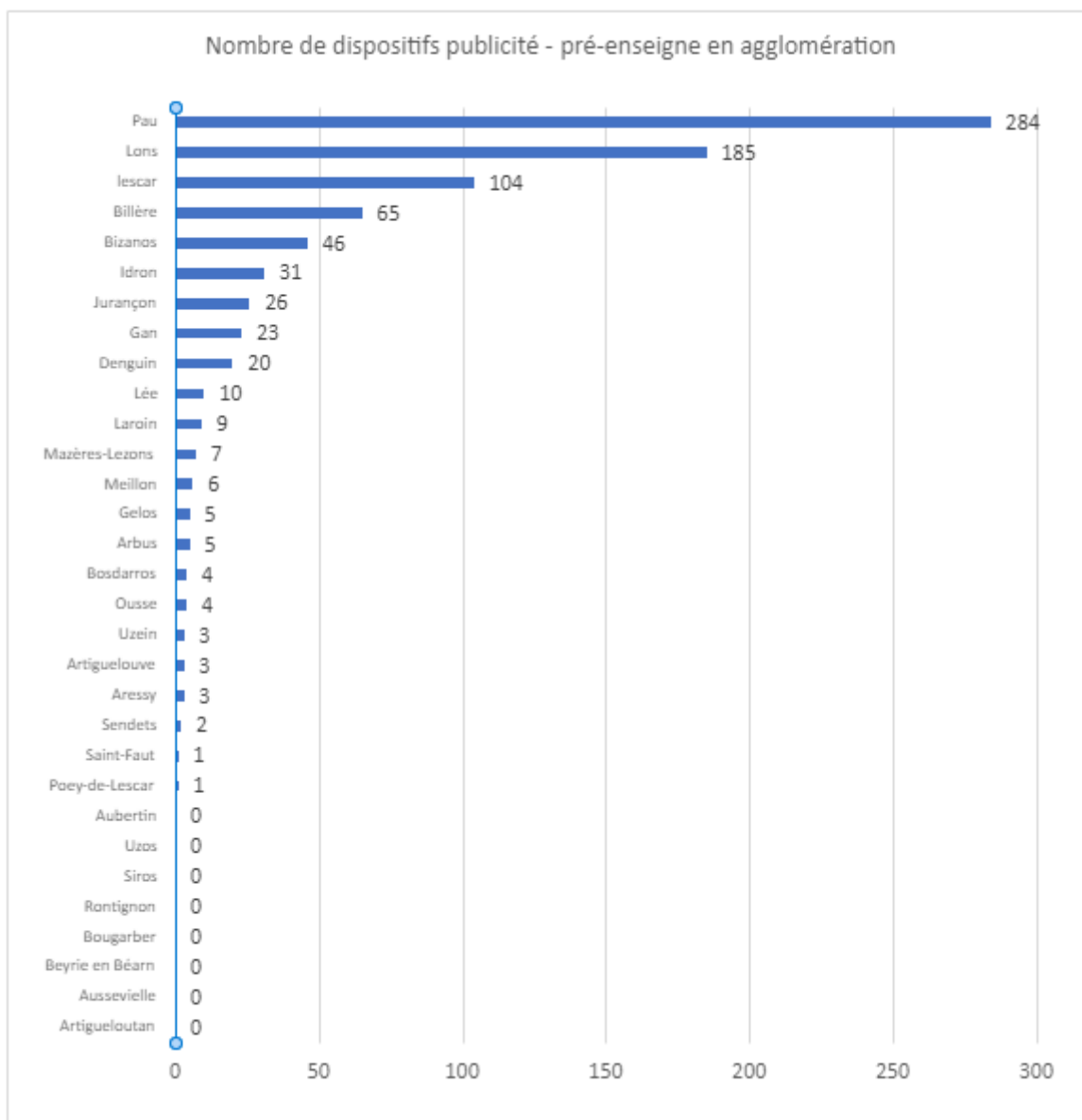
Une répartition géographique des 2 catégories de dispositifs : publicité et pré-enseignes a été réalisée à partir de l'inventaire des dispositifs. Cette analyse quantitative fait apparaître les constats suivants :

- une forte concentration de publicités **dans le cœur de Pays** avec 83 % des dispositifs (Lons, Lescaur, Billère, Bizanos, Gelos, Mazères Lezons, Pau, Jurançon, Gan)
- Les communes rurales sont globalement épargnées de l'affichage publicitaire exceptées celles qui sont traversées ou en bordure d'un axe à grande circulation routière (comme Denguin et Lee).
- Les publicités sont localisées principalement au niveau des axes principaux et des zones d'activités commerciales constituant ainsi de véritables secteurs à enjeux. En effet, ces axes, au regard de leur fréquentation, sont donc des lieux privilégiés pour l'installation de publicités.

-Les dispositifs les plus imposants se situent le long des axes routiers et zones commerciales tandis que les petits dispositifs sont principalement localisés au sein du cœur urbain.

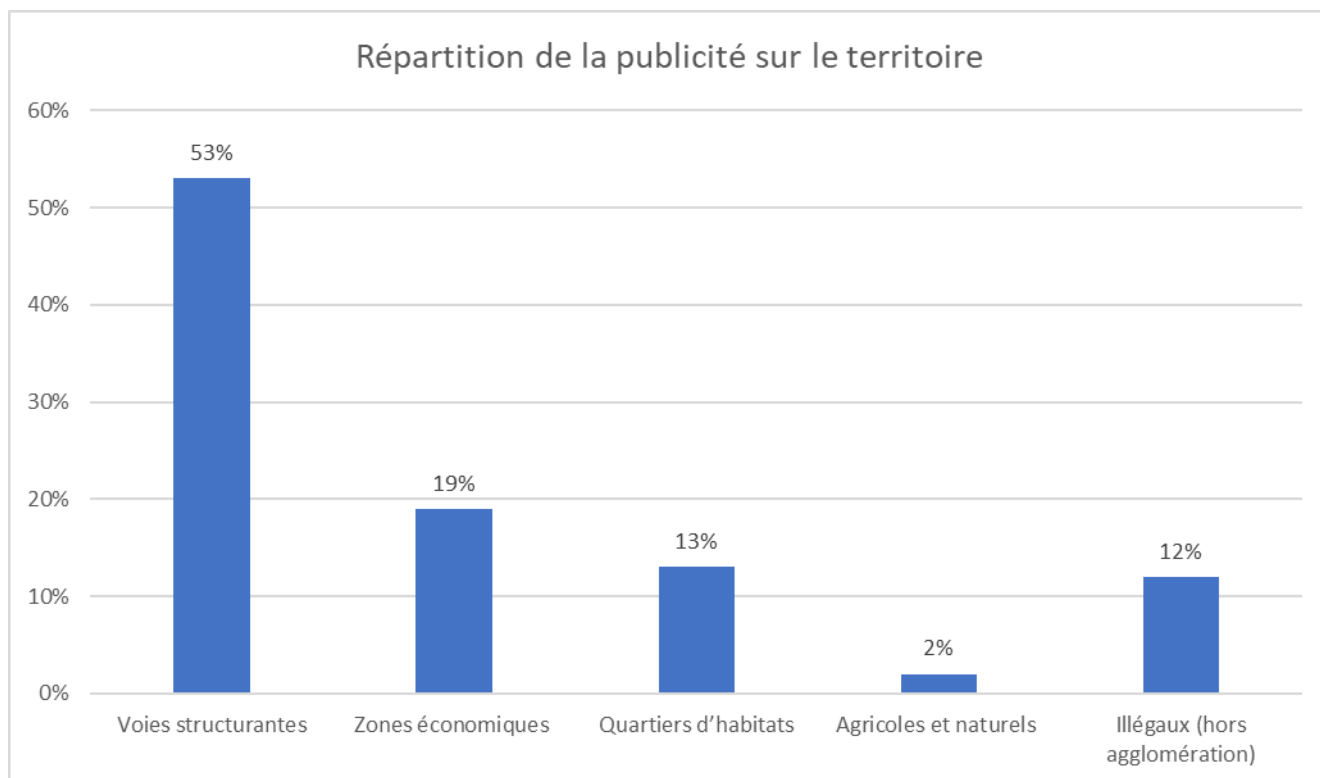
-Les zones d'activités économiques, et industrielles ont un besoin moins important d'expression, induisant une densité d'affichage moindre.

-Il a été dénombré sur le territoire approximativement **1000 publicités et pré-enseignes** (hors publicités < 7 m² sur Pau et mobilier urbain).



Répartition géographique des dispositifs :

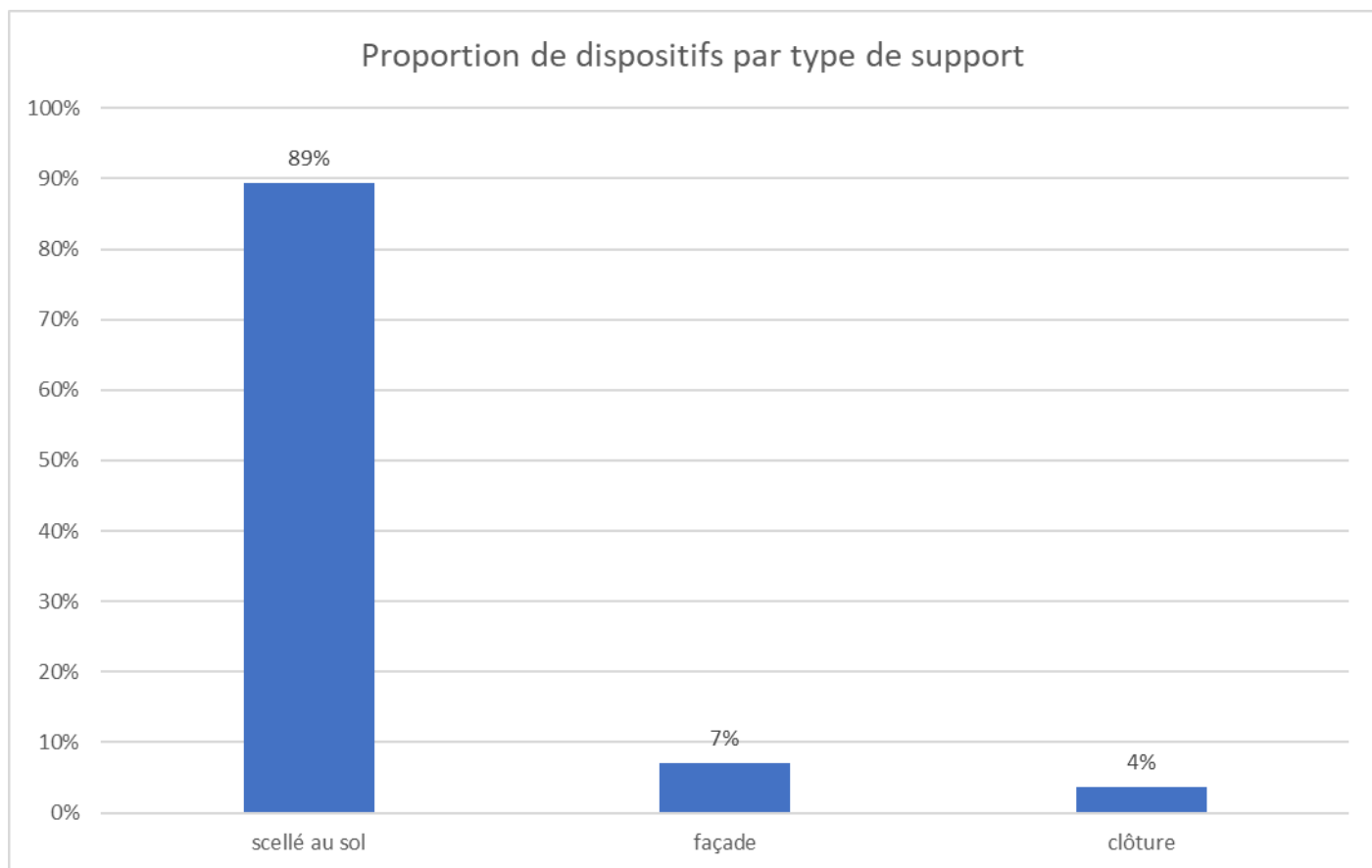
La majorité des scellés au sol se retrouvent **aux abords des voies structurantes (56%),**



La répartition de la publicité sur le territoire montre que :

- **53 % des dispositifs publicitaires** se situent aux abords des voies structurantes.

Aucune publicité sur toiture, ni de bâches publicitaires n'ont été repérées sur le territoire.



Sur le territoire, les dispositifs publicitaires prédominants **sont ceux scellés au sol** avec environ 89 % des dispositifs publicitaires et les formats majoritaires (hors mobilier urbain) sont 12 m² et 8 m².

Sur le plan qualitatif :

L'état des lieux de la publicité a permis de mettre en évidence un ensemble de constats en matière d'affichage en lien avec l'environnement dans lequel se trouve les dispositifs.

➤ **Entrées de villes et axes principaux**

- Prégnance de la publicité/pré-enseignes,
- Présence de nombreuses publicités et pré-enseignes en « entrées de ville » pourtant interdites,
- De nombreuses publicités en doublon brouillant le message véhiculé,
- De nombreuses enseignes se confondant avec des publicités,
- Mais aussi des entrées de ville qualitatives et bien préservées de l'affichage,



Route de Bordeaux



Entrée de Gan



Route de Bayonne (rond- point à Billère)



Publicités en entrée de village (Lee)

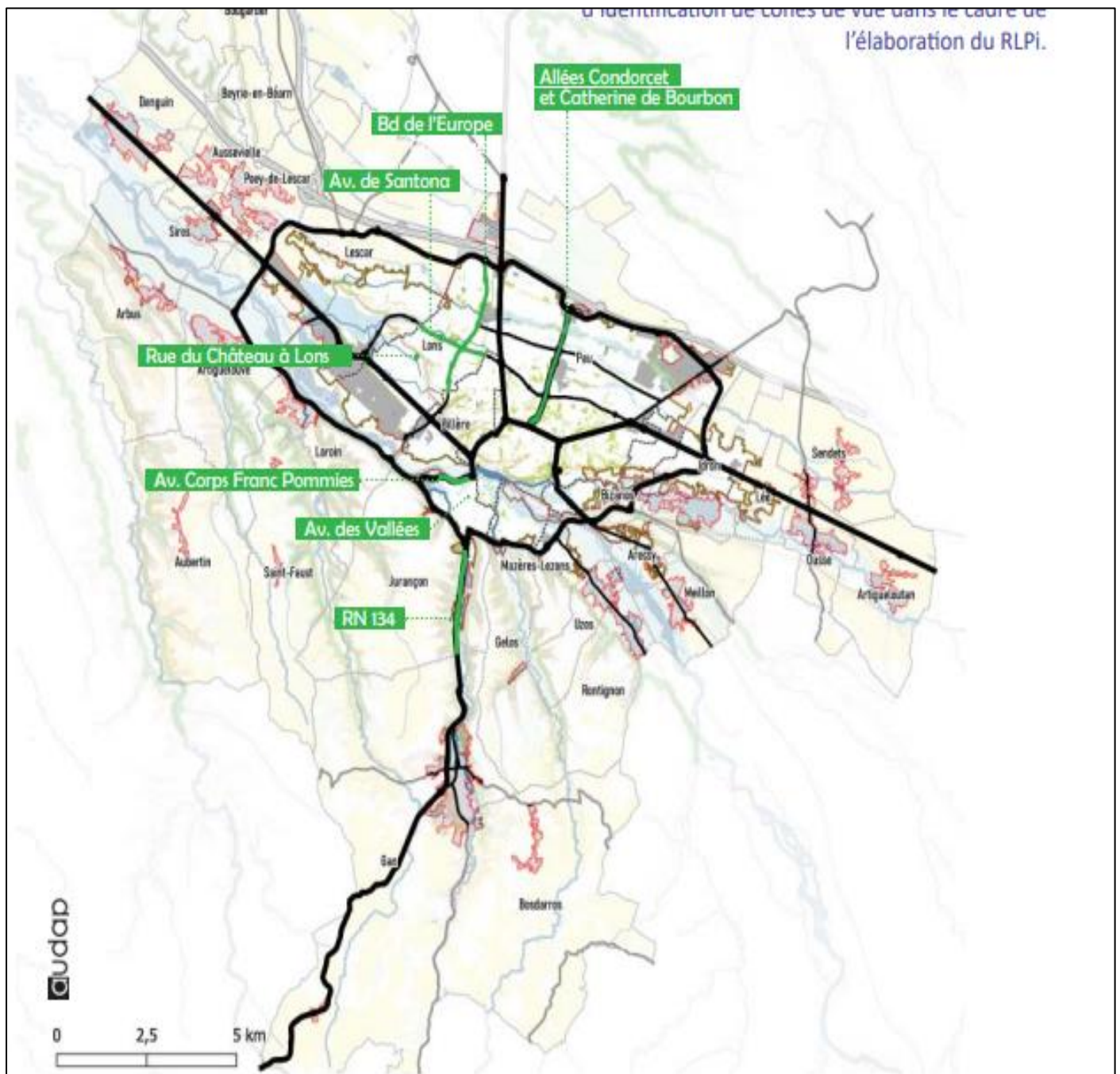


Les voies préservées de la publicité par un règlement Local de Publicité

Plusieurs axes routiers sur le territoire sont bien préservés de l’affichage publicitaire. Ils concernent principalement les communes qui ont fixé des règles à travers leur RLP communal pour garantir une bonne préservation des paysages (comme à Lons et à Pau).

Cette protection a des effets bénéfiques sur la visibilité des paysages lointains et des éléments patrimoniaux et sur la perception des entrées et sorties de villes (vues agréables pour l’ensemble des usagers : piétons, automobilistes, cyclistes).

Le RLPi cherchera à maintenir la protection de ces lieux déjà protégés.





Allée Condorcet - PAU



Rue du Château - LONS



Voie Nord/Sud - BILLERE



Nombreux dispositifs en doublon



Bizonos



Pau



Billère



Idron

Publicités en doublon sur clôture (PAU)



PAU



PAU



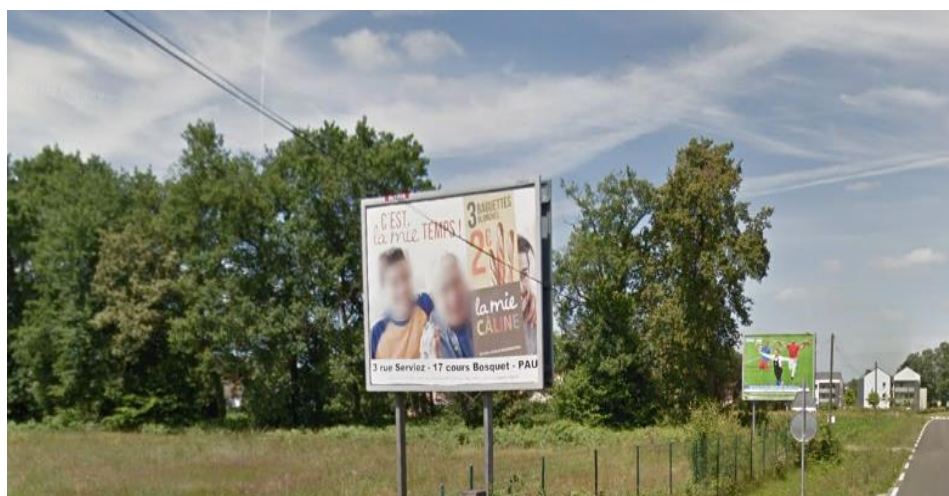
MEILLON



GAN

➤ **Espaces naturels, agricoles, espaces verts urbains et de loisirs et espaces hors agglomération**

- Présence modérée de publicités en zones naturelles et agricoles pourtant interdite,
- Présence parfois de publicités inappropriées au contexte paysager



Publicité en zone agricole (Idron)



Publicités aux abords d'équipements de loisirs (Pau et Billère)



Publicité aux abords de jardin public (PAU)

➤ **Centres bourgs, secteurs patrimoniaux, cônes de vue, bâtiments patrimoniaux,**

- Présence de dispositifs d'affichage inadaptés aux secteurs à forts enjeux,
- Parfois des publicités masquant des bâtiments patrimoniaux et des vues sur le grand paysage,
- Mais aussi des enseignes qualitatives (centre-ville de Pau)



Publicité masquant la vue sur un bâtiment remarquable (avant et après la dépose du panneau- BILLERE)

Publicités aux abords et sur des bâtiments patrimoniaux



PAU



PAU



LAROION (grange béarnaise)



Publicité en inadéquation avec l'environnement proche (à gauche : Château et Parc de Franqueville)



Publicité gênant la vue sur la chaîne des Pyrénées



Publicités en centre bourgs (Denguin et Arbus)



Publicités aux abords d'équipements de Loisirs

➤ **Quartiers d'habitats**

Dans les quartiers d'habitats, de nombreux dispositifs ne sont pas en adéquation avec les objectifs d'amélioration du cadre de vie. Cela se manifeste par :

- des panneaux de grande dimension **disproportionnés par rapport au bâti**,
- des panneaux **situés devant les baies d'habitation**,
- la présence ponctuelle de panneaux numériques proche d'habitations.



Publicités disproportionnées par rapport au bâti environnant (Pau)



Publicités en quartiers d'habitats (LEE)



Publicité masquant la façade d'une habitation (LONS)

➤ Zones d'activités économiques

Les zones économiques regroupent les zones commerciales et les zones artisanales, industrielles. On constate dans ces zones :

- Une profusion de panneaux publicitaires dénaturant le paysage et empêchant une bonne visibilité des activités économiques et en particulier des enseignes,
- La présence ponctuelle de panneaux numériques dont la variété des informations défilantes a pour effet d'attirer le regard et à ne plus prêter attention aux enseignes,
- La plupart des publicités présentent un format de 12 m² ou 8 m².



Boulevard de l'Europe - L'ESCAR

5.1.3 Non conformités les plus fréquentes

Tous les dispositifs publicitaires implantés ne sont pas en règle avec la réglementation nationale issue du code de l'environnement.

En effet, même si certains espaces sont protégés par la réglementation, l'analyse de terrain montre qu'il existe actuellement un certain nombre de dispositifs publicitaires présents dans certains périmètres réglementaires (agricole, naturelle, hors agglomération, espace boisés classés...).

La non-conformité qui a pu être mesurée à l'échelle du territoire correspond au nombre de dispositifs publicitaires situés hors agglomération. Elle représente environ **12 % des dispositifs**. Au regard du principe réglementaire interdisant la publicité hors agglomération, ces dispositifs se révèlent donc en infraction.

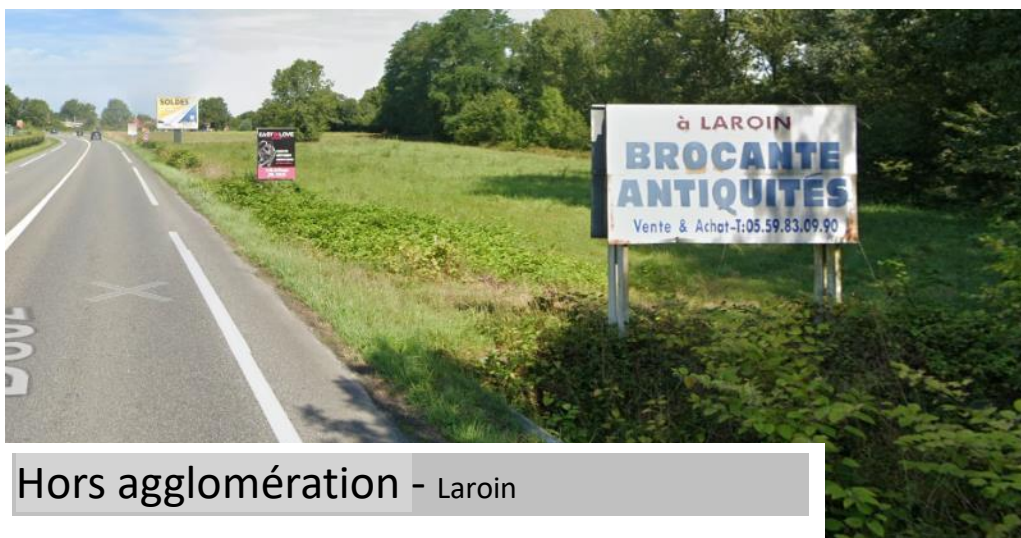
Ce pourcentage paraît particulièrement notable si on le compare avec le pourcentage de publicité en quartier d'habitat.

En outre, il convient de souligner qu'entre **60 % et 100 % des dispositifs sur 10 communes** sont implantés hors agglomération.



Hors agglomération et en zone naturelle

Jurançon



Hors agglomération - Laroïn



Zone naturelle - Bizanos

D'autres non-conformités sont constatées sur le territoire :

- des publicités visibles depuis une voie hors agglomération (publicités implantées en entrée de bourg, de ville),
- dépassement des limites de l'égout du toit,

- implantation en zones d'interdiction (zone naturelle, agricole)
- non-respect de la règle H/2 imposant une distance d'implantation par rapport à la limite séparative de propriété d'au moins la moitié de la hauteur du dispositif.
- certains dispositifs scellés simple face n'ont pas l'arrière habillé. L'absence ou le défaut d'habillage de la face non utilisée présentent un impact fort en matière d'insertion esthétique et paysagère du dispositif.

Des publicités en entrée de bourg visibles depuis une voie hors agglomération



GAN



OUSSE



LEE



Route de Tarbes (dépassement de l'égout du toit)



Laroin (dépassement de l'égout du toit)



Non-respect de la règle H/2

5.2 Le mobilier urbain sur le territoire de l'agglomération

Le mobilier urbain est un équipement qui est installé sur le domaine public et qui est utile pour ses usagers en leur apportant un service (bancs publics, abris de transport en commun, poubelles, signalétique de guidage...).

Le code de l'environnement autorise la publicité sur le mobilier urbain à titre d'accessoire et sous certaines conditions (surface maximale).

Seuls 5 types de mobilier sont concernés par le droit de l'affichage :

- Les abris destinés au public
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial
- Les colonnes portes affiches ne supportant que l'annonce des spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris »)
- Les mats portes affiches
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractères général ou local ou des oeuvres artistiques.

Sur le territoire de l'agglomération, les principaux types de mobilier urbain que l'on rencontre sont les abris-bus, les mobiliers urbains pour information dits sucette d'affichage.



Abris bus, PAU



Sucette d'affichage, Centre-ville de PAU



Mobilier urbain 12m² - PAU



Colonne porte affiches
Photo prise sur un autre territoire



Kiosque à journaux
Photo prise sur un autre territoire



Mats porte affiche
Photo prise sur un autre territoire

Dans la ville de Pau, la collectivité a signé un contrat avec afficheur pour la gestion de son mobilier urbain. En contrepartie d'une rémunération financière perçue par la collectivité, la société bénéficie librement de la possibilité d'affichage sur le mobilier urbain. Ceci tout en respectant les règles instaurées localement dans le RLP de Pau.

5.3 Les enseignes

5.3.1 Méthodologie

Les enseignes sont présentes sur l'ensemble des secteurs économiques du territoire : centre bourg, zones commerciales et d'activités, quartiers d'habitats.

Un dénombrement exhaustif des enseignes est rendu difficile au regard du très grand nombre de dispositifs et de la très grande diversité des dispositifs. En effet, contrairement aux publicités dont les formats sont standardisés, les enseignes présentent des aspects, des formes et des couleurs très variés.

L'état des lieux révèle qu'il y a autant de commerces et d'établissements que de type d'enseignes, exceptés les établissements franchisés qui ont une charte graphique commune.

C'est pourquoi, une approche qualitative des enseignes a été privilégiée.

5.3.2 Constats sur le territoire

L'impact visuel des enseignes est lié à leur nombre, à leurs dimensions (dans l'absolu et par rapport au support, à l'environnement et aux perspectives), leurs couleurs et leur position.

Les typologies d'implantation des enseignes sont largement liées au contexte dans lequel l'activité est implantée. Les enseignes sur store ou perpendiculaires se retrouvent majoritairement dans les zones de commerces de proximité (centres, pôles de commerces), alors que les enseignes au sol ou sur toitures sont davantage développées au sein des zones d'activité ;

➤ **Les entrées de villes :**

Le diagnostic a fait apparaître que de nombreuses enseignes scellées au sol ne se distinguaient pas, par leur aspect et format, des publicités scellées au sol.

Enseignes se confondant avec des publicités



Lescar



Billère



Billère



Lons



Lescar



Lescar

➤ **Les centres villes :**

Les enseignes participent fortement à la perception d'un lieu ressenti par les usagers. Elles peuvent être un facteur de qualité ou au contraire de dépréciation. Le choix des couleurs, formats, dispositions et matériaux utilisés est un critère déterminant pour l'intégration d'enseignes.

Les enseignes aux graphismes et aux couleurs sans cohérence avec les façades sont assez souvent observables au sein du territoire hormis dans le SPR de Pau où la plupart des enseignes sont intégrées harmonieusement. Cette situation conduit à une dépréciation du patrimoine bâti sur lequel elles sont implantées.

En outre, la surabondance des dispositifs complexifie la lisibilité des commerces

Sur le territoire, des enseignes altérant l'architecture des bâtiments ont été constatées. A contrario des enseignes intégrées qualitativement aux façades sont présentes.

Exemples d'enseignes qualitatives en centre-ville de Pau



Pau



Pau



Pau



Pau

➤ **Les zones d'activités économiques :**

- Une prolifération d'enseignes scellées au sol (sur poteaux, oriflammes...)
- Des dispositifs peu qualitatifs (banderoles) et parfois peu lisibles (type oriflamme),
- Présence de dispositifs numériques ayant un impact visuel plus fort,
- Présence de totems scellés au sol regroupant plusieurs enseignes,
- Une profusion d'enseignes sur clôtures, parfois peu qualitatives,
- Charte graphique propre aux entreprises : sans lien avec environnement proche,
- Des enseignes en toiture souvent présentes.
- les zones économiques à vocation tertiaire, artisanale et industrielle plutôt sobre sur le plan de l'affichage,
- les zones commerciales (ZACOM) plus expressives sur le plan de l'affichage car très fréquentées.



Prolifération d'enseignes oriflammes - PAU

Banderoles, souvent mal tendues



Lons



Lescar



Lescar



Lons



Lons



Lescar



Lons



Laroin



Idron

Dispositif commun regroupant plusieurs enseignes



Prolifération d'enseignes sur clôtures (Pau)



Enseignes en toiture (Lescar)



Enseignes en toiture (Lescar)



Enseignes en toiture (Lescar)

➤ **En quartiers d'habitats :**

Dans les quartiers d'habitats, les activités installées dans les habitations individuelles sont souvent signalées par des enseignes sur clôture. Ce type de dispositif est privilégié par rapport à l'enseigne sur façade.



Pau



Bizanos



Gelos

➤ **Cas des vitrophanies :**

Les vitrophanies sont des enseignes collées sur les baies vitrées commerciales.

L'état des lieux a révélé que dans certains cas les vitrophanies recouvraient tout ou une majeure partie des baies vitrées commerciales les rendant ainsi largement occultées.



5.3.3 Non-conformités les plus fréquentes

Les non-conformités les plus fréquemment constatées sur le territoire de l'agglomération sont le :

- Dépassement de la toiture,
- Cumul de dispositifs au sol,
- Dépassement de la superficie maximale autorisée,
- Entretien des enseignes.



Dépassement de la surface des enseignes



Enseigne dépassant le toit



Enseigne sur toiture avec un panneau de fond



Dépassement de la hauteur maximale de l'enseigne

5.3.4 Cas particulier : enseignes numériques, enseignes temporaires et pré-enseignes temporaires

Sur le territoire, les enseignes numériques tendent à se développer. Elles sont soit apposées sur façade soit scellées au sol. Ces dispositifs ayant un impact visuel plus fort, ne sont pas réglementées dans le RNP en termes de formats, et de nombre contrairement aux publicités numériques.

Ainsi le RLPi prévoit d'instituer des prescriptions sur ce type de dispositif afin de ne les autoriser que dans les lieux adaptés. Une bonne intégration dans leur environnement sera aussi recherchée.



Enseignes numériques (Lescar)

A l'instar des enseignes numériques, le RNP ne prévoit pas de dispositions réglementaires concernant le format maximal autorisé des enseignes et pré enseignes temporaires.

Le RLPi prévoit de les réglementer en limitant leur surface et leur nombre afin d'éviter de dénaturer le paysage par une profusion de ces dispositifs et des formats démesurés.



Enseigne temporaire Idron (banderole)

5.4 Les pré-enseignes dérogatoires

Hors agglomération, les seules pré-enseignes autorisées sont celles **dites dérogatoires** mentionnant :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;

Pré-enseignes hors agglomération <i>Article R581-66/67</i>	Densité maximale par catégorie d'activité	Implantation
Monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite	4	2 pré-enseignes peuvent être installées < 100 m ou dans zone de protection du monument À 10 km maxi du monument signalé
Activités culturelles/ Produits du terroir	2	À 5 km maxi de l'entrée de l'agglomération ou du lieu de l'activité exercée

Sur le territoire, certains dispositifs signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir ne respectant pas les dimensions requises ont été repérés.



*Pré-enseignes dérogatoires
ne respectant le format 1 m de hauteur par 1.50 m de largeur (format rectangulaire horizontal)*

Concernant ce type de pré-enseignes, le projet ne prévoit pas de les réglementer plus drastiquement que ce que prévoit la réglementation nationale. Par conséquent, elles seront automatiquement soumises aux règles nationales.

6 CHAPITRE 6 : Echanges avec les communes, personnes publiques associées et acteurs du territoire

6.1 Echanges avec les services des communes

Le RLPi a été élaboré tout le long de la procédure en concertation avec l'ensemble des communes du territoire. Ce travail collaboratif avec les communes a été mené sous forme de questionnaires et d'ateliers de travail.

6.1.1 Questionnaires adressés aux communes

- **Secteurs principaux où la publicité est imposante et/ou elle n'est pas adaptée à l'environnement local** (sites naturels, paysagers, patrimoniaux...)

Communes	Retour des élus et des services communaux sur les secteurs méritant une attention particulière
Artiguelouve	Entrée Est de la commune : petite zone commerciale
Billère	Rocade Nord, Sud entre rond-point des entrepreneurs et Avenue saint John Perse
Bizanos	Route de Tarbes
Bosdarros	Carrefour (RD 24/ RD 285)
Gan	Entrée sud de Gan, Avenue d'Aspe, des Pyrénées, Avenue Henri Iv
Idron	Route de Tarbes
Jurançon	Route de Gan
Laroin	Entrée ouest de Laroin
Lescar	Boulevard de l'Europe, ZACOM
Pau	Patrimoine bâti et paysager important : SPR, Route de Bayonne, Avenue Jean Mermoz
Poey-de-Lescar	Petite zone commerciale
Uzos	Entrée Est d'Uzos, zone commerciale

- **Attentes des communes sur les règles à envisager dans le RLPi**

- Interdire l'affichage masquant un site patrimonial,
- Veiller à la visibilité des enseignes, notamment celles des commerces de proximité et à leur qualité dans les centres bourgs,
- Dédensifier le nombre de panneaux et diminuer leur surface,
- Uniformiser sur l'ensemble de l'agglomération le format et les enseignes.
- Elaborer un règlement définissant à la fois le format, l'esthétique, la luminosité et la densité d'implantation des espaces publicitaires

- Éviter l'implantation de nouveaux panneaux lumineux de grandes dimensions,
- Harmoniser les dispositifs dans l'environnement pour la protection du paysage,
- Harmoniser les règles sur toutes les communes pour créer une identité de territoire (CDAPBP)
- Préserver les entrées des villes, de l'agglomération, les centres villes, les sites remarquables... de la publicité
- Créer une charte graphique commune,
- Interdire les panneaux de 12m² au profit d'un affichage de dimension réduite et en nombre restreint, exclusivement dans les secteurs économiques,
- Interdire la publicité dans les secteurs résidentiels et restreindre fortement dans les centres villes (publicité limitée aux activités commerciales existantes et en harmonie avec l'environnement architectural et urbain)

➤ **Attentes des communes sur le choix du scénario de densité de la publicité :**

Un questionnaire a été envoyé à toutes les communes pour leur permettre de choisir le scénario le plus adapté en matière de règle de densité de la publicité à l'échelle intercommunale.

Les scénarios proposés dans ce questionnaire visent uniquement les publicités scellées au sol étant donné leur prédominance sur le territoire intercommunal (89%).

Considérant que les publicités scellées au sol sont les plus impactantes visuellement sur le cadre de vie des habitants, il a été proposé de simuler :

- Dans le scénario 1 leur interdiction générale dans tous les secteurs d'habitats. Ainsi, la publicité scellée au sol serait **autorisée uniquement en zones économiques** (baisse du nombre de publicités estimée à environ 77%),
- Dans le scénario 2 : leur interdiction dans les secteurs d'habitats sauf aux abords des axes routiers qui sont propices à l'installation de publicité, Ainsi, la publicité scellée au sol serait autorisée **en zones économiques et le long des axes structurants** (baisse du nombre de publicités estimée à environ 61%)
- Dans le scénario 3 : leur interdiction dans les secteurs d'habitats et le long de 2 axes principaux sur Pau, en raison de leur caractère à dominante habitat. (baisse estimée du nombre de publicités à environ 63%)
Les 2 boulevards concernés par cette exclusion des publicités (scellées au sol) sont ceux de la Paix et Tourasse. En outre, une requalification d'une séquence du Boulevard de la Paix, (entre les Allées de Bourbon et l'Avenue Alfred Nobel) a été réalisée, donnant lieu à une mise en valeur des espaces publics nouvellement aménagés. C'est pour cette raison que l'installation de publicités semble inappropriée.

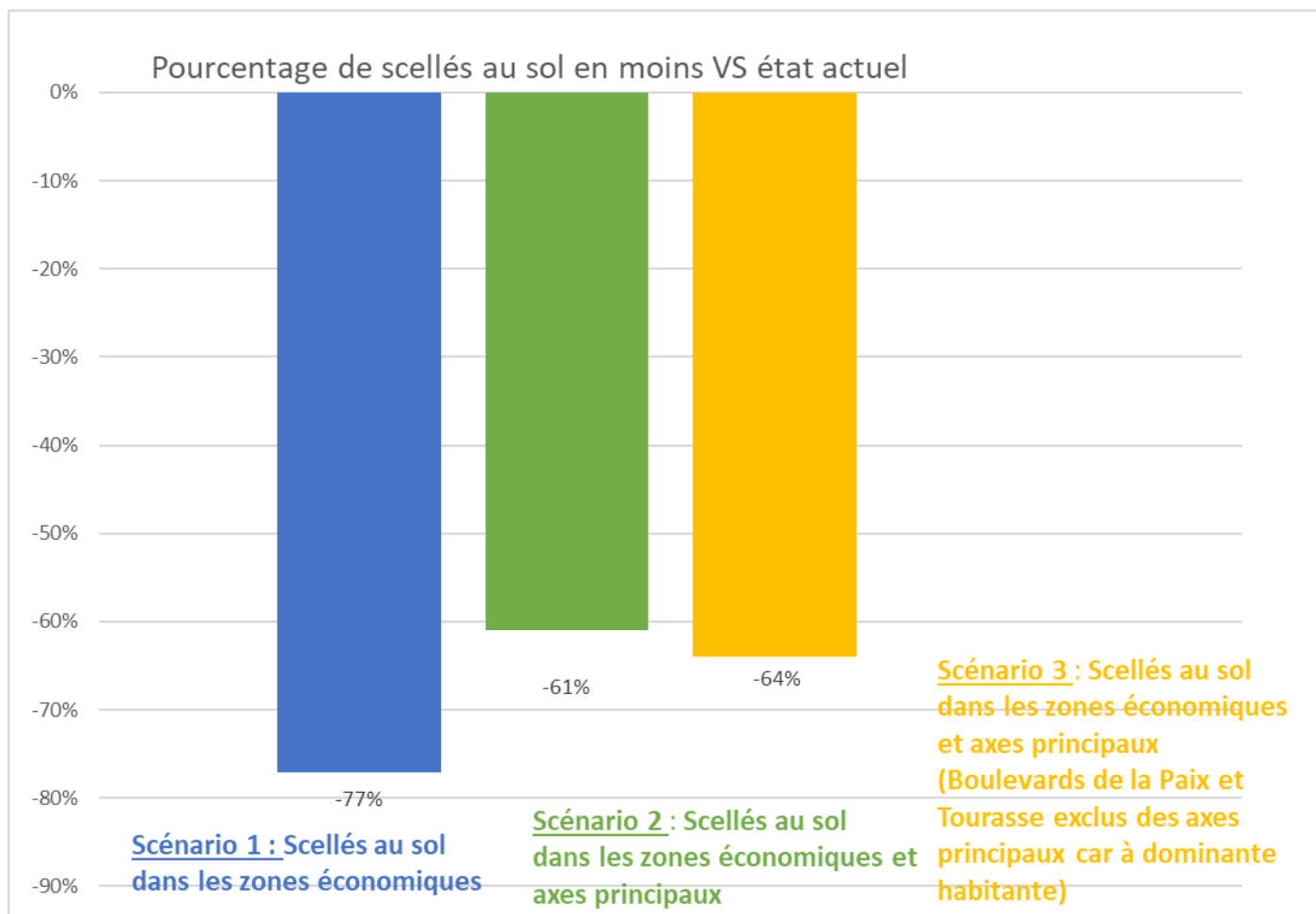


Diagramme représentant l'estimation de la baisse du nombre de scellés au sol sur les 31 communes

Pour chaque scénario, la réduction du nombre de dispositifs a été estimée afin de quantifier l'impact de l'application de la règle de densité dans le paysage du territoire. Pour ce faire, un critère de densité rapporté au linéaire d'alignement a été affecté dans les zones admises de publicités. Il a été fixé à un dispositif par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres. En deçà de cette longueur, la publicité serait interdite.

Les résultats du questionnaire révèlent que le scénario majoritaire **validé par le plus grand nombre de communes est celui autorisant la publicité le long des axes principaux et dans les zones économiques et commerciales** (15 pour le scénario 2 sur 29 communes ayant répondu)

Plus précisément, la majorité des communes périurbaines les moins impactées par la publicité ont répondu favorablement au scénario le plus restrictif soit le n° 1. En revanche, les communes du cœur de l'agglomération paloise, plus concernées par l'installation de publicités en raison d'un nombre plus important de panneaux, ont choisi les scénarios plus permissifs (2 ou 3).

Par conséquent, le choix final s'est orienté vers le scénario 3 qui intègre le scénario 2 et la volonté d'exclure les boulevards Tourasse et de la Paix de la catégorie « axes principaux » en raison de la forte densité d'habitations aux

abords de ceux-ci (contrairement à d'autres axes, comme la Route de Bayonne) et du faible impact de la densité de publicité existante.

➤ **Attentes des communes sur les cônes de vue :**

Au regard des richesses connues du patrimoine du territoire, la collectivité a désiré étudier de manière plus précise l'existence d'autres secteurs à intérêts sur l'ensemble de l'agglomération.

C'est pourquoi, une étude a été confiée à l'AUDAP pour recenser sur l'ensemble de l'agglomération les vues remarquables sur le paysage qu'il soit naturel, architectural ou patrimonial visibles depuis les grands axes principaux.

La finalité du recensement est de dégager ces perspectives paysagères en interdisant les publicités existantes et futures pouvant les masquer.

L'identification des cônes de vue est motivée par le souhait des communes d'autoriser la publicité aux abords des axes (scénario 2 et 3 retenus par les communes). Elle présente en effet un intérêt puisque les axes routiers ne sont pas inclus en zone d'interdiction de publicité.

Cette étude a été réalisée sur les axes routiers les plus fréquentés de l'agglomération, là où on note la plus forte concentration de publicités. Les secteurs ayant un intérêt paysager et patrimonial visibles - depuis ces axes - de manière proche ou lointaine ont été étudiés spécifiquement.

Ce travail fait état de 16 communes concernées par un ou plusieurs cônes de vue sur leur territoire respectif. Ce qui représente au total une centaine de cônes de vues identifiés en dehors des périmètres réglementaires d'interdiction de publicité (sites classés, inscrits, espaces boisés...).

Les cônes de vue validés par les communes ont été pris en compte dans la définition du zonage du RLPi.

Certaines communes ont souhaité que soient ajoutés plusieurs cônes de vue, en plus de ceux proposés, pour préserver davantage les paysages et le cadre de vie. Tous leurs souhaits ont été pris en considération dans le RLPi.

6.1.2 Ateliers de travail menés avec les communes

Plusieurs ateliers de travail ont été organisés avec l'ensemble des communes durant toute la procédure d'élaboration du RLPi.

➤ **Atelier de travail n°1 :**

Le 1^{er} atelier de travail a consisté d'une part à présenter l'état des lieux de la publicité/enseigne sur le territoire ainsi que les enjeux en découlant. Et d'autre part, à échanger avec les participants sur les premières pistes de réflexion en vue de la traduction réglementaire des enjeux.

Il ressort notamment de cet atelier de travail une volonté globale de réduire la publicité significativement dans le paysage urbain en particulier dans les centres bourgs et les quartiers d'habitats pour notamment préserver le patrimoine historique et améliorer le cadre de vie des habitants.

➤ Atelier de travail n°2 :

Durant ce 2ème atelier, plusieurs points ont été abordés :

- Résultats des simulations de la densité des publicités scellées au sol, (présentation de 3 scénarios)
- Discussion de certaines règles à adopter dans le futur RLPi,
- Présentation d'une 1^{ère} version de traduction réglementaire des orientations.

➤ Atelier de travail n°3 :

L'objet de cet atelier a été de présenter la première version du règlement et du zonage.

Les questions posées par les participants ont porté principalement sur des demandes de précisions de termes. Le règlement écrit a donc été complété afin de repréciser certains termes et expliciter certaines prescriptions locales.

6.1.3 Echanges avec les personnes publiques associées

Deux réunions se sont tenues avec les personnes publiques associées le 1er décembre 2022 et le 9 avril 2024.

Elles ont permis de leur exposer l'état des lieux du territoire et les orientations du RLPi et d'échanger sur les déclinaisons réglementaires au travers du règlement écrit et du plan de zonage.

6.2 Echanges avec les professionnels de l'affichage, commerçants et habitants

Dans le cadre de la concertation préalable, 3 réunions publiques ont été organisées :

- **le 9 novembre 2023**, à destination des publicistes, des enseignants et des associations de protection de l'environnement,
- **le 23 novembre 2023** à destination des commerçants et des autres professionnels (artisans...)
- **le 30 novembre 2023** à destination des habitants.

L'ordre du jour, identiques pour ces 3 réunions, était le suivant :

- partager avec les professionnels les orientations du RLPi qui vont servir de cadre à la définition des futures règles,
- présenter les futures règles applicables aux publicités et aux enseignes,
- répondre aux interrogations des participants et recueillir leurs remarques.

Comme il l'avait été indiqué lors de la 1^{ère} réunion publique, une seconde réunion avec les publicistes et association de protection de l'environnement s'est tenue le 21 mars 2024.

Ont été conviés les professionnels qui ont souhaité rencontrer une nouvelle fois la communauté d'agglomération et qui ont apporté des contributions écrites sur le projet de RLPi.

L'objectif de cette réunion était de leur exposer d'une part les propositions qui ont été retenues faisant suite à la concertation et de présenter d'autre part les principales thématiques qui ont été soulevées lors de la concertation.

Le contenu des différents échanges est présenté dans le bilan de la concertation annexé à la délibération du conseil communautaire arrêtant le projet de RLPi le 27 juin 2024.

7 CHAPITRE 7 : Synthèse et enjeux du territoire découlant de l'état des lieux

7.1 Synthèse du recensement des dispositifs sur le territoire

Le diagnostic a permis de mettre en évidence un ensemble de constats sur le territoire concernant l'intégration des dispositifs d'affichage dans leur environnement.

Ces constats ont été dégagés par secteurs urbains ayant des caractéristiques similaires puisque l'objectif du RLPi est de tendre vers une meilleure intégration des dispositifs selon le contexte environnemental dans lesquels ils se trouvent.

Il convient aussi de pérenniser la préservation des espaces remarquables notamment ceux qui ne sont pas couverts par des périmètres de protection réglementaire. Il s'agit par exemples des cônes et séquences de vue identifiés lors de l'étude spécifique menée par l'AUDAP et des bâtiments patrimoniaux.

De manière synthétique, il a été constaté sur le territoire :

- des zones très concentrées en dispositifs publicitaires notamment le long des axes principaux,
- la présence fréquente de publicités en zones d'interdiction réglementaire,
- une altération du paysage de certaines entrées de villes et leur manque de lisibilité liée notamment à une densité forte de l'affichage,
- des zones en inadéquation avec la présence de dispositifs en l'état actuel,
- des disparités de dispositifs en particulier pour les enseignes en termes de surface, nombre, esthétique...
- une absence de relation entre les conditions d'installation du dispositif en lui-même et l'environnement proche du dispositif,
- des dispositifs disproportionnés par rapport au bâti environnant,
- des secteurs ayant un intérêt paysager ou patrimonial dépourvus de publicité grâce à la mise en place de règles locales (RLP de Lons et Pau par exemple),

Partant de ces constats spatialisés, des enjeux, répondant à la fois aux objectifs d'amélioration du cadre de vie et de protection du paysage et aux besoins de communication des acteurs économiques, ont été identifiés par typologie d'ambiance urbaine.

7.2 Identification des enjeux de paysage et de cadre de vie sur le territoire intercommunal

Tableau de synthèse sur la situation de la publicité et des enseignes et les enjeux associés

Secteurs concernés par la publicité	Points forts constatés	Points faibles constatés	Enjeux identifiés
Hors agglomération	Densité faible des enseignes	Présence non négligeable de publicités Parfois des enseignes au format et au graphisme inapproprié à l'environnement	Assurer une bonne intégration des enseignes
Espaces naturels et agricoles et espaces boisés classés en agglomération, espaces verts urbains	Présence modérée de publicités en zones naturelles et agricoles pourtant interdite,	Présence de publicités non appropriée au contexte	Protéger les espaces naturels, agricoles, les espaces verts urbains et de loisirs en interdisant toute forme de publicité Assurer une bonne intégration des enseignes
Centre bourgs/centre historique/centralité	Intégration des enseignes globalement qualitatives (en particulier dans le centre-ville de Pau)	Présence de dispositifs d'affichage inadaptés aux secteurs à forts enjeux, Parfois des publicités masquant des bâtiments patrimoniaux et des vues sur le grand paysage	Garantir une bonne lisibilité du patrimoine architectural et remarquable en y interdisant la publicité, Assurer une bonne intégration des enseignes dans leur environnement et sur la façade des bâtiments
Entrées de villes et Voies à fort trafic routier	Certaines entrées de ville qualitatives, bien préservées de l'affichage	Prégnance de dispositifs publicitaires, Présence de nombreuses publicités et pré-enseignes en « entrées de ville » pourtant interdites, De nombreuses publicités en doublon brouillant le message véhiculé, De nombreuses enseignes se confondant avec des publicités.	Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville souvent très impactées par les panneaux publicitaires
Quartiers d'habitat	Présence fréquente d'enseignes sur clôture pour les activités situées	Des panneaux de grande dimension disproportionnés par rapport au bâti,	Améliorer la qualité paysagère,

	dans des habitations individuelles	Parfois des panneaux situés devant les baies d'habitation, Présence de panneaux numériques	Assurer un confort des habitants en interdisant le recours aux dispositifs lumineux et en dégagant les vues devant les baies d'habitation
Zones artisanales, industrielles, commerciales		Une prolifération d'enseignes scellées au sol (sur poteaux, oriflammes...) Des dispositifs peu qualitatifs et parfois peu lisibles (type oriflamme), Présence de dispositifs numériques ayant un impact visuel plus fort, Une profusion d'enseignes sur clôtures, parfois peu qualitatifs. Grandes enseignes et accumulation d'enseignes pouvant nuire à l'image de la zone et desservant l'activité en question	Améliorer la qualité paysagère et l'attractivité par une valorisation qualitative et une réduction de la densité des dispositifs Améliorer la lisibilité et la visibilité des zones économiques en réduisant le nombre de dispositifs Améliorer la lecture des messages publicitaires et des enseignes en harmonisant l'aspect des dispositifs

PARTIE 3 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

8 CHAPITRE 8 : Les prérequis dans la définition des orientations

L'état des lieux a permis de soulever les enjeux d'une réglementation locale de l'affichage.

Par exemple : réduction du nombre dans les secteurs de concentration, limitation de la présence publicitaire en fonction de la sensibilité des secteurs, réintégration modérée de la publicité dans les secteurs d'interdictions légales...

Un des objectifs du RLPi de Pau Béarn Pyrénées est de pouvoir offrir aux habitants et aux visiteurs des vues sur la montagne et les coteaux environnants. Au-delà de cette visibilité, et sachant qu'un territoire est un lieu où l'on habite et travaille, il est important de pouvoir orienter et informer les citoyens grâce aux dispositifs d'affichage.

8.1 Construire un RLPi à l'aide des RLP actuels

Un RLPi se construit en tenant compte des spécificités du territoire qu'elles soient communales ou communautaires. Il est important de rappeler que les RLP actuels ont été élaborés selon les caractéristiques propres aux communales et l'importance de l'affichage au moment où ils ont été définis.

Un RLPi peut donc conserver des éléments des RLP actuels qui paraissent encore pertinents aujourd'hui. Toutefois, certaines dispositions ne semblent maintenant plus adaptées au futur RLPi compte tenu de l'évolution des paysages urbains ou ruraux, de l'évolution de la réglementation ainsi que de l'arrivée de nouvelles technologies sur le marché (numérique, bâches).

8.1.1 Ce qui est conservé dans le RLPi

RLP de Pau :

- Mobilier urbain limité à 2 m² sur l'ensemble de la commune,
- Les dispositions applicables au Stade du Hameau,
- Certaines règles, définies dans le guide des devantures, sur l'aspect esthétique des enseignes en secteur à forts enjeux patrimoniaux et architecturaux,
- Une densité d'un dispositif publicitaire par unité foncière d'une longueur au moins égale à 40 m (pour les publicités scellées au sol).

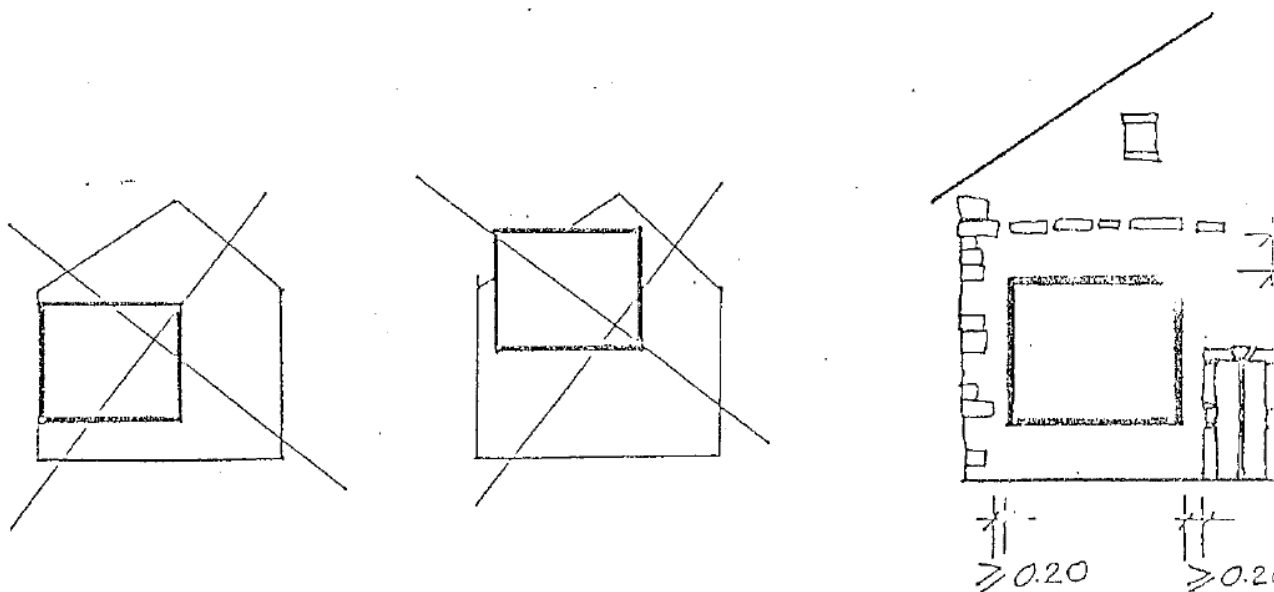
RLP de Lons :

- Format des dispositifs : format rectangulaire pour les publicités et totem pour les enseignes,
- Interdiction des couleurs criardes,
- Mobilier urbain limité à 2 m² sur l'ensemble de la commune,
- Un pied unique pour les dispositifs publicitaires scellées au sol,
- En cas d'affichage sur une seule face, la face arrière du dispositif est dotée d'un bardage dissimulant structure et fixation,
- Les zones d'interdiction générale de publicité (axes à protéger de la publicité). A ce titre, la commune de Lons a exprimé la volonté de maintenir l'interdiction aux abords des axes déjà protégés dans le RLP actuel. Cette volonté communale a donc été reprise dans le projet de RLPI.

RLP de Jurançon :

Le RLP de Jurançon mentionne les dispositions suivantes :

4-4. Les publicités et pré enseignes fixées sur un mur parallèle à celui-ci et disposées telles que tout point leur encadrement et /ou support soit distant en projection sur un plan parallèle au mur, au minimum de 0.20 m de tout élément d'architecture décoratif ou constructif apparent.



Le RLPI prévoit d'étendre cette disposition en écartant un dispositif des arêtes du mur afin de permettre sa meilleure intégration au bâtiment.

4-3. La partie arrière des publicités, enseignes et pré-enseignes sur support fixé au sol sauf celles accolées sont « habillées ».

Cette disposition sera conservée dans le RLPI car elle vise à intégrer les dispositifs dans l'environnement.

D'autres dispositions relatives à l'esthétique des dispositifs publicitaires et enseignes sont instituées dans le RLPi sachant que le RNP ne comporte pas ce type de dispositions (uniquement maintien en bon état d'entretien).

8.1.2 Ce qui évolue dans le RLPi par rapport aux RLP locaux

- Les zones qui ont permis d'autoriser davantage de publicité (ZPA) ne sont pas maintenues dans le RLPi car ces dérogations ne sont plus possibles dans la réglementation nationale actuelle (RNP issu de la loi Grenelle II)
- La publicité et les enseignes numériques (dispositifs relativement récents) est absente de la réglementation de la plupart des communes et devra être réglementée dans le RLPi.
- Les dispositions illégales sont écartées du règlement du futur RLPi comme la mise en place de restrictions au niveau des giratoires au motif de sécurité routière ou encore l'institution d'un nombre limité de publicités sur une zone donnée. En effet, cela reviendrait à instituer un régime d'autorisation alors que ce régime n'a pas été prévu par le législateur.
- Le RLPi cherche à être compréhensible par tous les acteurs concernés (habitants, professionnels, instructeurs). Ainsi, il exclut les dispositions difficilement applicables comme celles figurant dans les RLP actuels, par exemples :
 - une largeur d'encadrement variable selon les zones et selon le type d'affichage (fixe ou déroulant). Le calcul de largeur d'encadrement s'avère plus complexe que le calcul de la surface totale (affiche et encadrement).
 - une surface maximale des enseignes perpendiculaires n'excédant pas $1/3 \text{ m}^2$, dont la valeur n'est pas égale à un chiffre entier.
- L'institution dans le RLPi de règles sur l'aspect esthétique des enseignes dans les secteurs à forts enjeux.
- Le RLPi protège les axes offrant des perspectives paysagères de qualité notamment sur les coteaux et la chaîne de Pyrénées (identification de cônes de vue – étude Audap 2022).
- La mise en place de règles de distance par rapport aux publicités sur fond propre (parcelle de terrain sur laquelle est installée une publicité) pour préserver le cadre de vie des habitants.

9 CHAPITRE 9 : Les orientations du RLPi

Les orientations du RLPi ont d’abord fait l’objet d’un débat en conseil communautaire le 30 septembre 2022 avant d’être débattues au sein de chaque conseil municipal des communes de l’agglomération.

Les élus de la communauté d’agglomération ont pris acte des orientations telles que présentées dans la délibération du 30 septembre 2022.

Les orientations sont les **ambitions souhaitées des élus pour le territoire** en matière de préservation du paysage et du cadre de vie et de communication pour les acteurs économiques.

Elles **découlent des enjeux identifiés** à partir des constats sur le territoire (diagnostic territorial) et viennent ainsi **compléter et préciser les objectifs** fixés lors de la prescription du RLPi.

Traduction réglementaire des orientations du RLPi :

Les orientations du RLPi conditionnent **l’élaboration du règlement écrit et le zonage du RLPi**.

Une traduction synthétique des orientations (non exhaustive) est indiquée dans le tableau suivant. La traduction détaillée figure dans les chapitres dédiés aux justifications des règles

Orientations du RLPi	Traduction dans le zonage et le règlement
ORIENTATION 1 : DEVELOPPER UN CADRE DE VIE DE QUALITE POUR TOUS LES HABITANTS ET RENFORCER L’ATTRACTIVITE TOURISTIQUE	
Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville et des axes principaux du territoire	La densité des publicités est réduite. Les dispositifs publicitaires sont encadrés de manière uniforme sur le territoire (forme et couleurs du support) pour les distinguer des enseignes. Les publicités sur toiture, sur balcon et sur clôture sont interdites.
Préserver et valoriser les vues sur la chaîne des Pyrénées et sur les éléments patrimoniaux du territoire	Les publicités et les enseignes sur toiture sont interdites pour ne pas entraver les perspectives sur le paysage lointain et garantir la préservation des vues sur les paysages environnants remarquables. Ces vues sont aussi préservées par l’intermédiaire de cônes de vue, identifiés sur le territoire, transposés dans le zonage.
Adapter de façon cohérente les règles selon le contexte environnant	Certains types de dispositifs sont interdits en fonction des lieux et le format de certains dispositifs est modulé selon les enjeux spécifiques des secteurs (par exemple format de 1 m ² pour les publicités lumineuses à l’intérieur des vitrines contre 2 m ² dans les zones économiques).
Garantir équitablement un cadre de vie pour tous les habitants	Des règles de recul sont intégrées pour toute publicité implantée devant une baie d’habitation afin de préserver le cadre de vie des habitants aux abords des axes structurants. Afin de ne pas entraver les vues sur le bâtiment depuis l’espace public, un recul par rapport à tout type de bâtiment est instauré.

	Les panneaux lumineux sont interdits dans les quartiers d'habitats pour éviter les impacts de la pollution lumineuse sur le cadre de vie des habitants.
Préserver les zones situées hors agglomération en assurant une meilleure intégration des enseignes	Certains types d'enseignes à fort impact visuel (toiture) sont interdits.
Renforcer l'attractivité touristique des sites historiques du territoire et du Site Patrimonial Remarquable de Pau	Toute forme de publicité est interdite à l'exception de celle supportée par du mobilier urbain, la publicité petit format, les chevalets et les dispositifs de dimensions exceptionnelles (communes > 10 000 habitants).
Valoriser les centralités du territoire	Toute forme de publicité est interdite dans les centres-bourgs / villes à l'exception de celle supportée par du mobilier urbain, la publicité petit format, les chevalets et les dispositifs de dimensions exceptionnelles (communes > 10 000 habitants). Des règles sur l'aspect esthétiques (par exemples type et couleur du lettrage) sont instaurées dans les centres bourg/villes dans le but de mettre en valeur l'architecture et le patrimoine historique.
Assurer une cohérence entre les opérations d'aménagements publics et de revalorisation de l'espace public et l'implantation des publicités sur mobilier urbain	Veiller à ce que l'affichage sur mobilier urbain soit en adéquation avec la mise en valeur de l'espace public. Pour ce faire, le format du mobilier urbain est réduit à 2 m ² dans toutes les zones à l'exception des zones naturelles.
Réduire les pollutions lumineuses en limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques et en élargissant la plage d'extinction nocturne des publicités et des enseignes lumineuses	Les dispositifs numériques sont interdits dans les zones de biodiversité, à forts enjeux paysagers et patrimoniaux ainsi que dans les quartiers d'habitats. Les plages d'extinction sont étendues par rapport aux dispositions du Règlement National de Publicité (1h-6h)
ORIENTATION n°2 : DEVELOPPER L'ATTRACTIVITE ECONOMIQUE DU TERRITOIRE (artisanal, industriel, commercial)	
Améliorer la lisibilité des zones économiques	La densité des enseignes notamment murale est réduite. Les dispositifs peu qualitatifs sont interdits (banderoles, oriflammes) et la forme type totem est imposée pour les enseignes.
Garantir la visibilité des établissements afin de soutenir leur activité économique	Les enseignes sur clôture sont autorisées dans toutes les zones du RLPi. Leur format, leur nombre et le type de support sont encadrés.
Assurer une meilleure lecture des publicités et des enseignes	Sur l'ensemble du territoire hormis les communes hors unité urbaine, les enseignes et les publicités scellées au sol ont des formes distinctes. Leur aspect esthétique respectif est homogène.
Valoriser les secteurs protégés et les centralités et mettre en valeur les bâtiments patrimoniaux	Des règles sur l'aspect esthétique des enseignes sont instaurées de manière à assurer leur bonne intégration (par exemples type de matériaux, couleur et type de lettrage).

PARTIE 4 : EXPLICATIONS DES CHOIX RETENUS POUR LE ZONAGE ET LES REGLES AFFERENTES

La délimitation des zones de publicité et d'enseigne ainsi que le choix des prescriptions locales reposent à la fois sur des principes réglementaires et des principes choisis par la collectivité. Ces principes sont les suivants :

- **Equilibre entre valorisation des paysages et liberté d'expression** : conformément à l'article L581 1 du code de l'environnement : « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes* ».
- **Equité de traitement entre secteurs similaires** : se traduisant par des règles identiques entre secteurs similaires de l'ensemble du territoire pour répondre à un objectif d'harmonie intercommunautaire.
- **Cohérence territoriale de traitement selon les ambiances urbaines** : urbains, ruraux, paysagers...

10 CHAPITRE 10 : Justifications des prescriptions communes relative aux publicités

10.1 Interdictions de publicité

Plusieurs dispositifs sont interdits sur l'ensemble du territoire au regard de leur aspect peu qualitatif et de l'impact paysager qu'ils peuvent engendrer.

- **Sur arbres et plantations** :

En complément de l'interdiction de publicité sur les arbres au titre de l'article L581-4 du code de l'environnement, le RLPi étend cette interdiction à toutes les plantations dans un souci de protection des espèces végétales.

- **La publicité sur clôture**

La réglementation nationale interdit la publicité murale sur les clôtures lorsqu'elles ne sont pas aveugles (article R.581-22-3 du code de l'environnement).

Le RLPi étend cette disposition nationale en interdisant les dispositifs publicitaires sur toutes les clôtures (mur ou grillage), qu'elles soient aveugles ou non afin d'éviter la confusion avec des enseignes éventuellement présentes sur clôture .

Exemples de publicités et pré-enseignes sur clôture (Pau et Lons)



➤ La publicité sur toiture

Aujourd'hui la publicité sur toiture est absente sur le territoire intercommunal. Ce type de publicité, perceptible dans un rayon relativement important, peut avoir un impact non négligeable sur le paysage. Le RLPi anticipe le développement éventuel de ce type de publicité en interdisant les publicités sur toiture et terrasses en tenant lieu.

➤ La publicité sur garde-corps de balcon ou de balconnet

La publicité sera interdite sur les gardes corps de balcons et balconnets, les marquises et les auvents afin de garantir une visibilité des éléments d'architecture en arrière-plan.

➤ **La publicité sur bâtiments patrimoniaux**

Les bâtiments présentant des caractères architecturaux particuliers ont été identifiés dans l'AVAP, le PLUi et le PSMV.

Au titre de l'article L581-8, la publicité est interdite dans le SPR et donc par voie de conséquence dans l'AVAP et le PSMV dans la mesure où ces périmètres font partie du SPR.

Ainsi, seuls les bâtis patrimoniaux identifiés au PLUi en application de l'article L.151-19 du code de l'urbanisme ne font pas l'objet de protection réglementaire dans le RNP mais dans le RLPi il a été fait le choix de les protéger.

Ainsi, la publicité sur les murs des bâtiments patrimoniaux PLUi est interdite ainsi que celle installée au sol dans les parcelles cadastrales associées dont l'intégralité de la parcelle est prise en compte excepté les parcelles d'une surface supérieure à 5000 m².

Dans ces derniers cas, soit une dizaine de parcelles concernées, seule une portion proche du bâtiment est classée comme zone d'interdiction de publicités. Les portions délimitées correspondent chacune à une zone tampon de 20 m autour du bâtiment.

En plus de ces lieux d'interdiction, la publicité aux abords de certains bâtiments patrimoniaux pourra être également proscrite, par le biais de l'institution de cône de vue, dans l'objectif de préserver le champ visuel de ces bâtiments.

10.2 Dérogations à certaines interdictions de publicité

L'article R581-8 du code de l'environnement ouvre la possibilité dans le cadre d'un règlement local de publicité de déroger aux interdictions de publicité suivantes :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- 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.

Lieux « d'interdiction relative » présentes sur le territoire de Pau Béarn Pyrénées :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine.
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code.
- Dans les sites inscrits.
- Dans les zones Natura 2000.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

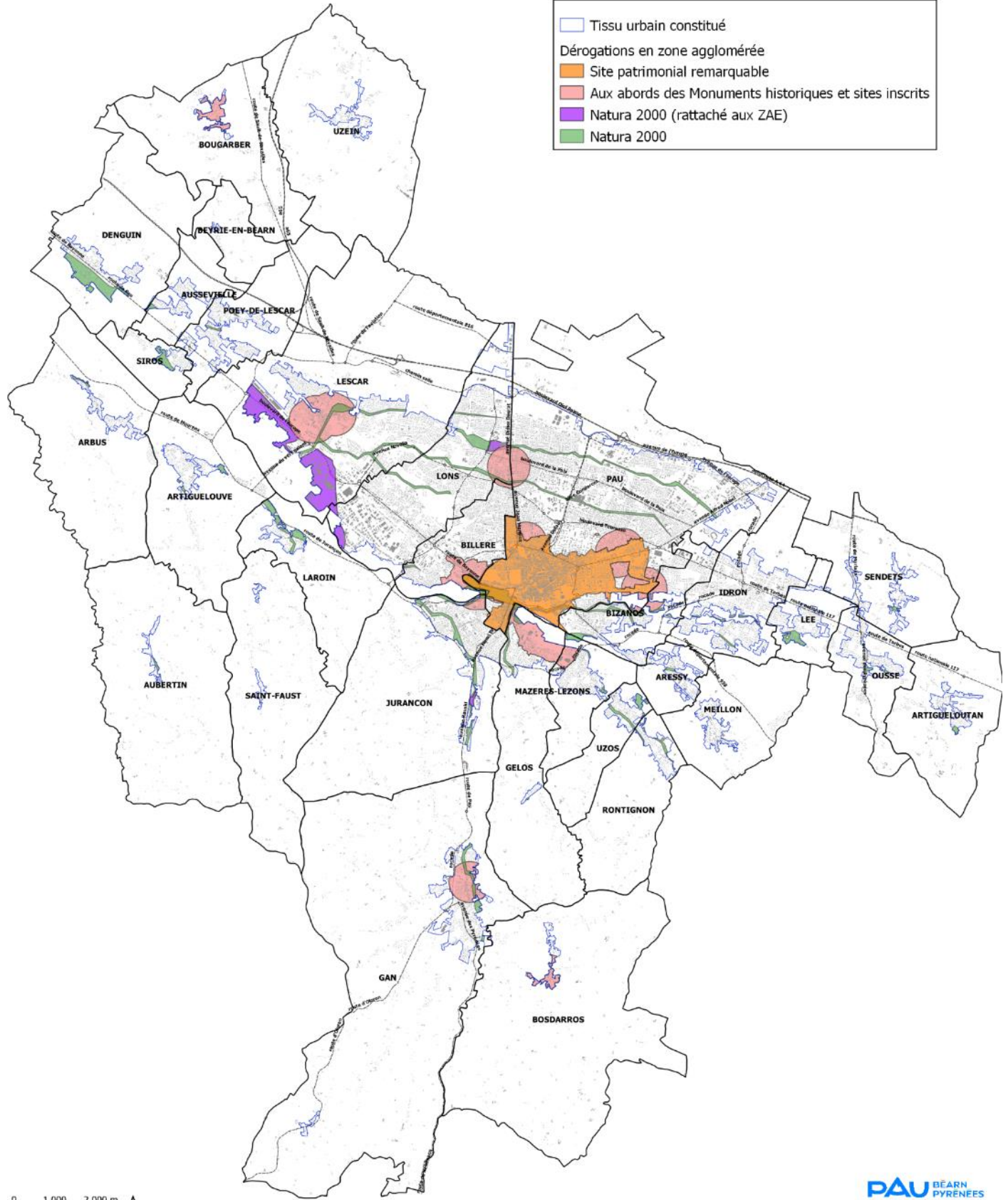
Le projet a pour volonté de déroger à l'interdiction de publicité :

- **aux abords des monuments historiques, dans le SPR de Pau et dans les sites inscrits** dans lesquels cinq types de dispositifs publicitaires sont réintroduits (dérogation n°1),
- **dans toutes les zones Natura 2000** où deux types de dispositif sont réintroduits (microaffichage et publicité sur palissade de chantier) (dérogation n°2),
- **dans 3 zones classées « Natura 2000 »** situées sur la commune de Lescar, Lons et Jurançon (dérogation n°3).

Les dérogations aux interdictions relatives de publicité, souhaitées sur le territoire de l'intercommunalité, sont représentées sur le plan graphique en page suivante.

Dérogations aux interdictions relative de publicité CAPBP

- Tissu urbain constitué
- Dérogations en zone agglomérée
 - Site patrimonial remarquable
 - Aux abords des Monuments historiques et sites inscrits
 - Natura 2000 (rattaché aux ZAE)
 - Natura 2000



DEROGATION N°1 :

La dérogation n°1 porte sur les dispositifs suivants :

- **La publicité supportée par du mobilier urbain** dans les conditions prévues aux articles 581 42 à 47 du code de l'environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones.

Conformément au code de l'environnement, le mobilier urbain a vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité commerciale.

Il a également d'autres fonctions : il permet de diffuser des informations locales, communales ou intercommunales, et est destiné à certains usages (abri bus). Ces diverses informations sont ainsi un moyen de dynamiser les centres bourgs et centres-villes.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

Pour promouvoir les activités culturelles locales sur le territoire, la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans l'ensemble des zones de l'agglomération hormis dans les espaces de qualité paysagère (espaces boisés classés, zones naturelles et agricoles) car, la publicité scellée au sol sur mobilier urbain y est proscrite par le code de l'environnement.

Le format maximal des publicités sur mobilier urbain dans les secteurs autorisés est limité à 2 m².

- **Dispositifs de dimensions exceptionnelles** liés à des manifestations temporaires.

Selon le code de l'environnement, les dispositifs de dimensions exceptionnelles ne sont autorisés que dans les communes de plus de 10 000 habitants.

Le RLPi prévoit de les autoriser uniquement dans le SPR de Pau et centres-villes des communes de plus de 10 000 habitants selon les conditions d'implantation définies dans le RNP. Ceci afin de favoriser la diffusion d'événements culturels, sportifs et associatifs organisés sur le territoire de la communauté d'agglomération considérant que ces lieux d'attractivité touristique sont propices à ce type de diffusion.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont autorisés uniquement dans les centres-villes des communes de plus de 10 000 habitants (dont le SPR de Pau) selon les conditions prévues dans le code de l'environnement. En revanche, ils sont proscrits dans les périmètres des sites inscrits, les périmètres des monuments historiques, les cônes et séquences de vue, sur les bâtiments patrimoniaux du PLUi et aux abords des axes à protéger inclus à la zone 2.

Les communes ainsi concernées par cette admission sont : Billère, Lons et Pau.

- **Dispositifs de petit format** (publicité présentant des dimensions plus restreintes que les publicités classiques, soit de moins de 1 m² unitaire) intégrés à des devantures commerciales et recouvrant partiellement la baie dans les conditions prévues par l'article R581 57 du CE et du présent règlement.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

Compte tenu de l'impact très faible de ces dispositifs, ceux-ci sont autorisés dans toutes les zones, hormis sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques et dans les sites classés, selon les conditions fixées par le RNP. Cela se justifie, en effet, par le fait qu'ils sont systématiquement adossés à un support existant (devanture commerciale) et donc qu'ils ne créent pas de nouvelle emprise au sol.

➤ **Chevalets :**

Les chevalets sont des dispositifs posés sur le sol devant un commerce servant à signaler des informations liées à l'activité de celui-ci. Ils sont généralement installés sur le domaine public et constituent donc une pré-enseigne.

Les commerces des centres bourgs et centres villes de proximité disposent souvent de ce type de dispositif. Ainsi, une levée de l'interdiction des chevalets est voulue pour continuer à servir les besoins de visibilité et d'informations des commerces.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

Les chevalets sont ainsi admis dans 3 « zones d'interdiction dites relatives » : aux abords des monuments historiques, dans le SPR de Pau et les sites inscrits du territoire selon les règles d'installation suivantes :

- 1 dispositif par établissement,
- un format de 0,80 cm de largeur par 1 m de hauteur.

➤ **Publicité sur palissades de chantier :**

En SPR, sites inscrits et périmètres de monuments historiques, les articles L.581-8 et 14 du code de l'environnement offrent la possibilité de déroger à l'interdiction de publicité sur palissades de chantier dans le cadre d'un RLPi.

Il apparaît pertinent de conserver cette opportunité d'affichage de publicité dans ces lieux afin de permettre une éventuelle participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices historiques.

L'impact visuel est limité compte tenu que :

- le support (palissade) est temporaire et qu'il est existant ne créant pas d'emprise au sol.
- le projet prévoit d'interdire toute publicité dépassant la hauteur de la palissade.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

La publicité sur palissades de chantier est admise dans certains lieux visés à l'article L581-8 : **aux abords des monuments historiques, dans le SPR de Pau et dans les sites inscrits**. Elle ne devra pas dépasser la hauteur de la palissade de chantier.

DEROGATION N°2 :

Dans tous les sites classés Natura 2000 du territoire, les dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales (dits « microaffichage ») et les publicités sur palissade de chantier sont admis pour les mêmes raisons qu'évoquées pour la dérogation n°1 et selon les mêmes conditions d'implantation.

DEROGATION N°3 :

La dérogation à l'interdiction de publicité n°3 porte sur trois secteurs concernés par Natura 2000 :

- un 1^{er} secteur situé sur la commune de Lescar qui est intitulée « *Barrage d'Artix et Saligue du Gave de Pau* » (FR7212010) publié au journal officiel le 24 mars 2006.

- un 2^{ème} secteur traversant la ZA du Mail et l'avenue Didier Daurat coïncidant approximativement au tracé du ruisseau de « l'Ousse ».

- un 3^{ème} secteur sur Jurançon situé à l'angle de l'avenue ZAC du vert Galant et de la route de Gan : 4 unités foncières localisées en zones d'activités économiques interférant avec le périmètre Natura 2000.

Concernant la première portion, elle correspond à la zone d'activités économiques de Lescar – Lons (ZACOM) qui s'est développée le long de la voie ferrée et de la D817 (Route de Bayonne). Elle s'étend aujourd'hui depuis l'intersection avec la rocade à Lescar, jusqu'à la ZAC de la Linière à Billère. L'environnement immédiat autour du Gave de Pau n'est aujourd'hui plus perceptible du fait du développement de la ZACOM.

Cette zone dans laquelle sont présentes des activités commerciales ou d'artisanat est classée en zone Uy ZACOM dans le PLUi.

Au travers du RLPi, une dérogation à l'interdiction de toutes les publicités est souhaitée pour la zone d'activités économiques de Lescar concernée par Natura 2000 pour les raisons suivantes :

- La présence de panneaux publicitaires en tant que telle ne vient pas perturber les écosystèmes et les espèces d'oiseaux protégées au titre de Natura 2000 car aucune modification de leur habitat ne sera générée dans ce contexte déjà très urbanisé. En effet, aucun environnement naturel n'est présent dans ce secteur.
- Les dispositifs autorisés de plus faible gabarit que le format maximal réglementaire ne sont pas des ouvrages nuisant à la préservation des espèces et des habitats.
- Le Boulevard de l'Europe traverse une zone entièrement commerciale (ZACOM de Lescar Soleil). D'un rayonnement supra communal, elle dispose d'un grand nombre d'entreprises et de commerces. Ainsi, ces acteurs économiques pourront grâce à cette dérogation promouvoir leur marque et leurs offres commerciales répondant ainsi à leur besoin de communication et de liberté d'expression.
- Le Boulevard de l'Europe est un axe structurant d'entrée dans l'agglomération paloise fortement fréquenté. Au regard de cette fréquentation, ce boulevard est donc une zone propice pour l'installation de publicités au profit des acteurs économiques implantés à ses abords.

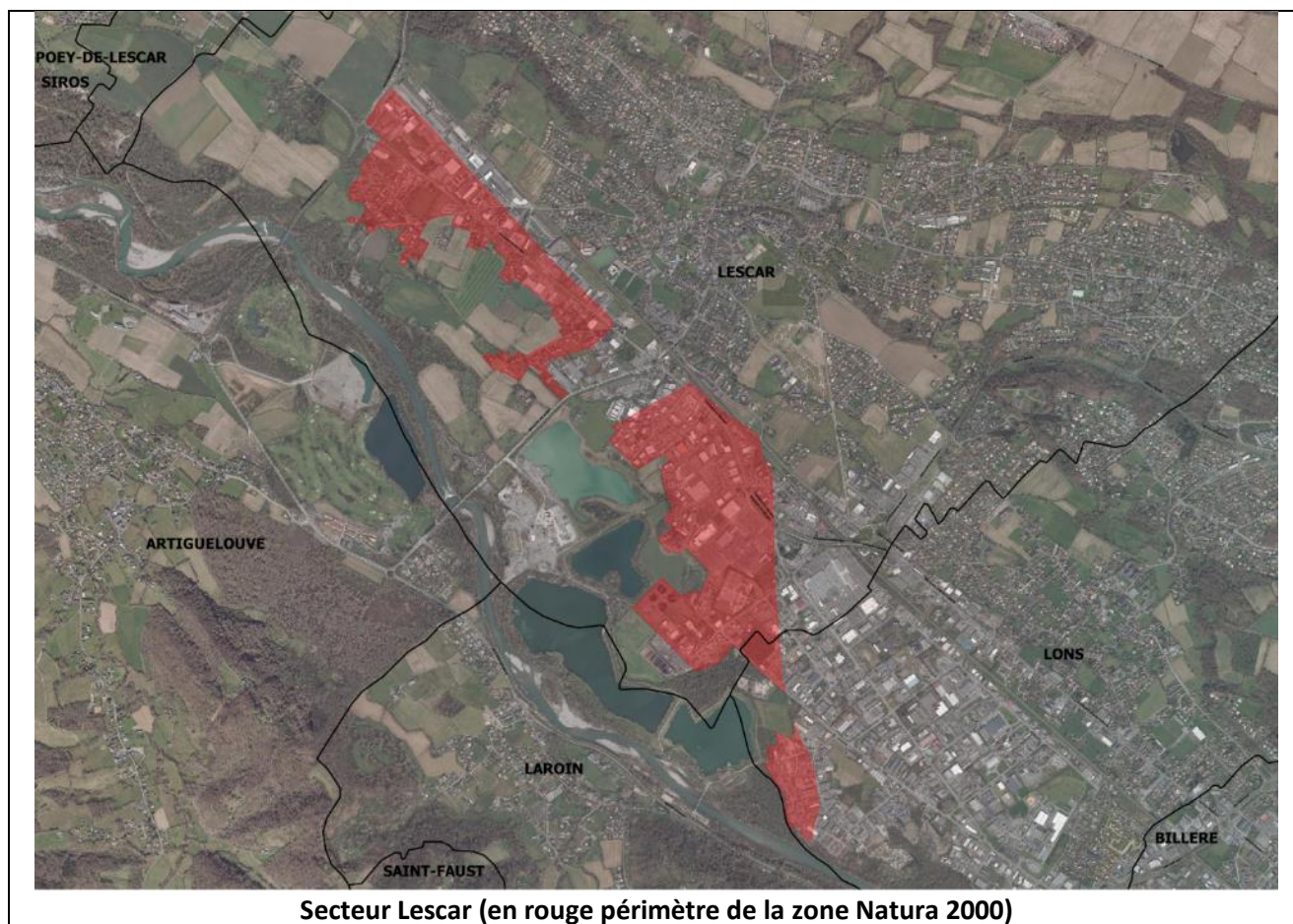
Pour ce qui est des deux autres secteurs (Lons et Jurançon), la dérogation se justifie par le fait que le caractère naturel n'est aujourd'hui pas perceptible compte tenu de l'urbanisation de la zone composée essentiellement de bâtiments commerciaux ou artisanaux.



Secteur Jurançon (en rouge périmètre de la zone Natura 2000)



Secteur Lons (en rouge périmètre de la zone Natura 2000)



Ce qui est prévu dans le RLPi :

Dans un souci de cohérence territoriale et compte tenu de la typologie des trois sites Natura 2000, ces derniers seront soumis aux mêmes règles que les autres zones économiques tout en étant plus contraignant que la réglementation nationale.

10.3 Dispositifs particuliers : les bâches publicitaires, de chantier et les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles constituent deux types de dispositif publicitaire autorisés dans les communes de plus de 10 000 habitants. L'absence de bâches publicitaires et de dispositifs de dimensions exceptionnelles sur le territoire est le signe que ce type de dispositif n'a pas d'intérêt majeur dans le paysage local.

Par leurs grandes dimensions, les bâches publicitaires peuvent être très prégnantes dans le paysage urbain. Pour cette raison, le RLPi les restreint fortement en les admettant uniquement dans l'emprise du stade du Hameau.

Concernant les dispositifs de dimensions exceptionnelles (publicité dépassant les dimensions habituelles), ils ne peuvent être installés que dans les centres-villes des communes de plus de 10 000 habitants afin de favoriser la communication d'évènements temporaires, unique objet de ces dispositifs.

La publicité sur bâches de chantier, présente uniquement pendant la durée des travaux et pouvant contribuer au financement des bâtiments à restaurer, est autorisée **dans les zones d'activités économiques** des communes de plus 10 000 habitants **et dans l'emprise du stade du Hameau**.

10.4 Publicité lumineuse

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse.

Elle est autorisée dans toutes les communes du territoire de l'agglomération à l'exception des communes qui ne font pas partie de l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

En revanche, la publicité numérique sur mobilier urbain n'est admise que dans les communes de plus de 10 000 habitants faisant partie ou non d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (*Article 581-42 du code de l'environnement*).

Les communes dans lesquelles la publicité numérique sur mobilier urbain est autorisée sont Billère, Lons et Pau.

Considérant que les publicités numériques ont un impact fort sur les paysages et sur le cadre de vie des habitants, celles-ci ne sont autorisées que dans les zones d'activités économiques **dans un format maximal de 4 m²** et dans certains équipements publics (aéroports et stade du Hameau, format maximal de 8 m²).

L'installation de publicités numériques aux abords des axes est proscrite par le projet de RLPi car elle ne va pas dans le sens des objectifs poursuivis du RLPi notamment en matière d'amélioration des entrées de ville et des axes principaux du territoire de l'agglomération. Les différents projets futurs ou réalisés dans ce sens par la communauté d'agglomération témoignent de l'intérêt de la collectivité à l'égard de cet objectif crucial réaffirmé dans le projet RLPi à travers le débat sur les orientations en date de septembre 2022.

La volonté de restreindre à 4 m² les dispositifs numériques se justifie par leur prégnance sur le paysage urbain plus grande que les autres dispositifs. En effet, en raison de leur nature visuellement dynamique et changeante et de leurs couleurs plus vives, ces dispositifs attirent davantage l'attention des passants. Cela peut donc entraîner une diminution de la visibilité des autres dispositifs, tels que les enseignes, ainsi qu'une perception visuelle du paysage plus restreinte.

En revanche, afin de permettre une éventuelle alimentation des publicités par panneaux photovoltaïques, il a été décidé de ne pas restreindre le format à moins de 4 m² encadrement compris.

Concernant les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, une limitation de 2 m² est imposée dans les zones d'autorisation dans la mesure où ces dispositifs sont implantés sur domaine public et sont donc plus visibles depuis la voie.

Nota : Les justifications spécifiques aux dispositifs numériques sont détaillées dans chacune des zones.

Extinction des dispositifs publicitaires :

L'élargissement de la plage horaire d'extinction nocturne des publicités lumineuses participe à l'objectif de réduction des consommations d'énergie fixé dans la démarche de stratégie de neutralité carbone engagée par la communauté d'agglomération en 2020. L'objectif visé est la division par deux de la consommation d'énergie à l'horizon 2050.

L'élargissement de la plage horaire permet en outre de limiter les impacts de cette pollution lumineuse sur le cadre de vie des habitants dans la mesure où cette pollution engendre des nuisances pour les riverains et l'environnement.

Cet élargissement des horaires d’extinction des publicités répond à l’orientations du RLPi suivante :

« Réduire les pollutions lumineuses en limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques et en élargissant la plage d’extinction nocturne des publicités et des enseignes lumineuses ».

Ainsi, une règle d’extinction des dispositifs publicitaires lumineux, y compris ceux situés à l’intérieur des vitrines et visibles de la voie ouverte à la circulation publique, plus restrictive que la règle nationale est instituée dans le RLPi comme suit : une plage d’extinction entre 22 h et 6 h à l’exception de celles situées dans l’emprise des aéroports et sur les abris voyageurs durant les heures de fonctionnement des services de transport.

Par ailleurs, pour les écosystèmes toute source de lumière artificielle dégrade le milieu et constitue donc une forme de pollution pour la biodiversité nocturne.

La maîtrise et les impacts de cette pollution lumineuse sont des composantes du Plan Biodiversité adopté en avril 2021 par la communauté d’agglomération Pau Béarn Pyrénées.

Pour concourir au respect de la biodiversité locale, l’élaboration du RLPi représente l’opportunité d’intégrer la prise en compte de l’enjeu de la pollution lumineuse.

Pour cela, une analyse reposant sur un croisement des secteurs à enjeux écologiques avec la localisation des points lumineux a été effectuée à l’échelle de l’agglomération. Elle a permis de recenser les points lumineux en conflit avec ces secteurs à protéger. L’objectif de cette analyse était de limiter au maximum la diffusion de lumière artificielle au sein des continuités écologiques. Ces continuités sont à la base du fonctionnement des écosystèmes, garantir leur intégrité et les préserver de toute forme de pollution est une nécessité. Les continuités écologiques forment un réseau composé de deux types d’espaces : les réservoirs et les corridors.

Les réservoirs de biodiversité sont des espaces suffisamment riches d’un point de vue écologique pour permettre à des espèces d’y accomplir tous leurs cycles de vie (alimentation, reproduction, repos). Cependant la richesse de ces réservoirs est conditionnée par leur interconnexion, permettant la diffusion des espèces et leur brassage génétique. Les zones utilisées par les individus pour se déplacer d’un réservoir de biodiversité à un autre, sont appelées corridors écologiques. La valeur écologique intrinsèque des corridors est plus faible que celle des réservoirs, mais leur importance tient à leur fonction de « connecteurs » entre réservoirs.

Pour parvenir à cet objectif, le RLPi imposera une extinction des publicités lumineuses à partir **de 19 h jusqu’à 6 h** dans les lieux où une biodiversité nocturne est à protéger à l’exception des publicités localisées sur l’emprise de l’aéroport de Pau-Uzein, des marchés d’intérêt national et de publicités supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu’elles soient à images fixes.

Toutes ces dispositions répondent à l’orientations du RLPi suivante :

« Réduire les pollutions lumineuses en limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques et en élargissant la plage d’extinction nocturne des publicités et des enseignes lumineuses ».

10.5 Les dimensions et couleurs des dispositifs publicitaires

Dimensions (format et hauteur):

Le format maximal autorisé dans chacune des zones correspond au format de la publicité encadrement inclus.

Le travail de collaboration avec les communes a conduit à reprendre le format maximal des publicités scellées au sol régie par le RNP (soit 10,5m²) dans les secteurs où le RLP les autorisent (zones économiques et axes principaux).

Le format de 10.5 m² encadrement compris a été consenti considérant que la règle de densité permettra d'améliorer fortement le cadre de vie et les paysages aux entrées de ville et aux abords des axes (réduction estimée d'environ 70% sur ces secteurs).

S'agissant des supports muraux, le RLPi prévoit de limiter leur format à 8 m² encadrement compris.

Ce format a été choisi pour permettre une meilleure intégration des dispositifs muraux sur les façades des constructions en évitant une disproportion visuelle avec celles-ci (notamment les façades des habitations individuelles).

En outre, le format réduit de ces supports muraux autorisés dans les quartiers d'habitation s'inscrit dans l'orientation 1 du RLPi « *Développer un cadre de vie pour tous les habitants* ».

Ces règles relatives aux dimensions permettent de répondre aux orientations du RLPi suivantes :

- « *Adapter de façon cohérente les règles selon le contexte urbain en veillant à ce que la publicité ne prenne pas une place dominante dans la perception des lieux et des paysages* ».
- « *Développer un cadre de vie pour tous les habitants* »

Quant aux dimensions maximales autorisées sur mobilier urbain, elles correspondent uniquement au format de l'affiche publicitaire. Elles sont limitées à 2 m² sur l'ensemble du territoire considérant que les publicités sur mobilier urbain sont les plus visibles du fait de leur implantation sur le domaine public adjacente à la voie.

Ce format limité permet ainsi de valoriser les espaces publics et d'améliorer la qualité paysagère sur le territoire.

Le format limité de la publicité sur mobilier urbain répond aux orientations du RLPi suivantes :

- « *Améliorer la qualité paysagère du territoire* »,
- « *Assurer une cohérence entre la valorisation de l'espace public et l'implantation des publicités sur mobilier urbain* ».

En complément de la surface, la hauteur des publicités scellées au sol est réglementée pour éviter de masquer les perspectives paysagères ou urbaines en arrière-plan du dispositif ou d'être disproportionnées par rapport au contexte environnant. Ainsi dans le RLPi la hauteur sera limitée à 4 m maximale par rapport au niveau du sol contre 6 m dans la réglementation nationale.

Couleur des dispositifs :

Enfin, pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que dans le cas de dispositif double face, les publicités doivent être de même dimension alignées et placées dos à dos.

En outre, le RLPi impose la couleur RAL de la structure du dispositif publicitaire (pied et encadrement) parmi une palette de couleurs RAL autorisées afin :

- de favoriser une bonne intégration des publicités dans le contexte environnant,
- d'assurer une harmonie d'ensemble au niveau de l'intercommunalité,
- de marquer une distinction nette entre les publicités et les enseignes.

Le RAL choisi devra faire partie de la gamme de RAL suivante :

blanc	gris	brun
RAL 9010 blanc pur	RAL 7035 gris clair	RAL 8008 Brun olive
RAL 9001 Blanc crème	RAL 7030 gris pierre	RAL 8014 Brun sépia
RAL 9002 Blanc gris	RAL 7015 gris ardoise	RAL 8019 Brun gris

10.6 Densité des dispositifs

Le diagnostic a révélé une concentration notable de dispositifs le long des axes principaux qui sont des lieux privilégiés pour l'installation de publicité. En effet, plus de 50 % des dispositifs sont implantés aux abords des axes à forts trafic.

Le RLP de Lons et de Pau interdit toute forme de publicité sur les unités foncières d'une longueur inférieure à 40 m. Le RLPi reprend un des principes du RLP de Pau qui est d'imposer un seul dispositif par unité foncière.

Cette disposition réglementaire étendue à l'ensemble des communes permettra de réduire la densité des dispositifs existants et en particulier les dispositifs en doublons qui sont possibles par le code de l'environnement.

Cette réduction de densité se traduira en outre par un gain réel en termes de perception du paysage à l'échelle de l'intercommunalité, très impactés par le nombre substantiel de publicités. **L'amélioration de la qualité paysagère des entrées de ville et des axes principaux a en effet été un objectif fortement proclamé par les élus de la communauté d'agglomération lors de la définition des orientations du RLPi.**

Cette disposition relative à la densité répond à l'orientation du RLPi suivante :

« Améliorer la qualité paysagère sur l'ensemble du territoire et en particulier celle des entrées de ville ».

Afin de pouvoir choisir la règle de densité de publicité à adopter dans le RLPi, il a été décidé de réaliser 3 simulations de scénarios pour évaluer l'impact supposé de la règle dans le paysage du territoire :

Simulation 1 : 1 dispositif par unité foncière d'au moins 30 m

Simulation 2 : 1 dispositif par unité foncière d'au moins 40 m

Simulation 3 : 1 dispositif par unité foncière d'au moins 50 m

Elles ont été réalisées sur la base de critères, préalablement déterminés, de manière à les adapter aux caractéristiques du territoire (selon le tissu urbain).

Simulation n°2 de la réduction de la densité

(1 seul dispositif par unité foncière d'au moins 40 m => interdiction de doublons)

	Pourcentage de dispositifs en moins par rapport à l'état actuel
Route de Bayonne (Lons-Billère)	63%
Avenue Nobel	56%
Induslons Rue des frères Montgolfier	33%
Boulevard de L'Europe, Lescar	36%
Route de Bordeaux Lons Pau	65%
Route de Tarbes partie ZAE Pau Bizanos	52%
Route de Tarbes Idron - Lée	64%

La simulation 2, correspondant à la règle de densité instaurée dans le RLP de Pau, paraît la plus adaptée à l'échelle du territoire palois. **Elle a été choisie car elle apparaît comme un bon compromis, concourant à la fois à l'amélioration de la qualité paysagère et du cadre de vie et à la possibilité d'installation de publicité.**

C'est ainsi que dans les secteurs où les publicités scellées au sol et murales sont autorisées (hors cônes et séquence de vue identifiées), le RLPi prévoit une densité d'un dispositif par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

En raison des conditions d'installations des dispositifs muraux très limitées (requiert un mur totalement aveugle) et de leur faible impact dans le paysage (absence de création d'emprise au sol), seuls les dispositifs muraux seraient admis en deçà de 40 m.

La règle de densité est définie comme suit :

- en deçà de 40 m : autorisation d'1 seul dispositif mural par unité foncière et interdiction des dispositifs scellés au sol,

- au-delà de 40 m : 1 seul dispositif par unité foncière (mural ou scellé au sol).

Cette règle de densité applicable à l'ensemble du territoire (sauf sur les communes situées hors unité urbaine) simplifiera l'instruction des nouvelles demandes et le travail de mise en conformité des publicités.

En revanche, elle ne s'applique pas dans les secteurs des cônes de vue étant donné que le projet y proscrit la publicité (cf 12.3.1).

10.7 Distance par rapport aux baies et aux bâtiments

L'article R581-33 du code de l'environnement impose qu'un « *dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie* ».

Afin de protéger le cadre de vie de chaque habitant (et en particulier lorsque l'immeuble d'habitation est en location), cette disposition relative à la distance par rapport aux immeubles d'habitation est **étendue aux habitations situées sur fonds propre dans le RLPi**.

En conséquence, les publicités scellées ou posées au sol lumineuses ou non doivent être implantées à une distance d'au moins :

- **4 m de toute baie d'une habitation située sur un fonds propre** lorsque le dispositif est visible depuis une baie. Ceci afin de ne pas entraver les vues depuis l'intérieur du bâtiment,
- **3 m d'une habitation située sur un fonds propre**. Ceci afin de pas entraver les vues sur le bâtiment depuis l'espace public.

Ces dispositions répondent à l'orientation du RLPi suivante :

« Garantir équitablement un cadre de vie de qualité pour les habitants du territoire ».

10.8 Tableau de synthèse des principales prescriptions relatives aux publicités des communes de l'agglomération sauf sur les communes en dehors l'unité urbaine (Artigueloutan, Aubertin, Beyrie en Béarn, Bourgarber, Uzein)

	Publicité sur toiture	Publicité murale	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mobilier urbain	Publicité sur clôture	Publicité numérique	Micro - affichage	Publicité sur bâches de chantier	Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles
Zone n°1 : Espaces naturels en agglomération	Interdite	Interdite	Interdite Conformément au RNP	Interdite	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	Interdite	Interdite
Zone n°2 : Espaces paysagers, architecturaux et patrimoniaux		Interdite	Interdite (sauf la publicité installée au sol)	2 m ² maximum	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	Interdite	Dispositifs de dimensions exceptionnelles autorisés hors sites inscrits et abords des monuments historiques, selon les conditions du RNP
Zone n°3 : Quartiers d'habitats		8 m ² maximum Hauteur max 7,5 m	Interdite (sauf la publicité installée au sol)	2 m ² maximum	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	Interdite	Interdite
Zone n°4 : Axes principaux (hors zones économiques)		8 m ² maximum Hauteur max 7,5 m	10,5 m ² maximum Hauteur max 4 m	2 m ² maximum	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	Interdite	Interdite
Zone n°5 : Zones d'activités économiques et commerciales		8 m ² maximum Hauteur max 7,5 m	10,5 m ² maximum Hauteur max 4 m	2 m ² maximum	Interdite	4 m ² maximum Interdite sur mobilier urbain dans communes de moins de 10 000 hab	soumis aux dispositions du RNP	Autorisée dans les conditions du RNP (d'après le règlement)	Interdite
Zone n°6 : Stade du Hameau		10,5 m ² maximum Hauteur max 7,5 m	10,5 m ² maximum Hauteur max 6 m	RNP	Interdite	8 m ² maximum Interdite sur mobilier urbain dans communes de moins	soumis aux dispositions du RNP	Autorisée selon les dispositions du RNP	Autorisées selon les dispositions du RNP

						de 10 000 hab			
Zone hors agglomération	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite
Zone Natura 2000	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	soumis aux dispositions du RNP	interdite	interdite

10.9 Tableau de synthèse des principales prescriptions relatives aux publicités sur les communes en dehors de l'unité urbaine (Artigueloutan, Aubertin, Beyrie en Béarn, Bourgarber, Uzein)

	Publicité scellée au sol	Publicité sur toiture	Publicité murale	Publicité sur clôture	Micro- affichage	Publicité sur mobilier urbain	Publicité lumineuse (dont numérique)	Publicité sur bâche de chantier, bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles
Zone n°1 : Espaces naturels	Interdite conformément au RNP	Interdite	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	2 m ² maximum	Interdite conformément au RNP	Interdite conformément au RNP
Zone n°2 : Espaces paysagers et patrimoniaux	Interdite conformément au RNP	Interdite	Interdite	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	2 m ² maximum	Interdite conformément au RNP	Interdite conformément au RNP
Zone n°3 : Quartiers d'habitats	Interdite conformément au RNP	Interdite	4,70 m ² maximum Hauteur max 6 m	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	2 m ² maximum	Interdite conformément au RNP	Interdite conformément au RNP
Zone n°6 : Aéroport	10,5 m ² maximum Hauteur max 6 m	Interdite	10,5 m ² maximum Hauteur max 7.5 m	Interdite	soumis aux dispositions du RNP	soumis aux dispositions du RNP	8 m ² maximum Hauteur max 6 m	Interdits conformément au RNP
Zone hors agglomération	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite	interdite

11 CHAPITRE 11 : Justifications des prescriptions communes relatives aux enseignes

11.1 Interdiction de certains types d'enseignes

Le RLPi interdit plusieurs dispositifs estimés peu qualitatifs ou pouvant impacter de façon significative la visibilité du patrimoine bâti et naturel :

- les enseignes sur les arbres et plantations,
- les enseignes sur des éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des gardes corps, balcons, des décors en reliefs et tout autre motif décoratif. Le but est de laisser visible ces éléments de patrimoine.
- les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol si elles sont apposées sur support souple telles que des banderoles tendues entre deux pieds scellés ou installées directement sur le sol,
- les enseignes sur mats qui sont souvent disparates et disharmonieuses.
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser qui présentent un fort impact sur le cadre de vie des habitants et sur l'environnement (biodiversité nocturne).

11.2 Intégration architecturale des enseignes

Pour intégrer au mieux l'enseigne tout en conservant son rôle d'identification, il est indispensable de la concevoir en relation avec l'architecture du bâtiment.

Au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement, dans la zone d'intérêt paysager, architectural et patrimonial (2), il conviendra de veiller à assurer l'intégration des enseignes selon les principes suivants :

- l'installation d'une enseigne ne doit ni porter atteinte au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie,
- l'enseigne doit s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade,
- le choix des matériaux et couleurs des enseignes sur façade doit se faire en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

11.3 Enseignes lumineuses

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses dont numériques répond aux enjeux de réduction des consommations d'énergie qui s'inscrit dans le plan climat Air Energie Territorial de Pau Béarn Pyrénées. Cet élargissement permet également de limiter les impacts de cette pollution lumineuse sur le cadre de vie des habitants et sur la biodiversité nocturne.

Ainsi, pour concourir au respect de ces enjeux, le RLPi imposera que toutes les enseignes lumineuses (numériques, éclairés par transparence ou par projection, à l'intérieur des vitrines et visibles d'une voie ouverte à la circulation publique) ainsi que celles situées à l'intérieur d'un local devront être éteintes au plus tard 1h après l'arrêt de l'activité et allumée au plus tôt 1h avant le début de l'activité.

Cette restriction d'extinction des enseignes lumineuses répond à l'orientation du RLPi suivante :

« Réduire les pollutions lumineuses en limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques et en élargissant la plage d'extinction nocturne des publicités et des enseignes lumineuses ».

Par ailleurs, la loi climat et résilience donne la possibilité à un RLP(i) de réglementer les publicités et les enseignes lumineuses **situées dans les vitrines commerciales**, destinées à être visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Un RLPI peut prévoir des dispositions en termes de surface, de règles d'extinction, de consommations énergétiques et de prévention des nuisances lumineuses.

Ces dispositifs impactant significativement la perception du paysage urbain et le cadre de vie des riverains, le RLPi les réglemente sur l'ensemble du territoire excepté dans la zone n°6 correspondant aux équipements sportifs où aucune restriction n'est prévue. Ainsi, **la publicité ou l'enseigne lumineuse** est admise dans les vitrines commerciales qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité.

Dans les secteurs à enjeux paysagers et de cadre de vie (espaces de nature et d'intérêt paysager, patrimonial et architectural et quartiers d'habitats, Natura 2000), ainsi que le long des axes principaux en cohérence avec les objectifs de cette zone, des mesures de restriction en matière de format sont prises. Ainsi, leur surface maximale cumulée est de 1 m².

Tandis qu'en zone d'activité économique, les publicités et enseignes lumineuses sont limitées à 2 m² pour atténuer leur impact depuis la voie publique et éviter une disproportion par rapport aux dimensions des vitrines commerciales

En site patrimonial remarquable de Pau et centres bourgs :

Considérant que l'éclairage d'une enseigne joue un rôle dans la perception du patrimoine architectural des centres villes et centres bourgs, l'éclairage des enseignes lumineuses est réglementé dans les espaces d'intérêt paysager, architectural et patrimonial.

Ainsi en cohérence avec le guide des devantures et des enseignes commerciales sur Pau rédigé entre autres avec l'architecte des Bâtiments de France, le RLPi impose à ce que les enseignes sur façade et scellées au sol soient éclairées :

- par rétroéclairage (source lumineuse non visible fixée à l'arrière des lettres)
- ou par bandes leds plates dans le cas d'enseignes perpendiculaires.

Enseignes numériques :

Ces dispositifs non réglementés dans le RNP, le sont dans le projet de RLPi car ils sont non seulement énergivores mais aussi très impactant visuellement dans le paysage.

Dans un souci de cohérence, les zones autorisées des enseignes numériques sont identiques à celles des publicités numériques à savoir les zones d'activités économiques.

En revanche, une différence de format existe dans le projet entre enseignes numériques et publicités numériques. Les premières sont limitées à 2 m² quel que soit le type d'installation (mural, scellé au sol) hors stade du Hameau/aéroport contre 4 m² pour les publicités numériques en zone 5 et 8 m² en zone 6.

Un format plus réduit des enseignes numériques a été opté pour atténuer la différence liée à la règle de densité entre enseignes numériques et publicités numériques. En effet, la règle de densité des enseignes scellées au sol (limitée à un seul dispositif par établissement le long de chacune des voies bordant l'établissement) est moins drastique que celle des publicités scellées au sol qui impose un minimum de linéaire de façade de 40 m.

Comme la densité d'enseignes numériques scellées au sol, implantable dans les zones d'activités économiques, est fonction de la densité d'établissements effectivement présents, leur nombre pourrait potentiellement excéder le nombre des publicités numériques. Pour éviter une trop forte prégnance dans les zones économiques, leur format a été plus restreint que celui des publicités numériques.

➤ Cas des établissements culturels aux activités variées :

Les établissements culturels aux activités variées, comme citées ci-après, bénéficient de règles locales assouplies en matière d'enseignes sur façade essentiellement numérique et enseigne-bâches dans la mesure où il s'agit d'un équipement d'intérêt général visant à promouvoir le programme culturel de celui-ci auprès du grand public.

Pour bénéficier de cet assouplissement de règles, les établissements culturels doivent jouir d'un rayonnement supra-communautaire et les activités visées doivent être variées et relatives au cinéma et aux arts de spectacle (danse, théâtre, musique).

Pour les établissements culturels concernés, les enseignes numériques sur façade sont admises ainsi que les enseignes - bâches.

Le pôle culturel du Foirail, répondant aux critères établis, peut bénéficier de ces types d'enseigne. Il est pris pour exemple dans le RLPi afin de présenter en particulier les raisons qui ont motivées un traitement moins restrictif que ce que permet la zone dans laquelle il se situe.

Le pôle du Foirail est un équipement public en service depuis 2023. Il a pour vocation d'accueillir plusieurs acteurs culturels :

- L'Orchestre de Pau Pays de Béarn,
- Espaces pluriels, scène conventionnée d'intérêt national en Danse,
- la saison Théâtre à Pau,
- la saison internationale Jazz à Pau,
- un cinéma d'art et d'essai nommé « le Méliès ».

La réhabilitation du pôle culturel s'est accompagnée de la requalification d'un parvis donnant sur la rue Carnot. Cet espace extérieur public accueillera des animations ouvertes et spectacles en plein air. Il pourra aussi être le lieu où seront diffusés des événements sportifs (retransmission de matchs). Il est, en outre, souhaité une diffusion de la programmation culturelle du Foirail directement sur la façade du pôle.

Pour cela, l'installation d'un écran numérique ou de bâches sur la façade de l'équipement est fortement souhaitée.

Ces possibilités sont admises dans un RLPi du fait de l'absence de dispositions nationales interdisant les enseignes numériques et les bâches-enseignes.

Il a été décidé d'ouvrir ces possibilités en site patrimonial remarquable notamment pour le pôle culturel du Foirail pour les raisons suivantes :

- afin de communiquer sur le large panel d'activités culturelles proposées par cet équipement à multiples fonctions, et unique sur le territoire de l'agglomération,
- afin de diffuser des événements sportifs grâce à l'espace public extérieur adapté à ce type de manifestation.

Les dispositifs d'affichage envisagés auront deux finalités : promouvoir les activités culturelles du Pôle du Foirail et redynamiser le quartier du Foirail.

Par ailleurs, il est prévu dans le code de l'environnement une dérogation de la surface maximale des enseignes en façade pour les établissements culturels (article R581-63). Le pôle culturel pourra être doté soit d'un écran numérique pouvant mesurer jusqu'à 50 m² soit de deux bâches pouvant mesurer chacune 81 m², épousant au mieux la forme du bâtiment.

11.4 Enseignes sur toiture

Considérant que les enseignes sur toiture peuvent impacter de façon significative le paysage urbain, le RLPi réglemente strictement ce type de dispositif. En effet, placées en hauteur au-dessus des bâtiments, souvent de grande dimension, ces enseignes sont généralement perceptibles de très loin dans le paysage urbain.

C'est pourquoi, le RLPi interdit les enseignes au-dessus des toitures-terrasses dans toutes les zones de l'agglomération paloise. En revanche, elles sont autorisées sur les toitures inclinées. L'objectif de cette mesure est de favoriser les enseignes sur façade.

Afin d'assurer leur intégration paysagère et limiter leur emprise visuelle, le RLPi définit des règles plus restrictives que le RNP :

- une seule enseigne par bâtiment et uniquement sur les toitures inclinées dans certaines zones,
- une surface d'enseigne proportionnelle à la surface de la toiture inclinée soit une surface maximale de 15 % par rapport à la surface de la toiture inclinée, et une surface unitaire maximale de 30 m².
- la réalisation de lettres ou de signes découpées est imposée pour toutes les enseignes sur toiture car plus qualitatives que des enseignes sur panneaux de fond,
- dissimuler les structures métalliques sur lesquelles sont fixées les enseignes.

11.5 Enseignes sur façade : parallèles et perpendiculaires

Enseignes parallèles :

- Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur sont les enseignes les plus utilisées par les établissements. Elles sont donc autorisées dans toutes les zones y compris hors agglomération.

La réglementation nationale impose aujourd'hui à ce que (article R581-63 du CE) :

« Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. »

Ces dispositions n'apparaissent pas adaptées pour favoriser une bonne lisibilité des petits commerces et assurer une bonne intégration paysagère des enseignes.

Le RLPi limitera donc une surface maximale d'enseignes sur façade de 15 % sur l'ensemble du territoire. Cela permet de supprimer les situations où la surface autorisée des enseignes cumulées sur une façade inférieure à 50 mètres carrés soit plus importante que sur une façade supérieure à 50 mètres carrés du fait des pourcentages imposés dans le RNP (15 % et 25 % selon la surface de la façade commerciale).

Par exemple : en appliquant les dispositions du RNP, une façade commerciale de 49 m² pourra disposer d'une surface autorisée maximale d'enseignes de 12 m² contre 11 m² dans le cas d'une façade commerciale de 75 m².

- Dans les espaces d'intérêt architectural et patrimonial (périmètres des monuments inscrits, site patrimonial remarquable...), le RLPi limitera aussi la saillie de ce type d'enseigne à 10 cm, considérant que la réglementation nationale est sur ce point trop souple (25 cm, article R581-62 du CE). Un débord trop important dénature le bâti sur lequel est apposée l'enseigne et les lieux environnants.

- Par ailleurs, il est important de noter que les publicités sur baies commerciales ne sont pas prises en compte dans le calcul de la surface d'enseigne autorisée.

Cas des vitrophanies extérieures :

Le RLPi limite la surface des enseignes adhésives (vitrophanie) afin d'éviter que les baies commerciales ne soient complètement occultées. Les vitrophanies partielles, ne recouvrant pas totalement les vitrines, permettent de laisser une visibilité à l'intérieur du commerce créant ainsi une vitrine plus vivante et attractive qui incite les passants à s'arrêter ou à entrer.

C'est pour ces raisons qu'il est prévu que la vitrophanie ne puisse pas dépasser 20 % de la surface de la baie vitrée.

Enseignes sur store :

Les enseignes sur stores se rencontrent majoritairement dans les centres villes. Afin d'éviter l'installation d'enseigne de grand format sur la toile, l'enseigne est limitée au tombant du store (lambrequin).

Enseignes perpendiculaires :

Le code de l'environnement (article R581-61) encadre ce type d'enseignes.

« Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur.

Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie ouverte à la circulation publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres.

Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon ».

Toutefois, il a été estimé que dans le site patrimonial remarquable et dans les centres bourgs, zones où l'enseigne perpendiculaire joue un rôle essentiel dans la perception de l'établissement en le rendant plus visible, des dispositions plus restrictives devaient être imposées afin d'améliorer la qualité paysagère de ces lieux.

En cohérence notamment avec le guide des devantures et des enseignes commerciales sur Pau, le RLPi impose :

- une seule enseigne par façade et par activité pour éviter la surcharge des façades qui nuit à la lisibilité des enseignes et à la visibilité du patrimoine architectural,
- une saillie maximale de 80 cm lorsque la distance séparant les 2 alignements de la voie publique est égale ou supérieure à 8 m. Et lorsque ladite distance mesure moins de 8 mètres, la saillie maximale est limitée au dixième de la distance séparant les 2 alignements de la voie publique.
- les enseignes ne doivent pas dépasser le niveau inférieur des appuis de fenêtre du premier niveau, hormis si des activités occupent l'étage. Ceci afin d'assurer la lisibilité architecturale des étages et une certaine harmonie d'implantation des enseignes à l'échelle d'une rue.

Dans le cas des commerces disposant d'enseignes perpendiculaires multiples, le RLPi impose pour assurer une meilleure lisibilité, une **mutualisation des enseignes sur un dispositif unique**.

Ces dispositions concernent **uniquement les espaces d'intérêt patrimonial et architectural**.

11.6 Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes au sol se situent essentiellement dans les secteurs à grandes emprises foncières telles que les zones d'activités économiques. Tandis que dans les centres-villes, la morphologie urbaine empêche l'installation de ce type de dispositif.

Le code de l'environnement régit ces dispositifs selon la taille de l'agglomération (article R581-64 et 65) :

Les enseignes de plus de 1 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.

La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés.

Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

II. - Ces enseignes ne peuvent dépasser :

1° 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;

2° 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Ce qui est prévu dans le RLPi :

Les enseignes scellées au sol sont plus impactantes dans le paysage du fait de leur emprise au sol créée. Elles occultent la visibilité des éléments paysagers qui se trouvent derrière l'enseigne.

Afin de ne pas entraver la vue des éléments environnants et d'assurer une meilleure identification des enseignes (orientation du RLPi), le RLPi impose des dispositions plus restrictives :

- des enseignes scellées au sol interdites dans les périmètres de protection des monuments historiques et dans le SPR lorsque l'enseigne est en covisibilité avec le monument historique, sur les espaces publics remarquables : Place Royale, Place Gramont, Place Reine Marguerite, Place de la Déportation, Rue du Château, Square George V, Square Aragon et dans les parcelles des bâtiments patrimoniaux (immeubles à conserver du PSMV, édifices exceptionnels et intéressants de l'AVAP et bâtis exceptionnels et remarquables du PLUi).
- une forme « totem » verticale pour les enseignes scellées au sol, pour les distinguer des publicités de même type (scellées au sol). L'objectif visé est de clarifier auprès des habitants et visiteurs le rôle différent des publicités et des enseignes.
- une surface maximale de 2 m² et une hauteur maximale de 3 m dans les espaces de nature et d'intérêts architecturaux, patrimoniaux (centres bourgs, SPR...) pour permettre de préserver les espaces naturels et l'architecture des centres historiques en évitant la prégnance de ce type de dispositif.
- une surface maximale de 6 m² dans les zones économiques et le long des axes principaux et une hauteur maximale de 4 m dans la mesure où la morphologie plus ouverte de ces espaces se prête plus à l'installation d'enseigne scellée au sol de plus grande taille. Cette surface permettra ainsi une identification plus aisée des établissements dans ces zones plus vastes ainsi qu'une mutualisation des enseignes lorsque plusieurs établissements se situent sur la même unité foncière.
- une interdiction des enseignes sur banderoles qui sont parfois illisibles car mal tendues et une interdiction des oriflammes qui sont parfois peu qualitatives, souvent en surnombre et dont leur lisibilité peut être compromise lorsqu'ils sont exposés au vent,

Il a été décidé, pour des raisons d'harmonisation d'ensemble, de traiter les enseignes scellées au sol uniformément sur le territoire, quel que soit leur taille contrairement à ce que prévoit le code de l'environnement (12 m² pour les agglomérations > 10 000 hab et 6 m² pour celles < 10 000 hab).

Etant donné que le RLPi doit être plus restrictif que le code de l'environnement, un format maximal de 6 m² a été adopté pour les zones admettant les enseignes scellées au sol (quartiers d'habitats, axes principaux, zones économiques, équipements sportifs de grande envergure).

Tandis que les zones comportant de forts enjeux paysagers, architecturaux, patrimoniaux, naturels et agricoles, le format des enseignes scellées au sol a été limité à 2 m².

11.7 Distance des enseignes

L'article R581-64 du code de l'environnement impose que « *les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie* ».

Dans un souci de traitement équivalent avec les publicités, toutes les enseignes scellées au sol lumineuses ou non devront respecter **une distance d'installation d'au moins 10 m par rapport à une baie d'une habitation située sur un fond voisin** lorsque le dispositif est visible depuis la baie.

Cette disposition permettra en ce sens de protéger le cadre de vie des habitants notamment lorsqu' une habitation est située à proximité d'un bâtiment à vocation économique.

Cette disposition répond à l'orientation du RLPi suivante :

« Garantir équitablement un cadre de vie de qualité pour les habitants du territoire ».

11.8 Enseignes sur clôture

Les clôtures (mur et grillage) constituent un support indispensable pour l'installation d'enseignes lorsque les bâtiments d'activités sont placés en retrait de la voie ouverte à la circulation publique et donc peu visibles. Les enseignes sur clôture sont également nécessaires pour les activités situées dans les habitations individuelles compte tenu que l'enseigne scellée au sol ou murale n'est pas toujours souhaitée.

Afin d'améliorer la visibilité des commerces, comme le prévoit une des orientations du RLPi « **Garantir la visibilité des établissements** », les enseignes sur clôture sont donc autorisées dans toutes les zones.

Toutefois au regard de leur proximité à la voie ouverte à la circulation publique et de l'absence de règles spécifiques dans le code de l'environnement, ces enseignes peuvent engendrer un impact significatif dans le paysage (du fait de leur nombre, de leur format et du mode d'éclairage).

Des dispositions réglementaires sont donc imposées dans le RLPi afin de limiter leur emprise visuelle et leur accumulation :

- une seule enseigne autorisée par activité (exceptés les activités implantées sur une même unité foncière)
- un format maximal de 1 m² dans les zones autorisées,
- sur support rigide (panneau) ou en lettres individuelles découpées,
- interdiction d'enseignes numériques.

11.9 Enseignes hors agglomération

Le règlement limite fortement l'installation de certains types d'enseignes hors agglomération au regard des enjeux paysagers et naturels de ces espaces ruraux.

Ainsi, les enseignes suivantes sont interdites hors agglomération :

- enseignes sur toiture,
- enseignes numériques.

11.10 Enseignes et pré-enseignes temporaires

Au sens de l'article R581-68 du Code de l'Environnement, sont considérés comme enseignes ou pré-enseignes temporaires :

- Les enseignes ou pré-enseignes signalant des **manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois**.
- Les enseignes ou pré-enseignes installées **pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation**, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

- **Enseignes temporaires**

Enseignes temporaires	Surface maximale <i>Dispositions nationales</i>	Surface maximale <i>RLPi</i>
Enseignes scellées au sol ou directement sur le sol et sur façade > 1m ² Et de moins de 3 mois (manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique) <i>Art. R581-64/65 CE</i>	Non réglementé	2 m ²
Enseignes scellées au sol ou directement sur le sol > 3 mois (travaux publics, opérations immobilières) <i>Art. R581-70</i>	10,5 m ²	Soumise au RNP
Enseignes sur toiture ou terrasse <i>Art. R581-70 et 62 CE</i>	60 m ²	Interdite

- Les enseignes temporaires de **moins de 3 mois** sont principalement utilisées **pour la promotion d'offres commerciales (soldes...)**. Il est constaté à l'échelle du territoire un affichage quasi permanent d'enseignes temporaires (promotions successives sur l'année). Le RLPi a pour objectif de limiter les formats des supports muraux et scellés au sol à 2 m² pour éviter qu'elles ne prennent une place importante dans le paysage urbain du fait de l'absence de dispositions nationales.

- Les enseignes de **plus de 3 mois** liés aux **travaux publics et aux opérations immobilières** demeurent à un format 10,5 m² tandis que les enseignes temporaires sur toitures sont interdites du fait de leur fort impact visuel et de leur effet potentiellement masquant du paysage en arrière-plan.

- **Pré-enseignes temporaires :**

Ce type de dispositif sert essentiellement à signaler **des événements associatifs, culturels, sportifs**. Ils peuvent être muraux, scellés au sol ou posés directement sur le sol en zone agglomérée ou en dehors.

Les pré-enseignes temporaires **suivent les règles applicables aux publicités** dans les unités urbaines de plus de 100 000 habitants. Dans les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 10 000 habitants, les règles de format n'obéissent pas aux mêmes règles.

Pré - enseigne temporaire	Dans les communes de l'unité urbaine de Pau (en agglomération)		Communes hors unité urbaine et hors agglomération
	<i>Dispositions nationales</i>	<i>RLPi</i>	
Scellées au sol	10,5 m ²	1.50 m ²	Format rectangulaire horizontal 1 m *1,50 m
Muraux	10,5 m ²	1.50 m ²	Interdit

- **Hors de l'unité urbaine et hors agglomération**, les pré-enseignes temporaires sont soumises aux dispositions nationales, celles-ci étant suffisamment restrictives.
- **Dans les agglomérations des unités urbaines de plus de 100 000 habitants**, le RLPi prévoit de limiter le format des pré-enseignes temporaires.

Afin de garantir une cohérence avec les pré-enseignes temporaires implantées hors agglomération, les pré-enseignes temporaires seront également limitées à 1.50 m² dans les zones agglomérées des communes de l'unité urbaine. Ce format paraît adapté à la diffusion d'évènements locaux en agglomération.

11.11 Tableau de synthèse des prescriptions relatives aux enseignes sur toutes les communes de l'agglomération

	Enseigne sur toiture	Enseigne sur façade	Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	Enseigne sur clôture	Enseigne numérique
Zone n°1 : Espaces naturels en agglomération	Interdite	15 % de la surface de la façade, Et Surface unitaire max 20 m ² Vitrophanie 20 % max de la surface baie vitrée	2 m ² maximum Hauteur 3 m	1 m ² maximal, panneau rigide ou lettres individuelles	Interdite
Zone n°2 : Espaces paysagers et patrimoniaux	Interdite	15 % de la surface de la façade, Vitrophanie 20 % max de la surface des baies vitrées + règles sur aspect esthétique (matériaux, lettrage, couleur) Sauf enseigne perpendiculaire dans les espaces publics remarquables	2 m ² maximum Hauteur 3 m interdite dans les périmètres MH, le SPR, les sites inscrits si enseigne en covisibilité avec le MH, sur les parcelles des bâtiments patrimoniaux	1 m ² maximum, panneau rigide ou lettres individuelles	Interdite
Zone n°3 : Quartiers d'habitats	Interdite	15 % de la surface de la façade, Et Surface unitaire max 20 m ² Vitrophanie 20 % max de la surface baie vitrée	6 m ² maximum Hauteur max 4 m	1 m ² maximum, panneau rigide ou lettres individuelles	Interdite
Zone n°4 : Axes principaux	Autorisée en toiture inclinée. Surface maximale : 15% de la surface de la toiture inclinée et surface max 30 m ²	Si pas d'enseigne en toiture : 15 % de la surface de la façade, sinon 10 % Et Surface unitaire max 20 m ² Vitrophanie 20 % max de la surface baie vitrée	6 m ² maximum Hauteur max 4 m	1 m ² maximum, panneau rigide ou lettres individuelles	Interdite
Zone n°5 : Zones économiques	Autorisée en toiture inclinée. Surface maximale : 15% de la surface de la toiture inclinée et surface max 30 m ²	Si pas d'enseigne en toiture : 15 % de la surface de la façade, sinon 10 % Et Surface unitaire max 20 m ² Vitrophanie 20 % max de la surface baie vitrée	6 m ² maximum Hauteur max 4 m	1 m ² maximum, panneau rigide ou lettres individuelles	1 enseigne murale ou scellée au sol dans un format maximal de 2 m ²
Zone n°6 : Stade du Hameau/aéroport	30 m ² maximum	Autorisée, soumise au RNP	Soumises au RNP	1 m ² maximum, panneau rigide ou lettres individuelles	1 enseigne murale ou scellée au sol dans un format maximal de 8 m ²
Zone hors agglomération	Interdite	15 % de la surface de la façade, Et Surface unitaire max 20 m ² Vitrophanie 20 % max de la surface baie vitrée	2 m ² maximum Hauteur 3 m interdite dans les périmètres MH et bâtiments patrimoniaux	1 m ² maximal, panneau rigide ou lettres individuelles	Interdite

12 CHAPITRE 12 : Justifications de la délimitation des zones et des règles afférentes

Propos liminaires :

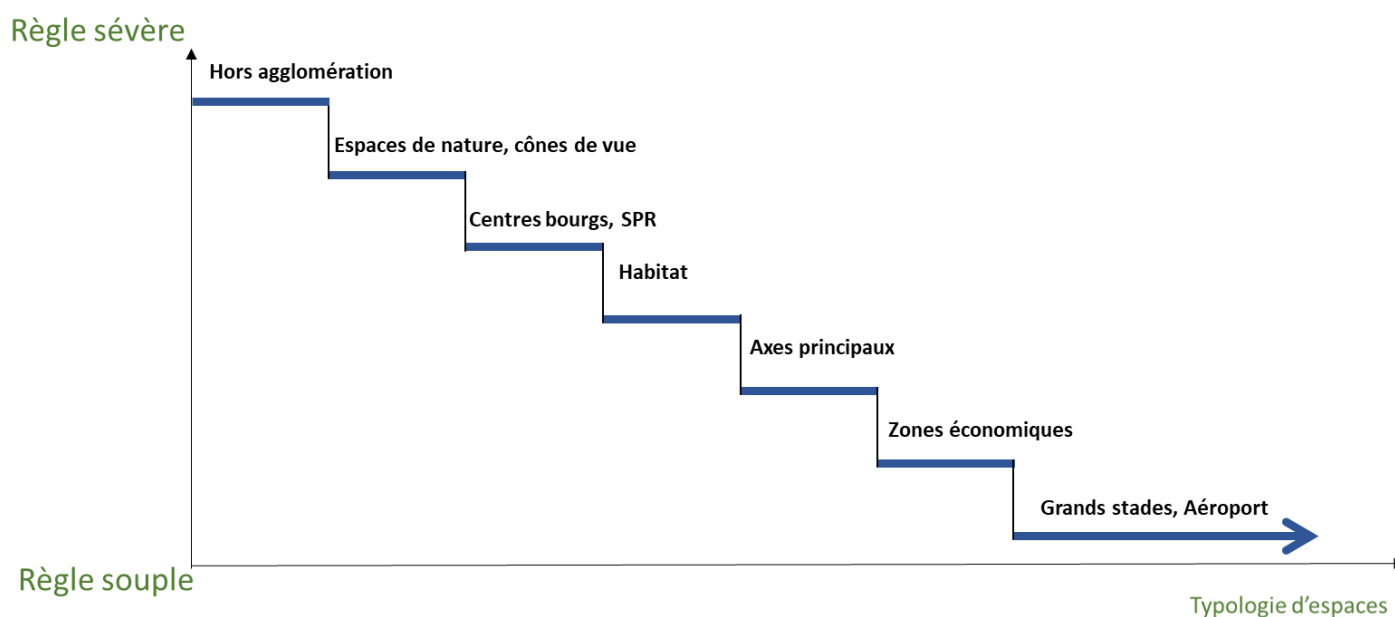
Afin de définir des stratégies visant à rendre les **dispositifs d'affichage harmonieux dans leur contexte environnemental**, il est nécessaire de déterminer au préalable à l'échelle de l'agglomération paloise les espaces ayant des caractéristiques et des enjeux architecturaux, paysagers et patrimoniaux similaires.

Le diagnostic montre que les enseignes sont représentées dans toutes les typologies des lieux identifiés sur le territoire de l'agglomération : espace de nature, centre-ville, axes principaux, zones commerciales, industrielles, zones résidentielles mixtes ... De ce fait, le RLPi traitera les publicités et les enseignes suivant un même zonage.

Conformément à la réglementation nationale, les règles locales seront propres à chaque catégorie de dispositif (publicité, enseignes).

De plus, le RLPi édictera des règles qui seront progressives selon les zones du RLPi allant de règles sévères dans les espaces de nature à des règles plus souples dans les zones économiques, qui ont plus de besoins en matière de signalétique, tout en restant plus contraignant que la règle nationale.

Progressivité de la règle pour les publicités selon les zones



Dans ce chapitre, sont présentées les justifications de la délimitation des zones ainsi que les motivations des dispositions générales et particulières à chaque zone.

12.1 Zone d'interdiction de publicité lumineuse au regard des enjeux écologiques

Le plan climat Air Energie Territorial de Pau Béarn Pyrénées engagée par la communauté d'agglomération en 2018 a pour principales finalités de préserver les richesses naturelles et développer le tissu socio-économique du territoire et devenir une agglomération à haute qualité environnementale. C'est notamment dans ces objectifs qu'une étude sur la définition de zones de protection de la biodiversité nocturne et la situation des dispositifs lumineux par rapport à ces zones a été réalisée à l'échelle de l'agglomération.

Le RLPi a pour objectif de contribuer à la préservation de la biodiversité nocturne en imposant une extinction des dispositifs lumineux (qu'il s'agisse de panneaux publicitaires ou d'enseignes) de manière tôt en fin de journée.

Dans ce cadre, deux zones ont été définies en prenant appui sur les périmètres de zones écologiques (trame verte et bleue et trame verte urbaine) :

➤ **Scénario 1 : Protection de la Trame Verte et Bleue (Réservoirs + 300 m et Corridors + 150 m)**

Le périmètre de la Trame verte et bleue (TVB) ne concerne par définition que des zones naturelles mais le caractère diffus de la pollution lumineuse impose de considérer un périmètre plus large, pour intégrer les facteurs d'attraction/répulsion induits sur les espèces nocturnes par la lumière artificielle.

Dans ce 1^{er} scénario, une protection de 300 m autour des réservoirs de biodiversité (refuge pour les espèces) de la TVB est appliquée. Cette distance permet de prendre en compte les facteurs de perturbation de la plupart des cortèges d'espèces et assure une protection suffisante des réservoirs. La protection de 150 m autour des corridors (zone de déplacement pour les espèces reliant plusieurs habitats distincts) permet un renforcement du niveau de protection, notamment sur la partie Ouest de l'agglomération (Lescar, Poey-de-Lescar, Aussevielle, Denguin).

Le nombre de publicités impactées par ce scénario est estimé à 32.

➤ **Scénario 2 : Protection de la Trame verte et Bleue et de la trame verte urbaine (cette dernière concerne uniquement la ville de Pau)**

Dans ce 2^{ème} scénario, sont pris **en plus en compte les enjeux de la trame verte urbaine** qui sont le relais, sous forme d'espaces verts, des espaces naturels du territoire. Leur richesse intrinsèque est très relative, mais ils sont les seuls relais potentiels des continuités écologiques en milieu urbain et doivent à ce titre être protégé, valorisés et étendus

Appliquer une protection autour des espaces verts du cœur urbain (buffer de 30 m autour de tous les espaces verts par exemple) reviendrait à interdire toute installation de dispositifs lumineux.

Même si cela est le plus favorable à la biodiversité, une voie de compromis a été recherchée pour isoler au sein de cette trame urbaine les zones aux enjeux les plus forts. Pour les repérer, le travail s'est appuyé sur la classification réalisée par le Conservatoire des Espaces Naturels de Nouvelle-Aquitaine qui vise à identifier le rôle écologique joué par les espaces verts (privés et publics allant de moyen à fort) pour les pollinisateurs (évaluation de la fonctionnalité écologique de la trame pollinisateurs).

Ainsi, à partir de cette classification, les espaces verts les plus déterminants de la trame urbaine ont été retenus. A noter que la trame verte urbaine ne concerne que la ville de Pau car les autres espaces verts à enjeux de l'agglomération sont tous intégrés dans les buffers réservoirs et/ou corridor de notre modélisation ; et à ce titre déjà protégés.

Le nombre de publicités impactées par ce scénario est estimé à 38 soit une différence de 6 avec le scénario précédent.

Choix du scénario dans le RLPi : Protection des trames verte, bleue et urbaine (n°2)

Le croisement des zones autorisées de la publicité lumineuse avec les zones de protection écologiques montre une très faible interférence.

En effet, l'impact supposé du scénario 2 est relativement faible au regard du nombre total de publicités sur le territoire (au maximum 41 dispositifs impactés sur environ 900 soit environ 4 %).

Ainsi, le RLPi réglementera la plage d'extinction des publicités de manière à limiter au maximum, au sein des trames verte, bleue et urbaine, la diffusion de la lumière artificielle induite par les publicités. Ce qui se traduira dans les secteurs de la trame noire par un élargissement de la plage horaire d'extinction par rapport à la réglementation nationale (1h-6h).

Compte tenu que le pic d'activités de la plupart des animaux nocturnes et crépusculaires a lieu en tout début de nuit, l'extinction horaire dans ces secteurs est fixée à partir de 19h.

12.2 Zone n°1 : Les espaces de nature

12.2.1 Justification de la délimitation de la zone n°1

Au regard de l'état des lieux, le territoire est riche d'un patrimoine naturel qu'il soit situé en agglomération ou en dehors. Hors agglomération, le patrimoine naturel est déjà protégé d'un point de vue réglementaire puisque le code de l'environnement y interdit toute forme de publicité.

En revanche, en ce qui concerne le patrimoine naturel situé en agglomération, celui-ci ne bénéficie que d'une protection réglementaire partielle. En effet, dans les zones à protéger identifiées au PLU telles que les zones naturelles et les espaces boisés classés, seul un type de dispositif publicitaire est interdit (scellée au sol) en vertu de l'article R581-30 du code de l'environnement.

Les espaces boisés classés et naturels, principalement occupés par une végétation d'arbres et d'arbrisseaux, sont considérés comme des poumons verts. Au-delà de leur rôle de réservoirs ou de corridors écologiques, ils participent également à l'amélioration de la qualité du cadre de vie des habitants. Ils constituent en effet pour ces derniers des lieux de détente et de promenade. Pour ces raisons, il paraît primordial de les protéger de l'affichage extérieur prégnant pour éviter un contraste visuel avec la qualité paysagère de ces lieux.

Les zones agricoles en agglomération sont par ailleurs des espaces ouverts. Ces zones de culture ou de prairies offrent une vue dégagée sur les paysages urbains, ruraux ou remarquables. Présentant un réel intérêt paysager, il convient de les protéger au même titre que les espaces naturels et espaces boisés classés.

Ainsi, dans le RLPi une zone spécifique est créée pour protéger en agglomération ces espaces naturels et agricoles et les espaces boisés classés.

12.2.2 Justification des prescriptions dans la zone n°1

En matière de publicité :

Compte tenu des intérêts inhérents aux espaces identifiés en zone 1 (cf 12.2.1), toute forme de publicité sera interdite hormis la publicité sur palissade de chantier et la publicité de petit format ainsi que la publicité lumineuse située à l'intérieur d'un local.

Les publicités numériques sont proscrites afin de préserver les écosystèmes naturels en évitant de perturber les sols et les espèces végétales. En outre, cette interdiction permettra de préserver l'environnement visuel pour les touristes qui recherchent une expérience de calme et de connexion avec la nature.

Les publicités de petit format sont apposées sur devanture commerciale. Ils sont donc peu prégnants dans le paysage puisqu'ils ne créent pas d'emprise au sol. Dans le RLPI, ils sont soumis aux dispositions du RNP tout comme les publicités sur palissade de chantier.

Les publicités lumineuses situées à l'intérieur d'un local, ne pouvant pas être interdite dans un RLPI, sont encadrées en termes de surface. Elles ne doivent pas excéder 1m² pour ne contraster avec le paysage naturel environnant.

En matière d'enseignes :

Les dispositions de la zone 1 ont été définies de telle sorte que les enjeux de préservation des zones agricoles et naturelles et des espaces boisés classés (EBC) soient pris en compte.

Elles encadrent l'intégration des enseignes de manière plus restrictive que la réglementation nationale afin d'assurer leur bonne insertion dans les paysages exclusivement naturels et protégés (EBC).

Plusieurs supports d'enseignes sont autorisés (en façade, sur clôture et scellées au sol), pour permettre à tous les établissements de pouvoir se signaler afin qu'ils soient dans tous les cas visibles depuis la voie publique.

Une équité de traitement est recherchée dans le RLPI entre les zones agricoles/naturelles situées en milieu urbain et celles des zones non agglomérées. Ainsi, les règles en matière d'enseignes dans la zone 1 sont strictement identiques à celles de la zone hors agglomération.

12.3 Zone n°2 : Les espaces d'intérêt paysager, architectural et patrimonial

12.3.1 Justification de la délimitation de la zone n°2

Les centres-bourgs et centres-villes historiques, le Site Patrimonial Remarquable de Pau, les sites inscrits et les abords des monuments historiques présentent des enjeux patrimoniaux du fait de leur caractère historique et de leur valeur architecturale. En outre, les centres bourgs constituent des centralités où la proximité entre les usagers et les commerçants est privilégiée. Il convient donc d'assurer la protection des centres-bourgs et centres-villes historiques dès lorsqu'ils bénéficient de qualités architecturales.

Par conséquent, afin de garantir une bonne lisibilité de ce patrimoine architectural et remarquable et de dynamiser les pôles de vie, une zone spécifique est dédiée aux centres bourgs historiques, au Site Patrimonial Remarquable de Pau, aux sites inscrits et aux abords des monuments historiques. A cela s'ajoutent les espaces publics à qualité paysagère et les voies offrant une vue remarquable sur le paysage naturel ou urbain.

Ces voies offrent d'une part des perspectives paysagères, sur la Chaîne des Pyrénées et les coteaux par exemples et d'autre part des vues sur du patrimonial bâti (bâtiment remarquable, grange béarnaise...). Elles méritent ainsi une

protection plus restrictive vis-à-vis de la publicité. Les cônes et séquences de vue validés par les communes sont intégrés à cette zone (cf. annexe 4).

En complément des cônes et séquences de vue, certaines voies à forts enjeux paysagers sont protégées de la publicité à travers les RLP de Pau et de Lons. Par exemple, la commune de Pau compte une entrée de ville (Allée Condorcet et Catherine de Bourbon) a fait l'objet d'un traitement paysager particulier qu'il convient de préserver. Dans le RLP de Pau, ce secteur a fait l'objet d'une zone spécifique où des règles particulières ont été définies pour le protéger de la publicité.

Ainsi, pour améliorer la perception des entrées de ville et des axes stratégiques de l'agglomération qui donnent la première impression d'un territoire aux visiteurs et aux résidents, le RLPi prévoit de maintenir la protection de ces lieux déjà protégés présentant des vues paysagères de qualité (coteaux, Chaîne des Pyrénées...) ou un aménagement paysager qualitatif.

Cette préservation contribuera à offrir une meilleure qualité visuelle des paysages aux résidents, à refléter les caractéristiques et les valeurs du territoire et à le rendre plus attractif pour les visiteurs favorisant ainsi la promotion du tourisme local.

A l'échelle de l'agglomération, les voies à protéger de la publicité dans le RLPi sont les suivantes :

- la rocade sud sur la commune de Gelos afin de préserver la vue sur les coteaux localisés en arrière-plan.
 - le Boulevard du Cami Salié, les Allées Condorcet et Catherine de Bourbon, avenue Dufau, cours Lyautey, avenue Louis Sallenave, bien préservées de l'affichage en raison des dispositions locales du RLP de Pau. Cette protection encore souhaitée aujourd'hui est donc maintenue dans le RLPi.
 - la RD834 au nord de l'autoroute jusqu'au rond-point des combattants. Il paraît indispensable de protéger cette portion compte tenu qu'il s'agit d'une entrée de ville marquante dans l'agglomération paloise et des perspectives sur les Pyrénées qu'elle offre.
 - le boulevard de l'Europe du Nord au Sud traversant les communes de Lons et Billère. Sur Lons, une réelle volonté exprimée depuis le RLP communal de 1987, a été de préserver la partie nord du boulevard de l'installation de toute publicité. Cette volonté est aujourd'hui réaffirmée en raison de son aménagement qualitatif paysager.
- Il est souhaité également de prolonger cette protection sur le tronçon Billérois pour garantir une cohérence globale du Boulevard.
- l'avenue de Santana à Lons (N417) protégée depuis 1987 dans le RLP communal de Lons. Une partie de cet axe est en zone Natura 2000. Pour assurer une cohérence d'ensemble, il paraît logique de protéger l'intégralité de cet axe du rond-point des Combattants d'Indochine à Pau jusqu'au rond-point Santos Dumont à Lescar.
 - une partie des rues du château et de l'avenue du Moulin à Lons offrent des perspectives paysagères de qualité sur les coteaux. Ils sont aujourd'hui exempts de publicité, celle-ci était interdite dans le RLP de Lons depuis 1987. Cette mesure de protection est maintenue dans le RLPi.

Les cônes de vue et les voies à protéger permettront de répondre aux orientations du RLPi suivantes :

« Améliorer la qualité paysagère sur l'ensemble du territoire et en particulier celle des entrées de ville ».

« Renforcer l'attractivité touristique ».

A noter que les communes d'Artiguelouve, de Billère, de Beyrie en Béarn et d'Aubertin sont dépourvues de centre historique.

L'ensemble des sous-zones incluses dans la zone 2 est représenté sur une cartographie jointe à l'annexe 3.

12.3.2 Justification des prescriptions dans la zone 2

➤ En matière de publicité

Afin de préserver les secteurs d'intérêt paysager et patrimonial (notamment les cônes de vue, les centres bourgs et centres villes historiques) comme défini au paragraphe 12.3.1, il est choisi de restreindre l'affichage aux publicités de petit format, sur mobilier urbain, sur palissades de chantier et les chevalets compte tenu de leur impact minime dans le paysage par rapport aux publicités scellées au sol et murales.

Les abords des monuments historiques classés ou inscrits, les sites inscrits et le Site Patrimonial Remarquable sont concernés par des interdictions réglementaires de toute publicité.

Néanmoins, dans le cadre d'un RLPi, il est possible de déroger à cette interdiction. C'est le choix qui a été pris lors de la prescription et lors du débat sur les orientations en y autorisant principalement la publicité sur mobilier urbain afin de favoriser l'information publique locale.

En plus de la publicité sur mobilier urbain, d'autres types de publicité sont admis :

- **la publicité de petit format** (microaffichage d'une surface unitaire de moins de 1 m²) selon les conditions du RNP considérant qu'elle est peu prégnante sur le territoire et peu impactante dans le paysage urbain.
- **les dispositifs de dimensions exceptionnelles** liés à des manifestations temporaires **uniquement dans le SPR de Pau et dans les centres villes des autres communes de plus de 10 000 habitants**. Ceci pour permettre la diffusion d'événements culturels, sportifs et associatifs. Il est vrai que les centres villes sont des lieux propices à ce type de diffusion au regard de leur attractivité touristique. Ils sont assujettis aux dispositions du RNP.
- **Les chevalets** installés au droit de quelques commerces servant notamment à la promotion d'opérations exceptionnelles ou bien à l'affichage des menus des restaurants. Leur rôle étant essentiel pour les commerçants, il a été décidé de les autoriser à titre dérogatoire.
- **La publicité sur palissade de chantier** pour les raisons évoquées à l'article 10.2.

Toute forme de publicité numérique est interdite en zone 2 **afin de valoriser le patrimoine paysager et architectural exceptionnel** qui compose cette zone. Ces dispositifs numériques attirent davantage le regard par ses images dynamiques (flashes lumineux animés) perturbant ainsi l'expérience visuelle des usagers et des visiteurs.

➤ En matière d'enseignes

Dans cette zone, les dispositions en matière d'enseigne sont renforcées par rapport aux possibilités d'installation admises par la réglementation nationale.

Les dispositions prises dans la zone 2 en matière d'enseigne ont pour objectif de limiter l'impact visuel dans les espaces patrimoniaux et paysagers.

Ainsi, les enseignes les plus imposantes sont interdites à savoir les enseignes en toiture et les enseignes numériques.

Les enseignes en façade apposées parallèlement ou perpendiculairement au mur sont soumises à des règles plus restrictives que celles nationales afin d'assurer leur bonne intégration à l'architecture du bâtiment ou à la devanture commerciale. Pour parvenir à une intégration réussie, les éléments de composition de la façade sont pris en compte.

Ces règles permettent de répondre à plusieurs orientations adoptées :

- « Valoriser les centralités du territoire (centres-villes, centres-bourgs et quartiers) ».
- « Valoriser les secteurs protégés et les centralités et mettre en valeur les bâtiments remarquables ».
- « Améliorer la lisibilité des zones économiques ».

En complément de ces règles, des règles locales sur l'aspect esthétique (type de lettrage, matériaux, couleur du lettrage) et sur le positionnement des enseignes non réglementées dans le RNP. Ceci pour être cohérente avec le guide des devantures élaboré pour la ville de Pau.

Ces règles renforcées permettent ainsi de tenir compte notamment des édifices présentant des qualités architecturales spécifiques à cette zone et de veiller également à une insertion la plus harmonieuse possible des enseignes sur le bâti.

Dans un souci de cohérence avec l'interdiction de publicité scellée au sol, les enseignes scellées au sol sont interdites sur les parcelles comprenant des bâtiments patrimoniaux identifiés dans les documents d'urbanisme.

Les enseignes scellées au sol sont également interdites :

- dans les espaces publics remarquables de Pau (cités ci-après),
- les sites inscrits, les périmètres des monuments historiques et le SPR si l'enseigne est en covisibilité avec le monument historique.

Cette mesure vise à assurer une bonne visibilité sur les monuments historiques en évitant que ceux-ci soient occultés par un dispositif. Cela permettra de les mettre mieux en valeur.

Ces règles permettent de répondre aux orientations suivantes :

- « Valoriser les centralités du territoire (centre-bourg et de quartier) »
- « Valoriser les secteurs protégés et les centralités et mettre en valeur les bâtiments remarquables » en assurant une bonne intégration des enseignes dans leur environnement et sur la façade des bâtiments. Ceci permettra aux commerces, bénéficiant de ces lieux et bâtiments remarquables, de valoriser en même temps leur activité commerciale et le patrimoine architectural dans lequel ils se situent.

Justification des prescriptions des espaces publics remarquables sur Pau

Au sein du SPR ont été identifiées des places ordonnées ou en partie ordonnées ainsi que les immeubles qui les composent conférant à ces espaces un caractère d'ensemble de portée historique et culturelle.

Il s'agit des espaces publics remarquables suivants : Place Royale, Place Gramont, Place Reine Marguerite, Place de la Déportation, Rue du Château, Square George V, Square Aragon.

La qualité des lieux de ces espaces publics remarquables justifie que des mesures plus drastiques d'implantation des enseignes y soient établies qu'ailleurs en zone 2.

C'est pourquoi les dispositifs dont l'impact sur le cadre de vie est le plus important sont interdits (enseignes sur toiture, enseignes scellées au sol, installées directement sur le sol ou enseignes numériques).

Seules les enseignes murales parallèles sont admises.

Les enseignes parallèles au mur font l'objet de mesures d'intégration visant à préserver la qualité architecturale des bâtiments sur lesquelles elles sont installées notamment en exigeant le recours aux lettres découpées plus respectueuses de la modénature du bâtiment.

Elles doivent par exemple être constituées de bois, métal, aluminium ou peint. Inadaptés à la qualité des lieux, les spots d'éclairage sont interdits. Seul le rétro-éclairage et les bandes de leds plates pour les enseignes perpendiculaires sont autorisées.

12.4 Zone 3 : Les quartiers d'habitats

12.4.1 Justification de la délimitation de la zone 3

La zone 3 couvre l'ensemble des quartiers d'habitats du territoire intercommunal. Ceux traversés par des axes dits principaux ne sont pas inclus dans cette zone mais dans une zone spécifique (zone n°4 décrite ci-après).

Les quartiers d'habitats constituent des lieux de vie dans lesquels la qualité du cadre de vie apparaît la plus importante pour la population.

Ces quartiers présentent plusieurs profils : quartiers pavillonnaires, quartiers résidentiels, lotissements, quartiers mêlant habitations individuelles et immeubles collectifs.

Au sein de ces quartiers, des activités économiques qui nécessitent de la visibilité peuvent siéger. Les voies les parcourant supportent un trafic automobile modéré et sont par conséquent peu impactées par l'affichage publicitaire.

Une zone spécifique sera dédiée aux quartiers d'habitats où le traitement de l'affichage publicitaire et des enseignes sera intermédiaire entre celui des centres historiques (dispositions strictes au regard de leur valeur patrimoniale) et ceux des axes principaux et des zones économiques (dispositions plus souples au regard de la vocation de ces zones).

Dans cette zone, il s'agit de limiter fortement la publicité afin de préserver le cadre de vie des habitants et la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel tout en assurant la visibilité indispensable des activités économiques.

12.4.2 Justification des prescriptions de la zone 3

➤ En matière de publicité

Afin de répondre à l'objectif majeur du RLPi qui est l'amélioration du cadre de vie des habitants, le RLPi vise à limiter drastiquement la publicité dans les quartiers d'habitats. Il vise aussi à assurer une insertion harmonieuse des dispositifs autorisés sur les bâtis.

Pour cela, les dispositifs les plus impactants visuellement pour la population à savoir les dispositifs lumineux dont numériques et les dispositifs scellés au sol sont interdits.

S'agissant des supports muraux, ils sont admis dans un format maximal de 8 m² afin de réduire leur impact dans ces quartiers préservant davantage la qualité de vie des habitants. En outre, un format réduit permet de mieux intégrer les dispositifs muraux sur les façades des constructions en évitant une disproportion avec ces dernières.

Les autres dispositifs autorisés en zone 2 le sont également en zone 3 (sur mobilier urbain, micro-affichage...).

➤ En matière d'enseignes

Comme en zone 2, les dispositions réglementaires des enseignes sur façade sont limitées à 15 % de la surface de la façade conformément aux justifications des prescriptions communes relatives aux enseignes (cf paragraphe 11.5).

Dans le RNP, le format des enseignes scellées au sol ne peut pas dépasser 6 m² dans les villes de moins de 10 000 habitants contre 10,5 m² dans les villes de plus de 10 000 habitants. Le territoire de l'agglomération compte essentiellement des villes de moins de 10 000 habitants (28 sur 31) dans lesquelles le format est limité à 6 m².

Afin d'assurer une cohérence avec le format maximal des enseignes scellées au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, Il a été choisi d'appliquer ce même format aux enseignes scellées dans les 3 autres communes de plus de 10 000 habitants (Pau, Billère, Lons). Autrement dit, dans toutes les zones 3 du territoire, les enseignes scellées au sol sont admises dans un format maximal de 6 m².

Elles doivent avoir une forme totem vertical. Ce choix de format permet de concilier visibilité des acteurs économiques et protection du paysage et du cadre de vie. Il permet en outre de distinguer nettement les publicités (format rectangulaire horizontal) des enseignes assurant ainsi une meilleure lecture des dispositifs publicitaires tout en améliorant la visibilité des activités économiques.

Le format totem vertical permet donc de répondre aux orientations suivantes :

-« Assurer une meilleure lecture des publicités et des enseignes ».

-« Améliorer la lisibilité des zones économiques ».

Pour les raisons évoquées au paragraphe sur les enseignes sur clôture, les enseignes sur clôture seront autorisées dans un format maximal de 1 m².

A l'instar de la publicité numérique, les enseignes numériques demeurent interdites dans les quartiers d'habitats dans un souci de protection du cadre de vie des habitants.

12.5 Zone 4 : Les axes routiers principaux

12.5.1 Justification de la délimitation de la zone 4

Les entrées de ville sont des lieux qui influent sur la perception des résidents et des visiteurs donc sur l'image de la ville et son attractivité à travers le tourisme local. Une meilleure qualité des entrées de ville et des axes principaux favorise également le bien être des habitants en leur offrant visuellement des espaces urbains plus harmonieux. L'amélioration paysagère des entrées de ville contribue par ailleurs à préserver leur identité culturelle et historique.

Les axes routiers principaux et les entrées de villes, souvent confondus et très fréquentés par les usagers de la route sont donc soumis à la pression publicitaire.

Ainsi, pour préserver le cadre paysager des entrées de villes et des axes routiers principaux, la publicité y est encadrée de manière limitée par l'instauration notamment de règles de densité et de format et par l'interdiction de certains dispositifs, les plus impactants visuellement.

La combinaison de ces diverses prescriptions permettra de limiter le nombre et la prégnance des panneaux publicitaires par réduction du format, aux abords des axes qui sont des lieux très convoités par les professionnels de l'affichage.

Cette zone spécifique permettra par ailleurs de répondre au besoin des acteurs économiques en matière de communication de leurs offres commerciales et d'améliorer la visibilité des établissements économiques localisés le long de ces axes.

La zone 4 couvre les axes principaux de l'agglomération qui ne sont pas inclus dans les zones d'activités économiques (UY du PLUi). Les axes principaux concernés sont les axes qui ont été hiérarchisés comme axe structurants et voie de transit dans le Plan de Déplacements Urbains, approuvé en 2023. Ce sont les axes les plus fréquentés par les usagers de la route et par voie de conséquence les plus prisés par la publicité.

Afin de favoriser l'installation de publicités aux abords de ces axes, la zone 4 s'étend sur une bande de 20 m au-delà de l'alignement (limite entre le domaine privé et public).

12.5.2 Justification des prescriptions de la zone 4

En matière de publicité :

La disposition principalement différente par rapport aux quartiers d'habitats concerne les dispositifs publicitaires scellés au sol.

Comme indiqué au paragraphe 10.5, le format des publicités scellées au sol est limité à 10.5 m² encadrement compris.

L'interdiction de panneau numérique aux abords des axes principaux répond à l'orientation générale du RLPi :

« Améliorer la qualité paysagère des entrées de ville et des axes principaux du territoire »

Considérant que les dispositifs numériques ont un impact plus significatif sur le paysage que les dispositifs traditionnels, ils sont interdits aux abords des axes principaux qui sont des vecteurs de l'image de la ville et de manière plus large de l'agglomération.

L'interdiction des panneaux numériques se justifie d'autant plus que des habitants résident le long de ces axes mixtes mêlant activités économiques et habitations (comme c'est le cas aux abords du Boulevard Charles de Gaulle à Lons,

de l'avenue Henri IV à Jurançon ou de la rue des Marnières à Billère). Cette mesure permettra donc de protéger le cadre de vie des habitants concernés.

En matière d'enseignes :

Les dispositions en matière d'enseigne en zone 4 sont les mêmes que celles prévues en zone 3 à une exception près : les enseignes sur toiture.

Limitées exclusivement aux toitures inclinées, les enseignes sur toiture sont admises le long des axes principaux pour permettre une meilleure visibilité des établissements implantés au milieu d'habitations.

12.6 Zone 5 : Les zones d'activités économiques

12.6.1 Justification de la délimitation de la zone 5

La zone 5 regroupe l'ensemble des zones économiques du territoire (commerciales, artisanales et industrielles) dépourvues de quartiers d'habitats. Plus précisément, elle correspond aux zones d'activités économiques du PLUi (Uy, 1AUy, 2AUy, UyZACOM).

Les zones économiques ne comportant pas les mêmes enjeux que les autres zones évoquées précédemment (paysagers, architecturaux, patrimoniaux, cadre de vie), une zone spécifique est donc créée pour les espaces liés à l'activité économique.

Dans cette zone, l'enjeu essentiel concerne le besoin des acteurs économiques à communiquer tant sur leur localisation géographique (pré-enseigne et enseignes) que sur leurs offres promotionnelles commerciales (publicité).

Pour satisfaire à ces besoins fondamentaux, les dispositions règlementaires applicables à cette zone vont être plus souples.

12.6.2 Justification des prescriptions de la zone 5

➤ En matière de publicité

Cette zone comporte des dispositions règlementaires plus souples que dans les autres zones compte tenu de l'absence de protections légales et règlementaires dans ces espaces. Les dispositions telles que définies tiennent compte du besoin de communication des entreprises concentrées dans les zones économiques.

Les différences principales avec les autres zones portent sur l'autorisation des publicités numériques, les bâches de chantier et les publicités lumineuses à l'intérieur d'un local commercial.

S'agissant des publicités numériques, le format de 4 m² a été opté en raison de leur plus grand impact visuel par rapport aux autres dispositifs. Ils peuvent aussi entraîner une diminution de la visibilité des autres dispositifs en attirant plus le regard des usagers de la route.

Cette disposition permet de répondre à l'orientation du RLPi suivante :

« Améliorer la qualité paysagère sur l'ensemble du territoire ».

Cette orientation a également pour finalité d'améliorer la qualité paysagère des zones d'activités économiques qui sont fortement impactées par la forte présence de panneaux publicitaires et d'enseignes.

Le format réduit des publicités numériques permettra donc de remplir cet objectif ainsi que de contribuer à l'amélioration du cadre de vie à travers une meilleure qualité de vie au travail de ceux exerçant une profession dans ces zones d'activités économiques.

La publicité sur bâches de chantier, présente uniquement pendant la durée des travaux, est autorisée **dans les zones d'activités économiques** des communes de plus 10 000 habitants.

Concernant les publicités lumineuses à l'intérieur d'un local, elles ne devront pas dépasser 2 m² afin que leur format reste proportionnel à l'espace intérieur du commerce. Limiter leur format va par ailleurs dans le sens de la réduction des consommations d'énergie qui est inscrit dans l'objectif du Plan Climat Air Energie Territorial de Pau Béarn Pyrénées adopté en 2018.

➤ En matière d'enseignes

Afin d'améliorer la qualité paysagère des zones économiques, certains types d'enseignes seront interdits (banderoles, oriflammes). Souvent en surnombre dans les zones économiques et peu lisibles, ils empêchent indéniablement la lisibilité des activités économiques.

Cette disposition permet de répondre à l'orientation du RLPi suivante :

« Améliorer la lisibilité des zones économiques ».

Concernant les enseignes scellées au sol type totem, leur format est de 6 m² contre 2 m² en Site Patrimonial Remarquable par exemple. Ceci pour permettre notamment aux entreprises installées sur la même unité foncière de regrouper leur enseigne sur un dispositif commun.

Cette forme de type totem permet également de limiter leur impact paysager par leur verticalité contrairement au format rectangulaire d'un panneau d'affichage classique. Elle augmente la visibilité de l'enseigne dans la mesure où celle-ci est plus facilement repérable de loin par rapport à une enseigne horizontale. Et enfin, une enseigne verticale se distingue de la publicité horizontale permettant une meilleure lecture des dispositifs d'affichage dans le paysage urbain.

Il est constaté dans les zones économiques un recours fréquent au totem-enseigne même en l'absence de Règlement Local de Publicité communal.

Le RLPi règlemente fortement la présence des enseignes sur toiture en les restreignant uniquement aux toitures inclinées. Cette mesure vise à préserver les vues sur le paysage environnant en évitant ainsi un dépassement du toit. En outre, leur taille est réduite par rapport aux dispositions nationales (limitée à 15 % sans dépasser un format unitaire de 30 m²).

Cette disposition répond à l'orientation du RLPi suivante :

« Préserver et valoriser les vues sur la chaîne des Pyrénées et sur les éléments patrimoniaux du territoire ».

En outre, le RLPi limite l'affichage en façade des bâtiments qui auront une enseigne installée en toiture. Ce choix permet d'éviter l'accumulation des dispositifs d'enseigne sur bâtiment favorisant ainsi la qualité paysagère des lieux.

Ainsi, les enseignes en façade pourront être installées dans une limite de 10 % contre 15 % pour les établissements ne disposant pas d'enseigne en toiture.

Les enseignes numériques sont fortement réglementées dans le RLPi du fait qu'elles impactent fortement le paysage et le cadre de vie (pollution lumineuse). Pour les raisons évoquées au paragraphe 11.3, les enseignes numériques sont limitées en zones d'activités économiques dans un format maximal de 2 m².

Cette disposition répond à l'orientation du RLPi suivante : « Limiter le recours aux dispositifs lumineux. »

Les enseignes en façade sont traitées de la même manière que les autres zones du territoire, hors zones à forts enjeux (zones 1 à 2) pour assurer, quel que soit le lieu d'implantation, une bonne lisibilité des informations diffusées par les commerces et les entreprises.

12.7 Zone 6 : Stade du Hameau et l'aéroport de Pau

12.7.1 Justification de la délimitation de la zone 6 : Stade du Hameau et l'aéroport de Pau-Uzein

La zone 6 délimite l'emprise du stade du Hameau et la partie de l'emprise de l'aéroport de Pau-Uzein situé sur la commune d'Uzein.

Le stade du Hameau est le plus important équipement sportif du territoire intercommunal et compte actuellement 14 999 places assises.

En vertu du règlement national de publicité, il ne peut pas bénéficier du régime dérogatoire des équipements sportifs de 15 000 places et plus.

Ainsi s'il n'était pas intégré dans une zone spécifique, il devrait intégrer la zone du RLPi en cohérence avec les autres bâtis alentour à savoir celle des quartiers d'habitat qui impose des règles très restrictives.

Ainsi, au regard des enjeux essentiels de ces équipements, principalement identitaires et économiques, il semble qu'un zonage spécifique au stade du Hameau, regroupé avec la zone aéroportuaire de Pau, est plus adéquate et permet de mieux tenir compte des besoins de ces équipements en termes de communication de leur activité sportive et économique.

Cette zone spécifique a également l'avantage d'anticiper un possible accroissement de la capacité d'accueil du stade (passant au-delà des 15000 places) en permettant d'appliquer des règles qui seront dans ce cas plus restrictives que le régime dérogatoire des équipements sportifs.

En effet ce dernier semble, au regard des orientations définies pour le RLPi, trop permissif et disproportionné par rapport aux autres équipements événementiels du territoire (zénith, palais des sport, Nouste camp...).

12.7.2 Justification des prescriptions de la zone 6

➤ En matière de publicité :

Même si l'aéroport de Pau se situe hors agglomération, son régime réglementaire en matière de publicité correspond à celui des agglomérations de plus de 10 000 hab.

En l'absence de circonstances locales particulières et du fait notamment de leur localisation excentrée, les règles nationales en matière de publicité s'appliqueront pour l'aéroport de Pau et le stade du Hameau.

Il en résulte une surface publicitaire limitée à 10,5 m² encadrement compris, qu'il s'agisse de dispositif scellé au sol ou mural, excepté pour les publicités numériques où la surface est de 8 m².

La hauteur des dispositifs muraux sera de 7,5 m et de 6 m pour les dispositifs scellés au sol.

Afin de restreindre le nombre de dispositifs sur l'emprise de ces équipements, ceux-ci seront aussi soumis aux règles de densité définies dans le RLPi.

Les bâches de chantier et publicitaires, autorisées uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants sont donc admises uniquement dans l'emprise du Stade du Hameau de Pau, La commune d'Uzein sur laquelle se situe l'aéroport de Pau comptant moins de 10 000 habitants.

➤ En matière d'enseignes

Les enseignes dans l'emprise du stade du Hameau et de l'aéroport sont la plupart soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité.

Les seules différences avec le Règlement National de Publicité concernent les dispositions relatives :

- aux enseignes sur toiture. Plus restrictives que le RNP, leur surface sera limitée à 30 m² contre 60 m² dans le RNP,
- aux enseignes adhésives (vitrophanie), collées à l'extérieur sur une baie commerciale. Leur surface ne peut dépasser 20 % de la surface totale des baies vitrées.

Les enseignes numériques, non réglementées dans le RNP, seront soumises aux mêmes règles que les publicités numériques. Un seul dispositif est autorisé dans l'emprise de chaque équipement. Elle ne pourra pas excéder 8 m² quel que soit leur mode d'installation (mural ou scellé au sol) ;

Les enseignes sur clôture sont réglementées au regard du Règlement National de Publicité.

12.8 Zone Hors agglomération

12.8.1 Justification de la délimitation de la zone hors agglomération

Cette zone couvre les espaces situés en dehors des zones agglomérées.

12.8.2 Justification des prescriptions de la zone hors agglomération

➤ En matière de publicités :

La publicité est réglementairement interdite dans les zones non agglomérées en vertu du code de l'environnement. Le RLPi n'ayant pas la possibilité d'être plus permissif que le code de l'environnement, la publicité dans la zone 7 est donc automatiquement interdite.

➤ En matière d'enseignes :

Afin de répondre aux objectifs définis lors de la prescription du RLPi (cf encadré ci-après), le RLPi réglemente les enseignes hors agglomération en vue de la préservation des paysages naturels et agricoles des zones hors agglomération.

Délibération de prescription du RLPi (20-12-2020) : objectif sur les enseignes hors agglomération

Préserver les zones situées hors agglomération (paysages naturels, agricoles et ruraux) dans un souci de protection du cadre de vie et des paysages, en réglementant spécifiquement les enseignes hors agglomération (Gave de Pau, Plaine du Pont Long, Coteaux Sud), soumises par défaut aux mêmes règles qu'en agglomération

On retrouve dans cette zone les mêmes dispositions qu'en quartiers d'habitats afin de veiller à une insertion la plus harmonieuse possible des enseignes dans ces espaces majoritairement naturels et agricoles.

Afin de permettre aux établissements éloignés de la voie ouverte à la circulation publique tels que les Chais, les enseignes scellées au sol sont admises mais de manière restreinte (2 m² et une hauteur maximale de 3 m). En revanche, elles demeurent interdites dans les périmètres des monuments historiques et les parcelles cadastrales des bâtiments patrimoniaux.

Ces règles permettent de répondre aux orientations suivantes :

« Valoriser les centralités du territoire (centre-bourg et de quartier) »

« Valoriser les secteurs protégés et les centralités et mettre en valeur les bâtiments remarquables » en assurant une bonne intégration des enseignes dans leur environnement et sur la façade des bâtiments. Ceci permettra aux commerces, bénéficiant de ces lieux et bâtiments remarquables, de valoriser en même temps leur activité commerciale et le patrimoine architectural dans lequel ils se situent.

12.9 Zone Natura 2000

12.9.1 Justification de la délimitation de la zone Natura 2000

Sur le territoire de la communauté d'agglomération, 3 sites sont désignés « zone Natura 2000 ». Il s'agit de :

- **FR7200781, « Gave de Pau » (Directive habitats)**
- **FR7200770, « Parc boisé du Château de Pau » (Directive habitats)**
- **FR7212010, « Barrage d'Artix et saligue du Gave de Pau » (Directive Oiseaux)**

La qualification d'un site en « Natura 2000 » permet de protéger un certain nombre d'habitats et d'espèces représentatifs de la biodiversité européenne.

Selon le code de l'environnement (article L581-8), toute publicité est interdite dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000). Cette interdiction est dite « relative » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP(i).

12.9.2 Justification des prescriptions de la zone Natura 2000

- En matière de publicités :

L'interdiction de toute forme de publicité dans les sites Natura 2000 prévue par le code de l'environnement est maintenue dans le RLPi.

Cependant, pour les raisons évoquées précédemment, (cf § 10.2) une dérogation est souhaitée pour les dispositifs de petit format et la publicité sur palissade de chantier dans les sites Natura 2000.

Une autre dérogation est également prévue pour trois secteurs de la zone 5 recouverts par le périmètre Natura 2000 (Boulevard de l'Europe à Lescar, zone du mail à Lons et une partie de la zone du Vert Galant à Jurançon) comme expliqué au paragraphe 10.3.

Les règles dans les sites Natura 2000 sont identiques aux autres espaces de nature intégrés à la zone n°1 (agricoles, naturelles, EBC).

➤ En matière d'enseignes :

Le code de l'environnement ne réglemente pas les enseignes implantées en site Natura 2000.

Le RLPi ne prévoit pas de règles spécifiques aux sites Natura 2000 du territoire. C'est donc le découpage du RLPi qui définit les règles à appliquer sans tenir compte de la spécificité de Natura 2000. De cette façon, les enseignes restent adaptées à l'ambiance urbaine dans laquelle elles se situent.

12.10 Zone « Monuments historiques et sites classés »

12.10.1 Justification de la délimitation de la zone « Monuments historiques et sites classés »

Cette zone couvre les sites classés et les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques.

12.10.2 Justification des prescriptions de la zone « Monuments historiques et sites classés »

➤ En matière de publicités :

La publicité est réglementairement interdite sur les immeubles inscrits ou classés au titre des monuments historiques ainsi que dans les sites classés en vertu de l'article L581-4 du code de l'environnement. Le RLPi n'ayant pas la possibilité d'être plus permissif que le code de l'environnement, la publicité dans la zone « Monuments historiques et sites classés » est donc automatiquement interdite.

➤ En matière d'enseignes :

Les monuments historiques et les sites classés peuvent accueillir des enseignes pour signaler leur activité.

Les enseignes doivent s'intégrer harmonieusement à la façade des immeubles et des sites classés. Dans un souci de cohérence avec les sites inscrits affectés à la zone 2, il paraît évident que les immeubles et sites classés doivent bénéficier du même niveau de prescriptions en termes d'enseignes que la zone 2.

Ainsi, les règles applicables aux monuments historiques et sites classés sont identiques à celles de la zone 2 « espaces d'intérêt architectural, patrimonial et paysager ».

ANNEXES

Annexe 1 : Liste des servitudes d'utilité publique

1.1 Monuments historiques et sites classés

LEXIQUE

Cl. MH : Classé Monuments Historiques

Ins. MH : Inscrit au titre des Monuments Historiques

S. Cl. : Site Classé

BIZANOS

- Parc du Château de Franqueville (Site Classé : 18/04/1944)

BOSDARROS

- Église Saint-Orens en totalité (Ins. MH : 02/07/1987)

BOUGARBER

- Porte de ville (Ins. MH. : 27/10/1948)

GAN

- Porte de ville dite « Prison » (Ins. MH. : 30/12/1994)

GELOS

- Domaines « Le Vignal », Montfleury, de la Tisnère, de Guindalos, Villa Estefani, Nirvana (S. Classé : 18/04/1944)
- Haras national : en totalité, parties bâties et non bâties avec les murs de clôture et leurs portails (Ins. MH. : 04/08/2011)

JURANÇON

- Domaines de Guindalos, du Clos Henri IV, château Ollé-Laprune (Site Classé : 18/04/1944)

LESCAR

- Église de l'Assomption (Cl. MH. : liste de 1840).
- Restes de la tour de l'Esququette (Ins. MH. : 11/02/1929)
- Porte monumentale, au centre de la ville (Ins. MH. : 01/02/1937)
- Le Site Antique du Bialé (Ins. MH. : 30/01/1997)

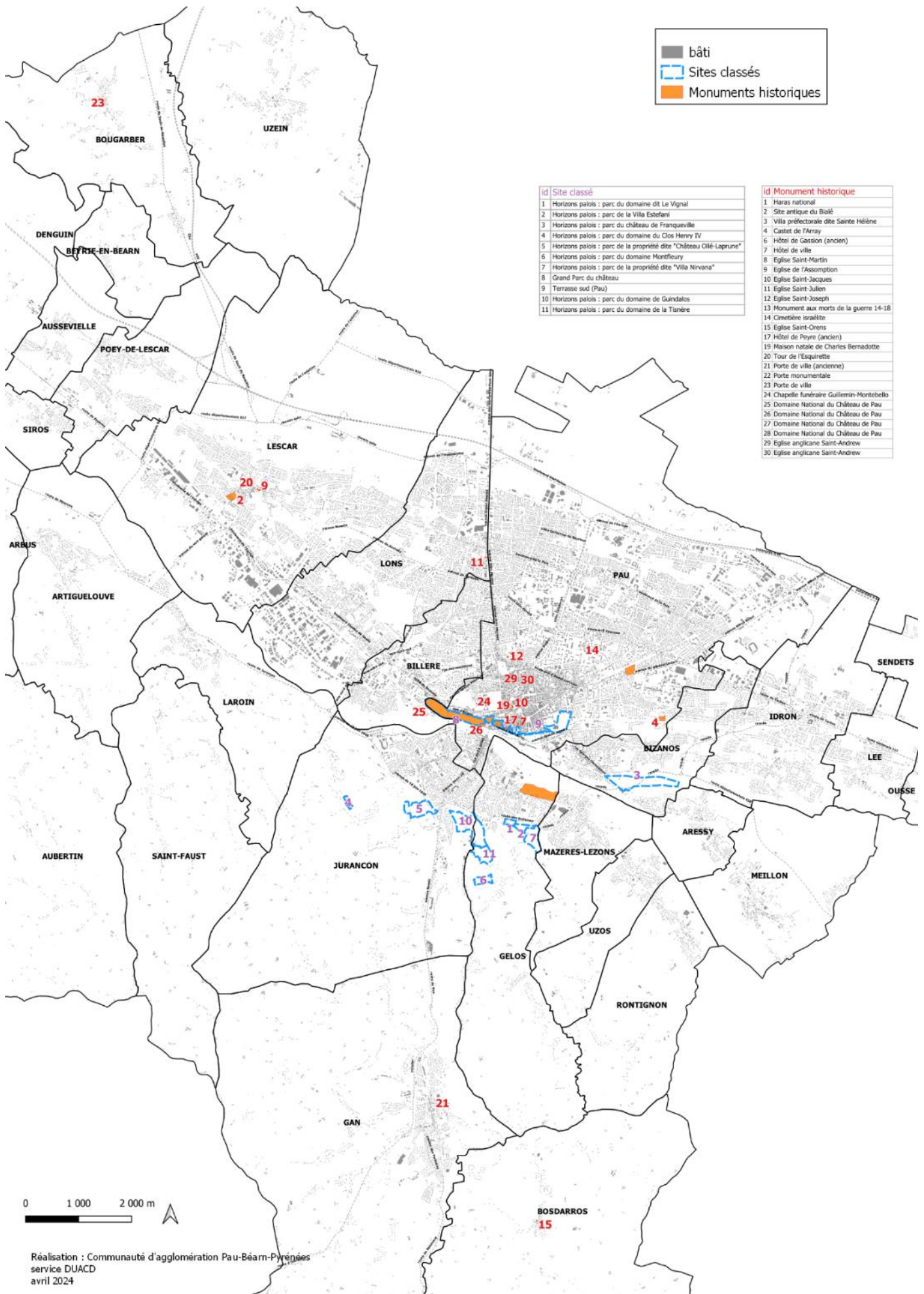
LONS

- Église Saint-Julien, en totalité (Ins. MH : 20/01/2016)

PAU

- Château (Cl. MH. : liste de 1840)

- Château : talus, terrasses du château, première enceinte, corps de garde, portes, fossés. Pont du XVIIIème siècle reliant le château à la ville, pont Corisande, pont de Nemours, passerelle reliant la Basse Plante au parc. Jardin dit de la « Basse-Plante ». Murs de clôture et portails. Ensemble du parc (Cl. MH. : 04/10/2004)
- Maison natale de Charles-Bernadotte (5, rue Bernadotte) : façades et toitures de la maison et de son annexe, 6-8, rue Tran. (Cl. MH. : 10/12/1953)
- Hôtel Peyré (2, rue du château) : façades et toitures, le vestibule avec son sol et l'escalier. (Ins. MH. : 02/07/1987)
- Hôtel de Gassion, 1, rue de Gontaut Biron. Façades et toitures, décors intérieurs des salons du cercle anglais (Ins. MH. : 01/02/1988)
- Le cimetière israélite, avenue Buros, avec son mur de clôture ainsi que le sol et le sous-sol (Ins. MH. : 26/09/1995)
- Cimetière de Pau, zone A, carré 4, concession P2 177. Chapelle funéraire Guillemin-Montebello, en totalité. (Ins. MH. : 27/11/1997)
- Église Saint-Joseph en totalité (Ins. MH : 14/12/2000)
- Villa Sainte Hélène 27-29, avenue Norman Prince. En totalité, ainsi que le par cet son portail, le mur d'enceinte, la maison du concierge et le manège (Ins. MH : 15/10/2002)
- Église Saint-Jacques en totalité (Ins. MH : 27/05/2013)
- Palais Sorrento, dit aussi Castet de l'Array, en totalité, ainsi que les restes de son parc, les terrasses avec leur garde-corps et leur mur de soutènement, le temple belvédère, le pont en rocaille et la source avec son encadrement de roches (Ins. MH : 13/01/2014)
- Monument aux morts 1914-1918, ainsi que son environnement et les bornes, boulevard des Pyrénées (Ins. MH : 21/10/2014)
- Église Saint-Martin en totalité (Ins. MH : 02/02/2015)
- Église anglicane Saint-Andrew, en totalité, et les façades et toitures de son ancien presbytère avec le porche et l'escalier d'accès sous verrière, 2 rue O'Quin (Ins. MH : 21/05/2015)
- Hôtel d ville (Ins. MH : 23/01/2017)
- Grand parc du Château (Site Classé : 19/07/1944)
- Terrasse sud comprenant le parc Beaumont, le boulevard des Pyrénées, la Place Royale, le square Saint-Martin, la rampe montant du boulevard à la petite place Bellevue, cette place, les jardins du château et de la Basse-Plante (Site Classé : 2 juin 1921, 27 février 1924 et 12 mai 1924)



1.2 Sites inscrits

BILLÈRE

- Terrains dits "Golf" constituant la vue du parc de Pau vers le Gave (Site inscrit : 18/04/1944)

BOUGARBER

- Bourg et ses abords, comprenant le lieu-dit « Gascou » (Site inscrit : 15/02/1977)

GELOS

- Parc du domaine dit « le Tinot » (Site inscrit : 18/04/1944)
- Parc de la villa Montrose (Site inscrit : 18/04/1944)

JURANÇON

- Domaines de Mont-Riand, château de Perpigna, villa « Castel-Forgues » (Site Inscrit : 18/04/1944)

LESCAR

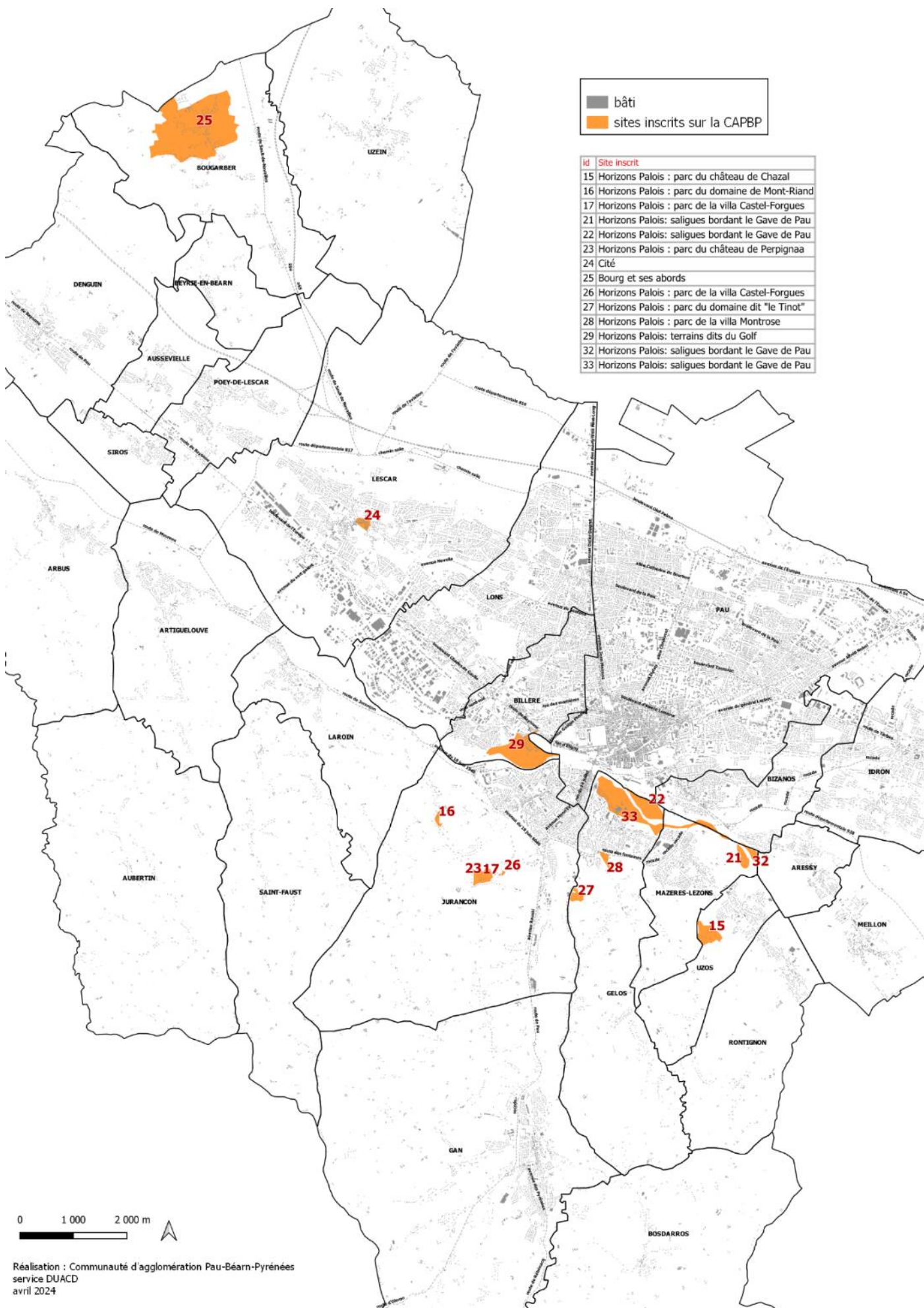
- Ensemble formé par la cité de Lescar (Site inscrit : 14/03/1975)

GELOS, MAZÈRES-LEZONS, BIZANOS

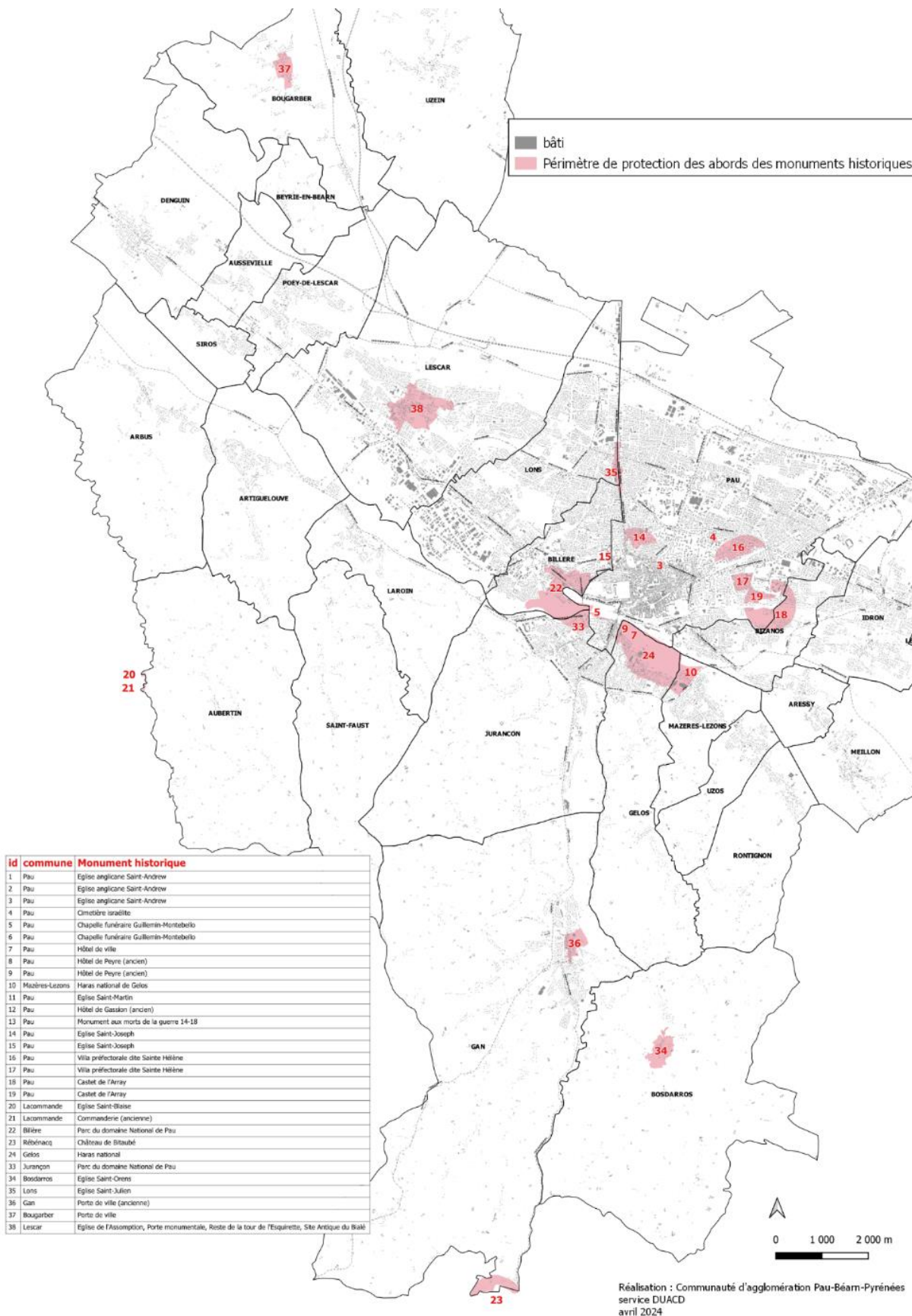
- Saligues bordant le Gave de Pau (Site inscrit : 18/04/1944)

UZOS

- Parc du château de Chazal (Site inscrit : 18/04/1944)

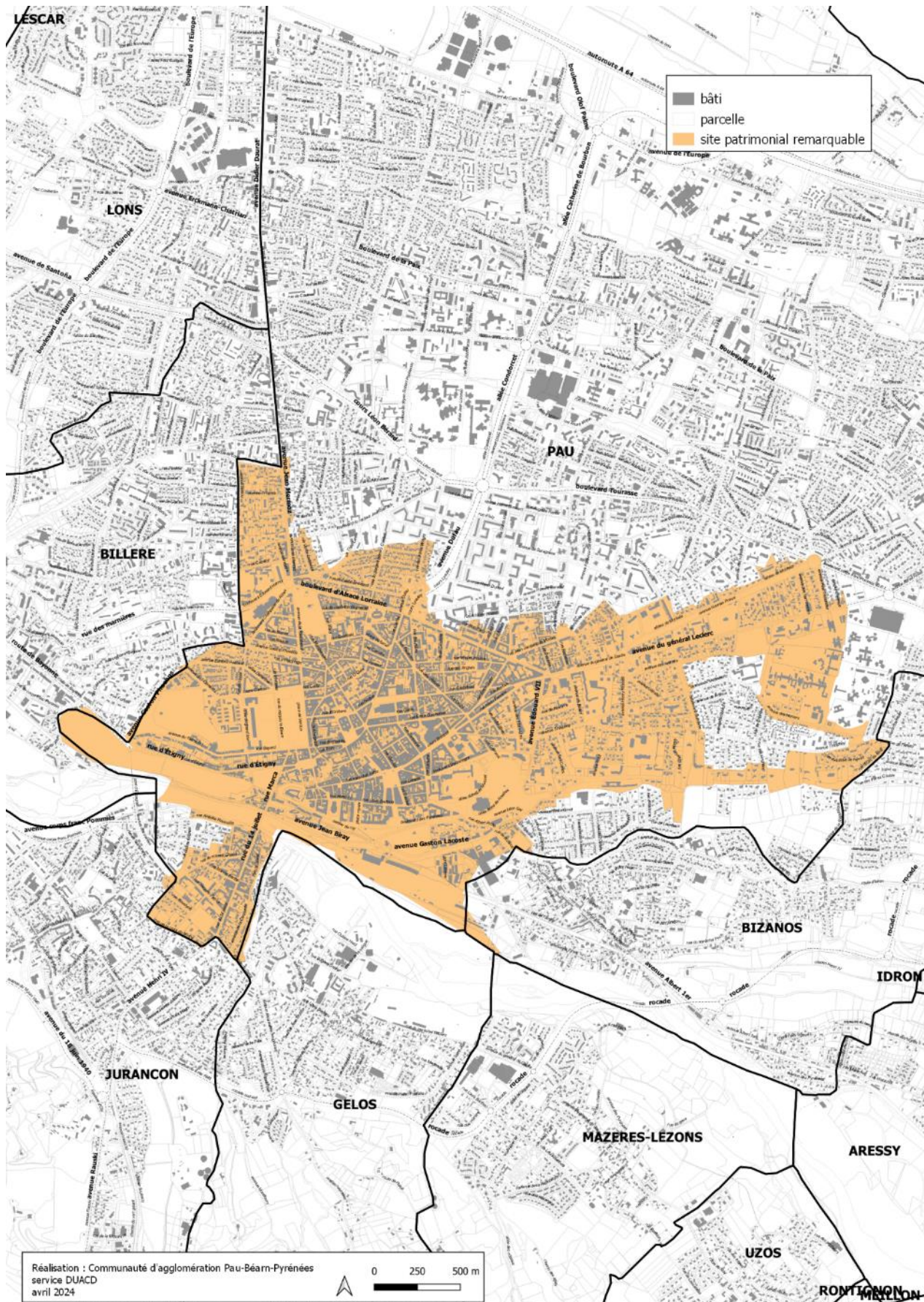


0 1 000 2 000 m

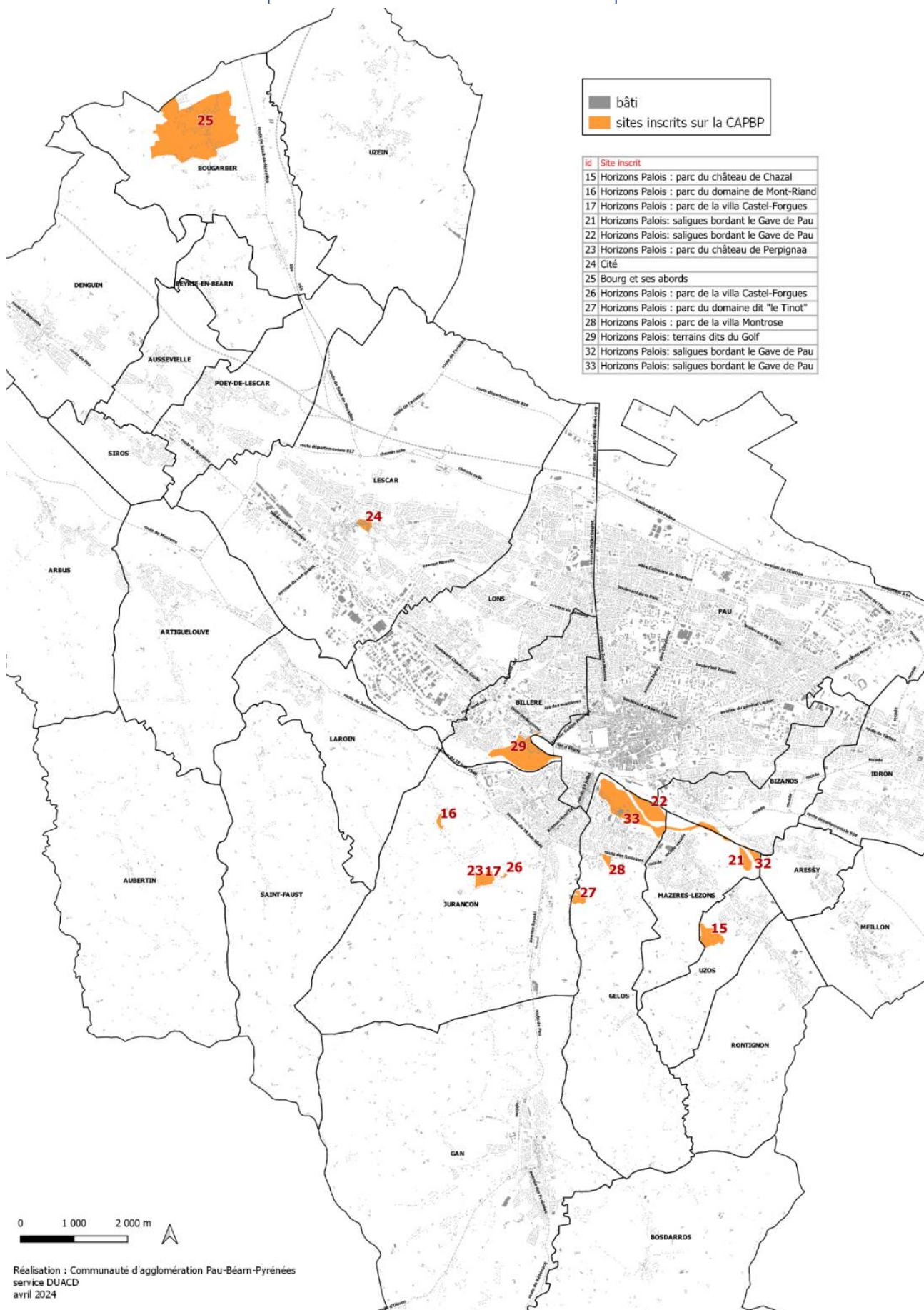


1.3 Site patrimonial remarquable

Aire de mise de Valeur de l'architecture et du Patrimoine approuvé le 29 novembre 2018, modifié le 30 janvier 2020

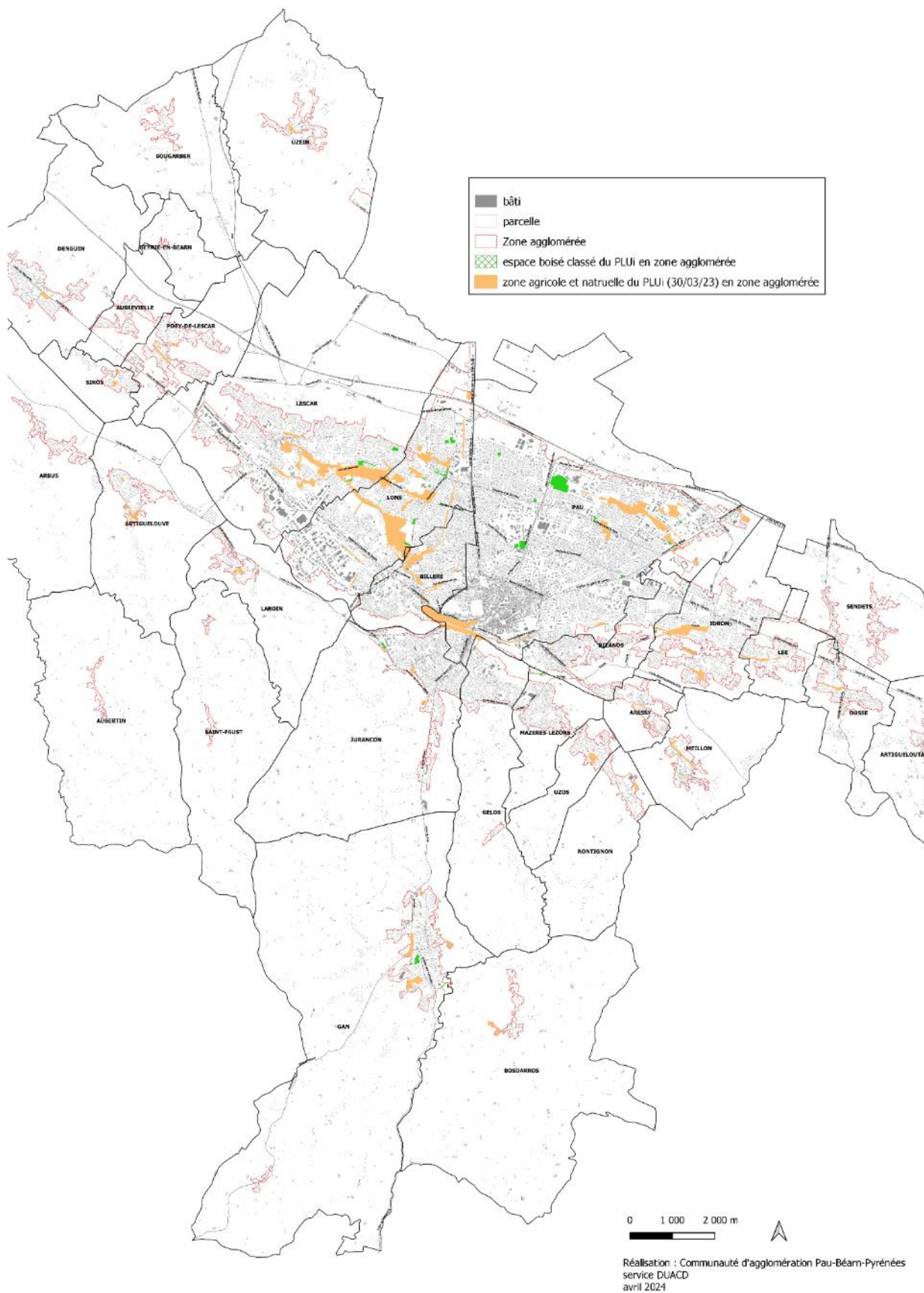


1.4 Périmètre de protection des monuments historiques



Annexe 2 : Espaces boisés classés et zones naturelles et agricoles du PLUi en zone agglomérée

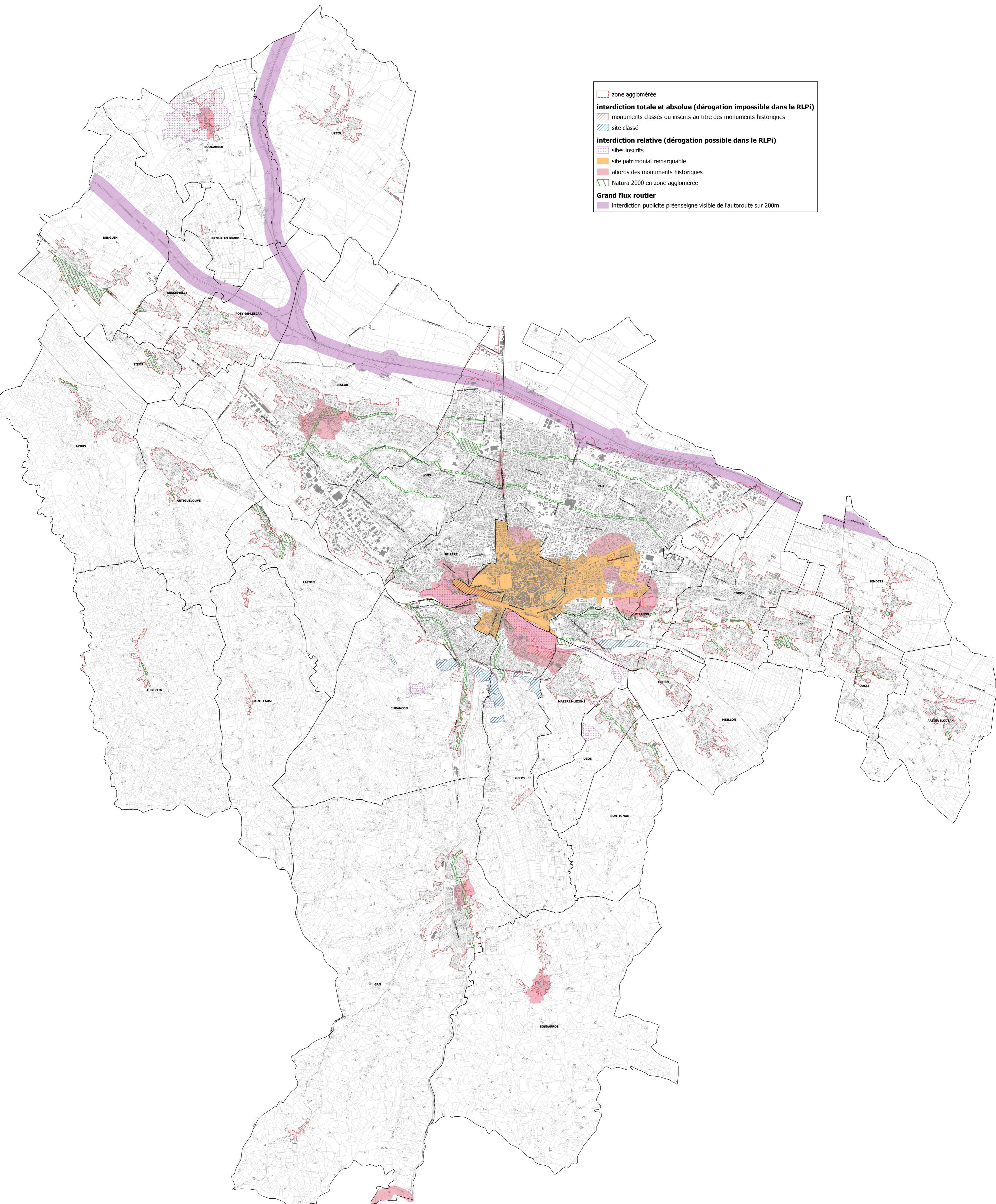
(Périmètres concernés par les articles R581-30 et R581-42 du Code de l'Environnement)



Annexe 3 : Périmètres réglementaires des zones protégées

Annexe 3 du rapport de présentation : Périmètres réglementaires des zones à protéger

Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées
arrêté en conseil communautaire le 27 juin 2024



- zone agglomérée
- interdiction totale et absolue (dérogation impossible dans le RLPi)**
 - monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques
 - site classé
- interdiction relative (dérogation possible dans le RLPi)**
 - sites inscrits
 - site patrimonial remarquable
 - abords des monuments historiques
 - Natura 2000 en zone agglomérée
- Grand flux routier**
 - interdiction publicité préenseigne visible de l'autoroute sur 200m

Annexe 4 : Les sous-ensembles constitutifs de la zone 2 “Les espaces d’intérêts architectural, patrimonial et paysager”

Annexe 4 du rapport de présentation : Éléments constitutifs de la zone 2 "les espaces d'intérêts architectural, patrimonial et paysager"

Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) de la Communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées
arrêté en conseil communautaire le 27 juin 2024

Nota : dans les secteurs où plusieurs périmètres se superposent, seul le périmètre le plus restrictif est représenté sur la carte et s'applique

- bâti
- parcelle
- Périmètres caractérisant la zone 2
 - Site patrimonial remarquable (SPR)
 - Périmètre de protection des abords des monuments historiques
 - Site inscrit
 - zone UA du PLUi "centre historique"
 - Parcelle contenant un bâti patrimonial recensé au PLUi
 - Cône ou séquence de vue
 - Tronçon à protéger

