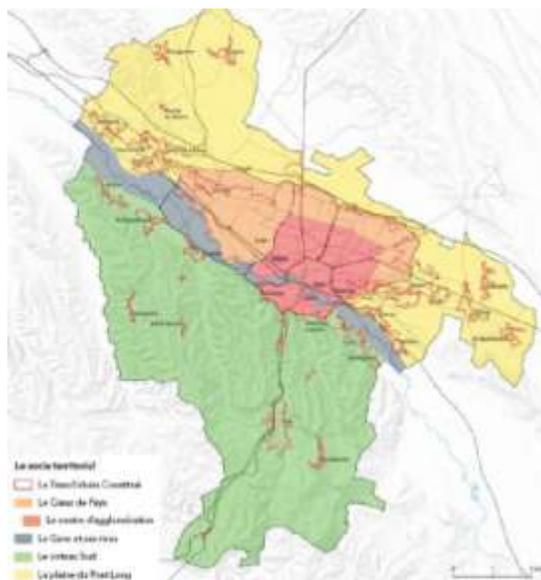


ENQUETE PUBLIQUE

Règlement Local de Publicité intercommunal RLPi RAPPORT D'ENQUETE



Enquête publique du 28 Octobre au 29 novembre 2024

SOMMAIRE

Préambule

1- Généralités

- 1.1 Objet de l'enquête
- 1.2 Maîtrise d'œuvre du projet de Règlement Local de Publicité
- 1.3 Autorité organisatrice de l'enquête Publique
- 1.4 Approbation du projet de Règlement Local de Publicité

2-Le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal

- 2-1 Dispositions légales relatives à la publicité et aux enseignes
- 2-2 Contexte territorial
- 2-3 Dispositions réglementaires
- 2-4 Quelques définitions
- 2-5 Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure
- 2-6 Délimitation des agglomérations des communes
- 2-7 Le RLPI soumis à enquête publique
- 2-8 Pièces constitutives du dossier

3-Organisation et déroulement de l'enquête publique

- 3-1 Désignation de la commissaire enquêtrice
- 3-2 Les modalités de l'enquête
- 3-3 La concertation
- 3-4 L'information effective du public
- 3-5 Les incidents et le climat de l'enquête
- 3-6 La visite des lieux
- 3-7 La clôture de l'enquête
- 3-8 La notification du procès verbal des observations

4-Les Observations

- 4-1 Observations et avis formulés par les communes membres, les services de l'Etat et les PPA
 - Avis des communes
 - Avis des services de l'Etat et des Personnes Publiques Associées (PPA)
 - Avis de la commission départementale de la nature, des paysages
 - Synthèse des avis des communes et PPA
- 4-2 Contributions et observations du public
- 4-3 PV de synthèse des observations
 - Observations des services
 - Avis des communes
 - Synthèse des observations du public et recensement des thèmes
- 4-4 Mémoire en réponse du MO par thème et avis de la commissaire enquêtrice

Préambule

La politique publique relative à la publicité extérieure s'inscrit dans un objectif de qualité du cadre de vie. Elle vise à réduire l'impact des panneaux publicitaires dans l'espace public à travers notamment une diminution du nombre de dispositifs, une réduction des formats ou encore des règles de limitation des nuisances lumineuses dans un contexte général de sobriété énergétique et de préservation de la biodiversité nocturne.

Les réglementations sur l'installation des enseignes, des pré-enseignes et de la publicité sont des leviers essentiels pour protéger les paysages. Leur objectif est de trouver un équilibre entre la liberté d'expression et les préoccupations environnementales telles que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine, ainsi que la réduction de la consommation énergétique.

Afin de prévenir des pollutions et des nuisances et plus particulièrement de protéger le cadre de vie, des prescriptions nationales encadrent la publicité, les enseignes et les pré-enseignes. Il s'agit du Règlement National de la Publicité (RNP) défini au Code de l'environnement. Les prescriptions relatives aux enseignes et pré-enseignes sont codifiées aux articles L 581-1 et suivants ainsi qu'aux articles R 581-1 et suivants du code de l'environnement. Ces règles, constituant le Règlement National de Publicité- RNP-, issu du décret du 30 janvier 2012, visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. Elles s'appliquent aux dispositifs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

En application de l'article L 581-14 du code de l'environnement, *le RLPI définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du RNP*. Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) constitue le document de planification régissant l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal. Ainsi, il reflète les orientations d'un projet territorial et permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales, en étant soit plus contraignant soit en accordant des dérogations légères pour répondre à des besoins spécifiques. Le RLPi est donc un document qui encadre l'affichage extérieur (publicités, enseignes et pré-enseignes) en adaptant la réglementation nationale, codifiée au code de l'environnement, au contexte local.

Conformément à la loi n° 2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi Grenelle 2), la compétence d'élaboration des règlements locaux de publicité (RLP) est attribuée aux intercommunalités compétentes en matière de plan local d'urbanisme. Ainsi, la communauté d'agglomération Pau Béarn Pyrénées- CAPBP- est devenue compétente en matière de RLPi en 2017. Par délibération du 27 novembre 2020, le Conseil communautaire prescrit l'établissement d'un Règlement Local de Publicité intercommunal.

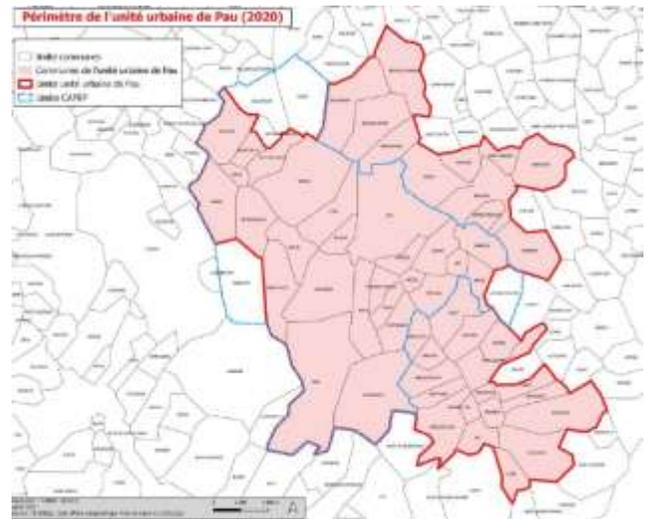
Le projet de règlement, initié par la CAPBP et élaboré par les services de l'agglomération est soumis à enquête publique pour recueillir l'avis de la population.

1-Généralités

1-2 Objet de l'enquête

La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées-CAPBP, créée en 2017 par fusion de la communauté d'agglomération de Pau-Pyrénées et 2 communautés de communes : CDC de Gave et Coteaux et CDC du Mieu-de Béarn, regroupe 164 785 habitants sur 343,6 km² avec 31 communes dont trois dépassent le seuil de 10 000 habitants : Billère, Lons et Pau.

Sur les 31 communes de l'agglomération, 26 appartiennent à l'unité urbaine de Pau, laquelle est composée de 55 communes. Cinq communes de l'agglomération ne font pas partie de l'unité urbaine de Pau : Artigueloutan, Aubertin, Bougarber, Beyrie en Béarn et Uzein.



Le territoire de la communauté d'agglomération CAPBP a fait l'objet de 4 règlements locaux de publicité :

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

Depuis le 19 décembre 2019, le PLUi remplace les documents d'urbanisme de toutes les communes de l'agglomération. Considérant que le RNP répond insuffisamment ou de manière inadaptée aux besoins locaux de protection du cadre de vie et pour harmoniser les règles en matière d'affichage extérieur sur l'ensemble de la CAPBP, en cohérence avec les orientations du plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi), le Conseil communautaire de la CAPBP a prescrit, le 17 décembre 2020, l'élaboration du règlement local de la publicité intercommunal (RLPi) pour adapter les règles nationales (RNP) au territoire et à ses spécificités locales.

1-2 Maîtrise d'ouvrage du projet de Règlement Local de Publicité

La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées est porteuse du projet de RLPi, (art. L.123-3 du Code de l'environnement).

1-3 Autorité organisatrice de l'enquête Publique

La communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées, porteuse du projet de RLPi, est également l'autorité organisatrice de l'enquête, en tant qu'autorité compétente pour prendre la décision en vue de laquelle l'enquête est requise (art. L.123-3 du Code de l'environnement).

Le siège de l'enquête se situe à l'hôtel de ville de Pau- Place Royale- 64036 PAU Cedex.

1-4 Approbation du projet de Règlement Local de Publicité

La CAPBP a arrêté le projet de Règlement Local de Publicité par décision du Conseil communautaire le 27 juin 2024.

2- Projet du Règlement Local de Publicité intercommunal de la CAPBP

2-1 Dispositions légales relative à la publicité et aux enseignes

En matière de publicité et d’affichage, la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, portant Engagement National pour l’Environnement dite « loi ENE », ainsi que le décret du 30 janvier 2012, ont considérablement modifié une réglementation qui datait de 1979. Les principales évolutions de la réglementation issues de la loi « ENE » et de son décret sont :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d’instruction et de pouvoir de police de l’affichage ;
- le renforcement des sanctions notamment financières ;
- l’instauration d’une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d’extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d’élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ceux-ci sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d’élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d’urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre 1^{er} du Code de l’urbanisme. Suite à son approbation, le RLPi est annexé au PLUi.

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets est venue modifier certains aspects relatifs à la publicité extérieure. Ainsi, à partir du 1er janvier 2024, les Présidents des Communautés de communes deviennent autorité compétente en matière de police de la publicité dans le cas où la Communauté est compétente en matière de PLU et de RLP. La loi prévoit que les maires des communes composant l’EPCI peuvent néanmoins s’opposer à ce transfert en suivant des modalités définies à l’article L 5211-9-2 du Code général des collectivités territoriales. Cette loi prévoit aussi la possibilité pour les RLPi d’encadrer la publicité et les enseignes lumineuses situées à l’intérieur d’un local commercial.

L’ensemble de ces dispositions ont conduit les élus de la CAPBP a engagé une réflexion globale concernant la publicité sur l’ensemble du territoire, réflexion dans le droit fil du PLUi approuvé le 19 décembre 2019.

2-2 Contexte territorial

La CAPBP est située dans le département des Pyrénées-Atlantiques en région Nouvelle-Aquitaine.

Située au centre-est du département des Pyrénées Atlantiques, le territoire de l’agglomération avec ses 31 communes comprend des espaces urbanisés, périurbains et ruraux. Le territoire est constitué de la ville centre-Pau, des communes périurbaines formant le cœur de pays, des communes rurales composant les coteaux sud et la plaine du Long.

L’agglomération Pau Béarn Pyrénées est fortement marquée par le paysage lointain de

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

grande qualité constitué par la chaîne pyrénéenne. Les vues sur les montagnes sont un atout majeur du territoire qu'il s'agit de valoriser en veillant à ce qu'elles restent le fond dominant du paysage.

Autre atout du territoire, l'existence exceptionnelle des coteaux de Jurançon-Horizons palois.

Ces 2 spécificités locales induisent une réciprocité de vues qui marque fortement le paysage local.

Au-delà de ce cadre majestueux des Pyrénées, le territoire de la CAPBP se compose de 5 grands types d'unités paysagères :

- les plaines et coteaux urbains,
- les plaines agricoles,
- les coteaux sud entre les 2 gaves,
- la plaine du gave de Pau,
- et, les coteaux entre plaines et vallées.

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

Outre le patrimoine paysager, la CAPBP bénéficie d'un patrimoine naturel protégé au titre de sites Natura 2000, de ZNIEFF :

- 3 sites Natura 2000 : FR 7200781 « Gave de Pau », FR7200770 « Parc bois du château de Pau », FR 7212010 « Barrage d'Artix et saligue du gave de Pau »
- 3 Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique : site fossilifère de Gan, Lac d'Artix et Saligues aval du gave de Pau, Saligues amont du gave de Pau.

A travers les orientations du PLUi, la CAPBP souhaite notamment maintenir la biodiversité dans l'espace urbain. Or l'affichage publicitaire impacte directement ces espaces qui participent à l'identité du territoire.

Le patrimoine architectural est aussi très présent. Près d'une trentaine de monuments sont classés Monuments Historiques ou inscrits au titre des Monuments Historiques, à quoi s'ajoutent les 17 sites classés ou inscrits dénommé *Horizons Palois* (classement datant de 1944), composant le panorama admiré depuis Pau.

Autre élément fort du patrimoine naturel local, le Site Patrimoine Remarquable nouvel outil de protection créé en 2016 par la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine remplaçant le secteur sauvegardé et l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).

Ces nombreux éléments paysagers et patrimoniaux très qualitatifs font du territoire de la CAPBP un territoire à fort enjeu en terme de protection du paysage et du cadre de vie, riche en histoire, doté de spécificités locales prégnantes et qu'il est indispensable de préserver.

2-3 Dispositions réglementaires

L'encadrement de l'enquête publique dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté CAPBP est rigoureusement défini par plusieurs textes législatifs, principalement le Code de l'Environnement et le Code de l'Urbanisme.

Selon les dispositions du Code de l'Environnement, notamment les articles L. 123-1 à L. 123-18 et R. 123-1 à R. 123-27, ainsi que celles du Code de l'Urbanisme, en particulier les articles L. 153-19 et L. 153-20, avec leurs corollaires R. 153-8 à R. 153-10, l'enquête publique suit une procédure minutieusement établie. Cette procédure est essentielle dans le cadre de l'élaboration du RLPi, qui, conformément à l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement, suit la même démarche que les Plans Locaux d'Urbanisme Intercommunaux (PLUi).

Le RLPi a été prescrit par la délibération du conseil communautaire de la CAPBP du 17 décembre 2020.

Le 30 septembre 2022, le conseil communautaire de la CAPBP a pris acte de la tenue du débat sur les orientations générales du RLPi.

Le 27 juin 2024, le conseil communautaire de la CAPBP a tiré le bilan de la concertation engagée sur le RLPi et arrêté le projet de RLPi.

Le 24 septembre 2024, le Président de la CAPBP, après décision du Tribunal administratif du 14 août 2024, a pris l'arrête engageant la présente enquête publique.

L'enquête publique permet d'assurer la transparence et la participation citoyenne dans le processus de décision. À l'issue de cette enquête, le projet de RLPi, éventuellement ajusté pour intégrer les observations du public et le rapport du commissaire-enquêteur, sera soumis à l'approbation du Conseil communautaire. Cependant, cette approbation requiert une condition préalable : que les modifications apportées ne remettent pas en question l'économie générale du RLPi.

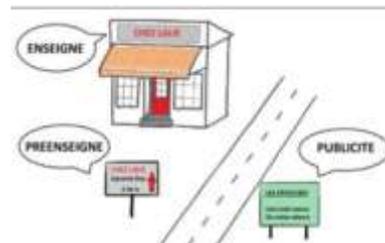
Une fois que le Règlement Local de Publicité Intercommunal est approuvé par le Conseil, conformément à l'article L. 581-14-1 alinéa 5 du Code de l'Environnement, il sera intégré au Plan Local d'Urbanisme Intercommunal de la Communauté d'agglomération.

2-4 Quelques définitions

Quelques précisions pour faciliter la compréhension du dossier. La publicité désigne toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, associée au dispositif destiné à la recevoir.

Une enseigne est définie comme toute inscription, forme ou image apposée sur un Immeuble bâti ou non bâti et relative à une activité qui s'y exerce.

Enfin, une pré-enseigne est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



➤ Publicité

Cas général

Hors agglomération, la publicité est interdite : Art. L. 581 -7.

L'article L. 581-4 édicte une série d'interdictions, dites absolues, puisqu'elles ne permettent aucune dérogation. La publicité est ainsi interdite :

- 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 (l'élagage mutilant les arbres ou les haies à seule fin

de dégager la visibilité de dispositifs scellés au sol ou d'en permettre l'installation est assimilé à une implantation sur les arbres).

Intérieur des agglomérations. L'article L. 581-8, I. dresse une liste d'interdictions qui, contrairement aux interdictions absolues de l'article L. 581-4, sont dites « relatives » puisqu'il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP. Ainsi, la publicité située en agglomération est interdite :

- aux abords des monuments historiques. Cette notion d'abords est

précisée à l'article L. 621-30 du code du patrimoine : la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui, et situé à moins de 500 mètres de celui-ci;



Exemple de Publicité

- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (SRP) ;
- dans les parcs naturels régionaux (PNR);
- dans les sites inscrits ;
- à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du code de l'environnement (Zones Natura 2000)

➤ Enseignes

Le Code de l'environnement impose qu'une enseigne doit être :

- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Différentes enseignes sont répertoriées :

- enseignes lumineuses :

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

Les enseignes lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

- enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

- enseignes perpendiculaires au mur :

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 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.

- enseignes en toiture,
- enseignes apposées sur une façade commerciale,
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol,
- enseignes temporaires :

Sont considérées comme enseignes temporaires :

1° Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



Exemple d'enseignes murales

Ces enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

➤ Pré-enseignes

Les pré-enseignes et les publicités sont régies par les mêmes dispositions réglementaires.



Exemple de pré-enseigne scellée au sol

2-5 Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

Sur la CAPBP, seules 2 communes sont dotées d'un RLP en vigueur : Lons et Pau, approuvés respectivement le 28/12/2019 et 20/11/2020, dotés de règlement post Grenelle. Les communes de Lescar et Jurançon ont disposés de RLP caducs, depuis le 14/07/2022.

L'intérêt du RLPi est de lisser les disparités entre les communes dotées d'un RLP communal notamment au niveau des axes limitrophes et d'adapter le RNP en fonction des spécificités locales par des règles plus restrictives conformément à l'article L 581-14 du code de l'environnement.

➤ Les objectifs

Les objectifs principaux, poursuivis par le RLPi de Pau Béarn Pyrénées, issus d'un diagnostic détaillé, sont notamment de protéger et mettre en valeur la beauté de ses paysages naturels emblématiques (coteaux de Jurançon, chaîne des Pyrénées) et de garantir équitablement un cadre de vie de qualité aux habitants en harmonisant les règles en matière de publicités, pré-enseignes et enseignes sur le territoire, tout en renforçant et développant l'attractivité économique du territoire.

Le RLPi de la CAPBP a été élaboré pour bénéficier :

- au territoire par un renforcement de l'attractivité du territoire grâce à l'amélioration de la qualité de ses paysages,
- aux habitants, via un cadre de vie amélioré, en agissant sur les paysages du quotidien et sur la pollution lumineuse, et un cadre de vie équitable avec les mêmes règles sur le territoire,
- aux acteurs économiques par une meilleure visibilité des établissements en désencombrant le paysage et une meilleure lisibilité des enseignes en façade en réduisant leur nombre et leur format.

Par délibération en date du 17 décembre 2020, le Conseil communautaire de la CAPBP s'est ainsi fixé deux objectifs principaux en matière de publicité extérieure :

- protéger et mettre en valeur la beauté de ses paysages naturels emblématiques (coteaux de Jurançon, chaîne des Pyrénées),
- et garantir équitablement un cadre de vie de qualité aux habitants en harmonisant les règles en matière de publicités, pré-enseignes et enseignes sur le territoire.

Sur ces bases, le diagnostic contenu dans le rapport de présentation présente en détail le territoire, rappelle le travail de fond fait avec les communes et met ainsi en exergue le contexte local.

Cette spécificité du territoire en matière de qualité de cadre de vie à préserver et à améliorer est le fondement de ce RLPi et est étudiée en détail dans le diagnostic.

➤ Les orientations

La CAPBP s'est fixé les 12 orientations suivantes pour atteindre ses objectifs :

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 axes principaux pénétrants dans les agglomérations (route de Bayonne, route de Tarbes, route de Bordeaux, route de Gan),
- Garantir une qualité paysagère des secteurs architecturaux, naturels, patrimoniaux et paysagers du

territoire,

- Préserver et valoriser les panoramas sur la chaîne des Pyrénées,
- Adapter de façon cohérente les règles selon les différents secteurs urbains,
- Harmoniser les règles locales sur l'ensemble du territoire pour garantir équitablement un cadre de vie de qualité à tous les habitants,

urbains dans les secteurs protégés dans un but d'information publique locale,

- Préserver les zones situées hors agglomération dans un souci de protection de cadre de vie et des paysages.

2- Développer l'attractivité économique du territoire

- Améliorer la visibilité des enseignes pour renforcer l'attractivité des activités économiques,
- Améliorer la visibilité des enseignes sur façades en règlementant les enseignes scellées au sol,
- Améliorer la prise en compte des nouvelles technologies en matière de publicité ou d'enseigne,
- Assurer une meilleure intégration des enseignes notamment 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 PLUi.

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).

2-6 La délimitation des agglomérations des communes de la CAPBP

La délimitation des différents périmètres d'agglomération est nécessaire pour l'application des dispositions réglementaires, le droit à l'affichage faisant référence à une notion d'agglomération qui est à distinguer de la définition relative à l'EPCI créé par la loi n°99-586 du 18 juillet 1999.

Toutes les communes de la CAPBP ont pris des délibérations précises à ce sujet, lesquelles sont annexées au

dossier d'enquête publique avec les cartes correspondantes. Des adaptations du règlement national sont envisageables dans les zones urbanisées ; cette délimitation est essentielle et se reflète sur les cartes de zonage.

Selon l'article R110-2 du Code de la route, une agglomération se caractérise par la proximité des immeubles bâtis et est signalée par des panneaux d'entrée et de sortie. En dehors de ces zones définies, toute publicité est strictement interdite, y compris les pré-enseignes.

Toutefois, certaines activités spécifiques bénéficient d'une exception à cette interdiction de publicité hors agglomération, signalées par des pré-enseignes dites "dérogatoires".

Les règles différentes applicables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants concernent 3 communes de la CAPBP.

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

Dans ces communes, certains dispositifs spécifiques notamment de grand gabarit sont autorisés (publicités sur bâches, numériques, dispositifs de dimensions exceptionnelles).

En sus de la notion d'agglomération, il convient de prendre en considération la notion d'unité urbaine. Le code de l'environnement règlemente différemment les communes appartenant à une unité urbaine et les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine. L'unité urbaine étant une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 m entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants. Ainsi, vingt-six communes de la CAPB appartiennent à l'unité urbaine de Pau et sont donc soumises au RLPi. Cinq communes de la CAPBP Artigueloutan, Aubertin, Bourgaber, Beyrie en Béarn, et Uzein sont considérées comme hors unité urbaine et relèvent du RNP.

2-7 Le règlement local de publicité soumis à enquête publique

Après étude détaillée des différentes spécificités du territoire intercommunal, la Communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées, établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, a souhaité adapter les dispositions du Règlement National de la Publicité à ses spécificités locales et définir une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation différente des prescriptions du règlement national, dans certaines conditions.

➤ Une identification précise des éléments du territoire

Après un diagnostic détaillé de l'existant et de tous les types de dispositifs implantés sur le territoire intercommunal, il a été recensé environ 1 000 publicités et pré-enseignes.

- En termes de publicité, le diagnostic a fait ressortir les points suivants :
 - une forte concentration de publicités dans le cœur du pays avec 83% des dispositifs (Lons, Lescar, Billère, Bizanos, Gelos, Mazères Lezons, Pau, Jurançon, Gan),
 - des communes rurales globalement épargnées par l'affichage publicitaire excepté le long des grands axes,
 - des publicités implantées de manière prégnante le long des axes principaux de circulation et des entrées de ville. Les entrées de l'agglomération paloise sont notamment vécues comme des axes structurants offrant aux enseignes visibilité et accessibilité, ce qui a conduit à la multiplication d'enseignes et de pré-enseignes. Une urbanisation intense et rapide de ces axes structurants s'est souvent traduite par des constructions peu intégrées dans leur environnement et les dispositifs publicitaires contribuent à altérer le paysage urbain et à banaliser le paysage d'entrées de ville.

- des dispositifs plus imposants le long des axes routiers et dans les zones commerciales et des dispositifs plus petits au sein du cœur urbain,
- des ZA industrielles et artisanales ayant un besoin moins important d'expression, induisent une densité d'affichage moindre par rapport à la profusion constatée dans les zones d'activités commerciales.

Au total, 12% des dispositifs publicitaires sont situés hors agglomération. Au regard de la réglementation, ces dispositifs sont en infraction. Il est aussi souligné que 60% voire 100% des dispositifs sur 10 communes sont hors agglomération.

- Concernant les enseignes, leur impact visuel est lié à leur nombre, à leurs dimensions, leurs couleurs et leur position.

Sur les entrées de ville, de nombreuses enseignes scellées au sol ne se distinguent pas des publicités scellées au sol, tant du point de vue aspect que format.

Dans les centres villes, la surabondance des dispositifs nuit à la bonne visibilité des commerces.

Les enseignes des zones d'activités économiques, prolifèrent tant celles scellées au sol, que les nombreuses enseignes sur clôtures, voire sur toitures. On observe aussi la présence de dispositifs numériques ayant un impact visuel fort.

Dans les secteurs d'habitat, il est privilégié les enseignes sur clôtures aux enseignes en façade.

Les vitrophanies recouvrent parfois la majeure partie des baies les rendant ainsi largement occultées.

Les non-conformités des enseignes concernent le dépassement des toitures, celui de la superficie maximale autorisée, le cumul et le mauvais entretien.

Pour les enseignes numériques (non règlementées dans le RNP) et qui tendent à se développer, le RLPi prévoit de ne les autoriser que dans les lieux adaptés.

Hors agglomérations, ne sont autorisées que les pré-enseignes dérogatoires, mentionnant les activités de fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales et les activités culturelles et monuments historiques ouverts à la visite.

➤ Les prescriptions communes du RLPi

• Concernant les publicités

En matière de prescriptions communes, le RLPi édicte :

- une interdiction de publicité sur les arbres (art L 581-4 du CE) élargie à toutes les plantations.

- une interdiction des dispositifs publicitaires sur les clôtures non aveugles (R 581-22-3 du CE) élargie à toutes les clôtures.

- une interdiction des publicités sur toitures et terrasses, sur gardes corps des balcons et balconnets, marquises et auvents.

- une interdiction de publicités sur les bâtiments patrimoniaux dans le SPR et AVAP (article L 581-8 CE), élargie aux abords de certains bâtiments patrimoniaux au titre de l'institution des cônes de vue.

La possibilité de dérogations aux interdictions relatives de publicité (art L 621-30 Code du patrimoine) par le RLP est applicable sur le présent RLPi de la CAPBP :

- aux abords des monuments historiques définis à l'article L 621-30 du code du patrimoine,
- dans les périmètres des sites patrimoniaux (L 631-1 du même code),
- dans les sites inscrits,
- dans les zones Natura 2000.

Trois dérogations sont mises en place :

- la dérogation 1 porte sur les points suivants :

- afin de promouvoir les activités culturelles locales, la publicité est autorisée sur mobilier urbain dans toute l'agglomération hors espaces boisés classés, zones naturelles et agricoles : le format étant limité à 2 m².

- les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires sont

autorisés uniquement dans les centres villes de plus de 10 000 habitants, sauf sites inscrits, périmètres des monuments historiques et cônes de vue (Billère, Lons, Pau),

- les dispositifs de petit format (moins de 1 m²) sont autorisés partout sauf immeubles et sites classés,
- les chevalets sont admis dans 3 zones d'interdictions relatives, pour un seul dispositif par établissement et au format 0,80 sur 1m,
- la publicité sur palissades de chantier est admise dans certains lieux et avec une limitation de hauteur.

➤ la dérogation 2 concerne le micro-affichage et les publicités sur palissades de chantier autorisés dans les sites Natura 2000.

➤ la dérogation 3 porte sur 4 secteurs concernés par Natura 2000 :

- barrage d'Artix et de Saligues sur Lescar,
- tracé du ruisseau de l'Ousse,
- secteur à Jurançon entre l'ancienne ZAC du Vert galant et la route de Gan,
- ainsi que la ZAE de Lescar-Lons développée le long de la voie ferrée.

La publicité sur bâches de chantier est autorisée dans les ZAE des communes de plus de 10 000 hab. et dans l'emprise du stade du hameau, pendant la durée des chantiers. Les bâches publicitaires ne sont autorisées que dans l'emprise du stade du Hameau.

La publicité lumineuse est autorisée dans les seules communes de l'aire urbaine et celle sur mobilier urbain n'est autorisée que dans les communes de plus de 10 000 habitants (comprises ou non dans l'aire urbaine). Dans tous les cas, elle est limitée à 4 m².

L'élargissement des plages d'extinction des publicités lumineuses répond à l'orientation du RLPi de réduire les pollutions lumineuses, ce qui justifie la règle locale d'extinction de 22h à 6 h du matin, règle élargie de 19h à 6h dans les zones où une biodiversité nocturne est à protéger (plan Biodiversité de l'agglomération adopté en 2021) (à l'exception de l'aéroport).

• Concernant les enseignes

Le RLPi interdit les dispositifs peu qualitatifs ou pouvant impacter la visibilité du patrimoine bâti et naturel :

- Les enseignes sur arbres et plantations,
- Les enseignes sur éléments d'architecture de façade,
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur support souple ou installées directement sur le sol,
- Les enseignes sur mâts,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser.

➤ Les enseignes lumineuses seront éteintes au plus tard 1 heure après l'arrêt de l'activité et allumées au plus tôt 1 heure avant.

Les enseignes lumineuses non réglementées dans le RNP, le sont dans le RLPi comme étant énergivores et impactant fortement le paysage. Elles sont limitées en surface cumulées à 1m² dans les secteurs à enjeux paysagers et de cadre de vie, ainsi que le long des axes principaux et à 2 m² dans les ZAE comme les publicités lumineuses.

Dans un souci de cohérence, les zones autorisées pour les enseignes numériques sont identiques à celle des publicités numériques à savoir les ZAE.

Des règles particulières régissent les enseignes lumineuses dans les espaces d'intérêt paysager, architectural et patrimonial. Les établissements culturels aux activités variées (pôle du Foirail par exemple) bénéficient de règles plus souples en matière d'enseignes sur façade essentiellement numériques et d'enseignes bâches.

➤ Les enseignes sur façade : parallèles et perpendiculaires, sont soumises à des règles plus restrictives que la réglementation nationale, peu adaptée pour favoriser une bonne lisibilité des petits commerces et assurer leur bonne insertion paysagère. Leur surface maximum sur façade est ainsi limitée à 15% sur l'ensemble du territoire quelle que soit la surface de la façade commerciale, au lieu de 25% au RNP lorsque la façade commerciale est inférieure à 50 m².

Dans les espaces d'intérêt architectural, le RLPi limite aussi la saillie de ce type d'enseigne à 10 cm (au lieu

de 25 cm pour le RNP- article R 581-62 du CE).

Pour les vitrophanies extérieures, celles-ci seront limitées à 20% de la surface de la baie vitrée, afin de ne pas occulter toute l'activité du commerce.

Les enseignes sur stores sont limitées au tombant du store afin d'éviter des enseignes grand format sur la toile.

Les enseignes perpendiculaires relèvent de l'article R 581-61 du CE (avec une saillie jusqu'à 2 m), sauf dans les espaces d'intérêt patrimonial et architectural du RLPi où les règles du *guide des devantures et des enseignes commerciales* du RLP de Pau ont été reprises :

- 1 seule enseigne par façade,
- une saillie maximale de 80 cm,
- pas de dépassement du niveau inférieur des appuis de fenêtres du premier niveau,
- et une mutualisation des enseignes sur un support unique.

➤ Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, régies par le CE (article R581-64) à 6 m² et 12 m² pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants sont analysées dans le RLPi comme les plus impactantes dans le paysage et, de ce fait, des dispositions plus restrictives que le RNP ont été édictées :

- pas d'enseignes scellées en co-visibilité des monuments historiques ou espaces publics remarquables,
- une forme totem verticale pour les différencier des publicités scellées au sol,
- une surface de 2 m² et une hauteur maximale de 3 m dans les espaces de nature et d'intérêts architecturaux, patrimoniaux (centres bourgs, SPR...),
- une surface de 6 m² dans les ZAE et le long des axes principaux avec hauteur maximale de 4 m,
- pas d'enseignes sur banderoles,
- un format maximum de 6 m² (limité à 2m² dans les zones à fort enjeux paysagers, patrimoniaux, naturels et agricoles) et pas de format variable selon la taille de l'agglomération, contrairement au RNP.

➤ Les distances entre enseignes sont les mêmes que pour les publicités : distance d'installation de 10 m par rapport à une baie d'habitation située sur un fond voisin, quelle que soit leur situation par rapport au plan du mur contenant cette baie.

➤ Les enseignes sur clôture sont imposées dans le RLPi afin de limiter leur emprise mutuelle et leur accumulation :

- une seule enseigne par activité,
- un format de 1 m² dans les zones autorisées,
- interdiction d'enseignes numériques,
- un support rigide (panneau) ou en lettres individuelles découpées.

➤ Les enseignes sur toitures et numériques sont interdites hors agglomération.

➤ Les enseignes et pré-enseignes temporaires font souvent l'objet sur le territoire de la CAPBP d'un affichage permanent:

- pour les enseignes temporaires:
 - *celles de moins de 3 mois sont limitées à 2 m²,
 - *celles de plus de 3 mois (liées aux travaux publics ou opérations immobilières) demeurent à un format de 10,5 m².
- les enseignes temporaires sur toitures sont interdites du fait de leur fort impact visuel et de leur effet masquant potentiellement le paysage en arrière-plan.
- les pré-enseignes temporaires font l'objet de règles différentes selon quelles sont hors unité urbaine et hors agglomérations ou dans l'unité urbaine de Pau (agglomérations de plus de 100 000 habitants) :

* hors unité urbaine et hors agglomérations: mêmes règles que le RNP,

*dans l'unité urbaine de Pau : 1,50 m² dans les zones agglomérées de l'unité urbaine,

afin de permettre la diffusion d'évènements locaux en agglomération.

➤ Une volonté de protection forte des zones très sensibles

Sur le territoire de la CAPBP, les lieux concernés par une interdiction absolue sont exclusivement :

- les monuments historiques et les sites classés,
- les zones naturelles et agricoles du PLUi et des espaces boisés.

Les lieux concernés par les interdictions relatives sont :

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

Le choix d'une réintroduction de publicité dans les centres commerciaux de proximité n'a pas été retenu (Artiguelouve, Bourgaber, Denguin).

Aucun zonage spécifique n'est envisagé pour les abords de voie ferrée qui sont sur la CAPBP épargnés par une présence imposante des dispositifs publicitaires.

➤ Des zonages adaptés aux spécificités locales

Les enjeux de paysage et de cadre de vie sont identifiés par zone et les 6 zones répertoriées sont caractérisées de manière approfondie, compte tenu de leur occupation actuelle mais surtout de leur devenir urbanistique souhaité par les collectivités et affiché dans le PLUi.

Le rapport de présentation justifie la délimitation de chaque zone et les motivations des dispositions générales et particulières afférentes à chacune (pages 140 à 155). Le dossier met aussi en exergue la progressivité de la règle des publicités selon les zones.

Chaque règlement de zone est articulé en deux parties : l'une consacrée au régime de la publicité, l'autre au régime des enseignes. Les zones

obéissent à un principe de degré de sévérité décroissante et sont définies comme suit :

- Zone 1 : Les espaces de nature (zones naturelles et EBC du PLUi)

Il est constaté une présence modérée de publicités dans ces espaces pourtant interdits à la publicité. La volonté de la CAPBP est de protéger ces espaces naturels et agricoles en maintenant la qualité de ce cadre de vie particulier. Les publicités numériques sont interdites, seules sont autorisées la publicité sur palissade de chantier, la publicité de petit format et la publicité lumineuse à l'intérieur d'un local. Les règles en termes d'enseignes sont strictement identiques en agglomération ou hors agglomération pour garantir une équité de traitement. Les supports d'enseignes en façade, sur clôture et scellées au sol sont autorisées pour permettre à tous les établissements de se signaler sur la voie publique

- Zone 2: les espaces d'intérêt architectural, patrimonial et paysager comprenant les périmètres autour des monuments protégés, le Site Patrimonial Remarquable de Pau (SPR), les sites inscrits, les centres bourgs historiques, quelques voies routières précisées, les cônes et séquences de vue, l'intégralité des parcelles des bâtiments patrimoniaux dans des conditions précisées. Dans l'ensemble de cette zone, sont interdits tous les dispositifs non mentionnés aux articles P1 et P2.

On constate une présence de dispositifs inadaptés dans ces zones à forts enjeux, parfois des dispositifs masquant des bâtiments patrimoniaux et des vues de grand paysage. Au centre ville de Pau, toutefois certaines enseignes sont qualitatives.

Afin de préserver ces secteurs, il est choisi de restreindre l'affichage aux publicités de petit format, sur mobilier urbain, sur palissades de chantier et les chevalets.

Cette zone est décrite comme une zone d'enjeu patrimonial avec de fortes spécificités locales, ce qui a conduit la CAPBP à la protéger. Ainsi les dispositifs concernant les publicités et les enseignes sont renforcés par rapport au RNP.



- Zone 3: les quartiers d'habitation.

La volonté de la CAPBP est de créer pour les quartiers d'habitat un cadre de vie protégé des publicités. Or, les panneaux qui y sont installés sont disproportionnés par rapport au bâti, certains panneaux sont situés devant les baies d'habitation et ponctuellement des panneaux lumineux sont proches des habitations. Afin de protéger le cadre de vie des habitants, les dispositifs lumineux dont numériques et scellés au sol sont interdits. Les supports muraux sont limités à un format de 8 m². Le format des enseignes est limité à 6 m² et elles doivent avoir la forme d'un totem vertical afin de concilier visibilité des acteurs économiques et cadre de vie des habitants. Les enseignes sur clôtures ne doivent pas dépasser 1 m². Les enseignes sur toitures y sont interdites.

- Zone 4 : les axes principaux

L'analyse des axes principaux s'appuie sur le Plan de déplacement urbain approuvé en 2023 qui sert de socle à la définition spécifique de la zone 4. La fréquentation d'un axe n'est donc pas le seul critère caractéristique de cette zone, ce qui a pour conséquence que tous les axes fréquentés ne sont pas considérés comme des axes principaux, la volonté de la CAPBP étant de préserver le cadre paysager des entrées de ville, car ceux-ci influent sur l'image de la ville et la perception de son attractivité. Pour les axes reconnus comme principaux par le Plan de Déplacement Urbain, la publicité y est quand même encadrée mais de manière limitée par l'instauration de règles de densité, de format et par l'interdiction de certains dispositifs notamment les plus impactants. Les différentes règles doivent permettre de limiter le nombre et la prégnance des panneaux publicitaires par réduction du format. Le format de publicités scellées au sol est de 10,5m² encadrement compris. Les dispositifs numériques sont interdits. Les dispositifs concernant les enseignes sont les mêmes que pour les secteurs d'habitat à l'exception des enseignes sur toitures.

- Zone 5 : les zones d'activités économiques et commerciales.

La zone 5 ne couvre pas volontairement les zones commerciales ou d'activités qui sont mixtes ou proches de secteurs d'habitat. La préservation du cadre de vie des habitants est considéré comme un enjeu primordial dans ces zones mixtes qui, pour ce motif spécifique, ont été reclassées en zone 3. Dans les zones reconnues d'activités économiques et commerciales, une profusion de panneaux publicitaires dénature le paysage et empêche une bonne visibilité des activités économiques. Ainsi, l'enjeu essentiel de cette zone concerne les besoins des acteurs économiques à communiquer. Pour satisfaire à ces besoins fondamentaux, les règles applicables y sont plus souples. Le format de la plupart des publicités est de 12 ou 8 m². La présence des panneaux numériques a pour effet d'attirer le regard et de ne plus prêter attention aux enseignes : dans ces conditions, les panneaux numériques ont été limités à 4 m². En matière d'enseignes, souvent en surnombre et peu lisibles, certains types d'enseignes sont interdits (banderoles, oriflammes). Les enseignes scellées au sol de type totem seront de 6 m² contre 2 m² en SPR. Les enseignes sur toitures sont restreintes aux toitures inclinées.

- Zone 6 : stade du hameau et aéroport de Pau-Uzein

Ces 2 zones principalement identitaires et économiques peuvent accueillir des surfaces publicitaires de 10,5 m²(excepté pour les publicités numériques limitées à 8 m². Pour les enseignes, les règles du RNP s'appliquent avec quelques adaptations:

- *les enseignes sur toitures limitées à 30 m² contre 60 m² au RNP,

- *les vitrophanies ne pouvant excéder 20% de la surface totale des baies vitrées,

- *les enseignes numériques non règlementées au RNP seront soumises aux mêmes règles que les publicités numériques : 8 m².

- zones hors agglomération

La publicité y est interdite, le RLPI ne pouvant être plus permissif que le code de l'environnement. Mêmes dispositions que pour les quartiers d'habitat en ce qui concerne les enseignes.

- zones Natura 2000

Une dérogation a été souhaitée pour les dispositifs de petit format et la publicité sur palissade de chantier. Une autre dérogation est également prévue pour 3 secteurs de la zone 5 recouverts par le périmètre Natura

2000 (bd de l'Europe à Lescaur, zone du mail à Lons, une partie de la zone du Vert Galant à Jurançon).

- zones Monuments historiques et sites classés

La publicité y est interdite comme l'exige le code de l'environnement. Les enseignes sont autorisées dans les mêmes conditions qu'en zone 2 (sites inscrits).

2-8 Les pièces constitutives du dossier

Le dossier soumis à enquête comprend les pièces suivantes, sous format numérique ou en dossier papier dans tous les lieux de permanence de la commissaire enquêteur et au siège de la Communauté d'agglomération:

2-8.1 Pièces constitutives du dossier

- Rapport de présentation
- Règlement écrit
- Annexes :
 - Arrêtés municipaux fixant les limites des zones agglomérées (article R 411-2 du CR)
 - Plans de zonage
- Délibération du 27 juin 2024 arrêtant le projet de RLPi
- Bilan de la concertation préalable

2-8.2 Pièces afférentes à l'enquête publique

- Arrêté d'ouverture de l'enquête publique
- Note de présentation
- Avis des communes
- Avis des personnes publiques associées
- Synthèse des réponses aux avis des communes.

3 Organisation et déroulement de l'enquête publique

3-1 Désignation de la commissaire enquêtrice

Par décision numéro E24000062/64 de Madame la Présidente du Tribunal Administratif

de Pau, en date des 29 juillet et 14 août 2024,

Mme Hélène Sarriquet

a été désignée comme Commissaire Enquêtrice, afin de conduire l'enquête publique pour le projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées.

L'arrêté d'ouverture de l'enquête publique a été pris le 24 septembre 2024 par Monsieur Victor Dudret, membre du Bureau de la communauté d'agglomération Pau-Béarn-Pyrénées.

3-2 Les modalités de l'enquête

3-2-1 Le rôle de la commissaire enquêtrice dans l'organisation de l'enquête

Dès sa désignation, la commissaire enquêtrice a fait le point sur ce dossier avec Mme Adeline Vuillier-Devillers de la Direction Urbanisme, Aménagement et Construction Durable de l'agglomération Pau- Béarn-Pyrénées, en charge de l'enquête publique du RLPi.

3-2-2 Les dates et durée de l'enquête

La présente enquête publique s'est déroulée du 28 octobre au 29 novembre 2024 inclus, soit plus de 30 jours consécutifs, avec une consultation physique en mairie de Pau, Lescar et Idron.

3-2-3 L'ouverture du registre d'enquête

Trois registres d'enquête a été mis à la disposition du public à la mairie de Pau, Lescar et Idron, pendant toute la durée de l'enquête. La commissaire enquêtrice a ouvert, coté et paraphé les registres d'enquête le 22/10/24. Elle a clôturé le registre déposé à Pau le vendredi 29 novembre 2024 à 12h et les 2 autres registres le 5/12/24.

3-2-4 L'organisation des permanences

Les 10 permanences de la commissaire enquêtrice se sont tenues sur la base des horaires officiels suivants :

Lieux	Adresse	Horaires d'ouverture	Jours et horaires des permanences de la commissaire enquêtrice
Pau Mairie	Place Royale 64036 PAU CEDEX	Lundi : 8h45 – 17h00 Mardi : 10h30 – 17h00 Mercredi : 8h45 – 17h00 Jeudi : 8h45 – 17h00 Vendredi : 8h45 – 17h00	Lundi 28/10/2024 : 13h30-17h00 Jeudi 7/11/2024 : 13h30-17h00 Mardi 19/11/2024 : 13h30-17h00 Vendredi 29/11/2024 : 9h00-12h00
Lescar Mairie	Allée du Bois d'Ariste, 64230 Lescar	Lundi au vendredi : 8h30 - 12h00 13h30 - 17h00	Jeudi 31/10/2024 : 13h30-17h00 Mardi 12/11/2024 : 13h30 à 17h00 Vendredi 22/11/2024 : 13h30-17h00
Idron Mairie	4 avenue des Pyrénées 64320 IDRON	Lundi 13h30 à 17h00 Mardi au vendredi : 9h00 - 12h 00 13h30 -17h00	Lundi 4/11/2024 : 13h30 à 17h00 Vendredi 15/11/2024 : 13h30-17h00 Mardi 26/11/2024 : 13h30-17h00

3-2-5 Les contacts préalables

En préparation de l'enquête publique, la commissaire enquêtrice a rencontré, le 16 septembre M Stéphane Bonnassiolle, Responsable Urbanisme et Mme Adeline Vuillier-Devillers chargée du RLPi à la Direction

Urbanisme, Aménagement et Construction Durable de la CAPBP. Cette réunion a permis la présentation du projet de RLPi sous forme de power point très complet et d'arrêter l'organisation de la présente enquête

3-3 La concertation

Par délibération du 17 décembre 2020, la CAPBP a engagé l'élaboration du RLPi et la concertation tout au long de la procédure d'élaboration, conformément à l'article L 103-3 du code de l'urbanisme.

L'information a été faite sur le site de l'agglomération et des registres ont été mis à disposition dans 4 communes de l'agglomération : Artiguelouve, Artigueloutan, Lescar et Gan ainsi qu'une adresse de courriel permettant à toute personne de s'exprimer : concertation.rlpi@agglo-pau.fr.

La parution dans la presse de la concertation a été faite en application des textes.

Une réunion s'est tenue le 1/12 /2022 en présence des personnes publiques associées.

Les réunions publiques ont eu lieu les 9, 23 et 30 novembre 2023 respectivement avec les publicistes, les professionnels commerçants et artisans et les habitants de l'agglomération.

La concertation a été close le 15 décembre 2023.

Environ 60 personnes ont participé à l'ensemble des réunions. Une dizaine de courriels et deux courriers ont été adressés à la CAPBP. Le détail de toutes les demandes et propositions figure dans le dossier bilan de la concertation.

A l'issue de la concertation, une autre réunion s'est tenue à la demande des professionnels, le 21 mars 2024 avec 11 professionnels et 1 représentant d'association.

Un certain nombre de propositions formulées pendant la période de concertation ont été retenues par la collectivité, suite de la réunion du 2 avril 2024 avec les communes:

- rectification d'affectation de zonage pour 4 tronçons situés sur Idron, Mazères-Lezons, et Jurançon, rattachés à la zone 4 d'axes principaux,
- élargissement du choix de la couleur de la structure des publicités passant à 3 RAL,
- format des publicités numériques dans les ZAE passant à 4 m² (suite à la demande des publicistes),
- format des publicités scellées au sol passant à 10,5 m² encadrement compris (à la demande des publicistes) au lieu des 6 m² du projet initial.

La concertation réalisée par la CAPBP a permis de faire évoluer le projet vers une plus grande souplesse tout en restant plus restrictif que le RNP.

3-4 L'information effective du public

L'information du public concernant l'enquête publique a été faite conformément à l'article R123-14 du code de l'environnement : un avis portant ces indications à la connaissance du public a été publié en caractères apparents quinze jours au moins avant le début de l'enquête et rappelé dans les huit premiers jours de celle-ci. La parution s'est effectuée dans 3 journaux locaux : Sud Ouest, l'Eclair et la République des Pyrénées du 10 octobre 2024 avec rappel le 2 novembre 2024, ce qui respecte le délai maximal de 8 jours réglementaires imposé au rappel de l'avis d'ouverture d'enquête.

Un communiqué de presse est paru le 21 octobre 2024.

L'enquête a fait l'objet d'une information par voie d'affichage, dans la taille fixée par les textes, dans chacune des 31 communes de la CAPBP, à l'hôtel de France, Maison du citoyen (quartier Saragosse, et complexe de la République) et à l'école Pierre et Marie Curie à Pau, affichage confirmé par le certificat d'affichage de M Dudret, élu délégué au suivi du PLUi/RLPi de la CAPBP, le 5/11/24.



La commissaire enquêtrice a pu vérifier l’affichage.

L’information du public a été faite avec toutes les pièces du dossier via le site internet de la communauté d’agglomération Pau-Béarn- Pyrénées : <http://www.pau.fr> et avec le lien du registre dématérialisé <https://www.registre-numerique.fr/rlpi-pau-bearn-pyrenees> . Ce lien informatique précisé dans l’arrêté de prescription de l’enquête permettait l’écriture et la transmission des courriels conformément à l’ordonnance 2016-1060 du 3 août 2016 codifiée.

Pour exprimer son avis, le public avait, à sa disposition, conformément à l’article L 123-10 du code de l’environnement :

- trois registres en mairie de Pau, Lescar, Idron, aux heures d’ouverture au public des 3 mairies,
- un registre dématérialisé accessible par internet à toute heure pendant la durée de l’enquête,
- une adresse électronique : rlpi-pau-bearn-pyrenes@mail.registre-numerique.fr .

3-5 les incidents et le climat de l’enquête

Il n’y a pas eu d’incident particulier. Cette enquête s’est déroulée dans une ambiance très correcte.

3- 6 La visite des lieux

Les différents déplacements, tant au service Urbanisme de la CAPBP que pour les 10 permanences sur les 3 communes choisies, ont permis à la commissaire enquêtrice de mieux percevoir la question de la publicité sur la CAPBP et de se déplacer sur le terrain pour observer quelques panneaux existants et les caractéristiques de certains secteurs. Il va de soi que chaque panneau ou enseigne n’a pu être répertorié sur le terrain par la commissaire enquêtrice.

3-7 La clôture de l’enquête

Conformément au décret du 29 décembre 2011 portant réforme de l’enquête publique, le registre d’enquête sis à Pau a été clôturé par la commissaire enquêtrice, à la fermeture de l’enquête, le 29 novembre 2024, les 2 autres registres d’enquête ayant été collectés le jour de la clôture par la CAPBP et clôturés le 5/12/24 par la commissaire enquêtrice.

3-8 La notification du procès verbal des observations

Le 5 décembre 2024 soit dans les 8 jours après la fin de l’enquête publique, la commissaire enquêtrice a établi et remis au maître d’ouvrage une note de PV de synthèse détaillant le déroulement de l’enquête et la liste des observations du public. Cette note était complétée du tableau regroupant les observations des services et des communes membres, la synthèse des observations du public et ses propres questionnements. Compte tenu des observations très détaillées du public, celles-ci ont été traitées par thèmes .

La réunion s’est tenue dans les services de l’agglomération de Pau Pyrénées Béarn en présence de M Dudret, élu en charge du PLUi/RLPi de la communauté d’agglomération, de Mme Pons-Cassou, Directrice de l’Urbanisme, Aménagement, constructions durables, de M Bonnassiolle , Responsable Urbanisme et de Mme Vuillier Devillers en charge du RLPi.

Le 8 décembre, au vu de la réunion du PV de synthèse, compte tenu des réserves des professionnels et de la date de remise du rapport et des conclusions, le 29 décembre, la commissaire enquêtrice a sollicité par mail le Président de l’agglomération pour un report de 8 jours de la remise de son rapport et ses conclusions, soit le 6 janvier 2025 au lieu du 29 décembre 2024. Le report a été accordé par courrier du 12 décembre 2024. Par envoi du 20 décembre, le maître d’ouvrage-MO- a donné ses éléments de réponse au PV des observations et aux thèmes mis en exergue.

3 Observations

4-1 Observations et avis formulés par les communes membres, les services de l'Etat et les Personnes Publiques Associées :

- Avis des communes :

Les 31 communes de la CAPBP ont été appelées à se prononcer sur le projet de règlement. En application de l'article R 153-5 du code de l'urbanisme, les communes avaient 3 mois pour se prononcer à compter de la délibération de la CAPBP du 27 juin 2024, ayant arrêté le RLPi, soit le 27 septembre 2024 : *en l'absence de réponse à l'issue de ce délai, l'avis est réputé favorable.*

Avant le 27 septembre, 14 communes sur 31 se sont prononcées favorablement:

- les communes suivantes ont émis un avis favorable sans observation : Aressy, Billère, Bosdarros, Gelos, Lee, Ousse, Mazères-Lezons, Pau, Poey de Lescar, Rontignon, Uzein et Uzos.
- la commune de Lescar par délibération du 25 septembre a souhaité un ajustement : intégrer dans la zone 2 la totalité de l'emprise de l'éco-projet (site Lacausse/ Carrerot) figurant dans le projet de RLPi hors agglomération.
- la commune de Lons s'est prononcée favorablement mais par délibération du 8 octobre soit hors délai.

17 communes n'ont pas répondu dans le délai, ce qui induit un avis réputé favorable : Aubertin, Aussevielle, Arbus, Artiguelouve, Artigueloutan, Beyrie en Béarn, Bougarber, Bizanos, Denguin, Laroin, Idron, Gan, Jurançon, Meillon, Saint Faust, Siros, Sendets. En sus de cette consultation, plusieurs communes ont fait des observations ou des demandes par rapport au RLPi durant la phase enquête publique proprement dite.

- Avis des services de l'Etat et des Personnes Publiques Associées (PPA) :

19 services consultés dans le cadre de ce RLPi sont

- Préfecture des Pyrénées Atlantiques,
- Conseil Régional d'Aquitaine,
- Conseil Départemental des Pyrénées Atlantiques,
- Chambre d'agriculture des Pyrénées Atlantiques,
- Chambre des Métiers et de l'Artisanat,
- Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn,
- Syndicat Mixte du Grand Pau,
- Syndicat Mixte Pau Béarn Pyrénées Mobilités,
- Direction Départementale des Territoires et de la Mer,
- Communauté de communes des Luys-en-Béarn,
- Communauté de communes du Nord Est Béarn,
- Communauté de communes Pays de Nay,
- Communauté de communes de la Vallée d'Ossau,
- Communauté de communes du Haut Béarn,
- Communauté de communes de Lacq Orthez,
- Pôle métropolitain du Pays de Béarn,
- Syndicat mixte de l'aéroport Pau Pyrénées,
- Commission départementale de la nature, des paysages et des sites,
- Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine.

8 ont répondu :

- Le 22/08/24 : la Chambre des Métiers et de l'Artisanat prend acte que pour la zone Z1-E4, les vitrophanies, d'occultation pour raison de confidentialité ne sont pas concernées par les restrictions à 20% de la surface totale vitrée,
- Le 26/08/24 : la Communauté de Communes Lacq-Orthez : pas d'observation,
- Le 19/09/24 : le Conseil départemental : pas d'observations et rappel de l'article 79 concernant la gestion du

domaine public routier,

- Le 30 /09/24 : la DTTM : avis favorable,
- Le 02/10/24 : la CDC de la Vallée d'Ossau : pas d'observation,
- Le 02 /10/24 : le syndicat mixte du Grand Pau
- Le 07/10/24 : le Président du Syndicat Pau Béarn Mobilités émet 1 réserve sur les conséquences potentielles du

RLPi concernant la situation financière de son syndicat associé à la CAPBP pour la gestion de la publicité sur leurs mobiliers urbains respectifs installés sur le domaine public (via un marché en groupement de commande à renouveler en 2025). Il estime que cette redevance représente 700 000 € de recettes, somme supérieure à la DGD perçue par le syndicat. De ce fait, il demande le maintien des dispositifs de 8 m² sur le domaine public ainsi que les dispositifs digitaux en centre ville de Pau, afin de garantir son niveau de recette via la redevance concernée.

- Le 15/10/24 : la Chambre d'agriculture fait 2 observations :

Demande de dérogation à l'interdiction de publicité hors agglomération (L 581-7 du CE) pour les produits du terroir. Pour la Chambre d'agriculture, il est important que les enseignes ne soient pas interdites dans le RLPi pour les exploitants agricoles en circuits courts/transformation.

La Chambre d'agriculture rappelle aussi l'importance de l'utilisation des SIL (Signalisation d'intérêt local), pour indiquer les différentes exploitations agricoles en circuits courts, transformation, agritourisme. Les pré-enseignes ne sont plus autorisées pour les producteurs en agritourisme (hébergement, restauration, activités pédagogiques). Elle considère que l'usage des SIL est une opportunité intéressante de l'agriculture locale.

Les 10 autres services consultés n'ayant pas répondu, leurs avis sont réputés favorables.

- Avis de la commission départementale de la nature, des paysages

Suite à l'annulation de sa convocation, l'avis de la Commission départementale des Sites et des Paysages est considéré comme Favorable Tacite.

- Synthèse des avis des communes et PPA

Services ou Communes	Favorable	Favorable avec réserve	Défavorable
Chambre des Métiers et de l'Artisanat	X		
Communauté de Communes Lacq-Orthez	X		
DDTM	X		
Conseil départemental	X		
CDC de la Vallée d'Ossau	X		
CNDPS	AVIS TACITE		
Chambre d'agriculture		Favorable avec 2 observations	
Syndicat Mixte du grand Pau	X		
Syndicat Pau Béarn Pyrénées Mobilités		Favorable avec 1 réserve	
Commune d'Aressy	X		
Commune de Billère	X		
Commune de Bosdarros	x		
Commune de Gelos	X		
Commune de Lee	X		
Commune d'Ousse	X		

Commune de Lescar		Favorable avec 1 réserve	
Commune de Lons	X		
Commune de Mazères-Lezons	X		
Commune de Pau	X		
Commune de Poey de Lescar	X		
Commune de Rontignon	X		
Commune d'Uzein	X		
Commune d'Uzos	X		

4-2 Observations du public

4-2-1 La réception du public pendant les permanences

Lundi 28/10/2024 à Pau: 13h30-17h00: une personne approuvant la mise en place d'une réglementation préservant les paysages.

Jeudi 31/10/2024 à Lescar : 13h30-17h00 : pas d'observation.

Lundi 4/11/2024 à Idron : 13h30 à 17h00 : pas d'observation.

Jeudi 7/11/2024 à Pau : 13h30-17h00 : 4 personnes venant exposer 2 dossiers.

Mardi 12/11/2024 à Lescar: 13h30 à 17h00 : pas d'observation.

Vendredi 15/11/2024 à Idron: 13h30-17h00 : pas d'observation.

Mardi 19/11/2024 à Pau : 13h30-17h00 : pas d'observation.

Vendredi 22/11/2024 à Lescar: 13h30-17h00 : pas d'observation.

Mardi 26/11/2024 à Idron : 13h30-17h00 : 1 personne venant déposer des décisions du Conseil d'Etat et Cours administratives.

Vendredi 29/11/2024 à Pau : 9h00-12h00 : pas d'observation.

4-2-2 L'analyse quantitative du registre dématérialisé

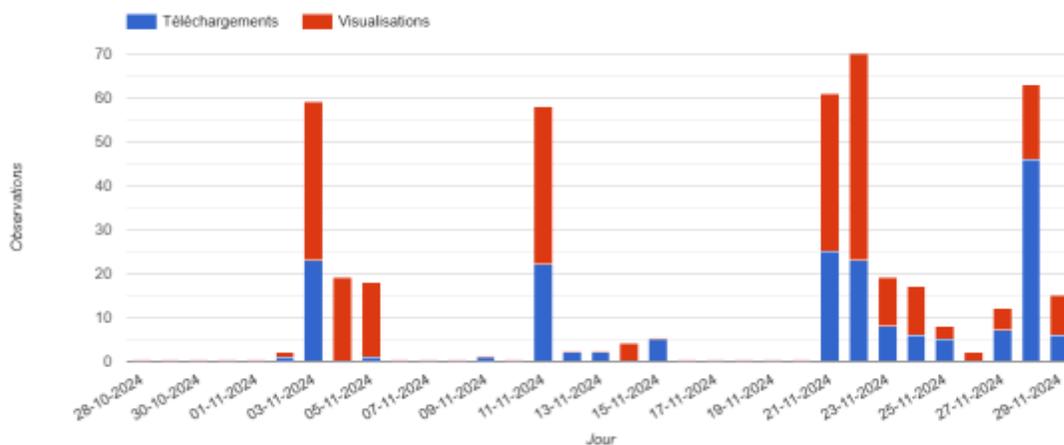
L'enquête publique s'est déroulée du 28 octobre au 29 novembre 2024.

La commissaire enquêtrice a tenu 10 permanences réparties en mairie d'Idron, Lescar et Pau. Ces 3 communes ont disposé d'un registre d'enquête papier mis à disposition du public avec le dossier et un ordinateur dédié.

Cette enquête n'a pas beaucoup mobilisé le grand public, mais a fait l'objet d'une consultation active du site et d'une forte mobilisation des professionnels :

- 253 visualisations de documents,
- 182 téléchargements,
- 22 contributions provenant essentiellement des professionnels.





4-2-3 L'analyse globale des observations

Au total, 27 observations, émanant seulement de 18 personnes ou sociétés différentes, ont été exprimées à travers tous les moyens d'expression mis à disposition, observations parfois conséquentes jusqu'à 50 pages, et constituant au total plus de 510 pages incluant 5 gros fichiers de 20,3 Mo (264 pages) adressés via une plate forme dématérialisée, par les propres services de la CAPBP, organisatrice de l'enquête.

Les professionnels n'ont pas hésité à utiliser pour une même contribution plusieurs moyens d'expression mis à leur disposition voire tous : mails, registre électronique, lettre, permanence de la CE, ce qui a considérablement alourdi l'enquête.

Sur les 10 permanences de la CE, seules trois ont fait l'objet de visites du public :

- une personne à titre individuel,
- une agence de publicité avec 2 personnes venues expliciter un power point de 50 pages déjà adressé par lettre et sur le registre dématérialisé et un adjoint de la ville de PAU, président du Syndicat des Mobilités venu, avec une chargée de mission, argumenter l'avis du même syndicat.
- la même chargée d'études venue porter des arrêts de jurisprudence concernant le mobilier urbain.

Trois lettres, en doublons de dossiers déposés sur le registre dématérialisé, ont été adressées à la commissaire enquêtrice, dont une postée le 29 /11 et arrivée hors délai (lettre en doublon).

4-2-4 Liste des observations

La répartition des observations est la suivante :

- 14 observations défavorables exprimés par 2 particuliers ou personnes qui n'ont pas affiché leur profession et 5 professionnels différents qui ont déposé 8 dossiers de 11 à 50 pages. Sur 8 dossiers, 5 ont été adressés 2, 3 voire 4 fois pour les mêmes observations sous des noms de structures similaires via différents moyens d'expression (mail, registre, lettre) : UPE, SNPE, VU PUBLICITES (SAS EXTERIEURS), COCKTAILS VISION (COCKTAIL DEVELOPPEMENT), dont une lettre recommandée postée le 29/11/24, jour de clôture de l'enquête.
- 7 observations favorables : essentiellement des particuliers, dont 2 de la même personne,
- 6 demandes très ponctuelles, dont 2 pour le même sujet et 2 de la même personne, émanant, la plupart du temps, de mairies de la CAPBP qui, soit ont délibéré favorablement sans observations, soit n'ont pas délibéré dans le délai imparti. Ces demandes ponctuelles ne sont pas assorties d'un avis global sur le RLPi.

Les observations ont été classées par type d'outils utilisés et par ordre d'arrivée :

RP : registre papier,

P : PAU,

L : lettre,

@ : adresse électronique,

E : registre électronique.

Liste des observations du public

N°	Noms
RPP 1	Mme DENIS Micheline
@ 1	MAIRIE RONTIGNON
@ 2	M. GRARD Thierry - Paris
E 3	M. MENJOT Thomas
@4	Anonyme
L1- E5 RPP2	UPE - M. Charles-Henri DOUMERC- M QESHE- Mme BOUIN
@6-@18 E 7- L2	SAS EXTERIEURS- PUBLICITE EXTERIEURE -M. Thierry CHASSING
@8	M. LACOURREGE Robert - Pau
@9	M. ZIEME Bruno - Président Association Sportive Mazères-Uzos-Rontignon (ASMUR Rontignon)
E10	MAIRIE PAU- CAPBP- Mme KUBRACK Marie
@11	MAIRIE BIZANOS- Mme MASSOU Manon
@12	M. GOUT Claude – Pau
@13	Anonyme
@14	MAIRIE Artiguelouve
@15 E16	ATLANTIC JURIS - M. TERTRAIS Grégoire, avocat – Pour COCKTAIL VISION-
E16 @ 15	COCKTAIL DEVELOPPEMENT- Groupe COCKTAIL VISION-M. TERTRAIS Grégoire – avocat
E17	MAIRIE BIZANOS- Mme MASSOU Manon
@18- @6 E7 et L2	VU PUBLICITE - M Thierry CHASSING - Mme ARDOUIN Corinne
@19	SNPE - Mme MAZIC Nathalie -
@20	Anonyme - Billère
@21	Anonyme - Billère
@21 @20	Anonyme - Billère
@22	M.COLMACHE Maurice - Billère

 Défavorable

 Favorable

I- OBSERVATION DES SERVICES ET REPONSES DU MO

DATE	SERVICE	OBSERVATIONS	AVIS DU MAITRE D'OUVRAGE
22/08/24	Chambre des Métiers et de l'Artisanat	<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'observation sur le périmètre et les zones retenues et les prescriptions communes 1 à 8 et les zones 2 à 9 • Zone 1 : l'article Z1-E4 concerne la limitation des vitrophanies, ne porte que sur les enseignes. Les vitrophanies d'occultation, pour raisons de confidentialités, ne sont donc pas concernées. 	<ul style="list-style-type: none"> • La vitrophanie encadrée dans le projet de RLPI ne concerne effectivement que la vitrophanie disposant d'inscriptions, de formes ou d'images. La vitrophanie vierge d'inscription n'entre pas dans le champ d'action du RLPI. • Effectivement, il s'avère indispensable de réaliser en premier lieu une communication à l'échelle de l'agglomération pour informer entre autre les acteurs économiques de ces nouvelles règles. Ce travail d'information sera donc réalisé en amont des démarches amiables de régularisation des dispositifs non conformes.
26/08/24	CDC Lacq Orthez	Pas d'observation particulière	
19/09/24	Conseil Départemental	Pas d'observation particulière	
30/09/24	DDTM	Après analyse détaillée de la procédure mise en œuvre, du diagnostic, des orientations et des explications du choix et des évolutions du zonage, le RLPI apparaît équilibré au regard de la préservation du cadre de vie. Avis favorable	
02/10/24	CDC Vallée d'Ossau	Pas d'observation particulière	
02/10/24	CNDPS	Avis tacite	
02/10/24	Syndicat des Mobilités	Le président du Syndicat fait part de quelques observations sur les conséquences potentielles du RLPI sur la	Le projet de RLPI est d'abord un outil de préservation du paysage et du cadre de vie. L'essence même d'un RLPI repose sur cet objectif de protection paysagère en définissant des règles visant à encadrer l'affichage publicitaire susceptible

		<p>situation financière du syndicat associé à la CAPBP pour la gestion de la publicité sur leurs mobiliers urbains respectifs installés sur le domaine public (via un marché en groupement de commande à renouveler en 2025). Selon lui, cette redevance représente 700 000 € de recettes, somme supérieure à la DGD perçue par le syndicat. De ce fait, il demande le maintien des dispositifs de 8 m² sur le domaine public ainsi que les dispositifs digitaux en centre ville de Pau, afin de maintenir son niveau de recette via la redevance concernée.</p>	<p>d’entraîner une pollution visuelle. Il est juste cependant de considérer que les supports de mobilier urbain servent à l’intérêt général en diffusant des informations publiques. Il sera proposé une solution qui prenne en compte au maximum le maintien du mobilier urbain afin d’assurer ce service public.</p>
15/10/24	Chambre d’agriculture	<p>2 points :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demande de dérogation à l’interdiction de publicité hors agglomération (L 581-7 du CE) pour les produits du terroir. Il est important que les enseignes ne soient pas interdites dans le RLPi pour les exploitants agricoles en circuits courts/transformation. - Importance de l’utilisation des SIL –Signalisation d’intérêt local, pour indiquer les différentes exploitations agricoles en circuits courts, transformation, agritourisme. Les pré-enseignes ne sont plus autorisées pour les producteurs en agritourisme (hébergement, restauration, activités pédagogiques). L’usage des SIL est une opportunité intéressante de l’agriculture locale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les produits du terroir appartiennent à l’une des quatre catégories des pré-enseignes dérogatoires autorise par la code de l’environnement hors zone agglomérée. Le code de l’environnement ne permet pas de les interdire dans un RLPi. Le projet de RLPi les admet donc en les règlementant selon les dispositions du RNP. • La SIL relève du code de la route et non du code de l’environnement. Elle ne peut donc pas être règlementé dans un RLPi. Elle a pour objet d’assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d’homogénéité, de lisibilité et de visibilité.
15/10/24	Syndicat Mixte Pau Béarn	Avis favorable	

II- AVIS DES COMMUNES ET REPONSES DU MO

27/08/24	Uzein	Avis favorable	
28/08/24	Rontignon	Avis favorable	
29/08/24	Poey de Lescar	Avis favorable	
06/09/24	Ousse	Avis favorable	
18/09/24	Aressy	Avis favorable	
18/09/24	Bosdarros	Avis favorable	
19/09/24	Gelos	Avis favorable	
25/09/24	Lescar	Avis favorable sous réserve d'intégrer dans la zone 2 la totalité de l'emprise de l'éco-projet (site Lacaussade/Carrérot) figurant dans le projet de RLPi hors agglomération.	La réserve sera prise en compte dans le projet soumis à approbation compte tenu qu'il s'agit d'un éco-projet qui sera réalisé dans une zone à urbaniser du PLUi.
25/09/24	Mazères-Lezons	Avis favorable	
26/09/24	Uzos	Avis favorable	
26/09/24	Pau	Avis favorable	
08/10/24	Lons	Avis favorable	
15/10/24	Lee	Avis favorable	
16/10/24	Billère	Avis favorable	

III- SYNTHÈSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC et RECENSEMENT DES THEMES

N°	Noms	Observation	Thème
RPP 1	Mme DENIS Micheline	<p>A eu à visiter des maisons sur Lescar et a <i>subi</i> de voir, sur des kms , des panneaux publicitaires par centaine, panneaux qui enlaidissent la ville.</p> <p>A précisé son avis favorable au RLPi lors de la permanence de la CE.</p>	Pollution visuelle des nombreux panneaux publicitaires
@ 1	MAIRIE RONTIGNON	<p>1- Sur la commune de Rontignon, le terrain de football (terrain d'honneur) est situé, pour partie, en zone 1 du RLPi (voir limite en rouge sur le plan en PJ). L'autre partie est en ZHA. Ainsi, les publicités autorisées sur les mains courantes ne peuvent être posées que sur la moitié des mains courantes (voir plan: mains courantes en bleu sur le plan.</p>  <p>2-Demande : placer la totalité du terrain d'honneur en zone 1 du RLPi afin d'ouvrir la possibilité de placer des publicités sur l'ensemble des mains courantes. La solution pourrait passer par l'intégration à la zone 1 des parcelles cadastrées section AA n° 87, 51 et 52. (commune ayant émis un avis favorable sans observation)</p>	Zonage coupant un équipement sportif en deux
@ 2	M. Grard Thierry - Paris	<p>Contre le futur RLPi PAU Bearn</p> <p>Une fois de plus le/les départements, bien aidés par des élus et associations écologiques veulent durcir drastiquement les règlements de publicité dans le but de faire disparaître un métier, des emplois. Ce media est le moins polluant de tous les médias dans sa fabrication et</p>	Disparition d'un métier

		<p>gestion mais cela n'a pas de poids auprès des écologistes qui parlent de ce média d'affichage comme une pollution visuelle. Pourquoi deux poids, deux mesures? Les médias les plus polluants sont évidemment les réseaux sociaux, avec les supports des téléphones, comme twitter sur laquelle la communication des départements, des villes et des écologistes est plus que régulière. Pas un mot, pas une action face aux géants Américains super pollueur, mais par pure idéologie, vous tapez sur un média local avec des artisans locaux qui disparaîtront et vous pourrez twitter après pour annoncer vos actions pour l'écologie, la nature. Quel cynisme! Malgré de très nombreux efforts partout dans l'hexagone, je conviens que dans certaines villes la réglementation actuelle n'est pas respectée. Que parfois l'affichage sauvage ou pré enseigne perdure alors qu'il est interdit depuis 2015. Pourquoi ne pas la faire respecter? Pourquoi ne pas aider les régies d'affichage locales à améliorer leurs services. Au lieu de durcir pour détruire, proposez des concessions municipales avec des mobiliers urbains qui s'intègrent dans les villes et rendent des services. Donner la chance à d'autres régies locales de passer le pas en répondant à des appels d'offre de concessions municipales afin de faire perdurer ce média, les redevances, et services utilisateurs. Cette solution serait gagnante et constructive pour tout le monde, la nature, les mairies, les régies, le/les départements.</p>	<p>Média le moins polluant</p> <p>Nombreux efforts de la profession</p> <p>Réglementation actuelle pas respectée</p> <p>Aider les régies d'affichage à améliorer leurs services</p> <p>Ne pas durcir pour détruire Proposer des concessions municipales avec des mobiliers urbains qui s'intègrent à l'environnement</p> <p>Solution gagnante et constructive : Donner la chance aux régies locales dans les appels d'offre</p>
E 3	M. Menjot Thomas	<p>Souhaite réagir à cette enquête publique de règlement de publicité intercommunal. Si je peux comprendre que trop d'affichage publicitaire au bord des routes peut engendrer une "pollution visuelle", elle permet néanmoins de pouvoir communiquer autrement que par tout système digitalisé. Ce support est un bon média de publicité voire également d'orientation.</p> <p>A titre personnel, j'apprécie ce support que je regarde.</p> <p>Passer de tout à rien n'est jamais une bonne solution.</p>	<p>Publicité = communication</p> <p>Bon média de publicité</p> <p>Passer de tout à rien n'est pas une bonne solution</p>

@4	Anonyme	<p>Ecrans publicité numérique</p> <p>Bien trop d'écrans dynamiques, bien trop lumineux qui participent à la pollution visuelle, lumineuse, et à l'éblouissement des conducteurs et usagers.</p> <p>Deux exemples parmi d'autres:- au niveau de la concession Renault Trucks, boulevard du Cdt Mouchotte, sens Tarbes Pau- au niveau du centre commercial Arena, RD834 Serres Castet direction Bordeaux. Il serait judicieux, pour ces raisons mais également pour des motifs de consommation d'énergie et de sobriété, dans l'ordre:- de ne plus autoriser ce type d'affichage en voirie, - d'imposer des niveaux maximaux en terme de luminosité - de prévoir des plages d'extinction de la tombée de la nuit au lever du jour- de contrôler et sanctionner les gestionnaires de ces affichages en cas de gêne et pollution lumineuse.</p>	<p>Contre l'excès de pollution visuelle des écrans dynamiques</p> <p>Eblouissement des conducteurs et usagers</p> <p>Faire prévaloir les motifs de consommation d'énergie et de sobriété</p> <p>Prévoir des plages d'extinction de la tombée de al nuit au lever du jour</p> <p>Contrôle et sanction nécessaire en cas de gêne et depollution lumineuse</p>
L1 E5 RPP2	<p>UPE</p> <p>M. Charles-Henri DOUMERC</p> <p>M QUESHE</p> <p>Mme BOUIN</p>	<p>L'UPE dépose une lettre avec dossier de 55 pages et transmet le même dossier avec la contribution détaillée de 55 pages par adresse mail. Lors d'une permanence, deux personnes sont venues commenter longuement le dossier et le power point envoyés par mail. Dépôt donc 3 fois de la même contribution.</p> <p>Dossiers comprenant une présentation du secteur de la communication, un rappel des grands principes applicables aux RLPi et des propositions d'assouplissement.</p> <p style="text-align: center;"><u>Prescriptions communes à toutes les zones</u></p> <p>Règles de densité :</p> <p>Contestation de l'article 2 qui n'autorise qu'un dispositif sur façade sur le coté le plus long de l'unité foncière bordant plusieurs voies de circulation.</p> <p>Motifs : Arrêt de la cour administrative d'appel de Nancy du 18/05/17 qui a considéré que « <i>pour la détermination du nombre de dispositifs..., il y a lieu de tenir compte du ou des côtés de l'unité foncière... »</i></p> <p>Rappel de l'article R 581-25 du CE (RNP) qui <i>dispose que ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.</i></p>	<p style="text-align: center;"><u>Prescriptions générales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Règles de densité : article 2 <p>Arrêt CAA Nancy du 18 /05 /17</p> <p>Demande suppression obligation d'un dispositif publicitaire scellé au sol sur le coté le plus long de l'unité foncière.</p>

	<p>Contradiction avec les règles de densité et d'implantation de chaque zone (linéaire minimum). La configuration des lieux (façade la plus longue sur un axe sans intérêt du point de vue circulation...) peut conduire à interdire toute implantation sur un axe pourtant autorisé.</p> <p><u>Demande suppression obligation d'un dispositif publicitaire scellé au sol sur le coté le plus long de l'unité foncière.</u></p> <p>Règles d'implantation des dispositifs publicitaires: Souhaitant éviter d'importants coûts de déplacements en application des nouvelles règles du RLPI concernant les publicités scellées au sol, propositions de rédaction de l'article 3 :</p> <p><i>Interdiction des dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement au sol au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale jusqu'à une distance de 5 m de ces façades.</i> Le règlement s'applique à tous les dispositifs publicitaires (pas de notion de surface) et fixe des distances de 3 à 4 m.</p> <p>Règles d'installation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Passerelles de sécurité L'interdiction de passerelles à l'article 4 contrevient à l'article L 4121-1 du code du travail concernant la sécurité des travailleurs. Proposition d'<i>interdiction de passerelles visibles de la voie publique mais admission de passerelles intégralement repliables et qui demeurent pliées en l'absence de personnes chargées de les utiliser.</i> • Couleur des supports Contestation des palettes de couleur (dont le RAL est précisé), au motif d'une intégration à l'environnement trop générale créant une grande insécurité juridique. Prescriptions contraires à l'identité visuelle des sociétés d'affichage. <u>Demande de ne pas définir une liste exhaustive de teintes de coloris autorisées et de prévoir de simples recommandations de couleurs.</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • Règle d'implantation des dispositifs publicitaires : article 3 Notion de 2 m² et distance de 5 m : trop restrictif • Règles d'installation: => passerelles de sécurité : article 4 Demande admission passerelles entièrement repliables (code du travail : article L 4121-1) ✓ Couleur des supports Demande contraire au code visuel des sociétés d'affichage Prévoir simples recommandations de couleurs ✓ Eclairage Conteste les prescriptions Demande extinction 23h -6 h <p style="text-align: center;"><u>Prescriptions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cônes et séquences de vue Appréciation subjective et sujette à interprétation juridique Conséquence : interdiction publicité en ZP4 et 5 • ZP3- quartiers d'habitats ✓ Article 5 contestation de la limitation à 8 m² encadrement compris (format non utilisé) Demande 8 m² plus encadrement soit 10,50m²
--	--	--

	<p>Eclairage: Prescriptions horaires d’extinction de l’éclairage variables(22h-6h, 19h-6h, ...) et contestées. <u>Demande harmonisation à 23h-6h.</u></p> <p style="text-align: center;"><u>Prescriptions particulières</u></p> <p>Cônes et séquences de vue Mise en cause de l’appréciation subjective et sujette à interprétation juridique des cônes de vues au regard que la chaîne des Pyrénées, objet de cette protection, couvre la grande majorité du territoire. Cette mesure conduit à interdire en ZP 4 et ZP 5 les publicités.</p> <p>ZP3 – quartiers d’habitats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Format des publicités murales Contestation à l’article Z3-P5 de la limitation à 8 m², encadrement compris (format non utilisé par les sociétés d’affichage) dans les zones appartenant à l’unité urbaine de Pau. Référence aux articles R 581-24-1 et R 581-26 du CE (RNP). <u>Demande de 8m2 de surface d’affiche – format standard avec dispositif de 10,50 m², encadrement inclus.</u> • Interdiction de publicité murale éclairée par projection ou transparence Cette mesure conduit à interdire des dispositifs éclairés par transparence et diminue de façon notoire l’audience du média de la communication extérieure. <u>Demande d’autoriser la publicité murale éclairée par projection ou par transparence tout en y maintenant les règles d’extinction générale.</u> <p>ZP4 – axes principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Format des publicités murales Même demande que pour la zone ZP3. <u>Demande de 8m2 de surface d’affiche – format standard avec dispositif de 10,50 m², encadrement inclus.</u> • Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol Contestation de la règle particulière de dispositifs publicitaires scellés à 4 m du sol (présence d’obstacles, haies, clôtures...). <p><u>Demande de retour au RNP (article R 581-32 du CE): à 6 m.</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Interdiction de publicité murale éclairée par projection ou transparence Conséquence : interdiction dispositifs éclairés par transparence Demande de maintien avec règles d’extinction générale • ZP 4- axes principaux <ul style="list-style-type: none"> ✓ Même demande sur le format à 10,50m² ✓ Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol Demande de retour au RNP : hauteur à 6 m et non 4 m • Publicités sur bâches de chantier et bâches publicitaires Demande application RNP avec soumission autorisation maire au cas par cas • Publicités et enseignes lumineuses à l’intérieur d’un local Contestation de la limitation des publicités lumineuses à l’intérieur d’un local : 1 m² en ZP 1, 2, 3 et 4 2 m² en ZP 5 sans limite en ZP 6 Demande d’application de 2m² partout avec extinction 23h-6h Observations complémentaires • Surface unitaire
--	---	--

		<p>Publicités sur bâches de chantier et bâches publicitaires Souhait de tenir compte des événements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés. Demande d'application, en toute zone, du RNP (L 589-1 du CE) pour autoriser la publicité sur bâche de chantier et bâches publicitaires avec soumission à autorisation du maire au cas par cas.</p> <p>Publicités et enseignes lumineuses à l'intérieur d'un local Contestation de la limitation des publicités lumineuses à l'intérieur d'un local, règle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • à 1 m² de surface maximale cumulée pour toutes les zones ZP 1, 2, 3, 4, • à 2 m² en ZP5, sans limite en ZP6 • Interdiction totale pour les secteurs de monuments historiques. <p>Risque de fragiliser davantage l'activité commerciale en centre ville- sentiment de contraintes administratives, risque de report de consommation vers les plateformes numériques. Référence au RNP (article L 581-14-4 du CE. <u>Demande d'application d'une surface cumulée à 2m² et extinction de 23h à 6H.</u></p> <p>Observations complémentaires Surface unitaire <u>Demande que la définition de surface unitaire comme surface d'un seul dispositif prenne également en compte des dispositifs double face.</u></p> <p>Publicité lumineuse Signale la coquille rédactionnelle pour la définition des publicités lumineuses qui vise trois catégories <u>d'enseignes lumineuses.</u></p>	<p>Demande prise en compte dispositifs double face</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicité lumineuse Erreur matérielle qui vise 3 catégories d'enseignes lumineuse
<p>@6 E 7 E18 L2</p>	<p>SAS EXTERIEURS- PUBLICITE EXTERIEURE</p> <p>M. Thierry CHASSING</p>	<p>Même contribution @6 et E7 : même société Rappelle la mise en conformité déjà réalisée sur Pau et Lons au détriment d'enjeux financiers. Conteste la situation de monopole de City Média sur le mobilier urbain.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteste la création des zones 1,2 et 3 où la publicité est interdite et le linéaire minimum de 40 m de 	<p>Rappel mises en conformité RLP Pau et Lons : enjeux financiers</p> <p>Conteste monopole de City Médias sur le mobilier urbain <u>Prescriptions générales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conteste ZP1, 2 et 3 où la publicité est interdite • Conteste la règle de 40 m de façade

	<p>façade donnant sur une voie. Les choix de zonage sont au détriment de la publicité et non dans un objectif d'équilibre entre droit à la publicité et valeurs environnementales.</p> <ul style="list-style-type: none"> Conteste la hauteur de 4 m alors que le RNP prévoit 6 m, ce qui induit la réfection de tous les supports à seulement 1,40 m de pied. Regrette volonté de faire disparaître la quasi-totalité des dispositifs. Ce RLPi accentue le monopole du mobilier publicitaire autorisé sur les zones 2 à 6. <p><u>Mise en place des zonages :</u> Présence majoritaire des zones 2 et 3. Présence réduite des zones 4 et 5 voire inexistante sur 10 communes.</p> <p><u>Analyse des zonages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Aressy :</u> aucune possibilité implantation panneaux : absence de zones 4 et 5 sur bordure D937. <u>Artigueloutan :</u> aucune possibilité implantation panneaux : RD 817 : axe très important direction Lourdes et A64 : pas de zone 4. <u>Artiguelouve :</u> aucune possibilité implantation panneaux : présence de panneaux publicitaires : axe RD 802 (rocade sud) : absence de zone 4 et 5. <u>Aussevielle :</u> aucune possibilité implantation panneaux : présence RD 817 : vers A64 et direction Orthez. : absence de zone 4. <u>Billère :</u> quasi impossibilité de panneaux publicitaires (linéaire insuffisant et zonages restrictifs). Zone 5 trop restrictive et route de Bayonne classée en zone 2. <u>Bizanos :</u> les axes majeurs D802 (rocade) et avenue Albert 1^{er} en zone 2, seul Bd du cdt Mouchotte en zone 4 => 8 face-panneaux à démonter ainsi que 4 panneaux petits formats. <u>Denguin :</u> 7 face -panneaux à démonter (zone 2). Aucune possibilité implantation panneaux nouveaux. Or présence de commerces sur la D 817. 	<ul style="list-style-type: none"> Conteste la hauteur de 4m (RNP 6m) Regrette volonté de faire disparaître la quasi-totalité des dispositifs Aggravement de la situation de monopole du mobilier urbain des zones 2 à 6 <p style="text-align: center;"><u>Prescriptions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Principe des Zonages <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présence majoritaire ZP 2 et 3 ✓ Peu de ZP 4 et 5 sur 10 communes Analyse des zonages par commune <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>Aressy :</u> absence de ZP 4 et 5 sur bordure D937. ✓ <u>Artigueloutan :</u> pas de ZP 4. ✓ <u>Artiguelouve :</u> absence de ZP 4 et 5. ✓ <u>Aussevielle :</u> absence de ZP 4. ✓ <u>Billère :</u> ZP 5 trop restrictive et rte de Bayonne en ZP 2. ✓ <u>Bizanos :</u> D802 (rocade) et avenue Albert 1^{er} en ZP 2, seul Bd du cdt Mouchotte en ZP 4. ✓ <u>Denguin :</u> présence de commerces sur la D 817 : pas de possibilité implantation panneaux . ✓ <u>Gan :</u> quasi impossibilité implantation panneaux nouveaux : linéaire insuffisant, zonage restrictif. ✓ <u>Gelos :</u> pas de ZP 4 sur D 802 (rocade). ZP 5 aucun intérêt. ✓ <u>Idron :</u> rare ZP 6 mais aucune possibilité sur la rocade. ✓ <u>Jurançon :</u> rare commune avec ZP 5 et 6 mais démontage.
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Gan : 8 face-panneaux à démonter .Quasi impossibilité implantation panneaux nouveaux : linéaire insuffisant, zonage restrictif. Plusieurs panneaux déjà installés à démonter. • Gelos : Impossibilité implantation panneaux nouveaux : pas de zone 4 alors que D 802 (rocade). Zone 5 n'offrant aucun intérêt publicitaire. • Idron : Possibilité réduite (rare commune avec zone 6) : aucune possibilité sur la rocade. • Jurançon : 8 faces-panneaux et 12 face-panneaux petits formats à démonter. Malgré rare commune avec zones 5 et 6. • Laroin : 10 faces-panneaux à démonter. 1possibilité maintien , • Lee : 8 faces-panneaux à démonter. Incohérence de zonage. • Lescar : 8 faces-panneaux à démonter. Impossibilité implantation panneaux sur l'avenue du Vert Galant et le bd de l'Europe. Incohérence de zonage : zone 4 n'existe pas alors que Bd de l'Europe axe principal de l'agglomération. Idem : axe sud de l'avenue du Vert Galant en zone 2 alors que zone d'habitat. • Lons : 4 faces-panneaux à démonter encore alors que 10 ont déjà été démonté avec règlement précédent. Incohérences de zonage : Bd Charles de Gaulle très commerçant prévu en zone 2, idem pour la rue Lamarque où terrains sont constructibles. Idem avenue Jean Mermoz , avenue Didier Daurat, qui passent en zone 2. Avenue des martyrs en fort développement passe en zone 2. Avenue des Martyrs du Pont Long prévue en zone 2 sur une partie. Avenue Erkman prévue en zone 3 alors que ZPR 2 actuellement. Partie nord de la voie nord sud en zone 5 sauf une bande de 10 m en zone 2. • Mazères-Lezons : 7 faces- panneaux à démonter. Impossibilité implantation panneaux nouveaux . Absence de zone 4 dont hyper marché Leclerc et Brico-Dépôt (en zone 2). • Pau :10 faces-panneaux à démonter. Or 20 déjà 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Laroin : 1 seule possibilité maintien sur 10. ✓ Lee : incohérence de zonage. ✓ Lescar : pas de ZP 4 sur l'avenue du Vert Galant (ZP 2) et le bd de l'Europe. Incohérence de zonage. ✓ Lons : incohérences de zonage : Bd Charles de Gaulle, rue Lamarque, avenue Jean Mermoz , avenue Didier Daurat, avenue des martyrs , avenue des Martyrs du Pont Long en ZP 2. Avenue Erkman en ZP 3. Partie nord de la voie nord sud en ZP 5 sauf bande de 10 m (ZP 2). ✓ Mazères-Lezons : Absence de ZP 4 (hyper marché Leclerc et Brico-Dépôt en ZP 2). ✓ Pau : Avenue Alfred Nobel linéaire trop restrictif pour ZP 4. Avenue du GI Leclerc vocation commerciale non prise en compte Bd Tourasse en ZP 2 et 3. Bd de la Paix et cours Bérard en ZP 3 Or, nombreux panneaux de mobilier urbain publicitaire. Avenue Jean Mermoz, en ZP 2. <p>Rappel ZP 2 ET 3 : pas de possibilité grand format.</p> <p>RLPi enlèvement d'environ 100 panneaux (103).</p>
--	---	---

	<p>démontés avec précédent RLP. Mobilier urbain publicitaire omniprésent.</p> <p>Cas soulignés : Avenue Alfred Nobel linéaire trop restrictif pour passage en zone 4 Avenue du Gl Leclerc vocation commerciale non prise en compte Bd Tourasse axe structurant classé en zones 2 et 3 avec donc interdiction publicité grand format. Idem pour Bd de la Paix et cours Bérard (axes structurants) qui sont mis en zone 3 (interdiction grand format). Or, équipés de nombreux panneaux de mobilier urbain publicitaire. Avenue Jean Mermoz, axe structurant passé en zone 2. Inadmissible de faire tout enlever après effort fait.</p> <p><u>Demandes de modifications de zonages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Aressy</u> : D 937 rte de Nay : demande zone 4 (...rond point de la Clinique). • <u>Artiguelouve</u> : D 802 rte de Mourenx : demande zone 4 au niveau centre commercial. • <u>Aussevielle</u> : D 817 accès A64 et Orthez : demande zone 4 au niveau zone commerçante et agglomérée. • <u>Billère</u> : Demande modification règle linéaire minimum car parcellaire < 40 m. <p><u>Avenue des Marnières</u> en zone 4 mais sans intérêt publicitaire (aberration réglementation, sauf zone Est (parc des expositions) : demande zone 5.</p> <p><u>Avenue de Santona</u> demande zone 4 depuis limite Lons <u>Zone rond point avenue de Santona et cours Bérard</u> demande zone 4 (zone activité intense) <u>Voie Nord Sud</u> demande zone 4 (rond point Mohedan à Lons) <u>Rte de Bayonne</u> demande zone 4, axe majeur (conservation panneaux existants) <u>Avenue du Château d'Este</u> demande zone 5, axe important de Billère et zone activités <u>Avenue Lalanne et avenue de Lons</u> : axe important de Billère et zone activités, demande zone 5 (conservation panneaux)</p>	<p>Effort déjà fait sur les RLP.</p> <p><u>Demande modification de zonage</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Modification règle linéaire minimum car parcellaire < 40 m (30 m) : ✓ Billère, Bizanos , Gan, Lee , Pau : Avenue Alfred Nobel ✓ Jurançon : Avenue du Corps Franc Pommiés :_configuration zone 4 ne permet pas implantation panneaux (parcellaire et terrains communaux). linéaire trop restrictif pour passage en zone 4 • ZP 4 ✓ <u>Aressy</u> : D 937 rte de Nay (...rond point de la Clinique). ✓ <u>Artiguelouve</u> : D 802 rte de Mourenx (centre commercial). ✓ <u>Aussevielle</u> : D 817 accès A64 et Orthez (zone commerçante et agglomérée). ✓ <u>Billère</u> : Avenue de Santona Zone rond point avenue de Santona et cours Bérard Voie Nord Sud (rond point Mohedan à Lons) Rte de Bayonne ✓ <u>Denguin</u> : D 817 rte de Bayonne : axe desservant Pau et Orthez ✓ <u>Gan</u> : secteur rond point rocade N 134, avenue d'Aspe ✓ <u>Gelos</u>: rocade sud est (Jurançon à Mazères-Lons) ✓ <u>Idron</u> : Rte de Tarbes : rond point route de Tarbes. Zone 4 prévue inadaptée ✓ <u>Jurançon</u> : rue d'Ossau à rue Jean Paul Toulet Demande suppression zone 4 de la rue d'Ossau au rond point avenue Gaston Cambot. ✓ <u>Lee</u> : Rte de Tarbes (d'Idron à limite actuelle coté ouest). ✓ <u>Lescar</u> : Bd de l'Europe ✓ <u>Lons</u> : Bd Charles de Gaulle Avenues Jean Mermoz et Didier Daurat ✓ <u>Mazères-Lezons</u> : Rocade ✓ <u>Pau</u> : Avenue du Gl Leclerc Bd Tourasse Bd de la Paix • ZP 5 ✓ <u>Billère</u> : avenue des Marnières zone Est (parc des expositions),
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Bizanos : avenues Albert 1^{er} et Clémenceau pas de zones 2 et 3 mais 5 (axe important commune). Linéaire à 30 m et non 40. • Denguin : D 817 rte de Bayonne : axe desservant Pau et Orthez : demande zone 4 (conservation panneaux). • Gan :secteur rond point rocade N 134, avenue d'Aspe : axe important : demande zone 4 et linéaire à 30 m. • Gelos : rocade sud est de Jurançon à Mazères-Lezons : axe important : zone 4. Avenue de Gelos et rue Louis Barthou : zone 5 sur tout ou parties, voies de vie importantes • Idron Rte de Tarbes : zone 4 avec le rond point route de Tarbes. Zone 4 prévue inadaptée : • Rocade et avenue de Belzunce, avenue de Beaumont : passage en zone 5 (axes urbanisés) • Jurançon Avenue du Corps Franc Pommiés : configuration zone 4 ne permet pas implantation panneaux(parcellaire et terrains communaux). Demande extension de la zone 4 de la rue d'Ossau à rue Jean Paul Toulet et suppression zone 4 de la rue d'Ossau au rond point avenue Gaston Cambot. • Rue Ollé Laprune : demande passage zone 3 à 5 (Intermarché et garage Citroën) • Laroin : demande extension zone 5 (rive gauche jusqu'à entrée de Laroin). • Lee : Rte de Tarbes : des panneaux mis en zone 2 : demande extension zone 4 d'Idron à limite actuelle coté ouest. Demande modification linéaire à 30 m. • Lescar : Bd de l'Europe : demande zone 4 car axe commercial Avenue du Vert Galant : demande zone 5 au lieu de zone 2 de la route de Bayonne au camping. • Lons : Bd Charles de Gaulle très commerçant prévu en zone 2, demande zone 4. • Avenue Nord Sud rond point porte d'Espagne : demande 	<p>Avenue du Château d'Este Avenue Lalanne et avenue de Lons</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bizanos : avenues Albert 1^{er} et Clémenceau ✓ Gelos : avenue de Gelos et rue Louis Barthou ✓ Idron : Rocade et avenue de Belzunce, avenue de Beaumont ✓ Jurançon : Rue Ollé Laprune : Intermarché et garage Citroën (ZP3) ✓ Laroin : extension ZP 5 (rive gauche jusqu'à entrée de Laroin). ✓ Lescar :Avenue du Vert Galant_ (route de Bayonne au camping). ✓ Lons : <p>Avenue Nord Sud rond point porte d'Espagne_ Avenue de l'Hippodrome Avenue des Martyrs du Pont Long</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mazères-Lezons : <p>Avenue Gl de Gaulle ✓ Pau : Avenue de l'Europe</p>
--	---	--

	<p>zone 5 au lieu de 2, car entouré zone 5.</p> <p><u>Avenue de l'Hippodrome</u> : en zone 2 mais de part et autre zone 5 : demande zone 5</p> <p><u>Avenue des Martyrs du Pont Long</u> prévue en zone 2 sur une partie, demande zone 5.</p> <p><u>Avenues Jean Mermoz et Didier Daurat</u>, axes majeurs et commerçants : demande zone 4 au lieu zone 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Mazères-Lezons</u> : <u>Rocade</u> : demande zone 4 (axe majeur) <u>Avenue Gl de Gaulle</u> : demande zone 5 (zone commerciale) • <u>Pau</u> : <u>Avenue de l'Europe</u> : demande zone 5. <u>Avenue Alfred Nobel</u> linéaire trop restrictif pour passage en zone 4 <u>Avenue du Gl Leclerc</u> vocation commerciale non prise en compte : demande zone 4. <u>Bd Tourasse</u> : demande zone 4 sauf sur la partie végétalisée. <u>Bd de la Paix , cours Bérard et avenue Jean Mermoz</u>: demande ZP 4. <p><u>Propositions complémentaires</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Linéaires</u> La majorité des parcelles situées en zones 2 à 5 ont des linéaires < à 40 m. Seules, Pau, Lons, Lesca, Jurançon et Idron offrent des possibilités de garder quelques dispositifs sur les axes principaux et sur les zones d'activités (zones 4 et 5). Demande de porter linéaire à 30 m. • <u>Hauteurs de dispositifs</u> Demande de revenir au RN pour une hauteur de 6 m des dispositifs et non 4 m. • <u>Mobilier urbain supportant de la publicité</u> Le mobilier urbain publicitaire devient support majoritaire de l'ensemble des communes et reste le monopole de quelques grandes sociétés. Règle déloyale et totalitaire. Demande possibilité d'installer du mobilier publicitaire de 	<p style="text-align: center;"><u>Prescriptions générales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Linéaire</u> Conteste la règle de 40 m de façade qui de fait interdit toute publicité, les parcelles des ZP 2 à 5 n'ayant pas 40 m linéaire. Seuls Idron, Pau, Lons, Lescar et Jurançon ont des ZP 5 le permettant. • <u>Hauteurs de dispositifs</u> Demande de revenir au RN pour une hauteur de 6 m des dispositifs et non 4 m. • <u>Mobilier urbain supportant de la publicité</u> Monopole pour le mobilier urbain Règle déloyale et totalitaire. Demande possibilité d'installer du mobilier publicitaire de 2 m² Demande d'utiliser 1 des 2 faces de ces dispositifs • <u>Publicité numérique</u> Regret que la publicité numérique soit interdite sauf ZP 5 et 6. Demande d'un format de 10,50m² et hauteur 6 m. • <u>Conséquences financières</u> : Demande indemnisation CAPBP : démontage 2 000€ HT, transformation : 2 500€ HT. Perte 28 428€ • <u>Délais</u> Demande de report 5 ans de plus
--	---	---

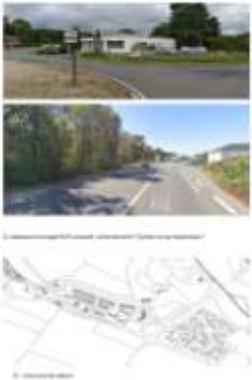
		<p>2 m² Et demande d'utiliser 1 des 2 faces de ces dispositifs (pour équilibrer la règle d'occupation de l'espace visuel public).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicité numérique Regret que la publicité numérique soit interdite sauf en zones 5 et 6. Demande d'un format de 10,50m² et hauteur 6 m pour compenser réduction des panneaux. • Conséquences financières : Coût de démontage 2 000€ HT Coût de transformation : 2 500€ HT Demande indemnisation CAPBP. • Délais Demande de report 5 ans de plus. • Interrogations Quels supports de communication seront préconisés ? Perte de 28 428€ pour l'entreprise EXTERIEURS. Comment cela sera-t-il compensé ? • Conclusion : Nécessité de démontage de 103 panneaux. Irresponsabilité 	
@8	M. LACOURREGE Robert - Pau	<p>Absolument contre les immenses panneaux publicitaires très lumineux, flash, comme celui installé boulevard Tourasse, près du carrefour avec l'avenue des Lilas. Ce panneau installé sur le terrain d'un lavage automatique de véhicules est très accrocheur, très polluant lumineusement et proche du feu tricolore, dangereux. Il m'a déjà été répondu par un adjoint de la ville de Pau qu'il était sur un domaine privé et qu'il ne pouvait rien faire. J'espère que dans le futur règlement, ces panneaux seront interdits. De plus, ce panneau est régulièrement en panne et flash en continu durant des weekends entiers.</p>	<p>Contre la pollution lumineuse dangereuse et polluante. Flashes en continu en cas de pannes récurrentes</p>

<p>@9</p>	<p>M. ZIEME Bruno - Président Association Sportive Mazères-Uzos- Rontignon (ASMUR) Rontignon</p>	<p>Demande de modification du zonage RLPI à Rontignon. Afin d'harmoniser les possibilités d'affichage sur les mains courantes de l'ensemble du terrain de football à RONTIGNON (64), demande que ce terrain soit inscrit en totalité dans la zone 1 du règlement local de publicité intercommunal (RLPI) en intégrant à ce zonage les parcelles cadastrées AA n°87, 51 et 52. Vous trouverez en pièce jointe le schéma actuel, tel qu'il est conçu, qui coupe en deux notre terrain (ligne rouge sur la photo), qui autorise des publicités sur les mains courants surlignées en bleu sur la photo mais qui exclut de fait les mains courantes surlignées en jaune sur la photo.</p> 	<p>Zonage coupant un équipement sportif en deux</p>
<p>E10</p>	<p>MAIRIE PAU CAPBP Mme KUBRACK Marie</p>	<p>Courrier formalisant une remarque sur le projet de RLPI et avec un lien pour les pièces justificatives. www.grosfichiers.com/4yi8BEUwXMY 3 dossiers de 5 pièces pour 20,3 Mo Signé Marie KUBRACK Chef de projets ac-Mop-Aménagement à la CAPBP Périmètres de la zone 5 ne correspondent pas à aux ZAE existantes délibérées en mars 2024. Demande d'extension pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ZAE Technopole –Université, • ZAE Favre (identifiée pour la recherche), • Parc d'activité d'INDUSLONS, • ZaCOM Lescar-Soleil (parcelle AO 1007 : objet du PC 064 335) , • les ZAEa LONSTECHNORD (PC de 2020), EUROPA (lotissement autorisé en 2006), PAPPYR (ZAC de 1990), LAGOUE (DP de 2018), AEROSITE (DP de 2015 et 2022), 	<p>Demande d'extension de la ZP 5 pour prendre en compte 9 zones avec autorisations d'urbanisme délivrées ou en cours</p>

		<p>DES PRES (cession d'un seul tenant).</p>  <p><i>(commune ayant déjà émis un avis favorable sans observation)</i></p>	
<p>@11 E 17</p>	<p>MAIRIE BIZANOS</p> <p>Mme MASSOU Manon –</p>	<p>Zone Stade du Hameau et Nouste Camp</p>  <p>1- Demande que la zone sur la carte ci-jointe, située actuellement en zone d'habitats, devienne Zone d'activité. Ceci en raison des besoins de publicités des matchs/évènements du Pau FC, Section Paloise, Soccer Park. <i>(commune n'ayant pas émis un avis)</i></p> <p>2- Demande de panneau publicitaire venant d'être déposée par la Section Paloise.</p> 	<p>Demande d'ajustement d'une ZP2 en ZP 5</p>

			
<p>@12</p>	<p>M. GOUT Claude - Pau</p>	<p>Proposition 1 : Afin de réduire la consommation d'énergie de l'agglomération (en référence au PCAET), je recommande d'interdire toute publicité lumineuse (statique, rotative ou numérique) et enseignes lumineuses, ceci 24 heures sur 24. Ceci doit s'appliquer également au mobilier urbain, à l'exception des informations au public sur les transports collectifs ou les activités municipales. Outre des gains sur la consommation d'énergie, cette décision aura un impact positif sur l'exploitation de matières minérales nécessaires à d'autres postes.</p> <p>Proposition 2 : Si la proposition 1 n'était pas retenue, je recommande d'interdire que l'éclairage direct de publicité ou enseignes lumineuses empiète à l'intérieur des parcs et jardins publics ou privés pour éviter la pollution lumineuse néfaste à la biodiversité.</p>	<p>Demande d'interdiction de toute publicité lumineuse Gains de consommation d'énergie Impact positif sur l'exploitation des ressources</p> <p>Au minimum : interdiction des publicités et enseignes lumineuses près des parcs et jardins : préservation de la biodiversité</p>
<p>@13</p>	<p>Anonyme</p>	<p>Panneaux "rigides" et panneaux "souples" La publicité sur panneaux "rigides" (4x3 et les formats un peu plus petit) a pris beaucoup de place depuis plus de 50 ans avec entre autre l'extension des zones périphériques urbaines. Cette façon de faire de la publicité s'est faite (involontairement, j'en conviens) insidieusement et tout le monde ou presque s'y est habitué. Principe de la grenouille trempée dans l'eau froide que l'on réchauffe petit à petit jusqu'à ébullition au lieu de la jeter brutalement dans l'eau bouillante provoquant la réaction de fuite de l'animal!</p>	<p>Publicité a envahi l'espace public Publicité n'est pas information mais information publicitaire</p>

	<p>Mais revenons à cette publicité qui a donc envahi l'espace public -le terme "PUBLIC" est très important- et que certains commencent à trouver envahissante. Notons par ailleurs que la publicité n'est pas une "information" (terme seul) mais une "information publicitaire". Cette remarque doit-être prise en compte ne serait-ce que par respect avec l'information journalistique autrement plus importante que la promotion de produit divers. La liberté d'informer en France est garantie par la constitution et la publicité n'informe pas, elle promeut, elle vend et cela en utilisant des langages et des médias sans garantie d'impartialité ou d'honnêteté. Les soi-disants organismes de régulation de la publicité étant des "fakes" grossiers. De cela, on peut discuter un peu...Quand un citoyen veut s'informer il a sa disposition nombre de médias (presse nationale, PQR, radios, télévision, internet...) et vive la France ! ceux-ci sont libres (pour la plupart). Quand un citoyen veut voir ou entendre de la publicité pour savoir si les nouilles untel ou la voiture machin sort un nouveau modèle, il achète tel ou tel journal, il regarde telle ou telle chaîne de télévision, il baisse la tête sur son smartphone : en clair IL CHOISIT. LIBREMENT. Mais en tant que piéton, cycliste ou conducteur, malheureusement, il doit subir, obligatoirement, les panneaux publicitaires qui gâchent en plus le paysage et parsèment les rues et les routes. Certains panneaux donneraient des INFORMATIONS de type intérêt public, là on pourrait l'accepter. Mais que le secteur privé viennent acheter l'ESPACE PUBLIC, ça c'est un peu fort de café! Ne parlons pas des panneaux numériques, soi-disant écologiquement actifs! Leur consommation a certes un peu baissé depuis les premiers modèles mais ils sont toujours sur-consommateur et produisent en plus de la lumière bien que la tendance actuelle soit à la diminution de l'éclairage public! On garde l'éclairage pour la sécurité des citoyens, c'est bien mais donc arrêtons les lumières publicitaires. Vive donc la presse et la publicité qui la fait vivre et laissons l'ESPACE PUBLIC"... au public. Aux citoyens, à nous tous sans pollution visuelle.</p>	<p>La publicité n'informe pas, elle promeut</p> <p>Cycliste, piéton, conducteur subissent l'invasion de panneaux publicitaires qui envahissent les rues et gâchent paysage Secteur privé envahit espace public</p> <p>Panneaux numériques produisent lumière alors que tendance à réduire éclairage public</p> <p>Laisser vivre l'espace public sans pollution visuelle</p>
--	--	--

<p>@14</p>	<p>MAIRIE Artiguelouve</p>	<p>Zone pôle médical non identifié dans RLPi . Demande de renseignement sur l'application de la règle en la matière et de l'absence d'identification en zone 4.</p> <p><i>(commune n'ayant pas délibéré dans les 3 mois).</i></p> 	<p>Pôle médical non identifié en zone 4 dans RLPi</p>
<p>@15 E16</p>	<p>COCKTAIL VISION ATLANTIC JURIS M. TERTRAIS Grégoire – avocat</p>	<p>Contribution : IDENTIQUE à la suivante</p>	
<p>E16</p>	<p>COCKTAIL DEVELOPPEMENT Groupe COCKTAIL VISION</p> <p>Mme Marion DURAND</p> <p>Signé M. TERTRAIS Grégoire – avocat</p>	<p>Argumentaire en 46 points sur 26 pages conseillant la CE dans sa prise de position. Points évoqués. RLPi prive les publicistes de la possibilité d'exercer son/leur métier sur le territoire, les annonceurs d'user des vertus de ses dispositifs et les collectivités locales concernées des recettes associées (Taxe sur la publicité extérieure, redevance d'occupation du domaine public...).</p> <p>Pas de prise en compte de la concertation et des réserves émises.</p> <p><u>Affichage numérique extérieur grand format :vraie opportunité</u></p> <p>1.COCKTAIL VISION leaders de l'affichage dynamique urbain.</p> <p>2. La « publicité » n'est pas à proscrire et fait partie de notre modèle économique.</p> <p>3. Diffuser plusieurs publicités sur un même support, permet de limiter les supports de communication et présente l'avantage de concilier l'objectif de</p>	<p>RLPi prive les professionnels d'exercer leur métier et les collectivités de la TPE.</p> <p><u>Observations générales sur l'affichage numérique</u></p> <p>Publicité acteur du modèle économique</p> <p>Avantage de diffuser plusieurs publicités sur un même support, ce qui limite le nombre de supports : 10 annonceurs sur 1 même support=> 90% supports classiques.</p> <p>Identité visuelle du territoire</p>

	<p>protection du cadre de vie avec l'exercice des libertés du commerce, de l'industrie et d'expression.</p> <p>Un seul dispositif numérique permet à 10 annonceurs de communiquer et permet de supprimer 90% des dispositifs classiques. Une publicité extérieure numérique bien conçue dispose d'un impact positif, non seulement sur l'économie locale, mais aussi sur l'identité visuelle et la vitalité du territoire sur lequel elle s'installe.</p> <p>4. la technologie LED a un bilan carbone extrêmement vertueux pour l'environnement et reconnue, notamment, par le cabinet d'Antoine WAECHTER (étude d'Août 2010).</p> <p>5. Le groupe COCKTAIL VISION a intégré cet objectif dans sa politique RSE et est accompagné par le dispositif gouvernemental FRANCE RELANCE pour l'implantation, en Vendée, d'une usine 4.0 de création des panneaux numériques LED sous le nom de VIDEOLED.</p> <p>5 Avantages environnementaux : Durabilité environnementale, Indépendance énergétique, Réduction des coûts d'exploitation, Évolution technologique et innovation, Adaptabilité et polyvalence.</p> <p>6. L'impact lumineux des dispositifs numériques peut être régulé grâce à un système de réglage de la luminosité par gradation qui permet d'adapter la puissance lumineuse en fonction de la luminosité extérieure.</p> <p>Fortes de ce constat, les Juridictions administratives concluent que l'impact visuel des dispositifs publicitaires numériques est similaire à celui des dispositifs publicitaires "traditionnels" (<i>Cour administrative d'appel de NANTES, 9 avril 2024, n°22NT00370</i>).</p> <p>7. Participe aux objectifs RLPi de la CAPBP de "développer un cadre de vie de qualité pour tous les habitants et renforcer l'attractivité du territoire" et "développer l'attractivité économique du territoire".</p> <p>8. Nombre des dispositifs sont utilisés pour la communication institutionnelle des collectivités locales</p>	<p>Bilan carbone extrêmement vertueux avec la technologie LED</p> <p>Objectif RSE intégré pour COCKTAIL DEVELOPPEMENT</p> <p>Avantages environnementaux, réduction des coûts, adaptabilité</p> <p>Réglage de la luminosité</p> <p>Participe aux objectifs du RLPi de développer un cadre de vie de qualité et développer l'attractivité économique du territoire.</p> <p>Vecteur de diffusion de la communication institutionnelle</p> <p>Sauvegarde des libertés en jeu : CE du 22/11/2000.</p> <p>Violation manifeste des règles de la concurrence au détriment de dispositifs partout utilisés en France</p> <p>Rappel des textes qui appréhendent la publicité numérique</p> <p>Légalité de cette activité professionnelle réaffirmé par le législateur. Impossibilité des collectivités de s'opposer à son exercice sur leur territoire.</p> <p>Seules exceptions : spécificités locales</p>
--	--	--

	<p>mais encore qu'ils peuvent être mobilisés, et l'ont déjà été, dans le cadre des campagnes "alerte enlèvement" ou encore dans le cadre de campagnes de prévention routière.</p> <p>9. Sauvegarde des libertés en jeu : (<i>Conseil d'Etat, Avis, 22 novembre 2000, n° 223645, Publié au Recueil Lebon</i>)</p> <p>10. Violation manifestement caractérisée des règles de la concurrence au détriment de dispositifs pourtant aujourd'hui utilisés partout en France et notamment sur le territoire de PAU-BEARN-PYRENEES. Violation manifeste des règles de la concurrence et d'une atteinte tout à fait illégale à la liberté du commerce et de l'industrie des professionnels de l'affichage numérique et, avec eux, des annonceurs.</p> <p><u>11.</u> Pour rappel, le régime de la publicité numérique a été appréhendé dans le cadre de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite Grenelle II, mais encore au travers du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes pris pour son application.</p> <p>12. La législateur a, au contraire, réaffirmé la parfaite légalité de cette activité et l'impossibilité pour les exécutifs locaux des'opposer à son exercice sur leur territoire.</p> <p>13. Ce n'est que dans l'hypothèse où des spécificités locales obligent à constater l'impuissance de cet arsenal juridique national à effectivement protéger un cadre de vie particulier, que l'autorité titulaire du pouvoir de police spéciale de la publicité est fondée à restreindre les libertés d'expression et de diffusion, et, par-là, les libertés du commerce et de l'industrie des acteurs économiques concernés.</p> <p>14. Adaptation du règlement national de publicité n'est nullement une obligation, mais</p>	<p>Adaptation RNP n'est pas une obligation mais une simple faculté</p> <p>Affichage numérique déjà encadré par la loi ne peut être exclu du RLPi : décision arbitraire</p> <p>Erreur de droit et erreur manifeste d'appréciation</p> <p style="text-align: center;"><u>Dispositions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Secteurs similaires doivent être soumis à même réglementation • Multi- découpage du territoire : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lescar : Bd de l'Europe: ZP 2 au milieu ZP 5 ✓ Lons : Bd Charles de Gaulle en ZP 2 ✓ Billère : rte de Bayonne en ZP 2 Rue Mermoz : ZP 2 , ZP 3 ✓ Pau : avenue Leclerc en ZP 2 ou 3 Avenue Alfred Nobel en ZP 4 au lieu de 5 ✓ Classement arbitraire des panneaux lumineux de la société en dehors du classement des axes principaux : norme inintelligible. <p>RLPi : obstacle au renouvellement des conventions à Billère</p>
--	---	--

	<p>constitue, au contraire, une simple faculté.</p> <p>15. Ainsi, l’affichage numérique est un secteur d’activités d’ores et déjà strictement encadré par la loi et le RLPi arrêté empêche arbitrairement l’exercice de leur activité par les professionnels de ce secteur, sans que l’identification d’enjeux locaux ne puisse le justifier.</p> <p><u>Erreurs de droit et erreur manifeste d’appréciation de la délimitation des zones de publicité et d’enseigne</u></p> <p><u>16. zonage</u></p> <p>17. les secteurs disposant d’enjeux similaires en termes de protection du cadre de vie doivent être soumis à la même réglementation.</p> <p>18. Multi-découpage du territoire</p> <p><u>Le pétitionnaire liste, photos à l’appui, ses panneaux concernés par le RLPi :</u></p> <p>19. Bd de l’Europe à Lescar en zone 2 au cœur d’une zone 5 : aucune justification.</p> <p>20. <i>Charcutage</i> du Bd Charles de Gaulle à Lons pour classer le secteur d’installation du panneau publicitaire qu’y exploite ma cliente en zone 2 « <i>espace d’intérêt architectural, patrimonial et paysager</i> » .</p> <p>Où trouver ici un « <i>espace d’intérêt architectural, patrimonial et paysager</i> ?</p>  <p>21. Cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Route de Bayonne à Billère est également classé en zone 2 « <i>espace d’intérêt architectural, patrimonial et paysager</i> ». *Rue Mermoz est classé, en fonction de l’épaisseur du trait, en zone 2 ou en zone 3. <p>Le secteur d’installation des panneaux de mes clients marque curieusement la fin du zonage des « <i>axes principaux</i> ».</p> <p>22. Via la présente réglementation, PAU-BEARN-PYRENEES entend faire obstacle aux renouvellements des conventions d’occupation du domaine public de la Commune de BILLERE, en vertu desquelles mes clientes</p>	<p>Métier de publicitaire numérique interdit dans 7 des 9 zones Normes trop rigide : format de 4 m² en ZP 5 , grand format seulement en ZP 6.</p> <p>Règles d’extinction arbitraires</p> <p>Limitation en hauteur excessive incompatible avec les exigences de visibilités</p> <p>Illégalité des restrictions citées</p> <p>ZP2 inadaptées sur le terrain car composées nombreuses zones d’activités</p> <p>Rappel TA de Strasbourg du 3 /6/2014 sur l’absence de justification à l’interdiction de la publicité lumineuse</p> <p>Rappel RNP (art R581-41 du CE) qui fixe 8 m²</p> <p>Contre règle qui impose 4 m² encadrement compris</p> <p>Décision CL de la concurrence du 30/05/1995</p> <p>Public cible de la publicité grand format : conducteurs véhicules, passagers TC différent du public de la publicité petit format (utilisateurs mobilités douces).</p>
--	---	---

	<p>exploitent les deux panneaux susvisés.</p> <p>23. Même traitement discriminant à l'égard de la publicité numérique est constaté à PAU puisque le dispositif numérique situé Avenue LECLERC est classé en zone 2 ou 3 alors même qu'il est installé à côté d'un pôle d'activités immobilières et financières et juste en face d'un centre commercial et d'un supermarché « PICARD ».</p> <p>24. PAU, le dispositif situé, Av. Alfred NOBEL est classé en zone 4 alors qu'il est implanté sur une parcelle dédiée à une activité tertiaire en face d'une zone 5 commerciale</p> <p>Ainsi, le pastillage ici retenu par PAU-BEARN-PYRENEES entrave l'identification du zonage retenu pour une parcelle considérée et est ainsi contraire à l'exigence d'intelligibilité de la norme et de prévisibilité du droit.</p> <p>25. Le RLPi en litige commence par interdire explicitement le métier de publicitaire numérique extérieur dans 7 des 9 zones qu'il institue: atteinte disproportionnée aux libertés en jeu.</p> <p>26. En ZP5, la publicité numérique n'est autorisée que dès lors que la surface des écrans ne dépasse pas 4 m². Seule zone dans laquelle la publicité numérique grand format est autorisée est la ZP6 d'une emprise extrêmement limitée (Hameau et aéroport).</p> <p>27. Contraintes tout à fait arbitraires en termes de densité, et d'extinction entre 22 heures et 6 heures du matin, voire 19 heures (<i>à l'une des heures les plus denses de passage du public cible et à l'opposé du concept même de publicité</i>) et 6 heures.</p> <p>28. Limitation de la hauteur maximale d'un dispositif numérique à 6 mètres sur façade et 4 mètres lorsqu'il est scellé au sol, ce qui est, là encore parfaitement incompatible avec les exigences de visibilité qu'impose la publicité numérique extérieure qui exige une hauteur</p>	<p>Rappel avis commissaire enquêteur considérant publicité 2 m² trop petite</p> <p>Zones activités aucun enjeu cadre de vie</p> <p>Rappel position annonceurs sur le format trop réduit de 2 m²</p> <p>Rappel CAA de Nantes du 9 avril 2004 sur les 2 m² en zones d'aéroport, zones d'activités et axes structurants</p> <p>Nécessité format correct pour intégrer panneaux photovoltaïques (éclairage) RLPi : écologie punitive</p> <p>Demande format publicité numérique à 8 m² en ZP 5</p> <p><u>Prescriptions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Exigence 40 m linéaire trop contraignante et sans justification tangible en ZP 5 • Extinction entre 22 h et 6 h voire 19 h : aucun enjeu en ZP 5 • Pas de justification de protection du cadre de vie dans les zones d'activités
--	---	--

	<p>sérieuse.</p> <p><u>Illégalité des restrictions analysées individuellement</u></p> <p>29. Interdiction parfaitement illégale comme disproportionnée dès lors que les ZP2 " <i>Espaces d'intérêt architectural, patrimonial et paysager</i>", ZP4 " <i>Axes principaux</i>", Zone " <i>Natura 2000</i>" et Zone " <i>Monuments historiques et sites classés</i>" sont composées de nombreuses zones d'activités, commerciales et artisanales (<i>Cour administrative d'appel de Nantes sur les espaces urbains mixtes</i>).</p> <p>30. Rappel du Tribunal administratif de STRASBOURG, 3 juin 2014, n° 1400780 sur l'absence de justification de l'interdiction de toute publicité lumineuse dans les zones de publicité restreinte par des circonstances locales particulières pour la ville de Metz.</p> <p>31. Rappel de l'article R 581-41 du Code de l'environnement prévoit que : " <i>Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol</i>".</p> <p>32. De ce fait, contre le fait qu'en ZP5 " <i>Zones d'activités économiques</i>", le règlement présenté impose que la surface maximale des écrans publicitaires numérique soit limitée à 4 m², qui plus est en, encadrement compris.</p> <p>33. Rappel décision du Conseil de la concurrence DC n°95-D-39 du 30 mai 1995 et décision no 04-D-32 du Conseil de la concurrence en date du 8 juillet 2004 relative à la saisine de la Société More Group France contre les pratiques du groupe Decaux opposant d'ailleurs explicitement la publicité " <i>grand format</i>", au format utilisé sur mobilier urbain -lequel, pour information, varie de 2 m² à 6 m².</p> <p>34. Le public cible des dispositifs de petit format, mobilisé, par exemple, dans le cadre du mobilier urbain, est, lui, constitué pour l'essentiel des piétons, cyclistes ou autres utilisateurs des circulations douces.</p> <p>Le public cible de la publicité numérique « grand format » c'est le public véhiculé en voiture ou en transport en commun et accessible sur les axes et zones de grand passage.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demande extinction entre 1 h et 6 h • Hauteur maximale à 6 m sur façade et 4 m pour ceux scellés au sol : Incompatible avec une visibilité effective pour les automobilistes <p>RLPi possibilité d'adaptation RNP mais pas interdiction expresse et atteinte à la liberté de commerce</p>
--	---	---

	<p>Il s'agit, à ce titre, de deux marchés distincts.</p> <p>35. Le Commissaire enquêteur en charge de l'enquête publique préalable à l'approbation du RLPde LANESTER a, dans le même sens, souligné que la publicité sur une surface de 2 m² était illisible comme trop petite, <i>dans les zones commerciales d'activités</i>.</p> <p>36. Cette réalité est encore effective avec des dispositifs limités à 4 m², la limite objectivement admissible pouvant être fixée au titre du marché de la publicité extérieure « grand formaté à 6 m², en donnée de base.</p> <p>Le caractère doctrinaire d'une telle règle nullement justifiée est d'autant plus flagrant que, par définition, les zones d'activités commerciales ne présentent, objectivement, aucun enjeu particuliers en termes de protection du cadre de vie qui puissent justifier une telle entrave à l'activité des professionnels du secteur de l'affichage numérique extérieur « grand format ».</p> <p>37. Position du groupe SOFIPEL, pourtant jusqu'alors client fidèle du groupe COCKTAIL VISION, qui met un terme à sa collaboration pour des raisons parfaitement explicites « <i>les écrans de Brest ne correspondent pas à notre besoin. La taille est trop petite [de 2 m²] et les messages ne sont plus lisibles</i> ». Idem pour système U.</p> <p>38. Cour administrative d'appel de NANTES, 9 avril 2024, n°22NT00370 concernant les 2 m² : (cas cité : pour zone d'activités, axes structurants et aéroport)</p> <p>39. Au-delà des enjeux primordiaux de visibilité et par là d'attractivité, la taille de l'écran joue un rôle crucial dans le déploiement de l'innovation technologique pré-évoquée, car une surface suffisante est nécessaire pour intégrer les panneaux photovoltaïques permettant de générer l'énergie solaire.</p> <p>Ecologie punitive qui inspire, en l'état, le RLPi arrêté.</p> <p>Conclusion : contre la restriction de surface retenue en ZP5 est donc empreinte d'une illégalité flagrante et devra être écartée aux termes du RLPi.</p> <p>40. Caractère disproportionné des règles limitant la surface</p>	
--	---	--

de la publicité numérique à 4 m² vient corrélativement du fait qu'elles interviennent au sein de zones où aucune sensibilité particulière en termes de protection du cadre de vie n'est identifiable.

Demande publicité numérique d'une surface de 8 m² en ZP5.

Sur les règles de densité prohibitives adoptées en ZP5 et ZP6

Interdiction de la publicité numérique sur les unités foncières dont le coté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur à 40 m linéaire, et limite à un seul dispositif sur façade.

41. Ces limitations de pur principe ne trouvent pas de justification tangible dans la ZP5 "Zone d'activités" qui présentent le moins d'enjeux en termes de protection du cadre de vie.

Extinction des publicités lumineuses entre 22 heures et 6 heures du matin, voire 19 heures et 6 heures du matin dans les secteurs à « enjeux trame noire »

42. Aucune plus-value en termes de protection du cadre de vie, cela, *a fortiori* dans les secteurs dépourvus d'enjeux particuliers, telles les zones d'activités.

43. Les articles Z5-5 et ZP-P6d du RLPi arrêté limitent, en ZP5, la hauteur maximale d'un dispositif numérique sur façade à 6 mètres et celle d'un dispositif numérique scellé au sol à 4mètres.

44. Demande application règle nationale : extinction entre 1h et 6 h.

Hauteur maximale d'un dispositif numérique à 6 mètres sur façade et 4 mètres lorsqu'il est scellé au sol

45. Les articles Z5-5 et ZP-P6 du RLPi arrêté limitent, en ZP5, la hauteur maximale d'un dispositif numérique sur façade à 6 m et celle d'un dispositif numérique scellé au sol à 4 m.

46. Incompatible avec une visibilité effective dans

		<p>une zone d'activités où les déplacements sont en voiture de sorte que, pour être distinguée de l'environnement urbain ambiant, la publicité doit s'exposer en hauteur. Pas acceptable.</p> <p>CONCLUSION : les collectivités locales disposent, en la matière, d'une possibilité « d'adaptation » de la réglementation nationale et cette possibilité ne saurait être, légalement, instrumentalisée pour passer de l'autorisation consacrée par la loi (<i>encore récemment via le rejet des propositions de loi prohibitives imaginées par certains</i>) et le règlement à une interdiction expresse ou découlant d'un cumul de règles et/ou à un encadrement portant une atteinte tout à fait disproportionnée aux libertés du commerce et de l'industrie et d'expression dont il est, ici, question.</p>	
E 17	<p>MAIRIE BIZANOS</p> <p>Mme Manon MASSOU</p>	<p>Hauteur saillie/Règles d'accessibilité</p> <p>Nous avons verbalement expliqué aux propriétaires que le Totem ne devait pas dépasser 3 m de hauteur (croix comprise), tel qu'indiqué dans le projet RLPi.</p> <p>Or, la croix mesurant 1m de hauteur, le bas de la croix est donc à 2m du sol.</p> <p>Cependant les règles d'accessibilité imposent : "3° Sécurité d'usage: le sol ou le revêtement de sol du cheminement accessible doit être non meuble, non glissant, non réfléchissant et sans obstacle à la roue. Les trous et fentes situés dans le sol du cheminement doivent avoir une largeur ou un diamètre inférieur ou égal à 2 cm. Le cheminement accessible doit être libre de tout obstacle. Afin d'être repérables, les éléments éventuels qui ne peuvent pas être disposés en dehors du cheminement doivent répondre aux exigences suivantes:- s'ils sont suspendus au-dessus du cheminement, laisser un passage libre d'au moins 2,20 m de hauteur au-dessus du sol;- s'ils sont implantés en dessous de 2,20 m et en saillie latérale de plus de 15 cm sur le cheminement, prévoir un dispositif de détection permettant de prévenir du danger de choc. Ce dispositif de détection est situé dans la zone de</p>	<p>Problème d'application de règle pour un totem de 1 m de haut et qui ne doit pas dépasser 3 m (RLPi), sachant que les règles d'accessibilité imposent pour les passages libres inférieurs à 2,20m et en saillie latérale de plus de 15 cm, un dispositif de détection.</p> <p>Demande d'assouplissement de règle en portant la saillie latérale autorisée de 20 à 30 cm.</p>

		<p>balayage d'une canne blanche, est contrasté par rapport à son environnement immédiat, présente des angles arrondis et ne présente pas d'arête vive. Les caractéristiques techniques de ce dispositif sont décrites en annexe 4. "source : https://www.accessibilite-batiment.fr/bhc-neufs/cheminements-exterieurs/arrete.html#:~:text=s'ils%20sont%20suspendus%20au,pr%C3%A9venir%20du%20danger%20de%20choc.</p> <p>Ne serait-il pas possible d'augmenter la hauteur maximale de saillie autorisée de 20 ou 30 cm afin de ne pas avoir à imposer à chaque pétitionnaire l'installation d'un dispositif de détection ? Vous remerciant par avance pour la prise en considération de cette problématique,</p> <p>Pièce(s) jointes(s) :</p> <div data-bbox="443 662 1016 1117" style="text-align: center;">  <p>The image contains a business card for Manon MASSOU, Assistante de Direction des services techniques et de l'urbanisme, Chargée de mission Plan communal de Sauvegarde, Services Techniques Municipaux - 15 rue Gallieni - 64320 BIZANOS, Tél. +33 (0)5 59 98 69 64. Below the card is a photograph of a street scene with a signpost, a car, and a building in the background.</p> </div> <p>Photo prise au niveau du nouveau Pôle médical situé Chemin Larribau (Zone 3 - Quartiers d'habitat) (2^{ème} demande de la commune qui n'a pas délibéré dans les 3 mois)</p>	
<p>@18 @6 E7</p>	<p>VU PUBLICITE M Thierry CHASSING - Mme Corinne ARDOUIN</p>	<p>Contribution identique à @6 et E7 d'EXTERIEURS-PUBLICITE EXTERIEURE- avec comme seules nuances l'analyse des zonages qui dans cette contribution sur les zones concernant la société VU PUBLICITE. Ainsi, ne sont pas citées les communes de Aressy, Artigueloutan, Bizanos, Denguin, Gelos, Jurançon, Lee et Mazères- Lezons</p>	<p>Voir thèmes déjà évoqués</p>

		qui ne disposent pas de panneaux de cette société. Les demandes de modification de zonage sont identiques et portent sur les mêmes communes (même celles ne disposant pas de panneaux de VU PUBLICITE).	
@19	SNPE Mme MAZIC Nathalie -	<p>Syndicat National de la Publicité Extérieure-Argumentaire sur 30 pages.</p> <p>Très grande inquiétude vis à vis RLPi. Regrette absence étude d'impact pour éclairer les choix.</p> <p>Conséquence du RLPi : dépose de plus de 80% du parc publicitaire implanté sur domaine privé, alors qu'il y a eu déjà une dépose de 70% en application du RLP de Pau adopté le 23/11/20.</p> <p>Accès à la communication extérieure outil indispensable au développement économique.</p> <p>Apport de ressources aux collectivités. Paiement de TLPE. Média indispensable pour les collectivités et leurs administrés qui doit être préservé.</p> <p>Atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne peut pas être justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.</p> <p><u>Principe de la liberté d'affichage</u></p> <p>Rappel textes : art L 581-1 du code environnement.</p> <p>Projet RLPi non conforme à l'avis du CI Etat (22/11/2000) qui consacre l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité des sociétés d'affichage par des considérations qui ne seraient pas justifiées par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.</p> <p><u>Dispositions générales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Règle de densité de 40 m de façade : article 2 <p>Le linéaire moyen des unités foncières sur la CAPBP est rarement de 40 m : cette règle n'est pas adaptée à la réalité du territoire comme le préconise le guide pratique du Ministère de la transition écologique (<i>équilibre entre des objectifs de préservation des paysages et cadre de vie et des objectifs de développement économique des territoires</i>).</p> <p>La règle de densité commune à toutes les zones procède d'une erreur manifeste d'appréciation et d'une erreur de</p>	<p>Très grande inquiétude RLPi</p> <p>Conséquence dépose 80% du parc (après les 70% déjà déposés après RLP de Pau en 2020)</p> <p>Publicité : vecteur économique</p> <p>Ressources des CL : TLPE</p> <p>Atteinte excessive à l'activité économique qui ne peut être tiré que de la protection du cadre de vie</p> <p>Principe liberté d'affichage : CE 22 /11/2000 : impossibilité pour les CL de porter atteinte excessive à l'affichage non justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.</p> <p style="text-align: center;"><u>Dispositions générales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Règle de densité avec 40 m de façade : article 2 <p>Erreur manifeste appréciation car pas adaptée à situation locale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cas des unités foncières en angle de rue : CAA Nancy 18/5/2017 : tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière

	<p>droit en tant que cette disposition affecte tant les entreprises de publicité que les commerçants.</p> <p>Le cas particulier des unités foncières situées en angle de rues soumis à une règle de calcul prenant en compte pour moitié la longueur du pan coupé est pour SNPE contraire à l'arrêt de la CAA de Nancy du 18 mai 2017 qui précise qu'il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière.</p> <p><i>Proposition SNPE :</i></p> <p>=> Réduire la norme linéaire de 40 à 20 m.</p> <p>=> Permettre l'implantation d'un 2^{ème} dispositif dans les zones d'activités en ZP 5 et 6 sur les unités foncières de 40 m de façade.</p> <p>=> Retirer la méthode de calcul de la règle de densité sur les unités foncières en angles de rues.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distance par rapport aux baies : article 3 Contestation de la règle de 3 m et <i>demande</i> de revenir au RNP (10 m d'une baie d'immeuble d'habitation situé sur fonds voisin), et 4 m d'une baie sise sur le même fonds. • Passerelles de sécurité : article 4 Demande d'autoriser passerelles escamotables en sus des passerelles amovibles. • Couleur des dispositifs publicitaires : article 4 Demande de prendre en compte gamme de couleurs utilisées par leurs adhérents et d'éviter de privilégier certaines entreprises. <p><i>Proposition SNPE :</i></p> <p>Exiger des couleurs sobres et interdire les couleurs fluorescentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implantation support mural : article 4 Le recul de 0,50m des arêtes du mur, en l'absence de chainage, impacte de manière trop contraignante l'implantation de publicité sur support mural. <i>Demande</i> de s'en tenir au RNP (article R 581-27 du CE) et de ne pas exiger la règle de retrait de l'arête du mur en l'absence du chainage. • Extinction des dispositifs publicitaires : article 7 Le RNP fixe une extinction entre 1 h et 6 h (R 581-15 CE). 	<p><i>Proposition</i></p> <p>=> Réduire la norme linéaire de 40 à 20 m.</p> <p>=> Permettre l'implantation d'un 2^{ème} dispositif dans les zones d'activités en ZP 5 et 6 sur les unités foncières de 40 m de façade.</p> <p>=> Retirer la méthode de calcul de la règle de densité sur les unités foncières en angles de rues.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distance par rapport aux baies : article 3 Demande retour au RNP : 10 m et non 3 m. • Passerelles de sécurité : article 4 Demande d'autoriser passerelles escamotables en sus des passerelles amovibles. • Couleur des dispositifs publicitaires : article 4 <i>Proposition SNPE :</i> Exiger des couleurs sobres et interdire les couleurs fluorescentes.* • Implantation support mural : article 4 Demande de s'en tenir au RNP (article R 581-27 du CE) et de ne pas exiger la règle de retrait de l'arête du mur en l'absence du chainage. • Extinction des dispositifs publicitaires : article 7 Demande d'assouplissement : extinction entre 23 h à 6 h. <p style="text-align: center;"><u>Dispositions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Format des publicités sur support mural : ZP3, 4 et 5 Demande de format publicité : ⇒ pour les communes de l'unité urbaine de Pau : 10,50 m² encadrement compris (soit 6,92 m² de publicité) : communément dits
--	---	---

	<p><i>Demande</i> d'assouplissement : extinction entre 23 h à 6 h.</p> <p><u>Dispositions particulières</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Format des publicités sur support mural : ZP3, 4 et 5 Format proposé de 8 m² encadrement compris n'est pas un format standard pour la profession. Interprété comme une interdiction déguisée de la publicité. Limitation injustifiée sur le plan environnemental et aura pour conséquence de voir fleurir des supports muraux dont le format ne sera pas harmonisé. <i>Demande</i> de format publicité : ⇒ pour les communes de l'unité urbaine de Pau : 10,50 m² encadrement compris (soit 6,92 m² de publicité) : communément dits formats de 8 m² avec une hauteur de 7,5 m au dessus du terrain naturel. ⇒ pour les communes hors unité urbaine : dispositifs sur 4,75 m² pour une affiche de 4 m² avec une hauteur de 6 m au dessus du terrain naturel. • Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol en ZP 4 et 5 Hauteur réduite à 4 m au lieu de 6 m actuellement, ce qui ne permet pas le maintien des supports existants. Dispositif confiscatoire non justifié en termes de protection du cadre de vie et qui s'apparente à une interdiction déguisée de publicité. Le format de 10,50 m² demandé n'est pas compatible avec la hauteur de 4 m. Obligation de respect des normes PMR de passage libre d'au moins 2,20 m au dessus du sol. La hauteur de 4 m réduit le passage libre à 1,40m. <i>Demande</i> de maintien de la règle de hauteur à 6 m pour les dispositifs publicitaires en ZP 4 et ZP 5. • Modification de zonage des ZP 4 et 5 Périmètre zone 4 incohérent et ne permet pas couverture publicitaire homogène. De nombreux axes structurants inscrits en ZP 2 et donc interdits de publicité. <i>Demande</i> de modification de zonage afin de permettre le 	<p>formats de 8 m² avec une hauteur de 7,5 m au dessus du terrain naturel. ⇒ pour les communes hors unité urbaine : dispositifs sur 4,75 m² pour une affiche de 4 m² avec une hauteur de 6 m au dessus du terrain naturel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol en ZP 4 et 5 <i>Demande</i> de maintien de la règle de hauteur à 6 m pour les dispositifs publicitaires en ZP 4 et ZP 5. • Modification de zonage des ZP 4 et 5 Périmètre zone 4 incohérent et ne permet pas couverture publicitaire homogène. De nombreux axes structurants inscrits en ZP 2 et donc interdits de publicité. <i>Demande</i> de modification de zonage afin de permettre le maintien d'emplacements indispensables à l'activité économique de leurs adhérents. <p><i>Même liste que SAS EXTERIEURS PUBLICITE EXTERIEURE</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ZP 4 ⇒ Aressy : D937 de Bizanos au rond point de la Clinique ⇒ Artiguelouve : la section de la D802 (rte de Mourenx) ⇒ Aussevielle : la D817 au niveau de la zone artisanale ⇒ Billère : la rte de Bayonne, la section de l'avenue de Santana de
--	---	--

	<p>maintien d'emplacements indispensables à l'activité économique de leurs adhérents.</p> <p>Plans joints à l'appui de la demande.</p> <p>⇒ Aressy : D937 en ZP4 de Bizanos au rond point de la Clinique</p> <p>⇒ Artiguelouve : ZP 4 pour la section de la D802 (rte de Mourenx) desservant la zone commerciale de Lacq Mourenx.</p> <p>⇒ Aussevielle : ZP 4 pour la section de la D817 au niveau de la zone artisanale.</p> <p>⇒ Billère :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour la rte de Bayonne, la section de l'avenue de Santana de Lons à l'avenue Jean Mermoz, section du rond point de Santana et cours Léon Berard, section du rond point de la rue de Mohedan à Lons. - ZP 5 pour l'avenue du château d'eau (zone d'activité), avenue Lalanne et avenue de Lons, section de l'avenue des Marnières au niveau du parc des expositions. <p>⇒ Bizanos : ZP 5 pour l'avenue Albert 1^{er} et avenue Clémenceau (desserte centre de Pau, rocade et plaine de Nay).</p> <p>⇒ Denguin : ZP 4 pour la D817 (axe majeur Pau-Bayonne), secteur du rond point de la rocade N134 de l'avenue d'Aspe jusqu'à la place Henri IV.</p> <p>⇒ Gelos :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour la rocade sud est (de Jurançon à Mazères), - ZP 5 pour l'avenue de Gelos et rue Louis Barthou. <p>⇒ Idron:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour la section du rond point de la rte de Tarbes, - ZP 5 pour l'avenue la zone commerciale de Super U jusqu'au rond point inclus de la rue Cam Marty et pour l'avenue de Belzonce et l'avenue de Beaumont. <p>⇒ Jurançon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour l'avenue du corps franc Pommiès, la rue d'Ossau jusqu'à la rue Jean Paul Toulet, - ZP 5 pour la rue Ollé Laprune (zone commerciale de l'Intermarché et du garage Citroën), pour l'avenue des 	<p>Lons à l'avenue Jean Mermoz, section du rond point de Santana et cours Léon Berard, section du rond point de la rue de Mohedan à Lons.</p> <p>⇒ Denguin : D817 (axe majeur Pau-Bayonne), secteur du rond point de la rocade N134 de l'avenue d'Aspe jusqu'à la place Henri IV.</p> <p>⇒ Gelos : rocade sud est (de Jurançon à Mazères</p> <p>⇒ Idron: section du rond point de la rte de Tarbes,</p> <p>⇒ Jurançon : avenue du corps franc Pommiès, la rue d'Ossau jusqu'à la rue Jean Paul Toulet,</p> <p>⇒</p> <p>⇒ Lee : rte de Tarbes de la limite de l'agglomération d'Idron à l'est jusqu'à la limite actuelle coté ouest.</p> <p>⇒ Lescar : bd de l'Europe,</p> <p>⇒ Lons:bd Charles de Gaulle (axe commercial majeur), l'avenue Didier Daurat jusqu'à la limite de Serres Castet, l'avenue Jean Mermoz et avenue Didier Daurat,</p> <p>⇒ Mazères-Lezons: la rocade, l'avenue du GI de Gaulle (partie de l'axe située en zone commerciale- E Leclerc et Brico Dépôt,</p> <p>⇒ Pau : partie nord de l'avenue Alfred, secteur nord de l'avenue du GL Leclerc, Bd Tourasse (hors zones végétalisées), bd de la Paix, (exceptées les zones végétalisées), cours Léon Berard, avenue Jean Mermoz.</p> <p>• ZP 5</p> <p>⇒ Billère : avenue du château d'eau (zone d'activité), avenue Lalanne et avenue de Lons, section de l'avenue des Marnières au niveau du parc des expositions.</p> <p>⇒ Bizanos : avenue Albert 1^{er} et avenue Clémenceau</p> <p>⇒ Gelos : pour l'avenue de Gelos et rue Louis Barthou.</p> <p>⇒ Idron: avenue la zone commerciale de Super U jusqu'au rond point inclus de la rue Cam Marty et pour l'avenue de Belzonce et l'avenue de Beaumont.</p> <p>⇒ Jurançon: la rue Ollé Laprune, l'avenue des Vallons.</p> <p>⇒ Laroin : rocade jusqu'au rond point de l'entrée de Laroin.</p> <p>⇒ Lescar : l'avenue du Vert Galant de la rte de Bayonne jusqu'au camping.</p> <p>⇒ Lons : voie nord sud rond point porte d'Espagne, avenue de l'Hippodrome, du rond point de l'avenue des Martyrs du Pont Long au rond point du Bd de l'Europe, avenue des Martyrs du Pont Long.</p>
--	--	---

	<p>Vallons.</p> <p>⇒ Laroin : ZP 5 pour la rocade jusqu'au rond point de l'entrée de Laroin.</p> <p>⇒ Lee : ZP 4 pour la rte de Tarbes de la limite de l'agglomération d'Idron à l'est jusqu'à la limite actuelle coté ouest.</p> <p>⇒ Lescar : ZP 4 pour le bd de l'Europe, l'avenue du Vert Galant de la rte de Bayonne jusqu'au camping.</p> <p>⇒ Lons:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour le bd Charles de Gaulle (axe commercial majeur), l'avenue Didier Daurat jusqu'à la limite de Serres Castet, l'avenue Jean Mermoz et avenue Didier Daurat, - ZP 5 pour la voie nord sud rond point porte d'Espagne, avenue de l'Hippodrome, du rond point de l'avenue des Martyrs du Pont Long au rond point du Bd de l'Europe, avenue des Martyrs du Pont Long (axe commerçant et industriel). <p>⇒ Mazères-Lezons:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour la rocade, l'avenue du Gl de Gaulle (partie de l'axe située en zone commerciale- E Leclerc et Brico Dépôt, - ZP 5 pour le rond point de la rocade à la limite de l'agglomération de Gelos. <p>⇒ Pau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ZP 4 pour la partie nord de l'avenue Alfred, le secteur nord de l'avenue du GL Leclerc, le Bd Tourasse (hors zone entre l'avenue du Loup et le rond point de la commune-zone végétalisée, le bd de la Paix, (exceptées les zones végétalisées), le cours Léon Berard, l'avenue Jean Mermoz, - ZP 5 pour l'avenue de l'Europe, de la rue de Morlaas au bd du Cami Salié. <p>• Publicité numérique Publicité numérique très règlementée, autorisée seulement en ZP 5 et limitée au format 4 m². Or, la publicité numérique est déjà soumise au régime très strict des autorisations (L 581-9 du CE) et RNP autorise 8 m².</p>	<p>⇒ Mazères-Lezons: rond point de la rocade à la limite de Gelos.</p> <p>⇒ Pau: avenue de l'Europe.</p> <p>• Publicité numérique RNP autorise 8 m² et publicité numérique déjà soumise au régime très strict des autorisations (L 581-9 du CE). Rappel CAA de Douai du 5/11/19 : les dispositions ... n'autorisent ces autorités locales à édicter des interdictions générales et absolues ou des restrictions qui ne seraient pas justifiées par des circonstances locales particulières. Proposition SNPE : Réintroduction de la publicité numérique en ZP 4 et ZP 5.</p>
--	--	--

		<p>Rappel CAA de Douai du 5/11/19 : <i>les dispositions qui confèrent aux autorités locales un large pouvoir de réglementation de l'affichage n'autorisent ces autorités locales à édicter des interdictions générales et absolues ou des restrictions qui ne seraient pas justifiées par des circonstances locales particulières.</i></p> <p>Proposition SNPE : Réintroduction de la publicité numérique en ZP 4 et ZP 5.</p>	
@20 @21	Anonyme- Billère	<p>Les panneaux lumineux engendrent une pollution visuelle agressive pour les passants et nuisent à la protection de la biodiversité nocturne. Ces panneaux prennent beaucoup de place, vont à l'encontre d'un développement durable (consommation énergétique), gâchent le cadre de vie des habitants et ne valorisent pas l'architecture urbaine.</p> <p>Quant à l'affichage traditionnel il est souvent envahissant notamment aux abords et sur les zones commerciales, les principaux axes routiers (route de Tarbes, de Bayonne...). Généralement, ces publicités ne cherchent qu'à maintenir les habitants dans une logique de consommation (argument exprimé aussi dans l'observation @21).</p> <p>Pièce(s) jointes(s) : Il n'y a pas de pièce jointe.</p>	<p>Pollution visuelle des panneaux lumineux à l'encontre du développement durable et de la sobriété énergétique.</p> <p>Cadre de vie abîmé</p> <p>Affichage traditionnel envahissant Logique de consommation surreprésentée</p>
@21 @20	Anonyme Billère	<p>Je suis une habitante de l'agglomération Paloise (Billère). Les panneaux d'affichage lumineux sont agressifs pour les habitants et nuisent la biodiversité nocturne. Ils vont à l'encontre d'un développement durable (consommation énergétique) et enlaidissent le paysage urbain.</p> <p>Pièce(s) jointes(s) : Il n'y a pas de pièce jointe à cette</p>	<p>Panneaux d'affichage agressifs pour les habitants et une nuisance pour la biodiversité</p> <p>Paysage urbain abîmé</p>
@22	M.COLMACHE MAURICE - Billère	<p>Opposition</p> <p>Etant concerné par ce projet concernant le futur règlement de publicité intercommunal, je souhaite vous faire savoir que : JE SUIS CONTRE CE PROJET DE SUPPRESSION DES PANNEAUX PUBLICITAIRES GRANDS FORMATS sur les communes de l'agglomération paloise.</p> <p>Pièce(s) jointes(s) : Il n'y a pas de pièce jointe</p>	<p>Contre le projet de RLPi</p>

4-4 Mémoire en réponse du MO par thèmes et avis de la commissaire enquêtrice

4-4 a) Réponses et avis sur les observations du public

Les demandes du public ayant été d'abord détaillées par observation ont été regroupées par thèmes dans le PV des observations. Pour une meilleure compréhension du dossier, la commissaire enquêtrice émet un avis par thème ? après analyse du mémoire en réponse du MO.

Thème 1 : Arguments exprimés en faveur du RLPi

Huit observations se sont exprimées en faveur du RLPi : RPP1, @4, @8,@12, @13, @19, @20, @21,

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

De manière générale, le projet de RLPi Pau Béarn Pyrénées vise à réduire la pollution visuelle causée par les panneaux publicitaires. A cet effet, le projet prévoit de limiter le nombre de panneaux d'affichage et de restreindre la taille des panneaux lumineux ainsi que les périodes d'éclairage. L'objectif est ainsi d'améliorer le cadre de vie urbain et de valoriser le paysage, contribuant à un environnement plus agréable et plus respectueux de la biodiversité nocturne.

De plus, en limitant le nombre et le format des publicités lumineuses, le projet participe, de façon secondaire, à la réduction de la consommation énergétique et par voie de conséquence à la préservation des ressources. Il s'inscrit dans la démarche de stratégie de neutralité carbone engagée par la communauté d'agglomération en 2020.

Les publicités sont en grande majorité installées sur domaine privé, tandis que celles sur domaine public concernent principalement du mobilier urbain pouvant recevoir à titre accessoire de la publicité. Pour laisser « vivre l'espace public », une des orientations du projet prévoit d'assurer *une cohérence entre les opérations d'aménagements publics et de revalorisation de l'espace public et l'implantation des publicités sur mobilier urbain*. Le projet réglementera les publicités sur espaces publics et sur espaces privés. Il convient de noter qu'un RLPi ne peut pas encadrer les contenus des affiches diffusées mais uniquement l'implantation des supports.

Selon les jurisprudences, le projet de RLPi ne peut pas interdire, hors périmètres réglementaires dits d'interdictions absolues, de manière totale un type d'affichage, tels que les écrans numériques évoqués ici. Ces dispositifs sont visuellement plus impactant que les dispositifs avec affiches papier. C'est pourquoi, le code de l'environnement les réglemente plus drastiquement.

Afin de réduire l'impact des écrans numériques, le projet de RLPi limite leur format à 4 m² au lieu des 8 m² définis comme format maximal par le code de l'environnement.

Par ailleurs, afin d'éviter les éblouissements, tous les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (Article R581-41).

En matière d'extinction des publicités, le projet étend la plage horaire d'extinction (22 h à 6h) par rapport à celle prévue par le code de l'environnement (1h à 6h). Dans les secteurs "trame noire" concernés par une biodiversité nocturne (dont certains espaces naturels identifiés comme corridor écologique), la plage d'extinction est plus stricte (19h à 6h) afin de protéger cette biodiversité.

Les dispositifs ne respectant pas les règles imposées par le code de l'environnement ou par un RLPi sont considérés comme étant en infraction. Des mesures de police, des sanctions administratives et pénales existent pour garantir le respect de ces dispositions.

Le projet de RLPi peut interdire certains dispositifs selon les enjeux spécifiques des zones mais il ne peut en aucun cas interdire une typologie de dispositifs sur tout le territoire. Pour limiter l'impact des dispositifs lumineux, le projet les autorise uniquement dans des secteurs où les enjeux liés au cadre de vie sont moins prioritaires (axes principaux et zones économiques). Quant aux enseignes, le projet impose leur extinction dès la fermeture du commerce avec une tolérance pouvant aller jusqu'à une heure après cette fermeture.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE note la dizaine d'observations favorables en faveur du RLPi, ce qui est peu et qui démontre que l'ensemble de la population de l'agglomération paloise se sent peu concernée voire que la concertation a satisfait les questionnements éventuels. Le public qui s'est exprimé favorablement est sensible aux notions de qualité de cadre de vie, de pollution visuelle de la publicité. Le MO reprend en réponse les arguments déjà explicités dans le dossier. La CE n'a pas d'observation particulière à formuler sur ce point favorable au RLPi.

Thème 2 : Les demandes de modifications partielles

Zonage coupant un équipement sportif en deux à Rontignon : @ 1, @9

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Le tracé de la limite d'agglomération traverse le milieu du terrain de football de Rontignon ce qui a pour effet de classer une partie du terrain en zone agglomérée et l'autre en zone non agglomérée. Aucune raison particulière ne justifie une telle délimitation. Ainsi, dans un souci de cohérence et d'uniformisation des règles au sein de cet équipement public, il est donc souhaité de modifier ce tracé afin d'intégrer l'ensemble du terrain dans la zone agglomérée de la commune.

Cette remarque sur la pertinence du zonage proposé pour un équipement sportif nous a amené à vérifier le zonage des autres terrains de football sur le territoire.

Les terrains situés sur les communes d'Arbus et de Poey de Lescar, en périphérie de la zone non agglomérée, se trouvent dans une situation similaire à celle de Rontignon.

Dans un souci d'équité à l'échelle de l'agglomération et pour les raisons suivantes, il est décidé d'inclure les terrains de football respectifs en zone agglomérée.

La plaine des sports de Poey de Lescar a fait l'objet d'une réhabilitation et d'une extension. Le terrain de football existant était classé en zone agglomérée. Les nouveaux équipements (terrain de football synthétique, plaine de jeu en herbe) attenants aux installations existantes, récemment réalisés, n'avaient pas été intégrés à la zone agglomérée. Dans un souci de traitement cohérent de l'ensemble de la plaine des sports, il paraît logique d'inclure ces nouveaux équipements dans la zone agglomérée.

S'agissant du terrain de football sur Arbus, celui-ci se situe en zone non agglomérée en bordure de la limite d'agglomération. Compte tenu de sa proximité immédiate du centre-bourg, il paraît pertinent d'intégrer ce terrain dans la zone agglomérée de la commune d'Arbus.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE confirme l'erreur matérielle, en effet, pour l'équipement sportif de Rontignon. La proposition du MO d'analyser plus précisément la situation des autres équipements de ce type sur l'ensemble de l'agglomération est, pour la CE, justifiée. Avis favorable à la demande.

Pôle médical non identifié en zone 4 à Artiguelouve. Règles applicables en zone blanche du RLPi ? @ 14

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Les secteurs visés sur la commune d'Artiguelouve (pôle médical et golf Artiguelouve) sont situés en zone non agglomérée, ce qui signifie que toute forme de publicité est interdite conformément au code de l'environnement. Pour ce qui est des enseignes, à l'exception des enseignes sur toiture, le projet autorise les autres typologies (telles que sur façade, scellée au sol) en les soumettant à des prescriptions spécifiques adaptées au caractère non aggloméré de la zone.

En vertu de l'article R110-2 du code de la route, *l'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.* La notion de *groupement des immeubles bâtis rapprochés* n'est pas définie dans la réglementation. Ainsi, pour justifier les zones incluses dans la zone non agglomérée et notamment celles qui ont fait l'objet de contributions (par exemple comme à Artiguelouve) le rapport de présentation viendra préciser la méthode utilisée pour délimiter la zone agglomérée.

Cette méthode repose sur la notion de Tissu Urbain constitué (TUC) défini dans le PLUi lors de son élaboration. Le TUC correspondant à la zone agglomérée du RLPi comprend l'ensemble des espaces contigus qu'ils soient bâtis ou imperméabilisés, ne présentant pas de discontinuité supérieure à 50 mètres environ entre deux bâtiments.

Avis de la commissaire enquêtrice : A Artiguelouve, le pôle médical concerné étant hors zone agglomérée, la réponse de la CAPBP est, pour la CE, cohérente et il est en effet opportun de compléter le rapport de présentation sur la méthode utilisée pour la délimitation de la zone agglomérée. Avis défavorable à la demande.

Demande d'extension de la ZP 5 pour prendre en compte 9 zones avec autorisations d'urbanisme délivrées ou en cours : E10

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Il est à noter la présence de plusieurs zones non agglomérées aux abords immédiats de la limite d'agglomération qui font l'objet de démarches de commercialisation pour des activités économiques. Ces projets sont prévus dans un futur proche. En conséquence, il paraît pertinent de les rattacher

dès maintenant aux zones économiques du RLPi. Cela garantit que ces zones bénéficient des mêmes règles que les zones économiques existantes assurant ainsi une équité en termes d'enseignes.

Cela concerne les secteurs suivants :

- ZAE LONSTECHNORD
- ZAE POPYR
- ZAE DES PRES
- FERME AQUAPONIE à Lescar
- ZAE LAGOUE à Poey de Lescar
- ZAE FABRE et ZAE TECHNOPOLE-UNIVERSITE

Ces ZAE seront prises en compte dans le zonage.

La zone INDUSLONS est quant à elle déjà classée en zone économique du RLPi.

La zone ZAE AEROSITE se situe sur la commune d'Uzein en zone hors agglomération du RLPi. En raison de son éloignement de la zone agglomérée et de l'absence d'autorisation d'urbanisme en cours, **son intégration en zone agglomérée s'avère impossible.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Les demandes partielles exprimées pour les 7 ZAE oubliées et situées en zones agglomérées (ZAE LONSTECHNORD, ZAE POPYR, ZAE DES PRES, FERME AQUAPONIE à Lescar, ZAE LAGOUE à Poey de Lescar, ZAE FABRE et ZAE TECHNOPOLE-UNIVERSITE) apparaissent justifiées pour la commissaire enquêtrice qui acte les positions cohérentes et argumentées du MO sur chacune des demandes : avis favorable pour ces 7 zones.

Pour la ZAE AEROSITE à Uzein, la commissaire enquêtrice rejoint l'avis défavorable de la CAPBP, la demande étant située hors zone agglomérée.

Elle constate toutefois que le service, qui a émis cet avis, aurait pu donner son analyse dans le délai de 3 mois imparti aux communes et concerter le service concerné de la même CAPBP, ce qui aurait évité de faire la demande pour la zone INDUSLONS déjà classée en zone économique et de transmettre en vrac 5 dossiers de 264 pages.

Demande d'ajustement d'une ZP2 en ZP 5 à Bizanos : @11

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Les secteurs visés sur la commune de Bizanos sont classés en zone d'équipements dans le PLUi en raison d'une part de la présence du stade de football Noust Camp et d'autre part, des parcelles destinées à des activités de loisirs privés.

Ces zones étant dépourvues d'habitations, elles s'apparentent davantage à des zones d'équipements publics et à des zones économiques qu'à des quartiers résidentiels. En outre, ces équipements nécessitent l'affichage de publicité en raison de leur nature même de leur activité. Le stade Noust Camp étant une infrastructure publique d'envergure majeure, il est pertinent de le rattacher à la zone du Stade du Hameau attenant. S'agissant des parcelles exploitées par des entreprises privées à des fins de loisirs, il est choisi de les rattacher à la zone économique avoisinante. **La demande de modification de zonage est retenue.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant la situation de la ZP 2 citée de Bizanos, la CE se satisfait de la réponse de la CAPBP et considère aussi que son classement en ZP 5 est justifié. Réponse prise en compte.

Problème d'application de règle à Bizanos pour un totem et demande d'assouplissement de la règle en portant la saillie latérale de 20 à 30 cm : E 17

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : La demande d'augmenter la saillie du totem dans les quartiers d'habitats n'est pas souhaitée considérant que cela affecte l'esthétique du support.

Cette demande ne sera pas prise en compte.

Avis de la commissaire enquêtrice : Pour la CE, la demande de la ville de Bizanos est à la fois un peu tardive (au-delà du délai de 3 mois pour l'avis des communes) et porte atteinte à la qualité des lieux. La saillie du totem ne lui apparaît ni esthétique ni souhaitable. Position justifiée du MO. Il convient de se conformer à la règle prévue. Avis défavorable.

Thème 3: Les arguments généraux pour le maintien du RNP

Argumentaire détaillé et en double remettant en cause le principe global de RLPi : (@15, E16)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le projet de RLPi a été conçu pour tenir compte des spécificités locales du territoire considérant que les règles nationales n'étaient pas suffisantes pour remplir l'une des orientations politiques, maintes fois réaffirmées, visant notamment l'amélioration des entrées des villes et des axes principaux. En effet, le règlement national ne prévoit pas de dispositions spécifiques pour encadrer les publicités numériques en fonction de la typologie des zones urbaines (axes principaux, quartiers d'habitats...).

Le RLPi n'a pas vocation à faire obstacle à quelconque convention d'occupation du domaine public mais vise à améliorer la qualité paysagère des axes principaux.

Le projet adapte les règles nationales aux spécificités locales découlant des enjeux relevés lors du diagnostic territorial pour permettre une meilleure adéquation au contexte urbain. Cependant, il n'interdit pas de manière absolue la publicité numérique dans la mesure où ces dispositifs restent autorisés dans certaines zones du RLPi (zones 5 et 6).

Le projet limite en termes de lieux d'implantation et de format la publicité numérique en raison des éléments expliqués dans le rapport de présentation, à l'article « publicité lumineuse » en page 121 et dans les justifications des prescriptions de la zone 5 en page 150.

Avis de la commissaire enquêtrice : Pour la CE, la remise en cause du principe du RLPi n'a pas lieu d'être, car il est de la compétence des collectivités d'édicter des règles plus strictes que le RNP, d'autant que la dite collectivité a justifié les différentes spécificités locales qui sous-tendent les règles proposées. La CE constate que le présent RLPi n'interdit pas toute publicité lumineuse sur l'agglomération mais restreint les zones autorisées et le justifie. La CE se satisfait de la réponse du MO et adhère à son raisonnement. Demande non retenue.

Thème 4 : Les arguments en faveur de la publicité

La publicité- vecteur de communication et bon média : E3

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le projet de RLPi a pour objectif principal de protéger les paysages et le cadre de vie tout en veillant au respect de la liberté d'expression et d'affichage.

Dans la mesure où le projet autorise les publicités sur domaine privé dans plusieurs zones du territoire (en quartier d'habitat, le long des axes principaux, en zones économiques, dans le stade du Hameau et l'Aéroport), il ne peut être considéré comme une interdiction totale de publicité, une telle interdiction n'étant pas autorisée par les dispositions du code de l'environnement.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE considère que la publicité constitue un vecteur de communication, mais celui-ci ne doit pas se développer au détriment de l'environnement. Pour elle, trop de publicité nuit à la publicité. Et la multiplication des panneaux ne rend pas plus lisible le message pour l'utilisateur. En organisant avec des règles harmonisées la publicité sur son territoire, la CAPBP permettra au tissu économique d'être mieux valorisé tout en préservant un cadre de vie plus agréable pour les habitants. En conséquence, la CE se satisfait de la réponse du MO.

Thème 5 : Les arguments en faveur de la profession et contre le RLPi

Les professionnels se sont exprimés contre le RLPi, développant leurs inquiétudes sur l'avenir de la profession et mettant en exergue le coût de la mise aux normes : @ 2 - (@15, E16)- (@6, E 7, E18, L2)

Contre le RLPi mais sans argumentaire :@22

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le RLPi a pour objectif de prendre en compte à la fois la liberté d'expression des acteurs économiques et la volonté d'améliorer le paysage sur le territoire de Pau Béarn Pyrénées. En effet, l'installation de publicité reste autorisée sur le territoire, garantissant la continuité d'exercer leur métier. Cependant, il est fortement souhaité de mettre en place un encadrement adapté pour mieux tenir compte des spécificités locales comme le respect de l'architecture et du patrimoine ou des perspectives paysagères du territoire avec l'identification de cônes de vue. Ainsi, il s'agit d'instaurer des règles qui profitent aux habitants ainsi qu'aux commerçants notamment, à travers la protection du cadre de vie et des paysages et l'amélioration de la visibilité des commerces.

La mise en oeuvre de la police de l'affichage est une compétence distincte de l'élaboration du projet de RLPi. Sur le territoire, cette compétence relève des maires et non du Président de l'agglomération. Par ailleurs, les communes ont la liberté de conclure un contrat avec une société d'affichage pour la gestion de leurs mobiliers urbains extérieurs susceptibles de recevoir accessoirement de la publicité. Ce choix, pris par les communes, ne s'inscrit pas dans le processus d'élaboration du projet de RLPi.

Il est rappelé que le projet de RLPi vise à préserver le paysage et le cadre de vie sur tout le territoire intercommunal. Il n'a pas pour vocation de traiter la Taxe Locale de Publicité Extérieure (TLPE). Cette taxe constitue un outil facultatif que les communes peuvent instaurer librement sur leur territoire.

Le RLPi a bien pris en considération les RLP de Pau et de Lons, car à la suite de la concertation la taille des publicités scellées au sol a été augmentée à l'échelle de l'agglomération passant de 6 m² à 10.5 m². Cette modification a permis d'intégrer les enjeux financiers liés à la mise en conformité.

La demande de mécanismes d'indemnisation pour les entreprises subissant une éventuelle perte financière liée à la mise en conformité des dispositifs ne relève pas de la procédure d'élaboration du projet de RLPi.

Par ailleurs, le code de l'environnement ne permet pas une possibilité pour une collectivité, ayant approuvé un RLPi ou non, d'allonger les délais de mise en conformité qui sont de 2 ans pour la publicité et 6 ans pour les enseignes (articles L581-43 et R581-88).

Concernant la protection du cadre de vie dans les zones économiques, le rapport de présentation ainsi que le bilan de la concertation indiquent que les zones d'activités économiques sont des secteurs fortement impactés par l'affichage, dont l'un des objectifs définis dans le RLPi vise à améliorer leur qualité paysagère. Cela s'inscrit dans la dynamique des projets du territoire, notamment les objectifs poursuivis de la révision du SCOT du Grand Pau fixés dans la délibération de prescription le 21 juin 2021 lesquels visent notamment la requalification des zones économiques et commerciales.

Cette requalification contribuera à aboutir à l'embellissement des zones économiques dans lesquelles la qualité du cadre de vie est aussi recherchée notamment pour ceux exerçant une profession dans ces zones (cf rapport de présentation).

S'agissant de la contribution exprimant un avis défavorable au projet de RLPi, il convient de noter qu'il s'agit d'une opinion non étayée par des arguments, ne soulevant aucune question spécifique. Cela n'entraîne donc pas de réponse de notre part.

Avis de la commissaire enquêtrice : Les expressions pessimistes des professionnels concernant notamment la disparition du métier, la perte de liberté d'expression... sont axées sur la volonté de maintenir leur activité. Les acteurs économiques se seraient satisfaits du RNP, imposé par la loi, mais plus laxiste ou des RLP précédents. Le MO considère que l'utilité économique est reconnue pour la publicité dans le présent RLPi dans la mesure où la seconde orientation du RLPi a pour objectif de *développer l'attractivité économique du territoire* (cf rapport de présentation pages 14-15 et 110). Le rapport de présentation rappelle aussi que l'intérêt du présent RLPi est de lisser les disparités locales et que le RLPi est élaboré pour bénéficier aux acteurs économiques par une meilleure lisibilité des établissements en désencombrant les paysages et une meilleure lisibilité des enseignes en façades en réduisant leur nombre et leur format. Il estime qu'il garantit l'exercice de la profession, ce que contestent les professionnels. Mais il ne répond pas à la question de pertes financières.

L'analyse du dossier RLPi, par la CE, la conduit à constater que l'attractivité économique du territoire est définie comme l'un des 2 enjeux du RLPi soumis à enquête publique, en sus de la protection du cadre de vie. L'enjeu économique de la publicité existe mais est encadré, ce qui aura nécessairement pour effet de réduire le nombre de panneaux, ce que reconnaît le MO dans son rapport. Toutefois, aucune analyse détaillée d'impact économique n'accompagne la démarche RLPi, ce qui constitue un point faible et contribue à entretenir l'inquiétude des professionnels.

Concernant, l'objectif environnemental, il est présent dans la définition précise de chacune des zones avec, toutefois, une prégnance plus forte dans les sites sensibles ou les quartiers d'habitats que dans les zones économiques. La CE constate que s'il n'y a pas interdiction totale de publicité sur tout le territoire, toutefois, la précision des règles, voulues et justifiées dans le RLPi, va réduire les possibilités d'affichage et va induire une nette évolution des conditions d'exercice du métier. En s'appuyant sur un diagnostic local très détaillé, la CAPBP axe le RLPi, sur un équilibre sensible entre enjeu environnemental et liberté du commerce. Dans ces conditions, les arguments négatifs des professionnels dénonçant le caractère totalitaire et trop contraignant du RLPi ne sont pas retenus par la CE.

Elle rappelle, comme la CAPBP l'indique, que le principe d'un RLP est d'être plus contraignant que le RNP et qu'il appartient aux collectivités locales de s'appuyer sur les spécificités locales pour définir les RLP, ce qui a été fait dans le présent RLPi.

De plus, la CAPBP précise s'appuyer sur les différents documents déjà approuvés : PLUi, PDU ou sur les objectifs de ceux en révision (SCoT), pour la délimitation des différentes zones. La CE adhère à l'analyse du MO. Pour elle, les professionnels ont tendance à défendre la situation actuelle qu'ils auraient souhaitée pérenne (axes de circulation, entrées de ville...), sans prendre en compte la volonté d'aménagement des élus qui ont la responsabilité des politiques d'urbanisme. Cette différence de raisonnement crée une certaine incompréhension. Par ailleurs, la CE note que le document a été assoupli suite à la concertation. Mais cet assouplissement des règles, concernant notamment la taille des publicités scellées au sol et les couleurs des supports, ne paraît pas suffisante aux professionnels.

Enfin, la CE appuie son avis sur la décision du Conseil d'Etat (9 février 2000, 169807) qui *considère que l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 confère, en vue de la protection du cadre de vie, aux autorités locales un large pouvoir de réglementation de l'affichage en leur permettant notamment de déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise et même d'interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et des dispositifs utilisés*. Dans ces conditions, la CAPBP ayant justifié la protection du cadre de vie de chaque zone et leurs spécificités locales, le règlement du présent RLPi reste pour la CE, dans le cadre légal.

Quant à la question d'indemnisation, la CE a pu constater que ni le code de l'environnement ni celui de l'urbanisme ne règlementent cette question.

De même, de son point de vue, l'allongement de la durée de mise en conformité n'est pas possible (articles L 581-43 et R 581-88).

Thème 6 : Demandes d'assouplissement des prescriptions générales

Dénonciation des privilèges déloyaux des mobiliers urbains: (@6, E 7, E18, L2 : sociétés similaires)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Concernant la remise en cause des privilèges des mobiliers urbains, la CAPBP précise que les contrats de mobilier urbain ont fait l'objet d'une mise en concurrence. Toute société a donc la possibilité de candidater à ce marché d'appel d'offres.

Concernant les *règles déloyales et totalitaires*, il est fait référence au mobilier urbain qui devient « *support majoritaire sur l'ensemble des communes du RLPi et exclusif sur la quasi-totalité de certaines communes* ». Ces affirmations se justifient par la nature distincte du mobilier urbain (diffusion d'information d'intérêt général). En effet, le juge estime que *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés* (CAA Nancy, 19 oct 2021). Ainsi, le fait d'autoriser le mobilier urbain dans des zones différentes n'est pas « déloyale ».

Avis de la commissaire enquêtrice : La question des *privilèges* du mobilier urbain est sensible. La CAA de Nancy relève, pour la définition du mobilier urbain, sa vocation publicitaire accessoire. Pour la CE, il convient que les collectivités veillent à une mise en concurrence permettant aux publicitaires locaux de répondre dans les meilleures conditions. Il convient aussi de vérifier le caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain, qu'il aurait été utile de démontrer soit en surface soit en temps d'affichage. En l'absence de ces éléments, la CE attire l'attention de la CAPBP sur ces points qu'il est utile d'approfondir. Voir avis de la CE exprimé dans le § sur ses questionnements.

Contestation des zonages : Z 2 et Z 3: (@15, E16)- (@6, E 7, E18, L2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : le MO précise que le projet de RLPi prévoit d'autoriser différents types de dispositifs publicitaires selon la zone dans laquelle ils sont situés. Les différences de typologie de dispositifs d'une zone à une autre résultent des enjeux présents en termes de paysage et de cadre de vie. Cela se traduit dans le RLPi avec un principe de proportionnalité de la règle fonction des enjeux géographiques.

En ce qui concerne les contestations de zonage, les justifications des délimitations des zones sont exposées dans le chapitre 12 du rapport de présentation (page 140 et suivantes).

La zone 2 regroupe plusieurs sous-ensembles qui sont **tous des espaces d'intérêt paysager, architectural et patrimonial**. Ces ensembles sont pour rappel les suivants : les parcelles des bâtiments remarquables, les périmètres des cônes de vues, les sites inscrits, le Site Patrimonial de Pau, les périmètres autour des monuments historiques, des voies à protéger, les centres bourgs et centres villes. C'est pour ces raisons que cette zone apparaît de manière fragmentée sur le plan de zonage, notamment dans les zones dédiées aux activités économiques.

Dans les zones 2 (secteurs protégés) et zones 3 (quartiers d'habitat), les restrictions de format se justifient par une volonté de protéger ces secteurs à forts enjeux en termes de préservation du cadre de vie et des paysages. En SPR, il convient de rappeler que le règlement national y interdit déjà la publicité. Le projet la réintroduit de manière raisonnée afin d'assurer un respect des spécificités architecturales.

Avis de la commissaire enquêtrice : Pour la CE, la contestation des zones 2 et 3 est axée sur le maintien de l'affichage existant et les professionnels ont du mal à accepter la protection du cadre de vie voulue par les élus pour ces secteurs. La seule présence d'un ou plusieurs commerces justifie, à leurs yeux, un zonage autorisant largement la publicité.

Les 2 orientations essentielles du RLPi : protection du cadre de vie et renforcement de l'attractivité économique donnent prise à des logiques différentes voire opposées et constituent un des points d'achoppement du dossier. L'argumentation de la CAPBP fondée sur une analyse de terrain et sur une volonté de cohérence entre les différentes politiques urbaines : SCoT, PLUI, PDU, est justifiée, pour la CE, qui considère que les zones 2 et 3 sont définies par leur état actuel mais aussi par la mise en place de nouveaux objectifs urbains déclinés dans les différents documents ou projets. Ainsi, le RLPi reflète les orientations d'un projet territorial. Pour la CE, la protection en zone 2, voulue au titre de la protection des paysages doit s'appliquer à toutes les formes de publicités y compris mobilier urbain. Avis défavorable à la demande.

Règle de densité : retrait de la règle de calcul : (L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : le RLPi prévoit une disposition spécifique lorsque l'unité foncière est à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique. Dans ce cas précis et lorsque la longueur de l'unité foncière est supérieure à 40 m, le dispositif scellé au sol sera installé sur le côté le plus long de l'unité foncière, moitié du pan comprise.

Le dispositif peut être installé dans la moitié du pan pris en compte dans le calcul de la densité afin d'être visible depuis les 2 axes bordant l'unité foncière en angle de rue. La jurisprudence du 18/05/2017 citée dans les arguments de l'UPE porte sur la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés et non sur le lieu où un dispositif doit être installé dans le cas d'une unité foncière en angle de rue. A cet égard, le RLPi n'est pas contraire au RNP mais plus restrictif que celui-ci dans la mesure où il édicte une disposition inexistante dans le RNP.

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant la règle de retrait spécifique aux unités foncières sises à l'angle de 2 voies, la CE prend acte, comme le justifie le MO, que le RLPi n'est pas contraire au RNP mais plus restrictif. Elle considère que la règle de densité, parfois complexe à comprendre, est une méthode de calcul cohérente. Avis défavorable à la demande.

Règle de linéaire de façade de 40 m à assouplir: (@6, E7, E18, L2).

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Pour les publicités murales, le projet répond à la proposition faite puisque le règlement écrit stipule ce qui suit : "Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur à 40 m linéaire, un seul dispositif sur façade est autorisé".

Pour déterminer le linéaire minimal pour l'installation de publicité scellée au sol le plus adapté au territoire, le rapport de présentation (en page 125) indique que plusieurs simulations modélisant des linéaires de façade différentes (30m-40m-50m) ont été réalisées. Il en ressort de cette simulation, que le linéaire de façade choisi (40 m) représente un bon compromis entre amélioration de la qualité paysagère et du cadre de vie et la possibilité d'installation de publicité scellée au sol. En outre, cette règle de densité respecte celle instaurée dans les RLP de Pau en vigueur (40 m) et de Lons aux abords des axes, répondant ainsi à la demande de l'auteur de prendre en considération ces RLP.

Il est précisé que, parmi les unités foncières potentiellement implantables (sur la base d'un linéaire minimal de 40m), seulement 1 sur 6 est occupée par de la publicité.

Les zones 5 du RLPi correspondent aux zones d'activités économiques du PLUi. Ainsi les secteurs pour lesquels il est demandé de les affecter en zone 5 du RLPi ne peuvent pas être inclus dans cette zone car ne figurant pas actuellement en tant que zone économique du PLUi.

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant la règle du linéaire de façade de 40 m, la CE note l'analyse de plusieurs hypothèses (30m-40m-50m) réalisée par la CAPBP, et approuve le choix de 40 m de linéaire. Elle valide aussi le fait que les zones économiques retenues sont celles figurant au PLUi, ce qui apporte une réponse aux différentes questions de demandes de modification de zonage au profit de Z 5. Avis défavorable à la demande.

Hauteur des dispositifs trop réduite: (@6, E 7, E18, L2) -(@15, E16)- (L1, E5, RPP2)- @19

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : le projet prévoyait au départ de limiter la hauteur des dispositifs publicitaires à 4 m. Pour des raisons de sécurité sur domaine public, il est indispensable de respecter une hauteur réglementaire du pied des panneaux. Dans ce but, les publicités sur domaine public (mobilier urbain) doivent être installées à une hauteur comprise entre 5 m et 6 m. Il a été décidé de fixer la hauteur maximale à 6 m des panneaux mobilier urbain qui est celle fréquemment rencontrée. Afin d'assurer une équité entre les espaces publics et privés, et pour simplifier l'application des règles, la hauteur des publicités sur domaine privé sera alignée sur cette même mesure de 6 m. **La demande d'augmentation de hauteur des publicités scellées au sol est retenue.**

Avis de la commissaire enquêtrice : La demande d'augmentation à 6 m de hauteur pour les publicités scellées au sol, est prise en compte la CAPBP. Cet assouplissement de la règle de hauteur permettra, pour la CE, une meilleure application de cette règle. Avis favorable à la demande.

Distance minimale par rapport à une habitation : réduction des distances:(L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le RLPi prévoit qu'une publicité scellée au sol soit implantée à une distance minimale de 4 m de toute baie d'une habitation située sur fond propre.

L'objectif de cette disposition est de protéger le cadre de vie des habitants sur leur lieu de résidence en offrant une vue la plus dégagée possible depuis l'intérieur de l'habitation **et ce en tous lieux de l'habitation** y compris depuis la cuisine, la salle de bain

En outre, le projet impose que les publicités scellées doivent respecter une distance minimale de 3 m d'une habitation située sur un fond propre. Cette distance de recul permet de valoriser les caractéristiques architecturales des façades en évitant que celles-ci soient masquées ou dénaturées par des publicités trop proches de la façade.

Lorsqu'une façade ne comporte pas d'ouvertures de plus de 0,50 m² comme dans les exemples illustratifs donnés, il pourrait être installé une publicité murale en lieu et place d'une publicité scellée au sol. Ainsi, cela permettrait de s'affranchir de la distance de recul tout en réduisant l'impact visuel, le pied du dispositif étant supprimé.

Il est rappelé que contrairement à ce qui est affirmé dans une contribution, le projet arrêté ne reprend pas **les dispositions de l'article R 581-27** du code de l'environnement (*La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit...*).

Concernant la reprise des dispositions de l'article R 581-33(publicité à au moins 10 m de distance d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur fond voisin), le projet ne les modifiant pas, ces règles continueront de s'appliquer sur le territoire.

Avis de la commissaire enquêtrice : Pour la CE, la question de distance minimale par rapport aux habitations a un impact certain pour les habitants. Elle se satisfait de l'argumentation du MO qui maintient sa position en s'appuyant sur le souci de préservation des vues en tous lieux d'habitation. Avis défavorable à la demande.

Retrait minimum par rapport aux arêtes des murs : suppression du retrait minimal : @19

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Afin d'assurer une meilleure intégration des dispositifs muraux, le RLPI souhaite maintenir cette distance de retrait minimal de 0.50 m par rapport aux arêtes du mur y compris en l'absence de chaînage.

Avis de la commissaire enquêtrice : Le retrait de 0,50 m par rapport aux arêtes du mur contribue pour la CE à une meilleure intégration des dispositifs. Avis favorable de la CE pour le maintien de la règle de retrait de 0,50 m par rapport aux arêtes du mur dans les conditions explicitées. Avis défavorable à la demande.

Format des panneaux publicitaires muraux : demande d'assouplissement: @19 -(@6, E 7, E18, L2)- @19

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le format de 8 m² encadrement compris pour les panneaux publicitaires muraux est maintenu afin d'éviter que ces dispositifs n'occupent une place trop importante sur les façades, principalement celles des habitations.

Avis de la commissaire enquêtrice : La limitation des panneaux publicitaires muraux à 8 m² participe, pour la CE, à la qualité du cadre de vie. La réponse du MO concernant la place trop importante de ces dispositifs sur les façades, notamment d'habitation, apparaît cohérente à la CE, qui approuve le maintien du format de 8m² pour les panneaux publicitaires muraux. Avis défavorable à la demande.

Surface unitaire : suppression de la notion des surfaces unitaires : (L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le terme de « surface unitaire » est mentionné dans les dispositions du règlement écrit relatives aux enseignes parallèles. Etant donné que ce terme ne vise pas la publicité, la définition n'a pas été modifiée.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE a noté que cette expression de surface unitaire n'est mentionnée que dans le cas des enseignes parallèles et qu'il y a donc lieu de la maintenir : avis favorable au maintien de l'expression dans les conditions explicitées. Avis défavorable à la demande.

Passerelles de sécurité : demande pour des passerelles repliables: (L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le projet édicte la disposition suivante : "En dehors des opérations de maintenance, les éléments permettant l'accès au panneau (passerelles et accessoires) doivent être amovibles et ne pas être visibles depuis la voie publique ouverte à la circulation publique". L'objectif de cette disposition est que les éléments restent invisibles, même lorsqu'ils sont repliés, pour des raisons esthétiques dans l'environnement urbain. **Par conséquent, la demande n'est pas retenue.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant les passerelles, si la CE entend l'argument de la sécurité, qui est tout à fait justifié, celui-ci ne doit pas occulter la question de qualité de l'environnement et il y a lieu d'allier sécurité et cadre de vie en maintenant l'obligation de passerelles amovibles et en n'autorisant pas les passerelles repliables. Avis défavorable à la demande.

Couleur : limitation trop stricte : (L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le règlement exige que la couleur des supports (piétement et encadrement) doive s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés.

Elle doit être sobre et de teinte blanche, brune ou grise parmi les RAL indiqués ci-dessous. Les couleurs fluorescentes sont interdites. Les propositions de RAL émanent d'une décision prise lors d'un atelier de travail organisé avec les communes membres de la CAPBP.

L'objectif était de restreindre la palette de chaque couleur afin d'éviter l'utilisation de teintes inappropriées dans le paysage urbain.

C'est pourquoi 9 RAL ont été retenus car s'intégrant harmonieusement dans le paysage urbain.

En revanche, les teintes métallisées et en inox chromé peuvent créer un effet de contraste trop marqué ou de réflexion lumineuse ce qui peut dégrader l'harmonie visuelle. Pour aboutir à une intégration optimale du dispositif dans l'environnement, différentes teintes parmi celles admises pourront être examinées afin de

déterminer celle(s) qui s'harmonise(nt) le mieux avec le cadre environnant.

Il n'est pas souhaité de remplacer les RAL autorisés par de simples recommandations car rien ne garantit qu'elles seront respectées. **La demande n'est pas retenue.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant la demande d'élargissement des couleurs des supports, la CE a noté que la concertation a déjà permis d'élargir le nombre de RAL retenus dans un premier temps. Il lui apparaît que la demande supplémentaire de simples recommandations ne garantit pas suffisamment une qualité et une harmonie des couleurs. Avis favorable au maintien de la règle des couleurs telle que définie dans le projet de RLPi. Avis défavorable à la demande.

Eclairage : temps d'éclairage trop limité: (L1 , E5, RPP2)- (@15, E16)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

- **Horaires** : Lorsque les dispositifs lumineux ne sont pas interdits, le règlement impose une extinction des publicités (de 22h à 6h du matin) et une extinction des enseignes dès la fermeture du commerce, avec une marge de flexibilité d'une heure pour l'allumage et l'extinction par rapport aux horaires d'ouverture et de fermeture des commerces.

La plage d'extinction fixée entre 22h et 6h paraît la plus adaptée car sur le territoire la grande majorité des personnes rentre chez elles avant 22h. **Eteindre les publicités à 22h** contribue à respecter le cadre de vie des habitants et répond à la volonté de réduire la pollution lumineuse conformément aux orientations du RLPi. De plus, le choix de la plage d'extinction a été établi en cohérence avec les horaires d'extinction de l'éclairage public pratiqués par des communes du territoire.

Dans les secteurs de **trame noire l'extinction est fixée de 19h** à 6h dans le but de préserver la biodiversité nocturne dont le pic d'activités se situe en début de soirée.

- **Quartiers d'habitation** : Les dispositifs lumineux, y compris ceux éclairés par projection ou transparence, peuvent générer des nuisances pour les riverains. Ainsi, afin de préserver le cadre de vie dans les quartiers d'habitats comme indiqué dans le rapport de présentation en page 110, tous les dispositifs lumineux sans distinction sont proscrits. **La demande de maintenir les dispositifs lumineux en quartiers d'habitats n'est donc pas retenue.**

- Concernant les publicités et les enseignes lumineuses **à l'intérieur d'un local**, le projet les réglemente en limitant leur surface selon la typologie des lieux. Les justifications de ces restrictions figurent dans le rapport de présentation en page 130. **Les demandes ne sont pas retenues.**

Avis de la commissaire enquêtrice : La question de l'amplitude du temps d'éclairage est une question liée à la pollution lumineuse. La CE prend acte du maintien de la position de la CAPBP sur les temps d'éclairage et les secteurs éclairés. La pollution lumineuse, la protection des quartiers d'habitats constituent, du point de vue de la CE, de vrais enjeux environnementaux, sur lesquels les quelques observations favorables se sont exprimées. De plus, à son avis, les plages demandées ne correspondent pas à des pratiques de vie d'une agglomération moyenne, de la taille de celle de Pau, notamment en termes de vie nocturne. La CE se satisfait de la réponse du MO. Avis défavorable à la demande.

Bâches : interdiction trop stricte: (L1, E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Les bâches de chantier et publicitaires sont des dispositifs de grand gabarit. En raison de leur dominance visuelle et pour éviter qu'elles ne s'imposent dans le paysage urbain, les **bâches de chantier ne sont admises qu'en zone 5 et 6** et les bâches **publicitaires uniquement dans le stade du Hameau**. **Toutes les bâches sont interdites dans la zone aéroportuaire de Pau-Uzein** en raison de sa localisation dans une commune de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine conformément au code de l'environnement. Dans les zones autorisées, les bâches sont soumises aux dispositions du règlement national de publicité.

Avis de la commissaire enquêtrice : La demande de limiter les bâches à la seule autorisation au cas par cas n'est pas retenue par la CAPBP qui souhaite avoir une position uniforme sur le territoire et qui a exprimé la volonté de limiter les bâches de chantier aux seules Z 5 et 6 et les bâches publicitaires au seul stade du Hameau avec interdiction pour la zone aéroportuaire de Pau-Uzein (située dans une communes de moins de 10 000 habitants

et ne faisant pas partie de l'unité urbaine). La CE a noté dans le rapport de présentation que l'harmonisation des règles sur le territoire a justifié l'élaboration du RLPi. Dans ce contexte, la position du MO est cohérente. La CE entend aussi l'argument d'impact visuel émis par le MO. La position du MO, dans les conditions précitées, est justifiée. Avis défavorable à la demande.

Affichage numérique trop limité: @19- (@6, E 7, E18, L2)- (@15, E16)-

Réponse du Maître d'ouvrage (MO): Relativement à la question de la violation des règles de concurrence en lien avec les affiches numériques grand format, un RLPi a vocation à adopter des mesures plus restrictives que la réglementation nationale. C'est ainsi que le projet **limite** désormais, suite à la concertation préalable avec les professionnels de l'affichage, la **publicité numérique à 4 m²** auparavant fixé à 2 m² en zones économiques et à 8 m² dans les grands équipements (stade du Hameau et Aéroport). Le projet n'interdit donc pas de manière absolue la publicité numérique ni le grand format sur le territoire de l'agglomération.

Erreur de droit : Pour ce qui concerne « *l'erreur de droit et l'erreur manifeste d'appréciation commises lors de la délimitation des zones de publicité et des enseignes* », le RLPi définit des secteurs clairement identifiés, où les enjeux liés à la présence de la publicité et à l'intégration des enseignes diffèrent. Ces enjeux résultent de la situation de la publicité et des enseignes sur le territoire, comme présentée dans l'état des lieux du rapport (chapitre « diagnostic du territoire » en page 58), justifiant ainsi l'adoption de règles distinctes selon les secteurs géographiques.

Vis-à-vis des publicités numériques autorisées dans un format de 4 m², il apparaît incorrect de faire référence à des décisions des juridictions administratives (CL de la concurrence, CAA de Nantes) ainsi qu'à des conclusions de commissaire enquêteur traitant de dispositifs uniquement de 2 m². La situation du projet de RLPi est radicalement différente de celles évoquées ici compte tenu d'un format deux fois plus grand prévu dans le RLPi de Pau Béarn Pyrénées (4 m²).

Ce format de 4 m² a été choisi pour tenir compte notamment des arguments présentés par une société spécialisée dans la technologie numérique lors de la concertation préalable afin de permettre l'alimentation des publicités numériques par panneaux photovoltaïques.

S'agissant des zones d'activités économiques qui sont des secteurs fortement impactés par l'affichage, un des objectifs définis dans le RLPi vise à améliorer leur qualité paysagère. Cela va dans le sens des projets du territoire notamment de requalification des espaces publics aux abords des zones économiques. L'un des intérêts de cette requalification est d'aboutir à l'embellissement des zones économiques dans lesquelles la qualité du cadre de vie est aussi recherchée notamment pour ceux exerçant une profession dans les zones économiques.

Le code de l'environnement régit les publicités numériques en les limitant à 8 m² avec une hauteur de 6 m. Au-delà des dispositions spécifiques au projet de RLPi, le code de l'environnement ne permet pas une possibilité d'assouplir ces règles. Par conséquent, **leur autorisation dans un format de 10,5 m²**, tel que demandé par un contributeur, **n'est pas possible**. Le projet de RLPi n'interdit pas les écrans numériques sur le territoire dans la mesure où ils les autorisent dans les zones économiques dans un format de 4 m² et de 8 m² dans la zone 6. Ce format a été limité par rapport au format national (8 m²) considérant que ces dispositifs sont plus impactant en raison de leur luminosité et de leurs images dynamiques qui attirent davantage l'attention des usagers de la route.

Comme le précise le rapport de présentation en page 149, les dispositifs numériques sont par nature plus impactant dans le paysage qu'un dispositif classique avec affiche papier. Les orientations du RLPi visent à améliorer notamment les entrées de ville. Pour parvenir à cet objectif, le choix s'est porté vers une interdiction des publicités numériques en entrées de villes et le long des axes principaux.

En zones d'activités économiques, le format des publicités a été rehaussé pour le passer à 4 m². Le projet a aussi pour objectif d'améliorer la lisibilité des zones économiques, en limitant le format des publicités numériques afin d'éviter qu'elles n'occupent une place trop importante dans ces espaces.

En revanche, l'affichage grand format (8 m²) n'est pas limité car il reste possible d'y installer des publicités en zone 6. **Par conséquent, les demandes de modification en matière de publicités numériques (format et zones) ne sont pas retenues.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Quant à la critique de publicité numérique trop restreinte, la CE prend acte des demandes de formats toujours plus grands (demande même à 10,50 m² : format non autorisé par le RNP) et adhère à l'argumentation développée par la CAPB sur l'impact des publicités numériques sur les paysages et

au maintien des formats édictés de 4 m et 8 m², respectivement pour les Z 5 (zones économiques) et les Z 6 (Hameau, Aéroport), dans le RLPI. Le MO rappelle que le format, pressenti à l'origine, a évolué pour être porté à 4 m² et les références aux différentes sources (CI de la concurrence, CAA de Nantes, avis d'un CE) ne peuvent être prises en compte car se rapportant au format de 2 m², format non retenu par la CAPBP : la CE prend acte de ces précisions. Position du MO retenue par la CE. Avis défavorable à la demande.

Cônes de vue : appréciation subjective : (L1 , E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Dans le cadre de l'élaboration du RLPI, une étude d'identification des cônes de vue a été réalisée à l'échelle du territoire pour prendre en compte les multiples vues emblématiques et remarquables que compte le territoire Pau Béarn Pyrénées. L'existence de périmètres à protéger disséminés dans certaines zones économiques est justifiée par la présence de cônes de vue offrant par exemple une visibilité sur des éléments paysagers (massif arboré) ou des vues sur les Pyrénées.

L'objectif final est de les préserver visuellement en y interdisant la publicité scellée au sol pour éviter que ces éléments soient occultés par ce type de publicité.

En revanche, le projet ne fait pas de différence de traitement entre mêmes zones contrairement à ce que mentionne une des contributions. Les cônes de vue ont été identifiés quel que soit la zone dans laquelle ils se situent (dont le détail des justifications des cônes de vue réalisés par des paysagistes de l'AUDAP sera rajouté au rapport de présentation). Ce qui explique pourquoi des cônes de vue sont présents dans des zones économiques et sur certaines portions d'axes principaux.

En outre, l'axe "avenue Montgolfier » soulevée dans l'une des contributions **ne fait pas partie des voies hiérarchisées comme axe structurant dans le Plan de Déplacement Urbain**. Les cônes de vue ont été uniquement identifiés sur les axes structurants car il s'agit d'axes les plus prisés par l'affichage en raison de leur forte fréquentation par les usagers de la route. C'est pourquoi ladite avenue ne comporte pas de cône de vue.

Avis de la commissaire enquêtrice : Concernant les cônes de vue, la CE a noté le développement précis sur les cônes de vue et leur définition dans le rapport de présentation. Pour elle, au vu des éléments du dossier, l'argument de subjectivité n'est pas opportun, l'étude détaillée des cônes de vue rationalisant au contraire toute appréciation potentiellement subjective de ce sujet. Il ne lui paraît pas aberrant que des cônes de vue soient présents dans des zones économiques, celles-ci n'ayant pas à être, par définition, le parent pauvre du cadre et de la qualité de vie et certaines ayant vocation à évoluer. Avis défavorable à la demande.

Gare de Pau : suppression des distances entre dispositifs de 2 m²: (L1 , E5, RPP2)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : La gare de Pau est située dans le périmètre réglementaire du SPR de Pau où par principe les publicités sont interdites. Le projet de RLPI prévoit la réintroduction de publicités les moins prégnantes dans le paysage urbain ou qui présente un intérêt général (publicité sur mobilier urbain, microaffichage notamment).

Par ailleurs, une importante restructuration vient d'être menée sur le parvis de la gare avec notamment la création d'espaces de verdure et d'aménagements qualitatifs.

Pour ces raisons, le projet n'envisage pas la réintroduction des publicités numériques de 2 m² afin de préserver l'esthétisme de cet espace réaménagé. **La demande n'est pas retenue.**

Avis de la commissaire enquêtrice : Considérant la zone de SPR de la gare et sa restructuration en vue, il paraît opportun, pour la CE, de préserver le cadre de vie en n'autorisant pas la multiplication des dispositifs qui, en tout état de cause, ne participe pas à améliorer la lisibilité de ceux-ci. Avis défavorable à la demande.

Thème 7 : Demandes de modification de zonages

Multi-découpage du territoire et secteurs similaires en zones différentes : (@15, E16):

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le projet s'est bien appuyé sur une équité de traitement entre secteurs similaires, comme le détaille le rapport de présentation en page 111. Ce qui signifie que les règles sont identiques entre secteurs similaires de l'ensemble du territoire dans le but de répondre à un objectif d'harmonie intercommunautaire.

Les dispositifs numériques sont par nature plus impactant dans le paysage qu'un dispositif classique avec affiche papier. Les orientations du RLPi visent à améliorer notamment les entrées de ville et les axes principaux. Pour parvenir à cet objectif porté avec conviction par les élus, la traduction réglementaire s'est portée vers une interdiction des publicités numériques en entrées de villes et le long des axes principaux.

Les cônes de vue ont été identifiés quel que soit la zone dans laquelle ils se situent (les justifications des cônes de vue issus de l'étude d'identification des cônes de vue réalisée par des paysagistes de l'AUDAP seront jointes au rapport de présentation pour une meilleure compréhension). Ce qui explique pourquoi des cônes de vue existent dans des zones économiques et sur certaines portions d'axes principaux.

Avis de la commissaire enquêtrice : Le découpage des zones est bien justifié par le MO. La parcellisation contestée est liée à la volonté d'aménagement de la CAPBP qui veut améliorer certaines zones, notamment d'entrées de ville pour en faire des lieux de vie et non seulement de transit.

La CE constate que la prise en compte des objectifs des PDU, SCoT et PLUi dans le présent RLPi rend le zonage parfois abscon pour les publicitaires qui ont, au travers de leurs réserves, du mal à adhérer aux objectifs de cadre de vie du RLPi. Pour la CE, position satisfaisante du MO sur la délimitation des zones. Avis défavorable à la demande.

Demandes très détaillées par communes de modification de zonage : (@15, E16)- (@6, E 7, E18, L2)- @19 .

Le MO a regroupé les problématiques posées par ces demandes :

Présence d'un site Natura 2000, de zones naturelles ou de zones hors agglomération

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

La commune d'Aussevielle présente une toute petite portion en tant qu'axe principal mais qui est couvert par un site Natura 2000 empêchant toute installation de publicité.

Sur la commune de Laroïn, les secteurs visés (rocade) sont situés hors agglomération ou en site Natura 2000, dans lesquels la publicité y est interdite par le code de l'environnement.

La route de Mourenx traversant Artiguelouve, la rocade sur Bizanos, l'avenue du vert Galant en partie sud, le boulevard de l'Europe hors zone économique sur Lescar, la portion sud de la rocade sur Mazères-Lezons sont des linéaires de voie situés hors agglomération. L'installation de publicité aux abords de celles-ci est proscrite en vertu du code de l'environnement.

La partie Est de l'avenue Corps Franc Pommies à Jurançon est à la fois située dans un site Natura 2000 et dans un périmètre de monuments historiques.

Avis de la commissaire enquêtrice : Les professionnels contestent la prise en compte des zones de protection sur les axes principaux. La CE note, pour les zones contestées, la justification de zones Natura 2000 sur les communes d'Aussevielle, Laroïn et Jurançon et de zones hors agglomération sur Laroïn, Artiguelouve, Bizanos, Lescar et Mazères-Lezons. L'argumentation du MO est, pour elle, satisfaisante. Avis défavorable à la demande.

Justification de la délimitation des zones économiques 5

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Les zones 5 du RLPi correspondent aux zones d'activités économiques du PLUi. Ainsi les secteurs pour lesquels il est demandé de les affecter en zone 5 du RLPi ne peuvent pas être inclus dans cette zone car ne figurant pas actuellement en tant que zone économique du PLUi.

Avis de la commissaire enquêtrice : La contestation de la délimitation de la Z 5 relève, pour la CE, de la différence d'appréciation entre professionnels de la publicité et CAPBP sur la notion des zones : les professionnels prenant en compte la situation actuelle avec présence, parfois ponctuelle, de commerces ou services, la CAPBP ayant une approche en termes d'aménagement en cours ou futur à travers le prisme des documents réglementaires d'urbanisme : PLUi, PDU et SCoT. La CE considère que le RLPi est un outil d'aménagement et, à ce titre, doit participer à la mise en œuvre des politiques urbaines. Elle adhère à la position du MO sur cette question. Avis défavorable à la demande.

Présence intempestive de cônes de vue ou de tronçons à protéger

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

- **Les secteurs visés** : sur les communes de Lee, Billère (route de Bayonne et avenue Santona), Gan, le rond-point de la route de Tarbes, l'avenue du vert Galant en zone agglomérée, la rocade sur Mazères-Lezons, le rond-point et la portion ouest du Boulevard Charles de Gaulle, les parcelles Nord de l'avenue Alfred Nobel, l'avenue Albert 1er à Bizanos, le Boulevard de l'Europe à Lescar, les portions de part et d'autre du rond-point sur Idron, l'avenue du Boulevard de l'Europe de la route de Morlaas jusqu'au Boulevard du Cami Salié.

Ces secteurs sont tous situés en cônes de vue d'où leur classement en zone 2. Les raisons justifiant le choix du cône de vue et la cartographie correspondante seront ajoutées dans le rapport de présentation pour une meilleure compréhension. En examinant en détail les justifications des cônes de vue, un oubli de périmètre associé à l'angle visuel d'un cône de vue a été constaté (*rue Daurat à Pau*); ce cône de vue ayant pourtant été correctement identifié dans l'étude AUDAP. **Cet oubli de périmètre associé sera rajouté au plan de zonage.**

- **La voie Nord-Sud** traversant Billère et Lons bénéficient d'un **aménagement paysager de qualité** le long de la voie, qu'il est fortement souhaité de mettre en valeur en y interdisant la publicité.

- **L'avenue de l'hippodrome** est une entrée de ville qualitative, bien préservée de l'affichage. Au vu des aménagements paysagers réalisés (dont la présence de merlon végétalisé) jouant également un rôle de barrière visuelle à l'égard des quartiers résidentiels situés à l'arrière, il est souhaité préserver cette intégration paysagère pour éviter son altération visuelle. **Cette mesure de protection sera mieux précisée dans le rapport de présentation (paragraphe 12.3.1).**

- **L'avenue des Martyrs du Pont Long, l'avenue Didier Daurat, l'avenue Santona, le rond-point porte d'Espagne** sur Lons sont des axes protégés historiquement car elles figuraient déjà en zone d'interdiction dans le RLP de Lons en vigueur. **Ce classement reflète la volonté de préserver la protection de ces axes.**

- **L'avenue Santona et le rond-point des combattants d'Indochine sur Billère** sont classés en zone 2 en raison de la volonté forte de la commune d'uniformiser ces portions avec la partie de cet axe déjà protégée sur la commune de Lons, permettant ainsi d'assurer une cohérence d'ensemble de cet axe. **La route de Bayonne est en majeure partie concernée par des cônes de vue et par des périmètres de monuments historiques.**

La commune de Billère souhaite étendre cette protection vers l'ouest pour préserver l'identité visuelle de l'entrée ville au niveau du rond-point de la route de Bayonne et de la voie Nord/Sud pour éviter une prolifération de publicités qui pourraient altérer l'harmonie de l'entrée de la ville. **La même situation s'applique à l'entrée de ville de Lescar, coté avenue du vert Galant.**

- Concernant **la route départementale 817 traversant Denguin**, une grande partie de l'axe est affectée par des cônes de vue d'où son classement en zone 2. S'agissant de la portion attenante à la zone économique localisée en entrée de ville, elle a été classée en zone 2 en raison de la **volonté de la commune à préserver l'identité visuelle d'entrée de bourg Ouest** ainsi que de la réglementation interdisant l'installation de publicité visible depuis une voie hors agglomération.

- **Sur la commune de Gelos, la rocade** est en majeure partie concernée par des cônes de vue. La commune a souhaité mettre en valeur les côteaux de Guindalos, qui constituent le paysage naturel, et éviter, ainsi, toute dénaturation visuelle.

Avis de la commissaire enquêtrice : la CE prend acte de l'oubli du cône de vue et de la justification argumentée de la CAPBP pour chaque zone contestée. Le zonage choisi par le MO et son argumentation lui paraissent cohérents. Avis favorable à l'ajout du cône de vue et défavorable aux demandes précitées.

Centres-bourgs et centres-villes

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Secteurs visés : L'avenue Clémenceau à Bizanos, la majeure partie de la rue Ollé Laprune, l'avenue de Gelos, la rue Louis Barthou et la portion Ouest de la route de Nay (Aressy)

Les secteurs visés sont localisés dans le centre bourg, correspondant à la zone Ua du PLUi, laquelle est incluse dans la zone 2 du RLPi. Les zones Ua sont des centralités, qui selon les orientations générales du projet, doivent être valorisées en y interdisant la publicité scellée au sol.

La partie restante de la rue Ollé Laprune n'étant pas identifiée comme axe principal est classée automatiquement en zone d'habitat.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE se satisfait de l'argumentation de la CAPB pour les centres bourgs et centres villes remis en cause. Avis défavorable aux demandes précitées.

Périmètres réglementaires (sites inscrits, abords des monuments historiques)

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

- **L'avenue du Général de Gaulle à Mazères-Lezons** est située dans le périmètre du site inscrit du Haras de Gelos. Les sites inscrits en tant que secteurs protégés sur le plan architectural, ont été intégrés naturellement dans la zone 2 « espaces d'intérêt architectural et patrimonial ». Cela explique le classement de cette avenue en zone 2.
- **L'avenue Didier Daurat**, est principalement incluse dans un périmètre de monuments historiques et de manière ponctuelle, traversée par un cône de vue, justifiant ainsi son classement en zone 2.
- **L'avenue Jean Mermoz** est classée en zone 2 en raison de sa localisation dans le site patrimonial remarquable (SPR de Pau).

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE considère cette argumentation de la CAPBP, pour les périmètres réglementaires concernés, satisfaisante. Avis défavorable aux demandes précitées.

Quartiers d'habitat

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Secteurs visés : L'avenue du Château d'Este, l'avenue Lalanne, avenue de Lons, l'avenue des marnières au niveau du Parc des expositions, Aressy (portion ouest) Aussevielle, l'avenue des Vallées, l'avenue Albert 1^{er} sur la commune de Bizanos, l'avenue du Béarn à Idron, rue d'Ossau à Jurançon, l'avenue Belzunce et l'avenue de Beaumont à Idron.

Ces secteurs **ne disposent ni d'axe structurant ou de transit au sens du Plan de déplacement urbain** ni de zones économiques au regard du PLUi. Cela justifie l'absence de zone 4 désignée sous le terme "axe principal" et l'absence de zone 5 « zones économiques ».

De ce fait, en raison de l'absence de périmètres réglementaires et de zones économiques, ces portions sont automatiquement classées en quartiers d'habitats (3).

- **Les Boulevards Tourasse et de la Paix** ont été classés après concertation avec les communes et les élus de la ville de Pau, en quartier d'habitat en raison de leur typologie principalement résidentielle.

Conformément aux orientations du projet, le classement de ces boulevards vise à préserver le cadre de vie des habitants installés aux abords de ces boulevards. Pour ce faire, le projet interdit la publicité scellée au sol dans ces quartiers.

- **Le cours Léon Bérard** se situe essentiellement en zone résidentielle. Sa typologie urbaine identique à celle du Boulevard Tourasse, qui est en prolongement et classé en zone d'habitat, justifie pleinement son intégration dans la même classification de zone (quartier d'habitat).

- **La portion nord de la rocade sur Mazères-Lezons** est classée en zone 3 « quartiers d'habitats » en raison de l'aménagement paysager (présence de merlon végétalisé) rendant techniquement impossible toute installation de publicité, une contrainte déjà soulignée par certains publicistes au cours de la concertation préalable.

Avis de la commissaire enquêtrice : Justifications précises de la CAPBP. La CE confirme l'argumentation de la CAPB pour les quartiers d'habitat concernés. Avis défavorable aux demandes précitées.

Axe principal : oublié de la CAPBP sur l'avenue du Général Leclerc à Pau

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) :

Comme indiqué dans le rapport de présentation en page 148, les axes désignés sous le terme « principaux » dans le projet de RLPi sont ceux qui ont été hiérarchisés comme axe structurant et voie de transit dans le Plan de Déplacements Urbains, approuvé en 2023.

Une toute petite portion (environ 100 m) au nord de l'avenue du Général



Leclerc sur Pau, située en face d'un espace commercial, a été classée en quartiers d'habitat. Cette avenue, étant identifiée comme axe structurant, aurait dû être classée en zone 4 « axe principal » dans le RLPI. Cette erreur matérielle sera rectifiée dans le plan de zonage soumis à approbation.

Avis de la commissaire enquêtrice : Erreur reportée en erreur matérielle par la CAPBP. Avis favorable à demande.

Thème 8 : Erreurs matérielles

A- Erreur matérielle signalée par la commissaire enquêtrice

Erreur qui vise 3 catégories d'enseignes lumineuses au lieu des publicités lumineuses

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : L'erreur concernant l'utilisation du terme "enseignes" au lieu de publicité sera rectifiée.

Avis de la commissaire enquêtrice : Erreur matérielle confirmée par la CE.

B- Erreurs matérielles signalée par la CAPBP

• Equipement sportif coupé en 2 zones à Rontignon

Avis de la commissaire enquêtrice : Erreur matérielle déjà constatée.

• Tracé de la limite d'agglomération à Bizanos

Les parcelles AN438-439- 418 à Bizanos qui créaient la rupture du bâti ont été construites. La limite de la zone agglomérée a donc été revue en conséquence.

Avis de la commissaire enquêtrice : Pour la CE, la réponse du MO est satisfaisante. Avis favorable à la demande.

• Avenue du Général Leclerc sur Pau et avenue Georges Clemenceau à Bizanos

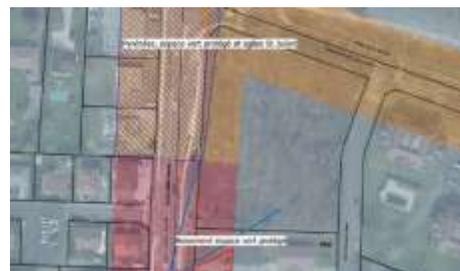
Une petite portion (environ 100 mètres) au nord de l'avenue du Général Leclerc sur Pau, située en face d'un espace commercial, a été classée en quartiers d'habitats. Cette avenue, étant identifiée comme axe structurant, aurait dû être classée en zone 4 « axe principal » dans le RLPI. Cette erreur matérielle sera rectifiée dans le plan de zonage soumis à approbation.

Il en est de même pour une portion de l'avenue Georges Clemenceau à Bizanos (secteur mairie) classée au départ en quartier d'habitat. Cette erreur d'affectation de zonage sera rectifiée afin d'inclure ladite portion en zone 4.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE confirme cet oubli et valide la modification déjà proposée précédemment.

• Périmètre associé à un cône de vue

En examinant en détail les justifications des cônes de vue qui seront jointes au rapport de présentation pour une meilleure compréhension, un oubli de périmètre à l'angle visuel d'un cône de vue, visant à préserver le boisement classé en « espace vert protégé », au nord de l'avenue Didier Daurat à Pau, a été constaté ; ce cône de vue ayant pourtant été correctement identifié dans l'étude AUDAP. Cet oubli de périmètre associé sera rajouté au plan de zonage.



Avis de la commissaire enquêtrice : Avis favorable

• Faute de frappe dans le rapport de présentation en page 106

En page 106 du rapport de présentation, au paragraphe « ce qui est conservé » : *RLP de Pau. Mobilier limité à 2*

m² sur l'ensemble de la commune. Il s'agit d'une erreur qui s'est glissée dans ce paragraphe car le RLP de Pau limite le mobilier urbain à 2 m², 8 m² et 12 m² selon les zones.

Avis de la commissaire enquêtrice : Erreur confirmée.

4-4 b) Réponses aux questionnements de la commissaire enquêtrice

- **Erreurs matérielles**

Questionnement de la commissaire enquêtrice : Dans les pièces afférentes à l'enquête, concernant l'avis des communes, la commune de Mazères- Lezons est portée par erreur avec avis réputé favorable, alors qu'elle a délibéré. La commune de Denguin qui n'a pas délibéré n'est pas citée.

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : La commune de Mazères-Lezons a effectivement délibéré avant la fin du délai légal en émettant un avis favorable. La commune de Denguin n'est effectivement pas citée dans l'avis de synthèse des communes. Il s'agit respectivement d'une erreur et d'une omission.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE prend acte de cet erreur et oublie.

- **Questionnement sur le fond**

Avis du Syndicat des Mobilités

Questionnement de la commissaire enquêtrice : L'avis du président du Syndicat interroge sur le fond et la forme. L'argument de perte financière ne correspond pas à l'objectif du RLPi sur la protection des paysages. L'argument financier concerne tous les acteurs de la publicité : il semble difficile de ne pas traiter l'ensemble des acteurs privés ou publics sur le même plan.

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Les panneaux de mobilier urbain sont considérés comme essentiels pour les habitants et touristes car ils comportent des informations publiques d'intérêt général comme la promotion d'évènements culturels ou le fonctionnement des services publics contrairement aux panneaux privés.

Le Site Patrimonial Remarquable (SPR) est situé dans une zone à forte densité commerciale, ce qui en fait une zone très fréquentée. Son patrimoine historique et les évènements réguliers comme les marchés, les festivals ou les expositions augmentent encore cette fréquentation. Cette zone est par conséquent un lieu stratégique pour diffuser des informations à un large public. C'est pourquoi, les panneaux mobiliers urbains de grande taille (8 m² d'affiche) seront maintenus en SPR.

En maintenant également le grand format du mobilier urbain à d'autres zones du RLPi (quartiers d'habitat, zones économiques et axes principaux) où au total 2 panneaux de grand format sont installés, cela facilitera davantage la visibilité des messages relatifs aux informations du territoire, aux évènements et aux animations locales en captant davantage l'attention d'un large public.

Cependant, le mobilier urbain grand format existant situé dans les cônes de vue sera déplacé pour ne pas porter atteinte aux paysages recensés dans le rapport de présentation.

En outre, la collectivité est maître de l'implantation du mobilier urbain sur son territoire via les contrats de mobilier urbain, elle cherchera donc à trouver un juste équilibre entre valorisation des espaces publics et diffusion de l'information locale comme le prévoit une des orientations du RLPi.

En résumé, il est décidé de maintenir les dispositifs de mobilier urbain de 8 m² sur tout le territoire hors zone 1 « espaces de nature » et cônes de vue.

Avis de la commissaire enquêtrice : Le Président du Syndicat des Mobilités demande le maintien des dispositifs de 8 m² sur le domaine public ainsi que des dispositifs digitaux en centre ville de Pau afin de maintenir son niveau de recette via la redevance concernée.

La CE note que le MO ne répond pas à la notion de perte financière et au chiffre, par ailleurs non justifié. Pour la CE, cette situation de perte financière vaut aussi pour les professionnels privés qui, eux, ont argumenté et détaillé leurs pertes financières. En l'absence d'éléments chiffrés comparatifs, il ne lui est pas possible d'émettre un avis sur la notion de perte financière.

La CE prend note que dans la réponse au Syndicat des Mobilités, le MO met en exergue que *le RLPi est un outil de préservation du paysage et du cadre de vie, détaillant que l'essence même d'un RLPi repose sur cet objectif de protection paysagère en définissant des règles visant à encadrer l'affichage publicitaire susceptible d'entraîner une pollution visuelle*. Le MO précise qu'il est juste de considérer que les supports de mobilier urbain servent à l'intérêt général en diffusant des informations publiques et qu'il sera proposé une solution qui prenne en compte au maximum le maintien du mobilier urbain afin d'assurer ce service public.

Si la CE acte l'intérêt général, de la publicité institutionnelle du mobilier urbain à des fins d'information des populations pour répondre aux besoins des administrés (CAA de Nancy), elle note que la CAPBP répond favorablement à cette demande sans démontrer *que la différence de traitement, qui en résulte, est en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit*, comme l'explique la décision précitée.

La CE regrette l'absence d'analyse sur ce point et ne se satisfait pas de la réponse du MO. Pour la CE, le RLPi reste un outil de préservation du paysage, d'autant plus en zone SPR, qui est ici concernée, et l'encadrement de l'affichage publicitaire (dont celui du mobilier urbain) susceptible d'entraîner une pollution visuelle doit y rester d'actualité et relève aussi de l'intérêt général.

La CE aurait apprécié une analyse rigoureuse du niveau du document RLPi pour cette question. Les seuls arguments invoqués par la CAPBP de fréquentation commerciale du SPR, de sa qualité de lieu stratégique pour diffuser les informations à un large public, ne justifient pas, dans l'état de l'argumentation, l'intérêt général de la décision de maintenir en SPR les panneaux mobiliers urbains de grande taille (8 m²). L'impact visuel, la pollution engendrée ne sont pas analysés.

Pour la CE, la conséquence de la décision introduite dans le PV des observations est la suivante : sur 25 panneaux de mobilier urbain concernés sur Pau, la CAPBP proposerait de maintenir en SPR, en sus des 6 panneaux petits formats digitaux, les 10 panneaux grands formats (8 m² d'affiche) et de déplacer seulement ceux situés en zones cônes de vue sans préciser le nombre (nombre à confirmer : soit 5 ou 6).

En l'état des informations en sa possession, les photos à sa disposition démontrent bien que le mobilier urbain grand format est une verrue dans un paysage de caractère. L'argumentaire développé tout au long du dossier RLPi de la CAPBP concernant la préservation et le développement de la qualité du cadre de vie, en particulier en zone SRP, est contrebalancé voire remis en cause, par la même CAPBP, pour le mobilier urbain, par l'intérêt de la communication institutionnelle dans cette zone très fréquentée du SPR.

En l'absence d'une analyse plus complète (qualitative et quantitative), en termes de :

- nombre exact de panneaux grand format installés,
- localisation et analyse pour chaque panneau concerné de l'impact vis-à-vis de l'objectif de protection paysagère,
- définition du caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain (soit en termes de surfaces d'affichage ou de temps d'affichage),
- détails du contrat actuel et des objectifs souhaités pour le contrat à venir,

la CE ne peut apprécier l'intérêt général de cette décision proposée après enquête publique et sans étude de fond. Elle ne peut, dans ces conditions, émettre un avis sur cette dérogation au principe d'égalité.

Quelques exemples de mobilier urbain grand format impactant le paysage urbain en SPR du centre ville de Pau :





La situation de ces panneaux de mobilier urbain, grand format (8 m²), en zone SPR du centre ville de Pau fragilise la décision du MO. La CE adhère à la rédaction initiale du RLPI sur cette question de mobilier urbain grand format, interdit notamment en zone SPR.

Phasage RLP de Pau et RLPI

Questionnement de la commissaire enquêtrice : Certains publicistes auraient souhaité en rester au niveau du RLP de Pau qui vient d'être approuvé fin 2020 dans la mesure où ils viennent à peine de se mettre aux normes. La Commissaire enquêtrice souhaite être éclairée sur les conditions d'établissement du RLP de Pau alors que la CAPBP existait ?

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : En juin 2015, la commune de PAU a prescrit la révision de son Règlement Local de Publicité (RLP). En décembre de la même année, la communauté d'agglomération a acquis la compétence en matière de Plan Local d'urbanisme, ce qui lui a permis de poursuivre la procédure de révision engagée. A cette période, la priorité des élus était de concevoir un PLUI à l'échelle des 14 communes de l'agglomération. En 2017, une modification du périmètre de l'agglomération a lieu, entraînant la fusion de deux communautés de communes avec la communauté d'agglomération Pau Pyrénées portant ainsi le nombre de communes à 31. A la suite de cette évolution, les élus ont amorcé une réflexion visant à élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) pour l'ensemble des 31 communes.

Cette réflexion a abouti à la prescription du RLPI en 2020. Les orientations de ce nouveau RLPI s'inscrivent dans la continuité de celles définies dans le RLP initial de Pau qui visaient notamment à « *dédensifier la publicité aux abords des axes, adapter la publicité en fonction de ses lieux d'implantation, permettre l'introduction mesurée et raisonnée de la publicité dans les secteurs protégés, veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs publicitaires* »

Avis de la commissaire enquêtrice : la CE prend acte de la prise en compte des RLP existants, de la volonté d'harmonisation évoquée dans le dossier et de la nécessaire évolution dans le cadre du RLPI.

Observations des communes à l'enquête publique

Questionnement de la commissaire enquêtrice : Plusieurs communes utilisent le registre du public pour faire des demandes de modifications, alors que soit elles ont déjà délibéré favorablement sans observation, soit elles n'ont pas délibéré dans le délai des 3 mois impartis: Pau, Rontignon, Artiguelouve, Bizanos.

Exemple : la ville Pau a délibéré sans observation mais adresse des remarques pendant l'enquête publique en adressant des pièces jointes en gros fichiers de 20,3 MO.

La CE constate que ces observations émanent la plupart du temps des services communaux et non de leurs organes délibérants.

Pour la CE, l'enquête publique est, comme son nom l'indique, destinée au public, les villes, faisant partie de la CAPBP, avaient 3 mois pour se prononcer avant la mise à l'enquête du dossier pour le public.

Quelle position de la CAPBP par rapport aux demandes hors délais de certaines communes ?

Réponse du Maître d'ouvrage (MO) : Le code de l'environnement ne donne pas la définition du mot « public » dans le cadre de procédure d'enquête publique. Au regard de la convention d'Aarhus du 25 juin 1998 (sur l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès à la justice en matière d'environnement), signée par la France et approuvée par l'Union européenne et des jurisprudences relatives à des observations émises par des communes lors d'enquête publique, la CAPBP considère que le terme "public" permet la participation des communes membres de l'EPCI au cours d'une enquête publique. En conséquence, les

remarques faites par les communes durant l'enquête publique seront prises en compte et seront examinées avec attention.

Avis de la commissaire enquêtrice : La CE ne conteste pas la prise en compte des demandes des communes mais rappelle que les communes membres de la CAPBP ont eu à délibérer dans un délai de 3 mois (article R153-5 du code de l'urbanisme : *en l'absence de réponse à l'issue de ce délai, l'avis réputé favorable*). Il est dommage que cette délibération n'ait pas été prise par certaines communes et que le projet de RLPi n'ait pas été analysé dans ce délai, ce qui aurait évité les demandes déposées par les services des communes -membres de la CAPBP à l'enquête publique.

Au final, l'étude de la réglementation, l'examen du dossier, les contacts avec le MO, les différentes observations et les réponses du maître d'ouvrage ont permis à la commissaire enquêtrice de mieux cerner la problématique du RLPi de l'agglomération paloise et d'aborder au mieux la conclusion et son avis motivés.

Fait à Bayonne le 6 janvier 2025

La Commissaire Enquêtrice

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. Sarriquet', written over a horizontal line.

Hélène Sarriquet

