



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Approuvé le 28 novembre 2019

## Rapport de présentation

RLP prescrit par délibération du Conseil Municipal du :	18 septembre 2015
RLP arrêté par délibération du Conseil Communautaire du :	31 mai 2018
RLP approuvé par délibération du Conseil Communautaire du :	28 novembre 2019

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>2</b>
<b>AVANT-PROPOS .....</b>	<b>3</b>
<b>CONTEXTE.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Compétence .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Présentation du territoire .....</b>	<b>4</b>
2.1.Situation, population.....	4
2.2.Le patrimoine .....	5
2.3.Les axes de déplacement majeurs .....	6
2.4.La localisation de l'activité économique.....	7
2.5.Eléments du PLU – Projets urbains .....	8
<b>DIAGNOSTIC.....</b>	<b>9</b>
<b>1. Les règles en vigueur - Règlement Local de Publicité .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Les règles en vigueur - Règles nationales du code de l'environnement.....</b>	<b>10</b>
2.1.Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération : .	10
2.2.Principales règles applicables aux enseignes : .....	11
<b>3. Diagnostic des publicités et des préenseignes : .....</b>	<b>13</b>
3.1.Etat des lieux.....	13
3.2.Analyse réglementaire .....	15
3.3.Analyse qualitative .....	19
3.4.Conclusion.....	24
<b>4. Diagnostic des enseignes :.....</b>	<b>25</b>
4.1.Analyse réglementaire .....	25
4.2.Analyse qualitative .....	30
4.3.Conclusion.....	35
<b>OBJECTIFS POURSUIVIS ET ORIENTATIONS GENERALES .....</b>	<b>36</b>
<b>CONTENU DU REGLEMENT- JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS .....</b>	<b>37</b>
<b>1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage et des règles.....</b>	<b>37</b>
1.1.Limites d'agglomération .....	37
1.2.Présentation du zonage .....	38
1.3.ZPRO .....	39
1.4.ZPR1 .....	40
1.5.ZPR2 .....	41
1.6.ZPR3 et ZPR4 .....	43
<b>2. Enseignes – Justification des règles.....</b>	<b>44</b>

## AVANT-PROPOS

L'affichage publicitaire est un moyen d'expression et de communication qui compose un élément marquant du cadre de vie urbain, qui impacte le paysage et peut devenir source de pollution visuelle, en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

L'installation des publicités, des préenseignes et des enseignes est réglementée par le code de l'environnement, dont les dispositions visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages. Cette réglementation prévoit qu'un Règlement Local de Publicité (RLP) puisse être élaboré, dans le but d'adapter les dispositions nationales au contexte local.

Depuis l'arrêté municipal du 23/11/1987, un Règlement Local de Publicité est en vigueur sur la ville. Cependant, compte tenu de l'évolution urbaine, des techniques en matière d'affichage, les dispositions de ce règlement se trouvent difficiles à appliquer. Il ne prévoit, par ailleurs, aucune disposition relative à l'installation des enseignes.

D'autre part, la ville souhaite conserver le pouvoir de police de la publicité à l'échéance de juillet 2020, date de caducité des règlements non révisés d'ici là.

Ainsi, le conseil municipal de Lons a délibéré le 18 septembre 2015 afin d'engager la révision de son Règlement Local de Publicité.

Conformément à l'article R.581-73 du code de l'environnement, ce présent rapport de présentation s'appuie sur le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

# CONTEXTE

## 1. Compétence

L'article L.581-14 du Code de l'environnement prévoit que le RLP soit élaboré ou révisé par l'Établissement Public de Coopération Intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, ou, à défaut, par la commune.

Depuis l'arrêté préfectoral du 4 décembre 2015, la Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées détient cette compétence.

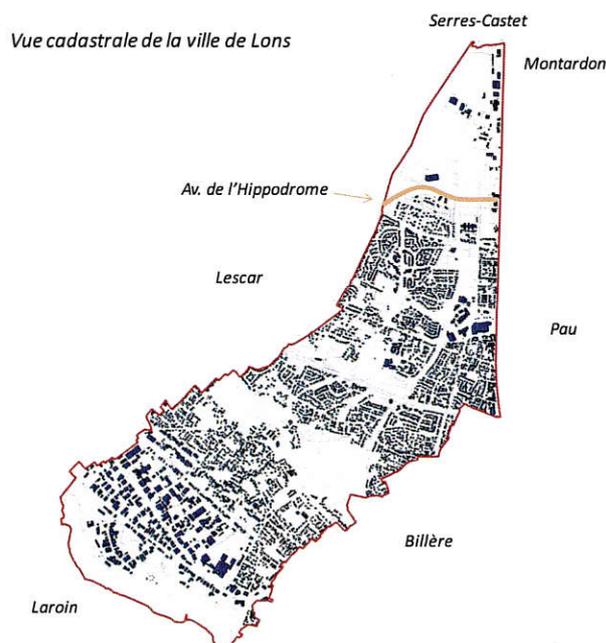
**Suite à des délibérations concordantes de la Ville et de la Communauté d'Agglomération, cette dernière poursuit la procédure de révision engagée par la délibération du Conseil Municipal de Lons du 18 septembre 2015.**

## 2. Présentation du territoire

### 2.1. Situation, population

La ville compte 12 913 habitants (au 1<sup>er</sup> janvier 2019 – source Insee) et fait partie de l'unité urbaine de Pau, qui compte environ 200 000 habitants.

L'agglomération unique de la commune est centrée sur un territoire communal d'environ 11.5 km<sup>2</sup>. L'urbanisation est principalement concentrée dans la partie communale comprise entre la Saligue du Gave de Pau, au sud et l'avenue de L'Hippodrome, au nord :



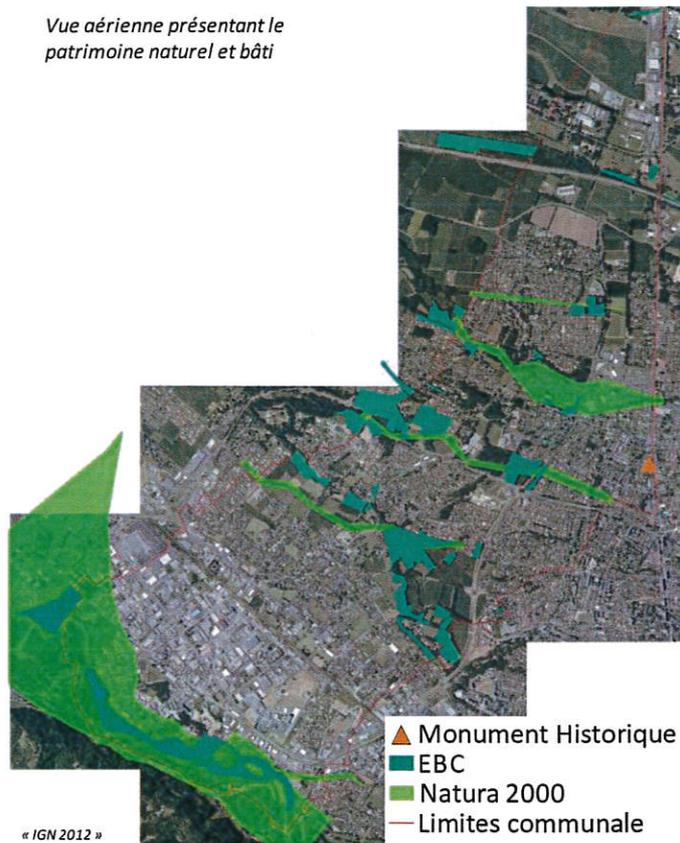
**Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur à Lons sont celles d'une agglomération de plus de 10 000 habitants.**

## 2.2. Le patrimoine

La ville possède sur son territoire :

- Un monument historique : l'Eglise Saint-Julien, avenue Jean Mermoz (arrêté du 20 janvier 2016),
- Plusieurs zones classées « Natura 2000 »,
- Des Espaces Boisés Classés (EBC) identifiés par le PLU en vigueur :

*Vue aérienne présentant le patrimoine naturel et bâti*



Le Code de l'environnement prévoit les protections suivantes vis-à-vis de ce patrimoine :

- Une interdiction absolue de publicité sur le monument historique,
- Une interdiction relative [\*] de publicité aux abords du monument historique : c'est-à-dire, dans le cadre de la révision du RLP, et en absence de périmètre délimité des abords, dans un périmètre de 500 m autour du monument historique, en présence de covisibilité avec ceux-ci,
- Une interdiction relative [\*] de publicité en zone Natura 200, en agglomération.

*[\*] : L'interdiction est dite relative, dans la mesure où le RLP peut déroger à cette interdiction, conformément aux dispositions de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.*

- Une interdiction de publicité scellée au sol, lumineuse ou non, dans les Espaces Boisés Classés situés en agglomération.

Cette interdiction est également applicable à la publicité supportée par le mobilier urbain.

Un règlement local de publicité ne peut déroger à cette interdiction.

### 2.3. Les axes de déplacement majeurs

Les axes de déplacement majeurs sont constitués par :

- Des routes classées à grande circulation, situées hors agglomération : ———
  - RD 834, jusqu'à l'intersection avec la RD 817 (av des martyrs du Pont Long)
  - RD 817 (av de l'hippodrome)
- D'autres axes majeurs : ———
  - Avenues Jean Mermoz et Didier Daurat (RD 834), axe nord-sud reliant Pau à Bordeaux,
  - Bd Charles de Gaulle, axe est-ouest reliant Pau à Bayonne,
- Des voies interurbaines : ———
  - Bd de l'Europe (RD 8134), axe nord-sud reliant Pau à Bordeaux,
  - Av de Santoña, axe est-ouest.

L'autoroute A64 traverse la commune au nord, sans perméabilité.



## 2.4. La localisation de l'activité économique

L'activité économique est répartie sur trois pôles :

✓ **Zones d'activités artisanale, industrielle ou commerciale :**

- ZI du Pont Long (au nord) : principalement artisanat,
- ZA Le Mail (à l'est) : activités commerciales, autour d'un supermarché,
- ZI Induspal, Malihonda : au sud : commerce, artisanat et industrie légère.

✓ **Axes majeurs :**

- Avenues Jean Mermoz, Didier Daurat et des Martyrs du Pont Long,
- Boulevard Charles de Gaulle.

Ces axes mêlent habitat et activités ; ces dernières sont installées soit dans des bâtiments de type « hangar », soit dans de l'habitat traditionnel transformé, soit en rez-de-chaussée d'immeuble.

✓ **Îlots commerciaux de quartiers :**

- Perlic,
- Pesqué

A noter que le quartier du centre bourg est dénué de commerces.



## **2.5. Éléments du PLU – Projets urbains**

Le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) du 20 novembre 2015 a précisé, par exemple, les enjeux suivants, en lien avec l'élaboration du présent Règlement Local de Publicité :

- ✓ **Conforter l'identité et la cohérence urbaine de la commune, et notamment :**
  - Poursuite un développement de certains quartiers dans la cohérence de leur vocation actuelle (économique, habitat,..)
  - Poursuivre l'aménagement qualitatif et paysager du boulevard de l'Europe,
  
- ✓ **Valoriser le cadre de vie par la protection des paysages, la promotion des mobilités douces et la prise en compte des risques et nuisances :**
  - Veiller à prendre en compte les perspectives remarquables sur la chaîne des Pyrénées,
  - Valoriser les composantes naturelles et les éléments structurants du paysage : coulée verte du gave de Pau, coteau boisé, petits cours d'eau
  - Préserver le patrimoine architectural du centre ancien
  - Favoriser la qualité paysagère des voies interurbaines
  - Engager la requalification paysagère et urbaine du boulevard Charles de Gaulle
  - Améliorer l'image de la zone industrielle sud, notamment les espaces de transition avec la coulée verte du gave
  
- ✓ **Favoriser l'extension du tissu économique, en veillant à la qualité d'aménagement des zones d'activités :**
  - Assurer la visibilité des établissements,
  - Limitation des panneaux par le biais du RLP, dans un souci de préservation du cadre de vie et des paysages.

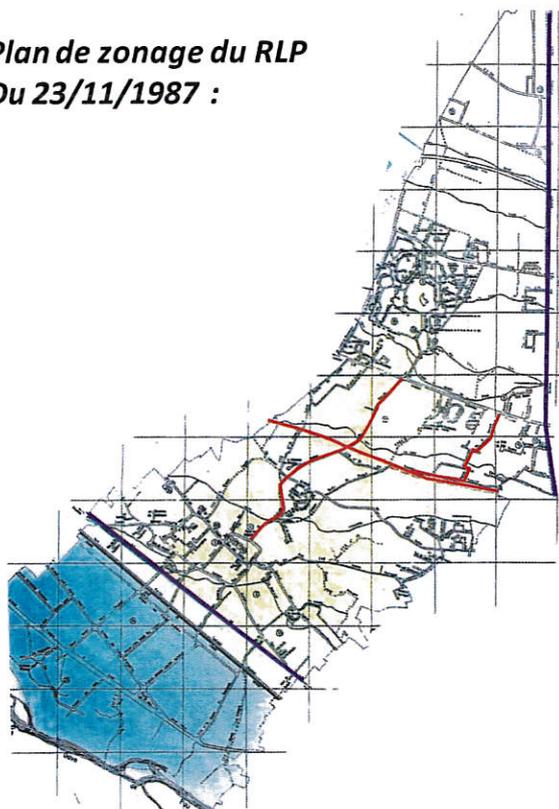
# Diagnostic

## 1. Les règles en vigueur - Règlement Local de Publicité

La ville dispose d'un RLP : arrêté municipal du 23/11/1987.

4 Zones de Publicité Restreinte (ZPR) ont été définies, instituant des règles pour les publicités et les préenseignes ; les enseignes ne sont pas traitées.

**Plan de zonage du RLP  
Du 23/11/1987 :**



- ZPR1 : 
- ZPR2 : 
- ZPR3 :
  - ZPR3a (zone industrielle) : 
  - ZPR3b (Bd Charles de Gaulle & RD 834) : 

ZONE	REGLES
<b>ZPR1</b> : secteur à protéger : av de Santofña, rue du Château, av du Moulin, tronçon de l'actuel bd de l'Europe	Publicité interdite
<b>ZPR2</b> : reste agglomération	Publicité limitée à l'existant (de 1987)
<b>ZPR3a</b> (zone industrielle)	Installation possible au dessus d'un linéaire de façade d'unité foncière de 50 m ; intervalle résultant entre deux emplacements : minimum 50 m.
<b>ZPR3b</b> (Bd Charles de Gaulle & RD 834)	Installation possible au dessus d'un linéaire de façade d'unité foncière de 40 m ; intervalle résultant entre deux emplacements : minimum 40 m.

## 2. Les règles en vigueur - Règles nationales du code de l'environnement

Les règles nationales du code de l'environnement (L.581-1 à L.581-45 et R.581-1 à R.581-88) sont applicables à Lons, sauf si le RLP prévoit une disposition différente, auquel cas, elle se substitue à la règle nationale.

Les règles nationales les plus significatives sont précisées ci-après.

### 2.1. Principales règles applicables aux publicités et aux préenseignes situées en agglomération :

*(hors agglomération, publicité et préenseignes sont interdites)*

**S'appliquent les interdictions liées au patrimoine, vues en 2.2. du chapitre « Contexte » :**

- Interdiction relative (\*) aux abords du monument historique,
- Interdiction relative (\*) en zone Natura 2000
- Interdiction de publicité scellée au sol et de publicité sur mobilier urbain dans les Espaces Boisés Classés du PLU.

*(\*) : Interdiction relative : un RLP peut déroger à ces interdictions*

<b>Supports interdits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation ;</li> <li>• Les murs de bâtiments sauf s'ils sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.5 m<sup>2</sup> ;</li> <li>• Les clôtures non aveugles, les murs de cimetière et de jardin public.</li> </ul>
<b>Densité (propriété privée)</b>	<p>Lorsque la longueur du linéaire de façade de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inférieure ou égale à 80 m : 1 seul dispositif, mural ou scellé au sol Par exception : soit 2 dispositifs alignés verticalement ou verticalement sur un mur support, soit 2 dispositifs scellés ou posés au sol, si le linéaire de façade est supérieur à 40 m.</li> <li>• Supérieure à 80 m : 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.</li> </ul> <p><i>La règle de densité s'applique pour tout format de dispositif, pour tout type d'installation et pour tout type de publicité (non lumineuse ou lumineuse)</i></p>
<b>Apposition sur un mur</b>	<p><u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apposition à plus de 0.5 m du niveau du sol,</li> <li>• Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte,</li> <li>• Pas de dépassement des limites de l'égout du toit,</li> <li>• Installation sur le mur ou parallèlement au mur,</li> <li>• Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m,</li> <li>• Suppression préalable des publicités préexistantes,</li> <li>• Surface maximale : 12 m<sup>2</sup>,</li> <li>• Hauteur maximale par rapport au sol : 7.50 m.</li> </ul>

<p><b>Apposition sur un mur</b> <i>(suite)</i></p>	<p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte,</li> <li>• Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte,</li> <li>• Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie,</li> <li>• Interdiction d'installation sur un garde-corps de balcon ou de balconnet,</li> <li>• Interdiction d'installation sur une clôture,</li> <li>• Surface maximale : 8 m<sup>2</sup>,</li> <li>• Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.</li> </ul>
<p><b>Installation scellée ou posée au sol</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une voie publique située hors agglomération,</li> <li>• Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, lorsque le dispositif se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie,</li> <li>• Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété,</li> <li>• Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.</li> </ul> <p><u>Publicités non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface maximale : 12 m<sup>2</sup>,</li> </ul> <p><u>Publicités lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface maximale : 8 m<sup>2</sup>.</li> </ul>
<p><b>Extinction</b></p>	<p>Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.</p>
<p><b>Préenseignes temporaires</b></p>	<p>Elles peuvent être installées au plus tôt 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.</p>

## 2.2. Principales règles applicables aux enseignes :

<p><b>Règles générales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matériaux durables,</li> <li>• Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement,</li> <li>• Suppression de l'enseigne et remise en état des lieux dans les 3 mois suivant la suppression de l'activité,</li> <li>• Extinction des enseignes entre 1h et 6h (sauf si l'activité fonctionne dans cette période),</li> <li>• Interdiction des enseignes clignotantes (sauf pour les pharmacies et services d'urgence).</li> </ul>
--------------------------------	---

<b>Apposition à plat ou parallèle au mur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte,</li> <li>• Pas de dépassement des limites de l'égout du toit,</li> <li>• Saillie par rapport au mur inférieure à 0.25 m,</li> <li>• Sur un auvent, une marquise, la hauteur de l'enseigne est limitée à 1 m,</li> <li>• Devant un balcon ou une baie : la hauteur de l'enseigne est limitée à celle du garde-corps.</li> </ul>
<b>Apposition perpendiculaire au mur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de dépassement de la limite supérieure du mur,</li> <li>• Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m,</li> <li>• Interdiction d'installation devant une fenêtre ou un balcon.</li> </ul>
<b>Surface maximale des enseignes sur façade</b>	<p>La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (à plat sur mur et perpendiculaires au mur) ne doit pas excéder :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup>,</li> <li>• 15 % de la surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m<sup>2</sup>.</li> </ul>
<b>Installation en toiture</b>	<p>Pour le cas le plus courant de l'activité exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigne réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base,</li> <li>• Hauteur maximale de l'enseigne : 3 m,</li> <li>• Surface cumulée maximale des enseignes sur toiture d'un même établissement : 60 m<sup>2</sup>.</li> </ul>
<b>Installation scellée ou posée au sol (&gt; 1 m<sup>2</sup>)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin, lorsque l'enseigne se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie,</li> <li>• Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, sauf enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds voisins,</li> <li>• Densité limitée à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée,</li> <li>• Surface maximale : 12 m<sup>2</sup> en agglomération – 6 m<sup>2</sup> hors agglomération,</li> <li>• Hauteur maximale par rapport au sol : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 6.50 m, si la largeur est supérieure ou égale à 1 m,</li> <li>✓ 8 m, si la largeur est inférieure à 1 m.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Extinction</b>	<p>Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Si ce n'est pas le cas, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.</p>

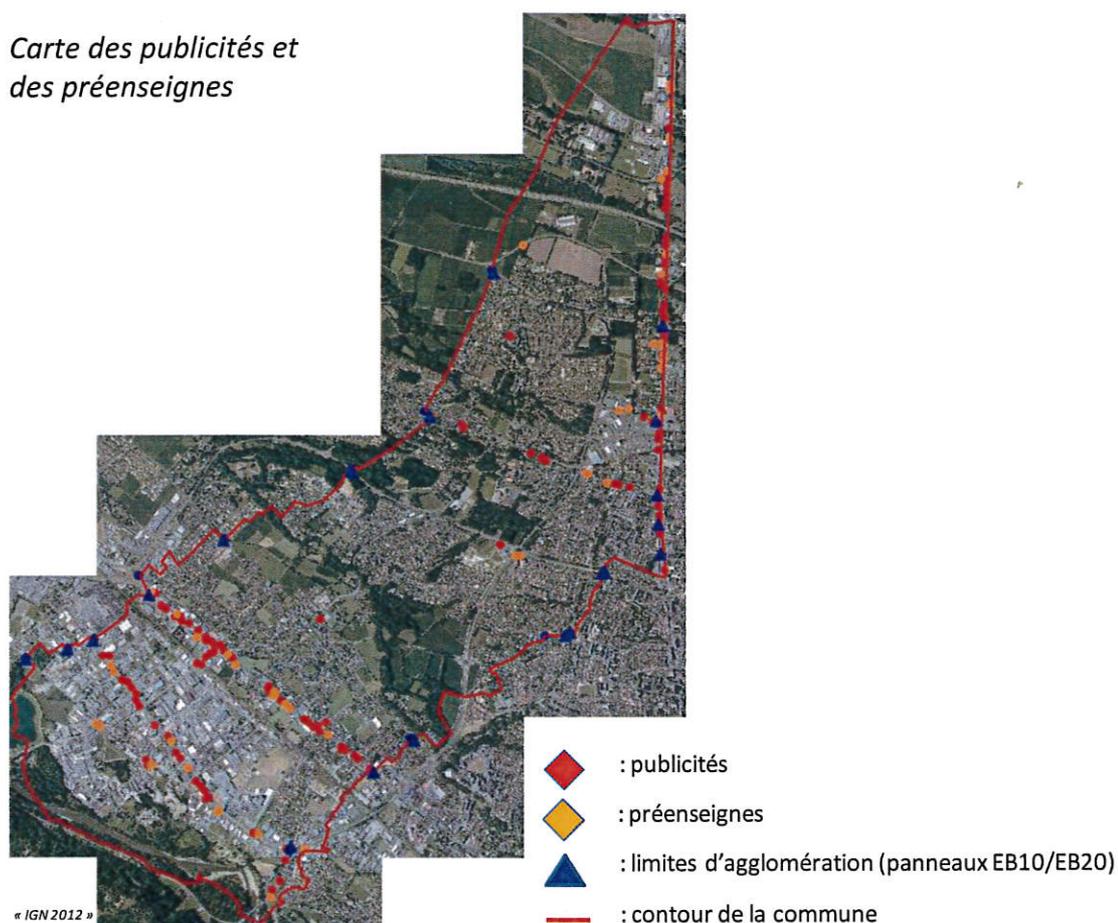
### 3. Diagnostic des publicités et des préenseignes :

#### 3.1. Etat des lieux

205 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal lors de l'inventaire, réalisé en 2016.

Celles-ci sont représentées sur les cartes ci-dessous ; une première carte représente la localisation des publicités et des préenseignes, la seconde carte représente la localisation de la publicité sur mobilier urbain.

*Carte des publicités et des préenseignes*



**Les publicités et préenseignes sont installées quasi exclusivement sur les axes suivants :**

- RD 834, axe Pau-Bordeaux
- Bd Charles de Gaulle,
- Avenues André-Marie Ampère et des Frères Montgolfier,
- Avenue Erckmann Chatrian.

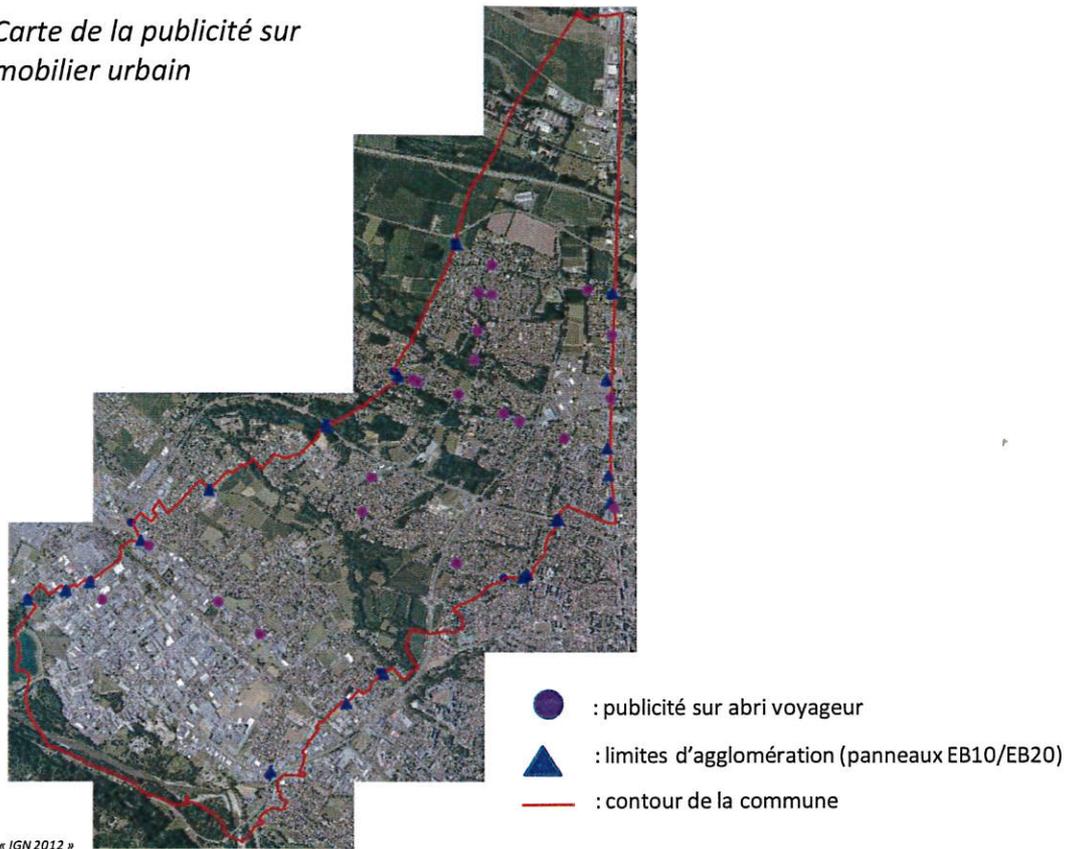
On note la présence d'environ 90 supports de 12 m<sup>2</sup> (4X3), il s'agit du format majoritairement rencontré sur la ville.

Le format de 8 m<sup>2</sup> est encore assez peu développé, avec 15 supports. Les petits formats (< 1.5 m<sup>2</sup>) représentent une cinquantaine de supports.

Les exploitants sont au nombre de 60, dont 15 afficheurs.

Lors de l'inventaire, 3 publicités numériques ont été recensés, se situant toutes bd Charles de Gaulle.

### Carte de la publicité sur mobilier urbain



#### La publicité sur mobilier urbain est présente essentiellement :

- Avenue Erckmann Chatrian,
- Bd Blériot,
- Bd Charles de Gaulle,
- Av Didier Daurat.

Il ne s'agit que d'abris voyageurs, de surface unitaire d'affichage 2 m<sup>2</sup>. Leur positionnement répond à un besoin lié au circuit de transport urbain. Le contrat de mobilier urbain est géré par la Communauté d'Agglomération.

La ville est propriétaire de quelques planimètres, qui satisfont à ses besoins de communication ; aucune publicité n'y figure.

### 3.2. Analyse réglementaire

Un peu moins de la moitié des supports recensés est en infraction par rapport aux règles nationales ou locales. Le tiers environ des motifs d'infraction relève des dispositions locales.

**Illustration des principaux cas d'infraction** (photographies d'illustration – non exhaustives) :

1. **Installation sur des supports interdits : équipements concernant la circulation routière, poteaux électrique, candélabre, clôtures non aveugles, murs de bâtiment non aveugle,...**  
(R.581-22 du CE)



Les supports en infractions sont de dimensions modestes. Ces supports sont également concernés par l'absence d'autorisation du propriétaire.

Les infractions relatives aux préenseignes peuvent correspondre à une déficience de la Signalisation d'Intérêt Local (SIL)



*Installation sur clôtures non aveugles*



*Installations sur mur de bâtiment non aveugle*

*Le microaffichage obéit également à cette règle*

2. Autres infractions relatives aux installations murales :

- dépassement des limites du mur (R.581-27 du CE)
- dépassement du niveau de l'égout du toit (R.581-27 du CE)
- saillie supérieure à 25 cm (R.581-28 du CE)



Dépassement des limites du mur



Au dessus du niveau de l'égout du toit  
Saillie supérieure à 25 cm

3. Infractions relatives aux installations scellées au sol :

- Non respect distance à limite séparative - H/2 (R.581-33 du CE)
- Hauteur supérieure à 6 m (R.581-32 du CE)



Non respect du « H/2 »



Hauteur supérieure à 6 m

4. Installation sur le domaine public sans autorisation (L.581-24 du CE)



5. Publicité sur un arbre (L.581-4 du CE) :



6. Publicité ou préenseigne en zone Natura 2000 (L.581-8 du CE)



*Les deux supports se situent boulevard de l'Europe*

Il ne s'agit à ce jour que d'une infraction « potentielle », si le RLP en cours d'élaboration ne prévoit pas de déroger à cette interdiction. En effet, ces supports se situent en ZPR3a du RLP en vigueur, où la publicité est admise.

## 7. Publicité ou préenseigne aux abords du monument historique (L.581-8 du CE)



*Eglise Saint-Julien visible en arrière-plan*



*Eglise Saint-Julien non visible sur la photo  
Située au nord du support*

Les deux illustrations ci-dessus se situent à moins de 100 m du monument historique ; il s'agit d'ailleurs des seules publicités présentes dans ce périmètre.

Comme pour Natura 2000, il ne s'agit que d'une infraction « potentielle », si le RLP en cours d'élaboration ne prévoit pas de déroger à cette interdiction. En effet, ces supports se situent en ZPR3b du RLP en vigueur, où la publicité est admise ; le monument historique a par ailleurs été inscrit récemment : 20/01/2016.

Dans le cadre de la présente révision du RLP, il convient de projeter l'analyse sur un périmètre de 500 m. En effet, c'est ce nouveau périmètre qui, en l'absence de Périmètre Délimité des Abords (PDA), devient la nouvelle règle d'interdiction relative de publicité. L'analyse conduit à inclure trois autres publicités, deux au nord de l'église, une au sud.

L'église étant en retrait par rapport à l'axe, et relativement enclavée dans le bâti environnant, la covisibilité se réduit rapidement à des angles de vues très limités.

## 8. Infractions relatives au RLP arrêté le 23/11/1987

Le diagnostic a mis en évidence que :

- Quelques publicités, toutes de petit format, sont situées en zone d'interdiction (ZPR1),
- Des publicités sont situées en ZPR2 (environ 35 supports). Or, dans cette zone, la publicité est limitée à l'existant de 1987. Le référentiel de 1987 n'a pas été enregistré, ce qui conduit à « supposer » qu'un certain nombre des supports d'aujourd'hui n'étaient pas présents à l'époque. Cependant, l'appréciation de l'infraction reste délicate et met en évidence la difficulté de gestion dans le temps d'une telle règle.
- En ZPR3a et en ZPR3b, quelques problèmes d'interdistances non respectées entre deux supports ont été mis en évidence ; une dizaine de supports environ sont concernés.

### 3.3. Analyse qualitative

De nombreux quartiers et axes sont totalement épargnés par la présence publicitaire. Les zones vertes, non urbanisées et les axes boisés (par exemple le boulevard de l'Europe, l'avenue de Santoña) sont épargnés par la publicité, hormis le long de la RD 834, au nord de l'avenue de l'Hippodrome, et aux abords du Gave de Pau et du boulevard de l'Europe.

- ✓ Sur certains axes, la publicité a beaucoup d'impact, elle dénature le paysage, du fait des surfaces et des densités en jeux. La répétitivité des installations impacte l'environnement.



RD 834



Induspal



Les règles nationales n'apportent qu'une solution partielle à la problématique, en imposant une densité limitée au sein d'une même unité foncière, mais il est impossible de définir un critère d'interdistance entre panneaux appartenant à des unités foncières distinctes.

- ✓ L'impact visuel est fort lorsque l'installation est réalisée dans un environnement non urbanisé ou peu urbanisé :



- ✓ Des supports sont en covisibilité avec la chaîne des Pyrénées :



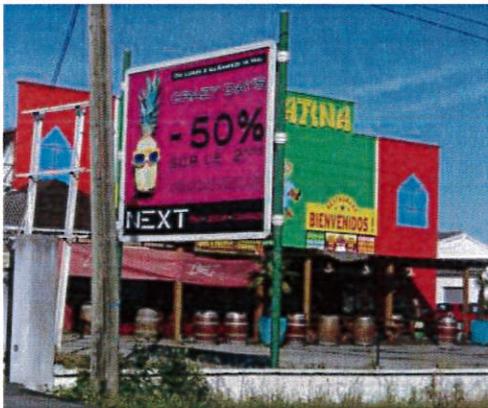


*Bd Charles de Gaulle, l'impact est renforcé en cas d'installation sur une parcelle non bâtie*

- ✓ Certaines publicités de grand format paraissent surdimensionnées, en limite du domaine public, sur des axes peu larges ou dans les intersections :



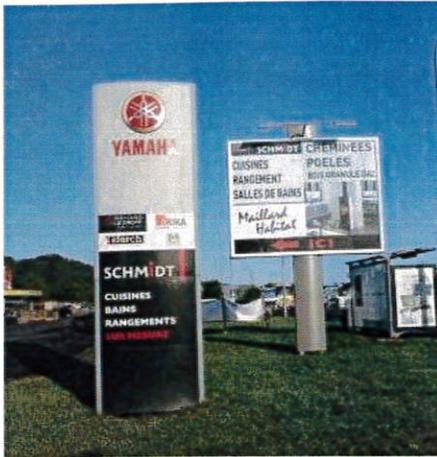
- ✓ Dans certains cas, la présence de publicités en premier plan vient réduire le champ de vision sur l'axe et la visibilité des enseignes en arrière plan :



- ✓ La cohabitation entre publicité et enseigne n'est pas heureuse et induit une certaine confusion ; elle ne met pas en valeur la communication portée par l'enseigne :



*Enseignes et publicités partageant les mêmes supports*



*Publicités et enseignes sont proches et utilisent parfois les mêmes types de supports*

✓ La qualité des installations pêche parfois :



*Structure épaisse masquant un montage anormal*



*Finition approximative*



*Passerelle imposante*

- ✓ L'impact des publicités lumineuses numériques peut être fort :



*Bd Charles de Gaulle - Affichage visible en direction de Bayonne – surface affichage 8 m<sup>2</sup>*

*Ce support est impactant de par sa surface et sa luminosité, dans un environnement dégagé.*



*Bd Charles de Gaulle - Affichage visible en direction de Pau – surface affichage 6 m<sup>2</sup>*

*Ce support est impactant, car l'affichage est visible juste après une perspective sur les Pyrénées.*

### **3.4. Conclusion**

Là où la publicité est présente aujourd'hui à Lons, elle impacte l'environnement, de par les surfaces en jeu, les densités, et l'intégration parfois dans un cadre vert ou naturel, éventuellement en covisibilité avec les Pyrénées.

La présence publicitaire, en premier plan, est souvent prédominante par rapport à celle des enseignes.

La mise en œuvre des règles issues de la loi ENE permettra de résorber certaines situations. Une amélioration plus complète résultera d'un zonage et de règles adaptées dans le RLP, influençant surfaces, densités et positionnements.

Les nouvelles règles se devront d'intégrer les modes d'affichage dont l'usage se développe, tels que les écrans numériques par exemple.

## 4. Diagnostic des enseignes :

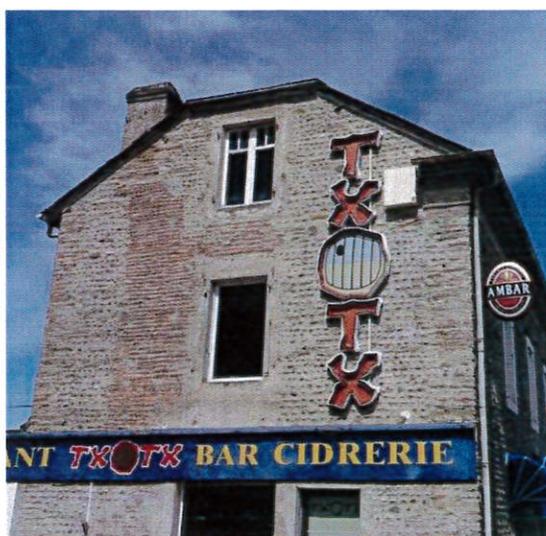
### 4.1. Analyse réglementaire

**Illustration des principaux cas d'infraction** (photographies d'illustration – non exhaustives) :

#### 1. Enseigne hors du lieu d'activité (L.581-3 du CE) :

Une enseigne doit se situer sur les lieux où l'activité est exercée (façade commerciale) ; Elle permet d'identifier la situation de l'activité.

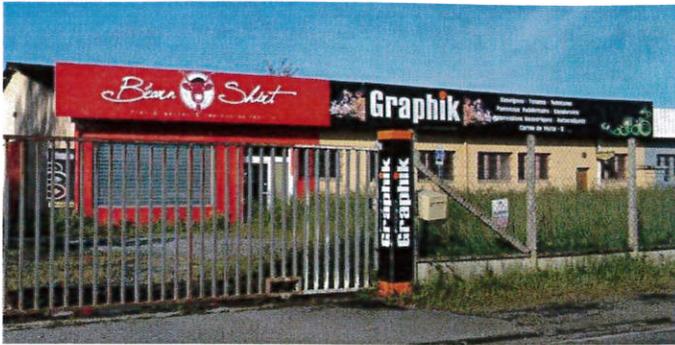
Les installations ci-dessous apparaissent non conformes ; les enseignes perpendiculaires sont souvent touchées par ce problème :



#### 2. Enseigne maintenue après cessation d'activité (R.581-58 du CE) :

Une enseigne doit être supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux doivent être remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.





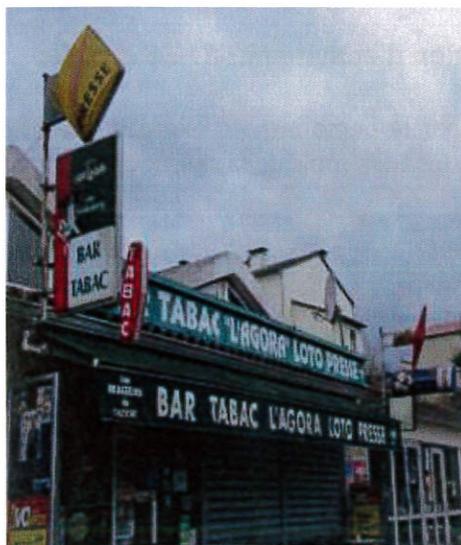
Cette infraction est susceptible d'affecter durablement et intensément le cadre de vie.

### 3. Enseignes murales non conformes :

➤ Dépassement des limites du mur :



Enseignes à plat sur mur  
(R.581-60 du CE)



Enseignes perpendiculaires au mur  
(R.581-61 du CE)

➤ Saillie supérieure à 25 cm (R.581-60 du CE)



4. Enseignes scellées ou posées au sol non conformes :



Illustration de 3 drapeaux cumulant plusieurs infractions :

*R.581-64 du CE :*

- Non respect du « H/2 »
- Non respect des 10 m / baies voisines

*R.581-65 du CE :*

- Hauteur non conforme (> 6.5 m)
- Surnombre (infraction applicable à partir de 07/2018)



Les rajouts sur le support initial rendent la surface non conforme à l'horizon de 07/2018 (> 12 m<sup>2</sup>)



A l'horizon de 07/2018, les enseignes scellées ou posées au sol de plus d'1 m<sup>2</sup> sont limitées à 1 le long de la voie bordant l'activité

Ces cas illustrent cette infraction à venir

### 5. Enseignes en toiture non conformes :



Quelques enseignes en toiture sont formées de panneaux pleins, au lieu de lettres découpées (R.581-62 du CE)

**6. Enseignes ne respectant pas l'accessibilité**  
Décret n° 2006-1658 du 21 déc 2006



*Certaines enseignes encombrent les trottoirs, obligeant le piéton à emprunter la voie*

**7. Enseignes en mauvais état (R.581-58 du CE)**



*Les enseignes mal-entretenuées nuisent à la qualité perçue du commerce*

## 4.2. Analyse qualitative

- Les enseignes scellées au sol ont un impact fort, de par leur densité, la variété de leurs formes et de leurs installations.

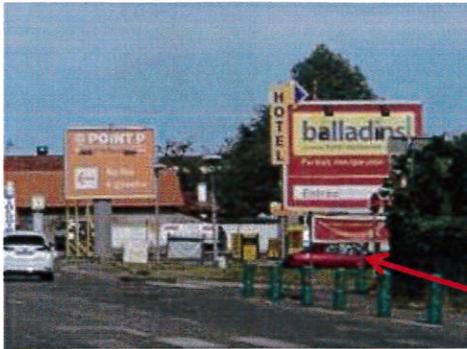
Même les « petites » enseignes scellées au sol peuvent conduire à une surcharge, si elles sont nombreuses.



Surcharge apportée par le nombre et la diversité des enseignes scellées au sol, avec la vision sur le monument historique en fond

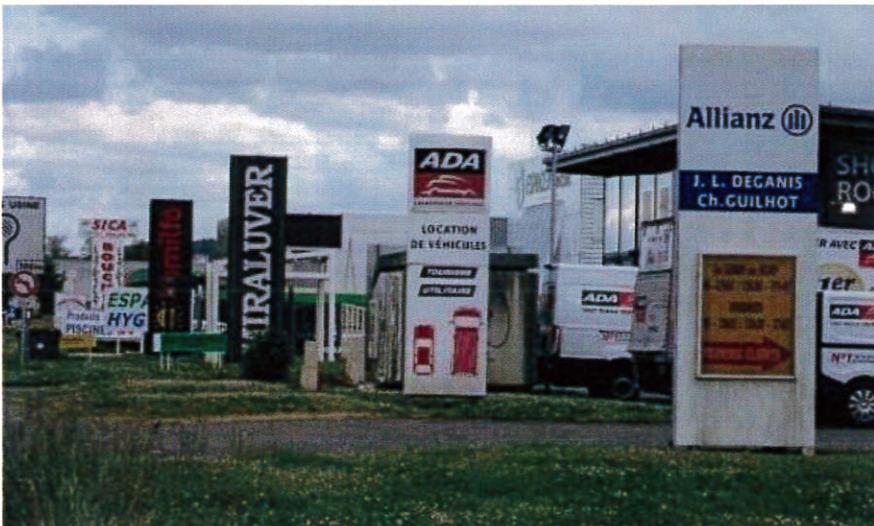
L'application de la règle nationale de densité permettra, à terme, de limiter le nombre des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> de surface.

- Les enseignes scellées au sol cohabitent parfois mal avec les publicités ; leur forme et leur surface « 4X3 » conduit à une confusion sur le commerce en présence :



*Multitude de supports de toutes natures*

- Les enseignes scellées au sol de forme « totem » permettent de bien identifier le commerce ; toutefois, leur impact sur l'environnement est fort dès lors que les surfaces en jeu et les densités sont élevées :



Les totems partagés entre plusieurs activités situées sur une même unité foncière peuvent contribuer à répondre au besoin :



- Les façades sont parfois assez chargées d'enseignes : la problématique relève autant du nombre que de la surface.





Pour ce qui concerne la surface, l'application de la règle nationale d'occupation maximale des façades permettra, à terme, de limiter la surface des enseignes.

- Les enseignes en façade sont parfois installées sans recherche de symétrie ou d'harmonie d'ensemble :



- Les clôtures, ajourées ou non, supportent fréquemment des enseignes :



*Dans les zones artisanales, ces enseignes peuvent remplacer une enseigne scellée au sol.*

- Installées sur les clôtures, sur supports scellés ou posés au sol, ou sur un mur, les banderoles ont un impact visuel fort ; une installation dégradée nuit à l'image perçue du commerce :



#### 4.3. Conclusion

On peut dire que les enseignes affectent autant le paysage que les publicités, de par principalement le nombre d'enseignes scellées au sol, ainsi que la diversité de leurs types de formats et d'installations.

Les façades sont parfois chargées d'enseignes.

Les nouvelles règles du code de l'environnement, applicables pour tous les supports en 2018, permettront d'atteindre un premier niveau d'amélioration. Le RLP pourra de son côté prévoir des règles visant à assurer une bonne intégration des enseignes dans leur environnement et à assurer une mise en valeur des activités.

Les techniques dont l'usage se développe : banderoles, écrans numériques pourront faire l'objet de règles spécifiques, afin de traduire dans le règlement local à venir les volontés de la ville en regard de ces nouveaux supports.

## Objectifs poursuivis et orientations générales

Les objectifs poursuivis par la ville ont été déterminés en amont de l'étude, lors de la prise de décision de réviser du RLP, qui s'est traduite par la délibération du 18 septembre 2015.

Ces objectifs sont les suivants :

- Préserver et valoriser les composantes naturelles et paysagères qui fondent la qualité du cadre de vie et de l'environnement de la commune,
- Concilier les demandes d'affichages publicitaires des usagers, professionnels et commerçants avec un développement urbain et paysager harmonieux,
- Prendre en compte les risques et les nuisances liés à la publicité,
- Préserver / soulager les axes urbains et entrées de ville qui structurent et caractérisent le territoire communal,
- Prendre en compte l'apparition de nouvelles technologies et élaborer des prescriptions spécifiques en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires (panneaux d'affichage, préenseignes et enseignes),
- Permettre à la commune de conserver après 2020 les compétences d'instruction et de police de l'affichage publicitaire sur son territoire.

A partir de ces objectifs, et de l'analyse précédemment présentée, les orientations générales qui se dégagent sont les suivantes :

### **1. Préservation des quartiers non investis par la publicité, des zones naturelles et paysagères, des vues sur les Pyrénées :**

- ✓ En interdisant ou en limitant fortement la publicité dans ces zones

### **2. Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement :**

- ✓ En mettant en place des limitations de surfaces et/ou de densités, ainsi que des reculs, en cohérence avec l'environnement d'installation,
- ✓ En imposant des formes, des critères qualitatifs sur les supports eux-mêmes, qu'il s'agisse de publicités ou d'enseignes,
- ✓ En cadrant l'installation des enseignes impactant le plus fortement l'environnement.

### **3. Prise en compte des nouvelles techniques en matière de publicité / enseigne :**

- ✓ En mettant en place des règles spécifiques aux supports numériques,
- ✓ En réglementant l'usage des banderoles ou de divers autres supports tels que les vitrophanies.

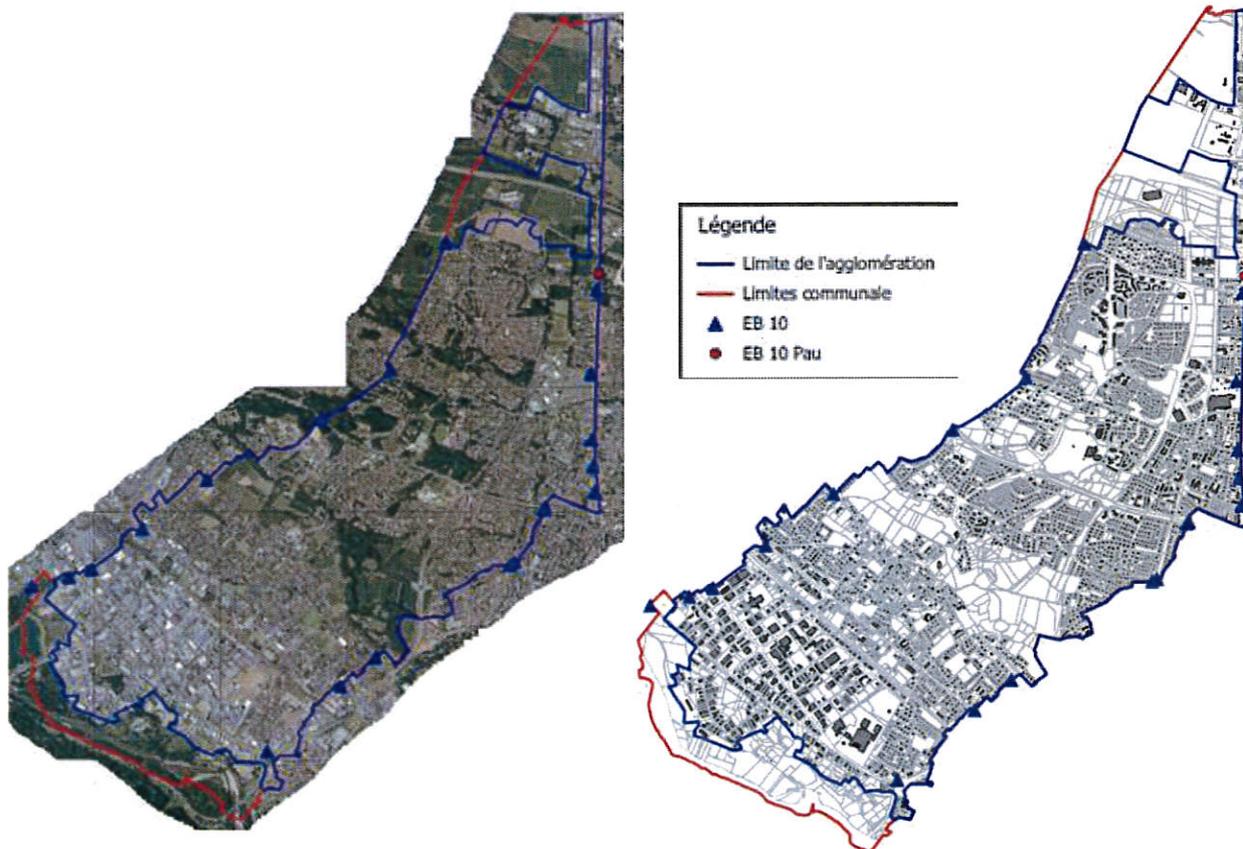
## Contenu du règlement- Justification des choix retenus

### 1. Publicités et préenseignes – Justification du zonage et des règles

#### 1.1. Limites d'agglomération

Les limites de l'agglomération de Lons ont été définies, un arrêté a été pris pour application du code de la route (annexe 2 du RLP).

Les cartes ci-dessous présentent, sur un fond orthophotographique et sur un fond de plan cadastral, le contour communal (en rouge) et celui de l'agglomération en bleu) :



On note que l'urbanisation est incomplète au nord et au sud de la commune ; le contour tracé pour l'agglomération exclut les zones non agglomérées jouxtant le contour communal nord et sud, mais n'exclue pas les enclaves boisées, qui ne sont par ailleurs pas nécessairement concernées par la présence d'axes de circulation.

Compte tenu d'une certaine continuité de bâti sur l'axe RD 834 (Pau – Bordeaux), malgré quelques coupures (autoroute A64, centre équestre), il a été décidé d'inclure dans le contour

aggloméré la zone Industrielle du Pont-Long, située au nord de la commune et comportant quelques habitations.

Cependant, il est important de noter que, le long de cet axe, la commune de Lons débute à l'alignement (aux limites des parcelles privées Lonsoises) ; la chaussée et ses dépendances du côté Lons ayant été annexées à la ville de Pau par la loi Impériale du 2 juillet 1862.

Le long de la RD 834, il appartient donc à la ville de Pau de déterminer l'entrée dans l'agglomération, matérialisée par la présence d'un panneau EB10.

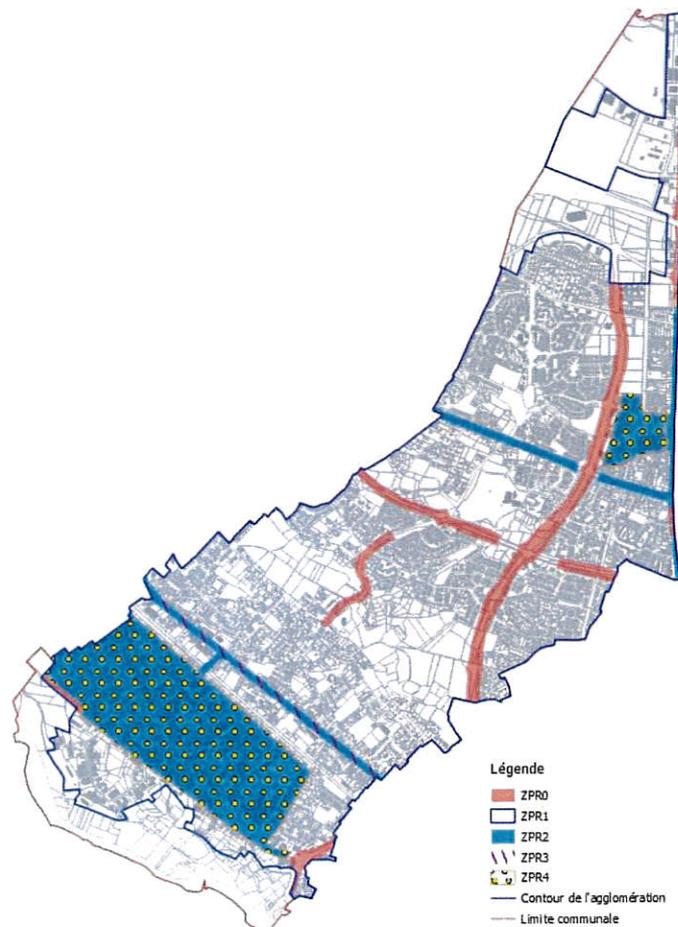
Cette entrée dans l'agglomération a été précisée par l'arrêté pris par le Maire de Pau le 20 novembre 1972, arrêté non remis en cause à ce jour ; elle est représentée par le point rouge figurant sur les cartes ci-dessus.

Au nord de ce point, on doit donc considérer que l'axe se situe hors agglomération, ce qui a notamment pour conséquence d'interdire tout affichage présent sur une publicité scellée au sol et visible depuis celui-ci (R.581-31 du Code de l'environnement). Nous sommes en présence d'un axe longeant une agglomération.

## 1.2. Présentation du zonage

Cinq Zones de Publicités Réglementées (ZPR) sont créées sur le territoire communal : ZPR0, ZPR1, ZPR2, ZPR3 et ZPR4. Les zones ZPR3 et ZPR4 sont un sous-ensemble de la ZPR2.

Les cinq zones, présentées sur le plan de zonage ci-dessous, s'appuient sur les limites actuelles d'agglomération de Lons.



### 1.3. ZPRO

La **ZPRO** correspond aux axes à protéger, il s'agit des axes ou tronçon d'axes suivants :

- Rd 834, depuis le nord de la commune, jusqu'à la parcelle AC410, ce qui correspond à : l'avenue des Martyrs du Pont-Long, le rond point des Combattants d'Afrique du Nord et une partie de l'avenue Didier Daurat.

Ce tronçon présente la particularité d'être inclus dans l'agglomération, mais longé par une route, qui, elle, se situe hors agglomération, ce qui conduit à y rendre impossible l'installation de publicité scellée au sol, dans la mesure où l'affichage ne peut être visible depuis l'axe.

De plus, le bâti se trouve relativement lâche et de nombreuses enclaves arborées, non bâties sur de grandes surfaces, sont présentes.

Enfin, il s'agit d'un axe marquant l'entrée dans l'agglomération Paloise, classé à grande circulation jusqu'au croisement avec l'avenue de l'hippodrome. Il convient de protéger cette entrée de ville fréquentée.

Pour toutes ces raisons, la publicité ne s'intègre pas dans cet environnement.

- Rd 834, avenue Jean Mermoz, aux abords de l'Eglise Saint-Julien, sur un tronçon d'environ 100 m de part et d'autre de l'Eglise.

- Le boulevard de l'Europe, du nord au sud ; à noter qu'il ne traverse pas continument la commune du nord au sud, un tronçon déborde sur Billères. Cet axe n'existait que très partiellement lors de l'élaboration du RLP en 1987.

Du nord jusqu'à Billères, l'axe est situé en ZPR1 du RLP de 1987 (pour le tronçon existant à cette date) ou en ZPR2 du RLP de 1987 (pour le reste du tracé), il était donc protégé par ce RLP de toute installation publicitaire, et en est préservé, ce qui est tout à fait en accord avec l'aménagement qualitatif et paysager de ce boulevard. Il est donc légitime de poursuivre cette protection.

De Billères jusqu'au sud de la commune (gave de Pau), l'axe était en ZPR3a du RLP de 1987, la publicité grand format pouvait donc s'y installer, et elle s'y est installée. Le diagnostic a mis en évidence un impact fort des publicités sur le paysage de la colline boisée du gave de Pau. D'autre part, la zone Natura 200 couvrant une partie de l'axe, il est donc tout à fait cohérent de protéger également cette partie sud du boulevard de l'Europe.

D'autre part, cette protection est en totale cohérence avec l'une des orientations du PADD du PLU « *Poursuivre l'aménagement qualitatif et paysager du boulevard de l'Europe* ».

- Une partie des rues du Château et de l'avenue du Moulin : ces axes offrent des perspectives paysagères de qualité sur les coteaux ; ils sont aujourd'hui exempts de publicité, celle-ci y était interdite par le RLP de 1987. Cette mesure doit être poursuivie.

- L'avenue de Santoña est également protégée par le RLP de 1987 ; la publicité n'est présente aujourd'hui, sur cet axe qualitatif, que sur deux abris voyageurs, à proximité de la Médiathèque, de part et d'autre du boulevard de l'Europe. Par ailleurs, une partie de l'axe est en zone Natura 2000. Il semble donc logique de poursuivre la protection de cet

axe, en droite ligne d'une des orientations du PADD du PLU en vigueur : « Favoriser la qualité paysagère des voies interurbaines », tout en conservant la publicité sur les deux abris voyageurs, eu égard à leur surface limitée et à leur intégration dans l'environnement.

- Enfin, un tronçon de l'avenue Frédéric et Irène Joliot-Curie, à l'ouest de la commune, vers Lescar. Ce tronçon n'est, d'une part, que très peu bâti (sur la partie nord uniquement), et, d'autre part, il est intégré en zone Natura 2000. Il est donc tout à fait logique de le protéger également.

Règle applicable en ZPRO : interdiction de toute publicité, et ce, sur une profondeur de 20 m par rapport à l'alignement.

Le règlement ne déroge, pour les parties concernées :

- ✓ Ni à l'interdiction de publicité dans un périmètre de 100 m autour du monument historique,
- ✓ Ni à l'interdiction de publicité en zone Natura 2000.

Cette règle impactera l'existant, en particulier :

- Sur tout le tronçon « nord » de la RD 834, où la publicité est assez fortement représentée, souvent dans un environnement non bâti,
- Dans le périmètre autour de l'Eglise Saint-Julien,
- Au sud du boulevard de l'Europe, à proximité du gave de Pau.

**Ce zonage et cette règle répondent à l'orientation de :**

- **préservation des quartiers non investis par la publicité, des zones naturelles et paysagères, des vues sur les Pyrénées.**
  - Par l'interdiction de publicité dans cette zone.

#### **1.4. ZPR1**

**La ZPR1** correspond à la partie de l'agglomération non couverte par une autre zone (ZPRO ou ZPR2), et représente les secteurs à protéger de la publicité de grand format.

Dans ce périmètre, on trouve notamment :

- ✓ Des quartiers résidentiels, où la publicité n'est présente que de manière très ponctuelle, notamment sur des abris voyageurs,
- ✓ Les arrières plans de deux zones d'activités :
  - la ZI du Pont-Long, notamment la rue Normandie Niemen ; la publicité n'est pas présente aujourd'hui sur cet axe secondaire de desserte de la zone,

- la partie de la ZI Induspal comprise entre les avenues Frédéric et Irène Joliot Curie / Marcel Dassault et les limites communales ; la publicité n'est pas présente non plus aujourd'hui dans cette zone ; d'autre part, le PADD du PLU en vigueur a notamment prévu d' « améliorer l'image de la zone industrielle sud, notamment les espaces de transition avec la coulée verte du gave ».

Règles applicables en ZPR1 : seul le microaffichage sur les baies commerciales et la publicité sur mobilier urbain, dans la limite de 2 m<sup>2</sup>, sont admis.

En ZPR1, le règlement déroge très ponctuellement aux interdictions relatives de publicités issues de l'article L.581-8 du Code de l'environnement :

- ✓ Aux abords du monument historique : dans les rues autour de l'Eglise (hors RRD 834),
- ✓ En zone Natura 2000, sur quelques points limités où les axes de circulation interfèrent avec les tracés est – ouest Natura 2000.

Toutefois, compte tenu de la rareté des possibilités, de la faiblesse des surfaces publicitaires en jeu, et du besoin d'assurer un service rendu par les abri voyageurs, cette dérogation semble acceptable.

**Ce zonage et cette règle répondent à l'orientation de :**

- **préservation des quartiers non investis par la publicité, des zones naturelles et paysagères, des vues sur les Pyrénées.**
  - Par la forte limitation des possibilités de publicité dans cette zone, et par la limitation des surfaces.

## **1.5. ZPR2**

**La ZPR2** correspond aux emplacements où la publicité peut le plus largement s'installer, avec de plus grands formats :

Cette zone est constituée de la RD 834, pour les tronçons non concernés par la ZPR0, de l'avenue Erckmann Chatrian, de la ZA Le Mail (avec un recul de 50 m par rapport au boulevard de l'Europe) ; de la ZA Induspal, au dessus des avenues Frédéric et Irène Joliot Curie / Marcel Dassault (avec un recul de 50 m par rapport au boulevard de l'Europe) ; du tronçon de l'avenue Joseph-Marie Jacquard joignant la ZI au boulevard Charles de Gaulle, ce dernier étant également inclus en ZPR2.

C'est dans ces zones que la publicité est la plus largement installée, cependant, le diagnostic a mis en évidence des nuisances sur l'environnement.

Règles applicables en ZPR2 : au-delà du microaffichage et de la publicité sur mobilier urbain, la publicité murale ou scellée au sol est admise, mais sous certaines conditions :

- Une surface réduite par rapport au standard actuel (12 m<sup>2</sup>) : 8 m<sup>2</sup>, étant précisé dans le règlement que la surface correspond à celle de l'affichage, et non à celle de la surface « hors tout ». Le choix de cette surface de 8 m<sup>2</sup> permet de réduire l'impact visuel de la publicité, d'améliorer sa perception, puisque les mises en conformité doivent conduire à

la mise en place de supports plus modernes, ce « format » de 8 m<sup>2</sup> étant plus récent. D'autre part, ce choix de format a recueilli l'adhésion des afficheurs présents lors de la réunion technique de concertation. Enfin, celui-ci devrait être le format maximum qui sera choisi par la ville de Pau dans le cadre de la révision de son RLP, ce qui contribuera à tendre vers une homogénéité au niveau de l'agglomération.

Pour le cas particulier des unités foncières non bâties, la surface maximale est limitée à 2 m<sup>2</sup> ; en effet, le diagnostic a mis en évidence un impact des publicités installées dans ces conditions, en particulier au niveau du boulevard Charles de Gaulle, avec un impact sur les perspectives sur la chaîne des Pyrénées. La limitation de leur surface permet de limiter ces effets.

Se rajoute une règle relative à la largeur de la structure, de manière à cadrer la surface « hors tout » des publicités, et d'éviter que la transformation des 12 m<sup>2</sup> en 8 m<sup>2</sup> ne se fasse sans gain réel sur la perception des supports.

- Une densité également réduite par rapport à celle du Code de l'environnement ; Une interdistance est de plus imposée sur une même unité foncière, de manière à éviter les doublons (deux publicités côte à côte). La mise en place d'un seuil en dessous duquel l'installation de publicité n'est pas possible reste dans l'esprit du RLP de 1987 et en conserve les valeurs : 40 m sur les axes, 50 m en zones d'activités. Ces seuils sont plus élevés pour les unités foncières se situant en angle de rue, du fait de la définition même du linéaire de façade.
- Des critères esthétiques sur l'installation sont institués, de manière à rendre une meilleure image des supports et de leur intégration dans l'environnement.

En ZPR2, le règlement déroge très ponctuellement aux interdictions relatives de publicités issues de l'article L.581-8 du Code de l'environnement :

- ✓ Aux abords du monument historique : dans le cadre de la révision de ce RLP, le périmètre d'interdiction prévu par l'article L.581-8 du Code de l'environnement est de 500 m autour du monument, en cas de covisibilité. Le périmètre d'interdiction, constituant la ZPRO, a été réduit à 100 m. Compte tenu de l'enclavement du monument, des parties protégées, se situant à l'intérieur de celui-ci, et de la covisibilité sur des angles de vues très limités le long des axes, il a été décidé cette dérogation, par ailleurs prévue par l'article L.581-8 du Code de l'environnement.
- ✓ En zone Natura 2000, celle-ci traversant le sud de la ZA du Mail et l'avenue Didier Daurat sur une largeur de quelques dizaines de mètres (passage du cours d'eau « l'Ousse ». Cette dérogation se justifie par le fait que le caractère naturel n'est aujourd'hui pas vraiment perceptible sur ce secteur, compte tenu des bâtiments commerciaux en présence.

**Ce zonage et ces règles répondent aux orientations de :**

- **Préservation des zones paysagères, des vues sur les Pyrénées**
- **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement**
  - Par la mise en place de critères d'installation, de surfaces, de densité, ou esthétiques sur les supports.

## 1.6. ZPR3 et ZPR4

**Les ZPR3 et ZPR4** sont un sous ensemble de la ZPR2, associées à la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence, c'est-à-dire, par exemple, la publicité numérique ; en effet, il est apparu important de prévoir des dispositions pour ce mode de publicité qui fait l'objet d'un développement important ces dernières années, et dont la présence fait souvent débat : ce sujet a notamment été abordé largement par les citoyens lors des réunions publiques.

Ce type de publicité est soumis à autorisation préalable, cependant, l'article R.581-76 du Code de l'environnement prévoit que « *La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation [...] ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses* ».

ZPR3 : boulevard Charles de Gaulle, axe très fréquenté, mêlant activités économiques et habitations,

ZPR4 : ZA Le Mail (avec un recul de 50 m par rapport au boulevard de l'Europe et par rapport à l'avenue Didier Daurat) et ZA Induspal, au dessus des avenues Frédéric et Irène Joliot Curie / Marcel Dassault (avec un recul de 50 m par rapport au boulevard de l'Europe).

Les publicités numériques sont aujourd'hui installées le long du boulevard Charles de Gaulle, elles commencent également à s'installer en zone Induspal, par le biais de contreparties.

Le zonage possible pour les publicités numériques n'intègre pas de tronçon de la RD 834 afin de protéger notamment l'entrée de ville, et les vues sur la chaîne des Pyrénées à partir de cet axe.

### Règles applicables en ZPR3 et ZPR4 :

- Une surface réduite par rapport à la norme nationale (8 m<sup>2</sup> hors tout) ; celle-ci est de :
  - 2 m<sup>2</sup> en ZPR3 : cette surface est inférieure à celle installée aujourd'hui. Cependant, compte tenu des caractéristiques de l'axe (fréquentation, densité et nature du tissu bâti, largeur), axe dont la requalification paysagère et urbaine constitue l'une des orientations du PADD du PLU en vigueur, et du nombre de publicités et d'enseignes en présence, il semble naturel d'y restreindre les surfaces d'affichage de publicité numérique. La distinction de surface n'est pas appliquée entre les parcelles bâties ou non bâties, en effet, la surface maximale fixée est faible (2 m<sup>2</sup>), et les parcelles non bâties sont très rares sur l'axe.
  - 6 m<sup>2</sup> en ZPR4 (2 m<sup>2</sup> sur les parcelles non bâties).
- Une densité réduite également, à l'instar de celle définie pour la publicité non numérique.
- Des reculs sont institués par rapport aux baies des habitations voisines, afin de protéger celles-ci des nuisances apportées par ces panneaux, dont l'intensité lumineuse est fluctuante.
- L'affichage n'est permis que sur l'une des faces du support.
- Des critères esthétiques sur l'installation sont institués, les mêmes que ceux prévus pour la publicité non numérique.

Pour l'ensemble des publicités lumineuses, numériques ou non, des règles d'extinction plus strictes que les règles nationales sont mises en place, afin de limiter les nuisances lumineuses générées, et de mieux s'accorder avec l'éclairage ambiant et l'usage des axes.

En ZPR3 et en ZPR4, le règlement ne déroge pas aux interdictions relatives de publicités issues de l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

**Ce zonage et ces règles répondent aux orientations de :**

- **Préservation des zones paysagères, des vues sur les Pyrénées**
  - Par le choix des axes ou type de parcelle d'installation possible, et des critères tels que la surface
- **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement**
  - Par la mise en place de critères d'installation, de surfaces, de densité, ou esthétiques sur les supports.
- **Prise en compte des nouvelles techniques en matière de publicité**
  - Par la mise en place d'un zonage et des règles spécifiques pour les publicités numériques.

## **2. Enseignes – Justification des règles**

Les règles applicables aux enseignes ne sont pas strictement en relation avec le zonage de la publicité, seules celles relatives aux enseignes numériques le sont.

En effet, compte tenu des objectifs et orientations fixées pour le RLP en matière d'enseignes, consistant à réglementer les enseignes dont le diagnostic a mis en évidence des problèmes non résolus par la simple application des règles du Code de l'environnement, et compte tenu de la relative homogénéité des situations commerciales, il ne semble pas opportun d'élaborer un zonage spécifique, le traitement est ainsi homogène à l'échelle de la commune, et l'instruction facilitée.

Deux types de règles sont édifiés, suivant que l'activité se situe ou non aux abords de l'Eglise Saint-Julien, monument historique.

A noter que ce périmètre de protection peut fluctuer dans le temps. En effet, en l'absence de Périmètre Délimité des Abords (PDA), il est aujourd'hui de 500 m, en présence de covisibilité avec le monument. Ce périmètre est remplacé, à terme, par celui qui sera délimité au titre des abords, conformément aux dispositions prévues par l'article L.621-31 du Code du patrimoine.

Il est à noter que les règles s'appliquent sur tout le territoire communal, et non sur celui de la seule agglomération.

### Règles applicables aux abords de l'Église Saint-Julien :

Le RLP précise des règles dimensionnelles et qualitatives relatives aux enseignes en façade.

Les enseignes scellées au sol sont strictement cadrées, la forme totem est imposée, la surface est limitée.

Certains types d'enseignes, n'étant pas en relation avec la proximité d'un monument historique, sont proscrits : placage PVC des façades, vitrophanies, en toiture, banderoles, ou numérique.

Des règles qualitatives sur l'éclairage sont également mises en place.

### Règles applicables sur le reste de la commune :

Des règles sont mises en place pour les enseignes scellées au sol. Celles-ci sont limitées fortement, en termes de densité, par les règles nationales issues de la loi Grenelle II. Afin d'assurer une meilleure communication et une perception non équivoque du commerce, une forme différente de celle d'un portatif est imposée. La surface est réduite par rapport à celle du Code de l'environnement.

Une règle de densité est mise en place pour les « petites » enseignes scellées ou posées au sol, afin d'éviter leur prolifération, conduisant à une surcharge affectant l'environnement, comme l'a mis en évidence le diagnostic.

Les banderoles sont admises, mais sous certaines conditions d'installation, assurant une meilleure esthétique.

Les enseignes numériques sont strictement cadrées, dans la logique poursuivie pour les publicités numériques.

D'un point de vue géographique, l'installation des enseignes numériques suit celle des publicités numériques. La surface adoptée pour les enseignes numériques suit celle de la publicité numérique, pour des raisons de cohérence. En revanche, il n'est pas admis qu'une enseigne numérique se situe au dos d'une publicité numérique (contrepartie).

Sur toute la commune, la durée d'extinction des enseignes lumineuses est augmentée par rapport à la règle nationale, afin de s'adapter au mode de vie local et de réduire les consommations et les nuisances lumineuses.

### **Ces règles répondent aux orientations de :**

- **Préservation des zones paysagères, des vues sur les Pyrénées**
  - Par la détermination de règles spécifiques autour du monument historique, ainsi que, notamment, par les règles visant à cadrer les enseignes scellées au sol et les enseignes numériques.
- **Réduction de l'impact visuel imposé par les supports et amélioration de leur intégration dans l'environnement**

- Des limitations en surfaces et densités sont mises en place sur les enseignes,
- Des formes et des critères qualitatifs d'intégration sont imposés pour les enseignes,
  
- **Prise en compte des nouvelles techniques en matière d'enseigne :**
  - Par la mise en place de possibilités et de règles spécifiques pour les enseignes numériques,
  - Par la mise en place de règles pour les types de supports dont l'usage se développe également : vitrophanies, banderoles,
  - Par le cadrage des éclairages dont l'usage se développe, notamment les LED.