



Commune de Palavas-les-Flots

Règlement local de publicité

RLP

Rapport de présentation

Sommaire

Introduction	4
1. Contexte géographique et administratif	6
1.1. Localisation.....	6
1.2. Population.....	7
1.3. Axes de communication	7
1.4. Activités économiques et industrielles.....	7
1.5. Sites protégés.....	7
1.6. Contexte géographique et paysager.....	8
2. Historique de la démarche.....	9
2.1. Chronologie :	9
1- Diagnostic de la publicité extérieure	9
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.....	9
3. Diagnostic	10
3.1. Objet du diagnostic.....	10
3.2. Problèmes identifiés	10
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	11
3.4. Synthèse statistique	13
4. Orientations.....	14
4.1. Les grandes orientations :	14
5. Objectifs	15
5.1. Objectifs pour les publicités.....	15
5.2. Objectifs pour les enseignes.....	16
5.3. Objectifs pour les préenseignes	17
Conclusion.....	17

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune, peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre Ier du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLP, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la mairie.

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

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (Article R.581-79 du Code de l'Environnement)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à **informer** le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



Enseigne : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble*** et relative à une activité qui s'y exerce. *L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



Préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée.

1.2. Population

Bien que la commune puisse loger jusqu'à 40 000 personnes en été, selon le recensement de la population INSEE de 2013, la commune de Palavas-les-Flots compte une population totale de 6 224 habitants. La commune ne fait pas partie de l'unité urbaine de Montpellier qui dépasse les 100 000 habitants. Ce sont donc les dispositions relatives aux agglomérations communales de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants qui s'appliquent. La superficie communale est de 2,38 km², ce qui donne une densité de population en 2013 de 2615 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Le territoire de la commune de Palavas-les-Flots est traversé par **trois axes routiers qui concentrent la majorité du trafic** :

- La D 986 qui permet d'accéder au centre-ville depuis Montpellier.
- La D 62E2 qui permet de traverser la commune longitudinalement en évitant les zones bâties.
- Les avenues de l'Abbe Brocardi et Saint Maurice qui permettent d'accéder au bord de mer.

1.4. Activités économiques et industrielles

La commune de Palavas-les-Flots compte d'après la CCI 544 entreprises dont la grande majorité se trouve concentrée dans le centre-ville commercial, avec des activités en relation avec son statut de station balnéaire touristique. La commune compte en outre une zone d'activité dite du Grec en bordure du centre-ville et des activités le long de la D 986 hors agglomération.

1.5. Sites protégés

La commune de Palavas-les-Flots compte un site classé qui couvre les étangs de l'Armel et du Prévost et deux sites inscrits qui correspondent à des prolongements du site classé dont une partie en agglomération.

Elle compte en outre deux zones de protection spéciales (sites Natura 2000) appelés : « Etangs Palavasien et étang de l'Estagnol » et « Côte languedocienne ».

La publicité y est totalement interdite et ne peut être réintroduite dans un site classé ni dans les zones Natura 2000, ces dernières étant intégralement situées hors agglomération.

Dans le site classé, l'autorisation d'installer une enseigne prévue par le code de l'environnement est délivrée par le maire après accord du préfet de région.

Ces sites protégés sont présentés et cartographiés en annexes 5 et 6 du présent règlement.

Dans le cadre de la révision du PLU, 60 immeubles remarquables, correspondant pour l'essentiel à d'anciennes maisons de pêcheurs datant du 19^{ème} et du 20^{ème} siècle, ont été relevés.

La réglementation nationale n'impose pas de restrictions particulières pour la publicité ou les enseignes sur ces immeubles mais le présent règlement entend les protéger.

Ces immeubles remarquables sont présentés et cartographiés en annexes 7 et 8 du présent règlement.

1.6. *Contexte géographique et paysager*

Le territoire communal, assez exigu, est entièrement situé sur une partie du cordon littoral languedocien et présente un noyau central très densément urbanisé, composé essentiellement de petits immeubles et de villas. La commune est, en outre, partagée en deux parties distinctes, mais inégales en superficie par le cours du Lez, fleuve côtier qui se jette dans la Méditerranée au niveau du port. Le territoire communal est également délimité dans sa partie nord par le canal du Rhône à Sète et au sud par de grandes étendues sablonneuses appartenant au littoral du Golfe du Lion.

L'ensemble du territoire est quasiment plat et ne possède donc aucun type de relief remarquable et seul, émerge de l'horizon local, l'ancien château d'eau reconverti en tour panoramique à vocation touristique.

La Palavas-les-Flots présente donc aujourd'hui tous les atouts et les particularités d'une station balnéaire typique de ce secteur de la côte languedocienne.

La protection des perspectives paysagères sur les étangs, au nord de l'agglomération et la mer, au sud et particulièrement importante pour contribuer au maintien de l'attractivité du territoire.



Vue sur l'Etang de l'Arnel



Vue sur la plage et la Méditerranée

2. Historique de la démarche

2.1. **Chronologie :**

Du fait de sa forte vocation touristique, la commune de Palavas-les-Flots était soumise ces dernières années à une pression publicitaire croissante peu compatible avec l'image qualitative qu'elle souhaitait donner.

C'est la raison pour laquelle, la commune, qui a délibéré pour prescrire l'élaboration de son Plan local d'urbanisme a souhaité profiter de cette occasion pour lancer l'élaboration de son règlement local de publicité.

Le conseil municipal de Palavas-les-Flots a donc délibéré le 20 avril 2016 pour prescrire l'élaboration d'un RLP pour la commune qui adapte la réglementation nationale à son territoire.

Les élus avaient décidé au préalable de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration du RLP. La mission confiée le 4 décembre 2015 au bureau d'étude Alkhos est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de mars 2016 à novembre 2016 a porté notamment sur le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 18 novembre 2016 par sa restitution en comité de pilotage.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil municipal s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP le 16 mars 2017.

Une réunion publique de concertation a été organisée le 3 avril 2017 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration d'un RLP. Ils ont notamment été invités par la commune à s'exprimer sur le projet de RLP lors d'une réunion « personnes publiques associées » le 12 décembre 2017. Le projet de RLP a été modifié avant son arrêt pour intégrer leurs observations.

3. Diagnostic

3.1. *Objet du diagnostic*

Le diagnostic de la publicité extérieure dans la commune de Palavas-les-Flots a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le relevé de terrain a permis d'identifier de manière exhaustive les dispositifs de publicité extérieure non conformes vis-à-vis, en particulier, du Code de l'Environnement actuellement en vigueur¹.

Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation des règles locales.

3.2. *Problèmes identifiés*

La commune de Palavas-les-Flots, du fait de l'absence de grandes zones d'activités, n'est pas particulièrement touchée dans l'ensemble par les excès de la publicité extérieure. Son caractère touristique, qui devrait être gage de qualité, contribue cependant, dans une certaine mesure, à la dégradation du territoire au niveau des entrées de ville et du centre historique à vocation commerciale.

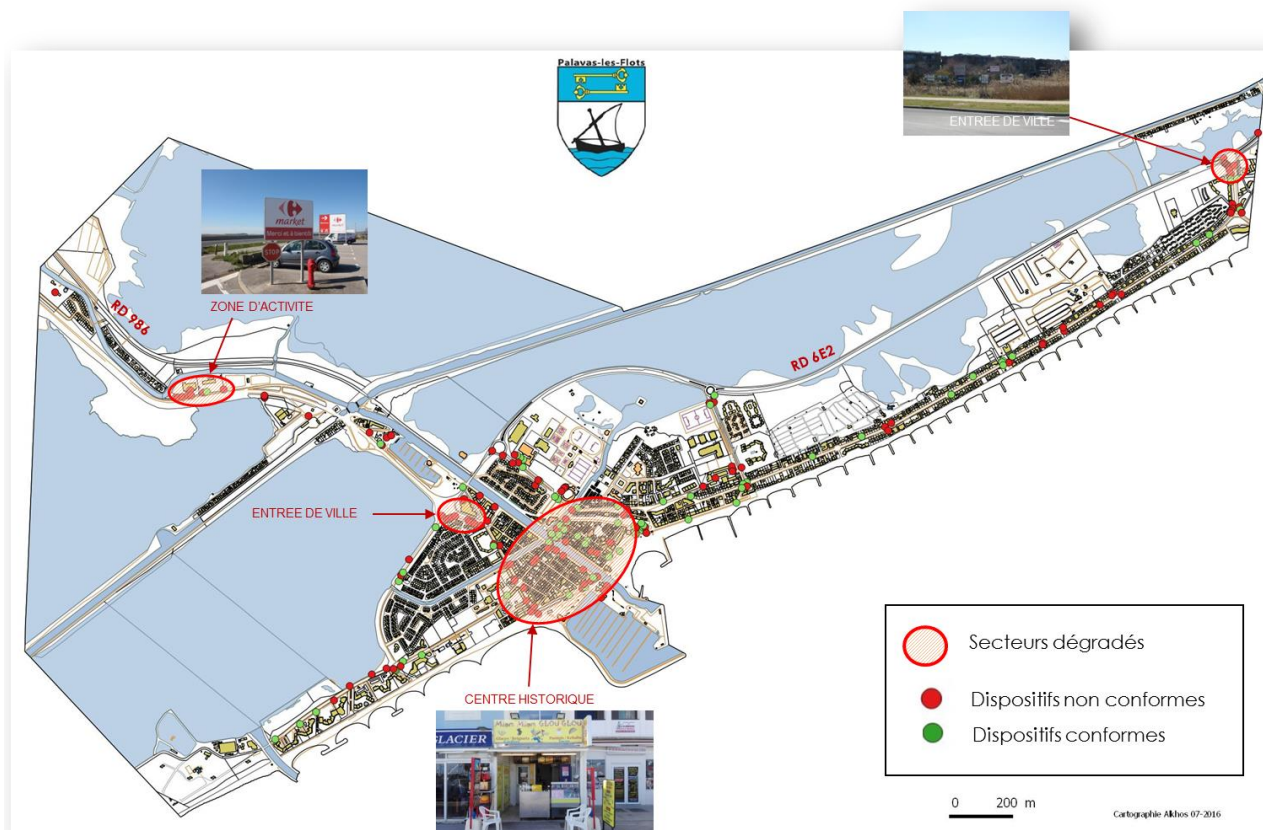
- Un nombre non négligeable de préenseignes non dérogatoires ou non conformes le long des principaux axes hors agglomération et au niveau des entrées de ville.
- De la signalétique hétérogène assimilable à des préenseignes non conformes et peu efficaces.
- Un mode de signalisation des événements culturels et locaux peu esthétique et souvent non réglementaire.
- Des enseignes de centres villes globalement de qualité médiocre portant préjudice à l'image des rues commerçantes.
- Des enseignes scellées au sol en bordure des principaux axes routiers hors ou en agglomération portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.
- De la publicité commerciale relativement peu présente (hormis sur mobilier urbain) sur le territoire mais non conforme à plus de 60 %.

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune et en tenant compte de la présence de sites protégés à forte qualité paysagère.

¹ Les non conformités relevées ne signifient pas forcément que le dispositif est en infraction et donc verbalisable du fait des délais de mise en conformité prévus par la loi pour les dispositifs préexistant à une nouvelle réglementation. Certaines enseignes préexistantes aux changements apportés par le Grenelle 2 de l'environnement peuvent être maintenues jusqu'en juillet 2018.

3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



▪ Centre historique

Le centre historique de Palavas-les-Flots concentre une grande part des commerces de la commune. L'enjeu de préservation de la qualité architecturale de ces secteurs est très fort.

▪ Entrées de ville et zone d'activité hors agglomération

La D 986 et la D 62^E2, sont les principaux axes routiers le long desquels se concentrent ponctuellement des atteintes paysagères au territoire communal liées à la publicité extérieure. L'enjeu d'une amélioration est d'autant plus fort que ces axes constituent la première image de la commune pour les personnes en transit ou pour les visiteurs de la commune.

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux en raison de leur qualité paysagère :

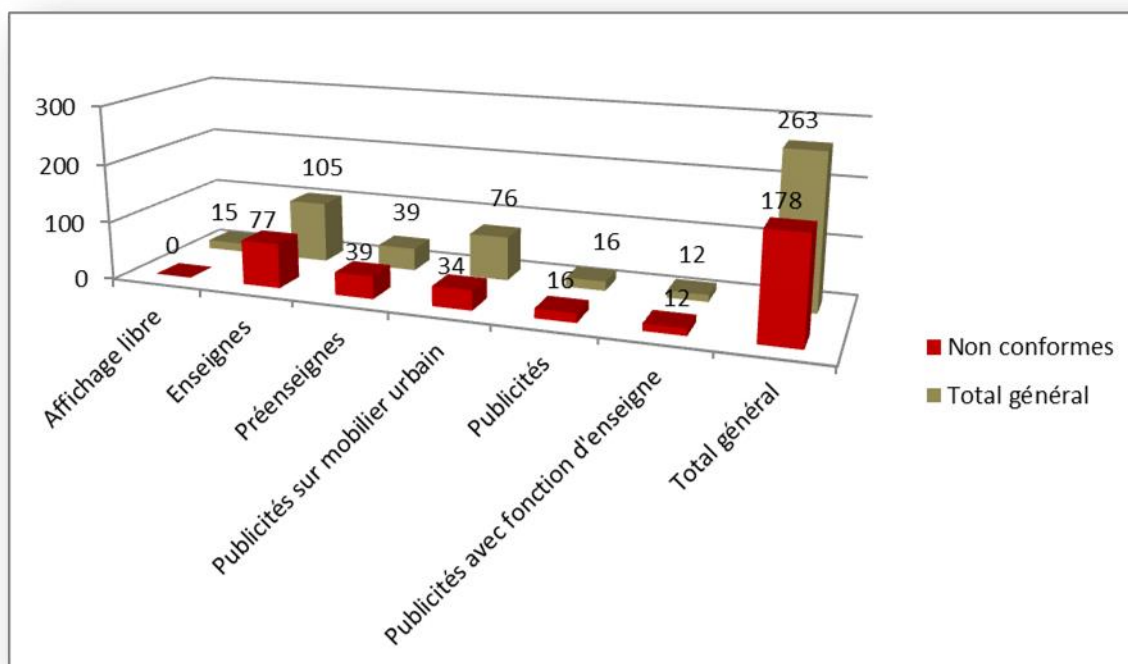


Les étangs, sites classés, inscrits et zones spéciales de conservation au titre du réseau Natura 2000, mais aussi le littoral ont une haute valeur paysagère et environnementale.

L'enjeu de préservation des perspectives paysagères en direction de ses sites naturels, protégés ou non est maximal.

3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, **263 dispositifs de publicité extérieure ont été recensés** (y compris 15 dispositifs d'affichage libre). **178** d'entre eux ne sont pas conformes avec les réglementations nationale et/ou locale.



Les préenseignes représentent 14,8 % des dispositifs relevés.

39,9 % des dispositifs recensés sont des enseignes.

35 % des dispositifs sont des publicités dont plus de la moitié sur mobilier urbain.

4,6 % des dispositifs sont, d'un point de vue technique juridique assimilables à des publicités biens qu'ils aient une fonction d'enseigne.

Les proportions de dispositifs non conformes sont en revanche sensiblement différentes.

Les enseignes représentent la plus grande part des dispositifs en infraction (43,3%).

34,8 % des infractions sont le fait des publicités. (Plus de la moitié des publicités sur mobilier urbain ne sont pas conformes !)

On peut noter, la faible présence de publicité « classique » (apposée par des afficheurs) !

Enfin, plus de 22 % des dispositifs non conformes sont des préenseignes, la totalité de ces dernières étant non conformes avec le Code de l'environnement.



Exemples de dispositifs conformes et portant atteinte au territoire

4. Orientations

Du fait de sa situation géographique, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage et d'attrait touristique.

Aujourd'hui, la réglementation nationale applicable contient des dispositions qui ne sont plus adaptées aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de Palavas-les-Flots.

Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération prescrivant le RLP :

- Faire de la commune l'autorité de police compétente en matière de publicité extérieure.
- Améliorer l'attractivité touristique du territoire et le bien-être des habitants.
- Affirmer l'identité et l'image de la commune en général.
- Valoriser le patrimoine paysager (en particulier les perspectives sur la mer et les étangs).
- Valoriser le patrimoine architectural.
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale tout en maîtrisant la publicité extérieure (renforcement du qualitatif et de la lisibilité).
- Favoriser l'équité entre acteurs économiques
- Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable)
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies.
- Prendre en compte la destination des zones à aménager pour faire des prescriptions adaptées.

Sur la base du diagnostic, la commune de Palavas-les-Flots a défini les grandes orientations et les objectifs de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

4.1. Les grandes orientations :

Deux niveaux de proposition :

- Zone réglementée n° 1 (ZR1) : secteurs agglomérés
- Zone réglementée n°2 (ZR2) : secteurs hors agglomération

Grandes orientations :

- Améliorer l'image de la commune en maîtrisant les formats et la densité publicitaire.
- Améliorer le guidage des usagers en remplaçant les préenseignes par des relais d'information service et de la signalisation d'information locale.
- Améliorer la lisibilité et la qualité des zones commerciales en réduisant les formats et le nombre d'enseignes par établissement et en instaurant des prescriptions qualitatives.
- Améliorer la qualité et l'efficacité de la communication autour des manifestations temporaires.

5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Palavas-les-Flots a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité.

Remarque : la plupart des illustrations de contre-exemple ne sont pas de Palavas-les-Flots, d'une part, par absence, dans certains cas, d'exemples locaux, et d'autre part, pour ne pas stigmatiser des entreprises communales en particulier.

5.1. Objectifs pour les publicités

Préserver le cadre de vie de la commune, les perspectives paysagères et le patrimoine architectural :

- En maintenant l'interdiction de la publicité dans le site inscrit en agglomération, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain accessoirement publicitaire.

Cette réintroduction se justifie par le fait que le mobilier urbain s'inscrit dans une convention en vigueur. La publicité d'un format maximum de 2 m² sur les flancs d'un abri voyageur ou sur une face d'un mobilier destiné à informer sur les événements de la commune porte une atteinte minime au paysage urbain.

- En maintenant en agglomération et hors site inscrit, la surface maximum de la publicité sur façade à 4 m² mais en instaurant des règles de densité pour limiter le nombre de publicités par façade et par unité foncière.

- En interdisant la publicité sur le patrimoine remarquable recensé dans le cadre de la révision du PLU. (Cf. liste et cartographie en annexes)



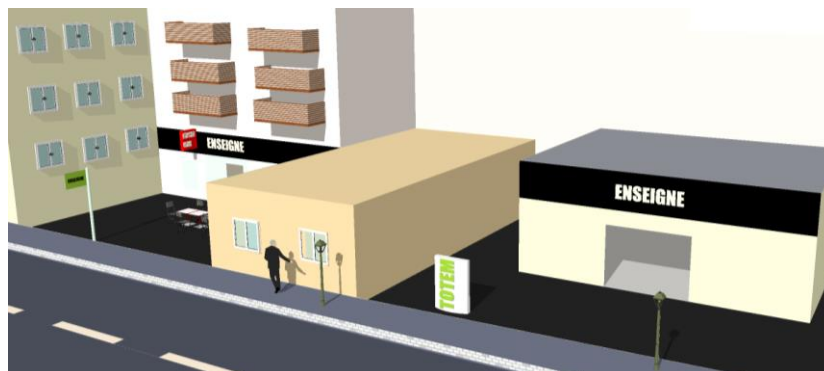
Abris voyageurs et mobilier urbain destiné à des informations non publicitaires à caractère général ou local ou à des œuvres artistiques peuvent supporter des affiches publicitaires d'une surface unitaire de 2 m² maximum.

5.2. Objectifs pour les enseignes

- Améliorer la lisibilité et la qualité des zones d'activité et du centre-ville commercial en réduisant les formats et le nombre d'enseignes par établissement.
- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en centre-ville en harmonisant la hauteur et la facture des enseignes sur auvent.



- Limitier les enseignes scellées au sol en centre historique et à proximité aux enseignes situées en retrait des voies publiques circulantes pour ne pas perturber les perspectives architecturales et paysagères.



- Améliorer la lisibilité de l'activité commerciale dans le reste du territoire en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol.



- Proscrire les enseignes sur toiture hors agglomération au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants.



5.3. Objectifs pour les préenseignes

Les préenseignes scellées au sol sont interdites et ne peuvent pas être réintroduites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Elles resteront donc interdites.

Il existe des alternatives non réglementées par le présent règlement local de publicité qui peuvent être mises en place et qui permettent une amélioration de l'efficacité de la signalisation des entreprises locales :

- Des relais d'information service en centre-ville et dans les zones d'activité et de la signalisation d'information locale pour les établissements isolés.

Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, et pour protéger son patrimoine paysager et architectural, la commune de Palavas-les-Flots a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.