



# R L P

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

RAPPORT DE PRESENTATION
-------------------------

Octobre 2022

## INTRODUCTION

### Contexte législatif

De nombreuses législations se sont succédé afin de réglementer l'implantation de la publicité puis des enseignes dans un objectif initial de préservation de l'esthétique des lieux puis, plus généralement, de protection du cadre de vie.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétents en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi). Si l'EPCI n'est pas compétent en matière de documents d'urbanisme, le RLP est communal. C'est le cas à Argelès-sur-Mer.

### Intérêt d'un RLP

#### Tenir compte du contexte local

Document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, le RLP répond à l'objectif d'adapter le RNP aux caractéristiques du territoire. Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi.

Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et sites Natura 2000.

#### La caducité du RLP

Argelès-sur-Mer disposait d'un règlement de publicité communal. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, il est dit qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or le Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité. Autrement dit,

les communes avaient jusqu'au 13 juillet 2020 pour adopter un RLP qui réponde aux exigences de la loi ENE, c'est-à-dire un RLP de deuxième génération. Le délai a été reporté de 6 mois en raison des mesures sanitaires liées à la pandémie COVID 19. Argelès-sur-Mer est donc soumise aux dispositions du RNP depuis le 13 janvier 2021.

#### Transférer le pouvoir de police

Par ailleurs, comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, lorsqu'il existe un règlement local de publicité, le maire est l'autorité de police au nom de la commune pour faire appliquer et respecter la réglementation de la publicité et des enseignes.

Le régime de l'instruction est donc le suivant :

- en l'absence de RLP, l'instruction des demandes d'autorisation préalable est confiée aux services de l'État. Les déclarations préalables sont également adressées aux services de l'État ;
- en présence d'un RLP, l'instruction appartient au maire qui agit au nom de la commune, permettant ainsi un meilleur contrôle de l'implantation des dispositifs sur le territoire communal.

***La loi 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » a modifié les règles du pouvoir de police, qui sera exercé à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024 selon le tableau ci-dessous :***

<b><i>Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP</i></b>	<b><i>Le président de l'EPCI dans tous les cas</i></b>
<b><i>Commune de plus de 3 500 habitants n'appartenant pas à un EPCI</i></b>	<b><i>Le maire</i></b>
<b><i>Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP</i></b>	<b><i>Le président de l'EPCI</i></b>
<b><i>Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI qui n'est pas compétent en matière de PLU ou RLP</i></b>	<b><i>Le maire</i></b>

***Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience. Plusieurs situations peuvent être identifiées :***

***- dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2);***

***- dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;***

***- lorsque l'EPCI est déjà compétent au 1er janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1er juillet 2024. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience).***

*Quant au président de l'EPCI, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposé(s) au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.*

## Partie I

# La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

---

### 1.1. Les principales étapes de la procédure

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

La délibération de prescription du RLP en date du 17 décembre 2020 a défini les objectifs poursuivis :

- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération. *La publicité est interdite hors agglomération. Le zonage du futur RLP doit donc s'adapter rigoureusement aux nouveaux contours de l'agglomération et prendre en compte les extensions à court terme des zones commerciales ;*
- mettre en valeur les espaces naturels et les entrées de ville. *La publicité n'a pas sa place dans les espaces végétalisés, qui ne doivent pas être altérés par la publicité et les enseignes ;*
- fixer les règles esthétiques pour l'installation des enseignes dans le centre-ville. *L'attractivité du centre-ville peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes, qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture. La lisibilité des commerces s'en trouvera améliorée ;*
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives. *Ces lieux subissent des concentrations de publicités et d'enseignes qui provoquent une dégradation du paysage et rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique ; La réduction des surfaces, la diminution de la densité doivent être envisagées.*
- encadrer les dispositifs lumineux. *Publicités et enseignes numériques sont déjà apparues le territoire. Elles peuvent éventuellement donner une image moderne de la ville, mais leur multiplication n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux ;*
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale. *La plage d'extinction nocturne nationale (1h/6h) est à étendre. Au-delà de la quiétude des habitants, les économies d'énergie et la diminution de la pollution lumineuse nocturne constituent un enjeu national.*

La même délibération a précisé les outils de concertation à mettre en œuvre pendant la phase d'études.

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- une information dans le journal municipal, qui consacrera un article aux enjeux de cette révision ;
- une information régulière sur le site internet de la ville ;
- une réunion avec les personnes publiques associées ;
- une réunion avec les acteurs économiques locaux ;

- la mise à disposition, pendant toute la durée de l'étude, d'un registre destiné aux observations de toute personne intéressée, à l'accueil du service technique de la mairie aux horaires suivants : 8 h à 18 h du lundi au vendredi.

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Enfin, le projet de RLP est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

## **1.2. Les éléments constitutifs du RLP**

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### **1.2.1. Le rapport de présentation**

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de l'affichage publicitaire sur le territoire concerné. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, des RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux, c'est-à-dire les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

### **1.2.2. Le règlement**

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3. Les annexes

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que l'arrêté municipal (ou les arrêtés municipaux) fixant les limites du territoire aggloméré de la commune et le document graphique les matérialisant.

## 1.3. Le champ d'application de la réglementation

L'article L.581-2 du Code de l'environnement précise les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

### 1.3.1. La publicité

Constitue une publicité « *toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention* » (art. L.581-3 du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



*Une publicité (sur mobilier urbain)*

Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité, réglementés par le RNP suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de l'agglomération dans lesquels ils sont implantés.



*Une publicité numérique*

### 1.3.2. La préenseigne

Constitue une préenseigne « *toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* » (article L. 581-3 du Code de l'environnement). La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP(i) ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



*Une préenseigne*



### 1.3.3. Le cas particulier des enseignes dérogatoires

Parmi les préenseignes, il existe une catégorie de préenseignes qualifiées de « dérogatoires » qui ne sont pas soumises aux mêmes règles que la publicité. Elles peuvent en particulier s'implanter hors agglomération, ce que ne peut pas faire la publicité.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que les activités suivantes :

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- activités culturelles ;
- monuments historiques (MH) classés ou inscrits ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

- de format ;
- de distance par rapport à l'activité signalée ;
- de nombre.

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

L'arrêté ministériel du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires limite la hauteur des dispositifs à 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol, panneau inclus. L'arrêté admet que deux préenseignes dérogatoires puissent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mat, ce qui n'était pas possible sous l'ancienne réglementation.

Enfin, ainsi que le précise une fiche du ministère de la transition écologique et solidaire (octobre 2019) le terme de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » exclut les commerces de distribution comptant un ou plusieurs rayons de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Toute autre activité signalée rend la préenseigne illégale, telle la signalisation d'un restaurant, d'un hôtel, d'un supermarché, d'un garage ou d'une station-service.

#### 1.3.4. L'enseigne

Constitue une enseigne « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



*Une enseigne parallèle au mur*



*Des enseignes perpendiculaires au mur*



*Une enseigne sur toiture (non conforme au RLP : panneau plein)*

#### 1.4. Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement. Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), les œuvres artistiques ou encore les dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



*La signalisation d'information locale*



*Un relais-information-service*





*Les informations non publicitaires*



*Œuvre artistique*

Les publicités situées à l'intérieur d'une enceinte sportive, et non visibles de l'extérieur, n'entrent pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.



### 1.5. La notion d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». Par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération, ce qui conduit à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLP.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route : « *Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ».

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables. (Voir cartographie *infra*)



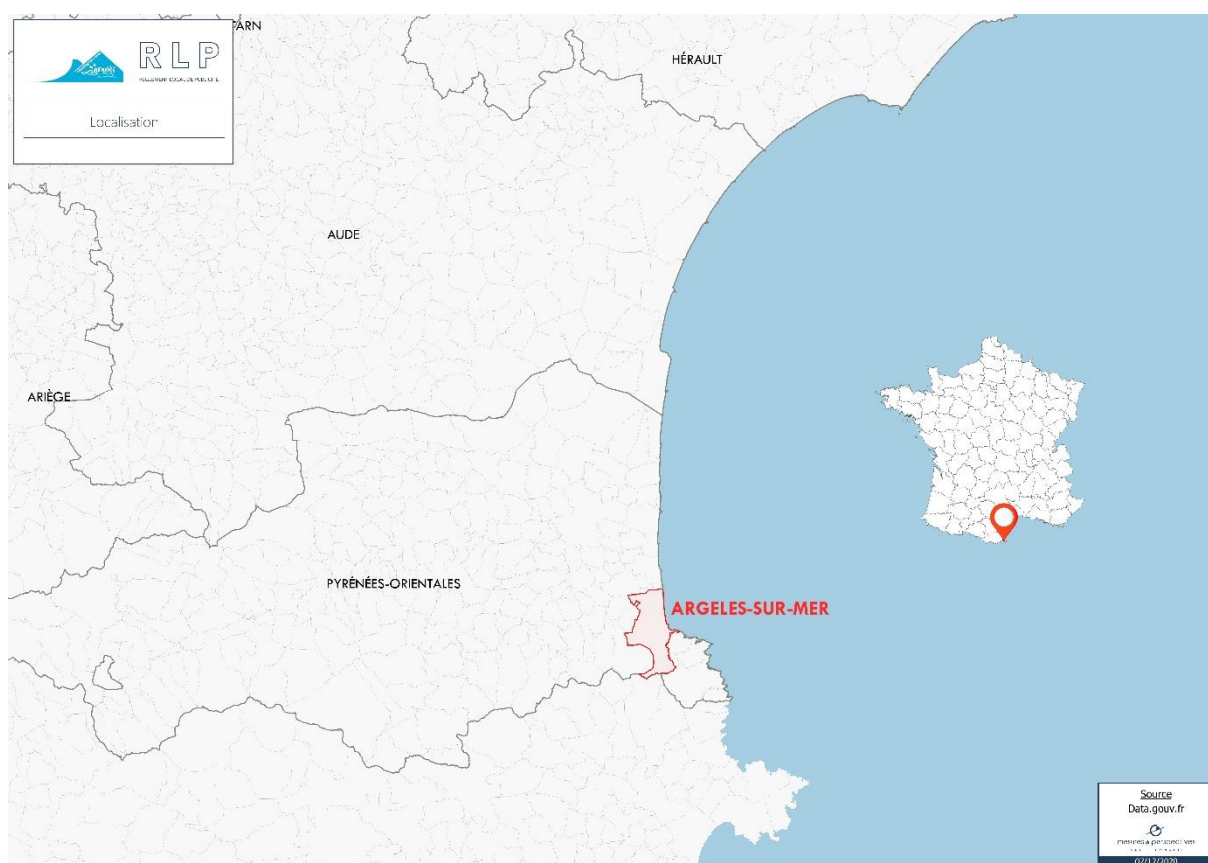
*Panneau d'entrée d'agglomération*

## Partie II

### Le contexte géographique

#### Aspects administratifs

La commune d'Argelès-sur-Mer est située sur le littoral méditerranéen, au sud des Pyrénées Orientales. Son territoire s'étend des contreforts des Pyrénées, au niveau de la frontière espagnole, jusqu'au cœur de la plaine du Roussillon et la rivière le Tech, un des trois cours d'eau majeurs du département.



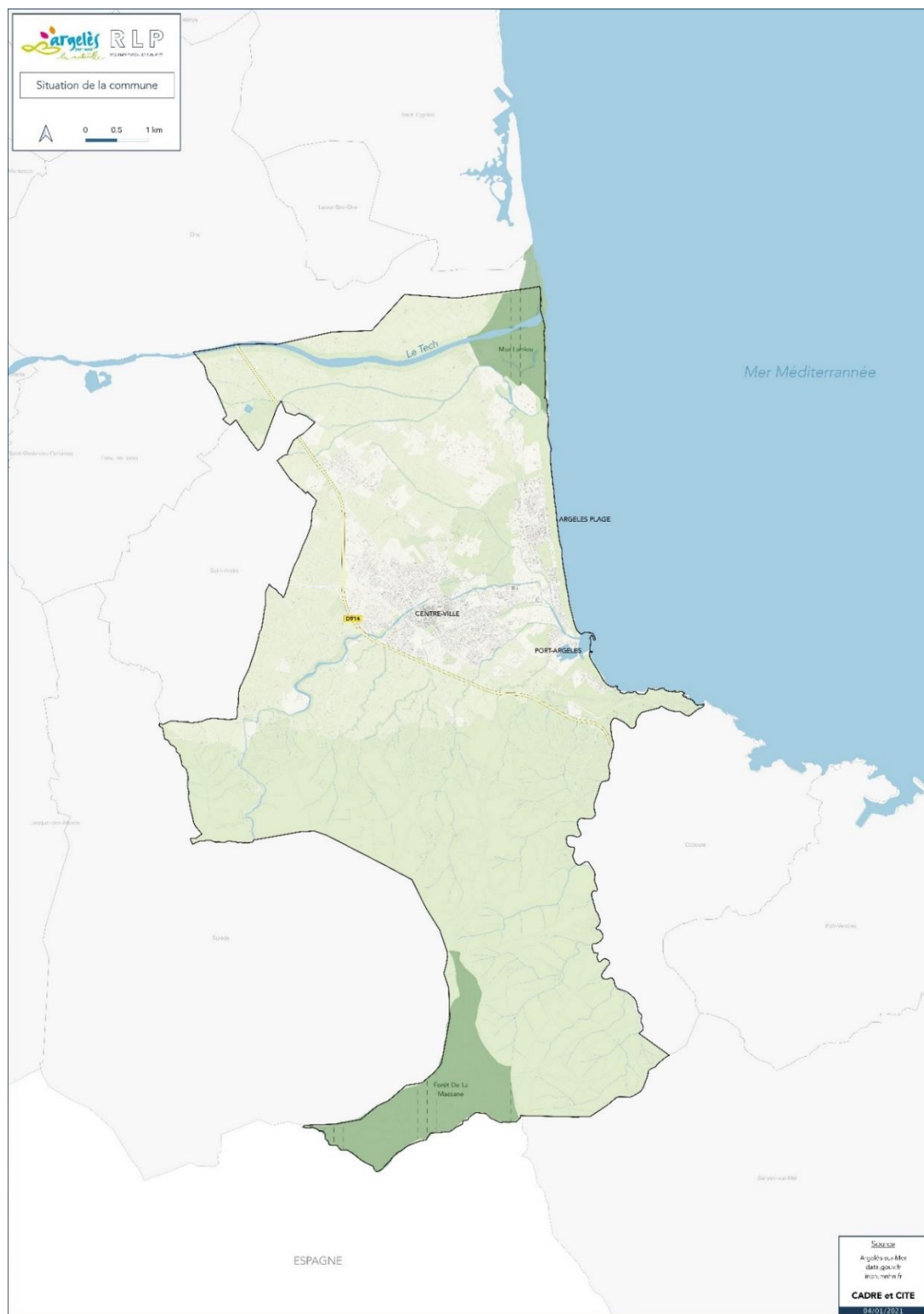
Argelès appartient à la communauté de communes Albères - Côte Vermeille - Illibérus qui est issue de la fusion de 3 communautés de communes : celle des Albères, celle de la Côte Vermeille. La CC Albères Côte Vermeille compte 15 communes et sa population permanente s'élève à 56 000 habitants (jusqu'à 200 000 au moins durant la période estivale).

La compétence PLU n'étant pas de l'ordre l'intercommunalité, le RLP est alors communal.

Selon le recensement de l'INSEE de 2017, la population municipale de la ville est de 10 383 habitants. Depuis le milieu du XXème siècle et le développement des "vacances d'été", Argelès a connu un développement très important, passant de 2 900 habitants en 1950 à plus de 10 000 habitants permanents aujourd'hui. De simple bourgade rurale, la ville est devenue au fil des ans une station balnéaire majeure de la côte méditerranéenne. Elle attire plusieurs

dizaines de milliers de vacanciers chaque année. Ainsi, en haute saison, la commune accueille une population comprise en 120 000 à 150 000 habitants (autochtone + vacanciers).

La réglementation générale distingue les communes de plus ou moins 10 000 habitants. Selon le recensement de la population évoquée ci-avant, ce sont les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent pour la publicité.





## Le territoire aggloméré

Le territoire aggloméré de la ville d'Argelès-sur-Mer est délimité par les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération (respectivement EB10 et EB20). Contraint par la côte à l'est, il s'étend à l'ouest jusqu'à la D914 qui constitue une réelle coupure entre la partie urbanisée de la ville et les zones à caractères naturelles et agricoles. Le territoire aggloméré s'étend au sud jusqu'à la plage du Racou et au nord jusqu'au Luna Park le long de la D81.



Le territoire aggloméré joue un rôle primordial dans le règlement local de publicité, car hors de celui-ci, toute publicité y est interdite (article L.581-7 du CE)



## **Structuration du réseau viaire**

La commune d'Argelès-sur-Mer dispose d'une grande diversité d'infrastructure de transport. En effet, le train, le bateau, le bus, le petit train et la voiture permettent, en plus des déplacements doux, de se déplacer en toute sérénité dans la ville.

Les infrastructures liées au réseau viaire sont les plus développées et permettent un déplacement intra communal et intercommunal efficace.

La RD 914 contourne la ville du nord au sud et sépare le milieu urbain du reste du territoire. Elle peut desservir ainsi chacune des zones de la ville. Cette voie permet également de rejoindre Perpignan en moins de 20 minutes.

La RD81 constitue l'un des axes du département les plus chargés en période estivale et rejoint toutes les communes littorales.

La RD114 relie Perpignan (sud) à Cerbère/Espagne et traverse Argelès village.

La RD618 permet d'accéder à l'autoroute A9 en passant par la commune de Le Boulou, elle offre à ses visiteurs de somptueux paysages.

La RD2E fait partie du réseau interne à la ville et relie Argelès-Village à Argelès-Plage.

Les axes à fort trafic sont la cible des afficheurs. Ils représentent alors un enjeu important pour la réglementation de la publicité extérieure notamment en matière de publicité.
---



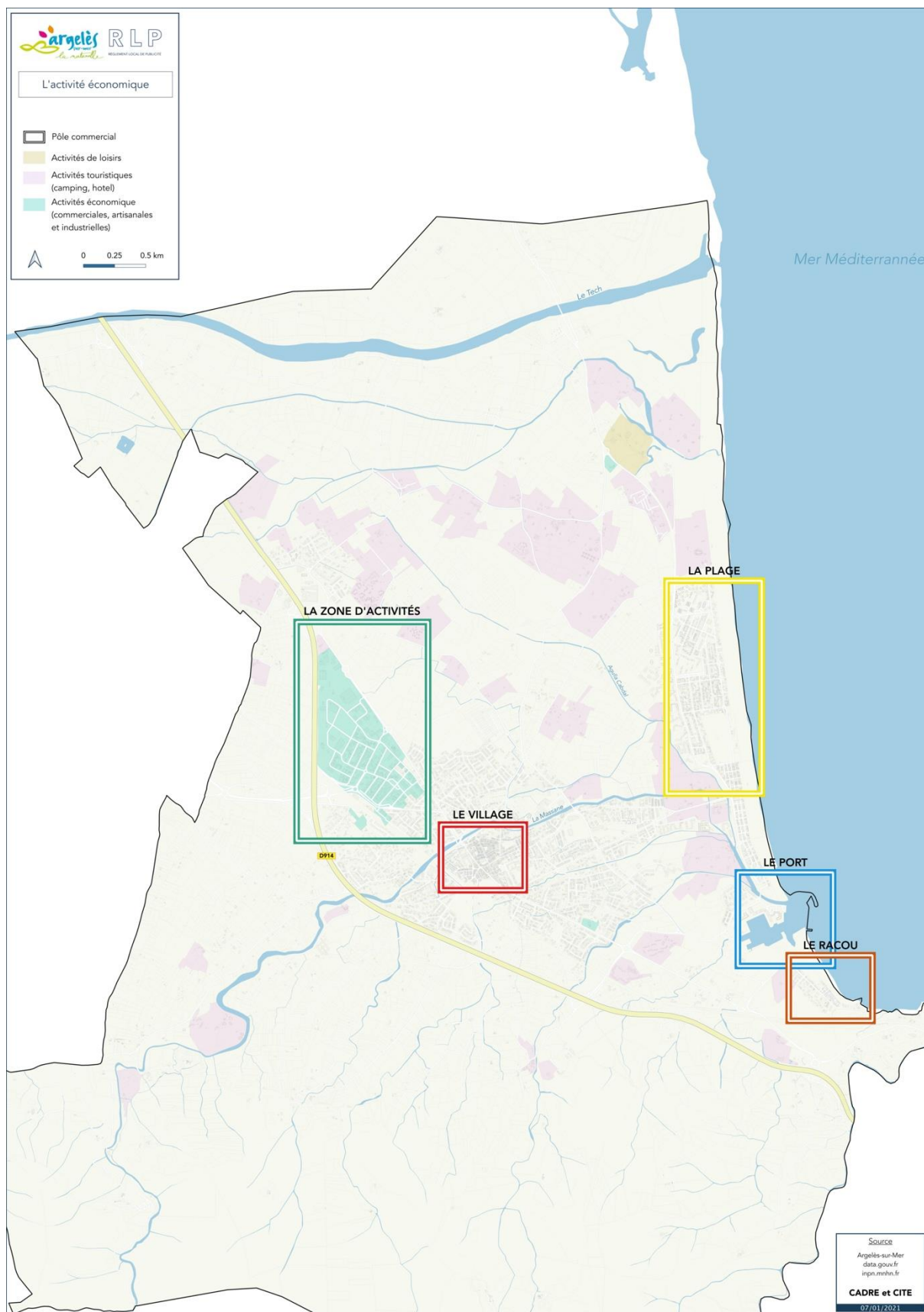
## Les pôles économiques

La ville d'Argelès-sur-Mer bénéficie d'un grand nombre d'atouts qui contribuent à la dynamique du secteur économique et aussi à renforcer son attractivité touristique :

- La proximité de l'agglomération de Perpignan ;
- La desserte routière, ferroviaire et aéroportuaire ;
- Des équipements dynamisants ;
- Une évolution au cœur d'un bassin démographique de 50 000 habitants (CC Albères Côte Vermeille Illibéris) ;
- La façade maritime de près de 10 kilomètres.

Cette attractivité se manifeste sur le territoire par l'implantation d'un grand nombre de d'activités destinées aux touristes (loisirs, hôtels, campings, ...). Afin de répondre à cette forte demande saisonnière, le commerce de proximité est très développé sur toute la commune. En effet, on y retrouve 5 grands pôles commerciaux :

- La plage : premier pôle commercial :  
Il concentre la moitié des commerces de la commune, principalement localisés sur les allées piétonnes (Allées des Tamarins). Les commerces de petites tailles (moins de 50 m<sup>2</sup>) y sont majoritairement représentés.
- Le village :  
C'est le noyau commercial dynamique axé autour de la route Nationale, l'Avenue de la Libération et la rue de la République. Ce sont majoritairement des petits commerces ouverts à l'année.
- Le port :  
Les commerces sont regroupés autour des quais et représentent 10% des commerces de la commune.
- Le Racou :  
Tous les commerces sont localisés sur le seul axe de circulation : l'avenue Torre d'en Sorra.
- La zone d'activités économique (ZAE) :  
Considérée comme la locomotive économique de la ville, la ZAE regroupe 40% des emplois du territoire communal. Elle a un poids aussi bien dans l'économie locale que départementale. La zone s'étend sur 56,5 ha et regroupe près de 200 entreprises.



*Cartographie de l'activité économique d'Argelès-sur-Mer*

## Le patrimoine naturel

Le territoire communal de la ville d'Argelès-sur-Mer bénéficie d'une situation géographique privilégiée entre montagne et littoral. Cette caractéristique offre à la ville trois grandes entités paysagères que sont les zones de plaine, les zones de montagne et la zone littorale. Le réseau hydrographique est dense et les principaux cours d'eau sont représentés par le Tech au nord et la Massane qui traverse le centre de la commune d'ouest en est pour se jeter dans la mer Méditerranée.

Le patrimoine naturel identifié au PLU :

Le PLU identifie les zones naturelles (N), agricoles (A) et les espaces boisés classés (EBC) afin de les préserver des futurs projets d'aménagement. Ces zones couvrent la majeure partie du territoire communal, soit près de 85 % et offrent une grande diversité de paysages entre montagne et littoral.

Les zones Natura 2000 :

La commune d'Argelès-sur-Mer est couverte par 4 sites d'intérêt communautaire (SIC) :

- Le massif des Albères (FR9101483) ;
- L'embouchure du Tech et Grau de la Massane (FR9101493) ;
- Le Tech (FR9101478) ;
- La côte rocheuse des Albères (FR9101481).

Ces protections couvrent une grande partie du territoire, au cœur même de l'agglomération. Elles témoignent du fort intérêt pour la ville de préserver un environnement naturel sur son territoire.

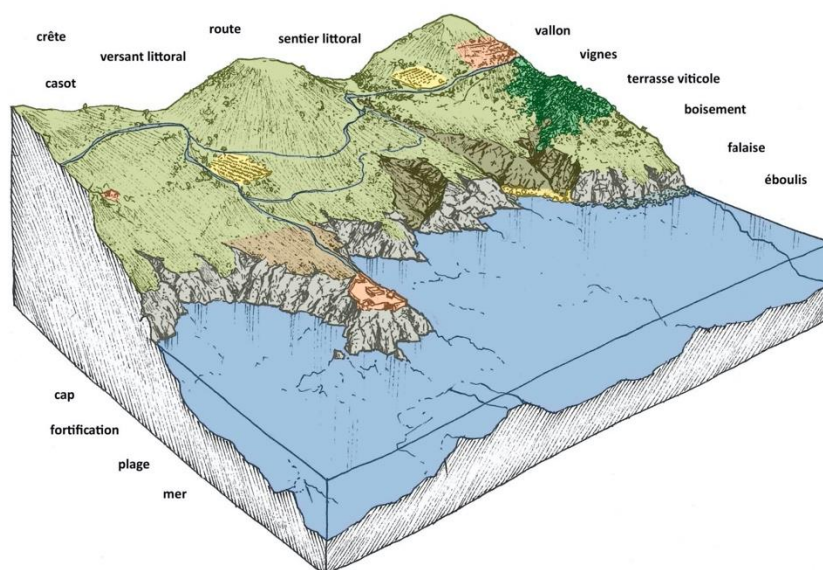


*Le massif des Albères (Source : argeles-sur-mer.com)*





*Le Tech (Source : conservatoire-du-littoral.fr)*



*Bloc diagramme de la côte rocheuse des Albères (Source : conservatoire-du-littoral.fr)*

Le code de l'environnement définit des zones d'interdiction de la publicité en lien avec la protection de l'environnement comme les zones Natura 2000 (article L.581-8 du CE).

Les réserves naturelles nationales (RNN) :

La richesse naturelle de la commune est valorisée par la présence de deux réserves naturelles nationales :

- La Forêt de la Massane :

Depuis plus d'un siècle, la forêt de la Massane n'est plus exploitée et les processus de vie et de mort de cet écosystème s'accomplissent librement. Elle constitue bel exemple de forêt non exploitée permettant de sauvegarder une riche biodiversité mais elle est aussi un laboratoire de recherche scientifique fondamental pour connaître et comprendre le fonctionnement des écosystèmes forestiers, leurs perturbations et leurs mécanismes de régulation.

En juillet 2021, l'UNESCO a classé cet espace boisé de 336 hectares situé en calotte sommitale du massif des Albères.

La Massane a rejoint l'inventaire du patrimoine mondial.



*(Source : [reserves-naturelles.org/mas-larrieu](http://reserves-naturelles.org/mas-larrieu))*

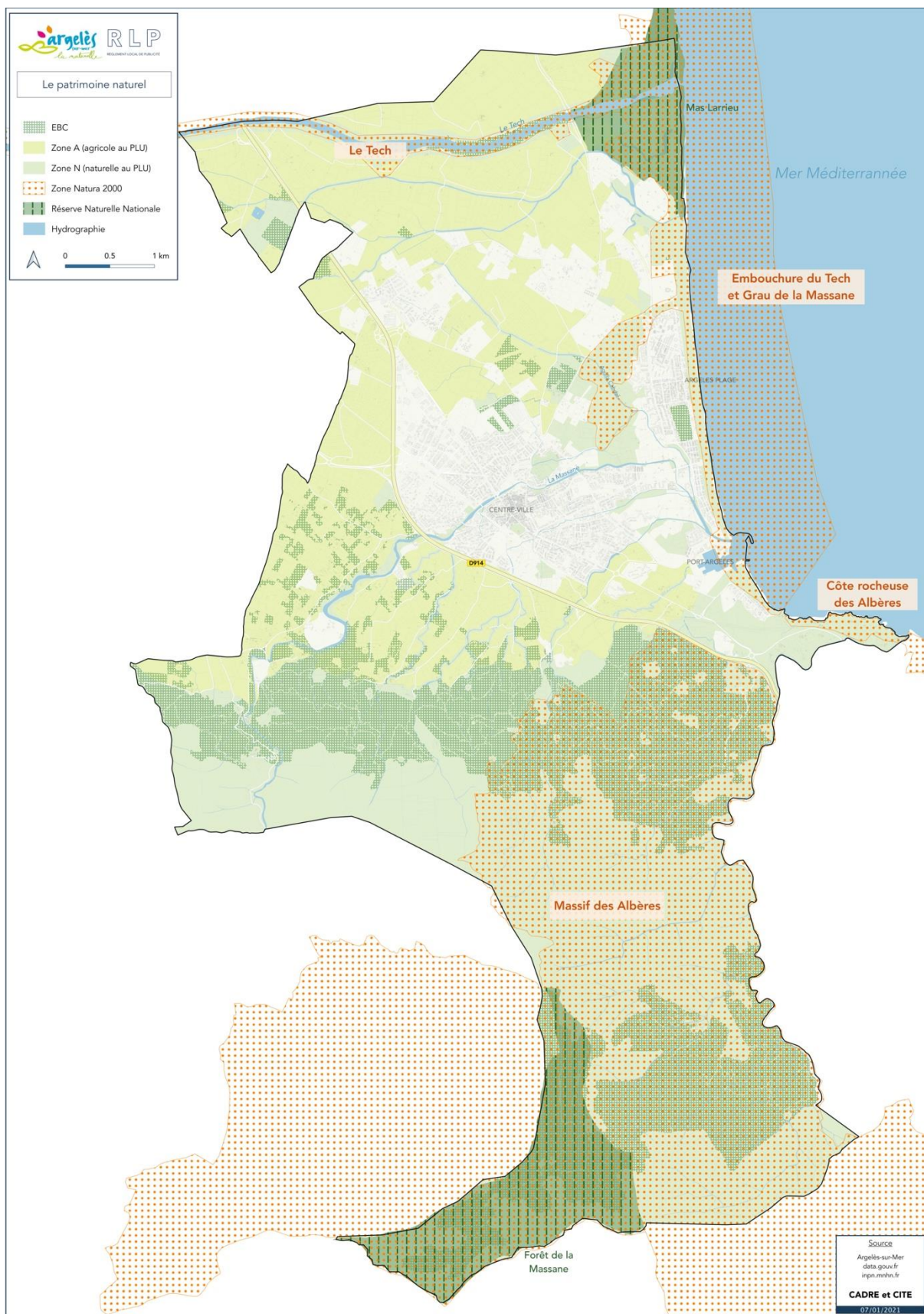
- Le Mas Larrieu :

La réserve naturelle du mas Larrieu s'étend sur 145 ha de part et d'autre de la rivière "Le Tech". Trois types de milieux se rencontrent sur le site : plages, roselières et forêts riveraines. La forêt riveraine revêt une importance considérable pour la faune, offrant d'innombrables perchoirs en particulier en période de migrations. Elle abrite une avifaune importante.



*(Source : [reserves-naturelles.org/foret-de-la-massane](http://reserves-naturelles.org/foret-de-la-massane))*







## Le patrimoine historique

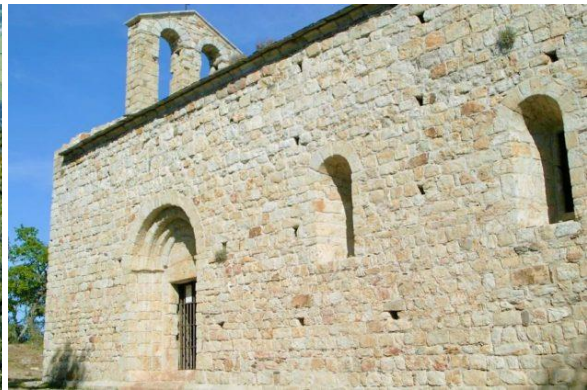
Avant de devenir une des plus importantes stations touristiques du sud de la France, Argelès-sur-Mer s'est construite au fil des siècles. Certains monuments encore présents aujourd'hui sont le témoignage de ce passé.

Les monuments historiques :

Le territoire communal compte 7 monuments historiques dont 3 sont classés et 4 inscrits.

Les monuments inscrits sont :

- La chapelle Saint-Laurent-du-Mont ;
- Le Dolmen dut Collets de Collioure ;
- Le Dolmen dit Cava de l'Alarb.



*Chapelle Saint-Laurent-du-Mont (Source : le-journal-catalan.com)*

Les monuments classés sont les suivants :

- L'église Saint-Alexandre-de-la-Pava ;
- L'église Notre-Dame-del-Prat ;
- Le Château de Pujols ;
- Le hameau du Taxo d'Avall.



*L'église Notre-Dame-del-Prat (Source : monumentum.fr)*



*Le Château de Pujols (Source : monumentum.fr)*



*Le hameau du Taxo d'Avall (Source : monumentum.fr)*

Sur les monuments inscrits et classés, la publicité est interdite (article L.581-4 1° et L.58-4 2°) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

À moins de 500 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

Concernant les monuments classés, l'installation ou la modification des enseignes sont soumises à autorisation (article L.581-18 du CE) après accord de l'architecte des bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 du CE).

La ville possède également un site classé et un site inscrit.

Le site classé : les rochers du Racou

Ce site a été protégé pour préserver le caractère pittoresque des rochers du Racou, qui constituent la première falaise de la côte rocheuse. Dans le cadre de la protection du littoral des Pyrénées-Orientales, le classement de ce site le protège également contre les projets d'urbanisation.

Dans un site classé, la publicité est interdite (article L.581-4 2° du CE) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

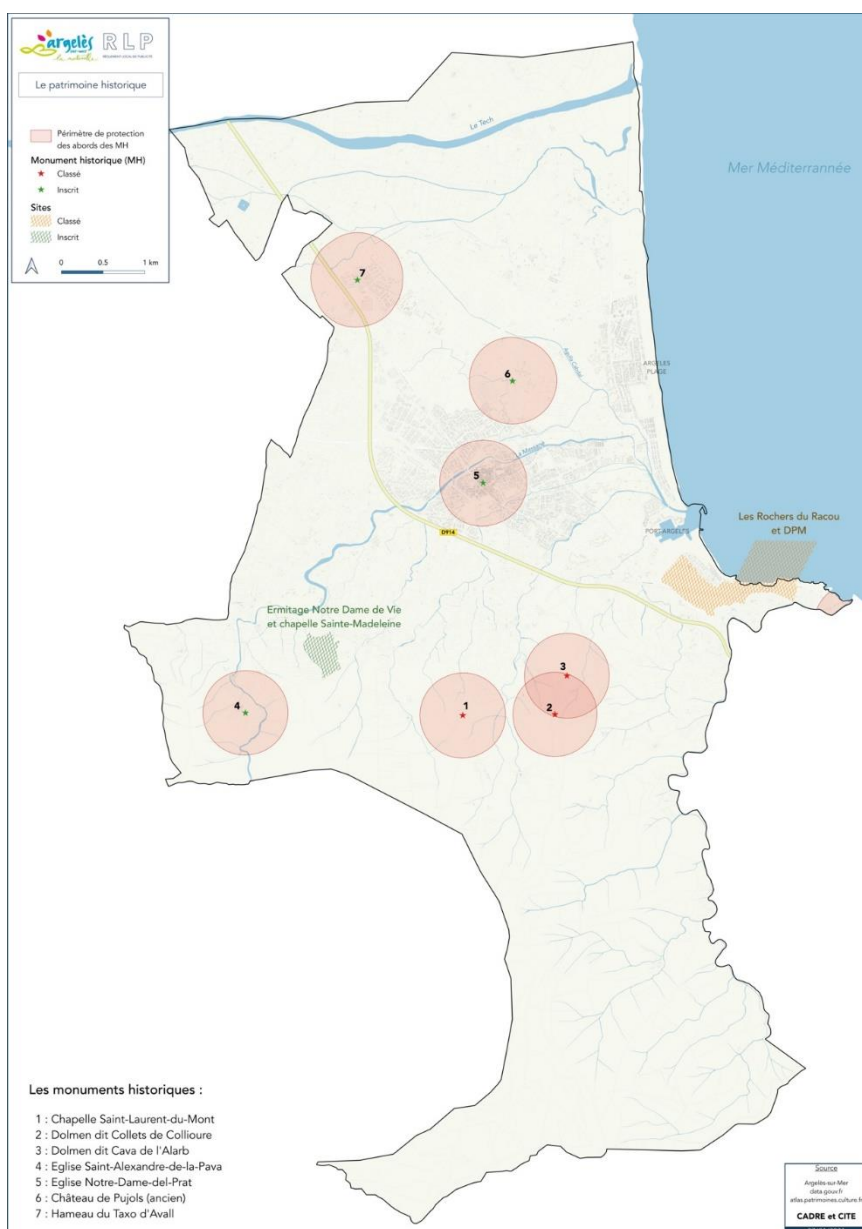
L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation (article L.581-18 du CE) après accord du préfet de Région (article R.581-16 du CE).

Le site inscrit : Ermitage Notre Dame de Vie et chapelle Sainte-Marie

Le sanctuaire religieux est situé au sud-ouest de la commune, sur les flancs du massif des Albères. Il possède encore des fondations et certains murs particulièrement épais datant du XIIème siècle.

Dans un site inscrit, la publicité est interdite (article L.581-8 4° du CE) mais il peut être dérogé à cette interdiction par le RLP, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que la réglementation nationale.

L'installation ou la modification des enseignes est soumise à autorisation (article R.581-18 du CE).





## Synthèse des enjeux



## PARTIE III. Le règlement national de publicité applicable à Argelès-sur-Mer

Le RLP d'Argelès-sur-Mer devant comporter des dispositions plus restrictives\* que celles du règlement national de publicité (RNP), il est nécessaire d'en connaître les dispositions applicables.

\* sauf exception prévue l'article L.581-8 du Code de l'environnement

### 3. La publicité

---

#### 3.1 Les règles communes

##### a. Les secteurs d'interdiction absolue

Conformément à l'article L.581-4 du Code de l'environnement, la publicité est 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 ;
- sur tout immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque désigné par un arrêté du maire ou du préfet.

##### b. Les secteurs d'interdiction relative

A l'intérieur des agglomérations et conformément à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, la publicité est également interdite dans les lieux suivants :

- aux abords des monuments historiques ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (ex-secteurs sauvegardés et AVAP) ;
- dans les sites inscrits ;
- dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protection spéciales (ZPS) du réseau Natura 2000 ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux.

Remarque : Dans ces lieux, à la différence des lieux et immeubles identifiés par l'article L.581-4, il est possible de lever l'interdiction de la publicité dans le cadre d'un RLP.

#### **b. Les supports interdits**

Il est interdit d'apposer de la publicité (articles R.581-22 et R.581-23 du Code de l'environnement) sur :

- les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique et de télécommunication ;
- les installations d'éclairage public ;
- les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les clôtures non aveugles ;
- les murs de cimetières ;
- les murs de jardin public ;
- les murs non aveugles des bâtiments :
  - ⇒ sauf si la surface unitaire des ouvertures est inférieure à 0.50 m<sup>2</sup> ;
  - ⇒ sauf pour les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou autorisée.

#### **c. La règle de densité foncière**

Les publicités murales et scellées au sol sont soumises à une règle de densité (Art. R.581-25 du Code de l'environnement). Cette règle est fondée sur la longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur inférieure ou égale à 80 mètres :

- en l'absence de dispositifs scellés au sol, la pose de 2 dispositifs publicitaires muraux alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support est autorisée.
- en l'absence de dispositifs muraux, la pose d'un dispositif scellé au sol est autorisée si le côté de l'unité foncière est inférieur ou égal à 40 mètres. La pose de deux dispositifs scellés au sol est autorisée si le côté de l'unité foncière est supérieur à 40 et inférieur ou égal à 80 mètres.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur supérieure à 80 mètres, un dispositif supplémentaire (mural ou scellé au sol) par tranche entamée de 80 mètres est admis.

L'implantation est libre sur l'unité foncière sous réserve du respect d'autres dispositions du RNP.

#### **d. L'obligation d'extinction nocturne**

Le RNP impose l'extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celles éclairés par projection ou transparence supportés par le mobilier urbain et des publicités numériques supportés par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (Art. R.581-35 du Code de l'environnement).

### **3.2 Les règles applicables par type de publicité**

#### **a. La publicité murale**

La publicité murale est la publicité qui est fixée sur un support déjà existant (mur, clôture, palissade...). Elle est régie par les articles R.581-26 à R.581-29 du Code de l'environnement.

La publicité murale, dont la surface maximale ne peut dépasser 12 m<sup>2</sup> et la hauteur comptée au pied du dispositif ne peut dépasser 7,5 m, doit être apposée sur un mur aveugle ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.50 m<sup>2</sup>.

Par ailleurs, elle ne doit pas :

- être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol ;
- être apposée sur une toiture ou une terrasse ;
- dépasser le mur qui la supporte ;
- dépasser l'égout du toit ;
- avoir une saillie de plus de 0,25 mètre ;
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes aient été supprimées, à l'exception des publicités peintes d'intérêt artistique.

#### **b. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol**

Régie par les articles R.581-30 à R.581-33 du Code de l'environnement, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC) ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites (zones N des PLU) ;
- si elle est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

Une distance de 10 mètres doit être observée entre une baie voisine et l'implantation du dispositif. En revanche, rien n'empêche de faire installer un dispositif scellé au sol devant ses fenêtres : seul le RLP peut établir une telle interdiction.

Un dispositif scellé au sol ne peut être installé à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (règle dite du « H/2 »).

#### **c. La publicité lumineuse**

Régie par les articles R.581-34 à R.581-41 du Code de l'environnement, la publicité lumineuse se compose de deux catégories, la publicité éclairée par projection ou transparence et la publicité numérique.

La première est soumise aux mêmes dispositions que la publicité non lumineuse auxquelles s'ajoute l'obligation d'extinction nocturne, tandis que la seconde est soumise à des dispositions spécifiques.

PUBLICITE LUMINEUSE		Surface maximale	Hauteur maximale par rapport au sol
Éclairée par projection ou transparence	Dispositifs muraux	12 m <sup>2</sup>	7,5 m
	Dispositifs scellés au sol	12 m <sup>2</sup>	6 m
Numérique	Dispositifs muraux	8 m <sup>2</sup>	6 m
	Dispositifs scellés au sol	8 m <sup>2</sup>	6 m

Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.

#### **d. La publicité sur mobilier urbain**

Le mobilier urbain se définit comme un ensemble d'installations sur une dépendance du domaine public et dont le but est la commodité de l'utilisateur. Comme pour les autres supports de publicité, le prestataire souhaitant utiliser le mobilier urbain dans un but publicitaire ne peut le faire qu'après avoir obtenu l'autorisation du propriétaire ou du gestionnaire du domaine public.

Elle est dispensée de la règle du « H/2 » et de la règle de densité. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité numérique.

Cinq catégories de mobilier urbain peuvent recevoir de la publicité :

##### **1. Les abris destinés au public (article R.581-43 du Code de l'environnement)**

La surface unitaire des publicités ne peut excéder 2 m<sup>2</sup>.

La surface totale de publicité admise est quant à elle liée à la surface abritée au sol :

- 2 m<sup>2</sup> en cas de surface abritée inférieure à 4,50 m<sup>2</sup> ;
- 2 m<sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 4,50 m<sup>2</sup> ;

Tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit.





## 2. Les kiosques (article R.581-44 du Code de l'environnement)

Il s'agit des kiosques à journaux et des autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public :

- la surface unitaire de la publicité est de 2 m<sup>2</sup> ;
- la surface totale de publicité ne peut dépasser 6 m<sup>2</sup> ;
- tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit.

## 3. Les colonnes porte-affiches (article R.581-45 du Code de l'environnement)

Les colonnes porte-affiches (souvent appelées « colonnes Morris ») sont destinées à annoncer des spectacles ou des manifestations culturelles. Aucune surface maximale n'est prévue.

## 4. Les mâts porte-affiches (article R.581-46 du Code de l'environnement)

Ils sont composés au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos, dont la surface unitaire maximum est de 2 m<sup>2</sup>. Les mâts porte-affiches sont utilisés pour annoncer des manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

## 5. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (article R. 581-47 du Code de l'environnement)

Cette catégorie de mobilier urbain existe sous différents formats : petits de 2 m<sup>2</sup> type « sucettes » ou plus grands de 8 à 12 m<sup>2</sup>.

La surface de publicité commerciale ne doit pas excéder la surface totale des informations non publicitaires ou œuvres artistiques.

### **e. Les bâches publicitaires**

Deux catégories de bâches sont réglementées aux articles R. 581-53 à R.581-55 du Code de l'environnement. Il s'agit :

- des bâches de chantier comportant un message publicitaire, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- des autres bâches publicitaires.

Remarque : La publicité sur les bâches de chantier des monuments historiques n'est pas soumise aux dispositions du Code de l'environnement. Son installation nécessite uniquement l'accord de l'autorité chargée des monuments historiques (architecte des Bâtiments de France).

Toutes les bâches sont soumises à autorisation du maire et leur durée de vie varie suivant la nature de la bâche :

- une bâche de chantier doit être retirée une fois les travaux terminés ;
- une bâche publicitaire peut être maintenue pendant 8 ans.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

La surface du message publicitaire ne doit pas excéder 50% de la surface totale de la bâche de chantier à l'exception des travaux de rénovation d'un immeuble en vue d'obtenir le label « Bâtiment basse consommation » (BBC).



*Une publicité sur bâche de chantier (Paris)*

**f. Les publicités de dimensions exceptionnelles**

Les publicités de dimensions exceptionnelles sont liées à des manifestations temporaires (articles L.581-9 et R.581-56 du Code de l'environnement).

Ces publicités sont soumises à un régime d'autorisation préalable. L'autorisation est délivrée par le maire au cas par cas et après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). La durée d'installation est strictement comprise entre le mois précédent la manifestation et les quinze jours suivant la manifestation.

La réglementation autorise les dispositifs de dimensions exceptionnelles supportant de la publicité numérique si leur surface unitaire ne dépasse pas les 50 m<sup>2</sup>.

**g. La publicité de petit format**

Réglémentée par l'article R.581-57 du Code de l'environnement, la publicité de petit format (dite quelquefois « micro-affichage ») peut être installée sur l'ensemble de la devanture commerciale (baie vitrée, porte d'entrée, piliers d'encadrement, etc.).

La surface unitaire d'un dispositif doit être inférieure à 1 m<sup>2</sup> et la surface cumulée ne peut recouvrir plus d'1/10<sup>ème</sup> de la surface de la devanture commerciale et dans la limite de 2 m<sup>2</sup>. La publicité de petit format n'est pas soumise à la règle de densité.



*Une publicité de petit format*

#### **h. La publicité sur véhicule terrestre**

Les véhicules concernés sont ceux qui ont pour vocation principale de supporter des messages publicitaires (article R. 581-48 du Code de l'environnement). Le stationnement de ces véhicules est réglementé car ils ne peuvent séjourner en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse réduite anormalement réduite. La surface cumulée de la publicité sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup>.

Ces véhicules ne sont pas autorisés à circuler dans les lieux interdits à la publicité.

#### **i. La publicité relative aux associations à but non lucratif et affichage d'opinion**

La mise à disposition d'emplacements dédiés à un « affichage libre » est une obligation. Ces espaces sont réservés uniquement aux citoyens et aux associations sans but lucratif et ne peuvent accueillir de la publicité commerciale. Le régime applicable est détaillé aux articles L.581-13, L.581-16, L.581-17 et R.581-2 à R. 581-5 du Code de l'environnement.

Les seuils de surface minimum dépendent du nombre d'habitants de la commune. En l'occurrence pour 49 926 habitants : 12 m<sup>2</sup> + 5 m<sup>2</sup> par tranche entamée de 10 000 habitants soit 32 m<sup>2</sup>.

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Cependant, le maire doit veiller à ce que tout point en agglomération soit situé à moins d'un kilomètre d'un panneau d'affichage libre.

## 2. Les préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité à l'exception :

- des préenseignes dérogatoires ;
- des préenseignes temporaires.

### 2.1 Les préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires ont pour particularité de pouvoir être implantées hors agglomération sous réserve du respect des règles définissant les activités signalées et des règles de format, de distance par rapport à l'activité signalée et de nombre.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que les activités suivantes :

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- activités culturelles ;
- monuments historiques (classés ou inscrits) ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement.

Le terme de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » exclut les commerces de distribution comptant un ou plusieurs rayons de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

- de format ;
- de distance par rapport à l'activité signalée ;
- de nombre.

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m de haut X 1,50 m de large monopied	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments Historiques ouverts à la visite		4	10 km

L'arrêté ministériel du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires limite la hauteur des dispositifs à 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol, panneau inclus. L'arrêté admet que deux préenseignes dérogatoires puissent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mat, ce qui n'était pas possible sous l'ancienne réglementation.



## 2.2 Les préenseignes temporaires

Règlementées aux articles L.581-20, R.581-68, R.581-69 et R.581-71 du Code de l'environnement, les préenseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

- les préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, 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.

Les préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de l'évènement.

## 3. Les enseignes

---

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Des dispositions relatives à leur extinction nocturne ont également été fixées lorsqu'elles sont lumineuses.

### 3.1 Les règles communes

Obligation d'entretien : les enseignes doivent être constituées de matériaux durables (exclusion du papier ou du carton). Elles doivent être propres et maintenues en bon état d'entretien et de fonctionnement.

Suppression au terme de l'activité : dans un délai de trois mois suivant la cessation d'activité, la personne exerçant l'activité est tenue de supprimer l'enseigne et de remettre le lieu en état. Il existe des dérogations pour les enseignes à caractère historique, artistique ou pittoresque.

### 3.2 Les règles applicables par type d'enseignes

#### a. Les enseignes murales

Les enseignes à plat (dites également en bandeau) sur un mur ou parallèle à celui-ci ne doivent pas :

- dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées ou les limites de l'égout du toit ;
- être à cheval sur le mur et la toiture ;
- constituer une saillie de plus de 0,25 mètre.

A la différence des publicités, elles peuvent être implantées sur une clôture non aveugle.

Les enseignes à plats sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies peuvent être installées :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 mètre ;
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de celui-ci et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport au garde-corps.

Les enseignes perpendiculaires (dites également en drapeau) ne doivent pas :

- dépasser la limite du mur qui les supporte ni être apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- constituer une saillie de plus d' $1/10^{\text{ème}}$  de la largeur de la voie avec un maximum de 2 mètres ;

La surface cumulée maximum des enseignes murales ne doit pas représenter plus de :

- 15% de la surface totale de la façade de l'établissement signalé ;
- 25% de la surface totale de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires entrent en compte pour calculer la surface totale aussi bien par le recto que par le verso. En revanche, n'entrent pas dans le calcul de la surface les publicités qui seraient également apposées sur la façade.

#### b. Les enseignes sur toiture

Les enseignes sur toiture sont régies par l'article R.581-62 du Code de l'environnement. Elles doivent être constituées de lettres découpées et ne doivent pas comporter de panneaux de fond. Leurs fixations doivent également être dissimulées.

Les dimensions d'une enseigne sur toiture varient en fonction de la hauteur de la façade :

- si la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, l'enseigne devra mesurer  $1/5^{\text{ème}}$  de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres au maximum ;

- si la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 mètres, l'enseigne ne devra pas dépasser les 3 mètres de haut.

La surface cumulée des enseignes sur toiture ne doit pas dépasser 60 m<sup>2</sup> au maximum.

#### **c. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Cette catégorie d'enseigne est réglementée à l'article R. 581-64 du Code de l'environnement et doit être installée sur l'unité foncière où est implanté l'établissement concerné. Il n'y a pas de règle particulière quant à la forme de l'enseigne (panneaux, drapeaux, totems, kakemonos, mâts, objets divers...).

Dès que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol font plus d'1 m<sup>2</sup>, elles sont limitées à un unique dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique et bordant l'établissement.

Les enseignes de plus d'1 m<sup>2</sup> ne peuvent être placées à moins de 10 mètres des baies des immeubles voisins. La règle du « H/2 » par rapport aux limites séparatives s'applique également aux enseignes scellées au sol.

Les enseignes inférieures à 1 m<sup>2</sup> ne font l'objet d'aucune restriction : elles ne sont pas limitées en nombre et ne sont pas tenues de respecter la règle du « H/2 », ni le retrait de 10 mètres par rapport aux baies voisines.

La hauteur des dispositifs varie en fonction de leur largeur :

- 6.50 mètres lorsqu'ils mesurent plus de 1 m de large ;
- 8 mètres lorsqu'ils mesurent moins de 1 m de large.

#### **d. Les enseignes lumineuses**

Les enseignes lumineuses sont réglementées à l'article R.581-59 du Code de l'environnement.

Comme pour la publicité lumineuse, les enseignes lumineuses doivent respecter la règle d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin. La réglementation prévoit une exception pour les activités nocturnes exercées entre minuit et 7 h du matin. Dans ce cas, les enseignes doivent être éteintes, au plus tard, une heure après la fin de l'activité et ne peuvent être allumées qu'une heure avant le début de l'activité.

Les dispositifs clignotants sont admis uniquement pour les pharmacies et les services d'urgence.

#### **e. Les enseignes temporaires**

Réglementées aux articles L.581-20, R.581-68 à R.581-70, les enseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

- les enseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (ex : opération commerciale) ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois signalant la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de l'opération ou de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.

## Partie IV

### Le règlement de 2009

Le règlement de 2009 avait institué deux zones de publicité restreinte (ZPR) et une zone de publicité élargie (ZPE).

La ZPR 1 correspondait au centre ancien et au front de mer. Tenant compte de la qualité des lieux, la publicité y était limitée au seul mobilier urbain, lui-même restreint à 2 m<sup>2</sup>.

Les enseignes font l'objet de mesures qualitatives : protection des balcons et modénatures, surface proportionnée à la façade (avant les règles nationales apparues en 2012), interdiction des enseignes scellées au sol.

La ZPR 2 recouvrait toutes les parties du territoire aggloméré hors ZPR 1 et ZPE.

La publicité scellée au sol était interdite, et les enseignes limitées en surface (20 % de la façade), en hauteur (2 m de haut pour les enseignes sur toiture, de 3,5 m pour les enseignes scellées au sol).

La ZPE avait été créée comme le permettait alors le Code de l'environnement, qui admettait qu'un règlement local de publicité puisse assouplir les règles nationales. En l'occurrence, la population communale étant à l'époque inférieure à 10 000 habitants, le RLP adoptait des règles propres aux agglomérations de taille supérieure. Etaient ainsi tolérées dans les secteurs commerciaux les publicités scellées au sol de 8 m<sup>2</sup> (10 m<sup>2</sup> hors tout), sur les propriétés privées comme supportées par le mobilier urbain. Une règle de densité, fondée sur l'écart entre 2 dispositifs avait pour objectif d'éviter les accumulations sur un même emplacement.

Les enseignes étaient soumises au règlement national de publicité.

#### Les effets du règlement

Simple de compréhension et donc d'application, le règlement local de 2009 a permis de circonscrire la publicité aux zones commerciales et de maîtriser les enseignes dans le centre-ville, où de nombreux progrès ont été accomplis pour l'insertion des enseignes. L'esprit général et le zonage en particulier doivent servir de base pour l'élaboration du nouveau règlement.



## Partie V

### Le diagnostic

Un recensement des dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 1,5 m<sup>2</sup> a été réalisé sur la totalité du territoire de la commune, qui a permis de dresser un bilan tant quantitatif que qualitatif de la situation. Le mobilier urbain de 2 m<sup>2</sup> est traité séparément, les opérateurs ayant fourni les listes et la localisation des emplacements.

Le diagnostic a été réalisé lors du dernier trimestre 2019. Il s'agit d'une **approche qualitative** de tous **les types de dispositifs** : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain, affichage d'opinion, affichage évènementiel, enseignes et préenseignes temporaires, publicité lumineuse (numérique ou autre), bâches etc.

#### 1. La situation de la publicité : aspect quantitatif

Une vingtaine de dispositifs d'une surface de 4 m<sup>2</sup> ou plus ont été recensés sur la commune. En application du RLP de 2009, leur surface est essentiellement de " 8 m<sup>2</sup> " appellation commerciale des afficheurs qui désigne des dispositifs d'une surface totale de 10 m<sup>2</sup> environ (variable suivant les sociétés d'affichage).

Les publicités scellées au sol sont situées dans l'ancienne zone de publicité élargie.



*Une publicité de 8 m<sup>2</sup> (mobilier urbain)*

Des préenseignes d'1,5 m<sup>2</sup> ont été relevées. Situées en agglomération, elles n'ont pas le statut de préenseigne dérogatoire.

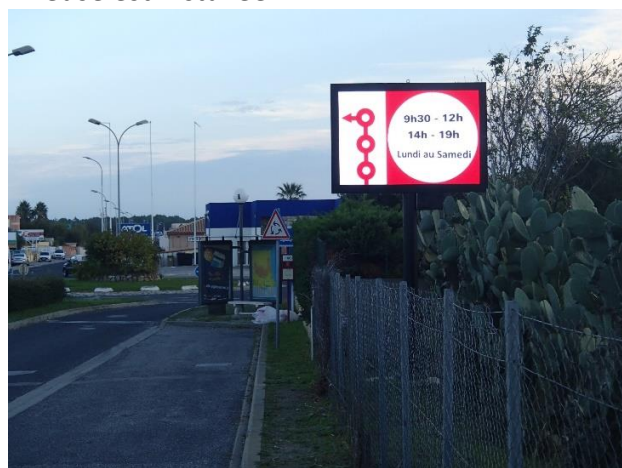


Depuis le retour au règlement national de publicité, 12 nouveaux dispositifs ont été installés



*Dispositif implanté en 2022*

Une seule publicité lumineuse est installée





## 2. la situation de la publicité : aspect qualitatif

Malgré une bonne application globale du règlement local de publicité de 2009, quelques concentrations de dispositifs sont à observer.



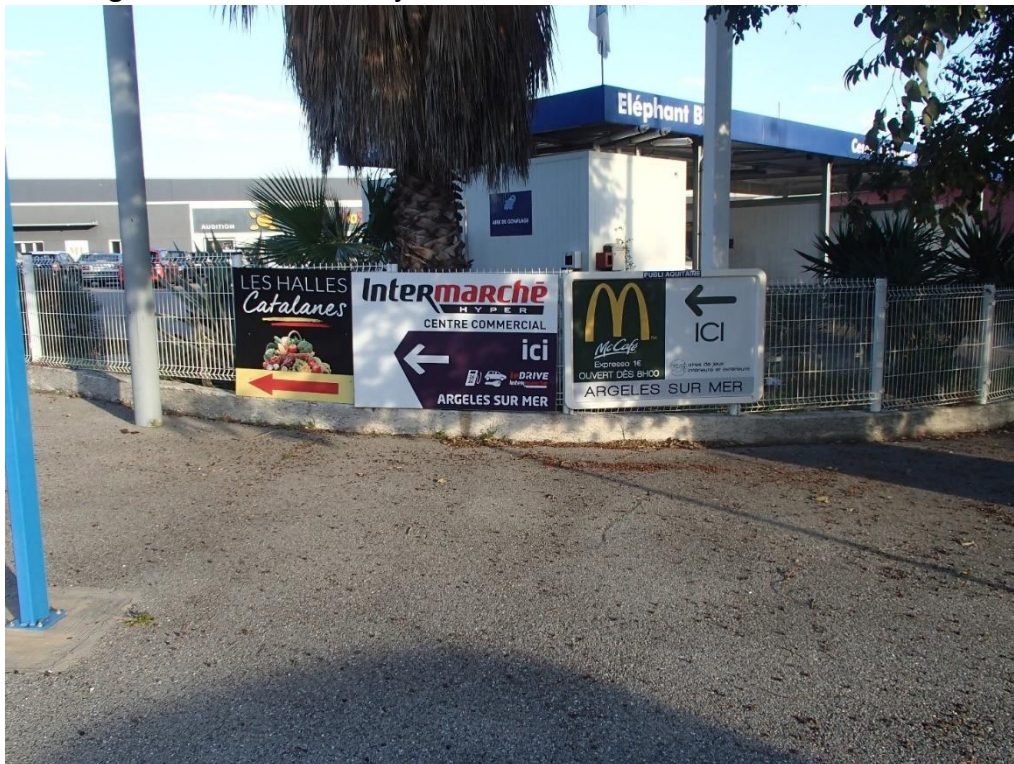
*Il est à noter que, même si ce règlement est caduc, la règle de densité nationale n'admet pas un nombre de dispositifs aussi important sur un même emplacement.*



*3 préenseignes sur un mur de clôture.*



3 dispositifs illégaux sur une clôture ajourée ont été observés...



...ainsi qu'une préenseigne fixée sur un mur à moins de 0,50 mètre du sol (illégal)



## Les enseignes

Un certain nombre d'illégalités vis-à-vis du règlement national est à déplorer, notamment des enseignes sur toiture qui ne sont pas constituées de lettres découpées.



La saillie de quelques enseignes excède 0,25 m et/ou dépasse sur la toiture





Le RLP de 2009 avait créé une règle de pourcentage entre la surface de la façade et la surface des enseignes, reprise sous une autre forme depuis par le règlement national. Un certain nombre d'établissements dépassent la règle nationale, désormais en vigueur.



*Dépassement de 15 % de la façade*



*A droite, dépassement de 25 % d'une façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>*

Il existe de nombreux bons exemples, particulièrement pour les entreprises plus récemment implantées.



Des enseignes de taille raisonnable (et conforme au RNP), qui indiquent parfaitement le commerce.



### Les enseignes en centre-ville

Les enseignes perpendiculaires souffrent - parfois - de 2 maux : leur nombre ou leur gigantisme.

Dans l'exemple ci-dessous, le nombre élevé d'enseignes n'améliore pas la lisibilité de l'établissement.



De même, ci-dessous, les dimensions de l'enseigne altèrent le bâti, sans contribuer à faire remarquer davantage le commerce. Dans le deuxième exemple, un balcon joliment ouvragé est partiellement masqué.



A noter par ailleurs que l'enseigne doit, pour respecter l'esprit et la lettre du Code de l'environnement, se tenir à l'étage du commerce, en l'occurrence le rez-de-chaussée.

## Les enseignes scellées au sol

L'enseigne scellée au sol (ou posée directement sur le sol) signale une activité en retrait de la voie publique. Elle est utile aux entreprises peu visibles de la rue, et peut être indispensable pour certaines activités comme certains campings. Pour autant, elle constitue un obstacle supplémentaire dans les perspectives qui peut se montrer fâcheux. Une enseigne judicieusement adaptée à son environnement joue son rôle de signal et ne nuit pas au cadre de vie.



*Une enseigne de 12 m<sup>2</sup>*



*Une enseigne "totem" prenant une place plus réduite dans la perspective de la rue*



## Les enseignes numériques

Les enseignes numériques attirent l'attention par leur luminosité et permettent à une entreprise (commerce surtout) de présenter ses produits, ses promotions. Leurs coûts d'achat et de maintenance ont baissé, leur qualité s'est améliorée, notamment la lisibilité en plein jour.

Elles sont dès lors séduisantes et leur développement est à prévoir. Toutefois, leur agressivité porte rapidement atteinte au paysage et elles sont grosses consommatrices d'énergie, ce qui ne va pas précisément dans le sens de l'histoire.

Absentes à Argelès-sur-Mer à ce jour, leurs éventuelles implantations doivent être encadrées par le RLP.



*Une enseigne numérique sur un centre commercial (hors Argelès-sur-Mer)*



## Partie VI

### Les orientations

Les orientations suivantes ont été proposées :

Pour les publicités

- conserver les acquis de 2009 : protection du centre-ville, du front de mer et des secteurs résidentiels, limitation des surfaces, esthétique des dispositifs ;
- éviter les concentrations de dispositifs (un seul panneau publicitaire par unité foncière, par exemple) ;
- restreindre les publicités numériques (déterminer les lieux et les surfaces) ;
- encadrer les nouveaux modes de publicité : petit format, bâches.

Pour les enseignes

- mettre en valeur le patrimoine bâti du centre-ville (limiter le nombre et la surface des enseignes) ;
- limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol et sur toiture ;
- réglementer les enseignes numériques ;
- élargir la page d'extinction nocturne des publicités et enseignes.

## **PARTIE VII**

### **Explication des choix**

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux se rapportant à chaque lieu et au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, un zonage a été établi, distinguant 3 zones.

Le règlement présente les règles communes à toutes les zones, suivies des règles spécifiques à chacune des zones identifiées. Le zonage couvre la partie agglomérée d'Argelès-sur-Mer, la publicité n'étant admise qu'en agglomération.

Les enseignes hors agglomération sont soumises aux règles relatives à la zone 3.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article L.581-19 du Code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLP, il n'est fait référence dans le corps du règlement qu'au terme « publicité », qui regroupe la publicité et les préenseignes, étant précisé que les préenseignes dites dérogatoires installées hors agglomération sont soumises à des règles distinctes, fixées par le règlement national de publicité.

#### **8.1 Le choix des zones**

##### **8.1.1 La zone 1 : le centre-ville et le littoral**

La sensibilité du centre-ville et du littoral nécessite un traitement particulier, permettant le traitement des enseignes, afin que celles-ci participent à la mise en valeur du patrimoine architectural. La publicité y est acceptée de façon parcimonieuse et reste soumise à l'accord au cas par cas de la ville.

##### **8.1.2 La zone 2 : certains grands axes de circulation et le parc d'activités**

Les abords des grands axes sont les lieux les plus recherchés pour la publicité. Le patrimoine architectural traversé est généralement banal et les zones naturelles peu nombreuses. Néanmoins, elles comportent des zones d'habitation et elles contribuent à l'image de la ville dont elles sont les entrées. Deux raisons pour lesquelles, si la publicité et les enseignes peuvent y avoir leur place, elles doivent être maîtrisées. C'est également pourquoi seuls quelques axes ont été retenus, les autres ayant un caractère très majoritairement résidentiel qui justifient leur inscription en zone 3.

Comme les grands axes, les zones d'activités sont recherchées par les annonceurs et les sociétés d'affichage : le plus grand linéaire des unités foncières, les vastes parkings, la forte fréquentation en font le lieu de prédilection de la publicité extérieure sous toutes ses formes. Pour autant, elle ne doit pas ajouter à la dégradation de ces zones dont l'aspect est peu qualitatif. Afin de maîtriser publicités et enseignes, le RNP est complété par de règles limitant la surface et la densité des publicités et des enseignes.

8.1.3 La zone 3 : Les secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones Quartiers pavillonnaires ou d'habitat collectif, les zones urbaines à dominante résidentielle se caractérisent par une circulation modérée, une quiétude environnante, des commerces du quotidien disséminés ou regroupés en petit nombre. Une protection très forte est donc justifiée et le RLP impose des restrictions aux publicités et à certains types d'enseignes.

## **8.2 : Les règles communes à toutes les zones**

### **Espaces protégés (article A.1)**

Le règlement national protège les zones naturelles, estimant que la publicité n'y a pas sa place. Dans cet esprit, et dans un souci de cohérence dans ses choix, Argelès-sur-Mer a étendu les protections aux zones reconnues par le plan local d'urbanisme.

Le RLP confirme la règle nationale de protection des monuments historiques et de leur périmètre en y interdisant la publicité. La ville admet le mobilier urbain publicitaire, se réservant la possibilité de juger de l'opportunité de leur installation, en fonction de leur utilité.

### **Mobilier urbain (article A.3)**

Le mobilier urbain pouvant supporter la publicité fait l'objet de dispositions particulières dans le règlement national, en raison du service qu'il apporte aux usagers du domaine public en l'abritant ou l'informant. D'autre part, la ville est totalement maîtresse du choix des emplacements. En conséquence, la ville a souhaité exclure ce type de dispositifs des règles générales, et traiter les implantations emplacement par emplacement. Ce choix s'est fondé notamment sur le constat qu'il apparaissait nécessaire de maintenir un service permettant de relayer les informations municipales auprès de la population.

### **Enseignes temporaires (article A.4)**

La réglementation nationale prévoit peu de dispositions applicables aux enseignes temporaires hormis une durée d'installation liée à l'opération qu'elles signalent. Pour combler cette lacune, et au regard de l'impact paysager que peuvent avoir ces installations lorsque les opérations se succèdent, Argelès-sur-Mer a fait le choix de limiter la durée des enseignes temporaires.

### **Horaires d'extinction (Article A-6)**

Afin de contribuer à la lutte contre le gaspillage énergétique et de réduire la consommation, et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLP prévoit une règle d'extinction des publicités plus restrictive que la règle nationale. La plage horaire d'extinction de ces dispositifs a été fixée de 23 h à 7 h au lieu de 1 h à 6 h dans la réglementation nationale. Cette disposition permet de préserver davantage le paysage nocturne et de renforcer la tranquillité des habitants d'Argelès-sur-Mer.

Compte-tenu de l'activité touristique, les établissements ouverts en dehors de ces horaires peuvent éclairer leurs enseignes.

### Publicités lumineuses et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines (chapitre A.7)

Les écrans dans les vitrines permettent aux commerçants de présenter leurs produits et leurs offres commerciales de façon dynamique et moderne. Aussi la ville n'a pas souhaité les interdire ; Leur surface est limitée à 20% de la surface des vitrines.

## **8.3 Les règles par zone**

### **8.3.1 : la zone 1 (le centre ancien et le littoral)**

La publicité (articles 1.2 et 1.3)

La publicité est admise de façon extrêmement restreinte : publicité de petit format et publicité sur les palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites au-delà du RNP, chevalets nécessaires aux commerces. Le nombre et la dimension des chevalets sont restreints.

Le caractère des lieux justifie l'interdiction de toute autre forme de publicité, lumineuse ou non.

Les enseignes (articles 1.4 et suivants)

La qualité patrimoniale des secteurs inclus dans la zone 1 impose que des mesures spécifiques soient établies en matière d'implantation et d'intégration harmonieuse des enseignes dans leur environnement et sur les façades.

En fonction de cet objectif, les dispositifs dont l'impact paysager est le plus fort et le moins adapté aux caractéristiques paysagères et patrimoniales de ces espaces sont interdits. Les enseignes sur toiture et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont prosrites (sauf terrasse concédées pour ces dernières).

Les enseignes numériques, qui n'ont pas de régime propre dans le règlement national, sont limitées à 1 m<sup>2</sup>.

Une limitation de la hauteur des lettres des enseignes parallèles au mur a notamment été retenue, identique à celle du règlement local précédent afin d'assurer la cohérence dans le temps de la politique municipale. Les lettres découpées, qui respectent le support (pierre, enduit...), sont obligatoires lorsque l'enseigne dépasse le rez-de-chaussée, et recommandée dans tous les cas.

Les enseignes perpendiculaires sont réglementées, de manière à ne pas nuire aux perspectives des rues, tout en tenant compte des impératifs de sécurité de l'espace public. Le choix s'est porté sur le nombre (1 seule enseigne par activité) la surface (0,50 m<sup>2</sup> maximum) et une hauteur minimum et maximum.

### **8.3.2 La zone 2 : certains grands axes de circulation et le parc d'activités**

Les publicités (article 2.2 et suivants)

Une volonté d'insertion dans l'environnement proche a conduit à inscrire dans le RLP des règles relatives au pied du dispositif, à son habillage, aux accessoires (passerelles). La majorité de ces règles étaient présentes dans le RLP précédent.

Afin d'éviter les regroupements de dispositifs, un seul dispositif scellé au sol est admis par

côté d'unité foncière.

L'impact visuel et la consommation énergétique des publicités numériques et pris en compte. Afin d'en amenuiser les conséquences, la surface n'excède pas 4 m<sup>2</sup>.

La publicité sur toiture et terrasse, jugée incompatible avec le caractère des bâtiments, et absente à ce jour, est interdite.

Les enseignes (article 2.5 et suivants)

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires aux murs sont soumises aux seules dispositions de la réglementation nationale. Cette dernière semble en effet suffisamment adaptée aux caractéristiques des bâtiments au sein de cette zone, et à même de permettre un accompagnement suffisamment qualitatif de ce type d'enseignes, tout en laissant aux entreprises de larges possibilités pour signaler les activités exercées. Les enseignes numériques peuvent être autorisées, mais n'excèdent pas 8 m<sup>2</sup>.

Afin d'harmoniser les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, une forme générale (enseigne plus haute que large) est imposée, sans brider la personnalisation ou la créativité des entreprises. Les dimensions sont très réduites, avec notamment ne hauteur limitée à 4,5 m. Les enseignes numériques scellées au sol sont interdites.

Les drapeaux et les oriflammes, quelles que soient leurs dimensions, sont autorisés, mais leur impact paysager est peu valorisant lorsqu'ils sont dégradés. Leur bon entretien est donc exigé.

### **8.3.4 La zone 3 : les secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones**

Les quartiers résidentiels sont des lieux qui se caractérisent par une diversité d'espaces : centralités accueillant services, commerces et habitat plus ou moins dense, quartiers pavillonnaires ou quartier d'habitat collectif. Lieu de vie des habitants où la circulation automobile est modérée, la publicité doit alors y avoir une place résiduelle afin de préserver la qualité du cadre de vie des personnes qui y séjournent. Aussi, sont interdites les publicités scellées au sol, les publicités sur toiture, sur bâches, et les publicités numériques sous toutes leurs formes.

Les enseignes numériques sont interdites afin de préserver la quiétude des habitants.

Les bâtiments, de faible hauteur, ne peuvent supporter une enseigne sur leur toiture.

Les enseignes scellées au sol, obstacles dans les perspectives, sont cantonnées à une hauteur (3,5 m) et une largeur (1m) largement suffisantes pour signaler un établissement peu visible de la voie publique.