

## VILLE DE CHATEAURENARD

### REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

#### NOTE DE SYNTHESE

#### Contexte

L'implantation des dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes est régie au niveau national par le Code de l'Environnement. Les communes peuvent instaurer des règles propres à leur territoire à travers un Règlement Local de Publicité (RLP).

En Juillet 2010, la loi portant Engagement National pour l'Environnement (loi ENE) de juillet 2010, dite Grenelle II, est venue modifier le contenu et la portée des Règlements Locaux de Publicité.

Ces modifications prévoient de nouvelles conditions et procédures pour l'élaboration ou la révision du Règlement Local de Publicité (RLP), suppriment la possibilité d'établir des Zones de Publicité Elargie (ZPE) et les règles ne peuvent être désormais que plus restrictives que la réglementation nationale (RNP).

Le règlement Local de Publicité actuellement en vigueur sur la commune de Châteaurenard a été approuvé antérieurement à la loi du 28 janvier 2010, dans ce cas, obligation est faite à la commune de le réviser avant le 12 juillet 2020, sous peine de caducité.

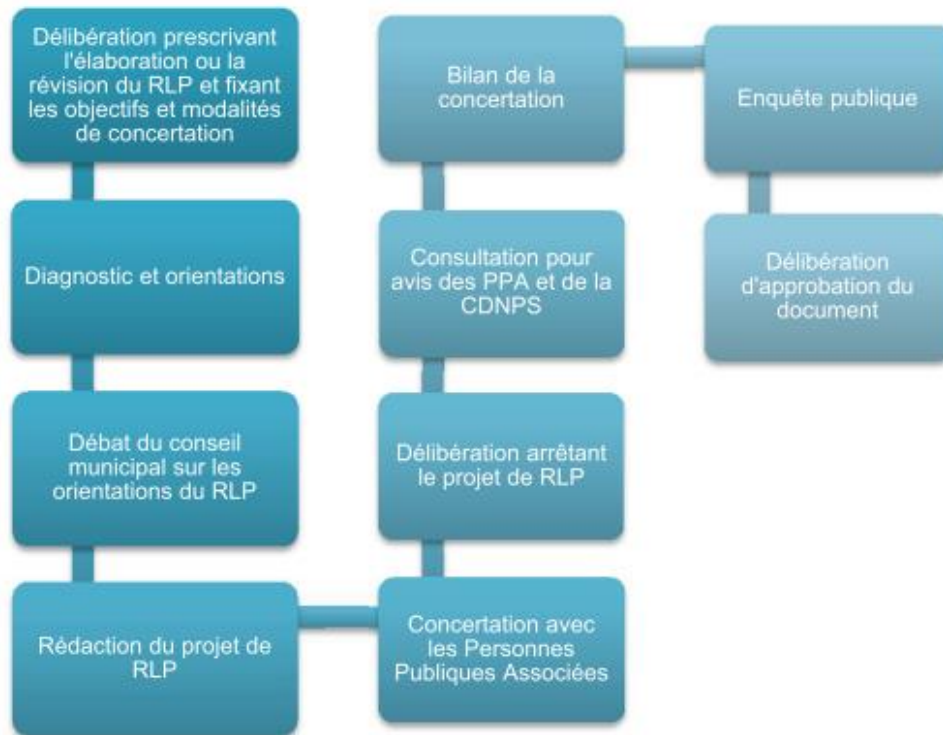
#### OBJECTIFS

Dans le cadre de ces évolutions, il est apparu nécessaire d'engager une réflexion visant à modifier la réglementation locale en matière de publicité, de pré-enseignes et enseignes, prenant en compte les objectifs suivants :

1. L'amélioration de la qualité des entrées de ville ;
2. La préservation de la qualité de perception du grand paysage et les perceptions depuis les principaux axes de fréquentation touristique notamment depuis et vers Avignon, Arles et St-Rémy-de-Provence ;
3. L'amélioration de l'intégration des enseignes et pré-enseignes dans le paysage urbain ;
4. La sécurité des entrées de ville et des carrefours giratoires ;
5. Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le patrimoine architectural et les sites protégés ;
6. La réduction des supports publicitaires aux abords de certaines voies et secteurs notamment le Bd Genevet (secteurs dit "Gare" et "MIN"),
7. Le maintien d'un potentiel d'expression publicitaire, en conciliant la préservation des paysages et l'attractivité économique et touristique ;
8. La mise en compatibilité du RLP avec le périmètre de protection des monuments historiques.

## PROCEDURE

La révision d'un Règlement Local de Publicité est identique à la procédure de révision d'un Plan Local d'Urbanisme.



Par délibération du conseil municipal du 25 mai 2018, la Commune de Châteaurenard a prescrit la révision du règlement Local de Publicité. Cette délibération a été notifiée aux personnes publiques associées.

Première Phase : Concertation auprès de la population, afin de l'associer à l'élaboration du nouveau RLP.

Les modalités de la concertation étaient les suivantes :

- La mise à disposition d'un registre de concertation en Mairie au Service Urbanisme aux jours et heures habituels d'ouvertures pendant toute la durée de l'élaboration du RLP ; Le registre a été ouvert le 25 mai 2018 et clos la veille du Conseil Municipal arrêtant le Projet de RLP.
- La présentation de l'avancement du projet par une publication dans les documents d'informations communaux, tel que l'Echo des Tours, panneau d'affichage numérique, panneaux d'informations, etc. ; Des articles ont été publiés régulièrement sur les différents supports.
- La présentation de l'avancement du projet sur le site internet de la Ville <http://www.chateaurenard.com/>;
- La mise à disposition d'un courriel permettant de formuler des remarques. Une remarque a été formulée le 11 Juin 2019.

La population ainsi que les personnes intéressées ont ainsi pu, de manière continue, suivre l'évolution du dossier et prendre connaissance des différents documents en lien avec la présente révision.

A la fin de la période de concertation, une réunion publique a eu lieu le 11 Juin 2019. A cet effet plus de 540 courriers d'invitation à destination des professionnels ont été envoyés le 23 Mai 2019.

L'ensemble de ces moyens de concertation est détaillé dans le bilan de la concertation.

Deuxième phase : Elaboration du projet de règlement.
--

Pendant la concertation, les orientations ont été définies lors de réunions techniques et de comité de pilotage.

Les orientations du Règlement Local de Publicité (Article L.153-12 du Code de l'urbanisme) débattues en Conseil municipal le 28 Mars 2019 :

*Les orientations en matière de publicité :*

- Préserver de l'affichage publicitaire les entrées de ville et le contournement Est de Châteaurenard : avenue de la Libération, route d'Avignon, route de Tarascon, route de Saint-Rémy-de-Provence, boulevard Joliot Curie, avenue Rhin et Danube, avenue des Martyrs de la Résistance, avenue De Lattre de Tassigny
- Améliorer la qualité paysagère de la traversée urbaine principale : le boulevard Genevet
- Limiter l'affichage publicitaire dans le centre ancien, réduire l'emprise publicitaire aux abords
- Adapter les dispositions règlementaires sur le hameau de la Crau de Châteaurenard
- Limiter la pollution lumineuse

*Les orientations en matière d'enseignes*

- Réduire l'empreinte visuelle de certaines enseignes, améliorer la lisibilité des activités
- Valoriser la qualité du centre historique et des faubourgs, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti
- Encadrer les enseignes dans les zones d'activités et accompagner de façon qualitative le développement de ces zones
- Limiter la pollution lumineuse

Ensuite le projet de règlement Local de Publicité a été élaboré au sein de réunions techniques et de comité de pilotage. Les professionnels et les personnes publiques associés ont également participés à l'élaboration du RLP lors de réunions spécifiques.

## Troisième phase : Le projet de règlement.

Les grands principes du projet de règlement ont été définis dans le respect des objectifs et des orientations. Le règlement national de publicité (RNP) est le cadre général que le règlement local de publicité (RLP) peut préciser sans assouplir.

Il a été recherché une cohérence entre les différentes entrées de ville ainsi qu'entre les différentes zones d'activités.

Le territoire Communal a été scindé en 8 zones de ZP1 à ZP7 :

ZP1 : Centre ville

ZP2 : Boulevard Jules Ferry - Avenue Jacques Trouillet

ZP3 : Entrées de villes, Zones résidentielles

ZP4 : Hameau de La Crau

ZP5 : Zone Commerciale

ZP6a : Zones artisanales du Barret et de la Chaffine

ZP6b : Zone industrielle des Iscles

ZP7 : Zones naturelles et agricoles

Les possibilités d'installations de publicités et d'enseignes varient en fonction des ZP définies.

1. En matière de publicité les possibilités d'installations seront plus grandes en ZP5 qu'en ZP1. La publicité est interdite par le RNP en ZP6b et ZP7.
  - La publicité est autorisée sur mobilier urbain (2m<sup>2</sup> maximum) dans l'ensemble de l'agglomération (ZP1 à ZP6a). Celle-ci peut être numérique en ZP1, ZP2 et ZP5.
  - Les dispositifs autorisés vont de 2m<sup>2</sup> maximum en ZP1, 4m<sup>2</sup> sur mur aveugle en ZP2, et 10,5m<sup>2</sup> en ZP4 et ZP5 au sol ou sur mur aveugle. De plus en ZP5 la publicité numérique sur mur aveugle et au sol (2m<sup>2</sup> maximum) est permise.
  - Le RNP interdit la publicité hors agglomération c'est à dire en ZP7 et ZP6b. Par cohérence entre les deux ZP6, le RLP interdit la publicité en ZP6a sauf les dispositifs sur mobilier urbain de 2m<sup>2</sup> maximum.
  - De plus, la ZP3 qui est le secteur le plus concerné par les cônes de vues sur monuments historiques et sur le paysage lointain, n'autorise la publicité que sur le mobilier urbain (2m<sup>2</sup> maximum).
2. En matière d'enseigne, les contraintes seront plus grandes en ZP1 qu'en ZP5.
  - Les enseignes ne doivent pas porter atteinte au caractère architectural du bâtiment, être en harmonie avec les matériaux, couleurs et lignes de façade. Elles seront éteintes une heure après la cessation d'activité et rallumées une heure avant.
  - Les enseignes sont interdites sur tout le territoire de la commune sur clôture non aveugles, sur support souple, sur les arbres et sur toitures en pentes.
  - Les enseignes sont autorisés sur toitures plates en ZP3, ZP4, ZP5, ZP6a et ZP6b. ; Limitées à 3 par façade en ZP1 et ZP2. Limitée à 1 dispositif au sol de 4m<sup>2</sup>, sauf ZP5 (10,5m<sup>2</sup>), et ZP6a, ZP6b (6m<sup>2</sup>)

Quatrième phase : Arrêt du projet de règlement.

C'est dans ce cadre que la Commission urbanisme a examiné ce dossier le 19 juin 2019.

Le Conseil est invité à tirer le bilan de la concertation et à arrêter le projet de règlement local de publicité, conformément aux dispositions combinées du Code de l'environnement et du code de l'urbanisme.

Le dossier définitif du projet de Règlement Local de Publicité, tel qu'arrêté par le Conseil municipal sera tenu à la disposition du public en Mairie de Châteaurenard au Service urbanisme, aux horaires habituels d'ouverture du public. (Article L.103-6 et suivants du Code de l'urbanisme)

Cinquième phase : Avis des PPA et de la CDNPS

Conformément aux dispositions des articles L. 153-16, L. 153-17 et L. 132-12 du Code de l'urbanisme, le projet de Règlement Local de Publicité arrêté sera communiqué pour avis :

1. Aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-9 du Code de l'urbanisme,
2. Aux communes limitrophes qui ont demandées à être consultées,
3. Aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés qui ont demandé à être consultés.

Conformément aux dispositions de l'article L581-14-I du Code de l'environnement, le projet de Règlement Local de Publicité arrêté sera communiqué pour avis à la Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysage et des Sites (CDNPS).

Sixième phase : Enquête publique.

Le dossier arrêté par le conseil municipal sera soumis après avis des PPA et de la CDNPS, à enquête publique. Le commissaire enquêteur rendra son avis en fin d'année.

Septième Phase : Approbation du RLP.

Le conseil municipal approuvera ensuite le Règlement Local de Publicité en début d'année 2020.