



# RILP

*ville de Pamiers*



## 1 - RAPPORT DE PRESENTATION



<b>Chapitre 1 : Diagnostic</b>	<b>3</b>
I. Préambule	3
II. Contexte communal	6
III. Le cadre réglementaire de Pamiers – Code de l’Environnement	12
IV. Diagnostic publicitaire du territoire	29
<b>Chapitre 2 : Orientations et Objectifs</b>	<b>52</b>
Orientation n°1 : Veiller à la promotion touristique et culturelle du territoire	52
Orientation n°2 : Limiter l’emprise visuelle de l’affichage le long des principaux axes de traversée de la commune	52
Orientation n°3 : Valoriser le patrimoine d’exception du centre historique de Pamiers, tout en permettant au dynamisme commercial de s’exprimer	55
Orientation n°4 : Limiter l’impact de l’affichage publicitaire dans les secteurs à vocation résidentielle.	57
Orientation n°5 : Assurer l’expression des acteurs économiques dans les zones d’activités périphériques	57
<b>Chapitre 3 : Justification des choix retenus</b>	<b>59</b>
I. Motifs de délimitation des zones de publicités et choix réglementaires associés	59
II. Choix pour les dispositions communes à toutes les zones	63
III. Comparaison des règles avec l’ancien RLP de 2004 en vigueur	65

# Chapitre 1 : Diagnostic

## I. Préambule

### 1. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet **l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « *Protection du cadre de vie* » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012*	1 <sup>er</sup> juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles. Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

## 2. Les différentes zones

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

## 3. Pourquoi réviser le RLP de Pamiers ?

La commune de Pamiers s'est engagée dans la révision de son Règlement Local de Publicité (RLP) car celui qui est en vigueur date de 2004. Il n'est donc plus en adéquation avec la réglementation applicable en la matière. Afin de maîtriser au mieux les enseignes et publicités sur le territoire communal et éviter une pollution visuelle, il est nécessaire que ce règlement soit révisé pour être conforme à la législation en vigueur et adapté à la réalité du territoire communal et aux projets envisagés.

## 4. Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone.
- **Des annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

## 5. Les principales définitions

**Enseigne** : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



*Exemples d'enseignes présentes sur le territoire de Pamiers*

*! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes*



**Pré-enseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



*Exemples de pré-enseignes sur le territoire de Pamiers*

*! Les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité*

**Pré-enseigne dérogatoire** : La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement

**Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



*Exemples de publicités sur le territoire de Pamiers*

### Dispositifs temporaires : les enseignes ou pré-enseignes sont de deux types :

- Signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- Installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

## II. Contexte communal

### 1. Contexte communal et démographique

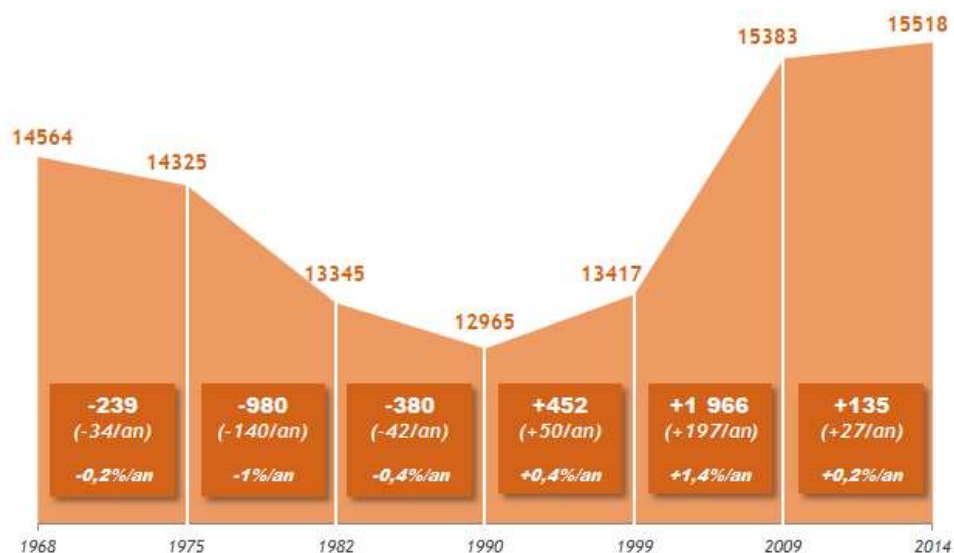
#### 1.1. Données générales

Pamiers est la Sous-préfecture du département de l'Ariège, ville la plus peuplée du département. D'une superficie de 4585 hectares, elle compte 15518 habitants en 2014. Sa densité de population est de 338,5 hab. /km<sup>2</sup>. Elle fait partie de la communauté de communes des Portes d'Ariège Pyrénées (CCPAP), et dépend du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) de la Vallée de l'Ariège.

#### 1.2. Évolution démographique

Concentrant 10 % de la population ariégeoise, Pamiers est une commune dynamique et attractive où la population ne cesse d'augmenter depuis une vingtaine d'années.

Bien qu'elle ait connu quelques ralentissements dans son évolution démographique, la commune de Pamiers s'inscrit dans un contexte - tant local que régional - où la dynamique socioéconomique est en constante croissance. Les évolutions démographiques de la CCPAP et du SCoT de la Vallée de l'Ariège sont également positives depuis 1982.



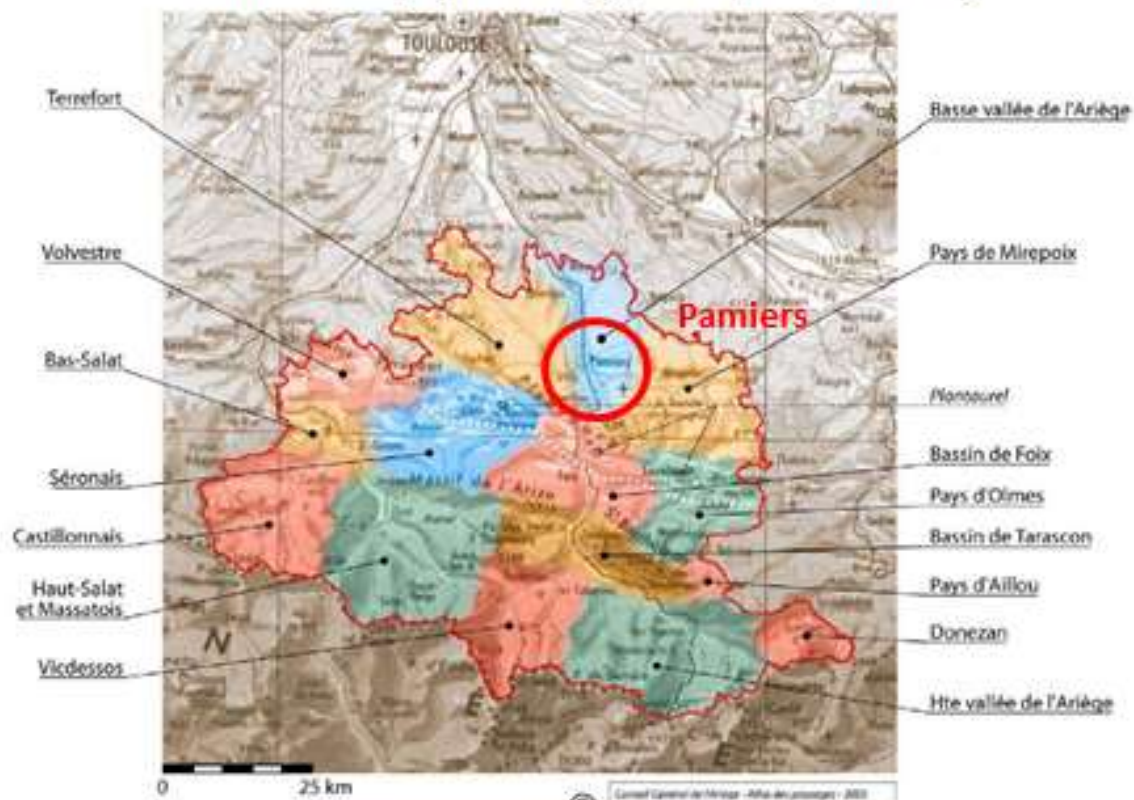
EVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE DE PAMIERS ENTRE 1968 ET 2014  
(INSEE RGP de 1968 à 2014 ; CITADIA 2017)

## 2. Contexte paysager et patrimonial

### Un territoire de la basse Vallée de l'Ariège

À l'échelle départementale, la commune de Pamiers est intégrée à l'unité paysagère de la basse Vallée de l'Ariège.

*Les grands ensembles paysagers  
de l'Atlas des Paysages d'Ariège, 2005 (CD09, CAUE09)*



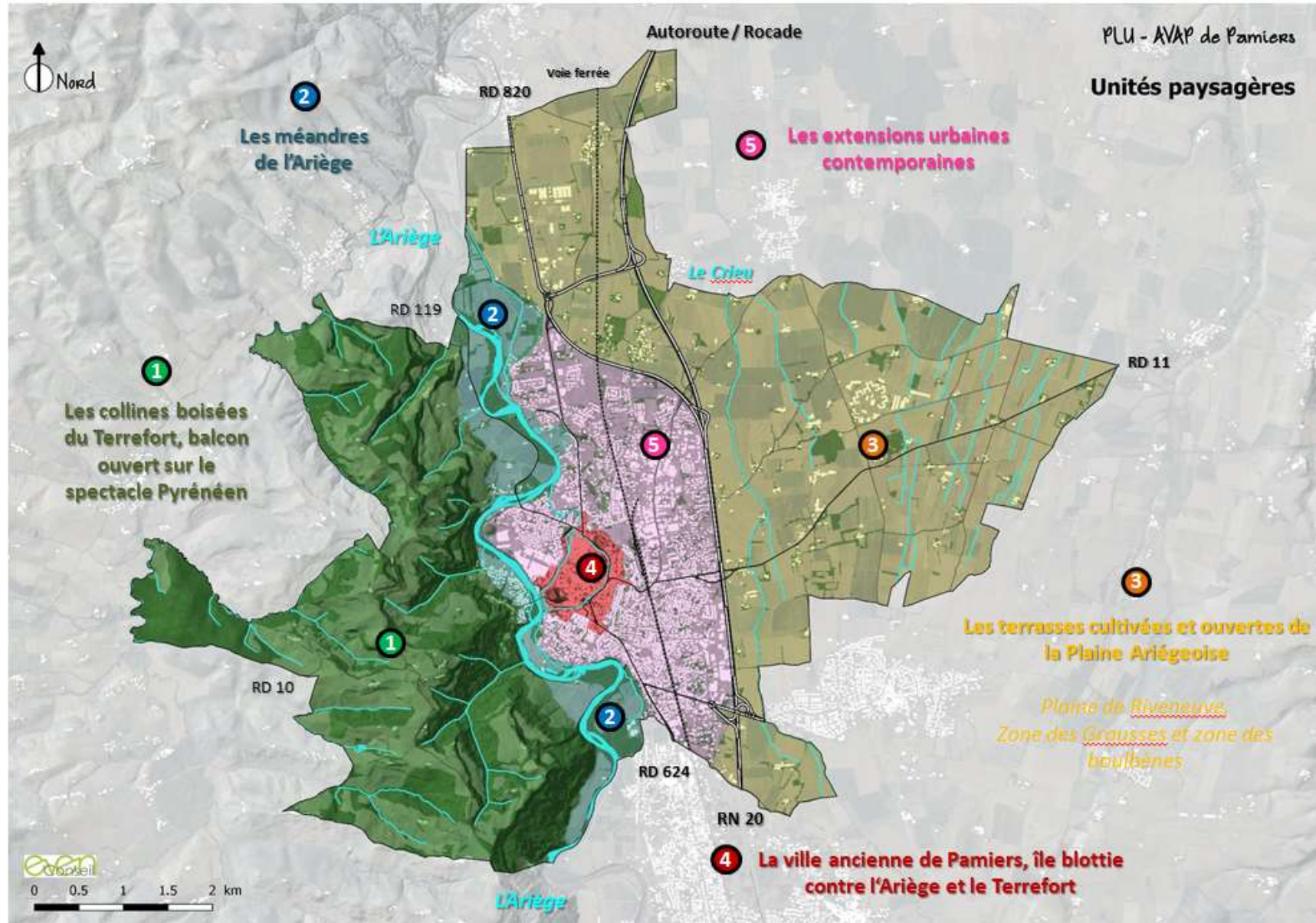
### Une commune à 5 faciès paysagers lisibles

À l'échelle communale, le territoire de Pamiers présente 5 unités de paysage, calquées sur le socle géomorphologique et l'occupation humaine :

- Les collines boisées du Terrefort, balcon ouvert sur le spectacle Pyrénéen,
- Les méandres de l'Ariège
- La ville ancienne de Pamiers, île blottie contre l'Ariège et le Terrefort,
- Les extensions urbaines contemporaines,
- Les terrasses cultivées et ouvertes de la plaine Ariégeoise.

Une fracture physique matérialisée par l'A66 et la voie ferrée qui lui est parallèle scinde le paysage le long d'un axe Nord / Sud.

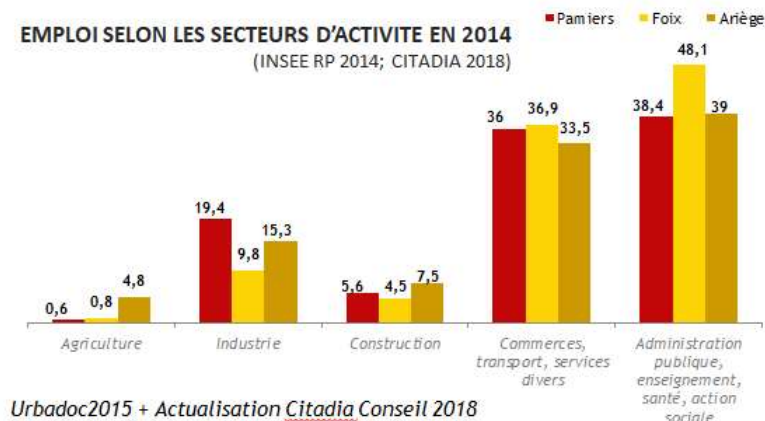




### 3. Contexte économique de la commune

Pôle majeur du SCoT de la Vallée de l'Ariège, la commune appaméenne est un pôle de développement économique important. Pamiers est une commune qui a su entretenir, malgré un profil économique longtemps monotypé et sa proximité avec la métropole toulousaine, un modèle socioéconomique où croissance résidentielle et croissance économique restent étroitement liées. En 15 ans, de 1999 à 2014, ce sont en effet plus de 2100 emplois qui ont été créés sur le territoire et 2101 nouveaux habitants qui se sont installés ; soit 100 nouveaux emplois créés pour 100 nouveaux résidents entre 1999 et 2014.

En 2014, plus de la moitié des actifs recensés sur la commune travaillent sur la commune. Cependant 36,5% d'entre eux habitent dans les communes alentours, renforçant les problématiques des migrations pendulaires lors des heures de pointes. Dès lors, les dynamiques d'accueil les plus fortes se sont ainsi reportées sur les communes de première couronne, bien que la dynamique économique soit toujours positive à Pamiers. Ainsi avec un ratio de 1,4 emploi par actif, plus de deux fois supérieur à la moyenne nationale et à celle du département qui propose 0,59 emploi par actif, la commune confirme son poids économique et concentre – avec le pôle d'emploi de Foix – la grande majorité des emplois du département.

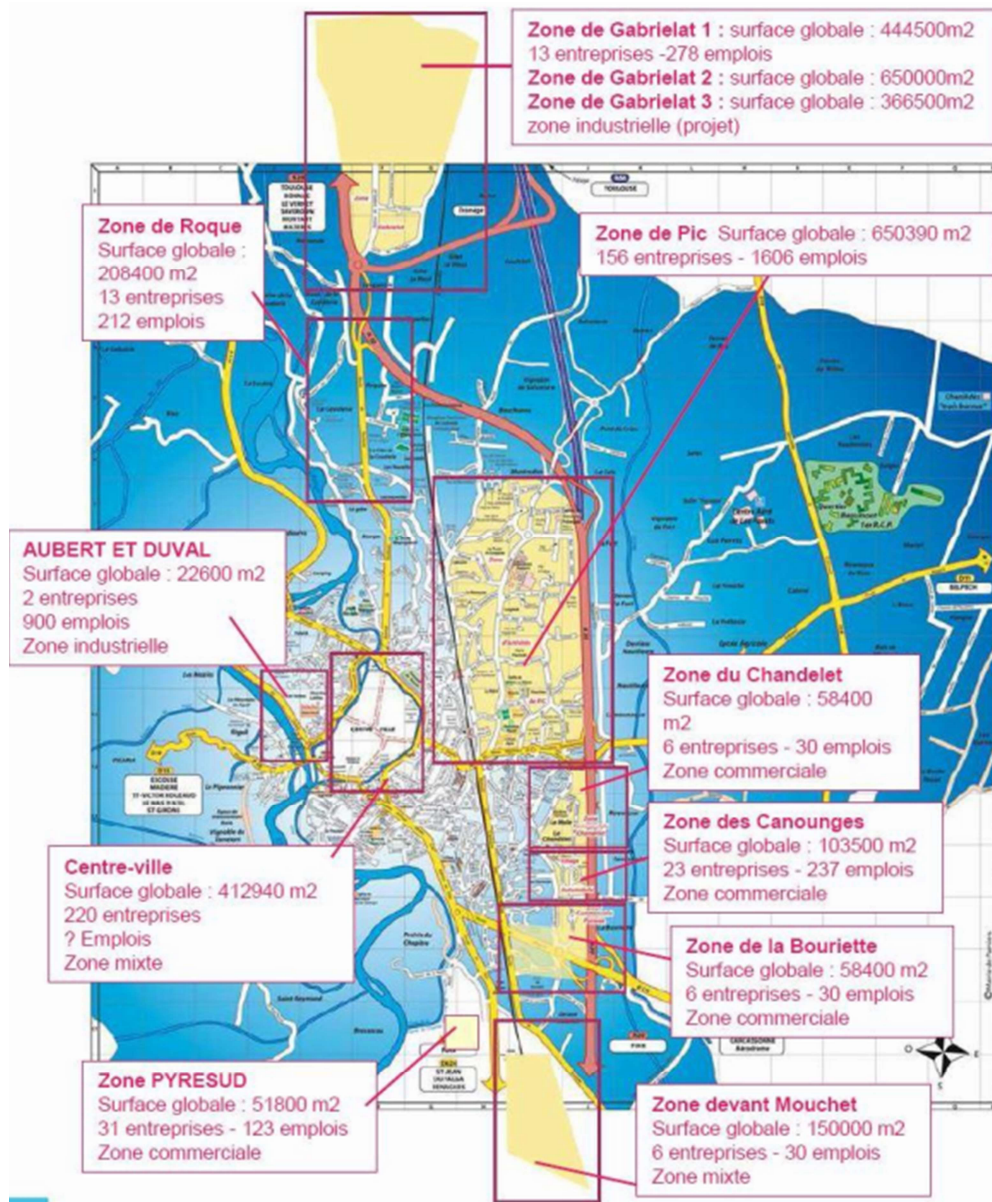


#### Les zones d'activités de la ville de Pamiers

La commune possède de nombreuses zones d'activités économiques :

- Les 3 zones commerciales bordant la RN20
  - Zone de la Bouriette,
  - Zone des Canoungès : « village auto »,
  - Zone du Chandelet
- Zone commerciale de Roque : le long de la RD624 au Nord
- Zone commerciale Pyrésud : le long de la RD624 au Sud en lien avec Saint-Jean-du-Falga (équipement de la personne et de la maison)
- Deux zones industrielles : ZA Gabriélat (Zone d'intérêt régional) et ZA de Pic
- L'usine Aubert et Duval





#### 4. Contexte viaire

À la croisée de l'A66 qui relie Foix à Toulouse et de la RN20 qui traversent la commune, avec cinq échangeurs sur le territoire, et une gare de péage autoroutière au Nord, les déplacements se pensent forcément sur Pamiers à l'échelle supra communale.

La ville de Pamiers participe au système métropolitain toulousain (agglomération toulousaine et agglomérations moyennes situées dans sa zone d'influence) qui se caractérise par une forte intensité des échanges quotidiens entre les différents territoires (migrations résidentielles, déplacements domicile-travail, ...).

En effet, la commune est en relation directe avec les bassins d'emploi de Toulouse et de Foix.

L'axe routier Nord/Sud, caractérisé par l'A66 et la RN20, structure le territoire et permet un flux de transit depuis l'agglomération toulousaine vers la Haute-Ariège, l'Andorre et l'Espagne. Ce réseau viaire permet également de raccorder la ville de Pamiers au réseau autoroutier national.

La mise en 2\*2 voies partielle de la RN20 et la construction de l'A66 ont grandement amélioré la liaison avec la métropole de Toulouse. Les temps de trajet en voiture sont réduits à seulement environ 50 minutes. 22 000 véhicules sont comptés par jour au Nord de Pamiers sur la RN20 (source : observatoire régional des trafics routiers en Midi-Pyrénées DREAL 2015).

De plus, elle est traversée par un réseau secondaire permettant aux actifs qui travaillent sur le territoire de se rendre chez eux, favorisant ainsi les migrations pendulaires toujours plus accrues :

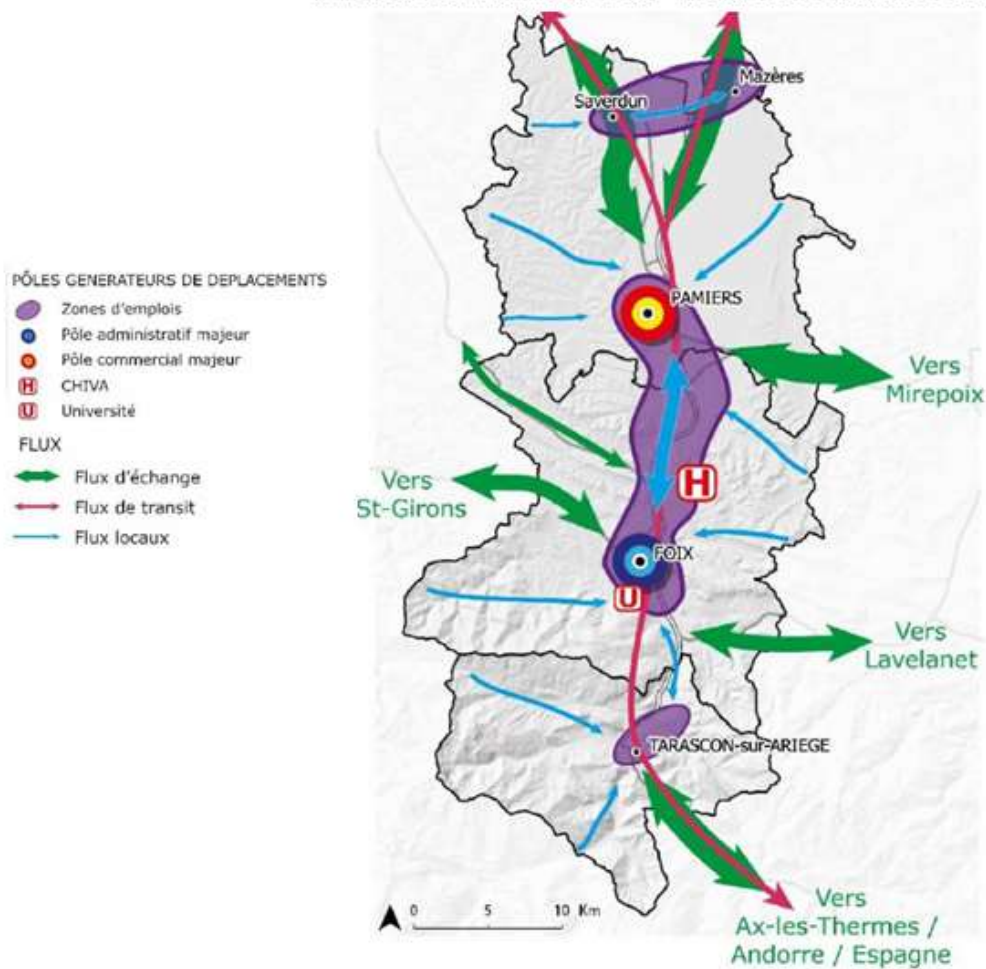
- RD 820
- RD 624
- RD 10
- RD 10a
- RD 11

En effet, 36,5% des actifs qui travaillent à Pamiers habitent dans les communes alentours.

Le réseau de voirie tertiaire vient compléter les dessertes au niveau de la commune par de petits chemins ruraux et par les voiries internes aux lotissements.

### HIERARCHISATION DES FLUX

(Plan de déplacements Vallée de l'Ariège – version provisoire de septembre 2018)



Le territoire est en outre traversé par la ligne TER Toulouse/ Latour de Carol et plusieurs lignes de bus assurent les liaisons avec le pôle toulousain.

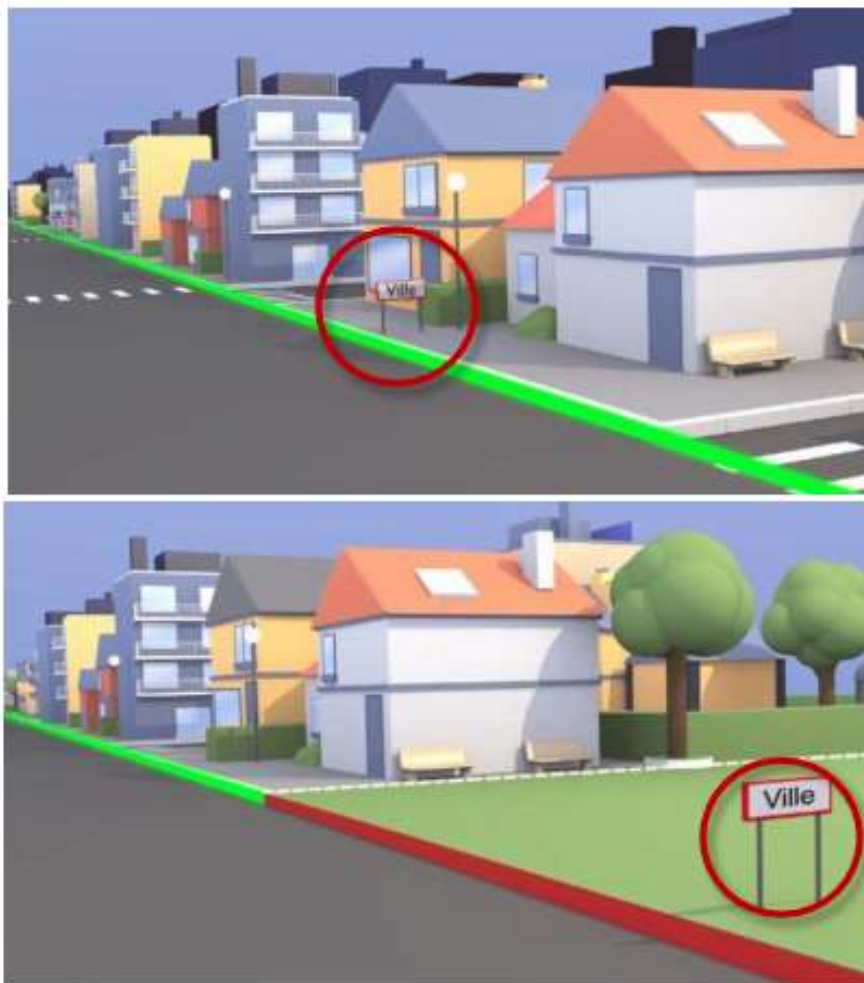
### III. Le cadre réglementaire de Pamiers – Code de l'Environnement

#### 1. Le périmètre « d'agglomération »

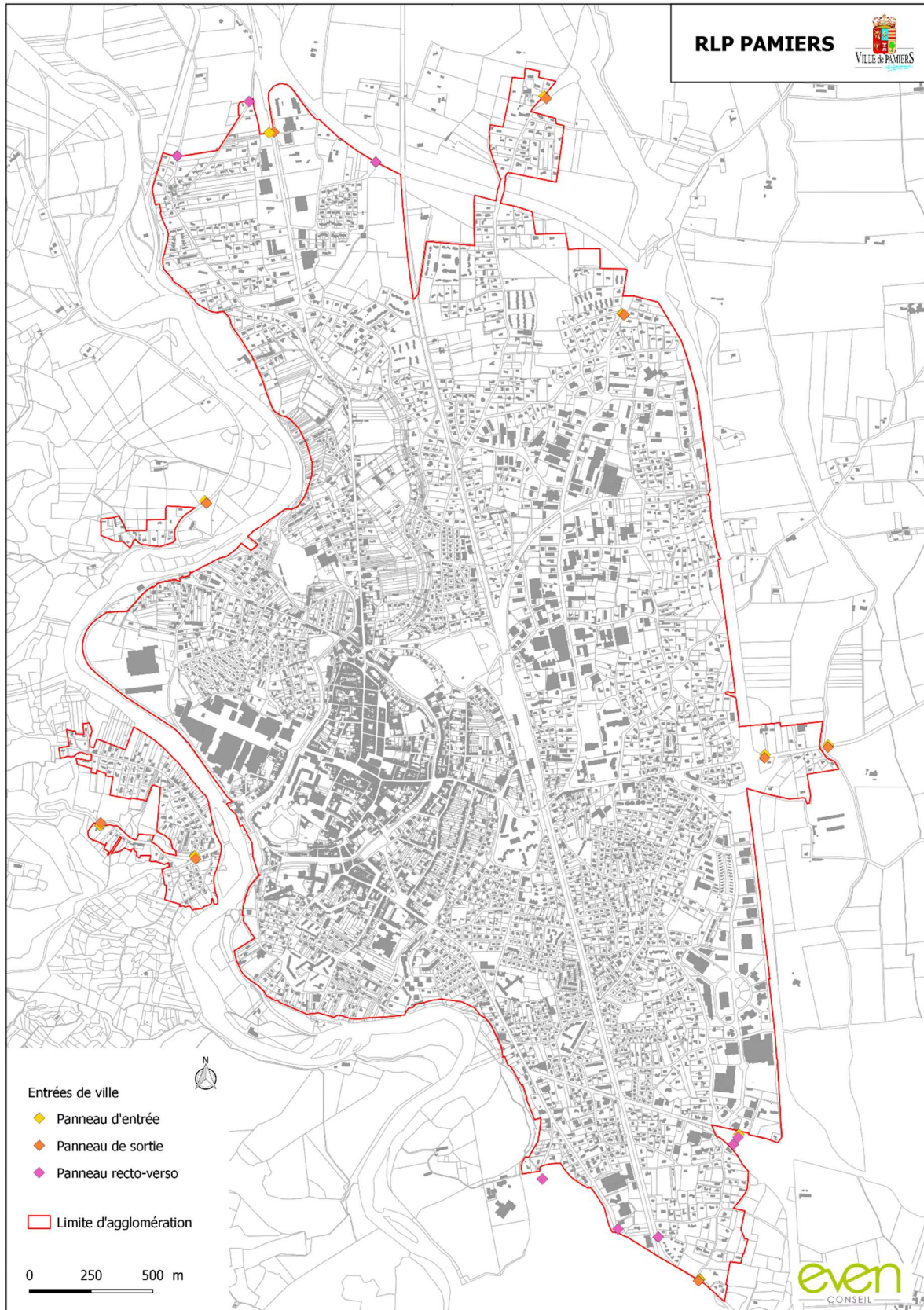
La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « **réalité physique** » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti. En dehors de « l'agglomération », toute publicité et pré-enseignes autres que dérogatoires sont interdites. Les enseignes sont autorisées en agglomération et hors agglomération.

L'adoption d'un RLP impose la détermination des limites d'agglomération. Parmi les annexes que doit comporter un RLP, l'article R.581-78 du Code de l'Environnement exige la présence d'un document graphique où les limites de l'agglomération sont représentées ainsi que l'arrêté municipal délimitant l'agglomération.



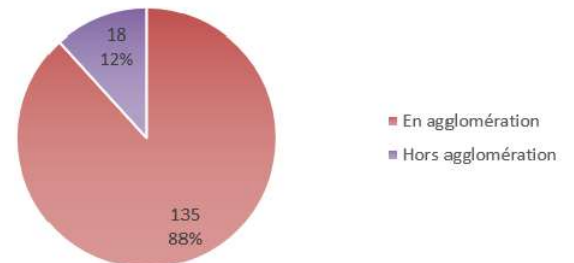




Carte de Pamiers avec entrées de ville (cf. Annexes du RLP)

- ❖ **Les enjeux liés aux limites d'agglomération : 18 dispositifs ont été identifiés « hors agglomération ».**
- Les pré-enseignes hors agglomération (interdites depuis juillet 2015) sont majoritairement présentes sur la RD 820 et sur la RD 11 (Rte de Belpech).

Localisation des dispositifs



6 Pré-enseignes hors agglomération – RD 820 (interdites depuis juillet 2015)

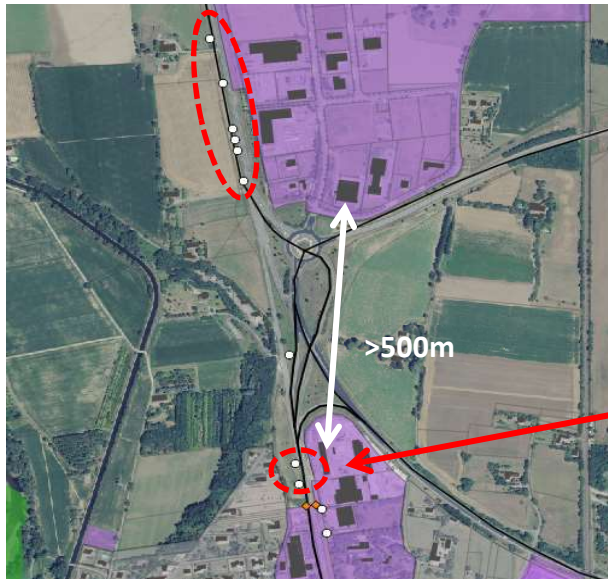


Pré-enseignes hors agglomération – RD 11 (Rte de Belpech)



- Cas des panneaux en entrée de ville Nord (Rte de Toulouse) : La zone de Gabrielat est située à plus de 500 mètres des premières constructions de la zone agglomérée délimitée par les panneaux. Elle est donc située hors agglomération. De nombreux panneaux scellés au sol sont installés (publicités et pré-enseignes), le long de cet axe d'entrée de ville Nord.



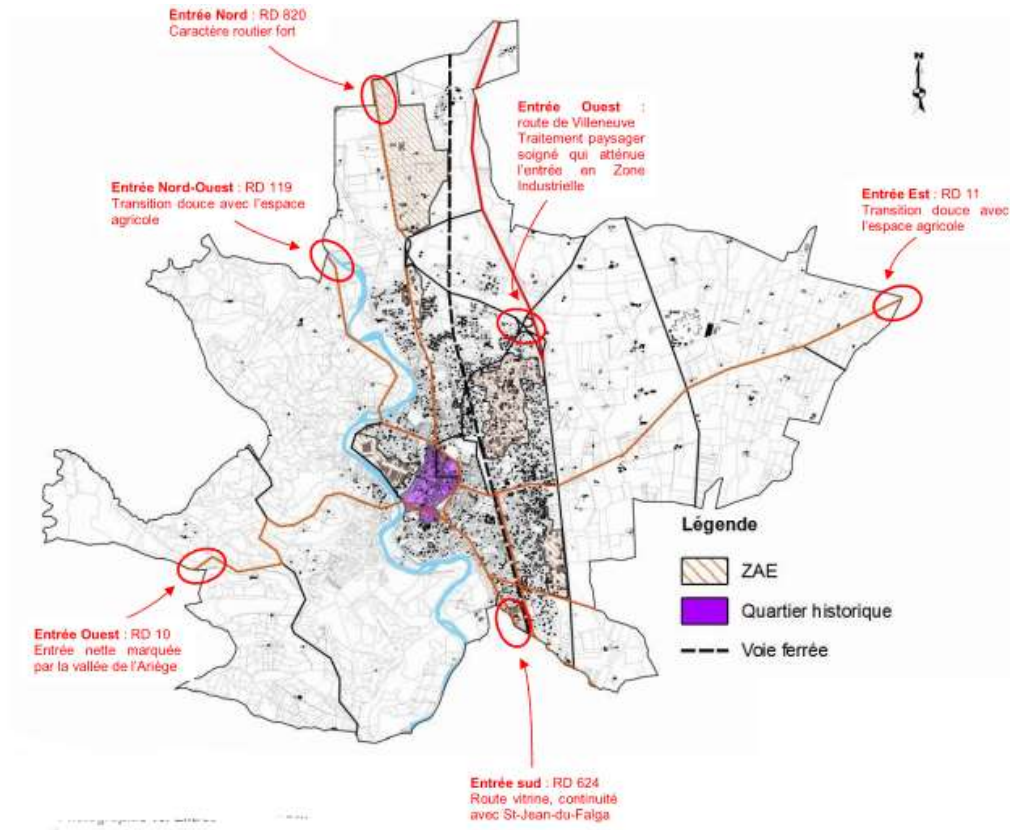


*Entrée de ville Nord (Route de Toulouse)*

- Cas des panneaux entrés de ville Est : route de Belpech. Effet « porte » par les franchissements de la RN20 et du ruisseau Le Crieu. Il est à noter la présence de 3 panneaux grands format au sol.



*Entrée de ville Ouest - Route de Belpech*



Carte des principales entrées de ville du territoire de Pamiers

## 2. Les périmètres environnementaux règlementaires

Toute publicité (et pré-enseigne) est **interdite en dehors des agglomérations** (sauf dispositifs dérogatoires, c'est-à-dire produits du terroir et monuments historiques ouverts à la visite, ...)

### ❖ Interdictions absolues

- sur les façades des Monuments historiques (classés et inscrits)
- sur les monuments naturels et dans les sites classés
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
- sur les arbres

### ❖ Interdictions relatives (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)

- aux abords des monuments historiques (500m ou Périmètres délimités des abords)
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
- dans les PNR (Parcs naturels régionaux)
- dans les sites inscrits
- À moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 (nécessite une délibération CM pour protection du patrimoine ponctuel) ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux



- dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels et des paysages, les publicités apposées au sol sont interdites (ex : Espaces boisés classés (EBC) et zones N (naturelle) et A (agricole) du PLU,...)

Il est aussi interdit d'apposer une publicité sur les panneaux routiers, mâts téléphoniques ou d'éclairage, les murs de cimetière et de jardin publics, les murs de soutènement d'infrastructures, etc...

Plusieurs secteurs de la commune de Pamiers font l'objet d'une réglementation particulière : **9 Monuments historiques, 2 sites inscrits et le site Natura 2000 de la Vallée de l'Ariège.**

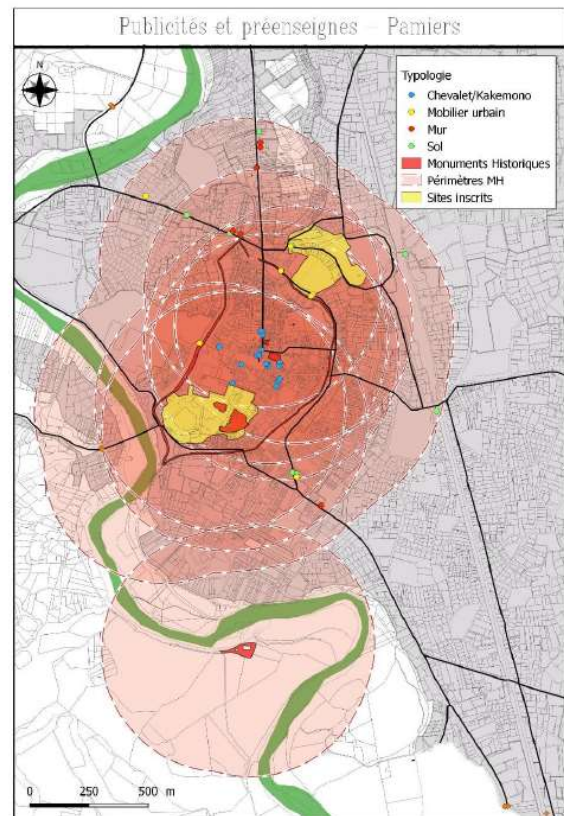
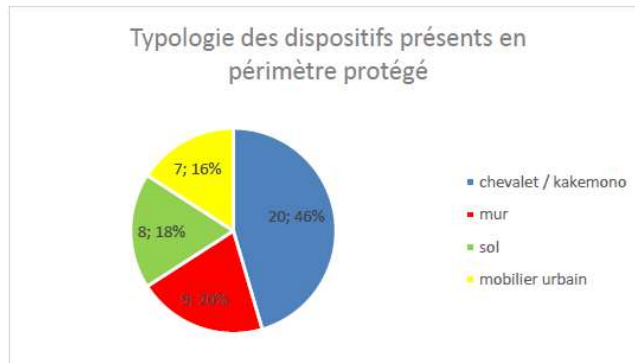
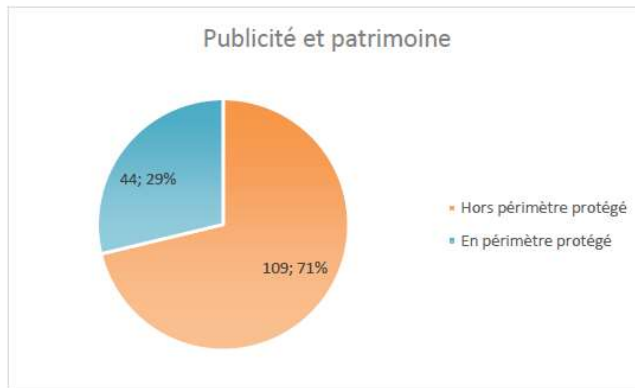


*Vue sur les Pyrénées ariégeoises depuis le coteau, esplanade plantée de la Milliane en premier plan.*

<p><b>AC1</b> Servitudes de protection des monuments historiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cathédrale, classée MH</li> <li>- Eglise Notre Dame du Camp, classée et inscrite MH</li> <li>- Tour des Cordeliers, classée MH</li> <li>- Abbaye de Cailloup, classée MH</li> <li>- Maison 28 rue Gabriel Péri, inscrite MH</li> <li>- Canaux de Pamiers, inscrits MH</li> <li>- Boucherie 81 rue Gabriel Péri, inscrite MH</li> <li>- Couvent des Carmélites, inscrit MH</li> <li>- Monuments aux morts, inscrit MH</li> </ul>	<p>09/08/1906 23/05/1912 04/03/1921 02/10/1992 15/05/1973 16/07/1999 17/03/2003 14/08/2009 18/10/2018</p>
<p><b>AC2</b> Servitude de protection des sites et monuments naturels</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Butte du Castella, site inscrit</li> <li>- Esplanade Milliane, site inscrit</li> </ul>	<p>29/06/1944 16/10/1945</p>



## Périmètres environnementaux et urbains – Protection du paysage et du patrimoine



*Cartes des protections en vigueur sur le territoire de Pamiers*

44 dispositifs ont été dénombrés au sein des secteurs protégés en vigueur, il s'agit de petits dispositifs dans le centre-ville (pré-enseignes) et de mobilier urbain de petit format notamment situés à l'extérieur du centre ancien, à l'extérieur des canaux. Il est toutefois recensé 8 publicités scellées au sol et 9 dispositifs muraux, plus impactant dans le paysage.



*Les dispositifs présents le long des canaux et (2m<sup>2</sup> sur mobilier urbain de type sucette) et 1 grand format visible sur le coteau depuis l'esplanade de Milliane*



*La côte de la Cavalerie en entrée de ville Nord est identifiée dans le RLP actuel. Il s'agit d'un secteur peu construit offrant des perspectives remarquables sur les Pyrénées ariégeoises. Il joue un rôle de coupure urbaine et de transition et marque l'arrivée sur le centre-ancien par l'av. de Toulouse.*

#### ❖ Le projet de SPR et l'AVAP de Pamiers

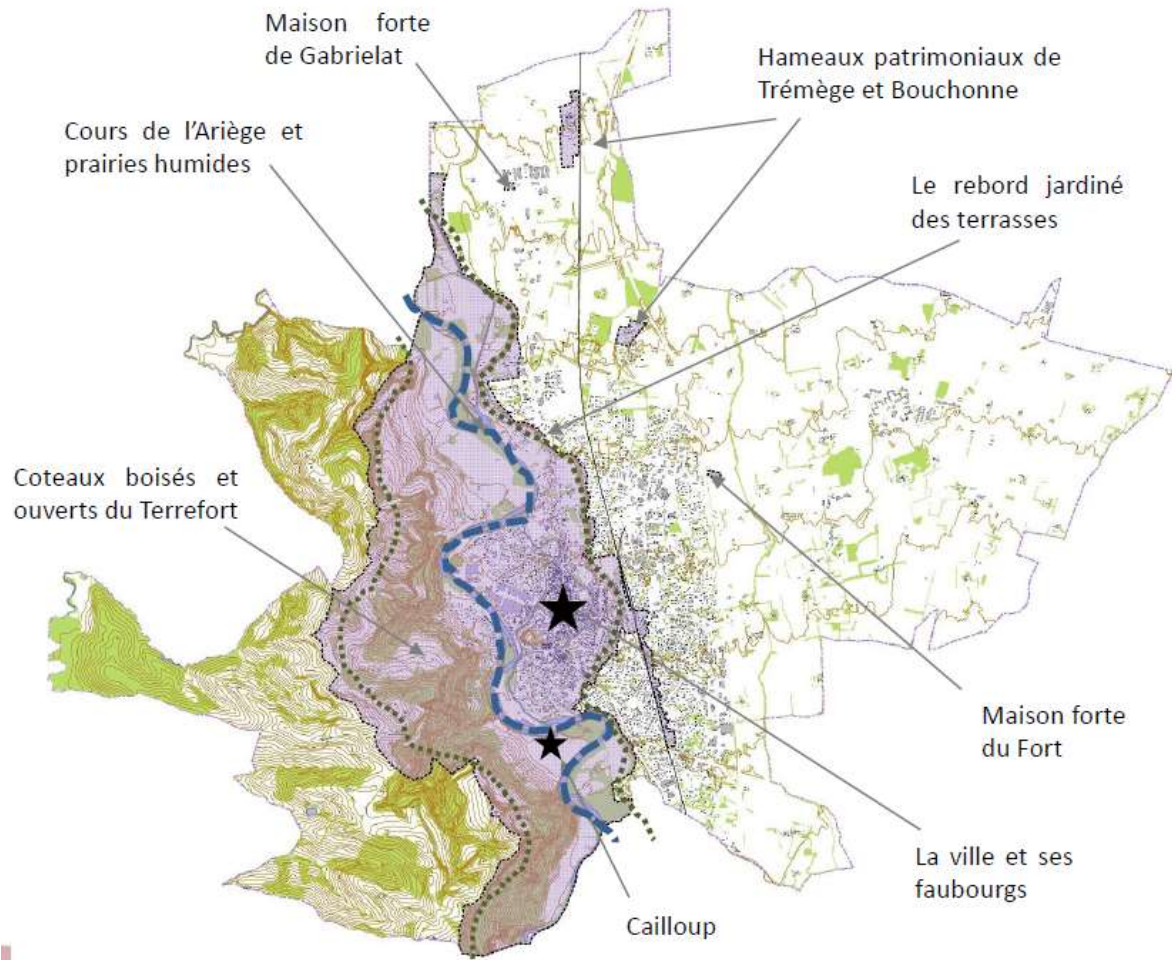
Il est important à noter, *l'élaboration conjointe au RLP du PLU et de l'AVAP de Pamiers* qui seront pris en compte pour la définition des nouvelles zones de publicité.

**Le site patrimonial remarquable (SPR)** a été créé par la Loi du 7 juillet 2016 dite LCAP. Il comprend les périmètres délimitant les villes, villages et quartiers à caractère patrimonial et les espaces contribuant à leur conservation ou à leur mise en valeur.



**L'aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP)** est un outil de gestion à l'intérieur du périmètre du SPR : servitude annexée au PLU, opposable aux tiers, et apportant une dimension qualitative sur des secteurs sensibles en termes de patrimoine.

### Pamiers : la ville, la rivière et son écrin paysager



*Présentation du périmètre du SPR*

## Secteurs de l'AVAP //

### Cinq secteurs pour l'AVAP

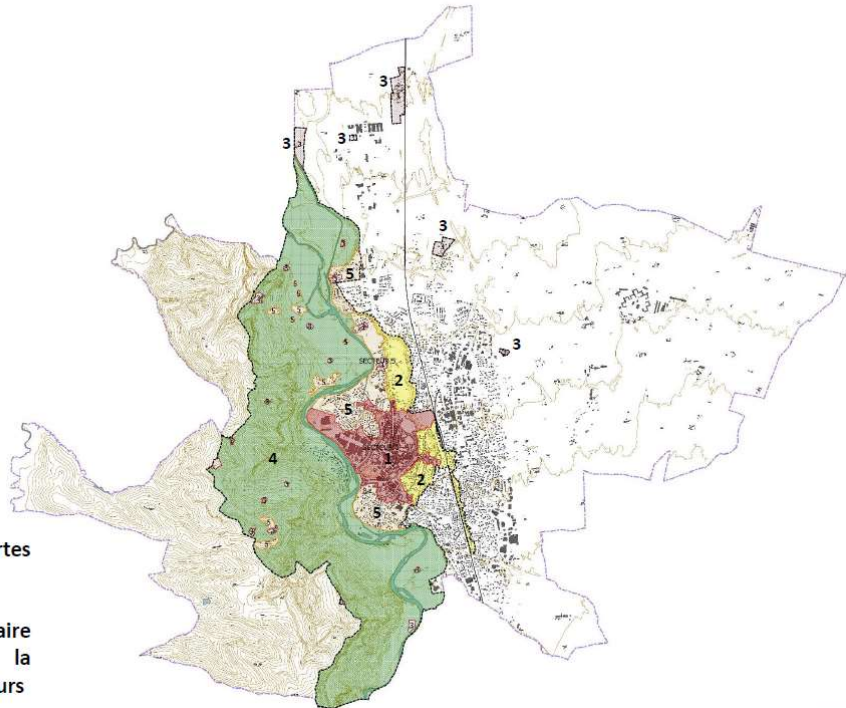
1 : la ville historique et ses faubourgs

2 : Villas et jardins

3 : Hameaux, château, écarts

4 : Les paysages du Terrefort et des rives de l'Ariège

5 : Zones d'interface avec les secteurs patrimoniaux



⇒ Des secteurs aux identités fortes et distinctes

⇒ Une traduction réglementaire modulée en fonction de la sensibilité de chacun des secteurs

Les 5 secteurs de l'AVAP

### Règles par rapport aux routes et autoroutes :

- > R 418-7 du Code de la Route : « la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes visibles depuis les voies express, déviations et autoroutes » sont interdites dans une largeur de (à partir du bord de la route) :
  - > En agglomération : 40 m
  - > Hors agglomération : 200m
- > R. 581-31 du Code de l'Environnement : « Dans les autres agglomérations (communes de plus de 10 000 hab.), ces dispositifs (publicités scellées au sol) sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »

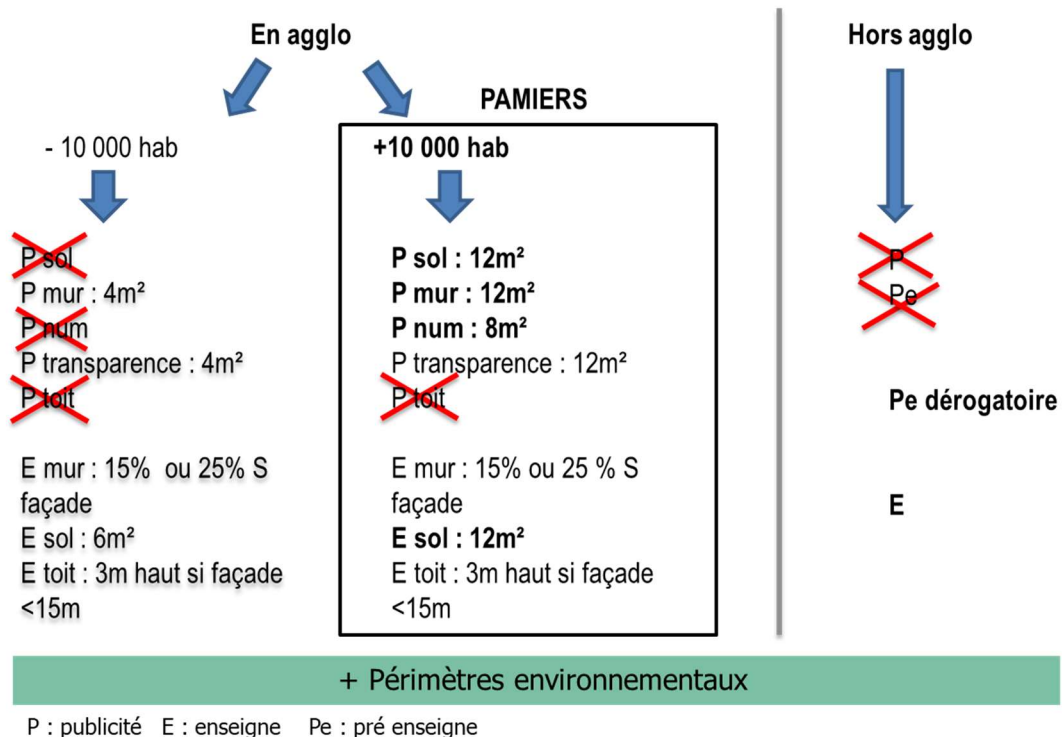
Sont concernées les voies suivantes sur Pamiers : **A66 et RN20**



Quelques activités et enseignes visibles depuis l'A66

### 3. Les principales règles nationales s'appliquant sur l'ensemble du territoire communal

La commune compte 15 518 habitants en 2014. La réglementation nationale définit des règles spécifiques aux « agglomérations » de plus de 10 000 habitants. Les seuils maximums de format de la Réglementation nationale, y sont beaucoup plus souples que dans les communes de moins de 10 000 habitants.



#### Les dates de l'entrée en vigueur de la réglementation nationale :

**2015**

- Suppression des pré-enseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et pré-enseignes installées avant le 1/07/2012

**2018**

- Mise en conformité des enseignes installées avant le 1/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

#### Entrée en vigueur du RLP dès sa publication

- ❖ 6 ans pour mise en conformité des enseignes existantes
- ❖ 2 ans pour mise en conformité des publicités/pré-enseignes existantes

**Voici un extrait de la réglementation nationales (une annexe au RLP plus complète synthétise la RNP) :**

**Concernant l'ensemble des dispositifs :**

- les dispositifs apposés à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur.

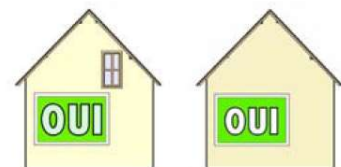
**Concernant les enseignes :**

- Il n'est autorisé qu'une seule enseigne scellée au sol par voie ouverte à la circulation dès lors qu'elle fait plus de 1m<sup>2</sup> (R.581-64 C.env).
- Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédent 15% de la surface de cette façade. Cette surface est portée à 25% lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.
- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit (R. 581-60 C.env.).
- Les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un 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. Enfin, sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 m par rapport à lui (R. 581-60 C.env.).



**Concernant les pré-enseignes et publicités :**

- les dispositifs apposés sur **des arbres** ou autres monuments naturels sont interdits ;
- les dispositifs apposés sur les **poteaux de transport et de distribution électrique**, les poteaux de télécommunication, les **installations d'éclairage public** ainsi que sur les **équipements publics concernant la circulation routière** sont interdits ;
- les dispositifs sont interdits sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- la surface maximale autorisée est de 12 m<sup>2</sup> ;
- Concernant la densité :
  - **Sur le domaine public** : le long des unités foncières dont la largeur est inférieure à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif, puis 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m





- **Sur le domaine privé** : il peut être installé 2 dispositifs muraux sur une unité foncière par tranche de 80 mètres, ou 2 dispositifs scellés au sol sur les unités supérieures à 40 mètres (et inférieur à 80 m), puis 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m.
- Les dispositifs non lumineux ne peuvent s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol et être apposés à moins de 0,50 mètre du niveau du sol
- Les dispositifs non lumineux ne peuvent être apposés sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

#### **Concernant les pré-enseignes dérogatoires :**

- Les pré-enseignes dérogatoires autres que scellées au sol ou installées directement au sol sont interdites.
- Elles ne peuvent excéder 1 m en hauteur et 1,50 m en largeur.

#### **4. Rappel des principales règles du RLP en vigueur à Pamiers depuis 2004**

Le RLP en vigueur date de 2004, le zonage comprend :

##### **7 zones de publicité restreinte (ZPR) :**

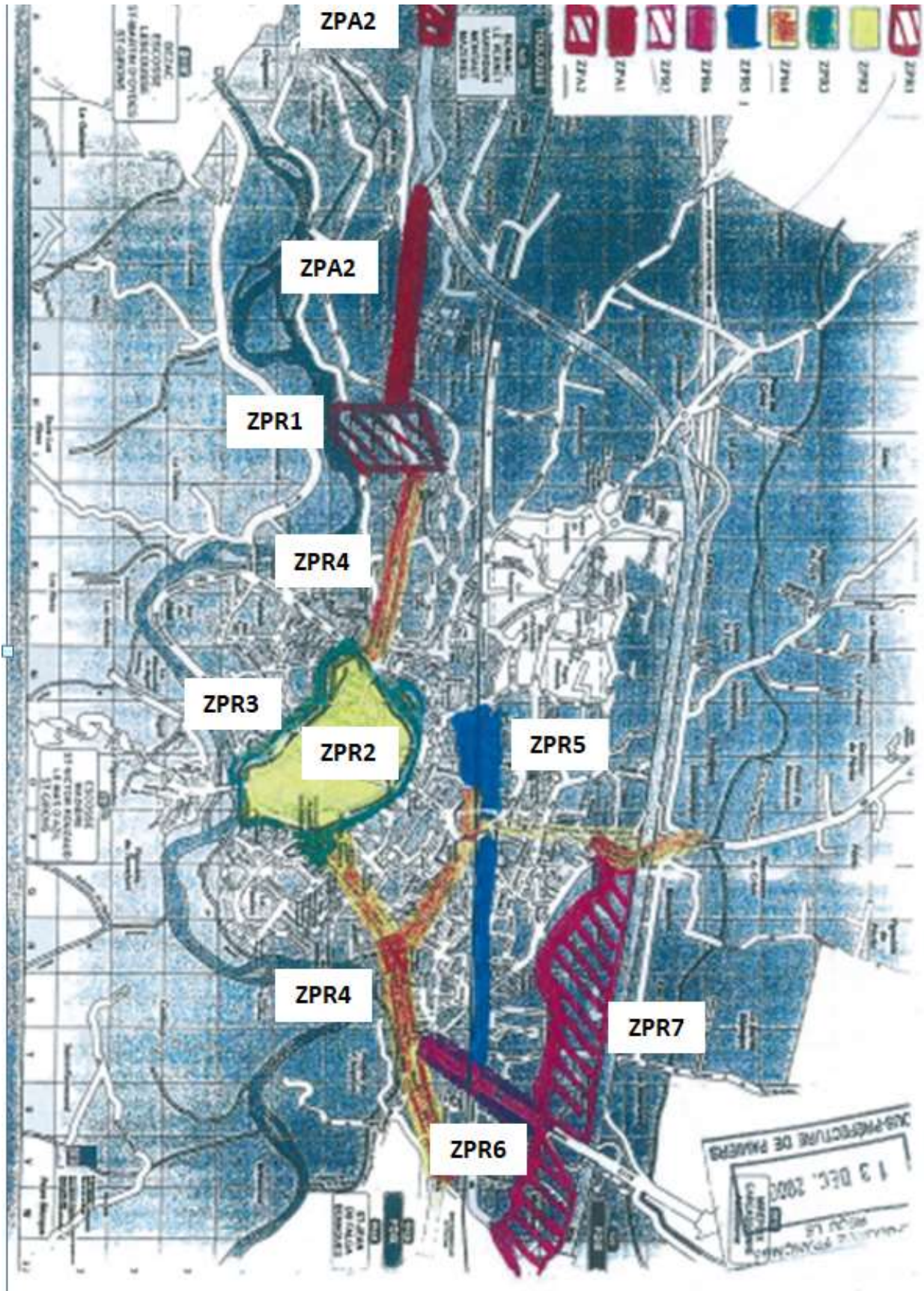
- **ZPR1 : lieu-dit « côte de la cavalerie » - RD624**
- **ZPR2 : centre ancien délimité par les canaux**
- **ZPR3 : en périphérie des canaux**
- **ZPR4 à ZPR7 : Les axes et leurs abords**

**2 zones de publicité autorisée (ZPA).** Les ZPA ne seront pas conservées dans le RLP car elles n'existent plus dans la nouvelle réglementation nationale.

- **ZPA1 = entrée Nord RD 624 (20m)**
- **ZPA2 = en bordure de la RN20 (parcelle 105, section ZD)**

Le RLP sera caduc au 14 juillet 2020 s'il n'est pas révisé.





Zonages du RLP en vigueur de 2004

	ZPR 1 lieu-dit « côte de la cavalerie »	ZPR 2 centre-ville	ZPR 3 en périphérie des canaux Axes (30m à partir du bord de chaussée)	ZPR 4 Axes (50m à partir du bords de chaussée)	ZPR 5	ZPR 6	ZPR 7
<b>PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES</b>	<p>Publicité autorisée sur support mural, S&lt;4m<sup>2</sup></p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol interdite</p> <p>Publicité lumineuse interdite</p> <p>Publicité sur mobilier urbain interdite</p>	<p>Publicité murale autorisée : S&lt;2m<sup>2</sup>, Hmax = 4m, pas plus de 2 dispositifs de même dimension par façade aveugle</p> <p>Pas de publicité sur les murs de clôture</p> <p>Pas d'installation dans le champ de visibilité des panneaux de signalisation</p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol interdite</p> <p>Publicité lumineuse interdite</p> <p>Sur palissade ou bâche de chantier : 1 dispositif de 4m<sup>2</sup> par 20m<sup>2</sup></p> <p>Publicité sur mobilier urbain autorisée, S&lt;2m<sup>2</sup></p>	<p>Publicité murale autorisée : S&lt;2m<sup>2</sup>, Hmax = 4m, pas plus de 2 dispositifs de même dimension par façade aveugle</p> <p>Pas de publicité sur les murs de clôture</p> <p>Pas d'installation dans le champ de visibilité des panneaux de signalisation</p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol interdite</p> <p>Publicité lumineuse interdite</p> <p>Sur palissade ou bâche de chantier : 1 dispositif de 4m<sup>2</sup> par 20m<sup>2</sup></p> <p>Publicité sur mobilier urbain autorisée, S&lt;2m<sup>2</sup></p> <p>Ils sont limités à 8 dans la ZPR3</p>	<p>Publicité murale (façade + clôture aveugles) autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup></p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup>, Hmas=6m + dans une bande entre 5 et 10 m de la voie + règle de densité suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interdite pour les parcelles &lt; 30m de large</li> <li>- 1 pub entre 30m et 50m de large</li> <li>- 2 pub entre 50m et 100m avec une interdistance de 20m (juxtaposition interdite)</li> <li>- Interdistance de 50m pour les unités foncières &gt; 100m de large</li> </ul> <p>Interdiction autour des carrefours et giratoires qui figurent au plan.</p> <p>Publicité sur mobilier urbain autorisée, S&lt;2m<sup>2</sup></p>	<p>Publicité murale (façade + clôture aveugles) autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup></p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol interdite</p> <p>Publicité sur mobilier urbain interdite</p>	<p>Publicité murale (façade + clôture aveugles) autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup></p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup>, Hmas=6m + dans une bande entre 5 et 15 m de la voie + règle de densité suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interdite pour les parcelles &lt; 50m de large</li> <li>- 1 pub entre 50m et 80m de large</li> <li>- 2 pub entre 80m et 120m avec une interdistance de 20m (juxtaposition interdite)</li> <li>- Interdistance de 40m pour les unités foncières &gt; 120m de large</li> </ul> <p>Interdiction autour des carrefours et giratoires qui figurent au plan.</p> <p>Publicité sur mobilier urbain autorisée, S&lt;2m<sup>2</sup></p>	<p>Publicité au sol ou installée sur le sol interdite</p> <p>Sauf immeuble bordant l'avenue de Bouriette et André Citroën :</p> <p>Publicité au sol ou installée sur le sol autorisée : S&lt;12m<sup>2</sup>, Hmas=6m</p> <p>+ dans une bande entre 3 et 30 m de la voie + règle de densité suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interdite pour les parcelles &lt; 30m de large</li> <li>- L'interdistance de 20m minimum</li> </ul> <p>Interdiction autour des carrefours et giratoires qui figurent au plan.</p> <p>Pas de publicité sur les murs de clôture</p> <p>Publicité sur mobilier urbain autorisée, S&lt;2m<sup>2</sup></p>

	ZPR 1 lieu-dit « côte de la cavalerie »	ZPR 2 centre-ville	ZPR 3 en périphérie des canaux Axes (30m à partir du bord de chaussée)	ZPR 4 Axes (50m à partir du bords de chaussée)	ZPR 5	ZPR 6	ZPR 7
ENSEIGNES	<p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue <math>S &lt; 6m^2</math>, <math>H_{max} = 6m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites</p>	<p><b>Soumis à l'avis de l'ABF</b></p> <p>Limitée à 2 types d'enseignes par activité et par rue</p> <p>Enseignes parallèle ou perpendiculaire, limitées en rez-de-chaussée (si l'activité s'y exerce)</p> <p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue : <math>S &lt; 2m^2</math>, <math>H_{max} = 4m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites</p>	<p><b>Soumis à l'avis de l'ABF</b></p> <p>Limitée à 2 types d'enseignes par activité et par rue</p> <p>Enseignes parallèle ou perpendiculaire, limitées en rez-de-chaussée (si l'activité s'y exerce)</p> <p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue : <math>S &lt; 6m^2</math>, <math>H_{max} = 6m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites</p>	<p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue : <math>S &lt; 6m^2</math>, <math>H_{max} = 6m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites sur les UF &lt; 20m de large</p>	<p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue : <math>S &lt; 6m^2</math>, <math>H_{max} = 6m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites sur les UF &lt; 20m de large</p>	<p>1 seule enseigne apposée au sol par activité et par rue : <math>S &lt; 6m^2</math>, <math>H_{max} = 6m</math></p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites sur les UF &lt; 20m de large</p>	<p>Enseignes sur murs de clôture seront réalisés en lettres découpées, sur fond uniforme</p> <p>Les enseignes en toiture ou en terrasse sont interdites sur les UF &lt; 20m de large</p> <p>Enseignes sur portatif scellé au sol de plus de <math>1m^2</math> sont autorisés, 1 par rue et par établissement</p> <p><math>S &lt; 12m^2</math></p> <p>3 mâts porte-drapeau (<math>S &lt; 3m^2</math>, <math>H_{max} = 8m</math>)</p>



	ZPA1	ZPA2
PUBLICITÉS ET PRÉ-ENSEIGNES	<p>Publicité au sol ou installée sur le sol autorisée : <math>S &lt; 12m^2</math>, <math>H_{mas} = 6m</math> + dans une bande &gt; 10 m de la voie + règle de densité suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Interdite pour les parcelles &lt; 50m de large</b></li><li>- 1 pub entre 50m et 80m de large</li><li>- 2 pubs entre 80m et 120m</li><li>- 3 dispositifs simple face pour les unités foncières &gt; 120m de large</li></ul> <p>La distance entre 2 dispositifs sur une même UF &gt; 30m</p> <p>Interdiction autour des carrefours et giratoires qui figurent au plan.</p> <p><b>Publicité lumineuse interdite</b></p> <p><b>Pas de publicité sur les murs de clôture</b></p>	<p>1 seul disponible double face dispositif scellé au sol de <math>12m^2</math> par face est autorisé</p>
ENSEIGNES	<p>Enseignes sur murs de clôture seront réalisé en lettres découpées, sur fond uniforme</p> <p>Enseignes sur portatif scellé au sol sont autorisés : <math>S &lt; 12m^2</math>, 1 par rue et par établissement</p>	

## IV. Diagnostic publicitaire du territoire

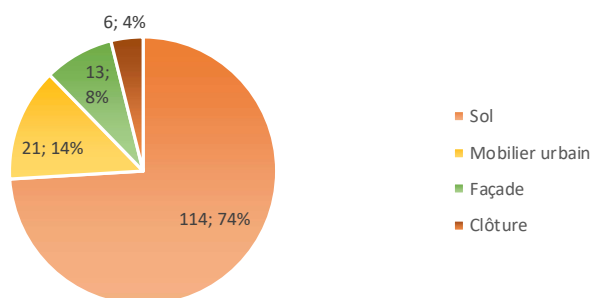
### 1. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des publicités, enseignes et pré-enseignes présentes sur le territoire communal a été réalisé en 2018 sur la base du relevé TLPE de la commune, ainsi qu'un recensement de terrain complémentaire. Chaque dispositif est photographié et geo-référencé.

### 2. Les publicités et pré-enseignes

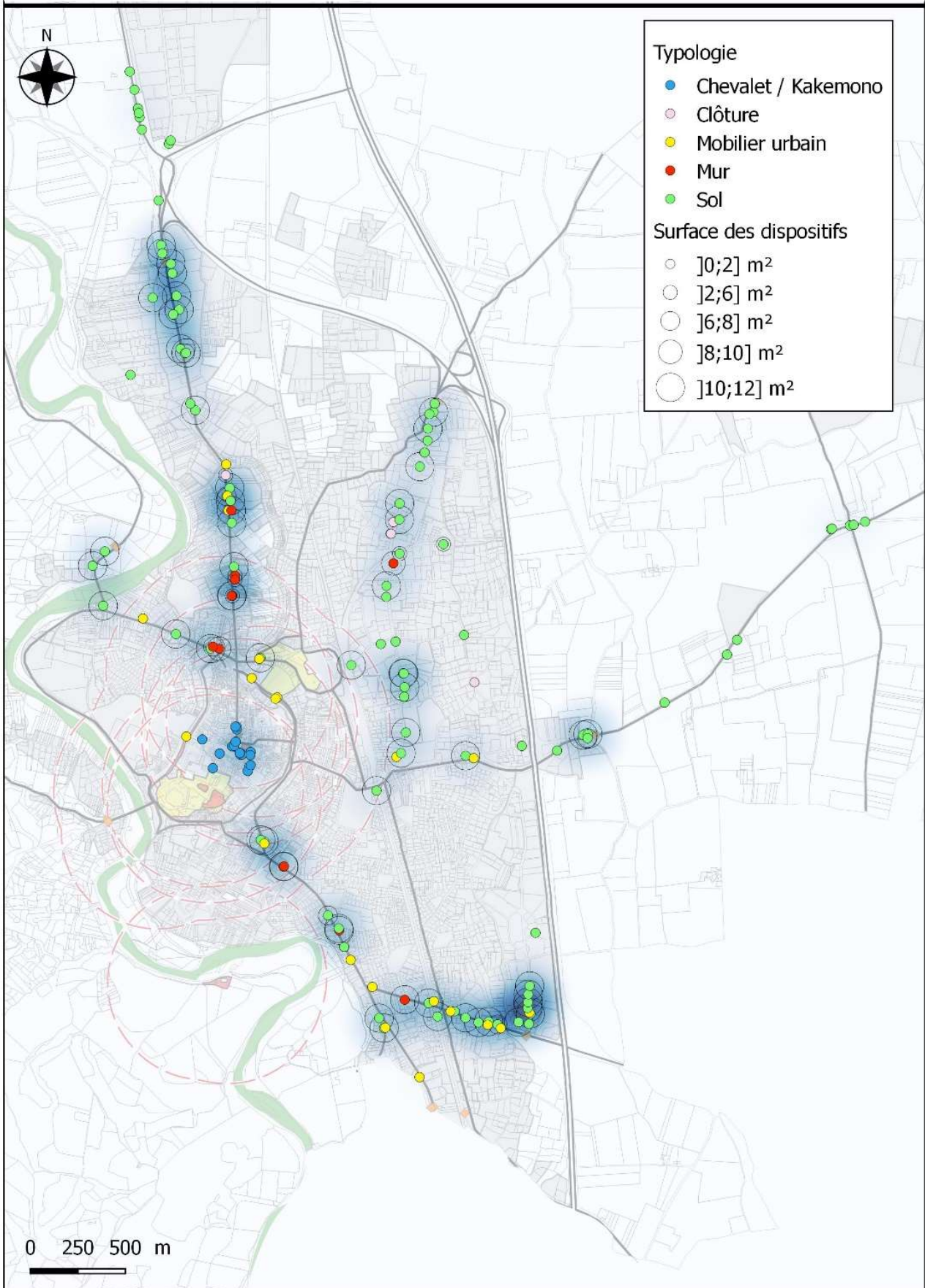
Les publicités au sol sont largement majoritaires sur le territoire communal, représentant 74% des dispositifs (soit 114 publicités). Ce sont souvent les dispositifs les plus impactant dans le paysage. Le mobilier urbain ne représente que 14% des publicités et s'inscrit de manière discrète dans l'espace public. Quelques dispositifs muraux et en clôture sont également recensés.

Typologie d'implantation des publicités et pré-enseignes sur la commune





# Publicités et préenseignes – Pamiers

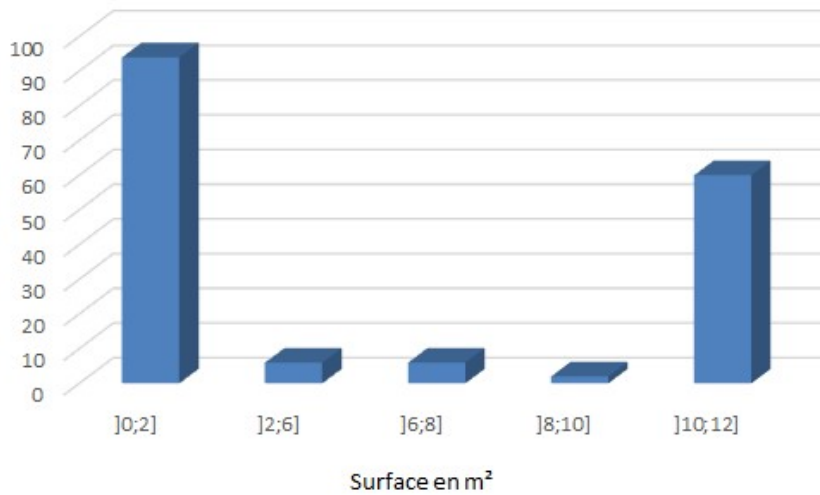




### 2.1. Typologie d'implantation : Formats des dispositifs

On dénombre 60 dispositifs dont la surface est comprise entre 10m<sup>2</sup> et 12m<sup>2</sup>, les dispositifs de petits formats <2m<sup>2</sup> sont les plus nombreux sur le territoire. Il y a dans une moindre mesure des formats intermédiaires.

Surface des dispositifs publicitaires

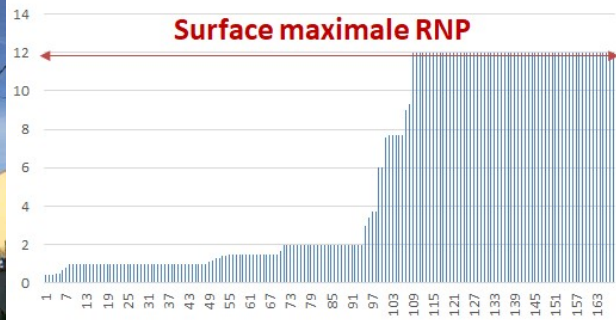


Sucette 2m<sup>2</sup>



Panneau 12m<sup>2</sup>

Surface des dispositifs



Exemples de dispositifs scellés ou apposés au sol recensés

2.2. L'analyse des publicités le long des axes d'entrée de ville

**Les publicités à l'approche du centre-historique :** des dispositifs à la fois muraux et scellés au sol grand format.



**L'avenue du Jeu du Mail – RD 119 :** des publicités grand format, implantées au sol, en entrée de ville Ouest





**La route de Mirepoix, en entrée de ville Ouest :** Une entrée de ville Est marquée par les activités, le passage à niveau et les dispositifs grands formats très abondants.

Passage à niveau



Route de Mirepoix



Route de Mirepoix



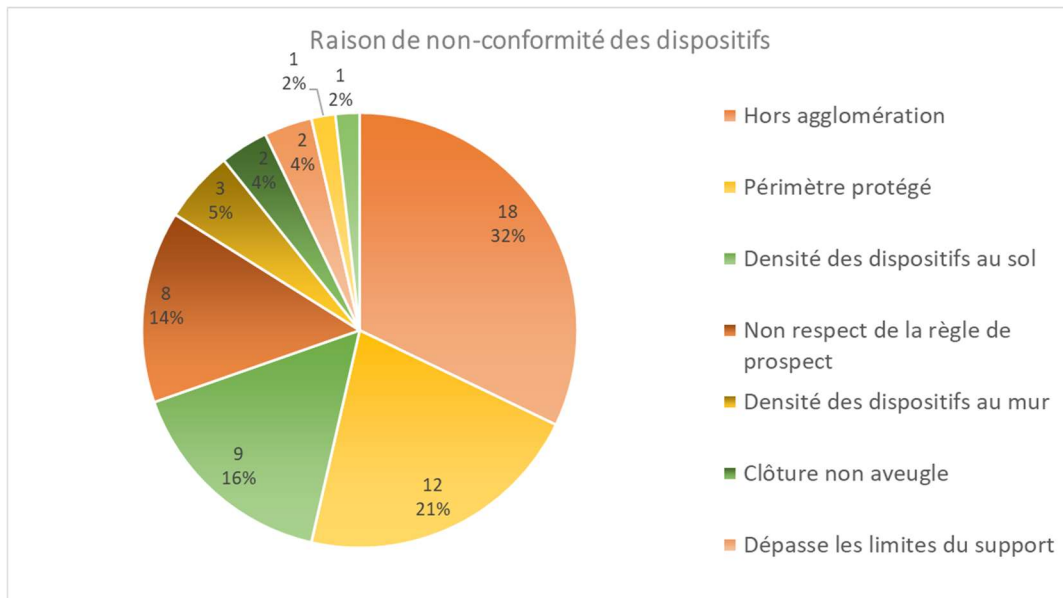
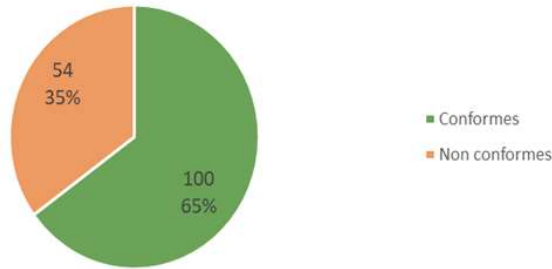
**La gare et l'emprise ferroviaire (passages à niveau) :** la gare récemment réaménagée dispose d'espaces publics de qualité. Les abords de la voies ferrée et divers franchissements présentent de nombreux dispositifs grands formats particulièrement impactant pour le paysage.





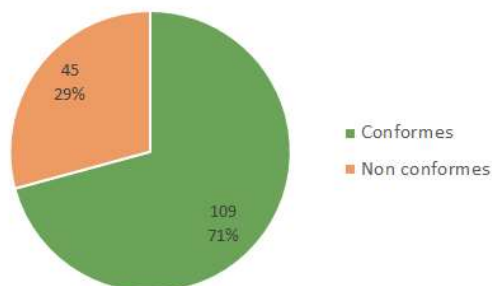
2.3. Conformité des publicités et pré enseignes avec la réglementation nationale :

Conformité RNP des dispositifs (154)

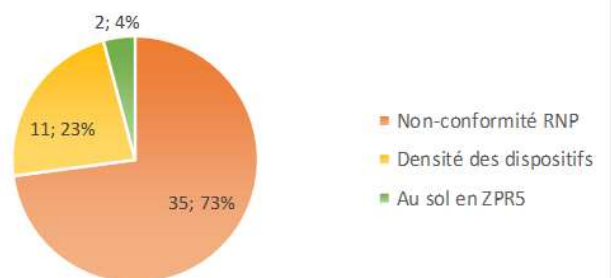


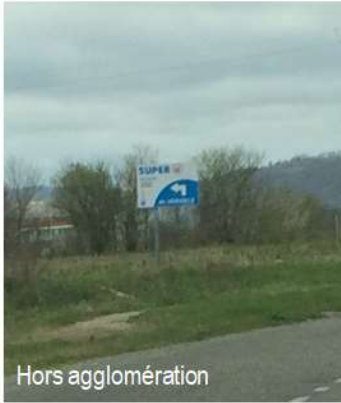
2.1. Conformité avec la réglementation locale actuelle (RLP de 2004)

Conformité RLP des dispositifs (154)



Raisons de non-conformité RLP des dispositifs





Hors agglomération



Périmètre protégé  
Sans réintroduction par le RLP



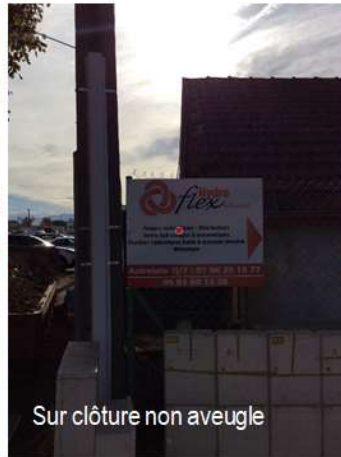
Densité des dispositifs



Non respect de la règle de prospect



Densité des dispositifs au mur



Sur clôture non aveugle



Dépasse les limites du support



### 3. Analyse des enseignes par secteur

- Enseignes du centre-ville historique

Un grand nombre d'enseignes se trouvent dans le contexte patrimonial fort du centre-ville historique : Monuments Historiques, sites inscrits. Dans le centre historique, 146 enseignes et pré-enseignes mobiles ont été recensées, dont certaines enseignes particulièrement remarquables, en bois d'une grande qualité esthétique.



*Enseignes remarquables*



*Quelques exemples d'enseignes du centre-ville (une grande hétérogénéité des enseignes un contexte parfois vieillissant).*



**Raisons de non-conformité RNP pour les enseignes du centre-ville :**

- A-** Pourcentage façade supérieur
- B-** Perpendiculaire sur balcon
- C-** Cessation d'activité > 3 mois
- D-** Lettres non découpées en toiture
- E-** Saillie > 0,25 m

**Raison de non-conformité RLP :**

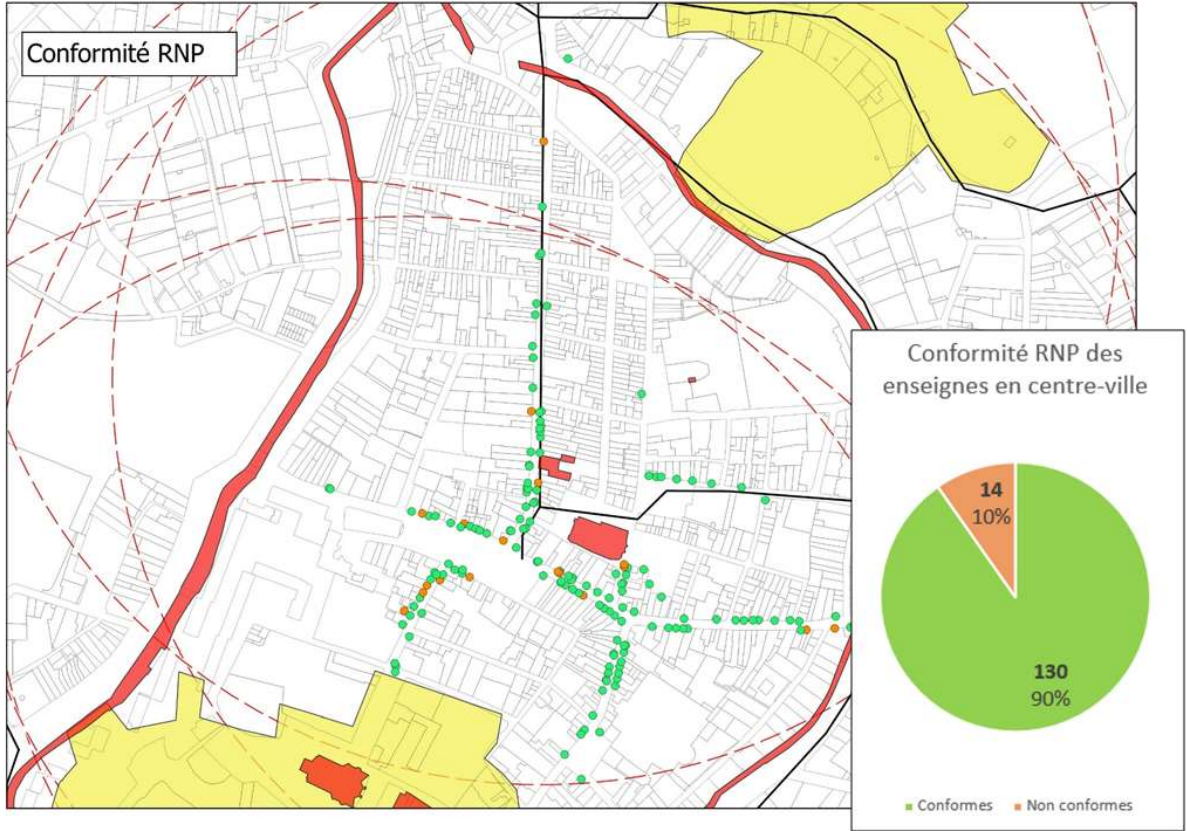
- Non-respect du rez-de-chaussée
- Non-conformité RNP
- Enseignes en toiture interdites en ZPR2

**Chevalets et Kakemonos :**

Quelques magasins disposent de dispositifs mobiles installés sur le trottoir. Il s'agit souvent de chevalet ou de kakemono. Ils sont à considérer comme des pré-enseignes, étant donné, qu'ils ne sont pas positionnés sur l'unité foncière de l'activité mais sur le domaine public.

24 ont été recensés sur la commune, parmi lesquels, 6 ne sont pas conformes à la réglementation nationale et au RLP en vigueur, pour des questions de densité.







- **Zone de Roque – ZPA1 au RLP 2004 en vigueur :**

Cette zone se caractérise par une forte visibilité depuis l'entrée par la route de Toulouse (voie large et ouverte) ainsi qu'une ambiance assez routière du fait de son positionnement en périphérie urbaine. Elle comprend des petits centres commerciaux regroupant plusieurs activités (totems communs). On y perçoit des publicités et enseignes au sol grands formats (12 m<sup>2</sup>) qui se cumulent.





■ Conformes ■ Non conformes



### Raisons de non-conformité RNP des enseignes Zone de Roque :

- A- Dépasse la limite de l'égout du toit
- B- Densité des enseignes au sol
- C- Dépasse les limites du support
- D- Pourcentage supérieur
- E- Non-respect de la règle H/2



Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP, densité des enseignes au sol

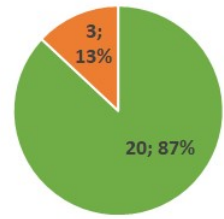
- **Zone de Gabrielat – hors agglomération au RLP 2004 en vigueur**

Il s'agit d'une zone d'intérêt régional récente, les enseignes y sont de qualité, relativement sobres. Il est à noter une bonne intégration paysagère de la zone (Axe de la RD 820 planté). Cette ZA est située « Hors Agglomération ».



**Raisons de non-conformité RNP des enseignes, Zone de Gabrielat :**

- A-** Dépasse la limite de l'égout du toit
- B-** Lettres non découpées en toiture



■ Conformes ■ Non conformes

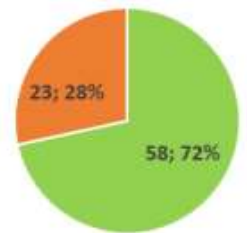


**Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP**



• **Zones de la Bouriette/Canounges/Chandelet– ZPA2 au RLP 2004 en vigueur :**

Ces zones sont plus récentes. On y constate, une forte densité des enseignes et publicités (panneaux, MU, ...). La zone se caractérise également par la présence de nombreux mâts porte-drapeaux et kakemonos sur le village automobile. Il est également à noter une potentielle visibilité depuis la RN20 (voie express), celle-ci étant amoindrie par la présence d'un talus planté et d'un retrait par rapport à la voie. Il est également à noter un enjeu de qualité de l'entrée de ville avec le giratoire d'entrée de ville Est qui matérialise la limite d'agglomération.



**Raisons de non-conformité RNP des enseignes :**

- A-Densité des enseignes au sol
- B-Dépasse la limite du mur support
- C-Lettres non découpées en toiture
- D- Dépasse la limite de l'égout du toit
- E- Sur support interdit

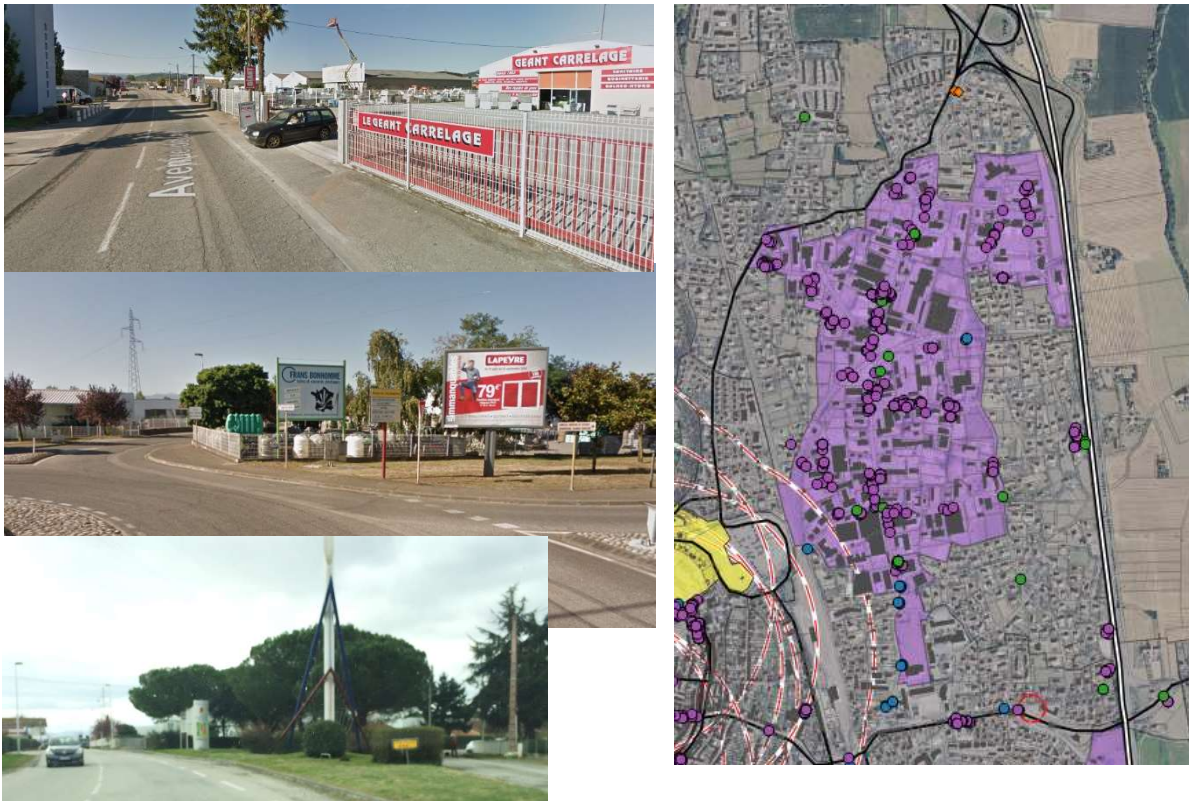
■ Conformes ■ Non conformes



**Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP**

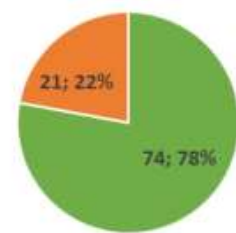
• **Zone de Pic – Hors zonage au RLP 2004 en vigueur :**

Il s'agit d'une zone relativement vieillissante, à l'ambiance routière et de moindre qualitative. La zone est localisée en entrée de ville Nord/Est (Route de Villeneuve). On y trouve de nombreuses préenseignes avec un fort enjeux de visibilité depuis l'avenue de la Rijole (secteur de transit). On y trouve de nombreuses publicités et enseignes grand format.



**Raisons de non-conformité RNP :**

- A**-Dépasse la limite de l'égout du toit
- B**-Dépasse la limite du mur support
- C**-Pourcentage supérieur
- D**-Lettres non découpées en toiture
- E**-Densité des enseignes au sol
- F**-Non-respect de la règle H/2



■ Conformes ■ Non conformes



**Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP**



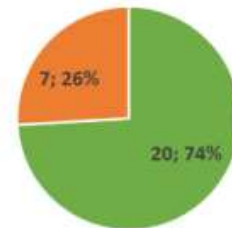
• **Route de Mirepoix – ZPR6 au RLP 2004 en vigueur :**

Elle comprend successivement, plusieurs centralités commerciales. Cet axe est par ailleurs marqué par la présence forte de platanes plantés en bordure de voie, ainsi que d’une séquence du franchissement de la voie ferrée marquée par les publicités. Il est à noter la présence de grands formats de publicités et d’enseignes au sol.



**Raisons de non-conformité RNP :**

- A-Dépasse la limite de l’égout du toit
- B-Dépasse la limite du mur support
- C-Pourcentage supérieur
- D-Lettres non découpées en toiture



■ Conformes ■ Non conformes



**Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP**

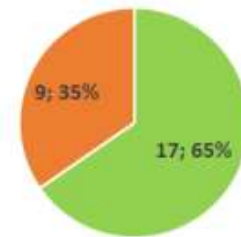


• Zone de Pyresud – ZPR4 au RLP 2004 en vigueur :



**Raisons de non-conformité RNP :**

- A- Densité des enseignes au sol
- B- Dépasse les limites de l'égout du toit
- C- Pourcentage supérieur
- D- Dépasse les limites du support
- E- Non-respect de la règle H/2



■ Conformes ■ Non conformes

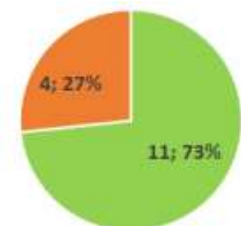


**Raison de non-conformité RLP : Densité des enseignes au sol**

• Route de Foix ZPR4 au RLP 2004 en vigueur :

**Raisons de non-conformité RNP :**

- A- Pourcentage supérieur
- B- Dépasse les limites de l'égout du toit
- C- Dépasse les limites du support



■ Conformes ■ Non conformes



Raison de non-conformité RLP : Non-conformité RNP

#### 4. Enseignes et Publicités Numériques

2 panneaux numériques viennent d’être installés au Nord et au Sud. 4 enseignes numériques ont fait l’objet d’une demande d’autorisation.



#### 5. Autres types de dispositifs sur le territoire

##### Mobilier urbain

Il existe différents types de mobilier urbain sur la commune. Seuls 5 types de mobilier urbain sont susceptibles de recevoir de la publicité :

Surface de la publicité sur mobilier urbain

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire et 2 m <sup>2</sup> + 2 m <sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m <sup>2</sup> de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m <sup>2</sup> unitaire 6 m <sup>2</sup> total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m <sup>2</sup> recto, 2 m <sup>2</sup> verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>



Le mobilier urbain supportant de la publicité ne peut être installé dans les lieux interdits aux autres publicités : la publicité sur mobilier urbain est donc interdite hors agglomération, dans les espaces boisés classés et les zones naturelle à protéger, ...

Le mobilier urbain supportant de la publicité n'est pas soumis à la règle de densité.



Sucette



### Les panneaux de libre expression

*Les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens, des surfaces pour l'affichage libre et la publicité relative aux activités des associations à but non lucratif.*

*Article R581-3 : Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.*

Obligation de surface : La surface minimum attribuée dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 : « douze mètres carrés plus cinq mètres carrés par tranche de dix mille habitants au-delà de dix mille habitants ».



Panneau de libre expression

**Ainsi, la surface minimum à prévoir pour Pamiers est de 17 m<sup>2</sup>.**



## 6. Diagnostic par secteur à enjeux

On peut distinguer plusieurs sites à enjeux :

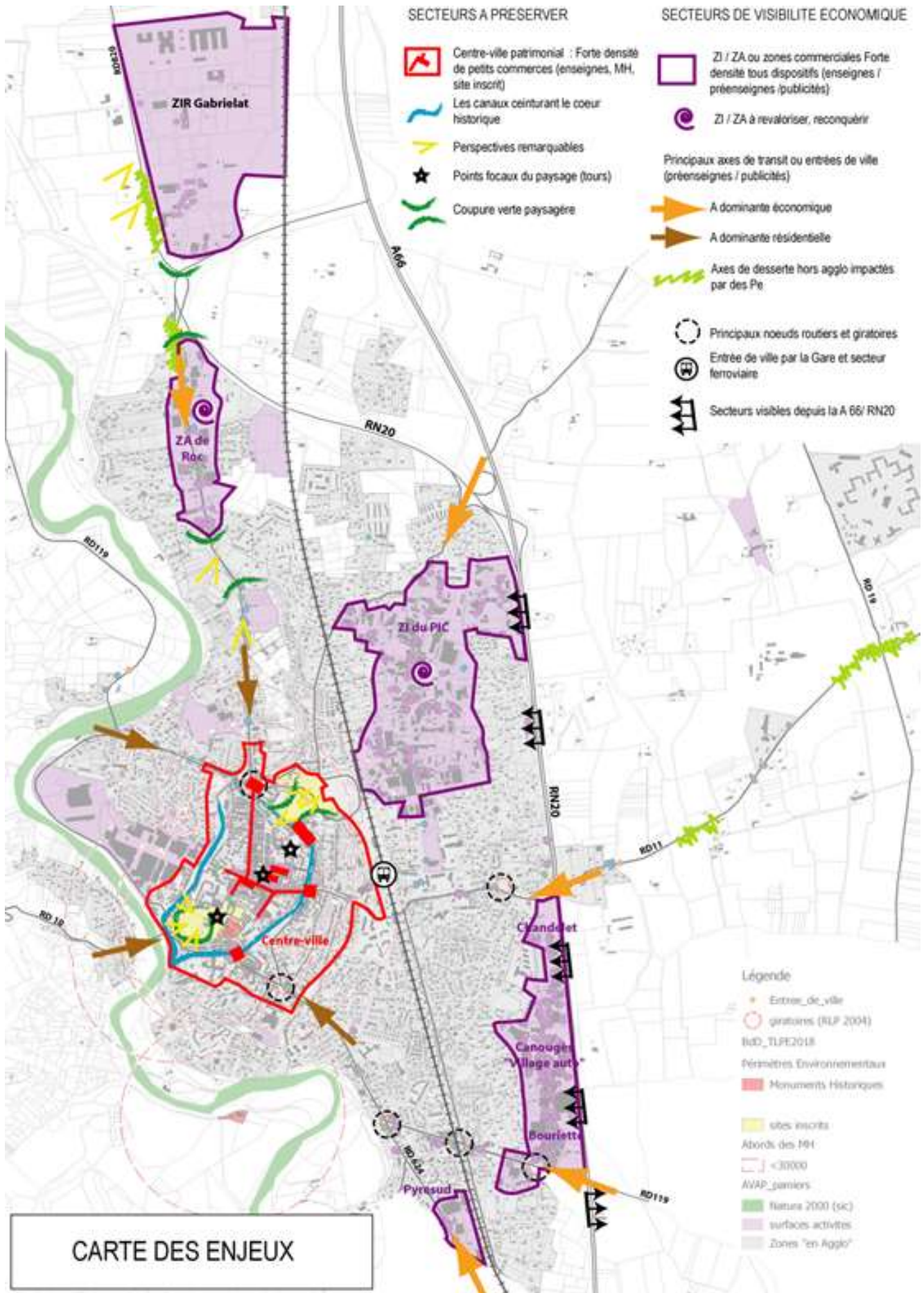
- **Le centre-ville historique et ses abords, ainsi que la côte de la Cavalerie.**
  - Les **3 zones commerciales bordant la RN20**
    - Zone de la Bouriette,
    - Zone des Canoungès : « village auto »,
    - la zone du Chandelet
  - **Zone commerciale de Roque** : le long de la RD624 au Nord
  - **Zone commerciale Pyrésud** : le long de la RD624 au Sud en lien avec Saint-Jean-du-Falga (équipement de la personne et de la maison)
  - **Deux zones industrielles** : ZA Gabriélat (Zone d'intérêt régional) et ZA de Pic
- **Les grands axes** (giratoires et entrées de ville) : L'autoroute A66 et la RN 20, La RD 624 : axe principal traversant le centre-ville/route vitrine, entrée Sud et Nord...
- **La gare et l'emprise ferroviaire** (passages à niveau)
- **Les zones résidentielles**

### Les secteurs à enjeux à préserver :

Secteurs à enjeux	Enjeux , sensibilités, points de vigilance
<b>Le centre-ville patrimonial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préservation de la qualité patrimoniale et paysagère (abords des monuments historiques, ensembles urbains traditionnels, perspectives)</li> <li>• Dynamisation des commerces de proximité et attractivité globale du centre-ville:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- visibilité, qualité esthétique des enseignes des petits commerces</li> <li>- Valorisation des places et placettes</li> <li>- Quelles place pour le mobilier urbain et les publicités (lumineux et numérique) ?</li> </ul> </li> </ul>
<b>Les canaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace ouvert ceinturant le centre-ville historique</li> <li>• Présence du site inscrit « Esplanade de Milliane et panorama du cimetière »</li> <li>• Présence de commerces et d'enseignes parfois de grand format (carrefour avec les rues d'accès au centre-ville)</li> </ul>
<b>La côte de la Cavalerie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effet de coupure et d'entrée dans le centre, peu construit – séquence naturelle</li> <li>• Maintien des perspectives lointaines sur le grand paysage</li> <li>• Pas de publicités (y compris sur mobilier urbain)</li> </ul>
<b>Zones à vocation résidentielle</b> (le reste du territoire aujourd'hui non zoné)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maitrise des publicités grands format (rapport d'échelle)</li> <li>• Enseignes de format adapté (notamment au sol)</li> </ul>

### Les secteurs à enjeux pour offrir une certaine visibilité commerciale :

Secteurs à enjeux	Enjeux , sensibilités, points de vigilance
<b>Les axes de transit (hors agglomération )</b>	Quelques pré-enseignes interdites hors agglomération depuis juillet 2015: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrée Nord (RD 820)</li> <li>- RD 11 Route de Belpech</li> </ul> → SIL pour la promotion des produits du terroir, le tourisme ?
<b>Les axes de traversées de ville et giratoire d'entrée de ville (en agglomération)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation globale des axes d'entrée de ville et route de transit majeures :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'autoroute A66 et la RN 20</li> <li>- RD 624 : axe principal traversant le centre-ville/route vitrine, entrée Sud et Nord,...</li> </ul> </li> <li>• Concilier visibilité des acteurs économiques et lisibilité routière (sécurité) – giratoires et carrefours notamment</li> <li>• Densité et format des enseignes supérieures (notamment enseignes au sol)</li> <li>• Adaptation des format sur certains axes résidentiels ?</li> <li>• L'entrée par la gare</li> </ul>
<b>Les zones d'activités, notamment commerciales en périphérie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire respecter la RNP (densité des enseignes au sol, enseignes en toiture en lettres découpées, etc...)</li> <li>• Amélioration de la lisibilité du paysage commercial, afin d'augmenter la visibilité de chaque acteur et de travailler à une meilleure qualité paysagère des ZA.</li> <li>• Place des enseignes et publicités numérique et lumineux ?</li> <li>• Revalorisation des zones ZA de Pic + visibilité depuis l'avenue de la Rijole + entrée de ville Route de Villeneuve</li> <li>• Maitrise des enseignes et publicités visibles depuis la RN20</li> </ul>



CARTE DES ENJEUX



## Chapitre 2 : Orientations et Objectifs

### Orientation n°1 : Veiller à la promotion touristique et culturelle du territoire

#### 1.1. Dépolluer les axes hors agglomération pour assurer la lisibilité des activités locales hors agglomération (uniquement pré-enseignes dérogatoires)

Éliminer les pré-enseignes non dérogatoires hors agglomération, non conformes à la réglementation nationale, valoriser les pré-enseignes dérogatoires de promotion des produits agricoles du terroir. Les routes concernées sont principalement la RD820 au niveau de l'entrée de ville nord, la RN20 et la route de Belpech (RD11).



#### 1.2. Assurer la lisibilité des activités locales hors agglomération par la mise en place d'une SIL

Mettre en place une Signalétique d'Information Locale pour le camping ou autres hébergements et établissements de restauration locale.



#### 1.3. Veiller à une bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle

Les événements communaux disposent pour leur diffusion de mobilier urbain dédié, et panneaux d'information communaux. Pour rappel la communication des associations à but non lucratif est permise par les emplacements d'affichage dédiés. Par ailleurs, les pré-enseignes temporaires sont installées 3 semaines avant et retirées 1 semaine après la manifestation et doivent respecter les règles relatives à la publicité en agglomération.



### Orientation n°2 : Limiter l'emprise visuelle de l'affichage le long des principaux axes de traversée de la commune

#### 2.1. Préserver les vues sur le grand paysage (Pyrénées Ariégeoises, vallée de l'Ariège)

- Les **perspectives remarquables** depuis les coupures vertes rencontrées le long des axes structurants et vues ouvertes sur le grand paysage depuis la côte de la Cavalerie et la RN20 plus au Nord.
- Les **vues à l'approche du centre-ville** (route de Toulouse, Avenue du jeu du Mail) notamment sur les clochers emblématiques appaméens (Tour des Cordeliers, Cathédrale, Église Notre Dame du Camp, ...)



## 2.2. Garantir la qualité paysagère des entrées de ville, porteuses d'une partie de l'identité de la commune : la première image :

Le diagnostic a mis en évidence plusieurs pénétrantes urbaines aujourd'hui marquées par une forte densité de panneaux publicitaires de grand format (route de Toulouse, route de Foix, route de Mirepoix). Il s'agira pour ces axes d'adopter une stratégie de valorisation urbaine et paysagère des principaux axes d'entrées de ville.

- Limiter au maximum la pollution visuelle aux abords des panneaux d'entrée de ville.
- Assurer la visibilité aux principaux giratoires et carrefours, en réinterrogeant les protections existantes.
- Valoriser le pôle gare et poursuivre la dé densification des affichages également au niveau des passages de franchissement de la voie ferrée (avenue du capitaine Jean Tournissa).
- Limiter au maximum les enseignes et publicités scellées au sol visibles depuis l'A66 et voie express (RN20).



**Limiter l'emprise visuelle de l'affichage le long des principaux axes de traversée de la commune.**

Valoriser le paysage des entrées de ville.



Assurer la visibilité aux abords des principaux ronds-points et carrefours.



Poursuivre la dé-densification de l'affichage aux abords de la voie ferrée et des passages à niveaux.



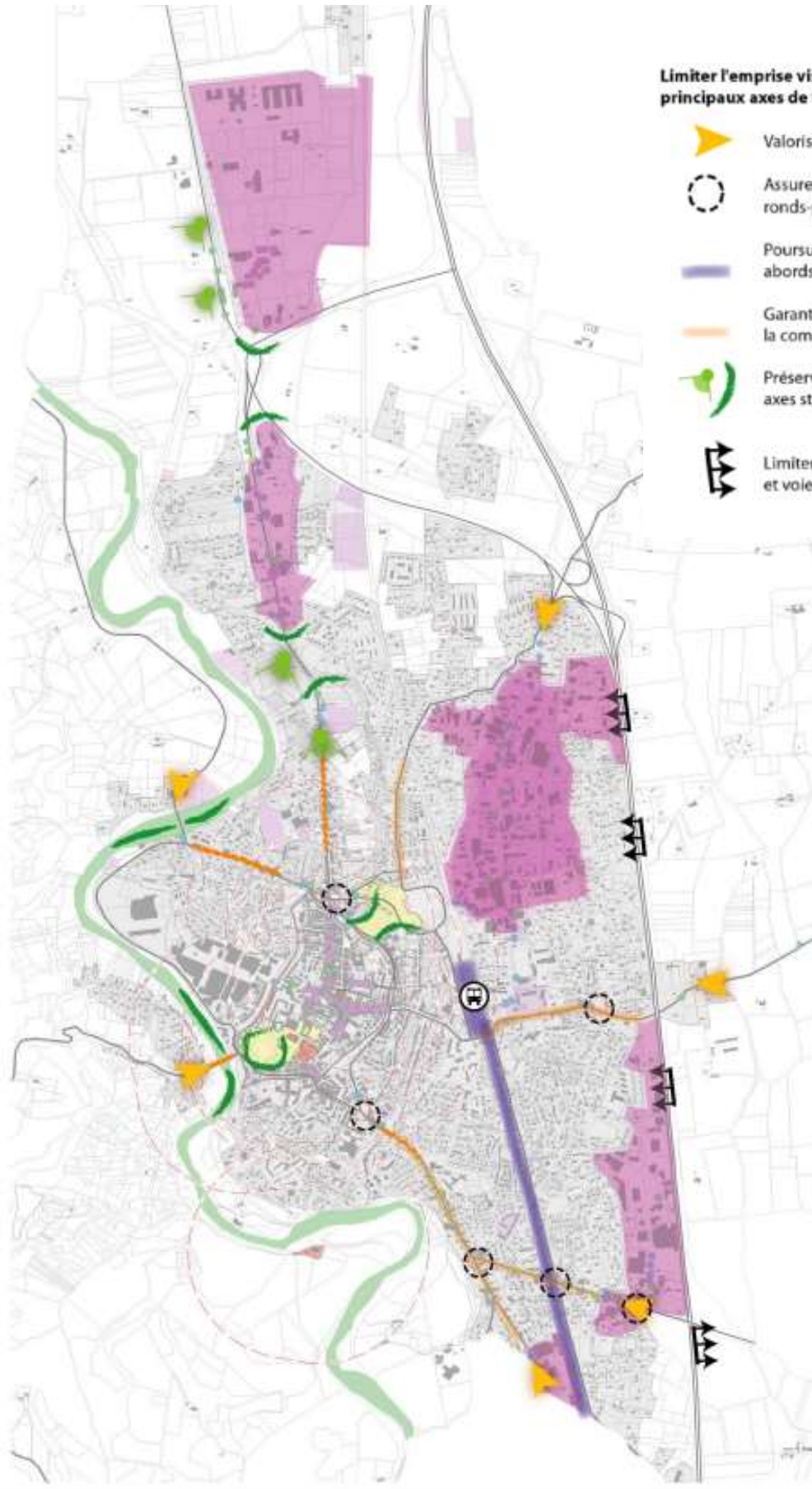
Garantir la qualité paysagère des axes de traversée de la commune.



Préserver les vues et les coupures vertes le long des axes structurants.



Limiter au maximum les dispositifs visibles depuis l'A66 et voie express (RN20)





## Orientation n°3 : Valoriser le patrimoine d'exception du centre historique de Pamiers, tout en permettant au dynamisme commercial de s'exprimer

### 3.1. Valoriser les séquences urbaines d'arrivée sur le centre-ville






**3.2. Préserver le paysage du centre**, notamment celui des abords des canaux et la perspective depuis l'esplanade de Milliane (site inscrit). Assurer la qualité paysagère du SPR en création.

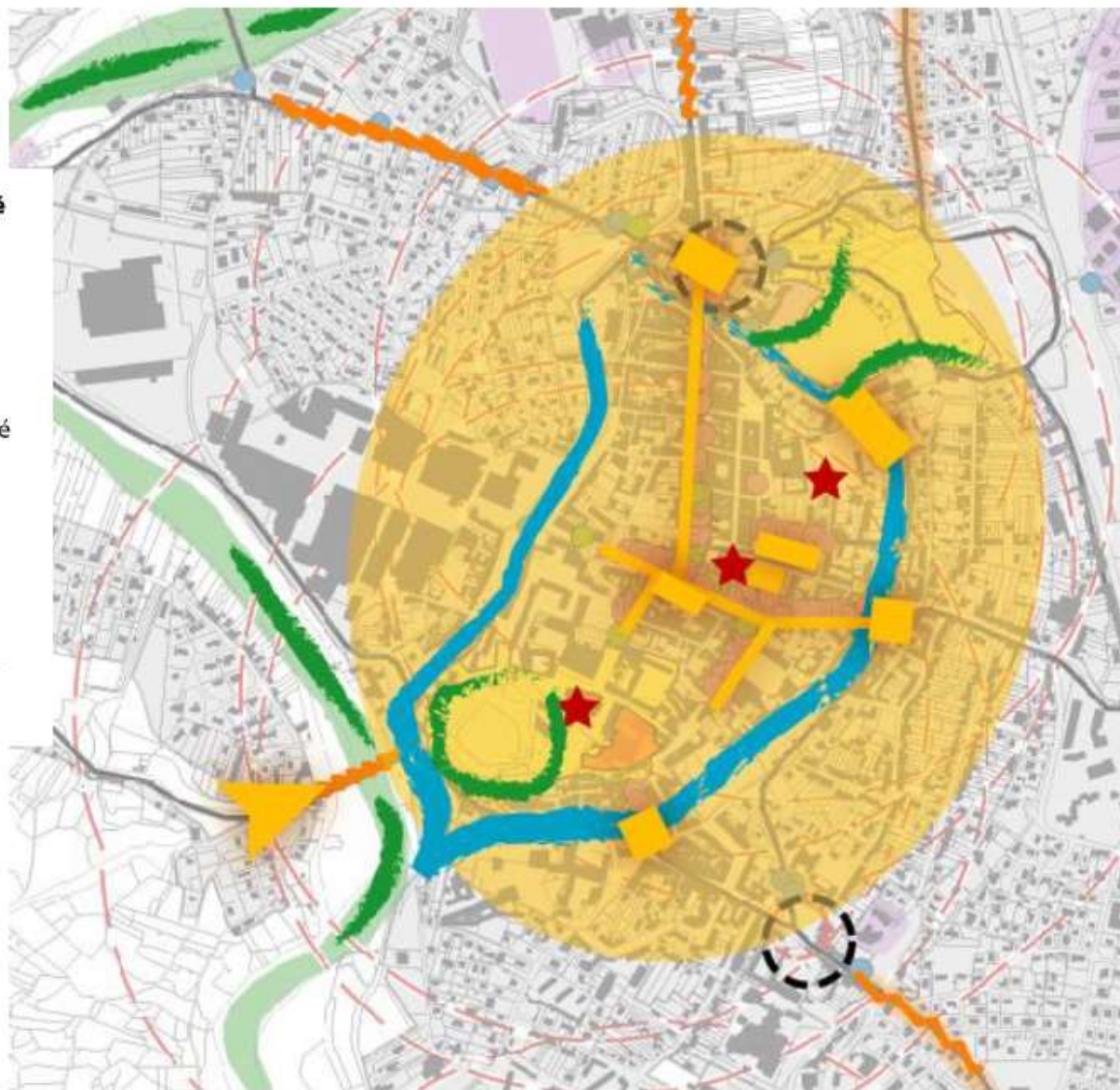
**3.3. Veiller à l'animation** des places et axes commerçants (portes du centre-ville), dans le respect de la qualité architecturale locale.

**3.4. Améliorer l'intégration des enseignes** sur le bâti patrimonial existant et préserver les enseignes remarquables (boiseries).



**Préserver le paysage et le patrimoine, supports de l'identité appaméenne.**

-  Renforcer la réglementation autour des canaux
-  Valoriser l'architecture et le bâti ancien.
-  Garantir l'animation du centre-ville, ainsi que la qualité des espaces publics structurants, dans la recherche d'une cohérence d'ensemble.
-  Préserver les vues et les espaces d'ouverture du centre-ville.
-  Améliorer la mise en scène paysagère des entrées sur le centre-ville.





## Orientation n°4 : Limiter l'impact de l'affichage publicitaire dans les secteurs à vocation résidentielle.

**4.1. Assurer la qualité du cadre de vie de Pamiers et le bien-être de la population** en adaptant le format des publicités au contexte urbain notamment dans les quartiers à dominante résidentielle.

**4.2. Réduire au maximum l'impact des dispositifs** publicitaires et des enseignes dans les quartiers d'habitation.



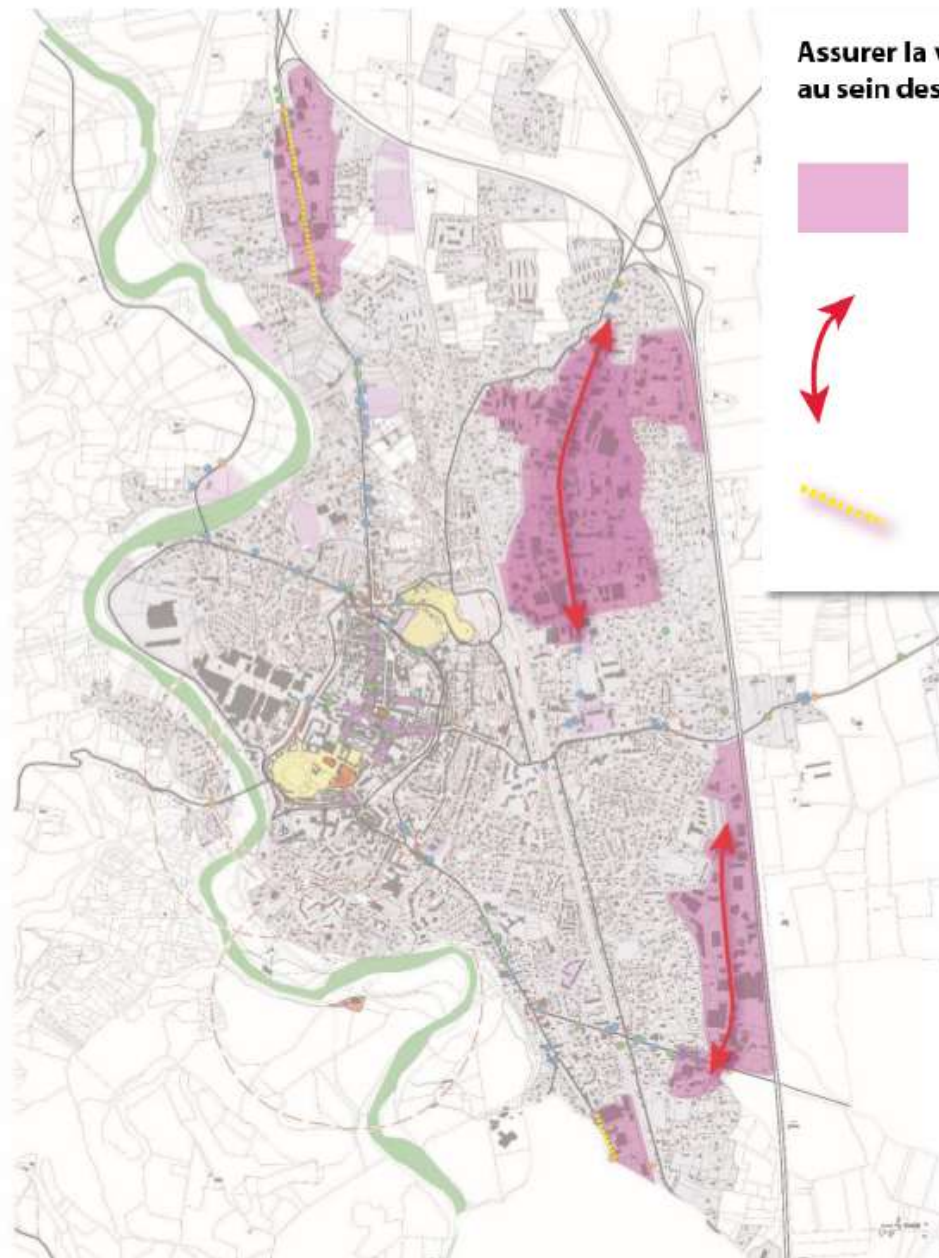
## Orientation n°5 : Assurer l'expression des acteurs économiques dans les zones d'activités périphériques

**5.1. Conjuguer innovation et image patrimoniale** (maîtrise de l'implantation et des formats des enseignes et publicités numériques) de manière préférentielle dans les ZA situées en périphérie.

**5.2. Permettre l'affichage publicitaire sur les traversées de zones commerciales et zones artisanales et industrielles** situées plus en périphérie, tout en le régulant et en assurant une cohérence entre les différents dispositifs.







**Assurer la visibilité des acteurs économiques du territoire, notamment au sein des zones d'activités périphériques**



Travailler la lisibilité du paysage commercial, afin d'assurer à la fois la visibilité de chacun et la qualité du cadre de vie.



Réguler l'affichage publicitaire et harmoniser les dispositifs le long des axes de traversée des zones d'activité, afin d'assurer leur qualité paysagère.



Axe de traversée d'une zone d'activité à traiter en fonction de sa qualité d'entrée de ville.

# Chapitre 3 : Justification des choix retenus

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

## I. Motifs de délimitation des zones de publicités et choix réglementaires associés

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux :

- Les secteurs patrimoniaux à préserver
- Le secteur à dominante résidentielle
- Les différentes zones d'activités
- Les axes d'entrées de ville

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, quatre zones de publicité (ZP) ont été définies sur la commune de Pamiers en cohérence avec le PLU et le SPR (AVAP) en cours de révision et d'élaboration. Pour chaque zone, des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLP prévoit également des prescriptions communes à tout le territoire.

- **ZP1 - Centre-ville historique et ses abords**
  - **ZP1a : Le centre historique et la zone de la Cavalerie**
  - **ZP1b : le Site Patrimonial Remarquable**
- **ZP2 – Les secteurs résidentiels hors Site Patrimonial Remarquable (SPR)**
- **ZP3 – L'avenue de Foix et la route de Mirepoix, la route de Toulouse entre le centre historique et la zone de la Cavalerie, l'avenue de la Rijole et la RD11 le long des sites sportifs et éducatifs, ainsi que sur ces sites.**
- **ZP4 – Les zones d'activités**
  - **ZP4a : Les zones d'activités dans l'agglomération**
  - **ZP4b : Les zones d'activités installées au-delà des limites d'agglomération**

## 1. La ZP1, Le centre-ville et à ses abords

Elle comprend 2 secteurs :

- **La ZP1 a : Le centre historique et la zone de la Cavalerie :**

Ce secteur, en marron sur la carte, correspond à la zone de centre-ville historique, concentrant les monuments historiques, incluant les deux sites inscrits de l'esplanade de la Milliane et de la Butte de Castella, ainsi que le secteur de la Cavalerie situé en entrée de ville Nord pour son panorama remarquable.

Le centre historique est à protéger notamment en raison de la qualité architecturale des bâtiments et des nombreux monuments historiques qui s'y trouvent. Les rues accueillent un linéaire commercial dense de petits commerces au rez-de-chaussée et sont très fréquentées par les piétons.

### 1.1. Pour les publicités

L'objectif en ZP1a, est d'assurer une protection stricte avec une forte maîtrise pour l'implantation des publicités, ainsi dans ce secteur, seules les 5 implantations de publicité sur mobilier urbain existantes sont maintenues (2m<sup>2</sup>). Celles-ci sont situées à l'extérieur des canaux. Partout ailleurs l'interdiction de publicité est maintenue en ZP1a.

### 1.2. Pour les enseignes

Les dispositions encadrant les enseignes visent la sobriété et l'esthétisme et garantissent des formats limités, de manière plus importante que sur les autres secteurs de la commune, ceci en cohérence avec les dispositions architecturales sur les devantures commerciales fixées dans le SPR (AVAP).

- **La ZP1b : Le Site Patrimonial Remarquable (SPR)**

Ce secteur, en jaune clair sur la carte, couvre plus largement la zone délimitée par le coteau surplombant l'Ariège et identifiée par le périmètre de l'AVAP en projet (« zones d'interface avec les secteurs patrimoniaux), incluant également les abords de la voie ferrée).

### 1.3. Pour les publicités

En ZP1b, la taille des publicités est aussi très maîtrisée, puisque seuls les mobiliers urbains de 2m<sup>2</sup> sont autorisés. Dans cette zone, deux axes sont identifiés avec possibilité d'implantation murale avec un format maîtrisé à 4m<sup>2</sup> : Avenue du Jeu du Mail et boulevard Delcassé. Cette disposition vient largement renforcer les règles existantes dans ce secteur (plusieurs grands dispositifs apposés au sol sont présents aujourd'hui). L'enjeu est ici de préserver les axes résidentiels et d'approche de l'hyper centre historique et ainsi de préserver l'écrin du centre-ville.

### 1.4. Pour les enseignes

Les règles encadrant les enseignes sont les même en ZP1a et ZP1b, ceci permet de maintenir une cohérence d'ensemble des linéaires de petits commerces, seules les enseignes en clôtures sont autorisées en plus en ZP1b avec un format de 2m<sup>2</sup> maximum, pour permettre les enseignes discrètes pour les professions qui pourraient se développer ponctuellement ou « à domicile » dans ce large secteur.



### 1.5. Dispositifs lumineux et numériques

En ZP1a et ZP1b, les publicités lumineuses y sont interdites sauf sur mobilier urbain, les enseignes et publicités numériques y sont interdites, ceci dans un souci de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ainsi que la préservation des perspectives à la fois sur le paysage et les ensembles urbains patrimoniaux.

## 2. *La ZP2, Les secteurs résidentiels*

Ce secteur, représenté en bleu sur la carte, est à vocation principale d'habitat et exclut le centre et secteurs patrimoniaux et les secteurs d'activités et de commerces existants. La publicité y est peu présente aujourd'hui et la volonté est de conserver cet espace en l'état, sans dispositifs de grande dimension, pour préserver le cadre de vie résidentiel. Il comprend toutes les zones urbanisées à vocation résidentielle situées à l'intérieur des limites de l'agglomération, exceptés les axes (ZP3) et les zones d'activités (ZP4).

### 2.1. Pour les publicités

L'objectif est d'y maîtriser au mieux l'implantation des dispositifs, cette zone n'ayant pas vocation à recevoir des publicités, ainsi seule la publicité sur mobilier urbain de 2m<sup>2</sup>, y est autorisée.

### 2.1. Pour les enseignes

Les règles qui s'y appliquent sont identiques à celles de la ZP1b (secteur patrimonial élargi), sauf pour les enseignes au sol qui sont autorisées en plus avec un format très limité (1m<sup>2</sup> et hauteur de 3m).

## 3. *La ZP3, correspondant aux grands axes*

Ce secteur, en jaune soutenu sur la carte, correspond aux abords immédiats des axes majeurs traversant la commune notamment l'avenue de Foix, la route de Mirepoix, la route de Toulouse, l'avenue de la Rijole et la RD11. La délimitation correspond à une bande de 50m d'épaisseur à partir du fil d'eau de la voie. Ce sont des secteurs de transit avec un enjeu particulier de visibilité commerciale (implantation le long de ces axes de cellules commerciales). C'est sur ces secteurs que ce situent aujourd'hui les formats de publicités les plus importants et de nombreuses implantations au sol.

Il s'agit pour ces secteurs de préserver le paysage des axes structurants, qui sont des vecteurs de l'identité du territoire et des parcours touristiques.

### 3.1. Pour les publicités

L'objectif est de maintenir la possibilité d'implantation de publicités au sol ou au mur avec des formats plus importants qu'en zone résidentielle, tout en assurant une certaine dé-densification des dispositifs publicitaires présents aujourd'hui.

Le seuil maximal de la réglementation nationale est abaissé à 10,5m<sup>2</sup> de superficie totale (encadrement compris). De plus, des règles plus restrictives que la RNP sont prévues afin de mieux valoriser les entrées de ville. 1 seul dispositif est autorisé par mur et des règles de densité sont appliquées pour les dispositifs au sol (l'implantation étant interdite sur les unités foncières de moins de 30ml). Les dispositions à proximité des giratoires viennent renforcer cet objectif de dé-densification des dispositifs au sol.

### 3.1. Pour les Enseignes

Les règles qui encadrent les enseignes, sont plus souples qu'en ZP1 et ZP2, les enseignes au sol et sur clôture sont d'un format de 3m<sup>2</sup>. Les enseignes au sol ont obligation de se regrouper sur des dispositifs communs lorsque les activités sont situées sur une même unité foncière pour limiter les enseignes successives très perceptibles le long des axes. De tels dispositifs communs sont par ailleurs déjà mis en place route de Toulouse par exemple. Les enseignes en façade sont réglementées par la RNP, de manière à pouvoir s'adapter à différentes tailles de bâtiments.

#### 3.1. Dispositifs lumineux et numériques

Les publicités numériques y sont interdites, ceci afin de préserver le cadre de vie et les perspectives lointaines offertes depuis les axes, première image perçue de la commune.

Les enseignes numériques y sont autorisées, uniquement en mural, avec un format de 6m<sup>2</sup> maximum, même disposition qu'en ZP4.

## 4. ZP4 – Les zones d'activités

Ces secteurs, en violet sur la carte, sont soumis à une forte pression, entraînant une importante charge visuelle de ces espaces. Ils sont différents par la nature et la taille plus importantes des dispositifs dominants (enseignes notamment au sol, pré-enseignes et publicités grand format) et sont directement liés aux activités principales exercées dans chacune des zones d'activités.

L'objectif est ici d'encadrer l'expression des acteurs économiques par la maîtrise des densités et des formats, tout en conservant une certaine souplesse pour permettre le rôle de vitrine des zones d'activités nécessaires aux acteurs économiques locaux.

Il existe deux secteurs du fait du positionnement des zones en agglomération ou hors agglomération.

- **ZP4a : Les zones d'activités situées à l'intérieur du périmètre d'agglomération** (publicités autorisées) :
  - ❖ **Zone de Roque**
  - ❖ **Zone de Pic**
  - ❖ **Zone de la Bouriette, Canounges, Chandelet**
  - ❖ **Zone de Pyresud**
  
- **ZP4b : Les zones d'activités situées en dehors du périmètre d'agglomération** (le règlement porte dans ces secteurs uniquement sur les enseignes des activités, étant donné que les publicités et les pré-enseignes sont interdites hors agglomération) :
  - ❖ **Au nord de Pamiers, la ZP4b couvre la zone de Gabrielat**
  - ❖ **ZA Mouchet**

#### 4.1. Pour les publicités

Comme sur la zone « axes » (ZP3), les publicités de grands formats existent aujourd'hui dans les zones d'activités. Il ne s'agit pas de les interdire mais d'introduire des règles de densité plus strictes permettant tout de même une dépollution visuelle progressive. Ainsi les publicités y sont autorisées avec un format de 10,5m<sup>2</sup> au sol et au mur mais un seul dispositif par unité foncière peut être implanté, sous condition d'un linéaire sur voirie de l'unité foncière supérieur à 90 mètres. Les règles dans les zones tampon à proximité des giratoires et carrefours identifiés au plan permettent aussi une plus grande maîtrise et une valorisation paysagère des entrées de zone.

#### 4.2. Pour les enseignes

L'objectif est d'assurer une cohérence de traitement des enseignes sur l'ensemble des zones d'activités du territoire et le long des axes structurants et également d'améliorer plus globalement la lisibilité du paysage commercial que ce soit pour les zones en agglomération ou hors agglomération, les dispositions sur les enseignes sont donc identiques en ZP4a et ZP4b.

Comme pour la zone « axes » les enseignes en façade en ZP4 sont réglementées en proportion comme le prévoit la réglementation nationale pour s'adapter à des bâtiments de taille très différente en fonction des zones. Les enseignes au sol sont limitées à 8m<sup>2</sup>. Il est fixé un maximum de hauteur de 30% de la hauteur de façade sans pouvoir dépasser 3m pour les enseignes en toiture. Les enseignes en clôture sont limitées à 3m<sup>2</sup>.

#### 4.3. Dispositifs lumineux et numériques

Les publicités numériques sont autorisées uniquement en ZP4a, sur support de mobilier urbain de petit format 2m<sup>2</sup> et devront suivre comme le reste des dispositifs la règle d'extinction nocturne entre 23h et 6h.

Ce sont les mêmes règles qui s'appliquent en ZP3 et ZP4 pour les enseignes numériques, c'est-à-dire 6m<sup>2</sup> uniquement en implantation murale, pour des raisons de cohérence.

Seule la ZA de Mouchet comprend une interdiction des enseignes numériques, du fait de sa perception immédiate depuis l'axe A66/RN20.

## II. Choix pour les dispositions communes à toutes les zones

En plus des zones de publicité, des dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire indépendamment du zonage sont instaurées.

### 1.1. Protection des giratoires et carrefours

En plus des zones de publicité, le plan indique des dispositions générales relatives à **l'enjeu de protection des carrefours et giratoires**, situés le long des grands axes de transit de la commune.

Les dispositifs scellés au sol : publicités, pré enseignes ainsi que les enseignes au sol, et tous les dispositifs numériques (au mur ou sol), ne peuvent être implantés à moins de 30 mètres du bord extérieur (fil d'eau) de la chaussée des ronds-points et carrefours tel que figurés au plan. Seul le mobilier urbain reste autorisé dans ces secteurs avec un format maîtrisé : Surface maximum = 2m<sup>2</sup>.



Ces mesures de mise à distance de la route, visent à limiter de manière forte tous dispositifs au sol afin de valoriser les entrées de ville et les vues sur le grand paysage et sur les différentes séquences urbaines à l'approche du cœur historique de Pamiers (vallées et coupures urbaines, transition avec l'espace rural, secteur d'accueil et de découverte de Pamiers, entrée de zones d'activités, etc...).

Afin de s'adapter aux besoins des acteurs économiques implantés en zones d'activités concernées par un zonage ZP4, l'interdiction des enseignes scellées au sol au sein de ces périmètres de protection des carrefours et ronds-points. L'ensemble des autres interdictions est maintenu, afin d'assurer la lisibilité de la zone d'activité, ainsi que sa qualité paysagère.

## 1.2. Règle d'extinction nocturne des publicités et enseignes

Afin de limiter la pollution lumineuse liée aux dispositifs de publicité extérieure, les enseignes, publicités et pré-enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23h et 6h.

Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 23h et 6 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

## 1.3. Publicités et pré-enseignes

L'ensemble des dispositifs doivent respecter des règles d'esthétisme, de durabilité et d'entretien, afin d'assurer la meilleure insertion possible dans le paysage.

### 1.1.1. Supports interdits

Afin de limiter les modes d'implantation, au-delà de la réglementation nationale (arbres, candélabres, poteaux téléphoniques, panneaux routiers, ...), d'autres supports sont proscrits par le règlement : « *l'implantation de publicité ou pré-enseigne est interdite sur les clôtures et murs de clôture, ainsi qu'en toiture ou terrasse* ».

### 1.1.2. Publicités murales

Afin de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires dans le paysage, les doublons sont interdits. Un mur aveugle ne peut ainsi accueillir qu'une seule publicité.

### 1.1.3. Publicités au sol

Les dispositifs au sol doivent être monopied, les panneaux côte à côte, en V ou en trièdre sont interdits, dans le but de limiter l'emprise visuelle de la publicité dans le paysage urbain.

L'installation des chevalets et kakemonos est également réglementés par le RLP : un seul dispositif est accepté par activité, leur surface est limitée à 1m<sup>2</sup> par face, leur hauteur maximum est limitée à 1,20m et leur implantation doit laisser libre un passage de 1.40m minimum sur le trottoir. Ces dispositifs mobiles sont un moyen pour les commerçants de gagner en visibilité ou de dynamiser leur devanture, cependant ce sont aussi des objets venant s'installer sur le domaine public, il est donc nécessaire de les réglementer, pour garantir leur bonne insertion et un partage équitable de l'espace public aux différents usages.

#### 1.1.4. Publicités sur bâche

Les bâches publicitaires sont des dispositifs imposants ayant un fort impact dans le paysage. Pour cela, elles ne sont autorisées qu'en ZP3 et ZP4a, où les formes urbaines peuvent davantage se prêter à ce type de dispositifs (pour rappel elles sont soumises au préalable à autorisation du maire). Une surface de 8m<sup>2</sup> maximum est fixée.

#### 1.1.5. Publicités numériques

Les publicités numériques ne sont autorisées qu'en ZP4a et uniquement sous format mobilier urbain, avec une surface maximale de 2m<sup>2</sup> et avec une règle d'extinction entre 23h et 6h, pour limiter l'impact de ces dispositifs dans le paysage urbain.

### 1.4. Enseignes

L'ensemble des dispositifs doit respecter des règles d'esthétisme, de durabilité et d'entretien, afin d'assurer la meilleure insertion possible dans le paysage.

#### 1.1.6. Enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont interdites en ZP1a. Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1b et ZP2 avec un format de 2m<sup>2</sup> ainsi qu'en ZP3 et ZP4 avec un format de 3m<sup>2</sup>. Ce sont en effet le long des axes et dans les zones d'activités que l'on rencontre ce genre de dispositifs, moins adaptés aux commerces de centre-ville. Les formats fixés permettent de limiter leur impact sur le paysage urbain.

#### 1.1.7. Les enseignes numériques

Les enseignes numériques sont autorisées uniquement en ZP3 et ZP4. Elles peuvent être uniquement murales jusqu'à un format maximal de 6m<sup>2</sup>. Les grandes surfaces ou magasins de périphérie présentent un contexte plus favorable à l'implantation de tels dispositifs, que les commerces de centre-bourg (plus d'espace, moins de nuisances vis-à-vis des riverains, peu ou pas d'enjeux patrimoniaux, ...).

#### 1.1.8. Les enseignes temporaires et enseignes au sol de moins de 1 m<sup>2</sup>

Les enseignes temporaires suivent les mêmes dispositions des enseignes permanentes et respectent les règles d'extinction nocturne des enseignes permanentes (entre 23h et 6h).

Les enseignes au sol de moins de 1m<sup>2</sup>, sont limitées à 1 par rayon de 25m. Cette règle de densité à pour objectif d'offrir un cadre à l'apposition de drapeaux ou d'offres promotionnelles souvent très récurrentes et ainsi d'améliorer le paysage perçu des zones d'activités.

## III. Comparaison des règles avec l'ancien RLP de 2004 en vigueur

La ZP1a secteur d'interdiction totale de publicité est étendue (même si elle intègre les 5 mobiliers urbains existants). Elle reprend les anciens secteurs de protection (ZPR1 : côte de la Cavalerie, ZPR2 : centre-ville intra-canaux, ZPR3 : canaux). Elle intègre désormais l'ensemble du site inscrit de l'esplanade de la Milliane et les abords élargis du centre-ville au-delà des canaux, intégrant les principaux accès et façade de faubourg.

Les secteurs de protection du patrimoine (ZP1b) et secteurs résidentiels (ZP2) sont davantage pris en compte et préservés dans le projet de RLP. Il n'y avait pas de règle particulière dans ces secteurs dans

le RLP de 2004. Désormais, les possibilités d'implantation de publicité y seront beaucoup plus maîtrisées (mobilier urbain de 2m<sup>2</sup>).

Certains secteurs d'axes existants au RLP de 2004 ont été réduits, comme en entrée de ville Est (avenue du 9<sup>ème</sup> régiment de chasseurs parachutistes), de ce fait seul le mobilier urbain de petit format y est désormais autorisé. Il en est de même de l'avenue de la Paix menant à la gare.

Pour les axes d'approche du centre-ville historique les règles proposées sont plus strictes. Seule l'avenue de Toulouse est maintenue en ZP3 avec possibilité d'implantation de grand format au sol.

Les formats maximums de publicité le long des axes (ZP3) et dans les zones d'activités (ZP4a) sont abaissés et passent de 12m<sup>2</sup> à 10,5m<sup>2</sup>. Le nouveau format est adapté aux nouveaux dispositifs récents permettant une taille d'affiche de 8m<sup>2</sup> auquel s'ajoute l'encadrement du dispositif.

La zone de Pic n'était pas zonée dans le précédent RLP de 2004.

La zone de Gabrielat classée en ZPA2 dans le RLP de 2004, ne peut plus accueillir de publicités car situées hors agglomération, les zones de publicité élargie ayant été supprimées dans la nouvelle réglementation nationale. Les dispositifs de 12m<sup>2</sup> y étaient précédemment autorisés.

La ZPR5 (le long de la voie ferrée), est intégrée en ZP1b et ZP2, de ce fait seul le mobilier urbain de petit format y est désormais autorisé. Le RLP de 2004 y autorisait des publicités murales de 12m<sup>2</sup>.

Les tailles d'enseignes au sol sont abaissées dans le projet de RLP

- 1m<sup>2</sup> en ZP1 contre 2m<sup>2</sup> en centre-ville (ZPR2), contre 6m<sup>2</sup> dans la zone des canaux (ZPR3)
- 3m<sup>2</sup> en ZP3 (axes), contre 6m<sup>2</sup> en ZPR4 (axe)
- 8m<sup>2</sup> en ZP4 (Zones d'activités), contre 12m<sup>2</sup> en ZPR7 (ZA Chandeleat, village Auto, Pyreval)

Les enseignes en toiture sont désormais interdites le long des axes en ZP3. Le RLP de 2004, permettait leur installation dans ces zones pour les UF supérieures à 20ml de largeur de parcelle sur voie.