

Introduction	4
CONTEXTE LÉGISLATIF	4
INTÉRÊT D'UN RLPI	5
Partie I : La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal.....	6
1.1 Les principales étapes de la procédure	7
1.2 Les éléments constitutifs du RLP	10
1.2.1 LE RAPPORT DE PRÉSENTATION	10
1.2.2 LE RÈGLEMENT	10
1.2.3 LES ANNEXES	10
1.3 Le champ d'application de la réglementation	11
1.3.1 LA PUBLICITÉ	11
1.3.2 LA PRÉENSEIGNE	15
1.3.3 LE CAS PARTICULIER DES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES	18
1.3.4. L'ENSEIGNE	20
1.4 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation	24
Partie II : Les objectifs poursuivis pour le RLPi de l'ex-Grand Tarbes	27
Partie III : Le contexte	29
3.1 Présentation du territoire	30
3.1.1 CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DU TERRITOIRE	30
3.1.2 CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES	31
3.1.3 ÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE	33
3.2 Caractéristiques territoriales pour l'affichage publicitaire	34
3.2.1 LES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT	34
3.2.2 UN MODE DOUX DE CIRCULATION : LES PISTES CYCLABLES	37
3.2.3 LES INFRASTRUCTURES FERROVIAIRES	37

3.3 Caractéristiques environnementales	38
3.3.1 LES ZONES NATURELLES PROTÉGÉES	38
3.3.2 LES MONUMENTS HISTORIQUES PROTÉGÉS	39
3.3.3 LE PAYSAGE DE L'ex-Grand Tarbes	43
3.3.4 L'IDENTITÉ ARCHITECTURALE	45
Partie IV : Le diagnostic	46
4.1 Situation de l'ex-Grand Tarbes au regard du droit de la publicité extérieure	48
4.1.1 LES RÈGLES DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE L'ex-Grand Tarbes	48
4.1.2 LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LES ACTUELS RÈGLEMENTS DE PUBLICITÉ	52
4.1.3 LES PROJETS DE RLP QUI AVAIENT ÉTÉ ENVISAGÉS	55
4.1.4 LE RÉGIME PARTICULIER DE L'AFFICHAGE NON PUBLICITAIRE	58
4.2 Situation de la publicité extérieure sur l'ex-Grand Tarbes	59
4.2.1 LA SITUATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES EN ENTRÉE DE VILLE ET SUR LES AXES STRUCTURANTS	61
4.2.2 LA SITUATION DES ENSEIGNES EN CENTRE-VILLE	69
4.2.3 LA SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE RESTE DU TERRITOIRE	74
Partie V : Les Orientations	89
5.1 Orientations en matière de publicité	90
ORIENTATION N°1 : PRÉSERVER LES SECTEURS ANCIENS DES COMMUNES DE L'ex-Grand Tarbes	90
ORIENTATION N°2 : RÉDUIRE LA PLACE OCCUPÉE PAR LA PUBLICITÉ DANS LE PAYSAGE TARBAIS	90
ORIENTATION N°3 : MAÎTRISER L'IMPLANTATION DE LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE	90
ORIENTATION N°4 : FIGER LES DISPOSITIONS ACTUELLES DU RNP DANS LES AUTRES COMMUNES DE L'ex-Grand Tarbes	90
5.2 Orientations en matière d'enseigne	91
ORIENTATION N°1 : GARANTIR LA BONNE INSERTION DES ENSEIGNES MURALES DANS L'ARCHITECTURE	91
ORIENTATION N°2 : INTERDIRE LES ENSEIGNES EN TOITURE DANS LES ZONES D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET/OU ARTISANALE	91
ORIENTATION N°3 : HARMONISER LES ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL	91
ORIENTATION N°4 : RÉGLEMENTER LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES	91
Partie VI : L'explication des choix	92
I / EXPLICATION DU CHOIX DU ZONAGE DU RLPI	93
II / EXPLICATION DU CHOIX DES RÈGLES	95

Introduction

CONTEXTE LÉGISLATIF

L'expression publicitaire, corollaire de la liberté d'expression, existe depuis tout temps. Elle s'est toutefois développée, en France, au moment de la révolution industrielle - les fameux panneaux-réclames - au point que le législateur s'est ému de ses premières atteintes au paysage et aux monuments historiques. C'est ainsi qu'à compter de 1902, de nombreuses législations se sont succédées afin de réglementer l'implantation de la publicité puis des enseignes dans un objectif initial de préservation de l'esthétique des lieux puis, plus généralement, de protection du cadre de vie.

Après la loi du 29 décembre 1979, la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité, dès lors qu'elle est visible d'une voie ouverte à la circulation publique. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement, il convient de retenir celles concernant l'institution par les communes ou leurs groupements compétent en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application – décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 et n°2013-606 du 9 juillet 2013 – qui constituent

le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du code de l'environnement.

Entré en vigueur le 1er juillet 2012, le RNP précise ses conditions d'application. C'est ainsi que la publicité implantée antérieurement à cette date avait jusqu'au 13 juillet 2015 pour s'y conformer alors que les enseignes devront se mettre en conformité avec ses dispositions le 1er juillet 2018 au plus tard (article R.581-88 du code de l'environnement).

Depuis la loi ENE, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document (article L.581-14 du code de l'environnement). Mais, lorsque les EPCI n'ont pas la compétence PLU, ils peuvent décider de se doter, spécifiquement, de la compétence RLP.

C'est ainsi que par délibération en date du 27 septembre 2013, la Ex-Grand Tarbes s'est spécifiquement dotée de la compétence RLP afin de mener la procédure d'élaboration d'un RLP intercommunal (RLPi). Compétence qu'elle détient depuis l'arrêté préfectoral du 9 octobre 2014 ayant approuvé la modification de ses statuts.

Depuis le 1er janvier 2017, la Communauté d'Agglomération a fusionné avec d'autres EPCI. Ses communes membres font désormais partie de la Communauté d'Agglomération Tarbes-Lourdes-Pyrénées.

INTÉRÊT D'UN RLPi

L'adoption d'un RLPi répond à plusieurs besoins.

Eviter la caducité

Actuellement, plusieurs communes de l'ex-Grand Tarbes disposent d'un règlement de publicité communal (Tarbes) voire intercommunal (cf. plus loin). Tous ont été adoptés antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à leur propos qu'il s'agit de règlements de publicité de première génération. Or, l'article L.581-14-3 du code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient

modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité. Autrement dit, ces communes ont jusqu'au 13 juillet 2020 pour adopter un RLP (ou un RLPi) répondant aux exigences de la loi ENE, c'est-à-dire un RLP de deuxième génération. Faute de quoi, elles seront soumises aux dispositions du RNP.

Transférer le pouvoir de police

Par ailleurs, comme le prévoit l'article L.581-14-2 du code de l'environnement, le maire de ces différentes communes est l'autorité de police au nom de la commune pour faire appliquer et respecter la réglementation de la publicité et des enseignes. Dans les autres communes de l'agglomération, c'est le préfet des Hautes-Pyrénées qui est l'autorité de police compétente. Dans ces dernières, l'instruction de la publicité

et des enseignes relève des services de l'Etat. Lorsque le RLPi sera adopté, le transfert de compétence du préfet au maire s'opérera. Tous les maires de l'ex-Grand Tarbes seront compétents.

Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire

En sa qualité de document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, le RLP répond à l'objectif d'adapter le RNP aux caractéristiques du territoire en instituant, en principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Cela oblige par conséquent à connaître les dispositions issues du RNP puisqu'elles constituent un « standard » en fonction duquel le RLPi sera établi.

Toutefois, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP(i) peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Ainsi dans certains lieux, la publicité est interdite sauf à ce qu'un RLP en décide autrement. Sont concernés les lieux suivants :

- les ZPPAUP/AVAP, les secteurs sauvegardés ; (devenus sites patrimoniaux remarquables depuis la loi du 7 juillet 2016)
- les territoires situés dans l'aire d'adhésion d'un parc national et dans un parc naturel régional ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques un rayon de cinq cents mètres
- les sites inscrits et sites Natura 2000.



Partie I

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

1.1/ Les principales étapes de la procédure

Depuis la loi ENE, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP(i) est identique à celle d'un PLU(i) (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Par conséquent, il convient au préalable de déterminer les modalités de collaboration entre l'ex-Grand Tarbes et les communes membres de l'Agglomération à l'occasion d'une conférence intercommunale. Celle-ci s'est tenue le 17 juin 2015 et a fixé les modalités de collaboration suivantes :

- constitution d'un Comité Technique composé des techniciens concernés par le RLPi se réunissant pour préparer les réunions du Comité de Pilotage ;
- constitution d'un Comité de Pilotage composé des élus concernés des communes membres de l'ex-Grand Tarbes se réunissant pour valider chacune des phases de la procédure d'élaboration du RLPi.

Ces modalités de collaboration ont été arrêtées à l'occasion de la délibération de prescription du RLPi en date du 25 juin 2015 qui a précisé les objectifs poursuivis (cf. partie IV) et a défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPi (Art. L.103-2 et L.153-11 du code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation devront revêtir la forme suivante :

- diffusion des documents d'études mis à jour ponctuellement sur le site Internet de l'ex-Grand Tarbes et les sites Internet des communes membres pour celles qui en disposent ;
- information de l'avancement du projet de RLP dans le journal « L'Agglo » de l'ex-Grand Tarbes et les journaux des communes membres pour celles qui en disposent ;
- mise à disposition du public pendant toute la durée de l'élaboration du projet de RLP d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable au siège de l'ex-Grand Tarbes et dans les communes membres ;
- organisation de réunions publiques où sera présenté le projet de RLP de l'ex-Grand Tarbes ;
- pendant cette même période, le public pourra adresser par écrit ses propositions et ses remarques à Monsieur le Président de l'ex-Grand Tarbes.

La délibération de prescription a été notifiée aux personnes publiques associées (PPA). C'est ainsi qu'à leur demande pourront être associés à l'élaboration du projet de révision :

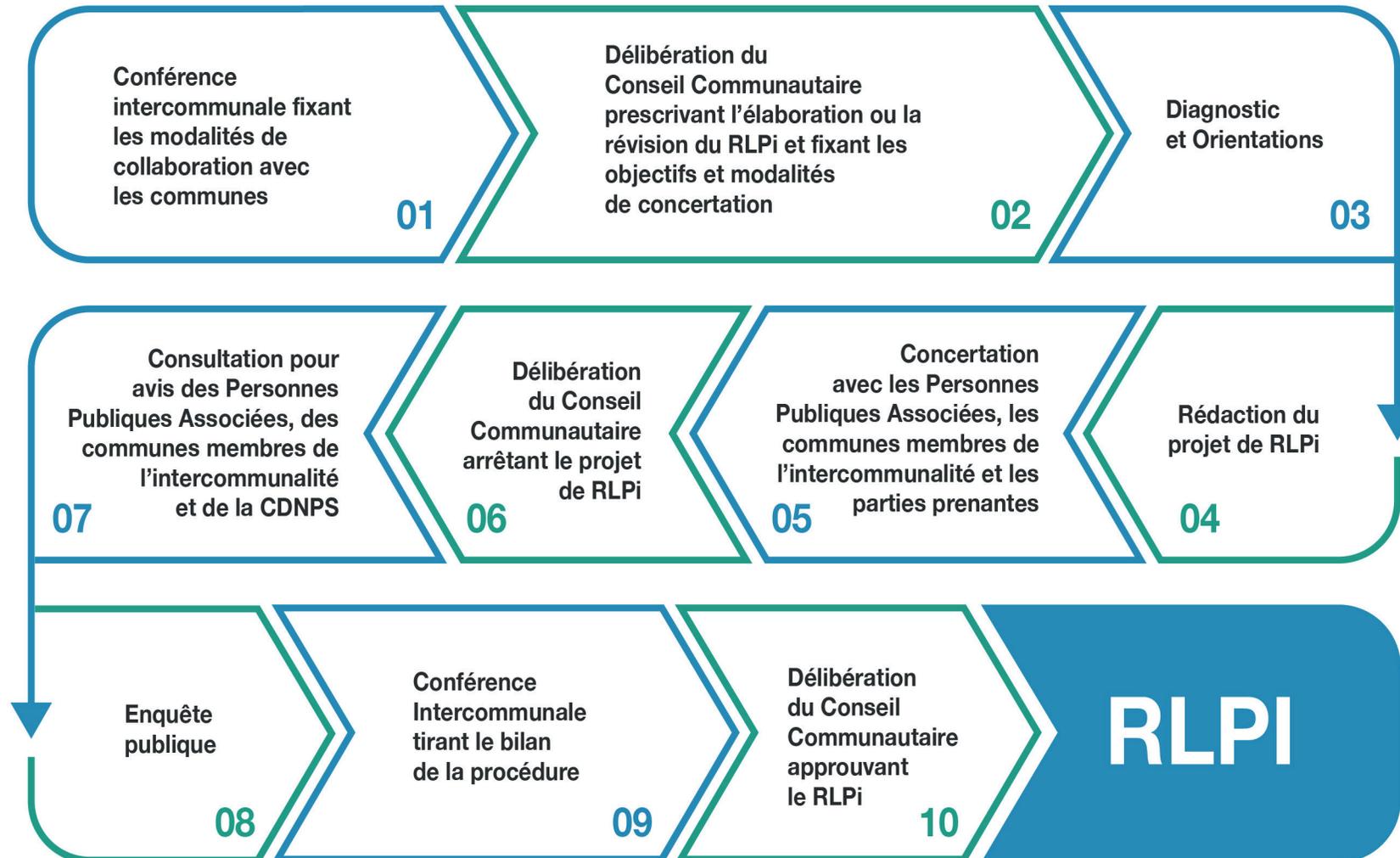
- le préfet des Hautes-Pyrénées ou son représentant ;
- la région Midi-Pyrénées ;
- le conseil départemental des Hautes-Pyrénées ;
- la chambre de commerce et d'industrie des Hautes-Pyrénées ;

- la chambre de métiers et de l'artisanat des Hautes-Pyrénées ;
- la chambre d'agriculture des Hautes-Pyrénées ;

Parallèlement à l'élaboration du projet, il est conseillé qu'un débat sur les orientations du règlement soit organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil communautaire et qu'il soit, au préalable, débattu au sein de chaque conseil municipal. En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet a été arrêté par délibération du 15 décembre 2016, puis soumis pour avis aux PPA, aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). Cette dernière s'est réunie le 10 mars 2017 et a émis un avis favorable assorti d'une réserve.

Le projet a ensuite fait l'objet d'une enquête publique qui s'est tenue du 27 mars au 21 avril 2017. Le projet a ensuite fait l'objet de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des différents avis exprimés. Une conférence intercommunale s'est ensuite réunie le 19 juin avant que le projet ne soit définitivement approuvé par le conseil communautaire de l'Agglomération Tarbes-Lourdes-Pyrénées le 28 juin 2017.

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



1.2/ Les éléments constitutifs du RLP

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

1.2.1 LE RAPPORT DE PRÉSENTATION

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

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

1.2.2 LE RÈGLEMENT

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

1.2.3 LES ANNEXES

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres¹ identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que les arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes membres de l'agglomération et le document graphique les matérialisant.

Le présent RLPi comprend également les annexes suivantes : un lexique des termes techniques utilisés dans le règlement, le rappel des dispositions de la réglementation nationale les plus pertinentes, ainsi que les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération.

⁽¹⁾ Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du code de l'environnement).

1.3/ Le champ d'application de la réglementation

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

1.3.1 LA PUBLICITÉ

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

Ainsi, la structure destinée à recevoir une publicité, alors même qu'elle n'en comporte aucune, est considérée comme un dispositif publicitaire.



Photo prise à Bordères/l'Echez



Photo prise à Odos



Photo prise à Tarbes

La généralité de la définition de la publicité conduit à ce que tous les types de publicité soient concernés. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ainsi être classés suivant :

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

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP en fonction de la taille de l'agglomération dans lesquels ils sont implantés (cf. infra p.48 et s.).

PUBLICITÉS SCELLÉES AU SOL



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Bordères/l'Echez

PUBLICITÉS SUR MOBILIER URBAIN



Photo prise à Tarbes



Colonne porte-affiche à Tarbes



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Aureilhan



Abri voyageur à Aureilhan

PUBLICITÉS NUMÉRIQUES



Photos prises à Tarbes

PUBLICITÉ SUR VÉHICULE TERRESTRE



Photo prise à Chis

PRÉENSEIGNES SCELLÉES AU SOL

1.3.2 LA PRÉENSEIGNE

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du code de l'environnement).

Préenseignes et enseignes présentent de grandes similitudes, elles ont toutes les deux pour objet de signaler une activité. Mais elles se distinguent par le fait que l'enseigne est implantée sur le lieu même de l'activité signalée, alors que la préenseigne est localisée sur une autre unité foncière que celle où s'exerce l'activité signalée. Elle informe le public de la proximité de l'activité par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

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



Photo prise à Séméac



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Aureilhan

PRÉENSEIGNES INSTALLÉES DIRECTEMENT SUR LE SOL



Photos prises à Tarbes

PRÉENSEIGNES MURALES



Photo prise à Aureilhan



Photos prises à Tarbes

PRÉENSEIGNES SUR MOBILIER URBAIN



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Séméac



Photo prise à Tarbes

1.3.3 LE CAS PARTICULIER DES PRÉEN-SEIGNES DÉROGATOIRES

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

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

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- activités culturelles ;
- monuments historiques (classés ou inscrits) ouverts à la visite.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

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



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

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



Photo prise à Chis



Photos prises à Aureilhan



Photos prises à Ibos

1.3.4 L'ENSEIGNE

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

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

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

ENSEIGNES MURALES À PLAT DITE
« PARALLÈLES »



Photo prise à Ibos



Photos prises à Tarbes

ENSEIGNES MURALES PERPENDICULAIRES
DITES « EN BANDEAU »



Photo prise à Aureilhan



Photos prises à Tarbes



Photo prise à Laloubère



Photo prise à Soues



Photo prise à Salles-Adour

ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Bordères/l'Echez

ENSEIGNES EN TOITURE



Photo prise à Odos



Photo prise à Orleix



Photo prise à Tarbes

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

ENSEIGNES LUMINEUSES



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Laloubère

ENSEIGNES LUMINEUSES NUMÉRIQUES



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Séméac

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

Malgré leur parenté avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont considérés comme exclus du champ d'application de la réglementation issue du code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations de caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.

JEI



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Ibos



Photo prise à Tarbes

MOBILIER URBAIN D'INFORMATION



Photo prise à Tarbes



Photo prise à Barbazan-Debat

Est également exclu de la réglementation le mobilier urbain ne comportant aucune publicité...

ABRI VOYAGEUR



Photo prise à Aureilhan



Photo prise à Bours



Photo prise à Chis

... ainsi que œuvres ou décorations.



Photos prises à Tarbes



Photos prises à Tarbes



Partie II

Les objectifs poursuivis
pour le RLPi
de l'ex-Grand Tarbes

Par délibération en date du 25 juin 2015, l'ex-Grand Tarbes a prescrit l'élaboration d'un RLPi. Plusieurs objectifs ont été définis sur la base desquelles le RLPi doit être établi. Ces objectifs sont les suivants :

1. Protéger et améliorer le cadre de vie en évitant la multiplication des dispositifs qui conduisent à une dégradation paysagère et rendent difficile la perception de ces dispositifs et la lecture des messages (exemple avec la RD817 vers Pau et la RD921 route de Lourdes) ;
2. Traiter la surcharge de dispositifs en entrées de ville et bourg, ainsi que le long des axes structurants l'ex-Grand Tarbes ;
3. Intégrer qualitativement dans leur environnement urbain et architectural les enseignes dans les secteurs de chalandises du centre-ville de Tarbes ;

4. Etendre le règlement à l'échelle intercommunale en actualisant notamment les règlements des communes qui en sont déjà dotées (règlement intercommunal de publicité des communes d'Aureilhan, Barbazan-Debat, Bordères/l'Echez, Ibos, Laloubère, Odos, Séméac et Soues, règlement de Tarbes).

Ajoutons, que dans le cadre de son Agenda 21, l'ex-Grand Tarbes poursuit l'objectif de valoriser les ressources territoriales en se dotant d'une charte « patrimoine, paysages » des entrées de villes considérées comme d'intérêt communautaire.



Partie III

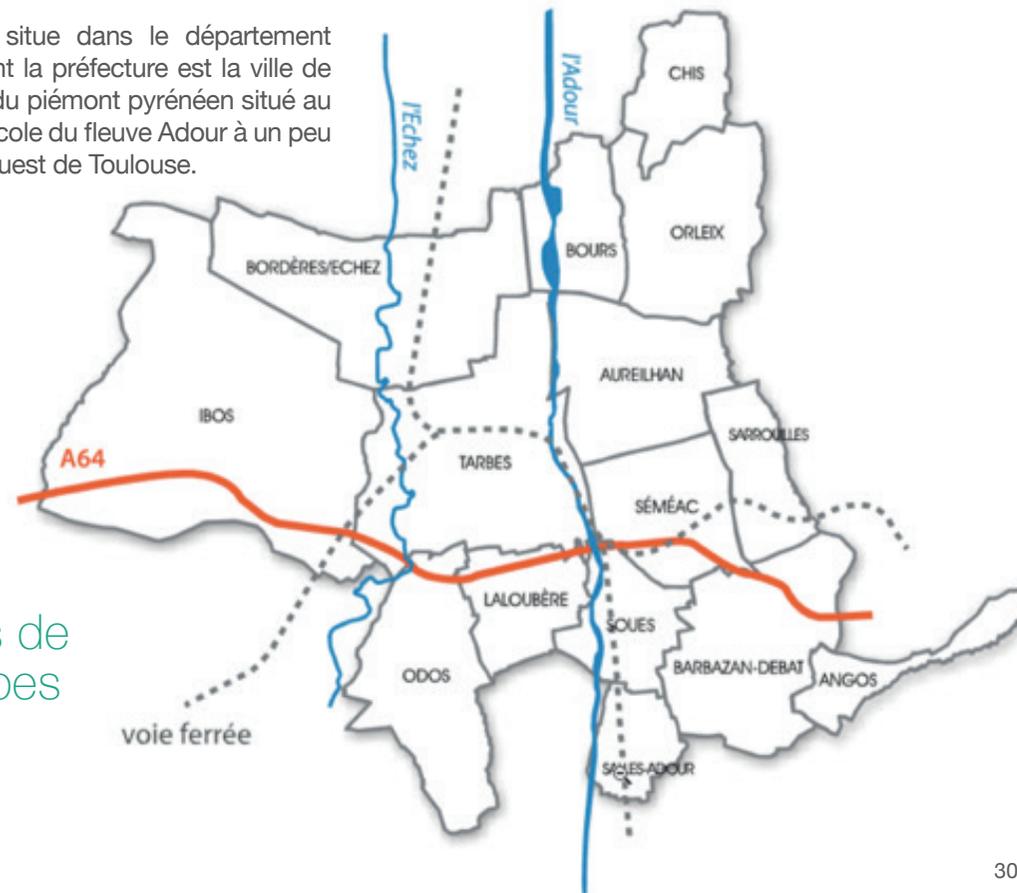
Le Contexte

3.1/ Présentation du territoire

3.1.1 CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DU TERRITOIRE

Le territoire d'étude se situe dans le département des Hautes Pyrénées dont la préfecture est la ville de Tarbes. C'est un secteur du piémont pyrénéen situé au sein de la riche plaine agricole du fleuve Adour à un peu plus de 100 km au Sud-Ouest de Toulouse.

les communes de
l'ex-Grand Tarbes



L'ex-Grand Tarbes bénéficie d'une localisation stratégique dans le piémont pyrénéen. Tout d'abord d'Est en Ouest, il se trouve à mi-chemin entre Toulouse et le Pays Basque (et l'Espagne), par l'autoroute A64, la RD 817 et la voie ferrée Toulouse – Hendaye. Mais également selon l'axe Nord – Sud, l'ex-Grand Tarbes se situe entre le Comminges et le Béarn, et les autres vallées de l'Adour et du Gave de Pau.

Le territoire bénéficie d'un aéroport international Tarbes – Lourdes – Pyrénées localisé dans la Communauté de Communes voisine du Canton d'Ossun. L'aéroport dispose d'installations modernes adaptées à un trafic international mettant en relation le territoire avec des contrées éloignées.

Comme beaucoup de territoires, l'ex-Grand Tarbes est marqué par des conflits d'usage avec une pression foncière créée par une urbanisation en pleine croissance, dévoreuse de surfaces agricoles. Il représente la deuxième agglomération de la région Midi-Pyrénées. Siège historique du département des Hautes-Pyrénées, il dispose d'une très grande offre de services à disposition de la population du territoire et plus largement à celle des Hautes-Pyrénées.

Au Sud du périmètre d'étude, on observe un paysage plus rural et montagneux avec moins de zones réservées à l'urbanisation. Cependant, ce secteur offre de belles opportunités pour les activités de plein air. De plus, depuis un siècle, la notoriété de Lourdes apporte une activité touristique internationale considérable pour l'économie du territoire.

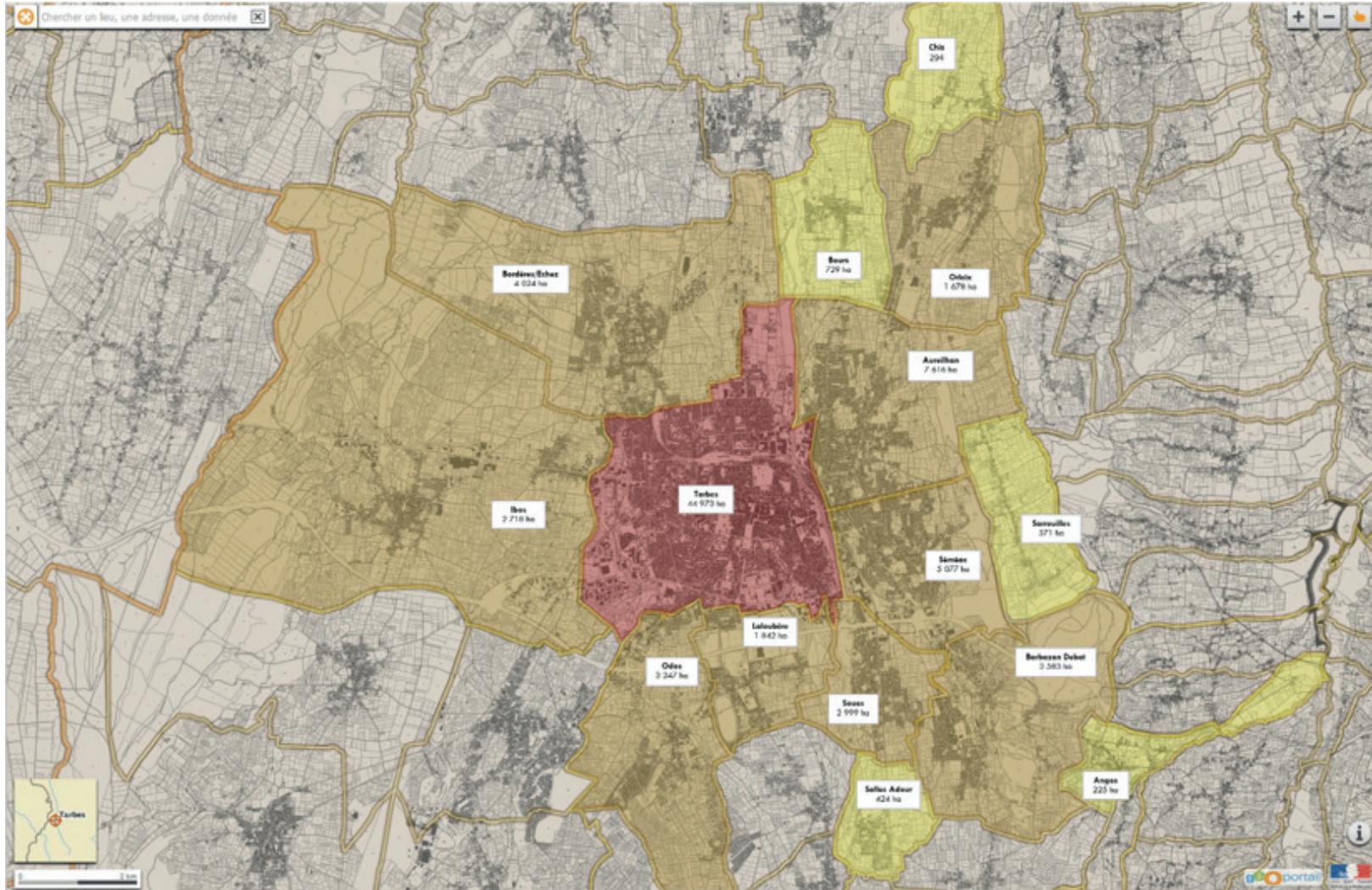
Le dynamisme et l'attractivité du territoire de l'ex-Grand Tarbes et de son voisinage offrent de grandes perspectives de croissance notamment dans l'évolution de sa population ou encore la création de nouvelles zones d'activités.

3.1.2 CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES

L'ex-Grand Tarbes comptabilisait 15 communes. Il s'étendait sur une superficie de 132 km² et concentrait une population de 78 474 habitants (Insee, 2011).

Le territoire d'étude se structure en une unité urbaine, telle que définie par l'INSEE (« commune ou ensemble de communes présentant une zone de bâti continue – sans coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions – qui compte au moins 2000 habitants »), dont le cœur est représenté par la commune de Tarbes. Sept autres communes sont également incluses dans l'unité urbaine (Aureilhan, Barbazan-Debat, Bordères/l'Echez, Ibos, Odos, Séméac et Soues).

L'agglomération de Tarbes est la seule du territoire d'étude à comptabiliser plus de 10 000 habitants, alors que 5 communes en périphérie, en dénombrent entre 225 et 729 (Angos, Chis, Bours, Salles-Adour et Sarrouilles). Les autres communes possèdent une population intermédiaire, c'est-à-dire comprise entre 7 616 habitants (Aureilhan) et 2 718 habitants (Ibos).



Population des communes de l'ex-Grand Tarbes (en rouge : communes de plus de 10 000 habitants, en marron : communes dont la population est comprise entre 1 000 et 10 000 habitants, en jaune, communes de moins de 1 000 habitants)

3.1.3 ÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE

La commune de Tarbes abrite la plus importante population de l'ex-Grand Tarbes.

Malgré cela, elle fait partie des communes les moins dynamiques au niveau de la croissance démographique. Pour la période de 1999-2009, on constate une

croissance de la population pour les communes de Bordères/L'Echez, Laloubère, Salles-Adour et Chis (16.68%, 40.35%, 34.53%, 20%).

Malgré ces disparités, la tendance générale de l'évolution de la population de l'ex-Grand Tarbes est à la baisse avec - 1,09% sur la même période.

EVOLUTION COMPARATIVE DE LA POPULATION

Commune	1982	1990	1999	2009	Évolution 1982/1990	Évolution 1990/1999	Évolution 1999/2009
TARBES	51 422	47 566	46 433	43 686	-7,50%	-2,38%	-5,92%
BORDERES SUR L'Echez	3 712	3 893	3 556	4 149	4,88%	-8,66%	16,68%
IBOS	2 238	2 309	2 779	2 774	3,17%	20,36%	-0,18%
ODOS	2 854	3 287	3 285	3 244	15,17%	-0,06%	-1,25%
LALOUBERE	1 333	1 296	1 358	1 906	-2,78%	4,78%	40,35%
SOUES	2 929	3 179	3 056	3 007	8,54%	-3,87%	-1,60%
SALLES ADOUR	328	358	333	448	9,15%	-6,98%	34,53%
SEMEAC	5 012	4 428	4 760	4 814	-11,65%	7,50%	1,13%
SARROUILLES	468	526	548	567	12,39%	4,18%	3,47%
AUREILHAN	7 590	7 454	7 453	7 881	-1,79%	-0,01%	5,74%
ORLEIX	1 253	1 523	1 673	1 781	21,55%	9,85%	6,46%
CHIS	217	212	245	294	-2,30%	15,57%	20,00%
ANGOS	173	201	203	225	16,18%	1,00%	10,84%
BARBAZAN-DEBAT	3 204	3 536	3 503	3 483	10,36%	-0,93%	-0,57%
BOURS	547	602	715	767	10,05%	18,77%	7,27%
TOTAL Grand Tarbes	83 280	80 370	79 900	79 026	-3,49%	-0,58%	-1,09%
DEP. DES HAUTES PYRENEES	227 922	224 759	222 673	229 670	-1,39%	-0,93%	3,14%
LOURDES	17 425	16 300	15 242	15 127	-6,46%	-6,49%	-0,75%
PAU	83 790	82 157	78 800	82 763	-1,95%	-4,09%	5,03%

Les évolutions de populations observées semblent montrer une croissance des communes « intermédiaires » (entre 1 000 et 10 000 habitants).

3.2/ Caractéristiques territoriales pour l'affichage publicitaire

3.2.1 LES INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT

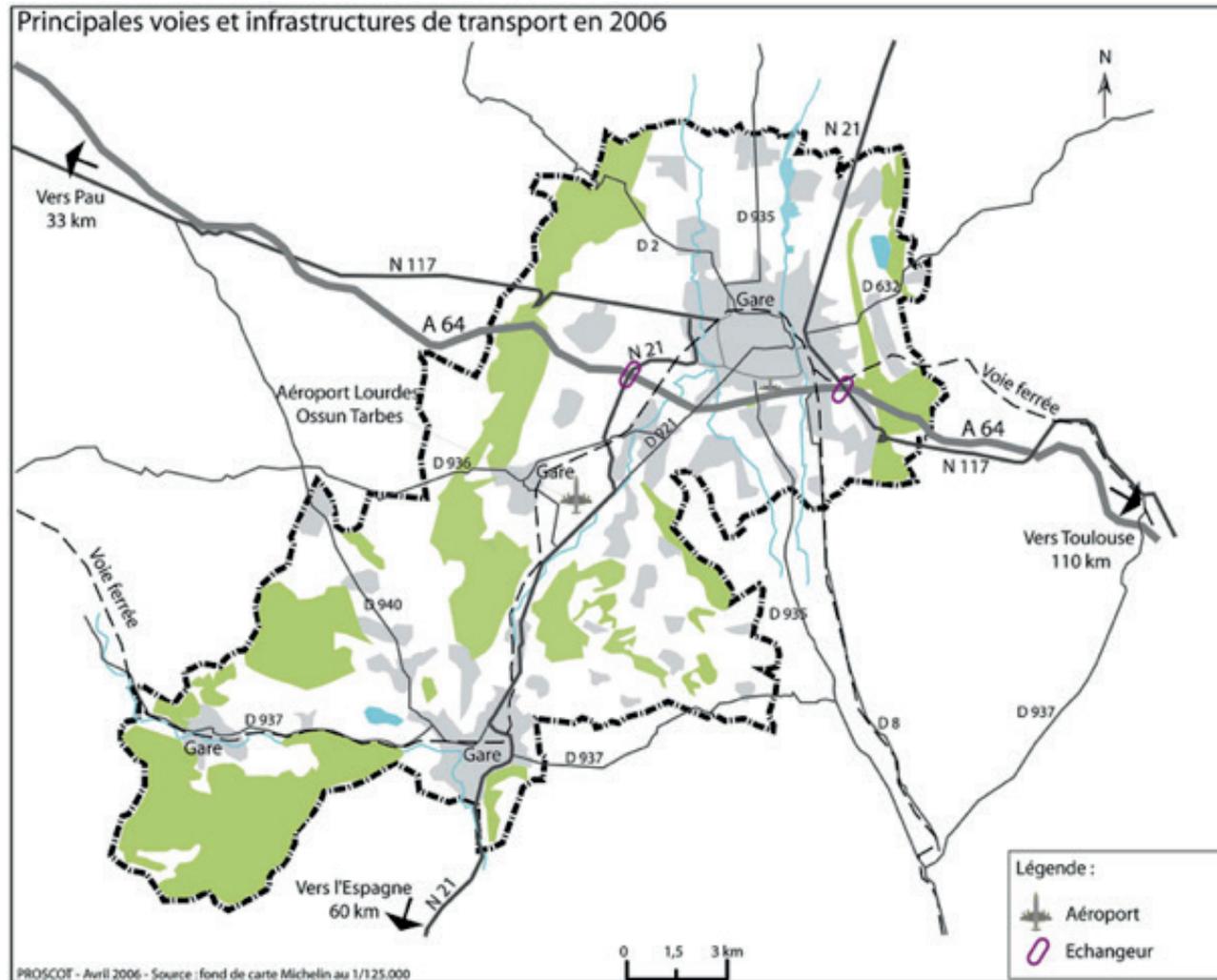
Les voies de circulation publiques, les entrées d'agglomération et autres infrastructures de transport constituent des secteurs à forts enjeux en termes d'affichage publicitaire et leur densité est fonction de l'importance des flux.

Les routes à grande circulation

L'agglomération de Tarbes pèse un poids considérable sur l'ensemble du territoire de l'ex-Grand Tarbes et du département et la voiture est le moyen de transport le plus utilisé sur le territoire. Elle représente 76% des déplacements domicile-travail. Deux principales voies structurantes traversent le territoire :

- L'autoroute A64 relie Toulouse à Bayonne. Elle passe au sud de l'agglomération tarbaise et bénéficie de deux échangeurs. Le trafic routier est très dense avec une moyenne de 15 000 véhicules/jour. C'est une voie structurante majeure qui dessert le Piémont pyrénéen et connaît depuis quelques années une augmentation globale du trafic.

- La RN 21 relie Auch et Agen au Nord, Lourdes et les stations de ski au Sud. Le trafic routier s'élève à 7 000 véhicules/jour hors agglomération et entre 10 000 et 18 000 véhicules/jour dans l'agglomération.



Cartographie du réseau routier autour de Tarbes

Des travaux contribuent aujourd'hui à améliorer la fluidité de la circulation notamment autour de l'agglomération tarbaise :

- Le contournement nord-ouest de Tarbes, réalisé depuis 2013, est long de 5 km et se prolonge par la rocade nord sur plus de 2,5 km. La rocade permet de créer une continuité avec la rocade Sud-Ouest, et se prolonge sur la commune d'Ibos. Elle continue de contourner Tarbes au Nord-Ouest en passant par la commune de Bordères/l'Echez et rejoint la RD 2 en prenant la direction Nord et en longeant les limites communales tarbaises. Le projet de rocade Nord continuera de longer la RD 2 jusqu'à la commune de Bours, et s'arrêtera à la jonction avec la RN 21.
- Le contournement sud de Tarbes : déviation Est et Sud de Laloubère.

D'autre part, des routes départementales classées à grande circulation irriguent le territoire de l'ex-Grand Tarbes :

- La RD935 (14 000 véhicules/jour) avec une croissance importante de plus de 10% depuis 2010 ;
- La RD632 (3 000 véhicules/jour) ;
- La RD936 (5 000 véhicules/jour).

Ces données révèlent un trafic routier très dense. De plus, les travaux prévus pour la rocade de Tarbes viennent impacter la qualité des paysages en entrée d'agglomération.

Ces secteurs représentent de réels enjeux en matière d'affichage publicitaire.

3.2.2 UN MODE DOUX DE CIRCULATION : LES PISTES CYCLABLES

Depuis la mise en place du Schéma directeur des itinéraires cyclables, les communes de l'Agglomération développent de plus en plus son réseau de pistes cyclables, compte tenu de l'usage important de ce type de déplacement et du manque d'aménagements des voies de circulation pour les deux roues. Le projet du trait vert a développé des itinéraires doux pour les loisirs.

Ce type d'aménagement vise à préserver un certain cadre de vie et à valoriser le paysage. L'affichage publicitaire se voit donc affecté par ces initiatives.

3.2.3 LES INFRASTRUCTURES FERRO- VIAIRES

La gare de Tarbes accueille 40 trains par jours dont 12 sont des trains de grandes lignes et 28 des TER. Chaque année, ce sont environ 600 000 usagers qui voyagent en TER. La gare dessert de nombreuses destinations dans le département, la région, et même sur la France entière de manière relativement régulière.

Les gares constituent, de la même manière que pour les infrastructures routières, des lieux de passages ouverts au public, particulièrement stratégiques pour l'installation de dispositifs publicitaires. En agglomération, les publicités, les enseignes et préenseignes présentes dans l'emprise des gares ferroviaires sont tenues de suivre la réglementation en vigueur.

3.3/ Caractéristiques environnementales

3.3.1 LES ZONES NATURELLES PROTÉGÉES

Marqué par des petites vallées, des gorges et des petits espaces de plaine, le piémont pyrénéen (côté français) représente le paysage naturel de l'ex-Grand Tarbes. Deux principaux cours d'eau parcourent le périmètre d'étude, l'Adour et l'Echez. Ils apportent au paysage une diversité d'écosystèmes propres à la région. C'est pourquoi il existe certaines mesures de protection pour limiter la dégradation de ces milieux remarquables.

La Vallée de l'Adour fait ainsi l'objet d'une protection Natura 2000. Il s'agit d'un milieu naturel bordant l'Adour classé en Zone Spéciale de Conservation (ZSC) et en Site d'importance Communautaire (SIC). La zone naturelle atteint une superficie de 2 635 ha et est localisée à 43% dans le département des Hautes-Pyrénées et à 57% dans le département du Gers.



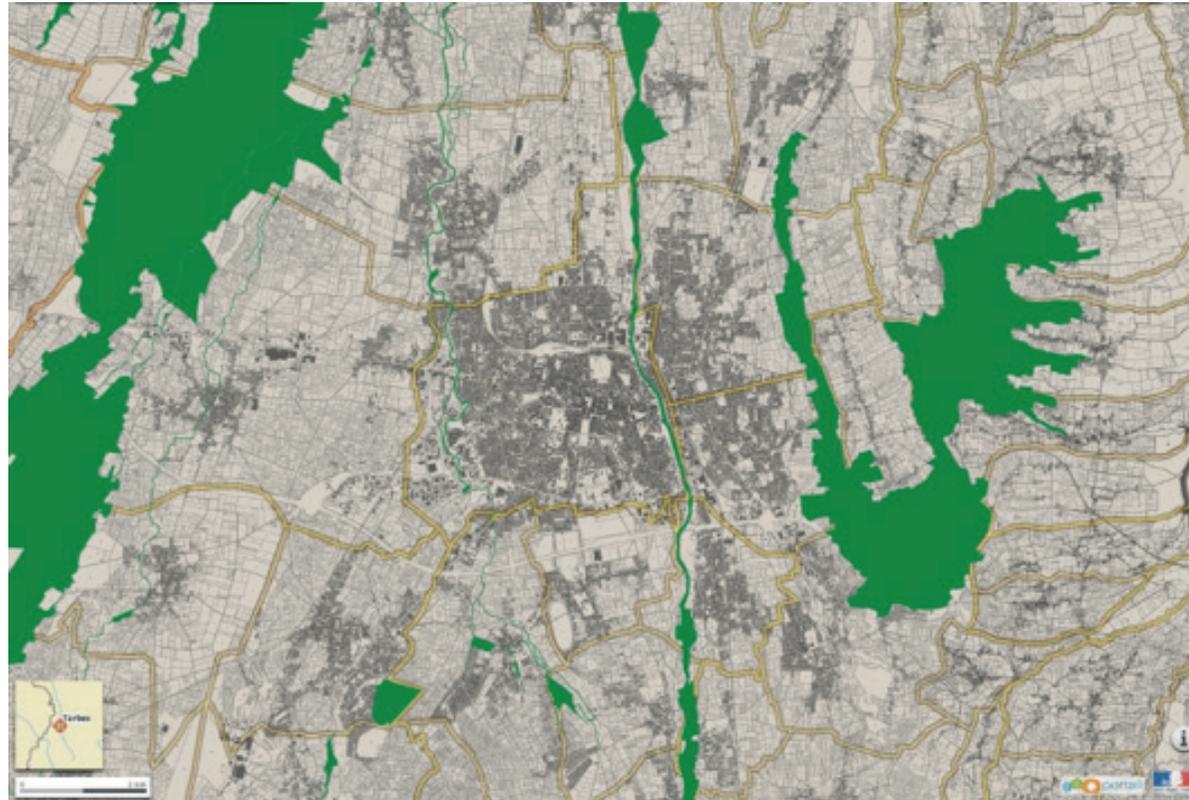
Zone Natura 2000
« Vallée de l'Adour »
(Code : FR 7300889)

Le territoire de l'ex-Grand Tarbes compte également quelques Zones Naturelles d'Intérêt Écologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF) :

- Deux ZNIEFF de type I : « L'Adour, de Bagnères

à Barcelone du Gers » et « Réseau hydrographique de l'Echez ».

- Une ZNIEFF de type II : « Adour et milieux annexes ».



Localisation des ZNIEFF sur le territoire de l'ex-Grand Tarbes

Par ailleurs, on peut également noter la présence d'un Arrêté Préfectoral de Protection de Biotopes (APPB) datant du 30 mars 1996. Il ne représente que 0.11 ha mais est situé dans la commune très agglomérée de Tarbes.

Ces zones préservées à caractères écologiques sont présentes au cœur même de l'agglomération de l'ex-Grand Tarbes. Elles affectent ainsi la présence de publicités sur les rives de l'Echez et de l'Adour et de leurs abords.

3.3.2 LES MONUMENTS HISTORIQUES PROTÉGÉS

Le code de l'environnement interdit strictement l'apposition de dispositifs publicitaires sur les monuments historiques classés ou inscrits, mais il autorise dans le cadre de l'élaboration d'un RLP(i) la réintroduction de la publicité à moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité de ceux-ci.

PLUSIEURS MONUMENTS CLASSÉS ET INSCRITS SUSCEPTIBLES DE CONTRAINDRE L'IM-
 PLANTATION DE LA PUBLICITÉ SONT RECENSÉS SUR LE TERRITOIRE De l'ex-Grand Tarbes.

	Classé	Inscrit
		Église Sainte-Thérèse de Tarbes Haras national de Tarbes Hôpital de Tarbes Hôtel de préfecture des Hautes-Pyrénées Maison à Tarbes Maison de la Semi Quartier Foix Lescun Quartier Larrey
Tarbes	Cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède de Tarbes Jardin Massey Maison natale du maréchal Foch	
Odos		Château d'Odos
Ibos	Collégiale Saint-Laurent d'Ibos	Oppidum du Casterat
Aureilhan		Usine blanche Usine rouge Oustau Villa Oustau
Laloubère		Château de Laloubère



Cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède



Eglise Sainte Thérèse de Tarbes



Usine rouge d'Oustau



Collégiale Saint-Laurent



Château d'Odos



La maison natale du Maréchal Foch



Château de Laloubère



Hôtel de préfecture des Hautes - Pyrénées



Villa Oustau



Jardin Massey



Haras national de Tarbes



La maison de la Semi-Tarbes



La maison de Tarbes

3.3.3 LE PAYSAGE De l'ex-Grand Tarbes

L'ex-Grand Tarbes s'organise autour de trois identités paysagères principales qui structurent et inscrivent les agglomérations dans leur territoire :

- La vue vers les Pyrénées et ses piémonts ;
- La plaine de l'Adour ;
- L'agglomération installée entre l'Echez et l'Adour.

La ville de Tarbes (8) est installée dans la plaine de l'Adour entre le plateau de Ger (2) à l'Ouest et les coteaux à l'Est (3). Les piémonts (4) et la chaîne des Pyrénées forment une barrière naturelle au Sud. L'Echez (6) et l'Adour (5) constituent les limites de la ville mais pas de l'espace urbain qui lui, conserve une vue sur les Pyrénées vers le Sud.

Vues des différentes caractéristiques paysagères du territoire de l'ex-Grand Tarbes

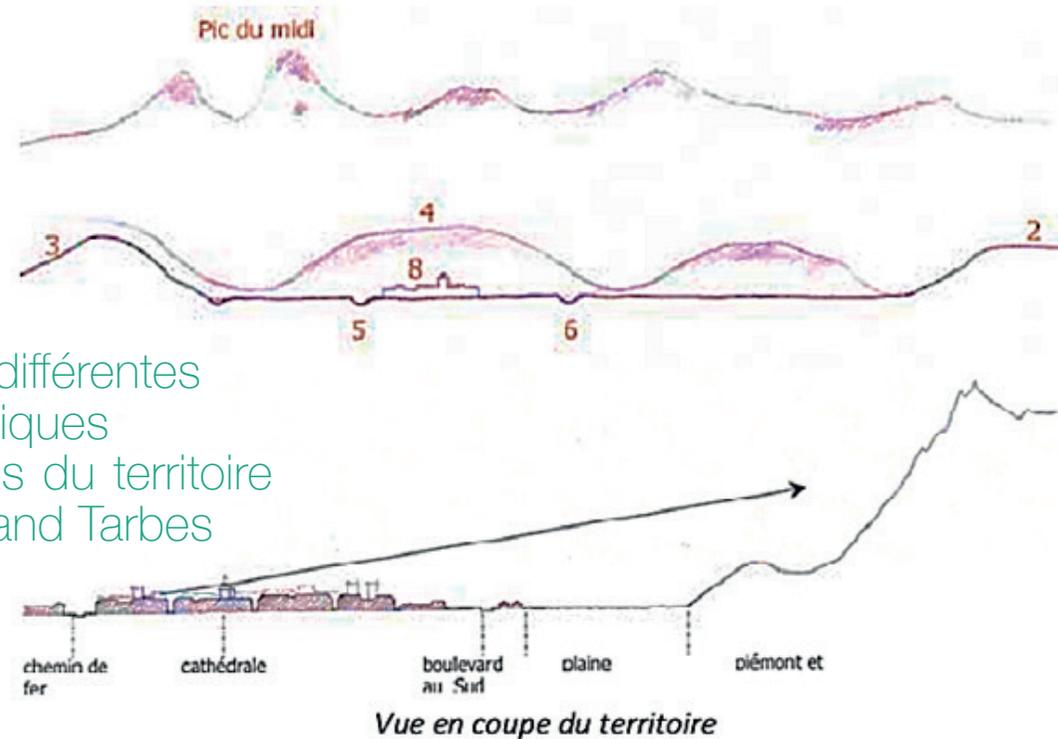




Photo des Pyrénées depuis Tarbes (appartements-tarbes.com)

Socle d'identité territorial, de repères et d'éléments structurant les aménagements, le paysage de l'ex-Grand Tarbes doit garder ses ouvertures visuelles vers les Pyrénées, notamment par le biais de l'Adour et de l'Echez, et ne doit en aucun cas être menacé par l'implantation de dispositifs publicitaires en agglomération.

3.3.4 L'IDENTITÉ ARCHITECTURALE

L'agglomération de l'ex-Grand Tarbes est constituée d'ensembles urbains très variés. Ils sont témoins de l'histoire du territoire à travers les grandes idéologies politiques, l'économie et les modes urbanistiques. L'architecture est marquée par un style classique datant du XVII^{ème} siècle. A cette époque, les vieilles demeures sont reconstruites et transformées en petits hôtels. La maison du XVII^{ème} siècle se caractérise par la recherche de la symétrie et le respect des volumes. Les façades s'organisent en travées verticales de faibles hauteurs (R+1 et R+2).

Les murs étaient construits en galets de rivières. Ils étaient ensuite protégés par un enduit, puis peints et colorés par un badigeon de chaux. Les teintes de ces badigeons de façades sont relativement homogènes : tons beiges, rouges ou gris. Les couvertures sont faites de tuiles plates et d'ardoises formant ainsi un mélange de couleurs entre rouge et gris. Les toitures sont le plus souvent à deux versants, de pentes assez fortes et percées de mansardes de sorte que la majorité des combles sont aménagés. La porte principale se dessine par une arche faite de pierres, en anse de panier (baroque), pourvue d'un linteau plat (néoclassique) ou arrondie.



Exemples de portes principales en forme «d'anse de panier»

Les formes, les couleurs et les matériaux issus de l'architecture des bâtiments sont des caractéristiques qui marquent l'identité du territoire. Ils témoignent de l'histoire et ne doivent pas être dévalorisés par des dispositifs publicitaires et des enseignes en particulier.



Le diagnostic a pour objet, dans un premier temps, de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation publicitaire : publicités (et préenseignes), enseignes, mobilier urbain supportant de la publicité, microsignalétique, affichage d'opinion et affichage libre, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP, portent néanmoins atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les objectifs que s'est fixé l'ex-Grand Tarbes :

- La publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec les lieux environnants, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique des matériaux employés ;
- L'impact des dispositifs (publicité et enseignes) lumineux et numériques.

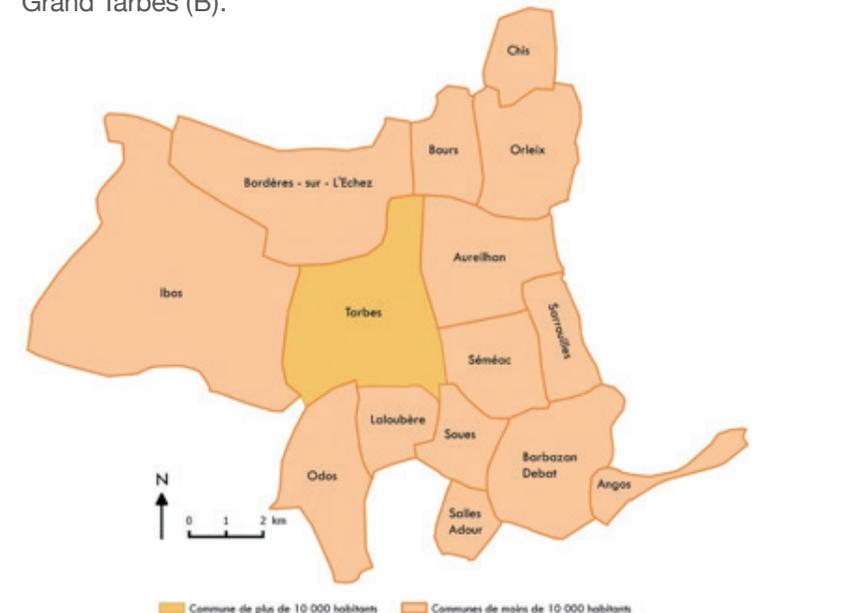
4.1/ Situation de l'ex-Grand Tarbes au regard du droit de la publicité extérieure

Le législateur a posé le principe selon lequel les règles figurant dans un RLP(i) doivent être plus restrictives que celles du RNP (alinéa 2 de l'article L.581-14). Cela oblige à connaître les règles qui sont, du point de vue du RNP, applicables sur le Grand Tarbes (4.1.1). Par ailleurs, le territoire est actuellement couvert par des règlements de publicité qu'il convient d'examiner (4.1.2). Certaines communes avaient en outre commencé à réviser leur règlement afin de les mettre en adéquation avec la loi ENE, le transfert de la compétence RLP au Grand Tarbes les a stoppé dans leur démarche (4.1.3). Le sort particulier de l'affichage d'opinion sera évoqué (4.1.4)

4.1.1 LES RÈGLES DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE De l'ex-Grand Tarbes

Comme on l'a indiqué plus haut, la particularité des communes de l'ex-Grand Tarbes, est d'être soumises à des règles, en matière de publicité et d'enseignes, distinctes selon que leur agglomération compte plus ou moins de 10 000 habitants. Au vu des chiffres de population, cela conduit à évoquer le régime juridique

de la publicité et des enseignes à Tarbes (A), puis celui applicable dans toutes les autres communes de l'ex-Grand Tarbes (B).



A) Les dispositions du RNP applicables à Tarbes

Le régime de la publicité

Au vu de sa population, et si l'on fait abstraction des dispositions figurant dans son règlement de publicité, Tarbes est soumise au régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants.

1- Ainsi, elle peut accueillir de la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, ainsi que de la publicité murale, toutes deux d'une superficie maximale de 12 m².

2- Elle peut également accueillir de la publicité lumineuse y compris numérique d'une superficie maximale de 8 m² sous réserve toutefois que le maire autorise, au cas par cas, son implantation. Lorsque tel est le cas, la publicité lumineuse est soumise à une règle d'extinction nocturne obligeant à ce qu'elle soit éteinte entre 1 h et 6 h du matin.

3- Une règle de densité vient limiter le nombre de dispositifs par unité foncière. Ce nombre est déterminé en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière sur la voie publique.

Ainsi, lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est au plus égale à 80 mètres, deux publicités murales peuvent être installées à condition d'être

alignées verticalement ou horizontalement. Lorsqu'il s'agit d'installer des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, un seul est admis lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est inférieur à 40 mètres, un deuxième est admis si le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est compris entre 40 mètres et 80 mètres. Les dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière sous réserve de respecter les autres prescriptions du RNP.

Lorsque le linéaire de l'unité foncière sur la voie publique est supérieur à 80 mètres, un dispositif supplémentaire (mural ou scellé ou installé sur le sol) est admis par tranche de 80 mètres entamée.

4- La publicité supportée par du mobilier urbain est également admise avec une superficie maximale de 12 m². Elle n'est pas soumise à la règle de densité qui vient d'être décrite.

5- La publicité de petit format est également admise à condition que sa surface unitaire soit inférieure à 1 m².

6- Les bâches publicitaires (sur échafaudage ou autres) peuvent également être autorisées par le maire tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la CDNPS.

Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes concernent principalement leur condition d'implantation et introduisent une limitation de leur surface totale par façade commerciale. Cela les distingue des règles en matière de publicité qui, elles, évoquent des surfaces maximales unitaires.

1- Ainsi, toutes les enseignes doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement.

2- S'agissant des enseignes murales (parallèles ou perpendiculaires à la façade commerciale), elles ne doivent pas dépasser la limite du mur qui les supporte. Leur surface cumulée ne doit pas dépasser 15 % de la surface de la dite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

Surface de la façade commerciale en m ²	Surface cumulée maximale des enseignes en m ²
--	--

10	2,5
20	5
30	7,5
40	10
50	7,5
60	9
70	10,5
80	12
90	13,5
100, etc.	15

3- Les enseignes parallèles ne peuvent constituer une saillie supérieure à 0,25 mètres, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

4- Les enseignes perpendiculaires ne doivent constituer une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique dans une limite de 2 mètres.

5- Les enseignes en toiture doivent être composées de lettres ou de signes découpées et sans panneaux de fond, les éléments de fixation devant être dissimulés. Aucune lettre ni signe ne peut dépasser 3 m de haut et leur superficie cumulée est limitée à 60 m².

6- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une surface unitaire maximale de 12 m² et une hauteur de 6,50 mètre lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ou une hauteur de 8 mètres lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large. Elles ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Leur nombre est limité à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

B) Les dispositions du RNP applicables dans les autres communes

La publicité et les enseignes implantées dans toutes les autres communes de l'ex-Grand Tarbes sont soumises au régime des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

En matière de publicité

Les formes de publicité pouvant être admises dans ces communes sont la publicité murale dont la surface maximale est limitée à 4 m². La publicité supportée par du mobilier urbain est également admise à condition que sa surface maximale soit limitée à 2 m². Et, comme à Tarbes, la publicité de petit format est admise.

Autrement dit, la publicité scellée au sol, la publicité numérique et la publicité supportée par du mobilier urbain d'une superficie supérieure à 2 m² sont interdites dans toutes les communes de l'ex-Grand Tarbes autres que Tarbes.

En matière d'enseigne

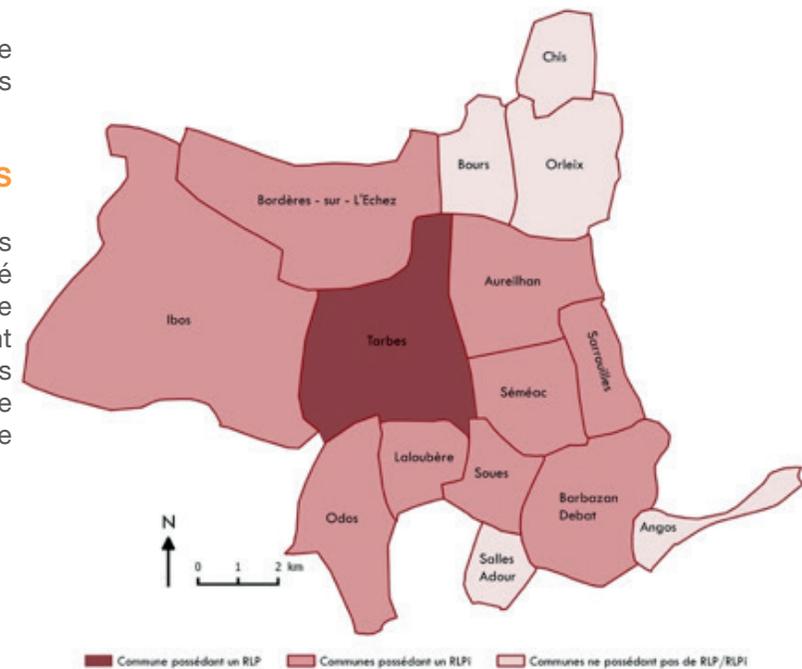
La situation démographique des autres communes de l'ex-Grand Tarbes n'a que peu d'incidences sur les conditions d'implantation des enseignes. En effet, elles sont toutes admises dans les mêmes conditions que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

La seule différence concerne la surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol qui est limitée à 6 m².

4.1.2 LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LES ACTUELS RÈGLEMENTS DE PUBLICITÉ

Parmi les communes de l'ex-Grand Tarbes certaines sont actuellement dotées d'un règlement de publicité adopté avant la réforme du droit de la publicité de 2010-2012. C'est le cas de Tarbes avec un règlement adopté le 2 mars 1987 (A). C'est également le cas des communes d'Aureilhan, de Barbazan-Debat, de Bordères/l'Echez, d'Ibos, de Laloubère, d'Odos, de Séméac et de Soues.

Ces communes sont couvertes par un des rares règlements intercommunaux qui ont été institués sous l'empire de l'ancienne législation ; il date du 21 avril 1987⁽²⁾. Ces deux règlements continuent à s'appliquer jusqu'à l'entrée en vigueur du RLPi de l'ex-Grand Tarbes. Aussi convient-il de les examiner.



⁽²⁾ Il convient de préciser que la commune de Juillan est également couverte par ce règlement mais ne fait pas partie de l'ex-Grand Tarbes.

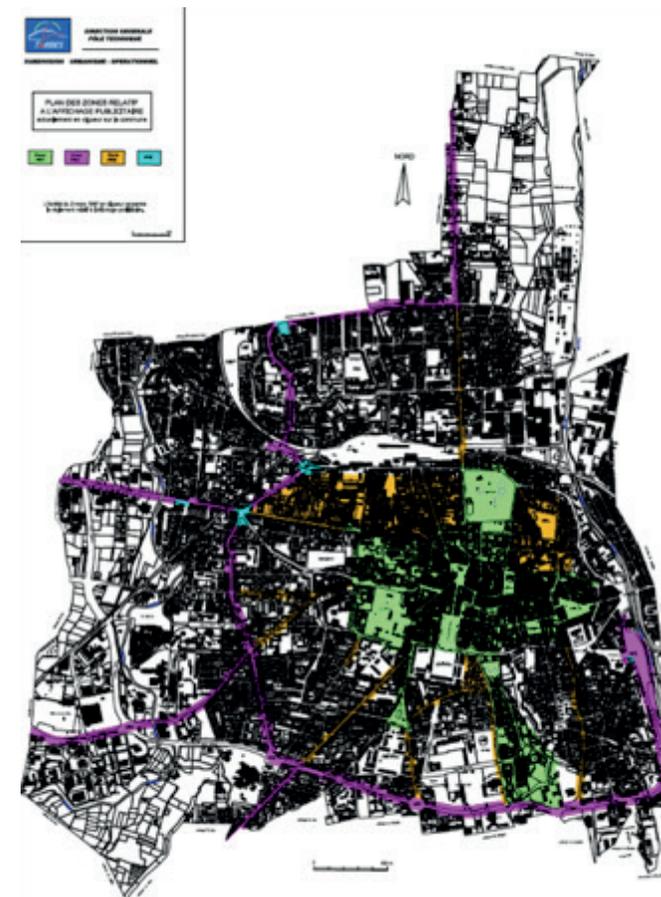
A) Le règlement relatif à l'affichage publicitaire de Tarbes

Le règlement de publicité de Tarbes crée trois zones de publicité restreinte (ZPR) où la réglementation est plus restrictive que les dispositions du RNP alors applicable, ainsi que sept zones de publicité élargie (ZPE) où la réglementation est plus libérale que les dispositions du RNP.

Ces ZPR couvrent le centre-ville ancien de Tarbes (ZPR1), les secteurs résidentiels au-delà du centre ancien (ZPR2), les axes de pénétration et périphérie de la ville en continuité avec les dispositions du règlement intercommunal des communes adjacentes (ZPR 3). La réglementation est ainsi progressive puisque l'on va de prescriptions les plus sévères vers les moins sévères.

Ainsi la ZPR1 interdit par exemple la publicité sauf lorsqu'elle est supportée par du mobilier urbain et qu'elle ne dépasse pas 2 m². La publicité lumineuse est également interdite. On observera la création d'une catégorie particulière de publicité appelée « réalisation publicitaire artistique » lorsqu'elle présente un caractère artistique contribuant à l'amélioration de l'image de la ville et du cadre de vie urbain. Ces dispositifs sont soumis à l'approbation de l'autorité municipale, ce qui est illégal puisque le pouvoir réglementaire local n'est pas habilité à soumettre à autorisation des dispositifs non visés par le législateur.

Aucune prescription particulière ne concerne les enseignes puisqu'elles sont soumises aux dispositions du RNP.



En ZPR2, les dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol, ainsi que la publicité supportée par du mobilier urbain ont une surface unitaire limitée à 12 m². Des règles d'implantation sont prévues pour la publicité murale et une règle de densité est établie pour la publicité scellée au sol en fonction du linéaire de façade de la parcelle cadastrale sur la voie publique :

- de 0 à 20 m : aucun dispositif ;
- de 21 à 40 m : un dispositif ;
- au-delà de 40 m : deux dispositifs.

En ZPR 3, les règles sont, dans l'ensemble, identiques à celles fixées dans la ZPR2. Deux exceptions toutefois, le format de 12 m² peut être dépassé de manière exceptionnelle lors « d'animations publicitaires particulières avec éléments découpés ». La règle de densité est moins sévère :

- de 0 à 25 m : un dispositif ;
- de 26 à 50 m : deux dispositifs ;
- de 51 à 100 m : trois dispositifs.
- Au-delà de 100 m : un plan d'aménagement sera soumis à « autorisation municipale de concertation », une instance établie par le règlement dont le rôle est de veiller à la bonne application de la réglementation de la publicité extérieure. Cette règle est également illégale pour les mêmes raisons que précédemment.
- lorsque plusieurs dispositifs peuvent être implantés, une règle d'inter-distance de 25 m est instituée.

En ZPE, il est uniquement prévu que des projets d'aménagement seront soumis à autorisation municipale sur avis de la commission municipale de concertation. A nouveau, cette disposition est illégale pour la même raison que précédemment, un règlement de publicité ne peut pas soumettre à autorisation des dispositifs que le législateur n'a pas envisagés.

B) Le règlement de publicité intercommunal d'Aureilhan, Barbazan-Debat, Bordères/l'Echez, Ibos, Laloubère, Odos, Séméac et Soues

Le règlement intercommunal d'Aureilhan, Barbazan-Debat, Bordères/l'Echez, Ibos, Laloubère, Odos, Séméac et Soues ne se comprend que mis en perspective avec celui de celui de Tarbes.

Il institue des ZPR dans les différentes communes, ainsi que des ZPE à Odos et Séméac et des zones de publicité autorisée (ZPA) où l'on peut implanter de la publicité hors agglomération à proximité des centres commerciaux et/ou artisanaux à Aureilhan, Barbazan-Debat, Bordères/l'Echez, Ibos, Laloubère et Soues.

Les ZPR ont principalement pour but de protéger les centres-bourg contre la publicité. Les ZPE et les ZPA ont pour but, précise l'article 2, « de permettre une continuité de perception de l'affichage publicitaire

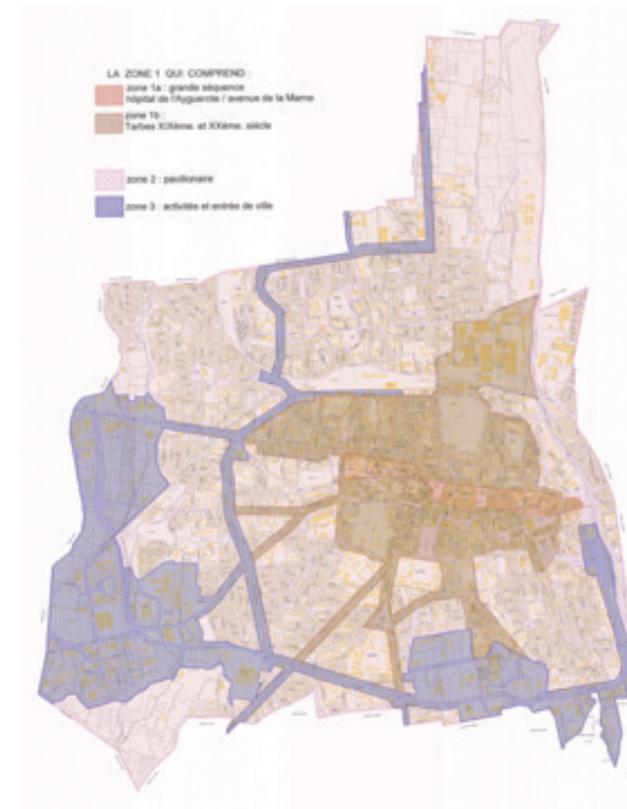
avec la réglementation des ZPR3 prévues sur les principaux axes d'accès à la ville de Tarbes ». Ainsi les règles adoptées dans ces ZPA et ZPE sont identiques à celles de la ZPR3 de Tarbes : dispositifs publicitaires scellés au sol ou muraux de 12 m² et règle de densité selon que la parcelle a un linéaire de façade sur la voie publique de 25/50/100 m.

Dans les ZPR, les règles sont globalement identiques à celles de la ZPR1 de Tarbes. On observe néanmoins une illégalité qui ne figurait pas dans le règlement tarbais à savoir que le mobilier urbain supportant de la publicité est admis sous réserve qu'il ait fait l'objet d'une convention avec la commune. Une telle disposition porte en effet atteinte au principe d'égalité entre les opérateurs de mobilier urbain selon qu'ils ont ou non passé une convention avec la commune.

4.1.3 LES PROJETS DE RLP QUI AVAIENT ÉTÉ ENVISAGÉS

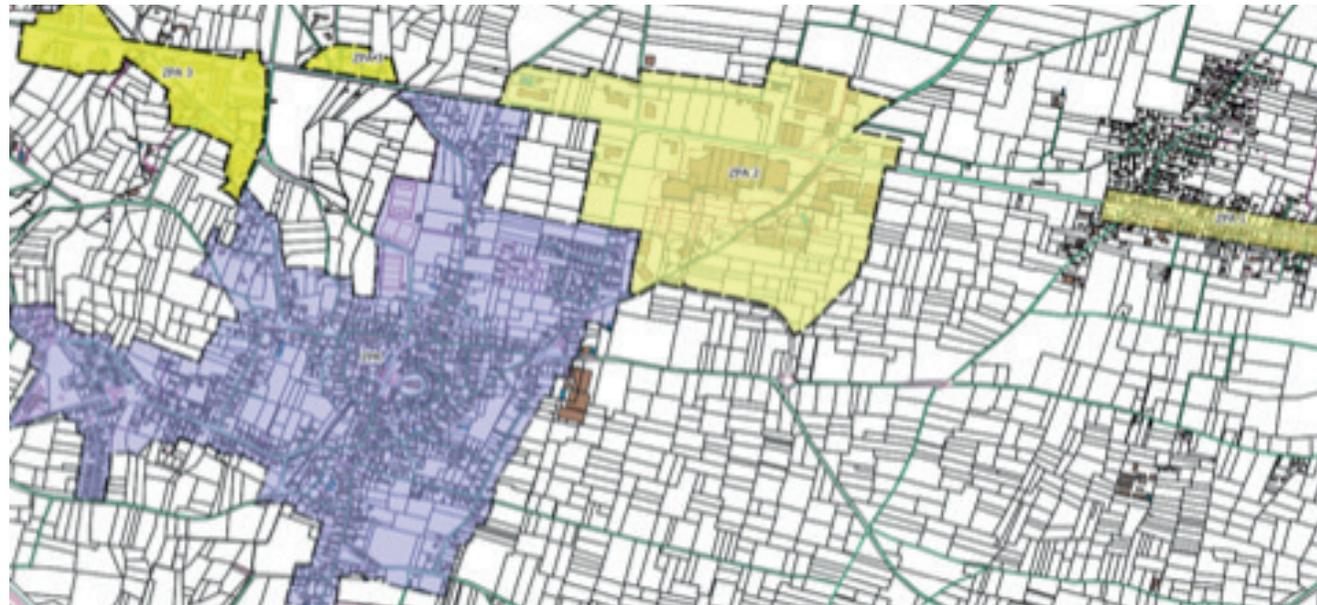
Par délibération du 27 juin 2012, la ville de Tarbes avait prescrit la révision de son règlement de publicité pour le transformer en RLP « post-grenelle ». La démarche était assez avancée puisqu'un diagnostic avait été réalisé, ainsi qu'un projet de règlement et de zonage. Le zonage qui avait été retenu n'est pas très éloigné de celui du règlement de 1987 avec toutefois une meilleure prise en compte des secteurs d'activité et des entrées de ville. La différence fondamentale concerne, outre une limitation du format publicitaire

à 8 m² contre 12 m² actuellement, l'institution de dispositions qualitatives pour les enseignes. Leur intégration dans les bâtiments notamment dans la zone couvrant l'hyper-centre est davantage précisée.



Les dispositions envisagées pourront inspirer le RLPi en étant étendues, pour ce qui concerne les enseignes, dans les centres-bourgs des autres communes de l'agglomération.

Parallèlement, la commune d'Ibos avait entrepris la même démarche, ce qui aurait conduit à ce qu'elle « sorte » de son règlement intercommunal, celui-ci demeurant applicable sur le territoire des autres communes.



Le projet prévoyait l'institution d'une ZPR – et bien que cette terminologie ait disparu de l'actuelle réglementation - globalement dans un rayon de 500 m autour de la Collégiale. Quatre ZPA – là encore avec une terminologie obsolète, le RNP utilisant le terme de « périmètre » - étaient envisagées sur les différentes zones d'activités disséminées sur le territoire communal.

Dans la ZPR, il était envisagé d'interdire toute forme de publicité sauf celle supportée par du mobilier urbain et après avis de l'ABF. Une telle règle de procédure est toutefois illégale, le pouvoir réglementaire local ne pouvant envisager des procédures que le législateur n'a pas prévu.

Comme le projet de Tarbes, celui d'Ibos met davantage l'accent sur l'insertion qualitative des enseignes en limitant dans la ZPR leur nombre et leur surface unitaire que le RLPi pourra reprendre.

Etait cependant envisagée une restriction concernant « les enseignes publicitaires de marques particulières qui ne sont pas le nom du commerce ». Cette prescription est illégale parce qu'il est ainsi institué un régime particulier pour une catégorie de dispositif que la réglementation n'a pas envisagé.

De même étaient envisagées des prescriptions particulières applicables aux préenseignes dans des conditions illégales. C'est ainsi qu'elles étaient soumises à autorisation préalable alors qu'elles sont interdites par le RNP dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Surtout, le projet de règlement, reprenant les prescriptions du règlement de 1987, permettait l'implantation de publicités scellées au sol de format 12 m² et les publicités murales au format de 8 m², alors qu'un RLP ne peut être plus libéral que les dispositions du RNP. Il permet également l'implantation d'enseignes scellées au sol d'un nombre supérieur à celui que prévoit le RNP.

Enfin, il légalise l'enseigne implantée dans la zone commerciale du Méridien qui dépasse, largement, la hauteur maximale de 8 m.

Pour toutes ces raisons, le projet de RLP d'Ibos ne pourra être source d'inspiration pour le RLPi de l'ex-Grand Tarbes.

4.1.4 LE RÉGIME PARTICULIER DE L’AFFICHAGE NON PUBLICITAIRE

Le régime de l’affichage d’opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif exige que chaque commune réserve sur l’ensemble du territoire communal des emplacements 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.

La surface minimale ainsi réservée est de :

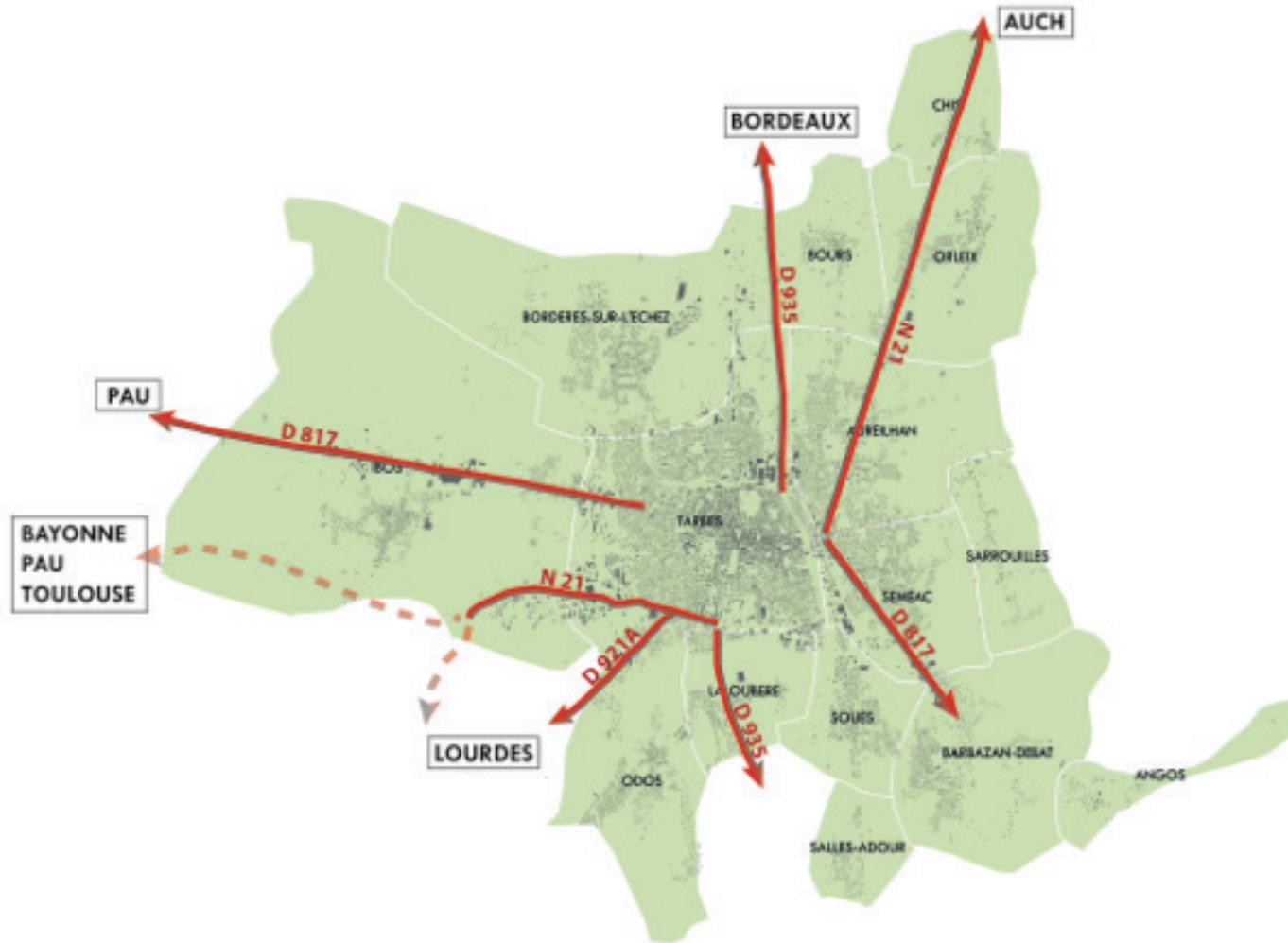
- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Pour chaque commune de l’ex-Grand Tarbes, les obligations minimales sont donc les suivantes :

Communes	Nombres d’habitants	Surface à réserver en m ²
Angos	225	4
Aureilhan	7 881	10
Barbazan-Debat	3 483	6
Bordères/l’Echez	4 149	8
Bours	767	4
Chis	294	4
Ibos	2 774	6
Laloubère	1 906	4
Odos	3 244	6
Orleix	1 781	4
Salles-Adour	448	4
Sarrouilles	567	4
Séméac	4 814	8
Soues	3 007	6
Tarbes	43 686	32

4.2/ Situation de la publicité extérieure sur l'ex-Grand Tarbes

L'élaboration d'un RLP nécessite de connaître la situation tant de la publicité que des enseignes. Les objectifs définis par la délibération de prescription du RLPi rappellent que ce dernier devra porter une attention particulière aux entrées de ville (Objectif n°2) tout en veillant, de manière générale, à ce que le cadre de vie soit protégé et amélioré en particulier sur les RD817 (à l'Ouest de l'ex-Grand Tarbes en direction de Pau) et RD921 (au Sud de l'ex-Grand Tarbes en direction de Lourdes) auxquelles il convient d'ajouter la RN21 et la RD935 (toutes deux au Nord de l'ex-Grand Tarbes) (Objectif n°1). Au-delà de ces voies publiques, classées routes à grande circulation par l'Etat, les entrées de villes et les axes structurants de l'ex-Grand Tarbes constituent donc un secteur à enjeux qui doit faire l'objet d'une analyse particulière (4.2.1). Elles ont été identifiées comme présentant un intérêt communautaire par une délibération du conseil communautaire du 24 juin 2005.



Par ailleurs, la délibération de prescription a également donné pour objectif au RLPi d'intégrer qualitativement dans leur environnement urbain et architectural les enseignes dans les secteurs de chalandises du centre-ville de Tarbes (Objectif n°3). Cela constitue également un secteur à enjeux qu'il convient de prolonger dans tous les centres-bourg des communes de l'Agglomération, ce qui permettra, se faisant, de mettre en œuvre l'objectif n°4 qui est d'étendre le règlement à l'échelle communautaire (4.2.2).

Mais la publicité extérieure n'est pas concentrée sur ces secteurs. On la retrouve ailleurs, elle doit aussi être analysée (4.2.3).

4.2.1 LA SITUATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES EN ENTRÉE DE VILLE ET SUR LES AXES STRUCTURANTS

L'entrée de ville est la partie du territoire où l'on passe d'un espace naturel à un espace urbanisé. En d'autres termes, c'est le point de contact entre le « dedans » et le « dehors » qui donnent la première impression d'une agglomération. Lorsque ces entrées se situent dans un axe Nord/Sud, la situation géographique de l'ex-Grand Tarbes, leur confèrent un statut particulier en ce qu'elles ont pour décor d'arrière fond la chaîne des Pyrénées.



Photo prise à Orleix



Photo prise à Ibos

Plus les dispositifs publicitaires seront présents, plus leur impact sur les paysages sera marqué. Or, force est de reconnaître que tel est le cas. On constate, sur ces axes, une concentration de dispositifs particulièrement dommageable au paysage. Ils sont en si grand nombre - panneaux publicitaires ou enseignes scellées au sol - qu'ils rythment le paysage et finissent par altérer la vue sur les montagnes...



Entrée Nord d'Aureilhan (RN21)



Sortie Sud d'Orleix (RN21)



Sortie Sud de Bordères/l'Echez (RD935)



Entrée Nord de Tarbes (RD935)

Si l'on prend l'exemple de la RN21, on constate la présence de 20 dispositifs publicitaires scellés au sol.



La perception est aussi désastreuse lorsque l'on prend ces mêmes voies pour quitter l'ex-Grand Tarbes.



Sortie Nord d'Aureilhan RN21



Sortie Nord de Bordères/l'Echez

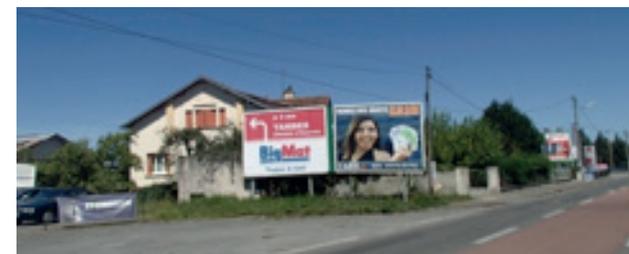
Il en va de même sur les autres axes qui irriguent l'agglomération.



Séméac RD817 direction Tarbes



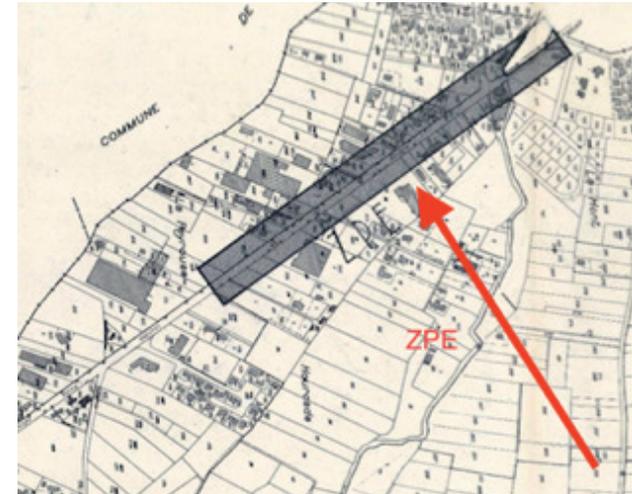
Ibos RD817 direction Pau



Odos RD921a direction Tarbes

Comment expliquer cette situation ?

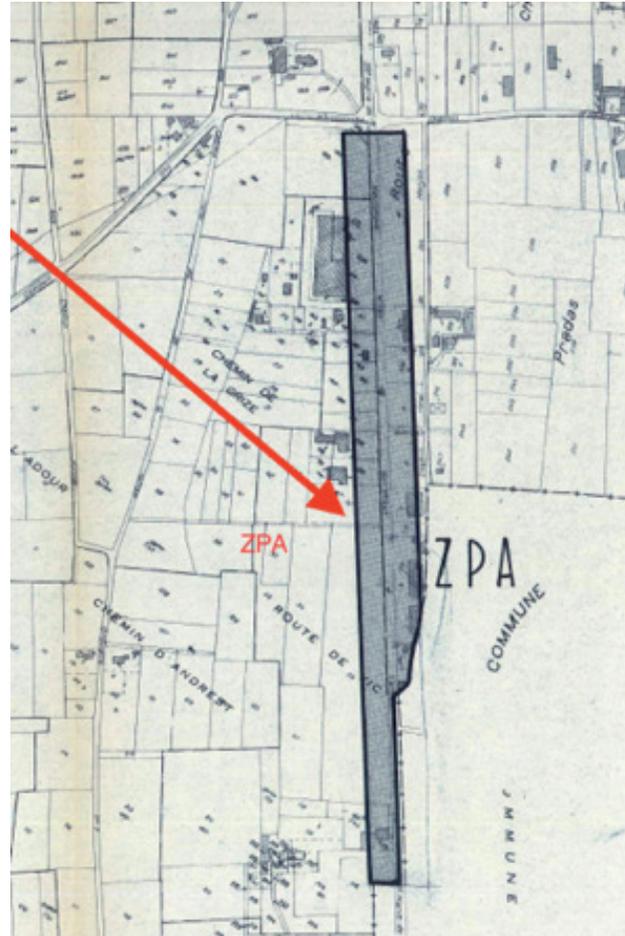
L'explication se trouve dans les dispositions de l'actuel règlement de publicité intercommunal qui est notamment applicable à Ibos, Bordères/l'Echez, Odos et Aureilhan. Celui-ci a institué des ZPA et des ZPE sur ces axes afin « de permettre une continuité de perception de l'affichage publicitaire avec la réglementation de la ZPR3 prévue sur les principaux axes d'accès à la ville de Tarbes » (p. 3). La ZPR3 du règlement de Tarbes indique en effet qu'elle « a pour but d'organiser l'implantation des panneaux publicitaires sur les axes de pénétration et périphérie de la ville, en continuité directe avec les ZPE ou ZPA des communes adjacentes ». Les articles 2 et 4.2.1 du chapitre II consacré aux ZPE et ZPA précisent que les dispositifs scellés au sol sont autorisés et leur surface unitaire est limitée à 12 m².



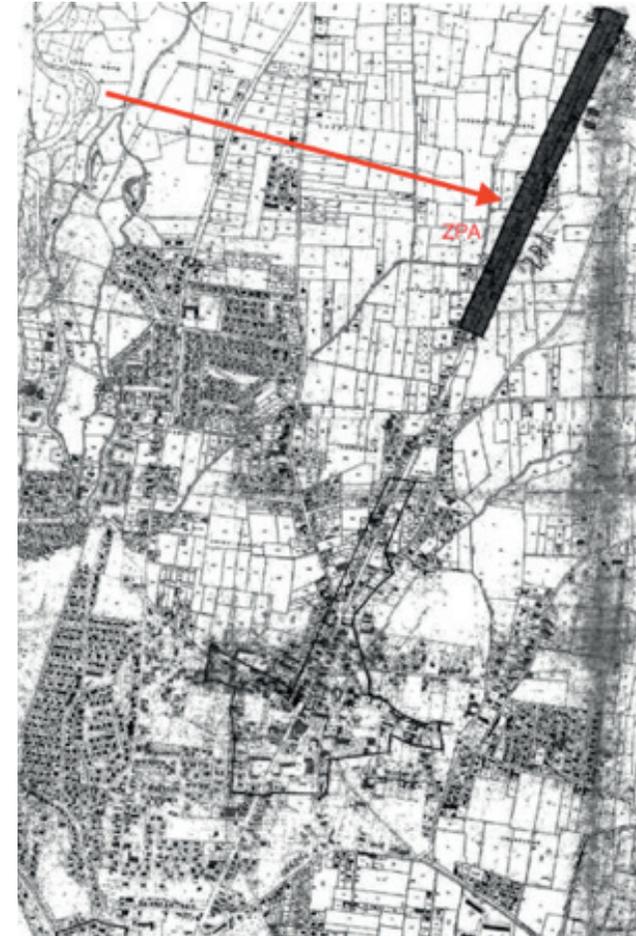
ZPE à Odos



ZPA à Ibos



ZPA à Bordères/l'Echez



ZPA à Aureilhan

Cette mauvaise impression est accentuée par des dispositifs qui ne présentent aucune unité de matériaux, qui sont vétustes et dont l'aspect global est de mauvaise qualité en méconnaissance avec le règlement de publicité intercommunal de 1987 qui exige notamment que le dos des dispositifs soit habillé (art. 4.2.2).



Photos prises à Aureilhan



Photos prises à Aureilhan



Photo prise à Bordères/l'Echez



Photo prise à Ibos

En revanche, dès que l'on circule sur des axes moins fréquentés, la pression publicitaire diminue voire disparaît et les entrées d'agglomération sont davantage respectueuses du cadre de vie...



Entrée de Séméac et d'Aureilhan sur la RD632



Entrée de Bours sur la D2



Entrée de Barbazan sur la RD817



Entrée de Laloubère sur la RD935



Entrée de Bordères/l'Echez sur D2



Entrée de Sarrouilles sur la RD612

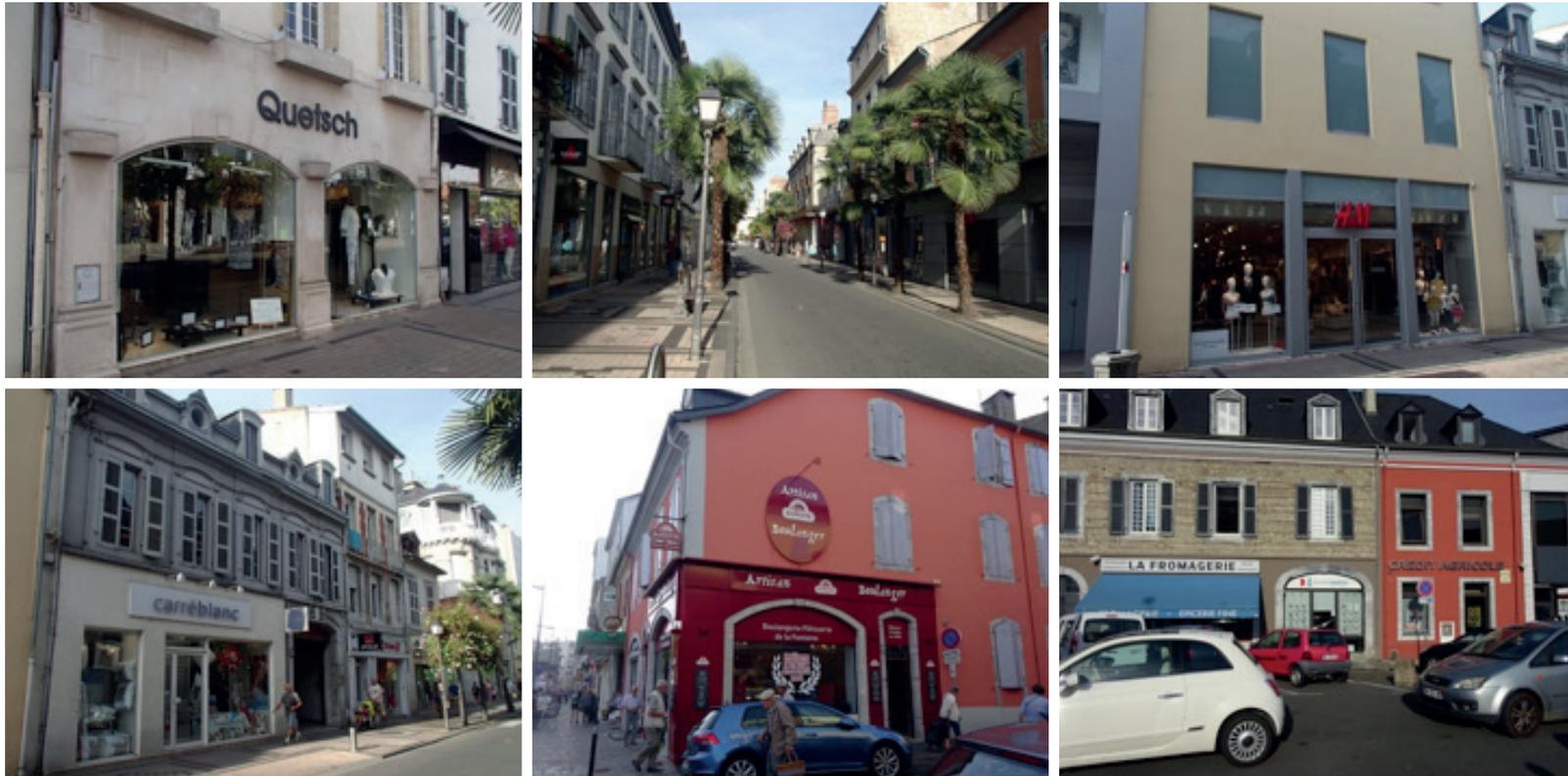
4.2.2 LA SITUATION DES ENSEIGNES EN CENTRE-VILLE

Sous l'angle de la publicité extérieure, la perception agréable d'un centre-ville naît de l'intégration des enseignes dans l'architecture des façades et, plus

largement, dans l'espace urbain. A ce titre, les communes de l'ex-Grand Tarbes montrent de bons exemples d'intégration.

Ici à Tarbes...





Remarque : L'actuel règlement de Tarbes est assez succinct quant aux règles applicables en centre-ville si ce n'est qu'il interdit les enseignes sur les balcons et balconnets ouvragés (art. 4 applicable dans la ZPR1). Le projet que la ville de Tarbes avait commencé à établir en 2013 avant que l'ex-Grand Tarbes ne prenne la compétence publicité et qui prévoit des dispositions qualitatives et d'insertion assez poussées pourra être repris (projet de titre 4).

... dans les autres communes également.



Photos prises à Aureilhan



Photo prise à Bordères/l'Echez



Photo prise à Salles-Adour

Des enseignes pittoresques existent, parfois en infraction ; il convient néanmoins de les préserver.



On constate néanmoins des enseignes qui s'insèrent moins harmonieusement dans les lieux environnants voire portent atteinte aux perspectives. C'est notamment le cas des enseignes en drapeau, souvent trop nombreuses, surdimensionnées ou installées aux étages alors que l'activité signalée n'est exercée qu'en rez-de-chaussée.





Photos prises à Tarbes

Quand elles ne sont pas en infraction avec le RNP et l'article 4 du règlement de publicité de Tarbes de 1987, les deux interdisant les enseignes sur les balcons et balconnets.



4.2.3 LA SITUATION DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE SUR LE RESTE DU TERRITOIRE

A) Dans les secteurs d'activité

Les zones d'activité sont fortement implantées sur l'ex-Grand Tarbes, faisant de ce territoire le deuxième en Midi-Pyrénées. Les enseignes y sont fortement implantées, en corrélation avec l'activité économique qui s'y exerce. Leur situation est contrastée et dépend le plus souvent de l'ancienneté de l'activité qu'elles signalent.

Ainsi dans les secteurs récents, tel par exemple la zone commerciale du Méridien (pôle commercial d'intérêt régional), les enseignes, qu'elles soient murales ou scellées au sol, sont de qualité ; l'insertion paysagère est à remarquer. Elle est également due à l'absence d'enseignes en toiture.

Remarque : Afin de garantir une unité des secteurs d'activité commerciale et/ou artisanale, le RLPi pourrait envisager d'interdire les enseignes en toiture.





Photos prises à Ibos, Bordères/l'Echez, Odos et Tarbes

De nombreuses infractions au RNP, le règlement de publicité intercommunal de 1987 n'ayant rien prévu les concernant, ont néanmoins été constatées. Elles sont généralement dans les secteurs d'activités plus anciens, mais pas uniquement. Les infractions recensées pour les enseignes scellées au sol portent sur :

- des dépassements de hauteur (au dessus de 6,50 m ou de 8 m) ;
- des dépassements de surface (au dessus de 6 m² dans les autres communes que Tarbes) ;
- des dépassements de densité (plus d'une enseigne par voie bordant l'établissement).



Photos prises à Tarbes, Ibos



Photos prises à Tarbes, Ibos, Orleix, Odos et Séméac

B) Sur les autres secteurs du territoire

La perception générale qui se dégage du territoire de l'ex-Grand Tarbes, en dehors des secteurs à enjeux déjà identifiés, est une mauvaise intégration des dispositifs dans leur environnement alors même qu'ils sont conformes à la réglementation. En effet, à Tarbes, qu'ils soient implantés en ZPR2, lieu de transition entre la ZPR1 du centre-ville préservé, et les axes structurants de l'agglomération en ZPR3, le format de 12 m² est admis partout et ce ne sont pas les règles de densité adoptées en ZPR2 et ZPR3 qui permettent de remédier à cette perception.









Remarque : La plupart des dispositifs ci-dessus sont implantés dans la zone 3 du projet de RLP de 2013. Les dispositions qui avaient été envisagées pourront être reprises dans le RLPI dans la mesure où elles limitent le format publicitaire (mural ou scellé au sol) à 8 m² et institue une règle de densité plus sévère que la règle nationale ou la règle de son règlement de 1987.

Dans les autres communes de l'ex-Grand Tarbes, on constate ce même problème d'intégration qui, le plus souvent, est dû à des infractions aux dispositions du RNP : soit que les publicités murales ne respectent pas le format maximum de 4 m², soit que les enseignes murales dépassent la densité maximale par façade commerciale³, soit dépassent les limites du mur qui les supportent ou sont installées au dessus de la limite de l'égout du toit⁴.



⁽³⁾ Cette obligation n'est applicable que pour les enseignes implantées après le 1er juillet 2012, pour les autres, elle ne s'appliquera que le 1er juillet 2018.

⁽⁴⁾ Idem



Photos prises à Aureilhan, Bordères/l'Echez, Chis, Laloubère, Salles-Adour, Séméac

Le diagnostic fait apparaître que les communes de l'ex-Grand Tarbes respectent globalement leurs obligations réglementaires en ce domaine (cf. supra p.42). Elles ont toutes réservé des emplacements permettant l'installation libre de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.



Photo prise à Aureilhan



Photos prises à Chis



Photos prises à Aureilhan, à Sarouilles et à Tarbes

Certains emplacements pourraient être néanmoins plus soignés.



Photos prises à Salles-Adour et à Tarbes

Les communes pourraient également envisager des emplacements complémentaires afin de canaliser l'installation de cet affichage.



Photos prises à Orleix



Photos prises à Bordères/l'Echez et Tarbes



Partie V

Les Orientations

5.1/ Orientations en matière de publicité

ORIENTATION N°1 : PRÉSERVER LES SECTEURS ANCIENS DES COMMUNES De l'ex-Grand Tarbes

La qualité architecturale du centre-ville de Tarbes doit conduire à une limitation drastique de la publicité. Celle-ci ne peut être admise que sur mobilier urbain dans un format de 2 m². Cette préconisation doit être généralisée dans les centres-bourg des autres communes de l'agglomération.

ORIENTATION N°2 : RÉDUIRE LA PLACE OCCUPÉE PAR LA PUBLICITÉ DANS LE PAYSAGE TARBAIS

Le diagnostic a révélé le nombre considérable de dispositifs publicitaires muraux ou scellés au sol sur le territoire de Tarbes, au-delà du centre-ville et en particulier sur les entrées Nord de la ville (RN21 et RD935). Il convient d'en réduire de manière significative l'impact en réduisant leur format à 8 m². Cette mesure doit s'accompagner de l'adoption d'une règle de densité plus sévère que celle actuellement en vigueur dans les ZPR2 et ZPR3 du règlement de 1987, afin d'espacer les dispositifs et de règles garantissant la meilleure insertion de la publicité dans les lieux environnants.

ORIENTATION N°3 : MAÎTRISER L'IMPLANTATION DE LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE

Le diagnostic a fait apparaître la présence de publicité numérique sur le territoire de Tarbes. Son impact sur le cadre de vie doit être maîtrisé par l'adoption de dispositions limitant son implantation dans les seuls secteurs où les lieux avoisinants peuvent la supporter.

ORIENTATION N°4 : FIGER LES DISPOSITIONS ACTUELLES DU RNP DANS LES AUTRES COMMUNES De l'ex-Grand Tarbes

Les dispositions du RNP interdisent actuellement la publicité scellée au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. L'adoption du RLPi va ainsi conduire à l'abrogation du règlement intercommunal de 1987 et, ce faisant, entraîner la disparition de tous les dispositifs scellés au sol de 12 m² institués dans les communes concernées. Seuls pourront être apposés les dispositifs muraux de 4 m².

Ces règles sont suffisamment restrictives pour ne pas adopter, dans le cadre du RLPi, des prescriptions plus sévères.

5.2/ Orientations en matière d'enseigne

ORIENTATION N°1 : GARANTIR LA BONNE INSERTION DES ENSEIGNES MURALES DANS L'ARCHITECTURE

Les projets de RLP de Tarbes et d'Ibos ont ouvert la voie, le RLPi doit adopter des dispositions qualitatives permettant la meilleure insertion des enseignes murales (parallèles ou en drapeau) dans le bâti. Il pourrait être préconisé de limiter à deux enseignes murales par établissement signalé sauf si le commerce comporte plusieurs baies en veillant à ce que les enseignes perpendiculaires soient installées au niveau du rez-de-chaussée sauf si l'activité s'exerce à l'étage.

ORIENTATION N°2 : INTERDIRE LES ENSEIGNES EN TOITURE DANS LES ZONES D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET/OU ARTISANALE

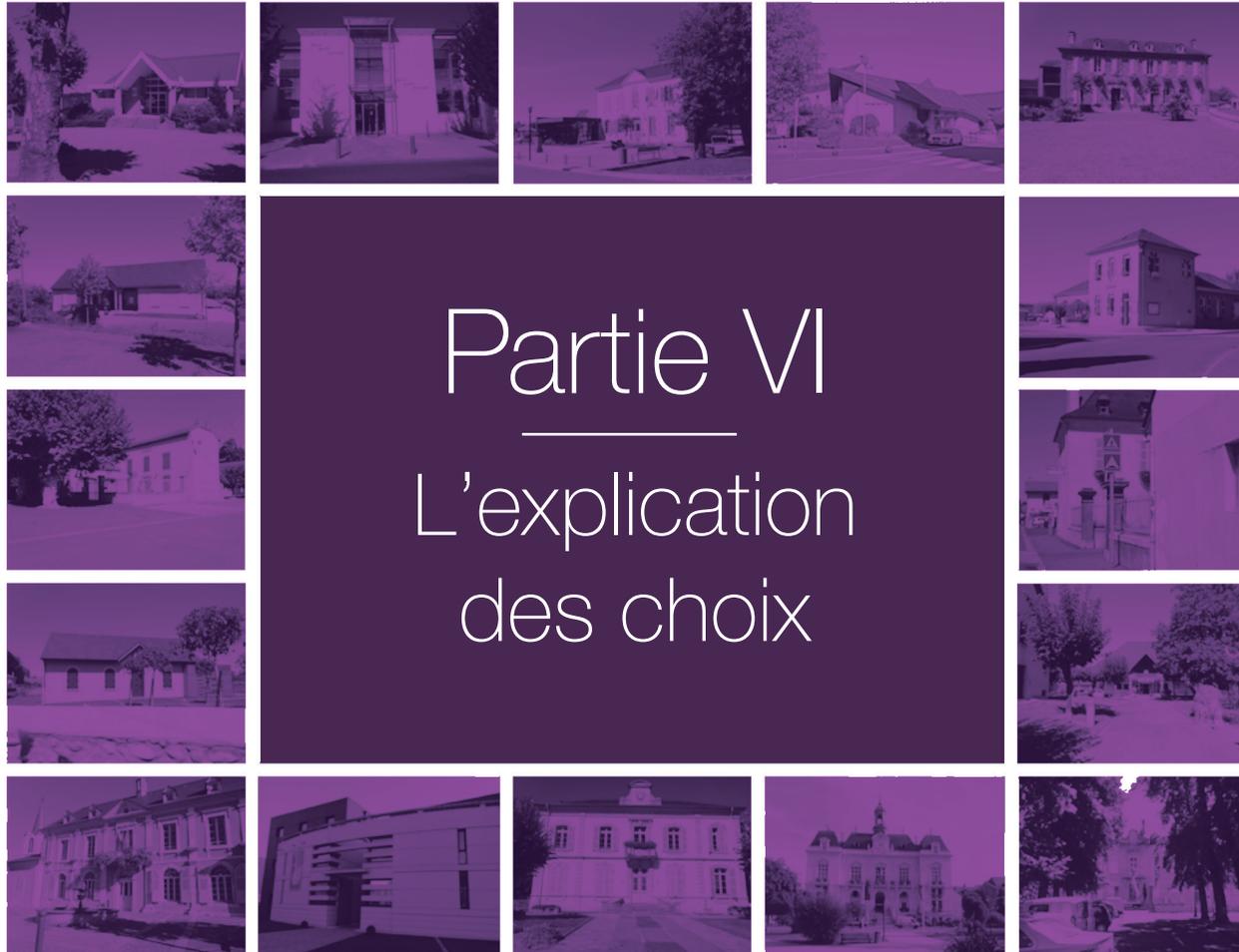
Le diagnostic a fait apparaître que les bâtiments commerciaux les plus récents ne comportaient pas d'enseignes en toiture. Il conviendrait de généraliser cette situation en posant le principe de l'interdiction de ce type d'enseigne à l'ensemble des établissements commerciaux. Cela permettra, à terme, d'assurer une unité architecturale entre les zones d'activité économique récentes et les plus anciennes.

ORIENTATION N°3 : HARMONISER LES ENSEIGNES SCÉLÉES AU SOL

Au-delà du strict respect de la réglementation, les enseignes scellées au sol implantées le long des axes structurants de l'Agglomération ne présentent guère d'unité. Il est préconisé d'inscrire les enseignes dans une enveloppe type « totem » permettant de rassembler, lorsqu'il y a lieu, le signalement des activités sur un même dispositif. Tout en rationalisant l'occupation de l'espace public, cela favorisera la distinction entre les enseignes et les publicités.

ORIENTATION N°4 : RÉGLEMENTER LES ENSEIGNES NUMÉRIQUES

Les enseignes numériques commencent à faire leur apparition sur le territoire de l'ex-Grand Tarbes. Le RNP ne prévoit aucune disposition particulière les concernant hormis leur extinction nocturne. Il convient d'anticiper leur développement en prévoyant des règles d'implantation conduisant par exemple à les interdire dans certains lieux (type centre-ville) et en les admettant dans d'autres (zones d'activités économiques et/ou commerciales).



Le présent document constitue l'explication des choix des dispositions figurant dans le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de l'ex-Grand Tarbes. Il porte à la fois sur le zonage du RLPi (I) et sur les règles en matière de publicité et d'enseignes qui y sont associées (II).

I / Explication du choix du zonage du RLPi

I : EXPLICATION DU CHOIX DU ZONAGE DU RLPi

Du point de vue de la réglementation de la publicité extérieure, les communes de l'ex-Grand Tarbes se distinguent selon qu'elles comptent plus ou moins de 10 000 habitants. Ainsi, seule la commune de Tarbes compte plus de 10 000 habitants. Cette situation démographique conduit notamment à distinguer une zone n°2 d'une zone n°3. La diversité urbaine des communes permet d'identifier cinq catégories de zones en matière de publicité (zone n°1 à zone n°5) toutes situées en agglomération et, hors agglomération, des périmètres situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation.

La zone n°1 couvre les centres-villes des communes. En raison de la qualité architecturale des lieux, la publicité y est soumise à des règles très restrictives et

les enseignes répondent à des exigences d'intégration dans l'architecture des bâtiments.

La zone n°2 couvre les secteurs agglomérés des communes de l'ex-Grand Tarbes à l'exclusion de Tarbes et qui ne sont pas situés dans la zone n°1. La publicité et les enseignes y sont soumises à des règles moins restrictives que celles de la zone n°1.

La zone n°3 couvre les secteurs agglomérés de Tarbes qui ne sont pas situés dans les autres zones que compte la commune ; la publicité y est soumise à des règles moins restrictives que la zone n°1, mais plus restrictives que dans les zones n°4 et n°5.

La zone n°4 couvre les abords des axes dits « structurants » de la commune de Tarbes où la publicité trouve sa place de manière raisonnée. Elle y est soumise à des règles moins restrictives que celles de la zone n°3.

La zone n°5 couvre les secteurs de la commune de Tarbes dont la vocation est économique et/ou commerciale. La publicité y est soumise aux mêmes règles que dans la zone n°4 mais les enseignes y sont soumises à des règles moins restrictives qu'en zone n°4, compte tenu de la vocation de la zone.

Comme le prévoit l'article L.581-7 du code de l'environnement, il est possible d'instituer un périmètre, à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et hors agglomération, où la publicité sera soumise à des dispositions particulières. Compte tenu de leurs situations géographiques et de leur destination, trois secteurs peuvent prétendre à l'institution de périmètres sur le territoire de l'ex-Grand Tarbes. Ils sont situés sur le territoire des communes suivantes :

« Centre commercial le Méridien » à Ibos, « Géant Casino » à Laloubère et « Centre Leclerc » à Orleix.

II / Explication du choix des règles

Le règlement se compose de deux parties. La première est consacrée aux règles générales communes aux différentes zones et aux périmètres (A). La seconde est consacrée aux règles spécifiques à chacune de ces zones et périmètres (B).

A) Explication du choix des règles communes

L'article P1 vise à limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires scellés au sol qui se concentrent souvent aux abords des giratoires afin d'être vus par le plus grand nombre de conducteurs, en interdisant ceux dont la surface est supérieure à 2 m² dans une limite de 50 m.

L'article L.581-8 du code de l'environnement interdit toute forme de publicité aux abords des monuments historiques classés ou inscrits dans une limite de 500 mètres. Mais le même article permet à un RLP de lever cette interdiction. L'article P2 procède à cette levée en limitant la publicité sur le seul mobilier urbain dans les cents premiers mètres et en permettant son implantation de manière raisonnée au-delà des cents mètres. Toutefois, compte tenu des caractéristiques de la Collégiale d'Ibos, l'interdiction de la publicité n'est pas levée, demeurant donc interdite dans un rayon de 500 mètres du monument. Le même article précise le régime des enseignes dans ces périmètres.

L'article P3 contribue à réduire la facture énergétique en soumettant la publicité et les enseignes lumineuses à un régime d'extinction nocturne plus restrictif que celui fixé par le RNP.

L'article P4 prend une mesure d'interdiction générale des enseignes en toiture, compte tenu de leur impact visuel sur le cadre de vie. Mais cela ne signifie pas pour autant que les activités économiques ne puissent être signalées puisque les autres modes d'implantation des enseignes (murales ou scellées au sol) continuent de s'appliquer, dans les conditions fixées par le chapitre spécifique à chaque zone.

L'article P5 met en œuvre le principe introduit par la loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises permettant à un RLP d'instituer des zones où le propriétaire d'un local commercial, en cas de carence du locataire, est contraint de veiller à l'aspect extérieur de ce local. Il lui incombe notamment de supprimer les éventuelles enseignes demeurées alors que l'activité commerciale a cessé.

L'article P6 permet de limiter le nombre et la surface des enseignes qui sont installées sur murs de clôtures et les clôtures, aveugles ou non.

L'article P7 rappelle un principe issu du RNP imposant au maire de déterminer des emplacements à destination exclusive de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux associations sans but lucratif.

B) Explication du choix des règles propres à chaque zone

1) EN ZONE 1

a- L'impact visuel de la publicité est fortement limité dans les centres villes où seule la publicité sur mobilier urbain, la publicité sur palissades de chantier, ainsi que la publicité de petit format sont admises.

b- Les règles concernant les enseignes murales poursuivent un but d'intégration dans les façades en limitant leur nombre et en veillant à ce qu'elles n'altèrent pas les lieux où elles sont installées. Les enseignes ayant le plus fort impact sur le paysage sont soit interdites (enseignes numériques et enseignes éclairées au moyen de LED), soit réduites (enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol).

2) EN ZONE 2

a- La sévérité des dispositions du RNP applicables à la publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants non comprises dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants conduit à ce que le présent règlement n'institue que des règles d'intégration de la publicité lorsqu'elle est apposée sur un mur. Lorsque les autres formes de publicité (sur mobilier urbain ou de petit format) sont admises, elles sont soumises aux dispositions du RNP.

b- Les dispositions du RNP régissant les enseignes murales étant jugées suffisamment adaptées, elles sont reprises. Les enseignes scellées au sol font l'objet d'une règle de densité spécifique pour en limiter le nombre lorsque plusieurs activités sont exercées sur une même unité foncière. Est reprise la limitation de leur surface instituée par la réglementation nationale celle-ci étant également adaptée aux caractéristiques de la zone. Compte tenu de leur impact visuel, les enseignes numériques sont interdites.

3) EN ZONE 3

a- La publicité n'a guère vocation à s'implanter dans les secteurs résidentiels de la commune de Tarbes. Les règles d'implantation de la publicité y sont par conséquent assez sévères notamment par l'institution de prescriptions visant à assurer la bonne qualité des dispositifs. Une règle de densité est instituée visant à limiter à l'installation d'un seul dispositif par unité foncière pour celles qui y sont éligibles et en limitant leur surface maximale par rapport à celle prévue par la règle nationale.

b- Si des commerces sont implantés dans ces secteurs, les prescriptions relatives aux enseignes sont identiques à celles instituées en zone n°1, l'objectif poursuivi étant leur meilleure intégration dans le bâti.

4) EN ZONE 4

a- Les voies structurantes constituent les lieux naturels d'implantation de la publicité. Elles permettent également aux automobilistes de s'orienter vers les lieux de chalandage disséminés sur le territoire de l'ex-Grand Tarbes. La publicité fait par conséquent l'objet de mesures plus libérales que dans les zones n°1 ou n°3 tout en demeurant plus restrictives que celles du RNP. Ainsi, outre des prescriptions esthétiques, le règlement instaure une règle de densité plus sévère que la règle nationale et limite la surface maximale des dispositifs muraux ou scellés au sol à 8 m².

b- Les dispositions du RNP applicables aux enseignes murales sont suffisamment adaptées aux lieux considérés, elles n'ont pas fait l'objet d'adaptation. En revanche, s'agissant des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, leur surface maximale est réduite par rapport à celle prévue par le RNP, l'objectif étant de les distinguer des publicités scellées au sol.

5) EN ZONE 5

a- Les secteurs situés en zone n°5 correspondent aux zones d'activités économiques et commerciales de Tarbes où la publicité a vocation à s'implanter. Les règles qui la concernent sont la reprise de celles instituées en zone n°4.

b- Comme en zone n°4, les enseignes murales sont soumises aux dispositions du RNP jugées suffisamment adaptées aux secteurs concernés. Les règles applicables aux enseignes scellées au sol ont pour objet de limiter le nombre de dispositifs à un par unité foncière lorsque celle-ci accueille plusieurs activités. Sa surface maximale est limitée par rapport à ce que prévoit le RNP (en l'occurrence 12 m²), de sorte que le format maximal généralisé à l'échelle du territoire de l'ex-Grand Tarbes est de 8 m².

6) EN ZONE 6

Conformément à l'article R.581-77 du code de l'environnement, dans les périmètres, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Par conséquent, le régime de la publicité institué par un RLP(i) dans un périmètre sur le territoire d'une commune dont l'agglomération comporte moins de 10 000 habitants peut être plus libéral que celui de la publicité institué dans cette même agglomération. C'est ce que prévoit le présent règlement dans les quatre périmètres identifiés sur l'ex-Grand Tarbes. Toutefois, les règles applicables à la publicité et aux enseignes ne sont pas toutes celles issues du RNP. Ce sont celles prévues dans la zone n°5 de la commune de Tarbes, leur destination étant identique.