

DEPARTEMENT de l'AUDE

COMMUNE de NARBONNE

~ ~ ~ ~ ~

REVISION du REGLEMENT de PUBLICITE

~ ~ ~ ~ ~

ENQUÊTE PUBLIQUE

(du 12-08- 2019 au 16-09-2019)

RAPPORT du COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

Claude J.CAZES
Ingénieur Œnologie ECL, BPRA

PORTEL le 12 OCTOBRE 2019

SOMMAIRE

1.) - <u>GENERALITES</u>	1 .1 – Objet de l'enquête	Page 2
	1 .2 – Cadre juridique	Page 3
	1 .3 – Situation de la Commune et Enjeux du RLP	Page 4
	1 .4 – Composition du Dossier	Page 5
2.) – <u>ORGANISATION et DEROULEMENT de l'ENQUÊTE</u>		Page 7
	2.1 – Désignation du Commissaire Enquêteur	Page 7
	2.2 – Modalités de l'Enquête (réception public, publicité)	Page 7
	2.3 – Ouverture de l'Enquête (dossier et registre)	Page 8
	2.4 – Visite des lieux	Page 8
	2.5 – Rencontre avec le Public	Page 8
	2.6 – Rencontre avec les services de la Mairie	Page 9
	2.7 – Clôture de l'Enquête	Page 9
3.) – <u>ANALYSE du DOSSIER de REVISION du PLU</u>		Page 10
4.) – <u>ANALYSE des l'AVIS des PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES -</u>		Page 18
5.) – <u>ANALYSE des OBSERVATIONS du PUBLIC -</u>		Page 20
6.) – <u>En CONCLUSION -</u>		Page 24

ANNEXES

- Annexe 1** - Arrêté Municipal du 04 Mai 2017 prescrivant la Révision du RLP
- Annexe 2** - Arrêté Municipal du 22 Juin 2017 décrivant la Révision du RLP
- Annexe 3** - Arrêté Municipal du 31 Janvier 2019 demandant l'enquête publique
- Annexe 4** – Ordonnance du Tribunal Administratif désignant le Commissaire Enquêteur
- Annexe 5** – Arrêté Municipal du 17 Juillet 2019 fixant les modalités de l'Enquête
- Annexe 6** – Publicités et Affichage
- Annexe 7** – Plans des zones de publicité
- Annexe 8** – Registre d'Enquête Publique
- Annexe 9** – Observations reçues du Public
- Annexe 10** – Observations du Commissaire à la Mairie et Réponse de celle-ci,

1.) - GENERALITES –

1.1.- OBJET de l'Enquête –

L'enquête publique concerne la procédure de la Révision du Règlement Local de Publicité de la commune de NARBONNE.

Cette Révision, incluant également les précédentes modifications du Règlement du Plan Local de Publicité (R.L.P.) de NARBONNE approuvé, après trois concertations (une avec les afficheurs et les professionnels des enseignes et des publicités, avec les PPA et une réunion publique présidée par le Maire), le 31 Janvier 2019 par le Conseil Municipal de NARBONNE concerne :

- ✓ La mise en valeur des espaces naturels où la publicité n'a pas sa place,
- ✓ L'adaptation du zonage aux contours (définis par arrêté municipal du 16/03/2016) de l'agglomération car la publicité est interdite hors de celle-ci,
- ✓ La détermination des possibilités et des conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale (*sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, parc naturel régional où il est possible d'accorder une place sur le mobilier urbain*),
- ✓ La fixation des règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial et plus particulièrement en centre ville où l'attractivité peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes ce qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture tout en étant en cohérence avec les règles du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) et en améliorant la lisibilité des commerces,
- ✓ L'allègement de la pression sur les grands axes ainsi que sur les zones commerciales et l'imposition de règles qualitatives car les entrées de ville subissent des concentrations de publicités et d'enseignes dont l'anarchie et leur faible qualité provoquent une dégradation du paysage et rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique,
- ✓ L'encadrement des technologies nouvelles (publicités et enseignes lumineuses) car elle n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas souhaitable en tous lieux,
- ✓ La contribution à la réduction de la fracture énergétique nationale en adaptant les horaires de l'extinction nocturne à l'activité réelle narbonnaise et, tout en économisant l'énergie, assurer la quiétude des habitants,
- ✓ L'encadrement des affichages concernant les domaines viticoles,

Chacune de ces paragraphes contient un certain nombre de cas particuliers qui seront étudiés au chapitre trois.

Cette révision été prescrite par décision du Maire en date du 04 Mai 2017.

1.2.- CADRE JURIDIQUE –

L'enquête s'inscrit dans le cadre des dispositions :

- De la loi du 12 Juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement,
- Des articles L132-7 et suivants ainsi que les articles L 153-16 et suivants du Code de L'Urbanisme,
- Des articles L103-2 et suivants du Code de L'Urbanisme,
- Aux Disposition de la loi du 12 Juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement,
- Des Disposition du chapitre 1^{er} Titre VIII du livre V du code de l'environnement relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment à se articles L581-14 et suivants,
- De la loi N° 86-630 du 12 Juillet 1983 relative à la démocratisation des enquêtes publiques et à l'environnement ainsi qu'à son décret d'application N° 85-453 du 23 Avril 1985.
- Du décret n°2010-788 du 30 Janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes,
- De La loi du 8 Janvier 1993 sur la protection et la mise en valeur des paysages,
- De la loi du 2 Février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement,
- Des articles L123-1 à 14 et suivants, R123-1 à 40 et suivants modifiés par décret 2011-2014 du 29 Décembre 2011 du Code de l'Environnement,
- Des articles L123-1 à 14 et R123-1 à 40 du Code de l'Urbanisme,,
- De l'article L 111-1.4 du Code de l'Urbanisme (amendement DUPONT) régissant diverses dispositions relatives aux entrées de ville et à la lutte contre diverses nuisances (sonores et autres).

ETAT de la PROCEDURE de MODIFICATION du R.L.P.

- Le conseil Municipal de NARBONNE avait (Annexe 1), le 04 Mai 2017, pris la délibération prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité dont les éléments ont été décrits au conseil Municipal du 22 Juin 2017 (Annexe 2).
- La décision du Maire de NARBONNE de modifier le Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE a été envoyé le 28 Mars 2019 aux personnes publiques associées concernées (Conseil Régional, Conseil Général et Préfecture de l'Aude [pour information de leurs différents services], Chambre d'Agriculture, Chambre des Métiers, Chambre de Commerce et d'Industrie, Communauté de Communes de NARBONNE [Grand Narbonne Agglo], Parc Régional de la Narbonnaise, Pays de la Narbonnaise, UPE [Union de la Publicité Extérieure], Comité Régional de la Conchyliculture de la Méditerranée, DDTM [agence de l'Aude]), avaient été, par la mairie de NARBONNE, dûment informées de ce projet de révision du Plan Local de Publicité (RLP) pour solliciter leur avis, les autres personnes publiques associées qui auraient pu être intéressées pouvaient en faire la demande ; à la fin de l'enquête, huit PPA avaient fait connaître leurs observations ; l'absence de réponse des autres PPA est donc considérée. comme un avis favorable,

- La décision du Conseil Municipal en date du 31 Janvier 2019 (Annexe 3) de faire les opérations nécessaires à la Révision du RLP de NARBONNE a été transmise au Tribunal Administratif,
- Le Tribunal Administratif de Montpellier a donc été saisi et a désigné (Annexe 4, décision n°E19000117/34) le 15 Juillet 2019 le Commissaire Enquêteur,
- Le Maire de NARBONNE a (Annexe 5) pris le 17 Juillet 2019 l'arrêté fixant les modalités de l'Enquête Publique qui s'est déroulée du 12 Août au 16 Septembre 2019.

1.3.- PRESENTATION de la COMMUNE et ENJEUX du RLP –

Sous-Préfecture du Département de l'Aude, la commune de NARBONNE, forte de 54.954 habitants (source INSEE 2018) est placée au croisement des axes (routiers et ferroviaires) MONTPELLIER-PERPIGNAN et TOULOUSE – Mer Méditerranée, elle est située à 150 km à l'Est de TOULOUSE, à environ 70 km au Nord Est de PERPIGNAN et à environ 100 km au Sud de MONTPELLIER.

Elle fait partie de la Région Midi-Pyrénées-Languedoc–Roussillon, du Département de l'Aude, de la Communauté de communes NARBONNE - Agglo (SYCOT de 39 communes) dont le Schéma de Cohésion Territoriale (SCOT) a été réalisé.

Ancien port de la Gaule Narbonnaise, elle est située au bord de l'étang de Bages (autrefois relié à la mer) mais la montagne de la Clape la sépare aujourd'hui de la mer Méditerranée au bord de laquelle la commune a construit Narbonne - Plage station de bord de mer.

La commune de NARBONNE est très étendue, elle a une surface de 17.554 hectares dont seulement 2.152 hectares de surface urbanisable alors que le reste est constitué de 749 hectares de forêts, de zones humides (complexe lagunaire de Bâges–Sigean), de zones classés (ZNIEFF, ZICO ou NATURA 2000) et de surfaces agricoles à usage céréalier et viticole ; elle comprend plusieurs quartiers (Hauts de Narbonne, Réveillon, Roches Grises,, Montplaisir, Saint Jean– Saint Pierre, Hortes Neuves, Razimbaud et Gazagnepas) ; elle s'étend sur la plaine alluviale limitée à l'Ouest et au Sud par le massif des Corbières, au Nord par les basses plaines d' l'Aude et à l'Est par la mer Méditerranée ; elle est partiellement (limites des autoroutes A9 et A61) incluse dans le Parc Régional de la Narbonnaise (PNR) ; elle est limitrophe de quinze communes.

La commune de NARBONNE est traversée du Nord au Sud par l'autoroute A 9 et, à l'Ouest l'autoroute A 61 la relie à la préfecture CARCASSONNE ; elle est aussi traversée par la RD 6113 qui relie NARBONNE à TOULOUSE et par la RD 9 (voie Domitia) qui relie MONTPELLIER à l'Espagne ; elle est traversée par la RD 607 la reliant à la Montagne Noire, par la D 13 la reliant à CUXAC, par la D 68 la reliant à VINASSAN et par les RD31 et 32 en direction de GRUISSAN ;

la commune est traversée par les axes ferroviaire reliant MARSEILLE à TOULOUSE, MONTPELLIER à L'ESPAGNE et un chemin de fer la relie à BIZE-MINERVOIS ; la ville (Classée Ville d'Art et d'Histoire depuis 2006), est forte d'une histoire remarquable (époque romaine, moyen âge, époque cathare etc...), elle est donc au centre de ce réseau, elle dispose d'un patrimoine immobilier remarquable (Palais des Archevêques, Cathédrale, Eglises, Musées, Ruines Romaines [Via Domitia], Musées d'Archéologie, Canal de la Roubine) générateur d'une activité touristique importante et elle comprend de nombreux sites archéologiques.

Sur le plan hydraulique, la commune de NARBONNE fait partie des bassins versants de l'AUDE et du VEYRET qui entraînent des zones inondables définies par deux P.P.R.I. les concernant ainsi qu'un PPRL spécifique à NARBONNE Plage.

La commune de NARBONNE comprend, tant à l'Est (Bonne Source et la Coupe) qu'au Sud (Plaisance et Croix Sud) ou à l'Ouest (Malvesy [Plan de Prévention des Risques Technologiques : PPRT]) de zones industrielles) et d'Activités Economiques ainsi que de nombreuses zones commerciales. Elle dispose également d'une forte activité administrative liée à son caractère de chef lieu (Sous-Préfecture, Centre Administratif Départemental, Chambres Consulaires, Palais de Justice, Organismes Sociaux etc...) ; elle dispose également d'un important pôle Santé (Centre Hospitalier, Cliniques) et elle dispose d'un patrimoine sportif non négligeable ; sur le plan scolaire, la commune dispose d'un grand nombre d'établissements (Collèges, Lycées, Enseignement Supérieur, AFPA) ; elle est traversée d'Est en Ouest par le Canal de la Roubine (site classé) qui engendre, pour la commune, une forte activité et un "plus" patrimonial très important.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de NARBONNE a été approuvé le 14 Octobre 1992 par le Conseil Municipal mais, depuis, le contexte local a évolué tant sur la plan urbanistique que commercial et démographique ; en plus, la ville a adhéré à la chartre du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée ainsi qu'à la chartre du Pays Cathare. En même temps le contexte législatif et réglementaire en matière de publicité, d'enseignes et pré-enseignes a évolué depuis la loi du 12 Juillet 2010 qui prévoyait que les RLP antérieurs avaient jusqu'au 12 Juillet 2020 pour s'y conformer, sans quoi ils devenaient caducs.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE fonctionnait normalement mais l'on s'est aperçu que les nouvelles conditions d'élaboration et de révision de ceux-ci conféraient à l'ECPI (compétent en matière de PLU) la compétence de principe pour élaborer un RLP faute de quoi celle-ci restait communale ; comme le grand Narbonne ne détenait pas la compétence pour élaborer un PLU, il revient à la commune de NARBONNE de réviser son règlement pour le transformer en RLP conforme aux nouvelles exigences légales et réglementaires avec une procédure conduite selon celle d'élaboration des PLU.

Comme la communauté d'agglomération du Grand Narbonne ne dispose pas la compétence pour élaborer un PLU, c'est donc tout naturellement que cette modification du Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE qui était nécessaire pour permettre une lutte efficace contre la pollution visuelle et renforcer l'attractivité commerciale du centre ville a été faite par la commune.

1.4.- COMPOSITION de DOSSIER –

En plus du Plan Local de Publicité (RLP) existant, le dossier élaboré par la commune de NARBONNE, avec l'aide du bureau "Cadre et Cité", comprend :

- les pièces administratives et les comptes rendus des conseils municipaux,
- la mention des textes juridiques,
- le bilan de la concertation,
- la note de présentation des modifications du RLP,
- le rapport de présentation des modifications du RLP et le projet de règlement,
- les avis reçus des personnes publiques associées (PPA),
- le règlement modifié du PLU de la commune de NARBONNE,
- les Plan de zonage de publicité de la ville de NARBONNE,
- les Plan de zonage de publicité du secteur de NARBONNE Plage,
- l'arrêté temporaire du Maire concernant l'enquête publique,
- en Compléments : La chartre du Pays Cathare,
La chartre du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée

oOoOoOoOoOoOo

2.) - ORGANISATION et DEROULEMENT de l'ENQUÊTE PUBLIQUE -

2.1.- Désignation du Commissaire Enquêteur –

Par Ordonnance (Annexe 4) n° E 19000 117 / 34 en date du 08 Juillet 2019 du Tribunal Administratif de Montpellier, celui-ci a désigné le Commissaire Enquêteur soussigné pour conduire l'enquête publique sur le projet de Révision du Règlement Local de Publicité de la Commune de NARBONNE.

2.2.- MODALITES de l'ENQUÊTE (Réception du Public, Publicité) –

Investi de sa mission, le Commissaire Enquêteur, après concertation (le 12 Juillet 2019) avec les Services Techniques de la Mairie de NARBONNE et en vue de la mise au point de l'arrêté municipal devant déterminer les conditions d'organisation de l'enquête publique, a fixé les dates et heures de ses permanences.

L'arrêté municipal N° 2013-1053 du 17 Juillet 2019 a fixé la durée de l'Enquête Publique du 12 Juillet au 16 Septembre 2019 ainsi que les heures et jours de permanence durant lesquelles le Commissaire Enquêteur a reçu le public soit les :

	Mardi 20 Août 2019 de 9h00 à 11heures 50,
	Lundi 02 Septembre 2019 de 9h00 à 11heures 50,
	Lundi 09 Septembre 2019 de 9h00 à 11heures 50,
	Lundi 16 Septembre 2019 de 14h00 à 17 heures 00,

Cet arrêté figure en Annexe 5 au présent rapport.

Conformément à la législation en vigueur l'affichage et les publications d'avis dans la presse ont été respectés :

- Avis de publicité dans la presse (Annexes 6) :

1^{er} Avis - L'Indépendant du 27 Juillet 2019 (6.a)

- Le Midi Libre du 27 Juillet 2019 (6.b)

2^{ème} Avis - L'Indépendant du 17 Août 2019 (6.c)

- Le Midi Libre du 17 Août 2019 (6.d)

- Affichage (Annexe 6) en Mairie et Mairies Annexes (tableaux d'affichage municipal) de l'Arrêté du Maire prescrivant l'enquête publique et ses modalités. Le Commissaire Enquêteur s'est assuré de la présence de cet affichage sur ces tableaux et il lui a été remis, à la fin de sa mission, le certificat d'affichage (6.e) signé par Monsieur le Maire de NARBONNE.

- Affichage, sur le site Internet "narb-org/Activité/cadre de vie", de l'Arrêté du Maire prescrivant l'enquête publique et ses modalités.

2.3.- Ouverture de l'ENQUÊTE (Dossier et Registre) –

Le **Dossier d'Enquête** déposé à la Mairie de NARBONNE ainsi que dans les Mairies Annexe et **1 registre** d'enquête de 25 pages coté et paraphé par le Commissaire Enquêteur destiné à recevoir les observations des personnes intéressées (ces dernières pouvant également les adresser par courrier au Commissaire Enquêteur) a été tenu à la disposition du public du 12 Août au 16 Septembre 2019 inclus aux heures habituelles d'ouverture des Services Techniques.

Ce dossier comporte les pièces suivantes :

- les pièces administratives et les comptes rendus des conseils municipaux,
- la mention des textes juridiques,
- le bilan de la concertation,
- la note de présentation des modifications du RLP,
- le rapport de présentation des modifications du RLP et le projet de règlement,
- les avis reçus des personnes publiques associées (PPA),
- le règlement modifié du PLU de la commune de NARBONNE,
- les Plan de zonage de publicité de la ville de NARBONNE,
- les Plan de zonage de publicité du secteur de NARBONNE Plage,
- l'arrêté temporaire du Maire concernant l'enquête publique,
- en Compléments : le règlement existant (RLP) de la commune de NARBONNE,
la chartre du Pays Cathare,
la chartre du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée.

2.4.- VISITES des LIEUX –

Trois visites de la Commune de NARBONNE concernée par cette modification du PLU objet de l'enquête publique ; la première visite a été faite après la première visite à la Mairie de NARBONNE, la deuxième, faite pour tenir compte des premières observations, a eu lieu après la deuxième visite en Mairie, et la troisième, pour compléter l'analyse et les observations du Commissaire Enquêteur a eu lieu quelques jours avant sa dernière permanence.

2.5.- RENCONTRES avec le PUBLIC –

Aucune visite n'a eu lieu le jour de la première permanence du Commissaire Enquêteur, deux visites ont eu lieu le jour de la deuxième permanence et le celui-ci a reçu deux personnes lors des deux dernières permanences ; deux inscriptions ont été portées par le public sur le registre d'enquête et trois courriers ont été adressés au Commissaire Enquêteur domicilié en Mairie de NARBONNE.

2.6.- RENCONTRE avec les SERVICES de la MAIRIE –

Avant le démarrage de l'enquête publique, un contact a été pris avec les services de l'Urbanisme de la Mairie de NARBONNE ; lors de ce contact le Commissaire Enquêteur a rencontré Monsieur BONNAVIA directeur de ce service ; celui-ci lui a exposé les motifs ainsi que les détails de cette révision du R.L.P. qui a pour but de mettre en œuvre une politique environnementale (en matière de publicité extérieure) adaptée aux caractéristiques de la commune complète et de lutter contre la pollution visuelle afin de renforcer l'attractivité de la zone de NARBONNE ville ; les PPA concernées ont été informées et la majorité d'entre elles a répondu.

Après avoir discuté de l'évidente nécessité de cette modification dont l'étude (en collaboration avec M^r VILMANT du bureau d'études "cadre et cités") a duré trois ans, il a été convenu que l'enquête publique se déroulerait du 12 Août au 16 Septembre 2019 soit 36 jours et que les permanences (au nombre de quatre) du Commissaire Enquêteur auraient une durée de trois heures.

Le dernier jour de l'enquête, le Commissaire Enquêteur, pour éclaircir quelques points de détails, s'est entretenu une nouvelle fois, avec Monsieur BONNAVIA.

2.7.- CLÔTURE de l'ENQUÊTE et REMISE du REGISTRE–

Le Lundi 16 Septembre 2019 à 17 heures, à l'expiration du délai d'enquête, le Commissaire Enquêteur a clos et emporté le registre d'enquête qui sera remis au Maire avec le dossier et le rapport . Il a, le lundi 23 Septembre 2019, envoyé (Annexes 10 & 10.a) à la Mairie la liste de ses observations et a reçu, en temps utile, la réponse de celle-ci.

oOoOoOoOoOoOo

3.) – ANALYSE du DOSSIER de MODIFICATION du PLU –

[N.B.] : Chapitre rédigé à partir des données tirées des divers compte-rendu de conseils municipaux, du dossier de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE, du RLP initial ainsi que des avis reçus des PPA.

Le Contexte -

Conformément à la loi du 12 Juillet 2010 le Règlement Local de Publicité (RLP) permet aux municipalités de définir les conditions d'implantation des publicités, enseignes ou pré-enseignes et d'instaurer, pour le futur, des perspectives environnementales satisfaisantes.

Dans le Règlement de publicité approuvé le 14 Octobre 1992 par le Conseil Municipal de la commune de NARBONNE, les objectifs étaient d'assurer un aspect correct de la commune, de réaliser la valorisation progressive du centre ville, de préserver et de mettre en valeur les paysages patrimoniaux et préserver de la publicité les espaces agricoles.

Le Règlement de publicité de NARBONNE a été utilisé durant plus de dix ans, puis l'on s'est aperçu que, compte-tenu de l'évolution démographique, urbanistique et commerciale ainsi que de celle des moyens de la publicité, il était nécessaire d'appliquer la loi du 12 Juillet 2010 qui prévoyait, en cas de non renouvellement de celui-ci avant le 13 Juillet 2020, la caducité de ce règlement ; une révision a donc été votée et organisée lors de conseils municipaux (Annexes 1, 2 et 3) ; une large consultation tant avec les afficheurs et professionnels de la publicité qu'avec les personnes publiques associées a été faite, elle a été suivie d'une réunion publique sous la présidence du Maire et d'une information sur le site internet de la commune ; cette large consultation comportant la désignation des objectifs, la présentation du diagnostic, la présentation des orientations générales, les orientations relatives aux publicités et les orientations relatives aux enseignes a été, ainsi que les avis des PPA, pris en compte dans la rédaction du nouveau règlement.

Le Règlement de publicité actuel est donc aboli et, le Grand Narbonne n'ayant pas (absence de compétence pour le PLU) le pouvoir d'en réaliser un nouveau, c'est la commune de NARBONNE qui a réalisé ce RLP en tenant compte concernant tous les résultats de la concertation, de l'avis des PPA, de l'avis du public, des spécificités de l'agglomération narbonnaise ; de plus, il sera conforme aux nouvelles réglementations ainsi qu'aux chartres du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée ainsi qu'à celle du Pays Cathare.

Avis du Commissaire Enquêteur : Celui-ci constate que cette révision était nécessaire pour respecter, en fonction du développement commercial et démographique de la commune, la nouvelle réglementation ; le Commissaire Enquêteur constate cette révision nécessite une enquête publique qui est la même que celle pour l'établissement d'un PLU.

Le Rapport de Présentation et le Justificatif des Modifications-

Le rapport de présentation de cette modification précise, en introduction, que le RLP est un document de planification, lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, des publicités, enseignes ou pré-enseignes et, dans un objectif d'amélioration du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale (RNP) de publicité et avec des règles plus strictes aux caractéristiques des territoires ; aujourd'hui, ce sont les collectivités chargées des PLU qui ont la compétence pour élaborer les RLP ; toutes les évolutions (législatives, réglementaires, urbanistiques, commerciales et démographiques) de la commune ayant rendu obsolète le précédent RLP datant du 14 Octobre 1992, une révision de celui-ci s'imposait.

Le conseil Municipal de NARBONNE avait (Annexe 1), le 04 Mai 2017, pris la délibération prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité dont les objectifs étaient les suivants :

- La mise en valeur des espaces naturels car la commune a gardé un écrin naturel,
- L'adaptation du zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
- La détermination des possibilités et des conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale ainsi que la place de la publicité sur le mobilier urbain,
- La fixation des règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial et plus particulièrement en centre ville où l'attractivité peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes ce qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture tout en étant en cohérence avec les règles du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) et en améliorant la lisibilité des commerces,
- L'allègement de la pression sur les grands axes et sur les zones commerciales ainsi que l'imposition de règles qualitatives car les entrées de ville subissent des concentrations de publicités et d'enseignes dont l'anarchie et leur faible qualité provoquent une dégradation du paysage qui rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique,
- L'encadrement des technologies nouvelles (publicités et enseignes lumineuses) car elle n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas souhaitable partout,
- La contribution à la réduction de la fracture énergétique nationale en adaptant les horaires de l'extinction nocturne à l'activité réelle narbonnaise et en assurant la quiétude des habitants,

Le rapport de présentation fait ensuite une analyse (histoire, localisation, position administrative, axes structurants, patrimoine naturel [massifs de la Clape et de Fontfroide, Canal de la Robine], réseau hydrographique, topographie, zones Natura 2000, ZNIEFF, parc naturel de la narbonnaise, le patrimoine historique [monuments *classés* et *inscrits*], le site patrimonial remarquable [SPR]) territoriale de la commune en indiquant les points sensibles pour la publicité.

Ce rapport examine ensuite les enjeux qui concernent :

- Enjeu 1 : un centre ville très riche (caractère architectural à protéger),
- Enjeu 2 : un patrimoine naturel (entre terre, étang et mer) très riche et à préserver,
- Enjeu 3 : les nombreux axes structurants (réelle opportunité pour l'affichage),
- Enjeu 4 : les zones d'activité (compromis à trouver entre cadre commercial et promotion),
- Enjeu 5 : les ports de Narbonne-Plage et, sur l'étang, de la Nautique (préservation du site),

Le rapport de présentation rappelle ensuite les principales étapes (prescription par le conseil municipal {cm} [4 mai 2017].diagnostic et définition des orientations, débat du cm, concertation avec les PPA, arrêt du projet par le cm, consultation pour avis des PPA et de la CDNPS, enquête publique avec modifications éventuelles, délibération du cm approuvant le RLP) de la procédure de révision d'un RLP (calquée sur celle d'un PLU) ainsi que les dispositifs .(publicité temporaire des commerçants, préenseignes annonçant un commerce, enseigne de celui-ci) visés, définit ces types de publicité et rappelle les limites de l'agglomération qui ont été définies par arrêté municipal.

Le rapport effectue ensuite (sur la base du RLP de 1992) le diagnostic de l'état actuel de l'implantation de la publicité, analyse, sur tous les plans (publicité, enseignes, mobilier urbain recevant de la publicité, préenseignes, affichage d'opinions et d'événements, enseignes et préenseignes temporaires, micro-signalétique), la commune de NARBONNE aggloméré et permet d'établir un bilan quantitatif de la publicité extérieure dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune comme les publicités sur les unités foncières (densité, type d'implantation, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité de vie des habitants et des usagers de l'espace public, l'impact des dispositifs lumineux et numériques ainsi que la localisation des illégalités vis-à-vis du RLP et du RNP) ; il rappelle ensuite les règles du RNP applicables sur le territoire de Narbonne et recense à 258 le nombre de publicités (>1,5m²) et de mobilier urbain de 2 m² et indique que la publicité est interdite dans les PNR, dans les SPR et près des monuments historiques ; il indique ensuite, avec chacune leur règlement particulier, les zones (A, B, C, D, E, F et G) définies en 1992 ; il rappelle les enjeux de publicité pour les zones non définies (zones vertes et hors habitations, concentration des pub, entrées de ville, qualité du matériel), il continue avec les enjeux en matière d'enseignes (en toitures, scellées au sol, dépassant des façades, en centre ville ou cachant les modénatures et sur les balcons).

Le rapport de présentation détaille, sur la base du diagnostic ci-dessus, les orientations qu'il conviendrait d'apporter apporter au RLP existant .pour obtenir un projet durable, diversifié et de qualité ; elles concernent d'abord celles (interdiction totale de la publicité dans les zones N et non bâties, fixation des lieux où la publicité est admise, admission des publicités sur le mobilier urbain dans le PNR et le secteur sauvegardé, espacement des publicités, intégration des matériels publicitaires dans le cadre de vie, réduction des hauteurs et surfaces max des publicités, préservation de la perception du bâti, définition des lieux pour les dispositifs numériques et fixation de leur surface max et adaptation des horaires d'extinction nocturne à l'activité narbonnaise) sur la publicité, puis celles (limitation du nombre et de la surface des enseignes verticales, baisse de la hauteur des enseignes en façades, techniques valorisantes, encadrement des dispositifs temporaires et des enseignes lumineuses, diminution de l'occultation des vitrines, réduction de la surface des enseignes scellées au sol et limitation de l'impact sur les perspectives des enseignes en toiture) sur les enseignes.

Le rapport donne enfin, par zones (SPR, axes avec secteurs commerciaux , PNR, autres secteurs [habitat avec présence apaisée de la pub] non inclus dans les 3 premiers et où [sauf dérogation, la publicité est interdite]) l'explication des choix (publicités, enseignes) ci-dessus en indiquant que, pour les autres secteurs de la commune, les règles sont celles du RLP national ; il existe aussi (interdiction de publicité en zones A, N & secteur classé, pas de pub à moins de 100m de la rocade ou des panneaux de limite d'agglomération, règles qualitatives pour chaque type de pub, durée des enseignes temporaires, taille mini des autocollants de vitrine et allongement de 3 heures de la période d'extinction nocturne des pub) des règles communes à tous les secteurs.

Avis du Commissaire Enquêteur : Ce rapport de présentation détaille de façon précise, avec leurs motifs, les changements à apporter tant sur le zonage et les emplacements réservés que sur le règlement de l'ancien RLP ; le Commissaire Enquêteur estime que, l'objectif précis (rénovation du RLP actuel) est bien défini ; il approuve donc ce dossier de présentation.

Les DOSSIERS Complétant le RLP –

Les compléments de la Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) figurant au dossier comprennent :

a.) La Charte du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée,

Celle-ci, très complète, indique la volonté de protéger, sur tous les plans et avec la stratégie correspondante, le territoire des complexes lagunaires de la zone de NARBONNE dont il s'agit de protéger et valoriser les patrimoines naturels et paysagers, d'aménager et de construire de façon durable, de vivre le parc avec les acteurs et les habitants ; parmi les communes concernées figure celle de NARBONNE (principalement les secteurs de Narbonne Plage et de la Nautique) ; parmi les mesures prises dans la chartre, six (1.2.1. concertation pour l'identification des sites, 1.3.1. protection du paysage, 1.3.2 élaboration de RLP municipaux & suppression des panneaux de pub non réglementaires, 2.3.2 valorisation par la signalétique des sites remarquables, 3.2.1. révélation du patrimoine culturel de la Narbonnaise, 3.3.2 protection du patrimoine de la Narbonnaise) ainsi que le balisage des sentiers piétonniers et la chartre signalétique de la Clape la concernent donc la publicité et doivent influencer sur le RLP pour cette enquête publique.

b.) La Charte du Pays Cathare,

Celle-ci, très complète, définit puis précise l'étendue de celui-ci et indique la volonté de protéger, sur tous les plans (monuments, sols urbains, bâtiments d'accueil, stations, portes, végétation et signalétique commune) les protections à apporter au site ;

pour cette dernière, les données (deux plaques verticales [fixation par l'arrière] avec hiérarchie [4 tailles de panneaux: 1-signallement à moyenne distance, 2-panneau de renseignement, 3-éléments relatifs à la visite, 4-panneau de direction] des informations, teinte naturelle et position par rapport aux monuments, deux tailles de plaque pour informer dans les espaces paysagers et urbanisés) sont prévues pour protéger l'environnement, elles sont donc précises et obligatoires.

c.) Le Règlement Existant (RLP) de la Commune de NARBONNE,

Après avoir donné les définitions, selon la loi du 22/12/1979, des termes "publicité", "enseignes" et "pré enseignes", celui-ci donne (arrêté du 27/10.1992) l'objet du RLP (protection, en complément du RNP, du cadre de vie des habitants), puis l'imposition de la qualité des matériaux pour les catégories définies plus haut ([a] enseignes et [b] pré enseignes) ; de même il régleme, aux articles 1.3, les pré enseignes dans le domaine public et en saillie ainsi que (Articles 1.4 à 9) les palissades ou bâches de chantier ou pub sur les véhicules, ainsi que la publicité provisoire, l'entretien de la pub et l'affichage de libre expression ; il précise (Articles 1.10 à 14) la limite d'agglomération, la signalisation hôtelière ou commerciale et la promotion immobilière ainsi que le mobilier urbain et le linéaire de publicité.

Ce RLP comporte également deux plans de zonage de la commune de NARBONNE ainsi qu'un plan explicitant le calcul du linéaire de publicité.

Le RLP définit ensuite (titre III, article I) les 7 secteurs de réglementation de la publicité :

- Zones de publicité restreintes A, B, C,
- Zone de publicité de régime général D,
- Zone de publicité élargie E,
- Zone de publicité autorisée F, G,

et donne (article II et zones par zones) les réglementations particulières (emprise au sol, scellement, implantation, dispositifs muraux surface et hauteur) à chaque type de publicité (y compris les publicités lumineuses et mobiliers urbains qui n'ont pas été définis) et indique la possibilité de sanctions pour les infractions à ce RLP.

Avis du Commissaire Enquêteur: Celui-ci indique que la chartre du PNRNM donne, sans détails précis, des indications pour la signalétique et la publicité ; pour la chartre du Pays Cathare, le Commissaire Enquêteur a noté que la signalétique y est décrite de façon très précise ; pour le RLP existant, le Commissaire Enquêteur a noté qu'il manquait la définition du mobilier urbain mais que ce règlement était complet et donnait, zone par zone, les autorisations de pose de la publicité.

Le PROJET de REVISION du REGLEMENT Local de PUBLICITE –

Le RLP s'applique sur l'ensemble des lieux baptisés agglomération (en dehors c'est le RNP qui s'applique), il définit quatre zones (1 [SPR], 2 [secteur commerciaux et axes de circulation], 3 [parties du territoire aggloméré sises dans le PNR] et 4 [pour les autres parties du territoire aggloméré]) et les dispositions des textes en vigueur (RLP précédent et RNP) qui ne sont pas modifiées restent en vigueur et opposables aux tiers.

Le projet de révision du RLP aborde celles d'ordre général pour toutes les zones :

- A- Zones N et A ainsi que les sites classés (publicités interdites), périmètres protégés, limites de l'agglomération et rocade,
- B- Publicités interdites sur murs,, clôtures façades ou pignons aveugles et pub conforme au RNP pour les palissades de chantier,
- C- Publicités scellées au sol (béton dépassant pas celui-ci) et de surface >2m² interdites à moins de 30 mètres du bord de la chaussée,
- D- Entretien des publicités et remise en état des lieux,
- E- Enseignes à message déroulant interdites, ainsi que sur les arbres, enseignes temporaires pour un maximum de 10 jours, une seule enseigne pour bâtiments sans entrée du public, une seule de 8m² par unité foncière pour les enseignes immobilières, pas d'adhésifs >10m² pour les vitrines et soumission des enseignes à l'autorisation du maire sur tout le territoire aggloméré de la commune,
- F- Horaire d'extinction (23 h à 7 h) sauf celles du mobilier urbain (éclairage par transparence ou projection) et numériques <2m², extinction obligatoire quand l'activité cesse, si elle va de 22 à 8 h, battement de 1 h pour la mise en route et l'arrêt, interdiction des enseignes à tubes et lettres néon ainsi que les spots ou pelles lumineuses dans les zones 1 & 2.

Le projet de révision du RLP étudie toutes celles concernant chacune des zones :

a. Zone 1

- Définition de la zone repérée en orange,
- Enseignes sur murs clôtures et clôtures aveugles ainsi que sur les balcons interdites, une enseigne ne doit pas gêner la perception des lignes d'un bâtiment,
- Une seule enseigne à plat et perpendiculaire par activité & par voie la bordant et elle ne peut dépasser la longueur du bâtiment ni s'étendre à d'autres bâtiments,
- Publicité scellée au sol ou posées dessus interdites,
- Enseignes interdites en toiture et sur les balcons,
- Enseigne à plat dans la hauteur du rez de chaussée du bâtiment avec lettres de 3cm max peintes ou collées,
- Caissons lumineux ainsi que les enseignes clignotantes et numériques interdites, pas de source lumineuse visible depuis la voie publique,
- Pour une activité, une seule enseigne perpendiculaire (placée entre les linteaux des baies du rez de chaussée et le plancher haut de celui-ci) par voie la bordant,

b. Zone 2

- Définition de la zone repérée en jaune,
- Enseignes sur murs et clôtures aveugles <1,5m²,
- Enseignes numériques & scellées au sol interdites et murales autorisées si surf. <8m²,

- Enseignes numériques & scellées au sol hauteur > 2 fois la largeur avec un max de 6 mètres, mâts avec drapeaux avec hauteur max de 6 ml et si leur surface > 1 m² ils remplacent toute autre enseigne au sol et sont limités à un le long de chaque voie bordant l'unité foncière et, si leur surface < 1 m², leur nombre est limité à un par tranche de 50 ml de l'unité foncière, ceux autorisés sur chaque voie peuvent être regroupés,
- Publicités lumineuses dont numériques distantes d'au moins 200 ml avec une surface < 8 m²,
- Publicités non lumineuses supportées par le mobilier urbain ont une surface < 10 m² si elles sont visibles de la voie publique, passerelles repliables admises et peintes d'une couleur identique à leur supports ; tout dispositif scellé ou posé au sol est dit "monopied" et ne peut avoir une hauteur > 6 ml au dessus de la voie la plus proche,
- Un dispositif scellé au sol ou posé dessus et de surface > 2,5 m² ne peut être implanté à moins de 10 ml d'une façade ou d'un pignon non aveugle d'un bâtiment d'habitation,
- Sur les unités foncières bordant la voie publique avec un côté < 20 ml, les publicités scellées au sol ou posées dessus mais celles sur façade ou pignon sont admises ; sur les unités foncières privées dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est > 20 ml, un seul dispositif (double face possible) mural ou au sol est admis ; pour le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs, distants de 150 ml les uns des autres, sont admis,

c. Zone 3,

- Définition de la zone repérée en vert,
- Publicité scellée au sol possible si leur est inférieure à 1 ml,
- Enseignes en toiture et sur les balcons interdites,
- Publicité non lumineuses < 2 m² admises sur le mobilier urbain,
- Enseigne à plat dans la hauteur du rez de chaussée du bâtiment et peut s'étendre à plusieurs bâtiments,
- Caissons lumineux interdits,
- Enseignes sur murs clôtures et clôtures aveugles ainsi que sur les balcons interdites, une enseigne ne doit pas gêner la perception des lignes d'un bâtiment, une seule enseigne à plat et perpendiculaire par activité & par voie la bordant et elle ne peut dépasser la longueur du bâtiment,
- Enseignes perpendiculaires placées sous l'appui des baies du 1^{er} étage et de tonalité discrète (fer forgé, verre clair ...),

d. Zone 4

- Définition de la zone repérée en gris,
- Enseignes en toiture et numériques interdites,
- Enseigne scellée ou installée au sol largeur max 1 ml et hauteur max 4 ml autorisée par établissement et par voie le bordant,
- Publicité lumineuses ou non < 10 m² par face admises sur le mobilier urbain avec une surface < 2 m² pour celui-ci, la surface des publicités scellées sur les murs ne peut excéder 10 m² et celles scellées au sol sont < 2 m²,

- Sur les unités foncières bordant la voie publique avec un côté < 20 m, les publicités scellées au sol ou posées dessus sont interdites mais sont admises sur façade ou pignon ; sur les unités foncières privées dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est > 20 m, un seul dispositif (double face possible) mural ou au sol est admis ; pour le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs sont admis distants de 100 m les uns des autres,
- Une enseigne à plat est installée dans la hauteur du rez de chaussée, ne dépasse pas la vitrine mais peut s'étendre à plusieurs bâtiments : la surface des enseignes perpendiculaires est limitée à 0,5 m², placée sous l'appui des baies du 1^{er} étage et ne peut dépasser de plus de 80 cm du nu de la façade .et la surface unitaire des enseignes numériques ne dépasse pas 1 m²,

Avis du Commissaire Enquêteur : L'analyse de ces modifications montrent qu'elles étaient, compte tenu des raisons invoquées dans le préambule du rapport de présentation, justifiées ; le Commissaire Enquêteur pense enfin que ces modifications du règlement du RLP (tenant compte de la situation actuelle y compris la modernité) en améliorent la lisibilité et permettent d'éviter, dans la mesure du possible les litiges liés à des interprétations divergentes de celui-ci.

Les Plans Explicitant le RLP –

Un plan explicitant le RLP projeté pour la ville de Narbonne figure dans le dossier, il indique les différentes zones.

Un deuxième plan explicitant le RLP projeté pour la commune Narbonne figure également dans le dossier.

Ces deux plans détaillent bien les différentes zones concernées par la publicité :

- Zone 1 soit le quartier historique ou zone SPR,
- Zone 2 soit les axes structurants et zones d'activité (Bonne Source à l'Est, la Coupe ainsi que Plaisance au Sud),
- Zone 3 soit le territoire aggloméré en zone PNR,
- Zone 4 soit le territoire aggloméré non compris en zone 1, 2 ou 3,
- Une zone de protection (sans publicité) de 100 m autour de la rocade,
- Le tracé du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée,
- Les espaces boisés,
- Les espaces de sites classés,
- Le réseau hydrographique,
- Les tracés de la limite communale et celle du territoire aggloméré,

Avis du Commissaire Enquêteur : L'analyse de ces plans a montré leur conformité avec le projet de RLP ; toutefois ces plans gagneraient à être à une échelle plus grande pour permettre une meilleure compréhension par le public ; le Commissaire Enquêteur indique aussi que les zones restées en "blanc" restent soumises au règlement national sur la publicité.

oOoOoOoOoOoOo

4.) – AVIS des PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES -

Conformément au principe de concertation, les personnes publiques associées concernées (Conseil Régional, Conseil Général et Préfecture de l'Aude [pour information de leurs différents services], Chambre d'Agriculture, Chambre des Métiers, Chambre de Commerce et d'Industrie, Communauté de Communes de NARBONNE [Grand Narbonne Agglo], Parc Régional de la Narbonnaise, Pays de la Narbonnaise, UPE [Union de la Publicité Extérieure], Comité Régional de la Conchyliculture de la Méditerranée, DDTM [agence de l'Aude]), ainsi que la Commission des sites ont été informées, le 28 Mars 2019, par la Mairie de la commune de la décision de cette révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de NARBONNE qui n'a, à la fin de la période d'enquête, reçu que quatre réponses auxquelles se sont ajoutées celles de VINCI, du SDIS et de TEREKA, on peut admettre que l'avis des personnes publiques associées qui n'ont pas répondu est favorable.

Tous les avis ont été formulés favorables avec des remarques se rapportant à l'intérêt propre à ces organismes :

- * La Commission Départementale de la nature de l'environnement et des Sites (CDNPS) souhaite que la charte du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée ainsi que la charte "Aude Pays Cathare" soient ajoutées au RLP moyennant quoi elle donne un avis favorable à ce RLP,
- * La Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Aude approuve le règlement local de publicité extérieure ainsi que le zonage défini dans les plans mais souhaite des mesures dérogatoires pour les activités pour les commerces nécessitant des enseignes verticales ("carotte" des bureaux de tabac) ainsi que la possibilité, pour les activités exercées en étage, de pouvoir mettre, en plus de la plaque près de la porte d'accès du rez de chaussée, une enseigne dans la largeur de la baie,
- * La Préfecture qui donne un avis favorable sous réserve de la prise en compte, dans le dossier, de l'avis des PPA,
- * La Direction Départementale des Territoires et de la Mer (DDTM), après avoir résumé le projet de RLP (rapport de présentation, règlement et plans) fait des remarques concernant la liste des monuments classés etc...ainsi que la légende incomplète (zones marquées en blanc) des documents graphiques ; cette observation donne un avis favorable **sous réserve** de compléter les dispositions applicables en matière de publicité ainsi que la légende du document graphique, lever les imprécisions rédactionnelles et annexer les recommandations de la charte de "bonne conduite" au rapport de présentation du RLP devant être compatible avec la charte du PNRNM.
- * Autoroutes VINCI s'étonne que les autoroutes n'aient pas été pris en compte dans les mesures réglementant la publicité concernant les voiries traversant le domaine public (A9 et A61) de la commune et demande d'intégrer, pour celles-ci et dans la version définitive, un périmètre de protection,

- * La Préfecture (SDI) qui donne un avis favorable sous réserve que l'implantation des enseignes (conformément aux règlements de sécurité) ne gêne pas l'accessibilité des moyens de secours,
- * La Préfecture (Direction des affaires culturelles) qui donne un avis favorable sous réserve de prendre en compte la charte "Aude Pays Cathare" pour les enseignes ou pré-enseignes aux abords de l'abbaye de Fontfroide et inclure dans le rapport de présentation des exemples plus qualitatifs,
- * La Société TEREGA qui gère les réseaux gaz traversant la commune, donne un avis favorable sous réserve de prendre en compte une servitude interdisant toute construction, pour le domaine privé, dans une bande de 4 à 6 mètres axée sur la conduite, cette bande étant de 1 mètre pour le domaine public ; elle souhaite donc être informée de tout projet d'implantation près de ses canalisations dont elle a rappelé la liste.

Avis du Commissaire Enquêteur sur ces Observations et Remarques : L'analyse de cette série d'observations ou demande de modifications montre qu'elles pour but de rappeler aux rédacteurs du RLP leur existence et les contraintes que leurs services exigent, elles sont donc justifiées ; le Commissaire Enquêteur indique que les chartes du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée et du Pays Cathare font partie du dossier soumis au public et que les plans indiquant les sites classés ou les domaines viticoles seront conformes aux prescriptions de ces chartes tout en admettant que certains, de part leur situation, auront besoin d'une dérogation ; il indique aussi que la demande de Vinci est justifiée mais que, pour le moment ceux-ci font ce qu'ils veulent sur leur emprise ; pour ce qui est de la demande de la DDTM, le Commissaire Enquêteur indique que les zones restées en blanc et en vert dans les plans du projet restent des zones où le règlement national s'applique modification en tient compte ; pour la réponse concernant la demande de la CCI, le Commissaire Enquêteur la trouve justifiée mais que des dérogations seront nécessaires pour certaines entreprises.

oOoOoOoOoOoOo

5.) - ANALYSE des OBSERVATIONS du PUBLIC –

5.1) – Observations du Public –

L'Enquête publique s'est déroulée normalement et a, malgré l'insertion dans deux journaux, l'affichage et l'annonce sur le site internet de la commune, suscité peu d'intérêt puisque le Commissaire Enquêteur, lors de ses permanences, reçu que quatre personnes ; deux observations ont été inscrites le registre d'enquête et trois courriers lui ont été adressés .

Les interventions, à l'occasion de l'enquête publique, ont porté sur le mobilier urbain et sur certaines contraintes d'implantation impossibles en raison de la météorologie (vent) soit de la disposition des commerces.

Monsieur TREGOU – (du groupe DECAUX) a expliqué au Commissaire Enquêteur son courrier (Annexes 9.a à 9.c) du 27 Août où il voulait surtout préciser la position de celle-ci sur le mobilier urbain ; cela sera examiné dans le paragraphe correspondant au courrier.

Monsieur LAVIELLE – (du groupe POSEIDON [ZAC de Bonne Source]) a expliqué au Commissaire Enquêteur (Annexe 8.b) que, en raison des vents violents quasi permanents, les panneaux verticaux de la ZAC de Bonne Source en zone 2 et de plus de 2,5 m², devraient être multi supports et non monopieds ; il a ajouté qu'il souhaitait, comme c'est le cas pour le domaine ferroviaire, une dérogation pour installer plusieurs dispositifs avec une distance minimum entre dispositifs pour les unités foncières dont le coté est > à 20 m linéaire et ce pour tenir compte de la spécificité commerciale de l'unité foncière ; il a terminé en demandant, pour la publicité lumineuse et numérique, de diminuer la distance entre deux publicités et d'autoriser 20 ml en raison de la proximité des bâtiments qui y sont implantés.

Le projet de règlement et le plan associé indiquent que ce secteur est classé en zone 2 qui englobe les 3 secteurs commerciaux où la taille des unités foncières et des locaux est très différente ; pour cette zone, les dispositifs scellés au sol (surface > 2,5 m²) doivent être mono pied, en outre celles d'ordre général, concernant l'Article 2.4 qui définit la densité des publicités, limite à un seul dispositif celle située sur un bâtiment de 20 ml de coté alors que, pour le secteur ferroviaire, plusieurs dispositifs distants de 150 ml sont autorisés ; il est à noter que, pour les publicités lumineuses et numériques, la distance entre elles doit être de 200 ml et leur surface ne doit pas excéder 8 m².

Avis du Commissaire Enquêteur : celui-ci a pris, avec intérêt, connaissance de cette observation qu'il trouve, compte-tenu des fonctions du pétitionnaire, justifiée ; le Commissaire Enquêteur estime que, pour le moment, le règlement révisé ne tient pas compte de la météorologie (vents) des zones commerciales et que cela devra être revu ; pour le secteur de "Bonne Source" où, à part le bâtiment Tridôme-Carrefour qui est monobloc, les autres bâtiments sont plus petits, cette révision du RLP a déplacé les limites des publicités normales, lumineuses ou numériques pour les bâtiments > à 20 ml et cette uniformité n'est pas normale et il conviendra d'y remédier.

Madame SANTENAC – a présenté sa société (SK Consulting) et a demandé au Commissaire Enquêteur des renseignements (Article A4) sur la rocade Est, après avoir pris connaissance du dossier, elle reviendra faire une inscription sur le registre.

Monsieur M.SIMON – société (DECAUX-UPE) a demandé au Commissaire Enquêteur, pour les zones 2 & 4 et dans le but d'une meilleure visibilité, l'augmentation à 10,5 m² au lieu de 10 m² des panneaux publicitaires dans les domaines privés car, nulle part en France, le format de 2 m² n'y est implanté car il est trop dangereux pour la sécurité routière (difficulté de lecture).

Avis du Commissaire Enquêteur : celui-ci a pris connaissance de cette observation qu'il trouve, en accord avec la commune, justifiée ; une réserve en ce sens sera donc faite dans son rapport.

5.2) – Courriers reçus par le Commissaire Enquêteur –

Trois courriers ont, au sujet de cette révision du Plan Local de Publicité, été adressés au Commissaire Enquêteur.

Société DECAUX – son courrier (Annexes 9.a à 9.c) du 27 Août veut surtout préciser la position de celle-ci sur le mobilier urbain (abri bus, bancs, poubelles, kiosques [journaux ou toilettes], colonnes "Morris", mâts drapeaux etc...) qui est, d'après elle, un service public gracieux qui est financé par les droits d'exploitation publicitaire et qui ne peut donc être considérée comme une publicité classique car elle n'est qu'à "titre accessoire" dans le but d'informer le public ; elle propose, en conséquence, d'insérer, par zone d'enjeu, un article (similaire à celui des articles R581-42 à 47 du C.E.) traitant le mobilier urbain comme différent des autres supports de publicités ; il demande ensuite de ramener, après l'avis de l'ABF, de ramener de 500 à 100 ml la zone de non publicité autour d'un monument ; il demande aussi, pour les giratoires, la rocade et les entrées d'agglomération, d'y maintenir (raisons financières) le mobilier urbain ; il souhaite aussi, pour les dispositifs scellés au sol, de ne pas assimiler le mobilier urbain à un autre support de publicité ; après avoir relevé, dans les zones d'enjeu, des disparités dans la taille des pub sur le mobilier urbain, il demande de limiter à 8 m² (tout en y insérant la notion de taille utile [hors encadrement]) la taille des panneaux donnant des informations ; en ce qui concerne l'éclairage nocturne, il estime que l'éclairage du mobilier urbain (par transparence ou par projection) limite le vandalisme et assure la continuité de leur fonction, il demande donc leur maintien ainsi que la modification de l'article 3.2 en zone 3 ; il relève enfin, dans le nouveau RLP, une distance de 200 ml entre deux publicités lumineuses et souhaite la suppression de cet article et, en conséquence, l'article 2.3 sur le mobilier urbain numérique.

Avis du Commissaire Enquêteur : celui-ci a pris, avec intérêt, connaissance de cette observation qu'il trouve, compte-tenu des fonctions du pétitionnaire, justifiée ;

le Commissaire Enquêteur regrette que cette révision n'ait pas, puisque le RLP existant ne le faisait pas, intégré une définition du mobilier urbain qui est très varié et demandera à ce que, en général et dans chaque zone, soit inséré un article traitant le mobilier urbain comme autre support de publicité ; le Commissaire Enquêteur admet que la publicité sur le mobilier urbain soit un service public effectué, en contrepartie des recettes publicitaires, gracieusement ; pour la distance aux monuments, il pense que seul l'avis de l'ABF doit compter et que, pour les giratoires, la rocade et les entrées d'agglomération, la mise en place de mobilier urbain doit être fixée par le RLP mais doit pouvoir, au cas par cas, faire l'objet d'une demande de dérogation ; pour les publicités fixées au sol, le Commissaire Enquêteur ne fait aucune différence entre elles et le mobilier urbain ; pour la taille des panneaux, il demande de tenir compte de l'encadrement ; en ce qui concerne l'éclairage nocturne (par transparence ou projection), le Commissaire Enquêteur concède que cela protège un peu du vandalisme mais rappelle aussi qu'il faut tenir compte de la lutte pour les économies d'énergie ; pour ce qui est de la distance entre deux publicités lumineuses le Commissaire Enquêteur estime que celle-ci est excessive et demandera de la ramener à 100 ml.

Société UPE (Mr S.DOTTELONDE) – son courrier (Annexes 9.d à 9.t) du 06 Septembre veut surtout préciser la position de l'UPE sur l'ensemble du dossier de révision qui ne permettra pas de concilier cadre de vie et dynamisme économique et pourrait entraîner la disparition du média "grand format" et demande les aménagements réglementaires ci-après :

- La limite de l'agglomération pouvant évoluer dans le temps, il en est de même des panneaux d'entrée et, l'imposition d'une distance pour la publicité entre ceux-ci et le bâti, ne paraît, compte tenu de la durée d'un RLP, pas justifié,
- Propose de fixer à 15ml la distance entre un panneau publicitaire et un giratoire,
- Modifier la limitation des panneaux d'affichage "grand format" (8 à 12 m² en zones 2 & 4) car cela prive les annonceurs d'un moyen efficace de communication,
- Pour les publicités non lumineuses, de fixer une hauteur max de 6 ml au dessus du sol naturel (sans tenir compte d'autres conditions) pour les publicités lumineuses fixées sur du mobilier urbain,
- Publicités lumineuses fixées au sol et de surface > 2,5 m² sur du mobilier urbain interdites jusqu'à 5 ml de façades d'habitation supportant une baie car la disposition actuelle n'apporte aucune valorisation environnementale,
- Propose d'insérer dans le projet, au sujet de la densité, d'autoriser l'implantation d'un 2^{ème} dispositif sur une façade de plus de 50ml avec distance mini entre elles,
- Pour les publicités lumineuses ou non et celles fixées sur du mobilier urbain (article 4.2), même remarque que pour la zone 2 car un format de 2m² est difficilement lisible à 6 ml d'une voie de circulation,
- En observations complémentaires, demande de terminologie identique pour les termes de l'article 3.2 du projet car des terminologies différentes peuvent amener un risque juridique lié à l'interprétation, il en est de même pour la surface autorisée de publicité indiquée) l'article 2.2 du projet de RLP,

Avis du Commissaire Enquêteur : celui-ci a pris, avec intérêt, connaissance de cette observation qu'il trouve, compte-tenu des fonctions du pétitionnaire et pour certaines, justifiées ; le Commissaire Enquêteur mettra donc, dans son rapport, certaines d'entre elles soit en réserve, soit en recommandation ; il note cependant que UPE faisait partie des PPA et que sa réponse est bien tardive par rapport à celle des PPA ayant répondu dans les délais.

Société BLANCOM (Mr E.BLANC) – son courrier (Annexes 9.u & 9.v) du 16 Septembre indique qu'il a pris connaissance du dossier et demande des aménagements réglementaires :

- La limite de l'agglomération (article A3) pouvant évoluer dans le temps, il en est de même des panneaux d'entrée et, l'imposition d'une distance pour la publicité entre ceux-ci et le bâti, ne paraît, compte tenu de la durée d'un RLP, pas justifié,
- Propose, compte tenu de la présence éventuelle de bâti sur la rocade, de supprimer la distance de 100ml et d'interdire carrément la publicité,
- Propose (article C1) de limiter à 2 ou 3 les publicités dans un carrefour,
- Propose (article C1) de limiter, dans cette zone, le mobilier urbain et regrette qu'il n'y ait pas d'inter-distance imposée entre eux,
- Propose (article F1) de mettre de 0 à 6h au lieu de 23 à 7h l'extinction des pubs,
- Souhaite, pour la zone 2 (articles 2.2 & 2.3) de fixer à 6 ml la hauteur des dispositifs, de préciser que la surface des pubs limitée à 8 ou 10 m² soit "hors pied" et de supprimer la distance de 200 ml entre pubs lumineuses (cas des angles de rues) et de parler d'inter-distance sur un seul axe et un même champ de visibilité,
- Trouve (article 2.4) le problème de densité entre 20 et 200 ml trop restrictif et souhaite qu'il soit adopté un dispositif entre 20 & 80 ml puis un tous les 80 ml, il en est de même pour l'article 4.3 et indique que, pour le domaine ferroviaire, il faut conserver l'inter-distance de 150 ml,

En dehors de ces points, il trouve le projet de RLP très adapté à la ville de Narbonne car il valorise le cadre de vie tout en permettant la communication nécessaire au maintien du tissu économique.

Avis du Commissaire Enquêteur : celui-ci a pris, avec intérêt, connaissance de ces observations qu'il trouve, compte-tenu des fonctions du pétitionnaire et pour certaines, justifiées ; le Commissaire Enquêteur mettra donc, dans son rapport, certaines d'entre elles soit en réserve, soit en recommandation.

oOoOoOoOoOoOo

6.) – EN CONCLUSION -

A la suite de la décision du Maire en date du 04 Mai 2017 de prescrire, en vue de sa révision, le Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE et à la nomination, le 15 Juillet 2019, du Commissaire Enquêteur par le Tribunal Administratif de MONTPELLIER, l'enquête publique sur ce projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé le 31 Janvier 2019, s'est déroulée du 20 Août au 16 Septembre 2019 et a donné lieu à quatre permanences du Commissaire Enquêteur.

La publicité dans les deux journaux locaux (27 Juillet et 17 Août 2019), la mise sur le site Internet de la commune et l'affichage, en Mairie ainsi que dans les différentes mairies annexes de la commune, de l'arrêté municipal du 19 Mai 2019, l'affluence du public a été faible puisque seulement quatre personnes se sont déplacées lors des permanences pour des problèmes concernant cette révision mais n'ont, dans le registre d'enquête, fait que deux observations ou commentaires ; trois courriers ont été adressés au Commissaire Enquêteur domicilié en Mairie et joints au registre.

Le dossier de cette révision du Règlement Local de Publicité de NARBONNE qui, en dehors des modifications apportées par cette révision, reste en vigueur est complet et compréhensible par le public il inclut, outre le règlement actuel, un rapport de présentation, les nouveaux plans de zonage de la commune, le projet de révision ainsi que les chartes du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée et de "Aude Pays Cathare".

Le Règlement actuel de publicité, respectant le SCOT de NARBONNE –Agglo (en cours d'enquête publique), avait été approuvé le 14 Octobre 1992 par le Conseil Municipal mais, depuis, le contexte local a évolué tant sur la plan urbanistique que commercial et démographique ; en plus, la ville a adhéré à la chartre du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée ainsi qu'à la chartre du Pays Cathare. En même temps le contexte législatif et réglementaire en matière de publicité, d'enseignes et pré-enseignes a évolué depuis la loi du 12 Juillet 2010 qui prévoyait que les RLP antérieurs avaient jusqu'au 12 Juillet 2020 pour s'y conformer, sans quoi ils devenaient caducs.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) de NARBONNE fonctionnait normalement mais l'on s'est aperçu que les nouvelles conditions d'élaboration et de révision de ceux-ci conféraient à l'ECPI (compétent en matière de PLU) la compétence de principe pour élaborer un RLP faute de quoi celle-ci restait communale ; comme le grand Narbonne ne détient pas (à ce jour) la compétence pour élaborer un PLU, il revenait donc à la ville de NARBONNE de réviser son règlement pour le transformer en RLP conforme aux nouvelles exigences légales et réglementaires avec une procédure conduite selon celle d'élaboration des PLU.

Il est regrettable que le RLP existant n'ait pas contenu une définition ainsi qu'une liste exhaustive des mobiliers urbains admis avec la distance minima devant exister, surtout en secteur classé, entre eux.

Le rapport de présentation précise, en introduction, que le RLP est un document de planification, lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, des publicités, enseignes ou pré-enseignes et ce, dans un objectif d'amélioration du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale (RNP) de publicité avec des règles plus strictes adaptées aux caractéristiques des territoires ; aujourd'hui, ce sont les collectivités chargées des PLU qui ont la compétence pour élaborer les RLP ; toutes les évolutions (législatives, réglementaires, urbanistiques, commerciales et démographiques) de la commune ayant rendu obsolète le précédent RLP datant du 14 Octobre 1992, une révision de celui-ci s'imposait et trois conseils municipaux (4 Mai, 22 juin 2017 & 31 Janvier 2019) ont prescrit cette révision et en ont fixé les objectifs.

Le rapport de présentation comprend une analyse la situation actuelle, se projette, en terme d'évolution démographique dans l'avenir et diagnostique de façon complète sur les plans économique, environnemental et patrimonial, les points positifs et sensibles pour la publicité (centre ville, patrimoine naturel, axes structurants, zones d'activité commerciale ainsi que la Nautique et Narbonne Plage) sur la commune ; ce rapport définit le bilan environnemental et patrimonial, il fixe aussi, dans tous ces domaines, les objectifs de cette révision du RLP et n'attire, sur ce point, aucun commentaire négatif du Commissaire Enquêteur.

Le rapport de présentation effectuée ensuite (sur la base du RLP de 1992) le diagnostic de l'état actuel de l'implantation de la publicité, analyse, sur tous les plans (publicité, enseignes, mobilier urbain recevant de la publicité, pré enseignes, affichage d'opinions et d'événements, enseignes et pré enseignes temporaires, micro-signalétique), la commune de NARBONNE aggloméré et permet d'établir un bilan quantitatif de la publicité extérieure dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune comme les publicités sur les unités foncières (densité, type d'implantation, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité de vie des habitants et des usagers de l'espace public, l'impact des dispositifs lumineux et numériques ainsi que la localisation des illégalités vis-à-vis du RLP et du RNP) ; il indique ensuite, avec chacune leur règlement particulier, les zones (A à G) définies en 1992 et rappelle les enjeux de publicité pour les zones non définies (zones vertes et hors habitations, concentration des pub, entrées de ville, qualité du matériel), il continue avec les enjeux en matière d'enseignes (en toitures, scellées au sol, dépassant des façades, en centre ville ou cachant les modénatures et sur les balcons) ; il donne ensuite, sur la base du diagnostic ci-dessus, les orientations qu'il conviendrait d'apporter apporter au RLP existant pour obtenir un projet durable, diversifié et de qualité avec, par zones (SPR, axes avec secteurs commerciaux, PNR, autres secteurs [habitat avec présence apaisée de la pub] non inclus dans les 3 premiers et où [sauf dérogation, la publicité est interdite]) l'explication des choix (publicités, enseignes) ci-dessus en indiquant que, pour les autres secteurs de la commune, les règles sont celles du RLP national et précise aussi qu'il existe aussi (interdiction de publicité en zones A, N & secteur classé, pas de pub à moins de 100m de la rocade ou des panneaux de limite d'agglomération, règles qualitatives pour chaque type de pub, durée des enseignes temporaires, taille mini des autocollants de vitrine et allongement de 3 heures de la période d'extinction nocturne des pub) des règles communes à tous les secteurs.

Le projet de révision du RLP indique, quant à lui, qu'il s'applique sur l'ensemble des lieux baptisés agglomération (en dehors c'est le RNP qui s'applique), il définit quatre zones (1 [SPR], 2 [secteur commerciaux et axes de circulation], 3 [parties du territoire aggloméré sises dans le PNR] et 4 [pour les autres parties du territoire aggloméré]) et les dispositions des textes en vigueur (RLP précédent et RNP) qui ne sont pas modifiées restent en vigueur et opposables aux tiers.

Le projet de révision du RLP donne, en premier lieu, les prescriptions d'ordre général pour toutes les zones ; il s'agit de la définition des limites de l'agglomération, des périmètres protégés, des zones N & A ainsi que des sites classés où les publicités sont interdites ; il s'agit ensuite, conformément au RNP, de l'interdiction des pubs sur les murs, les clôtures, les façades, les pignons aveugles ou les palissades de chantier ainsi que de l'entretien des publicités ; il s'agit aussi de l'interdiction des publicités scellées au sol et de plus de 2 m² à moins de 30 m du bord de la chaussée ; il s'agit encore de l'interdiction des Enseignes à message déroulant, des enseignes temporaires pour un maximum de 10 jours, de l'autorisation d'une seule enseigne pour bâtiments sans entrée du public et d'une seule de 8m² par unité foncière pour les enseignes immobilières, de l'interdiction d'adhésifs >10m² pour les vitrines et la soumission des enseignes à l'autorisation du maire sur tout le territoire aggloméré de la commune ; il s'agit enfin de fixer l'horaire d'extinction (23 h à 7 h) sauf pour celles du mobilier urbain (éclairage par transparence ou projection) et numériques <2 m², obligation de l'extinction quand l'activité cesse, si elle va de 22 à 8 h, battement de 1 h pour la mise en route et l'arrêt, interdiction des enseignes à tubes et lettres néon ainsi que les spots ou pelles lumineuses dans les zones 1 & 2.

Le projet de révision du RLP donne ensuite, pour chacune des zones, les prescriptions les concernant ;

pour la **zone 1** (*repérée en orange*), **interdiction** des enseignes sur murs clôtures et clôtures aveugles ainsi que sur les balcons, des publicités scellées au sol ou posées dessus ainsi que des enseignes en toiture et sur les balcons, des caissons lumineux et enseignes clignotantes et numériques (aucune source lumineuse visible depuis la voie publique) et, pour une activité, une seule enseigne perpendiculaire (placée entre les linteaux des baies du rez de chaussée et son plancher haut) par voie la bordant , **autorisation** d'une seule enseigne à plat et perpendiculaire par activité et par voie la bordant, celle-ci ne pouvant dépasser la longueur du bâtiment ni s'étendre à d'autres bâtiments, autorisation des enseignes à plat dans la hauteur du rez de chaussée d'un bâtiment avec lettres de 3 cm max peintes ou collées.

pour la **zone 2** (*repérée en jaune*), **interdiction** des enseignes sur murs clôtures et clôtures aveugles <1,5m² ainsi que les enseignes numériques scellées au sol si leur surface est <8m², **autorisation** des enseignes numériques & scellées au sol avec une hauteur >2 fois la largeur avec un max de 6 ml, des mâts avec drapeaux d'une hauteur max de 6 ml et si leur surface > 1m² ils remplacent toute autre enseigne au sol et sont limités à un le long de chaque voie bordant l'unité foncière et, si leur surface est <1 m², leur nombre est limité à un par tranche de 50 ml de l'unité foncière, ceux autorisés sur chaque voie pouvant être regroupés,

autorisation des publicités lumineuses dont numériques distantes d'au moins 200 ml avec une surface < 8 m², des publicités non lumineuses supportées par le mobilier urbain qui ont une surface < 10 m² si elles sont visibles de la voie publique, des passerelles repliables peintes d'une couleur identique à leur supports, des publicités sur façade ou pignon des unités foncières bordant la voie publique avec un coté < 20 ml, d'un seul dispositif (double face possible) mural ou au sol sur les unités foncières privées dont le coté bordant la voie ouverte à la circulation du public est > 20 ml et, pour le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs, distants de 150 ml les uns des autres, sont admis,

interdiction des publicités scellées au sol ou posées dessus sur les unités foncières bordant la voie publique avec un coté < 20 ml, des dispositifs scellées ou posés au sol "mono pied" avec une hauteur > 6 ml au dessus de la voie la plus proche, de l'implantation d'un dispositif scellé au sol ou posé dessus et de surface > 2,5 m² à moins de 10 ml d'une façade ou d'un pignon non aveugle d'un bâtiment d'habitation,

pour la **zone 3** (*repérée en vert*), **interdiction** des enseignes en toiture, sur les balcons, des caissons lumineux, des enseignes sur murs clôtures et clôtures aveugles, **autorisation** des publicités scellées au sol possible si leur surface est < 1,5 m² ainsi que les enseignes numériques scellées au sol si leur surface est < 8 m², des publicités non lumineuses < 2 m² placées sur le mobilier urbain, des enseignes à plat dans la hauteur du rez de chaussée d'un bâtiment et pouvant s'étendre à plusieurs bâtiments, la longueur du bâtiment, d'une seule enseigne à plat et perpendiculaire par activité & par voie la bordant et elle ne peut dépasser la longueur du bâtiment et les enseignes perpendiculaires seront placées sous l'appui des baies du 1^{er} étage et de tonalité discrète (fer forgé, verre clair).

pour la **zone 4** (*repérée en gris*), **interdiction** des enseignes en toiture et numériques, des publicités scellées au sol ou posées dessus sur les unités foncières bordant la voie publique avec un coté < 20 ml, sur les balcons, **autorisation** d'une enseigne scellée ou installée au sol largeur max 1 ml et hauteur max 4 ml par établissement et par voie la bordant, d'une publicité lumineuse ou non < 10 m² par face sur le mobilier urbain avec une surface < 2 m² pour celui-ci (la surface des publicités scellées sur les murs ne pouvant être > 10 m² et celles scellées au sol seront < 2 m²), d'une enseigne à plat installée dans la hauteur du rez de chaussée ne dépassant pas la vitrine mais pouvant s'étendre à plusieurs bâtiments avec la surface des enseignes perpendiculaires limitée à 0,5 m² placées sous l'appui des baies du 1^{er} étage et ne pouvant dépasser de plus de 80 cm du nu de la façade et la surface unitaire des enseignes numériques ne dépassera pas 1 m², d'un seul dispositif (double face possible) mural ou au sol sur les unités foncières privées dont le coté bordant la voie ouverte au public est > 20 ml et, pour le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs distants de 100 ml les uns des autres.

Le Commissaire Enquêteur a constaté que les documents graphiques soumis à l'enquête publique, étaient à une échelle un peu petite ce qui gêne fortement leur lecture par les visiteurs..

Pour ce qui est des compléments faisant partie de l'enquête, la chartre du Pays Cathare et la chartre du PNR de la Narbonnaise en Méditerranée qui font partie de la révision, le Commissaire Enquêteur les a jugés bien faites et utiles pour l'information du public et l'application de la réglementation.

Le Commissaire Enquêteur approuve entièrement ces modifications qui permettront une meilleure lisibilité de ce règlement.

Les huit (sur treize courriers envoyés) réponses des PPA font partie du dossier soumis au Commissaire Enquêteur ; toutes les réponses ont donné un avis favorable ou se contentaient d'affirmer la nécessité de tenir compte, dans cette modification du PLU, de leurs besoins spécifiques.

Les quatre visites reçues par le Commissaire Enquêteur ainsi que les trois courriers reçus concernaient le mobilier urbain, les emplacements exclus de publicité, la taille et la hauteur des mâts ou panneaux ; elles ont aussi regretté la définition de l'agglomération ainsi que l'absence de publicité sur les ronds points et il leur a été répondu dans le rapport ; par contre, les problèmes de publicité sur la nouvelle rocade Est n'ont pas donné lieu à inscription sur le registre d'enquête.

Le Commissaire Enquêteur a, à la fin de l'enquête, envoyé le 23 Septembre, à la Mairie de ses observations propres ainsi que celles issues des visites et des courriers, elles concernaient les points suivants :

- a. Surface utile de 10 m² des panneaux (lumineux ou non) très insuffisante compte tenu de leur encadrement, et pouvant, être clarifiée et portée, pour toutes les zones (sauf A) à 10,5 m² pour une affiche utile de 8 m², pour les zones 2 et 4, avec possibilité, pour les unités foncières de plus de 50 ml de long, de mettre un dispositif en plus.
- b. Le mobilier urbain (définition, liste des déclinaisons autorisés à recevoir des publicités, distance limitée entre eux pour éviter d'avoir du mobilier urbain [abribus, colonne culturelle, kiosque, planimètre etc], surtout en zone 1, trop près les uns des autres, inclusion dans les conditions générales valables pour toutes les zones ainsi que pour chaque zone de la pose de publicité sur chaque type ou catégorie de mobilier urbain de base), pour les publicités non lumineuses supportées par le mobilier urbain, les limiter à 10,5 m² (affiche de 8 m² + encadrement) et ramener à 5 ml leur distance par rapport à une façade à base d'habitation.
- c. Pour les domaines susceptibles de faire l'objet d'informations (assimilables à une publicité) de localisation, uniformiser leur forme, leur dimension et leur couleur.
- d. Prise en compte, dans la mise en place des enseignes mono pied (possibilité de 2 pieds), de la météorologie (vent très violent sur la région).
- e. Surface de 2 m² des pubs scellées au sol dans le domaine privé trop petites, pénibles à lire et, monopolisant l'attention, dangereuses pour la sécurité routière, devant soit être autorisées à 10,5 m² soit être interdites dans toutes les zones, pour les ronds points, les automobilistes doivent, à droite et à gauche (sécurité routière), voir les routes et non les publicités, leur éloignement ou leur suppression est, selon les cas, justifiée et limitée, près d'un carrefour, à 3 ou 4 pour l'ensemble de ses voies.
- f. Fixer, pour éviter le vandalisme, l'éclairage des publicités lumineuses tiendra compte de l'horaire d'été et des économies d'énergie (le RNP a choisi l'extinction de 1h à 6h).

- g. Réduction et unification de l'inter distance entre dispositifs publicitaires pour la densité des publicités y compris pour le domaine ferroviaire.
- h. Fixation, quelque soit leur position, de la hauteur des mâts ou panneaux, à 6 ml au dessus du sol naturel au lieu des 5,6 ml prévus, en supprimant ("au dessus de la voie la plus proche").
- i. Enfin, unification pour l'ensemble du projet de règlement, de tous les articles, de la terminologie des différents termes employés (notamment le mot surface) car cela entraîne un risque juridique sur l'interprétation ; un terme unique "surface unitaire de la publicité" pourrait être utilisée pour la définition de la surface de publicité
- j. Compte-tenu du fait que la limite d'agglomération est fixée par le bâti et non par les panneaux, il a été souhaité une modification, dans ce sens, du RLP en projet.

La réponse de la Mairie, reçue le 10 Octobre, répond aux différents points de ce courrier, donne son accord sur les points :

- Extension des panneaux à 10,5 m² (a),
- Unification de la terminologie du mot surface (i),

Et indique, en le justifiant qu'elle n'est pas d'accord avec les points suivants :

- Le RLP actuel supprimé n'existera plus et la Mairie veut gérer directement le mobilier urbain (b),
- Pour les domaines en zone A (pas de publicité), le problème est réglé par la charte du PNRCM (c),
- Maintien des enseignes monopied pour des raisons d'insertion paysagère (d),
- Maintien, pour des raisons paysagères, des enseignes de 2m² dans le privé (e),
- Maintien, pour des raisons de réduction de l'environnement lumineux du cadre de vie, de l'extinction des publicités aux horaires prévus (23h-7h) (f),
- Maintien, pour éviter un risque juridique pour la ville, du dispositif de la densité des publicités (g),
- Maintien, pour des raisons paysagères, des mâts ou panneaux de 5,6 ml et conservation de la phrase actuelle concernant la hauteur de 6ml (h),
- En réponse aux intervenants qui trouvaient exagéré l'interdiction de publicité au delà des panneaux d'agglomération, la Mairie renvoie à son arrêté du 16 Mars 2016 qui les a, de façon précise et irrévocable, définies (j)

Le Commissaire Enquêteur demande que la définition du mobilier urbain fasse partie du préambule du nouveau RLP en cours d'adoption et souhaite que l'inscription de ses remarques concernant le mobilier urbain soient prises en compte dans celui-ci car, même si elles dépendent de la Mairie, elles contribuent au cadre de vie.

DEPARTEMENT de l'AUDE

COMMUNE de NARBONNE

٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥

REVISION du REGLEMENT de PUBLICITE

٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥ ٧٥

ENQUÊTE PUBLIQUE

(du 12-08- 2019 au 16-09-2019)

CONCLUSIONS du COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

Claude J.CAZES
Ingénieur Œnologie ECL, BPRA

PORTEL le 12 OCTOBRE 2019

Conclusions motivées du Commissaire enquêteur

Après avoir pris connaissance du dossier d'enquête publique relatif à la révision du Règlement de Publicité de la ville de NARBONNE et de ses Annexes ainsi que du Règlement de Publicité existant,

Après avoir, à plusieurs reprises, visité les sites concernés par ce projet et contrôlé, sur les panneaux communaux, l'existence de la publicité de l'enquête,.

Après avoir tenu en Mairie de NARBONNE les quatre permanences prévues par l'Arrêté Municipal du 17 Juillet 2019,

Après avoir constaté que cette Révision du Règlement de Publicité a, à juste titre, fait l'objet d'une concertation publique et qu'elle ne nécessitait pas d'étude d'impact environnemental,

Après avoir rencontré, à plusieurs reprises, Monsieur BONNAVIA Directeur du service de l'Urbanisme de la ville de NARBONNE,

Après avoir vérifié que toutes les personnes publiques associées concernées (Conseil Régional, Conseil Général et Préfecture de l'Aude [pour information de leurs différents services], Chambre d'Agriculture, Chambre des Métiers, Chambre de Commerce et d'Industrie, Communauté de Communes de NARBONNE [Grand Narbonne Agglo], Parc Régional de la Narbonnaise, Pays de la Narbonnaise, UPE [Union de la Publicité Extérieure, Comité Régional de la Conchyliculture de la Méditerranée, DDTM [agence de l'Aude]), avaient été, par la mairie de NARBONNE, dûment informées de ce projet de révision du Plan Local de Publicité (RLP), les autres personnes publiques associées qui auraient été intéressées pouvant en faire la demande,

Après avoir étudié et analysé les huit réponses reçues de ces personnes publiques associées,

Après avoir étudié et analysé toutes les observations orales et écrites des personnes reçues lors de ses permanences ainsi que les trois courriers reçus en Mairie,

Après avoir adressé aux Services Techniques la liste de ses observations et reçu de ceux-ci leur réponse,

Après avoir développé ses arguments et analyses dans le rapport d'Enquête Publique et les avoir résumées dans ses conclusions dudit rapport,

Le Commissaire Enquêteur considérant :

- **que l'enquête publique diligentée du 12 Août 2019 au 16 Septembre 2019 s'est déroulée dans les conditions prévues par les textes législatifs en vigueur en matière d'enquête publique ainsi que du code de l'Urbanisme qui dirige l'établissement du Règlement de Publicité des communes,**

- **que le Règlement Local de Publicité (RLP) d'une commune doit concilier, de façon satisfaisante, la protection du cadre de vie ainsi que le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux,**
- **que le RNP national reste en vigueur et que le RLP existant sera remplacé par un nouveau RLP incluant les modifications apportées par la présente révision,**
- **que ce projet de Révision du RLP a été réalisé par le Service d'Urbanisme de la ville de NARBONNE avec l'aide du bureau d'études "Cadres et Cités",**
- **que les huit réponses aux courriers envoyées aux PPA ont été reçues en Mairie, que la plupart ne formulaient pas d'avis défavorable mais que certaines souhaitaient des ajustements de certains articles du règlement et que les réponses nécessaires ont été apportées dans le rapport,**
- **que toute personne ou membre d'association a pu s'exprimer librement, lors des permanences, par inscription sur le registre d'enquête ou par courrier,**
- **que, sur les deux inscriptions faites sur le registre d'enquête, certaines peuvent être acceptées alors que les autres, contraires à l'esprit du RLP projeté ou trop teintées d'intérêts privés, ne peuvent l'être,**
- **que sur les trois courriers parvenus en Mairie certains peuvent recevoir un avis favorable, alors que d'autres (demandes contraires aux souhaits de la mairie ou aux directives des chartes signées) ne le peuvent,**
- **que cette Révision du RLP ne porte pas atteinte à l'économie générale du PLU en vigueur, ne comporte aucun risques graves de nuisances et ne détruit pas son bilan environnemental ni ceux des chartes du Pays Cathare et du Pays Régional de la Narbonnaise en Méditerranée (PRNM) ,**
- **que cette Révision du RLP prend bien en compte le patrimoine architectural et agricole ainsi que les vues paysagères et qu'il n'entraîne pas, pour l'immédiat, de dépenses supplémentaires mais que, à terme, il risque de diminuer les recettes apportées à la commune par la publicité,**
- **que les Révisions apportées au RLP sont dans l'ensemble justifiées mais qu'elles contiennent des petits problèmes, placés en réserves ou en recommandations, et qu'il conviendra, avant sa publication définitive, de rectifier,**
- **Que cette Révision du RLP permet, compte-tenu du changement démographique et commercial de la commune ainsi que de l'évolution des possibilités de la publicité, de clarifier son règlement et, par ses diverses mesures, d'améliorer le cadre de vie des zones urbaines et de la première couronne,**

- **que les rectifications du zonage** des divers secteurs sont, par rapport à celles du RLP existant, justifiées, et que le choix de limiter les publicités aux panneaux d'entrée d'agglomération. (défini par l'arrêté du 16 Mars 2016) est une bonne chose car elle évite de charger les axes d'entrée de celle-ci,
- **que, pour un panneau de 8,5 m², une surface totale de 10,5 m² incluant l'encadrement** devrait remplacer les 10 m² prévus dans le projet de révision,
- **que, compte tenu de la météorologie locale (vents violents), les enseignes monopieds de 10,5 m² devraient pouvoir avoir deux pieds et non un seul,**
- **que le mobilier urbain a besoin d'avoir, dans le préambule du nouveau RLP une définition avec liste des matériels admis et, pour la zone 1, une limitation de la distance entre mobiliers imposants,**
- **que cette Révision du RLP devrait prendre en compte la sécurité routière et limiter la distance et le nombre des panneaux de publicité sur les nombreux ronds points, la taille des panneaux dans le domaine privé et limiter au maximum à quatre le nombre de panneaux sur les voies des carrefours,**
- **que ce projet de Révision du RLP, malgré le renvoi aux chartes du Pays Cathare et du Pays Régional de la Narbonnaise en Méditerranée (PRNM), ne donne aucune indication précise sur les paramètres (forme et dimensions) des panneaux (assimilables à une publicité) des indications annonçant les domaines agricoles sis sur la commune,**
- **que l'interdiction de publicités ou enseignes sur les toitures, les balcons, les arbres, les murs, les clôtures, les palissades de chantier et les façades aveugles sont ainsi que l'interdiction des enseignes à message déroulant et l'obligation d'entretien sont une bonne chose pour l'amélioration du cadre de vie,**
- **que le problème de la hauteur des mâts et enseignes entre sol naturel et niveau de la voie la plus proche n'est pas très clair et qu'il vaudrait mieux choisir le niveau su sol naturel et une hauteur de 6 ml,**
- **que ce projet de Révision du RLP a, en ce qui concerne les enseignes sur les façades, la présence d'une seule enseigne par unité foncière et l'autorisation du maire pour les enseignes sur la commune, pris des dispositions satisfaisantes,**
- **que sont justifiées les rectifications du Règlement en cours portant sur les interdictions de publicité dans les zones A et N rocade, sur les sites classés du territoire ainsi que celle des caissons lumineux, la limitation à 10 jours des enseignes temporaires, l'obligation d'une seule enseigne par bâtiment sans entrée du public et par unité foncière ainsi que l'autorisation du Maire pour les enseignes sur toute la commune,**
- **que ce projet de Révision du RLP a fixé un horaire d'extinction (23-7h), des publicités lumineuses qui ne tient compte ni des périodes estivales (horaire d'été) ni de celles (01-6h) fixées par le règlement national de publicité (RNP),**

- **que ce projet de Révision du RLP a, en ce qui concerne l'interdiction des publicités supérieures à 2 m² situées à moins de 30 ml d'une chaussée et scellées au sol, pris des dispositions qui doivent soit être supprimée (difficulté de lecture pour les conducteurs) soit être remplacée par une publicité d'une taille de 10,5 m²,**
- **que, malgré tout cela, le bilan de ce projet de révision du RLP de NARBONNE est, malgré une baisse possible des redevances publicitaires, favorable, pour ce qui est du développement harmonieux et de l'amélioration du cadre de vie de la Commune de NARBONNE, la sauvegarde des divers patrimoines et le respect du SCOT du Grand NARBONNE en cours de révision.**

Les Réserves du Commissaire Enquêteur portent sur :

- **la nécessité d'adapter un seul terme pour la surface autorisée de publicité à savoir "surface autorisée de publicité",**
- **la nécessité d'inclure dans le préambule du nouveau RLP, la définition du mobilier urbain ainsi que la liste de celui qui est admis et de fixer, en secteur 1, une distance minimale entre les mobiliers urbains d'une certaine taille,**
- **la nécessité de remplacer les 10 m² prévus pour un panneau de 8,5 m² par une surface totale de 10,5 m² incluant l'encadrement,**

Les Recommandations du Commissaire Enquêteur portent sur :

- **la possibilité d'autoriser, pour les secteurs soumis à un vent violent, des enseignes de 10,5 m² à deux pieds au lieu du monopied envisagé,**
- **la possibilité de ramener à 10,5 m² au lieu de 2 m² et pour des raisons de lisibilité par les conducteurs les affiches situées à moins de 30 ml des chaussées,**
- **la nécessité de ramener, conformément au RNP et en été, pour des raisons d'activités touristiques, l'horaire d'extinction des publicités lumineuses de 0h à 6h,**

Emet un AVIS FAVORABLE avec RECOMMANDATIONS et RESERVES à ce projet (tel qu'il a été présenté à l'enquête publique) de Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de NARBONNE qui ne pourra être effectif que lorsque toutes les réserves ci-dessus auront été levées.

A PORTEL le 12 Octobre 2019

Le Commissaire Enquêteur

Claude J.CAZES



DEPARTEMENT de l'AUDE

COMMUNE de NARBONNE

~ ~ ~ ~ ~

REVISION du REGLEMENT de PUBLICITE

~ ~ ~ ~ ~

ENQUÊTE PUBLIQUE

(du 12-08- 2019 au 16-09-2019)

ANNEXES

Département
DE L'AUDE

Arrondissement
De NARBONNE

COMMUNE
DE NARBONNE

Le 4 mai 2017, le Conseil Municipal s'est réuni en session ordinaire, par convocation en date du 27 avril 2017

Sous la présidence de **M. Didier MOULY**

Présents :

M. Didier MOULY, M. Bertrand MALQUIER, Mme Emma BELLOTTI-LASCOMBES, Mme Evelyne RAPINAT, M. Jean-Paul CESAR, Mme Sylvie ALAUX, Mme Yamina ABED, M. Eric PARRA, M. Yves PENET, M. Jacques PAIRO, M. Alain VICO, M. Guy CLERGUE, M. Robert DEJEAN, M. Jean-Claude JULES, M. Jean-Pierre COURREGES, M. Serge FUSTER, Mme Dominique MARTIN-LAVAL, Mme Zohra TEGGOUR, M. Jean-Michel ALVAREZ, Mme Sandrine MONTAGNE, M. Vincenzo GIARDINA, Mme Caroline OLIVAS-GUISSET, Mme Agnès PUYBAREAU, Mme Rabiye MONTÖR, M. Jacques BASCOU, Mme Hélène SANDRAGNÉ, M. Nicolas SAINTE-CLUQUE, Mme Isabelle HERPE, Mme Catherine BOSSIS, Mme Sabine FLAUTRE, M. Tristan LAMY, M. Marc ORTIZ, M. Jacques ADRADOS, Mme Sabine PEYROUZEL, Mme Corinne AMOROS, Monsieur Patrick BARDY, M. Christian LOUMAGNE

Absents ayant donné procuration :

M. Xavier BELART, Mme Gaëlle PAVAN, Mme Cyrielle BOUISSET

Absents :

Mme Maric-Noëlle GARBAY, M. Jean-Marie ORRIT, Mme Ophélie LE BERRE, M. Jean-Marc PEREA, Mme Julie RIPERT

Secrétaire de séance élu selon l'article L 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales : M. Vincenzo GIARDINA

OBJET : ESPACE PUBLIC - RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP) - RÉVISION

M. Eric PARRA expose :

La Ville de Narbonne est actuellement dotée d'un Règlement de Publicité qu'elle a approuvé le 14 octobre 1992,

Depuis, le contexte local a évolué tant sur le plan urbanistique, que commercial et démographique. En outre, la ville a adhéré à la charte du Parc Naturel Régional (PNR) de la Narbonnaise en Méditerranée.

Parallèlement, le contexte législatif et réglementaire en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes a évolué depuis l'entrée en vigueur de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE) et du règlement national de publicité (RNP) du 30 janvier 2012.

Cette loi prévoit que les règlements de publicité antérieurs à son entrée en vigueur disposent d'un délai de 10 ans, soit le 13 juillet 2020, pour se conformer au nouveau droit de la publicité extérieure, faute de quoi ils seront caducs.

Cette loi prévoit également de nouvelles conditions d'élaboration et de révision des RLP et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU, une compétence de principe pour élaborer un RLP. A défaut, la compétence demeure communale.

Comme la communauté d'agglomération du Grand Narbonne ne détient pas la compétence pour élaborer un PLU, il revient par conséquent à la ville de Narbonne de réviser son règlement pour le transformer en RLP conforme aux nouvelles exigences légales et réglementaires. La procédure devra être conduite conformément à la procédure d'élaboration des PLU.

Pour l'ensemble de ces raisons, il est nécessaire d'engager la révision du règlement de publicité afin de mettre en œuvre une politique environnementale en matière de publicité extérieure adaptée aux caractéristiques actuelles de notre territoire.

Cette action volontariste souhaitée par l'équipe municipale permettra, en outre, de lutter efficacement contre la pollution visuelle et de renforcer l'attractivité commerciale du cœur de ville.

Pour ce faire, les objectifs de cette révision, en application de L.153-11 du code de l'urbanisme, sont ainsi de :

1, a

- mettre en valeur les espaces naturels. La commune a gardé un écrin naturel, où la publicité n'a pas sa place. Elle est d'ailleurs partiellement interdite par simple application du règlement national
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération. La publicité est interdite hors agglomération. Le zonage du futur RLP doit donc reprendre rigoureusement les contours de l'agglomération telle que définie par arrêté municipal du 16 mars 2016
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale. Dans les parties de l'agglomération couvertes par le site patrimonial remarquable (secteur sauvegardé), par le parc naturel régional, ainsi qu'aux abords des monuments historiques, il est envisageable d'accorder une place à la publicité, notamment celle qui est supportée par le mobilier urbain
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville. L'attractivité du centre-ville peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes, qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture. La cohérence avec les règles du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) sera assurée. La lisibilité des commerces s'en trouvera améliorée
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives. Les entrées de ville subissent des concentrations de publicités et d'enseignes. L'anarchie et la faible qualité des dispositifs provoquent une dégradation du paysage et rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique
- encadrer les technologies nouvelles. Publicités et enseignes numériques ont déjà investi le territoire narbonnais. Progrès technologique pouvant donner une image dynamique de la ville, la multiplication de ces dispositifs n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale. Les horaires d'extinction nocturne nationaux (1h/6h) sont à adapter à l'activité réelle narbonnaise. Au-delà de la quiétude des habitants, les économies d'énergie constituent un enjeu national.

Vu l'avis de la commission de l'Urbanisme, du Cadre de vie et de la Solidarité, je vous propose :

1.6

- de prescrire la révision du règlement local de publicité de la Ville dans le cadre des objectifs évoqués ci-dessus,
- de mettre en œuvre la concertation, pendant la durée d'élaboration du projet, conformément à l'article L.103-3 du code de l'urbanisme, selon les modalités suivantes :
 - diffusion des documents d'études mis à jour régulièrement sur le site internet de Narbonne ;
 - information de l'avancement du projet de RLP dans le bulletin municipal ;
 - mise à disposition du public pendant toute la durée d'élaboration du projet de RLP d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable à la mairie ;
 - mise à disposition à la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
 - organisation d'une réunion publique ;
 - organisation de réunions avec les personnes publiques associées et les personnes concernées (afficheurs, commerçants...).
- de décider que, conformément à l'article L.153-11 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera notifiée aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 du même code ;
- conformément à l'article R.153-21 du code de l'urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de la mairie pendant 1 mois, d'une mention de cet affichage en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département, ainsi que d'une publication dans le recueil des actes de la commune ;
- d'autoriser Monsieur le Maire ou son représentant légal dûment désigné, d'exécuter la présente délibération et, notamment, de signer tout document de type administratif, technique ou financier relatif à ce dossier.

Le Conseil adopte à l'unanimité.

Acte certifié exécutoire par

Publication le: 11/01/2017

Réception par la sous-préfecture
de Narbonne le: 11/01/2017

(si transmission prévue par les textes)

Pour le Maire de Narbonne
et par délégation,

Emilie NICOLAS,

Chef du service des Affaires Juridiques



M. Le Maire

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Didier Moully".

Me Didier MOULY

Département
DE L'AUDE

Arrondissement
De NARBONNE

COMMUNE
DE NARBONNE

Le 22 juin 2017, le Conseil Municipal s'est réuni en session ordinaire, par convocation en date du 15 juin 2017

Sous la présidence de **M. Didier MOULY**

Présents :

M. Didier MOULY, M. Bertrand MALQUIER, Mme Emma BELLOTTI-LASCOMBES, Mme Evelyne RAPINAT, Mme Marie-Noëlle GARBAY, M. Jean-Paul CESAR, Mme Sylvie ALAUX, Mme Yamina ABED, M. Eric PARRA, M. Yves PENET, M. Jacques PAIRO, M. Alain VICO, M. Guy CLERGUE, M. Robert DEJEAN, M. Jean-Claude JULES, M. Jean-Pierre COURREGES, M. Serge FUSTER, Mme Dominique MARTIN-LAVAL, M. Xavier BELART, M. Jean-Michel ALVAREZ, Mme Sandrine MONTAGNE, Mme Gaëlle PAVAN, Mme Caroline OLIVAS-GUISSET, Mme Agnès PUYBAREAU, M. Jean-Marie ORRIT, Mme Ophélie LE BERRE, M. Nicolas SAINTE-CLUQUE, Mme Isabelle HERPE, Mme Catherine BOSSIS, Mme Sabine FLAUTRE, M. Tristan LAMY, M. Marc ORTIZ, M. Jacques ADRADOS, Mme Sabine PEYROUZEL, Mme Corinne AMOROS, Monsieur Patrick BARDY, M. Christian LOUMAGNE

Absents ayant donné procuration :

M. Vincenzo GIARDINA, Mme Cyrielle BOUISSET, M. Jacques BASCOU, Mme Hélène SANDRAGNÉ

Absents :

Mme Zohra TEGGOUR, Mme Rabiye MONTÖR, M. Jean-Marc PEREA, Mme Julie RIPERT

Secrétaire de séance élu selon l'article L 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales : Mme Yamina ABED

OBJET : ESPACE PUBLIC - DÉBAT SUR LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES DU PROJET DE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

M. Eric PARRA expose :

Un Règlement Local de Publicité (RLP) édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale, et dans une certaine mesure, la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

La procédure d'élaboration du RLP est identique à celle du PLU. Cela conduit à la tenue d'un débat sur les orientations du règlement en conseil municipal.

Le conseil municipal ayant décidé de réviser le RLP de 1992 par délibération du 4 mai 2017, il est proposé aujourd'hui au conseil municipal de débattre sur les orientations générales du projet de RLP. Il s'agit d'un débat sans vote.

Objectifs du RLP :

La délibération du 4 mai 2017 a fixé au RLP les objectifs suivants :

- Mettre en valeur les espaces naturels.
- Adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération.
- Déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale.
- Fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville.
- Alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives.
- Encadrer les technologies nouvelles.
- Contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale.

Présentation du diagnostic :

L'étude du terrain, réalisée au cours du premier semestre 2017, analyse les publicités et les enseignes sur l'ensemble du territoire communal : en centre-ville,

dans les zones résidentielles, sur les grands axes, dans les grands centres d'activités, à Narbonne-Plage, à la Nautique et hors agglomération.

Il apparaît que des publicités sont installées hors agglomération ou dans des secteurs naturels en agglomération. Par ailleurs, le statut de certains secteurs où le règlement de 1992 autorisait la publicité se trouve inadapté aux nouveaux contours de la zone agglomérée. Enfin la situation de la publicité dans le parc naturel régional, qui n'existait pas en 1992, doit être clarifiée.

Dans le centre-ville historique, la publicité n'est présente que sur le mobilier urbain (abris, planimètres...)

Les enseignes ne sont pas assez travaillées sur le plan esthétique, elles sont souvent trop nombreuses, trop hautes ou altèrent l'architecture. Les dispositifs temporaires (banderoles, chevalets etc.) envahissent l'espace public.

En bordure des grands axes et dans les grands centres d'activité, la publicité est trop dense ; la hauteur et la surface des panneaux sont souvent inadaptées au contexte. La qualité du matériel publicitaire est quelquefois à déplorer et son installation à proximité des habitations ou sur des clôtures est préjudiciable au cadre de vie.

Les enseignes connaissent des excès qui n'apportent rien aux entreprises qu'elles signalent et polluent la lecture du paysage : Principalement, la hauteur et la surface des enseignes scellées au sol sont excessives. La hauteur des lettres des enseignes en toiture gêne les perspectives.

La publicité et les enseignes numériques sont encore peu présentes sur la ville, mais leur développement est à maîtriser impérativement.

Présentation des orientations générales :

La combinaison des objectifs et du diagnostic a permis de définir les orientations suivantes :

ORIENTATIONS RELATIVES AUX PUBLICITÉS

- 1. Interdire totalement la publicité dans les zones naturelles et dans les zones non-bâties
- 2. Déterminer sans ambiguïté les lieux agglomérés où la publicité est admise
- 3. Dans le parc naturel régional et dans le secteur sauvegardé, lever l'interdiction des publicités tout en ne les admettant que sur mobilier urbain
- 4. Espacer les publicités
- 5. Affiner l'esthétique des matériels publicitaires et leur intégration dans le cadre de vie
- 6. Réduire la surface et la hauteur maximum des publicités
- 7. Préserver la perception du bâti
- 8. Définir les lieux où les dispositifs numériques et les bâches publicitaires sont autorisés, et fixer leur surface maximum
- 9. Adopter des horaires d'extinction nocturne adaptés à l'activité narbonnaise afin de réduire la facture énergétique

ORIENTATIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES

- 10. Limiter le nombre et la surface des enseignes perpendiculaires et parallèles
- 11. Abaisser la hauteur des enseignes sur les façades
- 12. Restaurer la lisibilité de l'architecture des bâtiments où sont installées les enseignes
- 13. Encadrer les dispositifs temporaires, les chevalets et les enseignes lumineuses
- 14. Inciter à l'emploi de matériaux ou techniques valorisants
- 15. Restreindre l'occultation des vitrines
- 16. Réduire la surface maximum des enseignes scellées au sol
- 17. Limiter l'impact sur les perspectives des enseignes en toiture

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;

Vu le code de l'environnement, notamment l'article L.581-14-1 qui prescrit que les règlements locaux de publicité sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme ;

Vu le code de l'urbanisme, notamment l'article L.153-12 qui prescrit qu'un débat au sein du conseil municipal sur les orientations du projet doit se tenir deux mois au plus tard avant l'examen du projet ;

Vu la délibération en date du 4 mai 2017 de la ville de Narbonne qui prescrit la révision du RLP, fixe les objectifs poursuivis et les modalités de concertation.

Après que les orientations générales ont été présentées, le conseil municipal a débattu.

Vu l'avis de la commission de l'Urbanisme, du Cadre de vie et de la Solidarité, je vous propose :

- de prendre acte des orientations générales du projet de RLP et des termes du débat.
- de charger Monsieur le Maire ou son représentant légal dûment désigné d'exécuter la présente délibération, et notamment de signer tout document de type administratif, technique ou financier relatif à ce dossier.

Le conseil municipal prend acte.

Acte certifié exécutoire par
Publication le 27 JUIN 2017
Réception par la sous-préfecture
de Narbonne le 27 JUIN 2017
(si transmission prévue par fax textuel)
Pour le Maire de Narbonne
et par délégation,
Emilie NICOLAS
Chef du service des Affaires Juridiques



M. Le Maire

Me Didier MOULY

Ville de Narbonne
DELIBERATION DU CONSEIL MUNICIPAL

Département
DE L'AUDE

Le 31 janvier 2019, le Conseil Municipal s'est réuni en session ordinaire, par convocation en date du jeudi 24 janvier 2019

Sous la présidence de M. Didier MOULY

Présents :

M. Didier MOULY, M. Bertrand MALQUIER, Mme Emma BELLOTTI-LASCOMBES, Mme Evelyne RAPINAT, M. Jean-Paul CESAR, Mme Sylvie ALAUX, Mme Yamina ABED, M. Eric PARRA, M. Yves PENET, M. Jacques PAIRO, M. Alain VICO, M. Guy CLERGUE, Mme Caroline OLIVAS-GUISSET, M. Robert DEJEAN, M. Jean-Claude JULES, M. Jean-Pierre COURREGES, M. Serge FUSTER, M. Xavier BELART, M. Jean-Michel ALVAREZ, Mme Sandrine MONTAGNE, Mme Gaëlle PAVAN, Mme Agnès PUYBAREAU, M. Jacques ADRADOS, M. Jacques BASCOU, M. Marc ORTIZ, Mme Héliène SANDRAGNÉ, Mme Sabine FLAUTRE, Mme Isabelle HERPE, M. Nicolas SAINTE-CLUQUE, Mme Sabine PEYROUZEL, Monsieur Patrick BARDY, M. Christian LOUMAGNE, Mme Marie-Noëlle GARBAY

Absents ayant donné procuration :

Mme Dominique MARTIN-LAVAL, M. Jean-Marie ORRIT, Mme Cyrielle BOUISSET, M. Tristan LAMY, Mme Catherine BOSSIS, Mme Corinne AMOROS

Absents :

Mme Zohra TEGGOUR, M. Vincenzo GIARDINA, Mme Rabiye MONTÖR, Mme Ophélie LE BERRE, Mme Julie RIPERT, M. Jean-Marc PEREA

Secrétaire de séance élu selon l'article L 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales : Mme Evelyne RAPINAT

**OBJET : ESPACE PUBLIC - REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) -
BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRET DU PROJET (CHOIX)
SELON LES DISPOSITIONS PREVUES PAR LE CODE DE L'
URBANISME**

Eric PARRA expose :

Par délibération municipale en date du 4 mai 2017, la Ville de NARBONNE a décidé de prescrire l'élaboration du règlement local de publicité (RLP) sur l'ensemble du territoire communal, et d'organiser une concertation afin de recueillir les observations du public.

Le RLP permet d'adapter la réglementation nationale aux particularités paysagères et économiques de la commune. Il se substitue pour partie à la réglementation nationale en la renforçant.

Objectifs de la révision

- La prescription à l'échelle de l'ensemble du territoire traduit l'ambition de la ville au regard des objectifs suivants :
- Mettre en valeur les espaces naturels. *La commune a gardé un écrin naturel, où la publicité n'a pas sa place. Elle est d'ailleurs partiellement interdite par simple application du règlement national ;*
- Adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération. *La publicité est interdite hors agglomération. Le zonage du futur RLP doit donc reprendre rigoureusement les contours de l'agglomération telle que définie par arrêté municipal du 16 mars 2016 ;*
- Déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale. *Dans les parties de l'agglomération couverte par le site patrimonial remarquable (secteur sauvegardé), par le parc naturel régional, ainsi qu'aux abords des monuments historiques, il est envisageable d'accorder une place à la publicité, notamment celle qui est supportée par le mobilier urbain ;*

- Fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville. *L'attractivité du centre-ville peut être renforcée par l'harmonisation des enseignes, qui assurera une meilleure mise en valeur de l'architecture. La cohérence avec les règles du plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) sera assurée. La lisibilité des commerces s'en trouvera améliorée ;*
- Alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives. *Les entrées de ville subissent des concentrations de publicités et d'enseignes. L'anarchie et la faible qualité des dispositifs provoquent une dégradation du paysage et rendent difficile l'orientation des usagers de la voie publique ;*
- Encadrer les technologies nouvelles. *Publicités et enseignes numériques ont déjà investi le territoire narbonnais. Progrès technologique pouvant donner une image dynamique de la ville, la multiplication de ces dispositifs n'est pas souhaitable pour le cadre de vie et leur présence n'est pas acceptable en tous lieux ;*
- Contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale. *Les horaires d'extinction nocturne nationaux (1h/6h) sont à adapter à l'activité réelle narbonnaise. Au-delà de la quiétude des habitants, les économies d'énergie constituent un enjeu national.*

La révision du règlement local de publicité a nécessité une étude au cours de laquelle ont été pris en compte :

- le bilan des dispositifs existants (légaux ou non) ;
- les projets d'aménagement de la ville ;
- la demande ou les besoins locaux exprimés par les acteurs économiques, les associations ou les administrés.

Modalités de la concertation

Conformément aux dispositions des articles L. 103-2 et suivants du code de l'urbanisme - applicables aux plans locaux d'urbanisme et à l'élaboration d'un règlement local de publicité en application des dispositions de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, les habitants, les associations et les autres personnes concernées ont été associés pendant toute la durée d'élaboration du projet.

Conformément à la délibération du 4 mai 2017 prescrivant la révision du règlement local de publicité, cette concertation devait s'organiser selon les modalités suivantes :

- diffusion des documents d'études mis à jour régulièrement sur le site internet de Narbonne ;
- information de l'avancement du projet de RLP dans le bulletin municipal ;
- mise à disposition du public pendant toute la durée d'élaboration du projet de RLP d'un dossier comprenant les études mises à jour au fur et à mesure de leur avancement, consultable à la mairie ;
- mise à disposition à la mairie d'un registre sur lequel le public pourra porter ses observations écrites ;
- organisation d'une réunion publique ;
- organisation de réunions avec les personnes publiques associées et les personnes concernées (afficheurs, commerçants...).

Bilan de la concertation :

Les mesures de publicité ont été effectuées par l'affichage de la délibération en Hôtel de Ville et mairies annexes du 23 mai 2017 au 26 juin 2017 inclus. Un avis au public a été diffusé via le site Internet de la ville le 1^{er} juin 2017 et dans la presse locale le 4 juin 2017.

Un registre destiné aux observations de toute personne intéressée a été mis à disposition du public aux services techniques municipaux de 08h15 à 11h50 et de 14h00 à 18h00, du lundi au vendredi depuis le 19 mai 2017.

Un débat sur les orientations générales du projet de règlement local de publicité a été organisé au sein du conseil municipal le 22 juin 2017. Un article sur le sujet a été publié dans la presse locale le 24 juin 2017.

3.6

La phase de concertation s'est poursuivie le 25 septembre 2017 avec l'organisation de 3 réunions :

- une réunion de travail avec les afficheurs et les professionnels des enseignes et des publicités,
- une réunion de travail avec les personnes publiques associées,
- une réunion publique sous la présidence de Monsieur le Maire.

Un article a été publié dans la presse locale le 3 octobre 2017.

Le 16 octobre 2017, le document de présentation répertoriant les orientations du RLP a complété le dossier mis à la disposition du public.

Une nouvelle information sur le site Internet de la ville a été privilégiée le 19 octobre 2017 en raison de la réactivité au regard d'une diffusion dans le magazine municipal.

Le 13 décembre 2018, une nouvelle réunion a été organisée sur le projet de trame réglementaire en présence des personnes publiques associées ainsi qu'une réunion spécifique avec le syndicat des vignerons du Massif Classé de la Clape.

La phase de concertation n'a pas révélé de remarques sur le registre mis à la disposition du public. Un relevé d'observations émis à l'issue des différentes réunions a été pris en compte lors de l'élaboration du document.

Le conseil municipal doit désormais tirer le bilan de la concertation et arrêter le projet de règlement local de publicité qui sera communiqué pour avis aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L. 132-7 et suivants et L. 153-16 et suivants du code de l'urbanisme, à la commission départementale nature, paysages et sites et soumis à enquête publique.

Vu les dispositions du chapitre 1^{er} Titre VIII du livre V du code de l'environnement relatif à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes, notamment ses articles L. 581-14 et suivants ;

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;

Vu le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes ;

Vu les dispositions du code de l'urbanisme, et plus particulièrement les articles L. 103-2 et suivants ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du 4 mai 2017 prescrivant la révision du règlement local de publicité et fixant les modalités de la concertation ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du 22 juin 2017 sur le débat des orientations générales du projet de règlement local de publicité ;

Vu les actions menées dans le cadre de la concertation ;

Vu le projet d'élaboration du règlement local de publicité, et notamment, le rapport de présentation, les documents graphiques, le règlement et les annexes ;

Considérant que ce projet est prêt à être transmis pour avis aux personnes publiques qui ont été associées à son élaboration et aux organismes qui ont demandé à être consultés,

Vu l'avis de la Commission de l'Urbanisme, du Cadre de Vie et de la Solidarité, je vous propose :

- de tirer le bilan de la concertation préalable à l'élaboration du règlement local de publicité ;
- d'arrêter le projet d'élaboration du règlement local de publicité de la ville de Narbonne, tel qu'il est annexé à la présente ;
- de décider que le projet de RLP sera communiqué pour avis
- aux personnes publiques associées, ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. Il sera également transmis pour avis aux présidents d'associations agréées qui en ont fait la

3.0

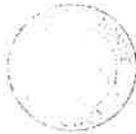
- demande ;
- à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites ,
- conformément aux dispositions de l'article R.123-18 alinéa 2 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée en mairie pendant un mois et publiée au recueil des actes administratifs de la commune conformément aux dispositions de l'article L.2121-24 et R.2121-10 du code général des collectivités territoriales et annexée au dossier d'enquête publique ;
- de charger Monsieur le Maire ou son représentant légal dûment désigné, d'exécuter la présente délibération et, notamment, de signer tout document de type administratif, technique ou financier relatif à ce dossier.

Le conseil adopte à l'unanimité

Didier Mouly

M. Le Maire
Me Didier MOULY

Acte certifié exécutoire par
 Publication le 4/2/19
 Réception par le sous-préfet de Montpellier le 4/2/19
 Pour la Préfecture de Montpellier
 et par le Maire de Montpellier
 Emile DUBOIS,
 Chef du service des Affaires Juridiques



[Handwritten signature]

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DECISION DU

TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE
MONTPELLIER

15/07/2019

N° E19000117 /34

LE PRÉSIDENT DU TRIBUNAL ADMINISTRATIF

Décision portant désignation d'un commissaire-enquêteur

CODE : 1

Vu enregistrée le 05/07/2019, la lettre par laquelle Monsieur le Maire demande la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique *pour le projet de révision du règlement local de publicité de NARBONNE* ;

Vu la décision en date du 15 octobre 2018 par laquelle le Président du tribunal administratif a délégué M. Louis-Noël LAFAY, premier conseiller, pour procéder à la désignation des commissaires-enquêteurs ;

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2019 ;

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L 123-1 et suivants et R 123-5 ;

DECIDE

ARTICLE 1 : Monsieur Claude CAZES est désigné en qualité de commissaire enquêteur pour l'enquête publique mentionnée ci-dessus.

ARTICLE 2 : Pour les besoins de l'enquête publique, le commissaire enquêteur est autorisé à utiliser son véhicule, sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance, par la législation en vigueur.

ARTICLE 3 : L'indemnisation du commissaire-enquêteur sera assurée par le porteur de projet, la commune de NARBONNE en application de la décision du président du tribunal administratif fixant les sommes qui lui sont dues.

ARTICLE 4 : La présente décision sera notifiée à Monsieur le Maire de NARBONNE et à Monsieur Claude CAZES.

Fait à Montpellier, le 15/07/2019

Le Magistrat-délégué,


Louis-Noël LAFAY

Ville de Narbonne

Objet :

ENQUÊTE PUBLIQUE POUR LA REVISION DU
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Arrêté Temporaire

Le Maire de la Ville de NARBONNE,

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;
Vu le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes ;
Vu le code de l'environnement et notamment ses articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 ainsi que ses articles L.123-1 à L.123-18 et R.123-1 à R.123-43 ;
Vu le code de l'urbanisme et notamment ses articles L.153-19 et R.153-8 ;
Vu la délibération du conseil municipal en date du 14 octobre 1992 approuvant le règlement local de publicité de Narbonne ;
Vu la délibération du conseil municipal en date du 4 mai 2017 prescrivant la révision du règlement local de publicité et fixant les modalités de la concertation ;
Vu la délibération du conseil municipal en date du 22 juin 2017 sur le débat des orientations générales du projet de règlement local de publicité ;
Vu la délibération du conseil municipal en date du 31 janvier 2019 arrêtant le projet d'élaboration du règlement local de publicité, et notamment, le rapport de présentation, les documents graphiques, le règlement et les annexes et faisant le bilan de la concertation ;
Vu les avis des personnes publiques associées consultées sur le projet de révision du règlement local de publicité ;
Vu l'avis favorable de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites de l'Aude en date du 1er juillet 2019 ;
Vu les pièces du dossier soumis à enquête publique ;
Vu la décision n° E19000117/34 du Président du tribunal administratif en date du 15 juillet 2019 désignant le commissaire enquêteur ;
Considérant que le projet de révision du règlement local de publicité doit faire l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre 1er du code de l'environnement en application de l'article L.153-19 du code de l'urbanisme ;

ARRETE

ARTICLE 1er : Il sera procédé à une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Narbonne.

Les objectifs assignés à cette révision sont les suivants :

- mettre en valeur les espaces naturels,
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale,
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville,
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives,
- encadrer les technologies nouvelles,

5.a

- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale (horaires d'extinction nocturne).

ARTICLE 2 : La personne responsable du projet de de révision du règlement local de publicité est Me Didier MOULY, Maire de Narbonne (Hôtel de Ville, 11100 NARBONNE).

Toutes informations techniques relatives au projet pourront être demandées à M. Frédéric BONAVIA, responsable de la planification, par courriel (f.bonavia@mairie-narbonne.fr) ou par téléphone (04 68 90 26 41).

ARTICLE 3 : Monsieur Claude CAZES, a été désigné commissaire enquêteur par décision n° E19000117/34 du 15 juillet 2019 du Président du tribunal administratif de Montpellier.

ARTICLE 4 : Cette enquête publique se tiendra dans les locaux des services techniques municipaux (10 quai Dillon 11108 NARBONNE) pendant 36 jours consécutifs, du lundi 12 août 2019 à partir de 8h15 au lundi 16 septembre 2019 jusqu'à 17h00.

ARTICLE 5 : Le dossier d'enquête publique sera disponible pendant toute la durée de l'enquête sur le site internet de la commune : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Seront tenus à la disposition du public, au siège de l'enquête (dans les locaux des services techniques municipaux - 10 quai Dillon 11108 NARBONNE) et pendant toute la durée de l'enquête, tous les jours de la semaine de 8h15 à 11 h50 et de 14h00 à 18h00, à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés :

- les pièces du dossier d'enquête et le registre d'enquête publique, à feuillets non mobiles, côtés et paraphés par le commissaire enquêteur sur support papier,

- un poste informatique garantissant un accès gratuit au dossier d'enquête par voie dématérialisée,

Toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de la mairie de Narbonne dès la publication du présent arrêté.

ARTICLE 6 : Le public pourra :

- transmettre ses observations et propositions à l'attention du commissaire enquêteur par voie électronique (enquetepublique-rip@mairie-narbonne.fr) ou par correspondance (Monsieur le Commissaire Enquêteur - Mairie de Narbonne - Direction de l'urbanisme - 10 quai Dillon - BP 823 - 11108 NARBONNE).

- consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur le registre d'enquête à feuillets non mobiles, côtés et paraphés par le commissaire enquêteur, ouvert à cet effet.

Les observations et propositions du public transmises par voie postale ou par voie électronique ou reçues par le commissaire enquêteur, seront consultables dans les locaux des services techniques municipaux - 10 quai Dillon 11108 NARBONNE et sur le site internet de la commune de Narbonne : <https://www.narbonne.fr/RLP> pendant toute la durée de l'enquête.

Les observations du public seront consultables et communicables sur support papier aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

Toutes les observations réceptionnées avant la date d'ouverture et après la date de clôture de l'enquête ne pourront pas être pris en considération par le Commissaire enquêteur.

ARTICLE 7 : Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations dans les locaux des services techniques municipaux situé au 10 quai Dillon 11108 NARBONNE, aux dates et heures suivantes :

- le mardi 20 août 2019, de 9h00 à 11h50,

- le lundi 2 septembre 2019, de 9h00 à 11h50,

- le lundi 9 septembre 2019, de 9h00 à 11h50,

- le lundi 16 septembre 2019, de 14h00 à 17h00.

ARTICLE 8 : À l'expiration du délai d'enquête, le registre sera mis à la disposition du commissaire enquêteur et clos par lui. Dès réception du registre et des documents annexés, le commissaire enquêteur rencontrera, dans la huitaine, le responsable du projet et lui communiquera les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le responsable du projet disposera d'un délai de quinze jours pour produire son mémoire en réponse.

ARTICLE 9 : À compter de la date de clôture de l'enquête, le commissaire enquêteur disposera d'un délai de trente jours pour établir et transmettre au maire de Narbonne son rapport accompagné de l'exemplaire du dossier soumis à l'enquête, du registre et des pièces annexées.

Ses conclusions feront l'objet d'une présentation séparée précisant si elles sont favorables, favorables sous réserves ou défavorables au projet.

Il transmettra simultanément une copie du rapport et des conclusions motivées au Président du tribunal administratif de Montpellier.

Dès réception du rapport et des conclusions par le maire de Narbonne, celui-ci en adressera copie au Préfet de l'Aude.

ARTICLE 10 : Le rapport et les conclusions motivées du commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public aux services techniques municipaux (10 quai Dillon 11108 NARBONNE) ainsi qu'à la sous-préfecture de NARBONNE (45 Bd Général de Gaulle, 11100 NARBONNE) pendant un an à compter de la date de clôture de l'enquête aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Les personnes intéressées pourront en obtenir communication dans les conditions prévues au titre 1er de la loi du 17 juillet 1978.

Ce rapport et conclusions seront également publiés sur le site internet de la Commune de Narbonne : <https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>.

ARTICLE 11 : Le dossier d'enquête comprendra entre autres le projet de révision du règlement local de publicité de Narbonne, une note de présentation, les avis rendus des personnes publiques associées et le bilan de la concertation.

ARTICLE 12 : Un avis faisant connaître l'ouverture de l'enquête sera publié quinze jours au moins avant le début de celle-ci et rappelé dans les huit premiers jours de l'enquête dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le Département de l'Aude.

Cet avis sera affiché quinze jours au moins avant le début de l'enquête publique et pendant toute la durée de celle-ci sur les lieux suivants : à l'Hôtel de ville, à chacune des trois mairies annexes (Baliste, Narbonne Plage et maison des services du quartier Saint-Jean Saint-Pierre), dans les locaux des services techniques municipaux, et publié sur le site internet officiel de la commune : <https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>.

Ces mesures publicitaires seront justifiées par un certificat du Maire qui sera remis au commissaire-enquêteur à l'issue de l'enquête publique.

ARTICLE 13 : La décision qui pourra être adoptée au terme de la procédure sera une délibération du Conseil Municipal de Narbonne approuvant la 1ère révision du règlement local de publicité éventuellement modifiée pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

ARTICLE 14 : Une copie du présent arrêté sera adressée à Monsieur le Commissaire Enquêteur, Monsieur le Préfet de l'Aude et à Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Montpellier.

FAIT en l'Hôtel de Ville de Narbonne
le 17 Juillet 2019

Signé

Maître Didier MOULY,
Maire de NARBONNE

Visé le
24/07/2019
à la Sous Préfecture de Narbonne

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Révision du Règlement Local de Publicité

Une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de NARBONNE a été prescrite par Arrêté Municipal n°2019374 du 17 juillet 2019 pour une durée de 36 jours, soit

du 12 août à 8h15 au 16 septembre 2019 jusqu'à 17h,
dans les locaux des services techniques municipaux (10 quai Dillon NARBONNE).

Les objectifs assignés à cette révision sont les suivants :

- mettre en valeur les espaces naturels,
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale,
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville,
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives,
- encadrer les technologies nouvelles,
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale (horaires d'extinction nocturne).

La décision qui pourra être adoptée au terme de la procédure sera une délibération du Conseil Municipal de Narbonne approuvant la révision du RLP éventuellement modifiée pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

La personne responsable du projet est Me Didier MOULY, Maire de Narbonne (Hôtel de Ville, 11100 NARBONNE). La personne à qui toutes informations techniques peuvent être demandées est M. Frédéric BONAVIA, responsable planification : f.bonavia@mairie-narbonne.fr - tel : 04 68 90 26 41.

Le commissaire enquêteur est M. Claude CAZES. Il se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations et propositions dans les locaux des services techniques municipaux situés au 10 quai Dillon, aux dates et heures suivantes :

- le mardi 20 août 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 2 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 9 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 16 septembre 2019, de 14h à 17h.

Le dossier d'enquête publique sera disponible pendant toute la durée de l'enquête sur le site Internet de la commune : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Le dossier et le registre d'enquête publique sur support papier et un poste informatique garantissant un accès gratuit au dossier par voie dématérialisée seront tenus à la disposition du public au siège de l'enquête (services techniques municipaux) et pendant toute la durée de l'enquête, tous les jours de la semaine de 8h15 à 11h50 et de 14h à 18h, à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de la mairie de Narbonne dès la publication du présent arrêté.

Le public pourra transmettre ses observations et propositions à l'attention du commissaire enquêteur par voie électronique (enquetepublique-rlp@mairie-narbonne.fr) ou par correspondance (Mairie de Narbonne - Direction de l'urbanisme - 10 quai Dillon - 11108 NARBONNE) et consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur le registre d'enquête à feuillets non mobiles, côtés et paraphés par le commissaire enquêteur, ouvert à cet effet.

Les observations du public seront consultables et communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

Les observations et propositions du public transmises par courrier électronique seront consultables sur le registre d'enquête et sur le site internet de la commune de Narbonne à l'adresse suivante : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Le dossier d'enquête comprendra entre autres : le projet de révision du règlement local de publicité de Narbonne, une note de présentation, le bilan de la concertation, les avis rendus des personnes publiques associées et l'avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

Le rapport et les conclusions du Commissaire Enquêteur seront tenus à la disposition du public aux services techniques municipaux ainsi qu'à la sous-préfecture de NARBONNE pendant une durée d'un an à compter de la date de clôture de l'enquête. Ils seront également publiés sur le site internet de la commune de Narbonne (<https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>).

Credit Agricole	11,00	-0,45	+16,65	Ipsos	24,00	-2,83	+16,65	Sanofi	75,95	+0,73	+0,38	Wendel Invest	126,50	+1,3
Danone	76,40	+1,55	+27,46	JC Decaux SA	25,35	+1,44	+3,43	Sartorius Sted Bio	145,90	+0,69	+67,03	Worldline	64,55	-0,5

MATIÈRES PREMIÈRES	
PÉTROLE	
Le baril à Londres	+1,09 % à 63,77 \$
OR	
Ounce d'or à Londres	1 414,70 \$

DEVISES					
BILLET GOUCHE					
Monnaie	Actual	Verse	Préc	Départ	Salut
Etats-Unis USD	0,8906	0,9086	0,8954	0,8996	+0,47
Suisse CHF	0,8918	0,9190	0,9056	0,9054	-0,02
Royaume-Uni GBP	1,0977	1,1311	1,1186	1,1144	-0,38

MARCHÉ DE L'OR		Pce 50 pesos mex	1 554,7
Verseurs	Compt	%Var	Pce latine 20 F 239,5
Lingot de 1 KG	40 730,00	-1,71	Pce Suisse 20 F 248,01
Pce 20 \$ USD	1 400,00	+0,72	Souverain 304,91
Pce 20 F (Napoléon)	244,60	-0,08	

L'INDEPENDANT
SAMEDI
27 JUILLET 2019



AVIS PUBLICS

Enquêtes publiques



Narbonne
AU CŒUR DES POSSIBLES

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Révision du Règlement Local de Publicité

Une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de NARBONNE a été prescrite par Arrêté Municipal n°2019374 du 17 juillet 2019 pour une durée de 36 jours, soit du 12 août à 8h15 au 16 septembre 2019 jusqu'à 17h, dans les locaux des services techniques municipaux (10 quai Dillon NARBONNE).

Les objectifs assignés à cette révision sont les suivants :

- mettre en valeur les espaces naturels,
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale,
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville,
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives,
- encadrer les technologies nouvelles,
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale (horaires d'extinction nocturne).

La décision qui pourra être adoptée au terme de la procédure sera une délibération du Conseil Municipal de Narbonne approuvant la révision du RLP éventuellement modifiée pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

La personne responsable du projet est Me Didier MOULY, Maire de Narbonne (Hôtel de Ville, 11100 NARBONNE). La personne à qui toutes informations techniques peuvent être demandées est M. Frédéric BONAVIA, responsable planification : f.bonavia@mairie-narbonne.fr - tel : 04 68 90 26 41.

Le commissaire enquêteur est M. Claude CAZES. Il se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations et propositions dans les locaux des services techniques municipaux situés au 10 quai Dillon, aux dates et heures suivantes :

- le mardi 20 août 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 2 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 9 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 16 septembre 2019, de 14h à 17h.

Le dossier d'enquête publique sera disponible pendant toute la durée de l'enquête sur le site Internet de la commune : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Le dossier et le registre d'enquête publique sur support papier et un poste informatique garantissant un accès gratuit au dossier par voie dématérialisée seront tenus à la disposition du public au siège de l'enquête (services techniques municipaux) et pendant toute la durée de l'enquête, tous les jours de la semaine de 8h15 à 11 h50 et de 14h à 18h, à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de la mairie de Narbonne dès la publication du présent arrêté.

Le public pourra transmettre ses observations et propositions à l'attention du commissaire enquêteur par voie électronique (enquete@narbonne.fr) ou par correspondance (Mairie de Narbonne - Direction de l'urbanisme - 10 quai Dillon - 11108 NARBONNE) et consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur le registre d'enquête à feuillets non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, ouvert à cet effet.

Les observations et propositions du public transmises par courrier électronique seront consultables sur le registre d'enquête et sur le site internet de la commune de Narbonne à l'adresse suivante : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Les observations du public seront consultables et communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

Le dossier d'enquête comprendra entre autres : le projet de révision du règlement local de publicité de Narbonne, une note de présentation, le bilan de la concertation, les avis rendus des personnes publiques associées et l'avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

Le rapport et les conclusions du Commissaire Enquêteur seront tenus à la disposition du public aux services techniques municipaux ainsi qu'à la sous-préfecture de NARBONNE pendant une durée d'un an à compter de la date de clôture de l'enquête. Ils seront également publiés sur le site internet de la commune de Narbonne (<https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>).

Publiez facilement
votre annonce légale
en quelques clics
sur
www.legale-online.fr

PROFESSIONNELS DU CHIFFRE ET DU DROIT,

VOTRE NOUVEAU SERVICE GRATUIT
ET SANS ABONNEMENT POUR ACCÉDER
À VOTRE ESPACE SÉCURISÉ AFIN DE :



gérer vos
publications légales
et celles de vos clients ;

publier dans les meilleurs
délais et télécharger
immédiatement vos devis
et attestations de parution ;

archiver vos historiques
de publication.

Une équipe dédiée de proximité
pour vous accompagner : **04 67 07 69 38**
annonces.legales@lindependant.com

Consultation des marchés publics

Entreprises, de nouveaux marchés
s'offrent à vous !

Inscrivez-vous à notre
service d'alerte gratuit
et disposez des avantages
offerts par midilibre-legales.com

- consultation des marchés régionaux
et nationaux
- téléchargement du règlement
des consultations
- téléchargement DCE
- dépôt de candidatures
et/ou offre dématérialisée



lindependant-legales.com

Partenaire de : francemarchés.com

- Aveyron
- Hérault

Ligne supplément

- 3,50 € (une édition)
- 6,50 € (deux éditions)
- 9,50 € (toutes éditions)

1re date

+10€
Votre PA avec
En vente uniquement sur

Par courrier

Remplissez ce bon de commande
MidiMédia Publicité - 2, 1

Nom, prénom :

Adresse :

Ville :

Code postal :

Par téléphone

IMMO - AUTO-DIV
04 3000

OFFRES D'EMPLOI
04 3000

Sous 48 h après réception
le plus proche, avec un

Bonnes affaires
du Languedoc-Roussillon et de l'Aveyron

es comme externes contri-
MIDI LIBRE
 27 juillet 2019

ement, vous êtes expéri-
 le secteur de l'événemen-
 erciale et de force de convic-
 urs projets en parallèle.

bre **L'INDEPENDANT** Centre Presse
job@midilibre.com

DI
IONS
 ande
 entative cher-
 mpagnie, cul-
 ances phy-
 sion des
 ntre loge-
 ans pro-
 3.68.10.90

fres
 an CERDA-
 FONT-RO-
 he PLOM-
 SIE (H/F)
 ation, prise de
 s B obligatoire.
 mail : sarila-

arcutiers
 (500), Bou-
 Recherche
 ER (H/F)
 1.73.48 ou
 tail : lesge-

et
its
 é en
affaires
MAN
TANT
QUE
enté

ssiers
ntabilité
omplet
v
ivation
793 à
re.com

Chatons
 Part. Vend chiots bouledogue fran-
 çais 1of disponibles 3 mois fauve
 brngé, vaccinés, pucés, avec certi-
 ficat de bonne santé, n° de portée ;
 1of-201911225-2019-1 les chiots vi-
 vent en famille et sont très bien so-
 ciabilisés, les parents sont visibles
 et descendent de la lignée du terrier
 de Ionitroide, de landouar, le boule-
 dogue français est un petit chien de
 compagnie très câlin pour plus de
 renseignements, appelez moi au
 08.40.44.46.25.

Chats
 Chatons et chats ,toutes couleurs,
 calins. Livrés sur Occitanie. Visibles
 sur : paramourdeschats.org
 04.67.99.37.13

gie (labrador noir) et Ollie (braque
 blanc, gris, noir). Si vous les aperce-
 vez, merci de prendre une photo et
 contactez d'urgence Gabriella Tardy
 au 06.83.26.16.16

Contacts-Rencontres

Rencontres

ni club ni agence !
POINT RENCONTRES
MAGAZINE
 de 3400 annonces h et f
 de particulier à particulier
 avec leur téléphone
 pour des rencontres sérieuses
 sur votre région
documentation gratuite
 sous pli discret, appel gratuit
0 800 02 88 02

Stéphanie jeune divorcée ch. hom
 pour assouvir ses besoins de sexe
 uniquement. Rien de sérieux. Son
 tél : 06 01 40 08 52

JOSÉPHINE

 52 ans, femme pulpeuse
 à souhait, aimerait rencontre
 avec Homme plus jeune
 pour moments intimes.
Me tél. au
09 78 06 46 34

Elles te font l'amour au téléphone en
 direct et sans attente au
 0895895737. Discrétion assurée.
 (0.80
 /mn).

Amandine

 23 ans
 jolie blonde célib. en quête de
 bon tps avec H. Âge pas impor-
 tant. Reçois dans mon appart.
Me téléphoner au
08 95 69 40 24

06.12.14.28.22 MARIE célibataire,
 belle femme cougar qui aime les
 hommes, je reçois chez moi pour rdv
 discrets. FOTOS env. MARIE au
 62123

ANITA

 JF de 29 ans,
 dispo pour des relations
 sans lendemains uniquement.
 Ne veux plus souffrir.
Lul téléphoner au
08 95 07 92 07

Llara Fem Sexy 45A un peu coquine
 vous propose des moments câlins
 en toute discrétion. Mobile :
 06.21.45.01.82

Pour l'amour au téléphone avec les
 femmes les plus chaudes de ta ré-
 gion, appelle au 04.28.65.28.65. (cb
 sécu, chèque)

A la recherche d'1 rdv coquin avec
 une femme bcbg et discrète ? Apl
 LAURA au 0895 68 15 76œ(aby-
 0,80
 /mn)

Je suis dispo au
08 95 69 13 47

Mariages Unions

H. 52 ans, cadre militaire, muté dé-
 finitivement dans la région, épicu-
 rien, sportif et intellectuel, nombreux
 centres d'intérêt, souh. belle rencon-
 tre pour avenir serein avec D. Âge et
 situation en rapport. Ecrire à MIDI-
 MEDIA - APE - n° 586415 Mas de
 Grille 34430 St Jean de Vedas

Voyance

MAITRE SABOU
 Grand voyant médium-guérisseur.
 Résultats rapides. Paiement
 après résultats. Célébre don de
 naissance transmis de père en
 fils. 20 ans d'exp. Connu dans le
 monde entier. Vous parlez du pré-
 sent, passé et de l'avenir. Stop au
 tabac, alcool. Retour d'être aimé
 rapide. Chance aux jeux, affaires.
 Travail sérieux.
06.29.41.94.30
 52452574800017

Sciences occultes

M. FODE Gd MEDIUM VOYANT
 spécialiste retour de l'être aimé, ap-
 porte solution à vos problèmes, dé-
 truit Influences, désenvoûte. Tél
 04.67.42.83.64. (S. 350085189)

Amis et sorties

Homme 51 ans, aimant randonnées,
 montagne , mer, voyage et sorties,
 souhaite rencontrer une femme
 35/55 ans pour partager ces bons
 moments Ecrire à MIDI MEDIA-APE
 N° 591692 -Rue du mas de Grille-
 34430 Saint Jean de Vedas.

Détente

CARCASSONNE-LIGNES CORPS-
 relaxation-détente- bien être. Venez
 oublier le stress du quotidien-Tél :
 06.24.81.77.79 (S. 342991825)

L'institut KRIS'ALYDE à NAR-
 BONNE pour un modelage doux et
 sensuel. Femme, Homme. Du lundi
 au samedi. 06.10.29.64.61. (S.
 823491931)

PAMELA de passage sur ST
 PIERRE LA MER reçoit et se dé-
 place pour un agréable moment. Tel
 06.01.42.95.80. (797960820)

NARBONNE -SYLVIA, forte poitrine
 naturelle, 27 ans, pour un bon mo-
 ment de détente et de sensualité.
 Orliez pour la Qualité
 06.05.84.45.23 (S481855120)

Maison

Meuble, décoration
et bricolage
 Montpellier-Part. Achète violons mi-
 nimum 1000 € violoncelles mini-
 mum 3000 € en mauvais état mé-
 paiement comptant immédiat me dé-
 place gratuitement contacter Mon-
 sieur Dany tel 06 08 37 59 48

ACHETE meubles anciens : livres,
 pendules, luminaires, sculptures
 bronze et marbre, tableaux, bibelots,
 poupées, vases, cartes postales,
 montres... Tél 04.67.12.18.34. Je
 me déplace sur appel.


 Part. Achète violons minimum 1000
 € et violoncelles minimum 3000 €
 même en mauvais état me déplace
 gratuitement paiement comptant im-
 médiat Contacter Monsieur David 06
 45 81 03 03

Achète tout objet ancien même très
 abimé, meuble, bibelot, horlogerie,
 carillon, luminaire, cheminée an-
 cienne, débarrasse maison com-
 plète déplacement toute distance,
 contact au 06.47.14.71.60

Part - achète violons 1000 € mini-
 mum et violoncelles 3000 € mini-
 mum. Même en mauvais état. Se dé-
 place. Tél: 06.06.72.99.96

RENTA, PISCINES, PISCINES, PISCINES,
 vascelle, literie, parking, jardin
 Off Roum Pyrénées 2000,
 charle BJI intergénérationnel,
 04.68.05.23.40 /06.86.71.92.03 le
 matin



ANNONCES LEGALES ET OFFICIELLES

AVIS PUBLICS

Enquêtes publiques

165559



Narbonne
 AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Révision du Règlement Local de Publicité

Une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de NARBONNE a été prescrite par Arrêté Municipal n°2019374 du 17 juillet 2019 pour une durée de 36 jours, soit du 12 août à 8h15 à 16 septembre 2019 jusqu'à 17h, dans les locaux des services techniques municipaux (10 quai Dillon NARBONNE).

- Les objectifs assignés à cette révision sont les suivants :
- mettre en valeur les espaces naturels,
 - adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
 - déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale,
 - fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville,
 - alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives,
 - encadrer les technologies nouvelles,
 - contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale (horaires d'extinction nocturne).

La décision qui pourra être adoptée au terme de la procédure sera une délibération du Conseil Municipal de Narbonne approuvant la révision du RLP éventuellement modifiée pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

La personne responsable du projet est Me Didier MOULY, Maire de Narbonne (Hôtel de Ville, 11100 NARBONNE). La personne à qui toutes informations techniques peuvent être demandées est M. Frédéric BONAVIA, responsable planification : lbonavia@mairie-narbonne.fr - tel : 04 68 90 26 41.

Le commissaire enquêteur est M. Claude CAZES. Il se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations et propositions dans les locaux des services techniques municipaux situés au 10 quai Dillon, aux dates et heures suivantes :

- le mardi 20 août 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 2 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 9 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 16 septembre 2019, de 14h à 17h.

Le dossier d'enquête publique sera disponible pendant toute la durée de l'enquête sur le site Internet de la commune : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Le dossier et le registre d'enquête publique sur support papier et un poste informatique garantissant un accès gratuit au dossier par voie dématérialisée seront tenus à la disposition du public au siège de l'enquête (services techniques municipaux) et pendant toute la durée de l'enquête, tous les jours de la semaine de 8h15 à 11 h50 et de 14h à 18h, à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de la mairie de Narbonne dès la publication du présent arrêté.

Le public pourra transmettre ses observations et propositions à l'attention du commissaire enquêteur par voie électronique (enqueteublique-rip@mairie-narbonne.fr) ou par correspondance (Mairie de Narbonne - Direction de l'urbanisme - 10 quai Dillon - 11108 NARBONNE) et consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur le registre d'enquête à feuillet non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, ouvert à cet effet.

Les observations et propositions du public transmises par courrier électronique seront consultables sur le registre d'enquête et sur le site internet de la commune de Narbonne à l'adresse suivante : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Les observations du public seront consultables et communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

Le dossier d'enquête comprendra entre autres : le projet de révision du règlement local de publicité de Narbonne, une note de présentation, le bilan de la concertation, les avis rendus des personnes publiques associées et l'avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites

Le rapport et les conclusions du Commissaire Enquêteur seront tenus à la disposition du public aux services techniques municipaux ainsi qu'à la sous-préfecture de NARBONNE pendant une durée d'un an à compter de la date de clôture de l'enquête. Ils seront également publiés sur le site internet de la commune de Narbonne (<https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>).



revoir aux tarifs annuels et aux modalités des annonces judiciaires et légales, le tarif à la ligne est fixé à 4,16 € ht pour 40 signes ou espaces ou 1,82 € ht le mm/col. Contact : Midimédia Tél 04.67.07.69.35 ou 04.3000.2020 - Fax 04.67.07.69.39 - Courriel : annonces.legales@lindependant.com

AVIS PUBLICS

Enquêtes publiques

155565



AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Révision du Règlement Local de Publicité

Une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de NARBONNE a été prescrite par Arrêté Municipal n°2019374 du 17 juillet 2019 pour une durée de 36 jours, soit du 12 août à 8h15 au 16 septembre 2019 jusqu'à 17h, dans les locaux des services techniques municipaux (10 quai Dillon NARBONNE).

Les objectifs assignés à cette révision sont les suivants :

- mettre en valeur les espaces naturels,
- adapter le zonage aux nouveaux contours de l'agglomération,
- déterminer les possibilités et les conditions d'implantation de la publicité dans les lieux où un RLP peut déroger à l'interdiction nationale,
- fixer les règles d'agencement des enseignes dans le site patrimonial remarquable et plus globalement dans le centre-ville,
- alléger la pression publicitaire sur les grands axes et les zones commerciales et imposer des règles qualitatives,
- encadrer les technologies nouvelles,
- contribuer à la réduction de la facture énergétique nationale (horaires d'extinction nocturne).

La décision qui pourra être adoptée au terme de la procédure sera une délibération du Conseil Municipal de Narbonne approuvant la révision du RLP éventuellement modifiée pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

La personne responsable du projet est Me Didier MOULY, Maire de Narbonne (Hôtel de Ville, 11100 NARBONNE). La personne à qui toutes informations techniques peuvent être demandées est M. Frédéric BONAVIA, responsable planification : l.bonavia@mairie-narbonne.fr - tel : 04 68 90 26 41.

Le commissaire enquêteur est M. Claude CAZES. Il se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations et propositions dans les locaux des services techniques municipaux situés au 10 quai Dillon, aux dates et heures suivantes :

- le mardi 20 août 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 2 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 9 septembre 2019, de 9h à 11h50,
- le lundi 16 septembre 2019, de 14h à 17h.

Le dossier d'enquête publique sera disponible pendant toute la durée de l'enquête sur le site Internet de la commune : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Le dossier et le registre d'enquête publique sur support papier et un poste informatique garantissant un accès gratuit au dossier par voie dématérialisée seront tenus à la disposition du public au siège de l'enquête (services techniques municipaux) et pendant toute la durée de l'enquête, tous les jours de la semaine de 8h15 à 11h50 et de 14h à 18h, à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de la mairie de Narbonne dès la publication du présent arrêté.

Le public pourra transmettre ses observations et propositions à l'attention du commissaire enquêteur par voie électronique (enquetepublique-tp@mairie-narbonne.fr) ou par correspondance (Mairie de Narbonne - Direction de l'urbanisme - 10 quai Dillon - 11108 NARBONNE) et consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur le registre d'enquête à feuillets non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, ouvert à cet effet.

Les observations et propositions du public transmises par courrier électronique seront consultables sur le registre d'enquête et sur le site Internet de la commune de Narbonne à l'adresse suivante : <https://www.narbonne.fr/RLP>.

Les observations du public seront consultables et communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

Le dossier d'enquête comprendra entre autres : le projet de révision du règlement local de publicité de Narbonne, une note de présentation, le bilan de la concertation, les avis rendus des personnes publiques associées et l'avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

Le rapport et les conclusions du Commissaire Enquêteur seront tenus à la disposition du public aux services techniques municipaux ainsi qu'à la sous-préfecture de NARBONNE pendant une durée d'un an à compter de la date de clôture de l'enquête. Ils seront également publiés sur le site Internet de la commune de Narbonne (<https://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>).

Adressez le texte de vos
complètes (nom/prénom/adresse/courriel/téléphone)
➤ carnet@midilibre.com

Les conseillers sont à votre écoute
du lundi au dimanche de 13h00
➤ 04 3000 8000

AVIS D'OBSÈQUES

LIMOUX (AUDE), LÉVIGNAC (HAUTE-GARONNE).

Ses enfants, Daniel, Françoise et Pascal ;
ses petits-enfants et arrière-petits-enfants ;
parents et alliés

ont la douleur de vous faire part du décès de

Monsieur Paul CUXAC

survenu dans sa 95e année.

Les obsèques civiles seront célébrées le mardi 20 août 2019, à 10 heures, au cimetière de Lévigac (Haute-Garonne), où l'on se réunira.

Le corps du défunt repose à la maison funéraire Oscar Rougé à Limoux, où les visites sont possibles.

P.F.G. SERVICES FUNÉRAIRES
AGENCE DE LIMOUX
TÉL : 04 68 31 01 24

Marbrerie Jammes

à côté du cimetière à Lézignan-Corbières

Monuments funéraires dans l'Aude

DEVIS GRATUIT, CONSULTEZ-NOUS !
04 68 27 05 49 ou marbrerie.jammes@orange.fr

AVIS D'OBSÈQUES ET REMERCIEMENTS

ESPÉRAZA.

La famille PATALONE
a la douleur de vous faire part du décès de

Madame Ginette DOSIERE dite "GIGI"

survenu le 16 août 2019, à l'âge de 89 ans.
La cérémonie religieuse aura lieu le lundi 19 août 2019,
à 9 h 30, au crématorium de Trèbes, suivie de l'inhumation à 16 h 30, au cimetière d'Espérasa.
Un registre de condoléances est ouvert aux pompes funèbres Geninato à Espérasa.

La famille remercie toutes les personnes qui ont pris soin d'elle.

P.F. ESPERAZANNAISES
L.GENINATO
ESPERAZA
04.68.69.64.10

Pompes Funèbres et Marbrerie FRAISSE 04.68.33.59.30

Contrats obsèques 7j/7 24h/24
84, av Jean Jaurès
11110 Coursan
n°hab : 15.11.309
Chambre Funéraire, Atelier,
Magasin, Exposition
Transports av et ap mise en bière
Monuments, caveaux, gravures

COUSTOUGE, TOURNISSAN.

M. et Mme Henri COUDERC, son fils ;

ROQUEFORT-DE-SAULT.

M. François MARTY, son compag
M. Fabien CORSINI, son fils ;
M. Gérard AUTHIER, son frère
et Mme Marie-France DESCHAM
M. Jean-Pierre AUTHIER, son frère
et Mme Christine GIL ;
Loris, Inès, Camillo, ses petits-enfa
Séverine, Gislain, Nicolas, Anne, s
les familles AUTHIER, CORSINI, M
parents et alliés
vous font part du décès de

Madame Anne-Marie

La cérémonie religieuse sera célébré
à 10 h 30, en l'église de Roquefo
la crémation dans l'intimité familia
ANNE-MARIE repose au domicile
de condoléances est ouvert.

Le présent avis tient lieu de faire-
et de remerciements.

SARL VALETTE FUNERAIRE
11500 QUILL
TEL : 04 68 20 0

ROQUEFORT-DE-SAULT.

Mme le Maire,
le conseil municipal
et l'ensemble du personnel de Ro
ont le regret de vous faire part d

Madame Anne-Marie secrétaire de mairie de 1

Les obsèques auront lieu le lundi
à 10 h 30, en l'église de Roquefo
L'incinération qui suivra se fera da

Soutenez l'Oncopole de Toulouse contre le cancer dans v

Envoyez
vos dons à :



Fondation Toulouse Car
Oncopole, 1 avenue Irène
31059 Toulouse ce
Tél. : 05.31.15.57.31 - www.to

510505

REMERCIEM

BAGNOLS-SUR-CÈZE.

M. Jean LACOSTE ;
ses enfants et petits-enfants
vous remercient, très touchés par
pathie que vous leur avez témoi
sence, vos messages de condoléar

Madame Etienne



P.F. TILLIER
BAGNOLS
04.66.6



Narbonne
AU CŒUR DES POSSIBLES

Direction Générale des Services Techniques
Direction de l'Urbanisme

CERTIFICAT D'AFFICHAGE ET DE PUBLICATION

Je soussigné, M. Michel LAURENS, Directeur Général des Services Techniques de la ville de Narbonne, certifie avoir procédé à l'affichage de l'avis informant le public de l'ouverture **d'une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité de Narbonne**.

Cet avis d'enquête est resté affiché du vendredi 26 juillet 2019 au lundi 16 septembre 2019 soit 53 jours consécutifs sur les panneaux prévus à cet effet, à l'Hôtel de ville de Narbonne, au bâtiment des services techniques municipaux, à la Maison des Services et aux mairies annexes de Baliste et de Narbonne Plage.

Cet avis a aussi été mis, à la même période, sur le site internet de la ville de Narbonne (<http://www.narbonne.fr/enquetes-publiques>).

De plus, cet avis a été publié dans les deux journaux locaux « Midi libre » et « l'Indépendant » les samedis 27 juillet et 17 août 2019.

Fait à Narbonne le 16 09 2019

Pour le Maire,


Michel LAURENS
Directeur Général des Services Techniques



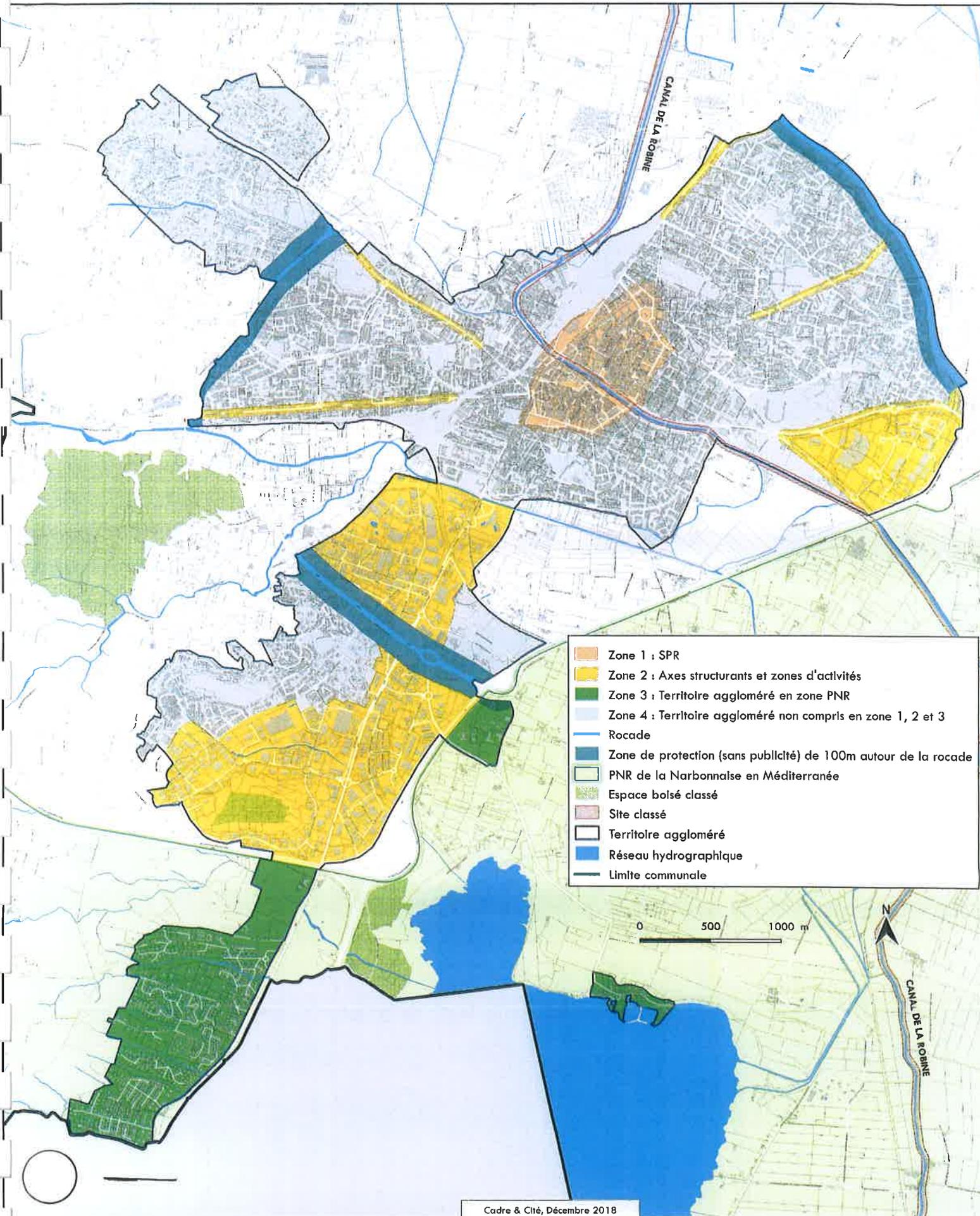
Narbonne

Annexe

7

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage



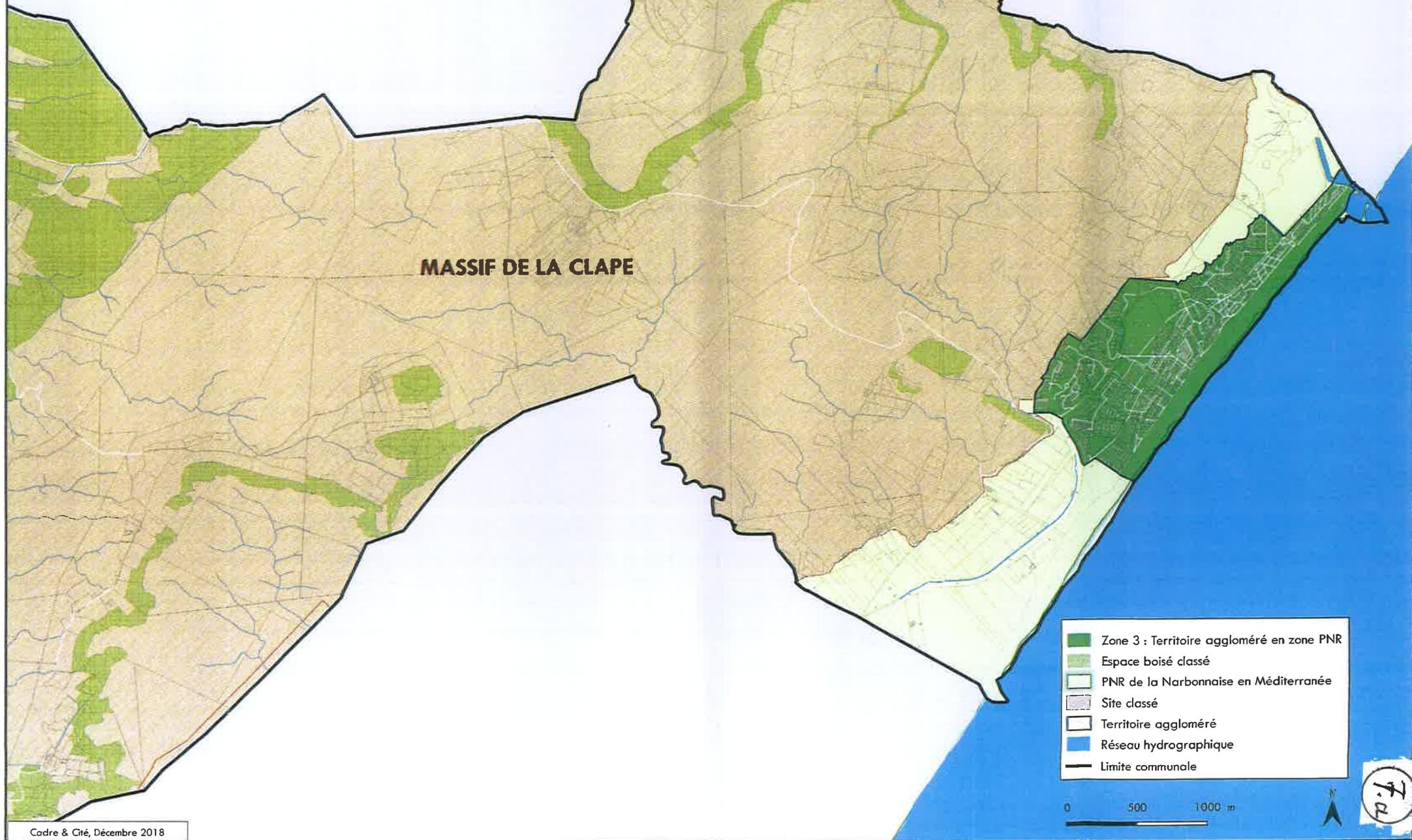
- Zone 1 : SPR
- Zone 2 : Axes structurants et zones d'activités
- Zone 3 : Territoire aggloméré en zone PNR
- Zone 4 : Territoire aggloméré non compris en zone 1, 2 et 3
- Rocade
- Zone de protection (sans publicité) de 100m autour de la rocade
- PNR de la Narbonnaise en Méditerranée
- Espace boisé classé
- Site classé
- Territoire aggloméré
- Réseau hydrographique
- Limite communale



Narbonne

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFECTURE / DÉPARTEMENT DE L'AUDE

COMMUNE DE NARBONNE

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Cocher la case correspondante

- Installations classées pour la protection de l'environnement
- Schémas de cohérence territoriale (S.C.O.T.)
- Plan local d'urbanisme (P.L.U.)
- Plan d'occupation des sols (P.O.S.)
- Carte communale
- Classement de voirie
- Divers

relatif à :

Projet de Révision du
Règlement Local de Publicité
de NARBONNE

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

8.6

Objet de l'enquête : Revision du Règlement Local de Publicité
de la ville de Narbonne.

Arrêté d'ouverture de l'enquête :

arrêté n° 2019374 en date du 17 juillet 2019 de

M. le Maire de : Narbonne

M. le Préfet de :

Président de la commission d'enquête — Commissaire enquêteur :

M. Claude CAZES qualité Commissaire enquêteur

Membres titulaires : M. _____ qualité _____

M. _____ qualité _____

M. _____ qualité _____

Membres suppléants : M. _____ qualité _____

M. _____ qualité _____

M. _____ qualité _____

Durée de l'enquête : date(s) d'ouverture : du lundi 12 août 2019 au lundi 16 septembre 2019

les lundi, mardi, mercredi, jeudi et vendredi de 9h15 à 11h50 et de 14h à 18h

les (sauf jours fériés) de _____ à _____ et de _____ à _____

les _____ de _____ à _____ et de _____ à _____

Siège de l'enquête : Services Techniques Municipaux (10 quai Dillon NARBONNE)

Autres lieux de consultation du dossier : _____

Registre d'enquête :

comportant seize feuillets non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, destiné à recevoir les observations du public ; ces dernières peuvent aussi être adressées par écrit au nom du commissaire enquêteur à :

Rapport et conclusions du commissaire enquêteur :

seront tenus à la disposition du public dès leur réception à : la mairie de Narbonne (bâtiment
des Services Techniques Municipaux, 10 quai Dillon Narbonne)

aux heures et jours habituels d'ouverture des bureaux et dans chacune des mairies où s'est déroulée l'enquête et à la préfecture de chaque département concerné.

Réception du public par le commissaire enquêteur :

les mardi 20 août 2019 de 9h00 à 11h50 et de _____ à _____

les lundi 2 septembre 2019 de 9h00 à 11h50 et de _____ à _____

les lundi 9 septembre 2019 de 9h00 à 11h50 et de _____ à _____

les lundi 16 septembre 2019 de 14h00 à 17h00 et de _____ à _____

les _____ de _____ à _____ et de _____ à _____

les _____ de _____ à _____ et de _____ à _____

une réunion publique a été n'a pas été organisée par le Commissaire enquêteur.

PREMIERE JOURNEE

Les 20 Aout 2019 de 11h00 heures à 13 heures 30

Observations de M^{me} Aucune visite à ce jour Le Commissaire Enquêteur

Le 2 septembre 2019 - 1^{ere} Seule visite M^{me} TREGOU (Sto Decaux) remise d'un courrier (joint en Annexe) et lecture de celui-ci aux commissaires enquêteurs - M^{me} LAVIEILLE -> Zone 2.

- SALL POSEIDON : s'agit d'un projet sur la ZAC de Bonne Souce 11000 VAILLON - demande de prendre en consideration les contraintes de vent sur l'avenue Hubert Rouky et autoriser sur la ZAC de Bonne Souce une derogation pour de passer de multi support (pied) et non mono pied pour les publicites superieur a 2,5m².

- autoriser une derogation comme pour les domaines ferroviaire de installer plusieurs dispositifs avec une distance de 50 minimum entre dispositifs pour les unités foncières pures dont le coté et supérieur à 20m linéaire et à pour leur compte de la spécificité commerciale de l'unité foncière.

- à demande pour les publicités lumineuses dont les publicités murales et autoriser à diminuer la distance autorisée entre deux publicités par tenir compte des moyens de portée sur une même unité foncière, qui sont installés à moins de 200m linéaire, autoriser 20m en tenant compte des moyens qui sont installés.

Le 9 septembre 2019 1^{ere} sentence -

Le 3 septembre 2019, Richel Simon JC Decaux / UPE demande un format 10,5 m² pour la ZPE. idem pour la ZPH. Nul part en France le format 2m² n'est autorisé sur le domaine privé. Remise du dossier et signature UPE.



Le 16 Septembre 2019 à dix Sept heures 00

8.1

Le délai étant expiré,

je, soussigné(e), MR CAZES CLAUDE Commissaire Enquêteur déclare clos le présent registre qui a été mis à la disposition du public pendant Trente Six jours consécutifs, du 12 Août 2019 au 16 Septembre 2019 de Neuf heures 00 à Onze heures vingt et de quatorze heures 00 à dix Sept heures 00

Les observations ont été consignées au registre

par Trois personnes (pages n° Trois à —).

En outre, j'ai reçu Trois lettres ou notes écrites qui sont annexées au présent registre :

1 lettre en date du 27 Août 2019 de M^r TREGOU (JC DECAUX)

2 lettre en date du 6 Septembre 2019 de M^r DOUTELONGUE (UPE)

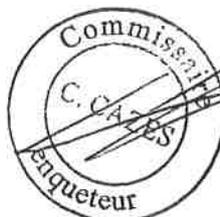
3 lettre en date du 16 Septembre 2019 de M^r BLANC (Sté BLANCON)

4 lettre en date du — de M —

5 lettre en date du — de M —

6 lettre en date du — de M —

signature



CC

Le présent registre ainsi que les trois pièces pièces
qui y sont annexées et le dossier d'enquête sont adressés par mes soins,

le 15 octobre 2019
à Monsieur le Maire de NARBONNE

(Voir mentions de clôture en page 21)

**RAPPORT ET CONCLUSIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR
SONT ANNEXÉS AU PRÉSENT REGISTRE**



Annexe 9
le 28 août 2019

JCDecaux

Monsieur Claude CAZES
Commissaire enquêteur
DIRECTION GENERALE DES SERVICES TECHNIQUES
10 quai Dillon
11100 Narbonne

Communication
Extérieure

Toulouse, le mardi 27 août 2019

Objet : Contribution à l'élaboration du règlement Local de Publicité – Commune de Narbonne

Monsieur le Commissaire enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) engagée par vos services et tient à porter à votre connaissance ses observations sur le futur projet de RLP qui nous a été transmis, ce dont nous vous remercions.

A titre liminaire, sur la forme, nous regrettons que le projet de règlement n'appréhende pas la publicité apposée sur du mobilier urbain de manière distincte des dispositifs publicitaires classiques. En effet, le projet de règlement associe à la fois les « publicités lumineuses ou non lumineuses » et les « publicités supportées par le mobilier urbain » au sein d'un même article et ce, dans chaque zone du RLP (article 1.2, article 2.2 et article 4.2 du projet de règlement). En outre, l'article 3.2 du projet traite des « Publicités » en général en zone 3 du RLP.

Or, il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (service public des transports pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, service public de l'information pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606).

A ce titre, dans un modèle d'optimisation budgétaire, il est à noter que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus à titre gracieux.

Aussi, parce que le mobilier urbain ne supporte de la publicité « qu'à titre accessoire », il ne peut être assimilé aux dispositifs publicitaires « dont le principal objet » est de recevoir toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, conformément à l'article L.581-3 du Code de l'environnement. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le Code de l'environnement traite du mobilier urbain publicitaire dans une sous-section différente de celle relative à la publicité dite « classique » (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement).

Dès lors, par souci de lisibilité et sécurité juridique, et afin de respecter la volonté de la Commune de ne pas soumettre le mobilier urbain publicitaire aux dispositions concernant les dispositifs publicitaires classiques, nous préconisons de traiter du cas de la « publicité apposée sur du mobilier urbain » dans une partie spécifiquement dédiée au sein de chaque zone du projet de règlement et d'insérer l'article préliminaire suivant au sein d'un chapitre E « Publicité apposée sur mobilier urbain » en partie I « Dispositions communes sur tout le territoire » :

« La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP ».

Ainsi, les règles qui ne seront pas inscrites dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui seront pas opposables, sauf en cas de renvoi exprès (comme c'est le cas au titre de la réglementation nationale contenue dans le Code de l'environnement).

Sur le fond, nous relevons que certaines règles auraient pour conséquence de limiter les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire communal, ce qui aurait pour conséquence immédiate de limiter le financement du mobilier urbain par la publicité.

En premier lieu, nous prenons bonne note de votre volonté d'autoriser les cinq types de mobiliers urbains publicitaires prévus aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement dans l'ensemble des zones de publicité et ce, y compris

JCDecaux France
Siège Social : 17, rue Soyier - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
Dir. Rég. Midi Pyrénées : 111, chemin de Virebent - 31000 Toulouse - France
Tél. : +33 (0)5 34 25 53 63 - Fax : +33 (0)5 34 25 53 69
www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549,69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

- Afrique du Sud
- Algérie
- Allemagne
- Angola
- Arabie Saoudite
- Argentine
- Australie
- Autriche
- Azerbaïdjan
- Belgique
- Botswana
- Brésil
- Bulgarie
- Cameroon
- Canada
- Chili
- Chine
- Colombie
- Corée
- Costa Rica
- Croatie
- Danemark
- Émirats Arabes Unis
- Espagne
- Estonie
- États-Unis
- Finlande
- France
- Guatemala
- Hongrie
- Inde
- Irlande
- Islande
- Israël
- Italie
- Japon
- Kazakhstan
- Lesotho
- Lettonie
- Lituanie
- Luxembourg
- Madagascar
- Malawi
- Maurice
- Mexique
- Mongolie
- Mozambique
- Namibie
- Norvège
- Oman
- Ouganda
- Ouzbékistan
- Paraguay
- Pays-Bas
- Pérou
- Pologne
- Portugal
- Qatar
- République Dominicaine
- République Tchèque
- Royaume Uni
- Russie
- Salvador
- Singapour
- Slovaquie
- Slovénie
- Suède
- Suisse
- Swaziland
- Tanzanie
- Tchèque
- Turquie
- Ukraine
- Uruguay
- Zambie
- Zimbabwe

JCDecaux

dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement (article A.2 du projet de règlement), ce que nous approuvons.

En effet, il est à rappeler que, d'une part, la Commune a l'avantage de maîtriser entièrement les implantations de mobiliers urbains publicitaires dans le cadre de son contrat public et est, de fait, particulièrement sensibilisée sur la protection à allouer à son patrimoine.

D'autre part, après validation préalable des emplacements par la collectivité, l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) sera de fait requis lors de toute implantation à venir de mobilier urbain en abords de monuments historiques (par application de l'article R.421-25 du Code de l'urbanisme combiné à l'article R423-54 du même code). A cette fin, il est à noter que la validation de l'ABF s'opère *via* une déclaration préalable de travaux, avis portant sur l'implantation du mobilier urbain et non la publicité qui y est apposée.

A toutes fins utiles, concernant le périmètre dit des « abords de monuments historiques » défini par l'article L.621-30 du Code du patrimoine, nous souhaitons rappeler ici qu'à défaut d'un périmètre délimité selon le formalisme prévu à l'article L.621-31 du même code, il s'agit d'un périmètre « *par défaut* » de 500 mètres en covisibilité du monument historique et non plus d'un périmètre de 100 mètres (évolution introduite par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine dite « LCAP » et opposable à compter de la prochaine révision ou modification du RLP en vigueur et, au plus tard, le 13 juillet 2020 (article 112 de la loi LCAP)).

Aussi, il conviendra de tenir compte de ces éléments au sein du plan inséré en page 19 du rapport de présentation, lequel recense les « *périmètres de protection des MH de 100 mètres* ».

En deuxième lieu, le projet de règlement prévoit de proscrire « *toute publicité* » à moins de 100 mètres d'un panneau d'entrée (EB10) ou de sortie (EB20) d'agglomération (article A.3 du projet de règlement) ainsi qu'à 100 mètres du fil d'eau de la chaussée de la rocade (article A.4 du projet).

Or, dans un RLP, toute limitation applicable au mobilier urbain nous paraît surabondante, celui-ci implanté sur le domaine public présentant l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité** *via* un contrat public qui fixe en amont son nombre, son design, ses emplacements.

En effet, toute implantation de mobilier urbain publicitaire sur le domaine public fait l'objet d'une concertation entre la Ville et le titulaire du marché de mobilier urbain et le marché de mobiliers urbains peut fixer dès la consultation la liste des adresses auxquelles les mobiliers doivent être installés.

C'est la raison pour laquelle nous préconisons de retirer toutes contraintes de positionnement à l'égard du mobilier urbain publicitaire, celui-ci pouvant être déterminé par la Ville dans le cadre du contrat public de mobiliers urbains. Partant, nous préconisons de modifier les articles A.3 et A.4 du projet de règlement comme suit :

« Article A.3 : Limites de l'agglomération

A l'exception du mobilier urbain support de publicité qu'à titre accessoire, toute publicité est interdite à moins de 100 mètres d'un panneau d'entrée (EB10) ou de sortie (EB20) d'agglomération. »

« Article A.4 : Rocade

A l'exception du mobilier urbain support de publicité qu'à titre accessoire, toute publicité située à 100 mètres du fil d'eau de la chaussée est interdite. »

En troisième lieu, nous relevons la présence de règles conditionnant les possibilités d'implantation de dispositifs publicitaires sur la commune et notamment :

- Des prescriptions en matière d'implantation à l'égard des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, comme l'interdiction des dispositifs d'une surface de plus de 2m² aux abords des carrefours à sens giratoire, dans un rayon de 30 mètres à compter du bord extérieur de la chaussée (article C.1 « *Caractéristiques* » du projet de règlement) ou encore une règle de recul de 10 mètres au droit d'une façade non-aveugle ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation (dernier alinéa de l'article 2.2 du projet de règlement) ;
- Des prescriptions esthétiques et notamment l'obligation d'un piétement de type « monopied » pour tout dispositif scellé au sol d'une surface supérieure à 2,5 m² en zone 2 ou encore des règles de hauteur propres à ces dispositifs (article 2.2 alinéa 3 du projet de règlement)

Toutefois et parce que le mobilier urbain publicitaire ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire dit « classique », nous comprenons que ces règles ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire. En témoigne en ce sens notamment l'article 4.2 du projet de règlement qui distingue bien le cas des publicités sur le mobilier urbain et des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol en Zone 4.

JCDecaux

En effet, la particularité de l'équilibre financier du marché de mobilier urbain, dont les investissements et les charges d'entretien sont financés par la publicité, conforte notre proposition d'exclure le mobilier urbain de ces règles.

Aussi, afin de sécuriser et de conserver toutes possibilités pour la Ville de décider à l'avenir de l'implantation de mobilier urbain publicitaire sur son territoire, nous préconisons de préciser expressément au sein du règlement que ces règles ne sont pas opposables au mobilier urbain publicitaire alors support à titre accessoire de publicité. Pour ce faire, nous préconisons d'insérer la mention « hors mobilier urbain » dans l'ensemble des intitulés des articles susmentionnés.

En quatrième lieu, nous relevons que le projet de règlement prévoit de limiter la surface unitaire des publicités pouvant être apposées sur mobilier urbain à 2m² en zone 1 (à l'exception des colonnes culturelles) et en zone 3, et à 10 m² en zones 2 et 4. En outre, le projet de règlement limite la surface de la publicité numérique pouvant être apposée sur mobilier urbain à 2 m² en zone 1 et zone 4 et à 8m² en zone 2 du projet de règlement.

Or, comme indiqué plus haut, dans un RLP, toute limitation applicable au mobilier urbain nous paraît surabondante, celui-ci implanté sur le domaine public présentant l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité** via un contrat public qui fixe en amont son nombre, son design, ses emplacements.

C'est la raison pour laquelle nous préconisons de retirer toutes contraintes de format à l'égard du mobilier urbain publicitaire, celui-ci pouvant être déterminé dans le cadre du contrat public de mobiliers urbains. C'est la raison pour laquelle nous préconisons d'autoriser le mobilier urbain en toutes zones conformément aux dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

A défaut, dans la mesure où la Commune de Narbonne souhaiterait tout de même limiter le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain, elle devra alors ne tenir compte que de la surface de l'affiche ou de l'écran visible sur le mobilier urbain qui correspondrait à la « surface utile » de la publicité.

En effet, il est à noter que les villes peuvent, dans le cadre d'un RLP, distinguer le format d'affiche des moultures, sous réserve, bien entendu, du respect des formats maximums insérés au Règlement National de Publicité (RNP) et ce, en parfaite cohérence avec la jurisprudence du Conseil d'État « Oxial » (Req. n° 395494 et n°408801) qui ne traite pas du mobilier urbain.

Le cas échéant, nous préconisons de rédiger au sein d'un article relatif à la « Publicité apposée sur du mobilier urbain » présent en chaque zone les dispositions relatives au format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain d'informations comme suit :

« La surface d'affichage unitaire utile de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est limitée à 8 mètres carrés ».

En effet, nous comprenons que la Ville a souhaité uniquement encadrer le format de la publicité pouvant être apposée sur le mobilier urbain d'informations défini à l'article R.581-47 du Code de l'environnement et n'a pas souhaité se priver de la possibilité de se doter à l'avenir de colonnes culturelles ou encore de kiosques à journaux sur le territoire Narbonnais.

En outre, il conviendra d'insérer au lexique la définition de « surface utile ». Cette dernière se définissant alors comme la « surface obtenue en multipliant la hauteur par la largeur visible de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement ».

Enfin et si la Commune souhaiterait malgré tout indiquer un format « encadrement compris » (c'est-à-dire surface « hors tout ») de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain d'informations, nous préconisons d'autoriser en toutes zones une surface « hors tout » de publicité jusqu'à 10,60 m² pour les mobiliers urbains support d'une publicité jusqu'à 8m² ou jusqu'à 2,5m² pour les mobiliers urbains support d'une publicité jusqu'à 2m² et ce, en vue de sécuriser l'ensemble du parc de mobiliers urbains actuellement implanté sur le territoire Narbonnais.

En cinquième lieu, s'agissant des règles relatives à l'extinction nocturne des publicités (articles F.1 du projet de règlement), il est à préciser que dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la publicité apposée sur mobilier urbain numérique dans la mesure où ses images demeurent fixes.

En outre, les juges ont pu juger que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

JCDecaux

C'est la raison pour laquelle nous vous recommandons de tenir compte de ces éléments au sein du futur projet de règlement et de ne pas soumettre les publicités numériques, comme éclairées par projection ou transparence, supportées par le mobilier urbain et d'un format supérieur à 2 mètres carrés aux règles d'extinction nocturne.

En sixième lieu, nous relevons que l'actuel projet de règlement autorise uniquement l'implantation de publicités « non lumineuses » sur mobilier urbain en zone 3 (article 3.2 du projet de règlement).

Toutefois, nous souhaitons rappeler ici que la publicité rétroéclairée par transparence, dont est doté l'ensemble des mobiliers urbains publicitaires au plan national, est une catégorie de publicité lumineuse soumise toutefois au régime de la publicité non-lumineuse par application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

Aussi et en vue de parfaire la bonne compréhension du projet de règlement, nous préconisons de modifier l'article susvisé comme suit :

*« Article 3.2 : Publicité apposée sur du mobilier urbain
Les publicités non lumineuses et rétroéclairées par transparence sont admises sur le mobilier urbain. [...] »*

En septième lieu, nous relevons que l'actuel projet de règlement limite le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain numérique et contraint l'implantation des publicités numériques au respect d'une interdistance de 200 mètres entre-elles.

Sur ce point, nous souhaitons rappeler ici que parce que toute implantation de mobiliers urbains numériques requiert une autorisation du maire au cas par cas conformément à l'article L.581-9 du Code de l'environnement et, qui plus est, est soumise à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France en abords des monuments historiques, nous préconisons donc de supprimer toute contrainte de format ou d'implantation à l'égard de ce type de mobilier urbain publicitaire.

En effet, le RLP ne doit pas devenir un document réglementaire limitant *de facto* les possibilités d'exploitation publicitaire du mobilier numérique alors même que la collectivité a l'assurance de pouvoir refuser une implantation. Ce type de mobilier urbain doit donc à notre sens être autorisé sur l'ensemble du territoire communal.

Le numérique constitue en effet un levier majeur de croissance et d'innovation comparable dans notre secteur d'activité. Un patrimoine numérique maîtrisé et de qualité inégalée permettra de dynamiser le marché publicitaire, mais surtout d'être au service de la communication de la collectivité qui sera contextualisée, et de l'accompagner dans sa transformation numérique.

Aussi, nous souhaitons préciser que toute restriction à l'égard des possibilités d'implantation du mobilier urbain numérique constitue une entrave à l'opportunité unique pour la collectivité de disposer à l'avenir d'un outil très qualitatif et puissant de communication.

C'est la raison pour laquelle nous préconisons de faire modifier l'article 2.3 du projet de règlement en ce sens et d'autoriser expressément le mobilier urbain numérique dans l'ensemble des zones de publicité, et ce, conformément aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

En dernier lieu et à toutes fins utiles, nous souhaitons indiquer ci-après la présence de coquilles rédactionnelles au sein de l'actuel projet de règlement :

- Premier alinéa de l'article 2.4 du projet de règlement
- Deuxième paragraphe suite à l'article F.2 du projet de règlement

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire enquêteur, nos salutations distinguées.

Patrick TREGOU

Directeur régional

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Narbonne
Direction de l'urbanisme
10, quai Dillon
11108 Narbonne

Paris, le 6 septembre 2019

À l'attention de Monsieur Claude CAZES

*Objet : Révision du règlement local de publicité
Enquête publique*

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande attention du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Narbonne arrêté en Conseil municipal le 31 janvier 2019 et soumis à enquête publique.

Tel que présenté, ce projet de RLP ne permet toutefois pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie de la ville et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLP doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

Les découpages du territoire et les règles associées à chacune des zones entraînent une quasi-disparition du média communication extérieure « grand format ». Le projet de RLP alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre, sans pour autant remettre en cause l'équilibre du projet de RLP.

Vous trouverez à cet effet, joint à la présente, un dossier reprenant nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.


Stéphane DOSTELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



Article A.3 : Limites de l'agglomération

Toute publicité est interdite à moins de 100 mètres d'un panneau d'entrée (EB10) ou de sortie (EB20) d'agglomération.

Les RLP ne peuvent bénéficier de la procédure de modification dite « simplifiée » existante dans le cadre d'un plan local d'urbanisme (PLU) (cf. article L.581-14-1 du code de l'environnement). Les RLP sont des documents réglementaires établis pour une longue durée, de l'ordre de 10 ou 15 ans. En témoigne à ce titre, l'actuel RLP applicable à Narbonne qui date du 14 octobre 1992.

Comme l'indique clairement le Guide Pratique relatif à la réglementation de la communication extérieure publié par le Ministère de l'Environnement (voir extrait ci-contre), la notion d'entrée et de sortie d'agglomération est amenée à évoluer dans le temps et l'espace.

Bien que la commune ait procédé à la vérification des implantations de panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération (page 25 du rapport de présentation), l'urbanisation actuelle de Narbonne connaîtra des évolutions.

Figurer une zone d'interdiction, qui est par définition « mouvante », ne nous semble pas approprié. Le strict respect du « bâti rapproché » comme entrée et sortie d'agglomération ne nécessite pas la délimitation d'une zone d'interdiction particulière.

Pour toutes ces raisons, nous demandons la suppression de cette disposition.

UPE - Septembre 2019

Notion géographique de l'agglomération

De la définition d'agglomération, il ressort qu'un dispositif publicitaire implanté en dehors des panneaux d'entrée (EB-10) ou de sortie (EB-20) est en principe interdit. Dans la mesure où le maire est l'autorité chargée de délimiter, par voie d'arrêté, les limites de l'agglomération (Art. R.411-2 du code de la route), l'implantation des panneaux doit épouser les limites du bâti rapproché. On dit alors que la notion matérielle de l'agglomération (présence d'immeubles bâtis rapprochés) et sa notion formelle (les panneaux EB-10 et EB-20) se superposent. Pourtant, dans la pratique, il arrive que ces deux notions ne coïncident pas :

- soit que le maire n'ait jamais fixé les limites de l'agglomération ;
- soit que le bâti se soit progressivement étendu par l'effet de l'étalement urbain sans que le maire prenne un nouvel arrêté et sans que les panneaux d'entrée et de sortie aient été déplacés ;
- soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain.

Face à cette situation et en cas de litige, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, *Sté Publi-system*, req. n°68134).

Extrait du Guide Pratique sur la réglementation de la publicité extérieure



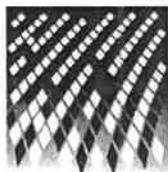
Article C.1 : Caractéristiques

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol d'une surface supérieure à 2 mètres carrés sont interdits aux abords des carrefours à sens giratoire, dans un rayon de 30 mètres à compter bord extérieur de la chaussée.

Le guide technique des aménagements des carrefours interurbains du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire préconise à ce sujet qu'une vision complète du quart gauche de l'anneau (partie la plus sensible pour un véhicule entrant), est suffisante à 15 mètres (extraits ci-dessous) :

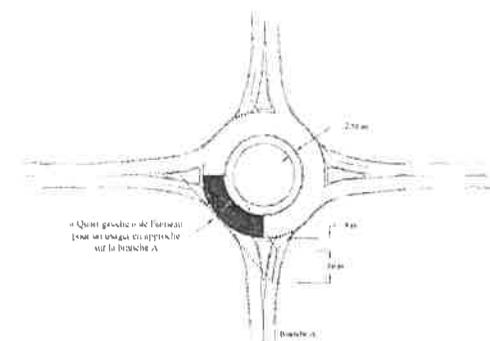
**AMÉNAGEMENT
DES CARREFOURS
INTERURBAINS**
SUR LES ROUTES PRINCIPALES
**CARREFOURS
PLANS**
DECEMBRE 1998

Guide Technique



• 1.3.2. VISIBILITÉ

Les conducteurs qui abordent un carrefour giratoire doivent apercevoir les véhicules prioritaires suffisamment tôt pour leur céder le passage et éventuellement s'arrêter. Un grand triangle de visibilité n'est toutefois pas nécessaire ; la vision complète sur le quart gauche de l'anneau à 15 m (environ) de l'entrée, s'avère suffisante. ⁶



- Nous pouvons donc en déduire qu'un dispositif publicitaire placé 15 mètres en amont du rond-point ne gêne en rien la visibilité des indicateurs du rond-point et la circulation à l'intérieur du giratoire.
- Nous préconisons donc de ramener ce rayon d'interdiction à 15 mètres.

Le format :

Le territoire de Narbonne compte près de 53 964 habitants (chiffres INSEE 2018).

La réglementation nationale y autorise la publicité de type « grand format » (12 ou 8 m²). En effet, le code de l'environnement opère une distinction entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (format limité à 4 m²), et les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (12 m² maximum).

A la lecture du projet de RLP, seule la zone 2 (jaune) autorise les dispositifs de grand format. Quant à la zone 4 (gris), elle ne les autorise que de façon très restrictive (uniquement les dispositifs muraux).

Or, ne pas permettre aux annonceurs de disposer d'un affichage « grand format » uniforme et standardisé sur le territoire de Narbonne les privera de moyens efficaces de communication.

Zone 2 – Axes structurants et zones d'activités (en jaune)

Article 2.2 : Publicités non lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La surface des publicités n'excède pas 10 mètres carrés.

2.1 Régime applicable aux publicités

La surface de la publicité est limitée à 10 m², ce qui correspond à la surface hors-tout des dispositifs dénommés commercialement « 8 m² » par les sociétés d'affichage.

Extrait du rapport de présentation page 51

La commune de Narbonne souhaite réduire le format de la publicité à 10m² en vue de correspondre au format des dispositifs dits de « 8m² », actuellement déployés sur le territoire.

Or, les dispositifs actuellement implantés (tous opérateurs confondus) et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² » correspondent à un format hors tout maximal de 10,50m².

Au regard des différents types de dispositifs utilisés par les opérateurs et leurs fournisseurs de matériels pour la conception, la fabrication et l'installation des dispositifs, une disposition non adaptée, et donc discriminatoire sur le format, entraînerait la disparition de l'ensemble des dispositifs de type « vitrines » actuellement implantés. Ces dispositifs sont pourtant conformes à la réglementation nationale (respect des surfaces maximales prévues par le RNP).

Une telle restriction impacterait l'ensemble de la filière industrielle et logistique de ce secteur (mise au rebut des dispositifs actuels, création, fabrication, imprimerie, préparation des affiches, aménagement des véhicules d'exploitation...). Enfin, celle-ci nécessiterait de la part des sociétés d'affichage des coûts de remplacement exorbitants pour pouvoir conserver une activité économique sur le bassin narbonnais.

Zone 2 – Axes structurants et zones d'activités (en jaune)

Nous formulons les propositions suivantes pour les dispositions liées au format des dispositifs :

- Limiter la surface unitaire des publicités non lumineuses à un format hors tout de 10,50 m² (format qui englobe la quasi-totalité des dispositifs actuellement implantés et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² »).
- Alternative : préciser que la limitation du format opérée dans le RLP s'attache à la **notion de surface « utile »** et mentionner dans le lexique annexé au projet de règlement que cette surface concerne la surface visible de l'affiche ou l'écran. La surface « hors tout » comprend quant à elle l'encadrement, hors piètement.

⇒ Pour ce faire, nous vous proposons la formulation suivante :

« La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m² ; la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10,50 m², hors éléments accessoires. »

Conformément à l'alinéa 1 de l'article L.581-3 du code de l'environnement, la détermination de la surface d'affiche ou d'écran et celle de l'encadrement **s'entend hors éléments accessoires** (mécanisme déroulant, pied, éléments de sécurité et rampe d'éclairage), dans la mesure où ils n'ont pas pour principal objet de recevoir les messages publicitaires.

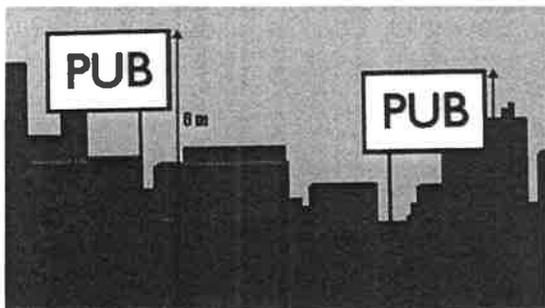
Zone 2 - Axes structurants et zones d'activités (en jaune)

Article 2.2 : Publicités non lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La hauteur d'un dispositif ne peut s'élever à plus de 5,6 mètres au-dessus du niveau du sol. De plus, sa hauteur ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

Règles d'implantation

La surface des publicités scellées au sol ne peut excéder douze mètres carrés et leur hauteur est limitée à six mètres. La hauteur se mesure par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau et ne peut être mesurée d'un autre lieu (par exemple de la chaussée de la route voisine). Aucun point du dispositif publicitaire ne doit dépasser six mètres de haut. Aussi, lorsqu'il est implanté sur un sol en pente (dans un talus ou en contre-bas d'une route), une moyenne entre le point le plus haut et le point le plus bas ne saurait être calculée.



Le Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure précise que la hauteur d'un dispositif doit se faire « par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau et ne peut être mesurée d'un autre lieu » (ce que retient également la jurisprudence administrative. Voir en ce sens : TA Paris, 13 juin 1996, N°91 04163/7).



Au regard du différentiel peu impactant entre les préconisations du RLP et les dispositions du RNP (5,6 m vs 6 m) et des contraintes d'implantation propres aux standards des afficheurs, nous suggérons de simplifier cette règle. Nous préconisons ainsi l'application d'une hauteur de 6 mètres maximale à partir du sol naturel sans aucune autre indication de mesure en d'autres points.

=> Nous proposons donc de retirer la deuxième phrase de la disposition susvisée concernant la hauteur limite des dispositifs par rapport au niveau de la voie la plus proche.

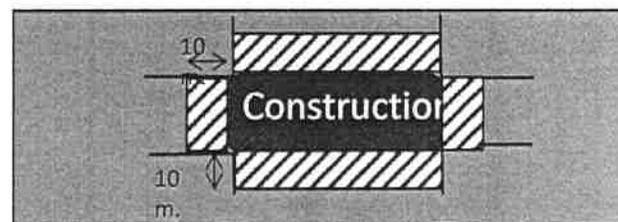
Zone 2 – Axes structurants et zones d'activités (en jaune)

Article 2.2 : Publicités non lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Un dispositif scellé au sol ou installés directement sur le sol supportant une publicité d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés ne peut être implanté à moins de 10 mètres au droit d'une façade non-aveugle ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation.

Illustration de cette règle d'implantation,

-  Zone d'interdiction d'implantation si la façade comporte des ouvertures
-  Zone autorisée d'implantation



Cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le règlement national de publicité (RNP), lesquelles ne vont pas à juste titre au-delà de la protection du voisinage (10m des baies voisines et H/2 de la propriété voisine), cette disposition limite excessivement les possibilités d'implantation.

Elle entraînera des coûts de déplacements importants pour les sociétés d'affichage. De plus, cette règle n'amène aucune valorisation environnementale, dans la mesure où le dispositif peut être déplacé sur la même unité foncière.

Dans l'optique de protéger le cadre de vie des résidents, nous proposons la règle suivante :



« Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol supportant une publicité d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés sont interdits au droit des façades comportant une baie d'habitation jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades ».

Zone 2 – Axes structurants et zones d'activités (en jaune)

Article 2.4 : Densité des publicités

Sur les unités foncières privées dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est inférieur ou égal à 20 mètres linéaires. Les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites. Les publicités sur mur pignon ou façade sont admises.

Sur les unités foncières privées dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation du public est supérieur à 20 mètres linéaires, un seul dispositif, mural, scellé au sol ou installé directement sur le sol peut être installé.

Sur le domaine ferroviaire, plusieurs dispositifs sont admis, distants de 150 mètres minimum les uns des autres.

Nous prenons bonne note de ces dispositions relatives à la densité des publicités. Elles correspondent effectivement à l'urbanisation actuelle et au morcellement des unités foncières constaté sur la territoire de la commune de Narbonne.

Toutefois, les secteurs concernés et notamment **les zones d'activités** (hors secteur ferroviaire) possèdent des unités foncières relativement importantes. Ainsi, nous préconisons d'insérer dans le projet la **possibilité d'implantation d'un deuxième dispositif sur l'unité foncière considérée** si son linéaire de façade est **supérieur à 50 mètres**, avec l'ajout d'un espacement minimum entre les 2 dispositifs situés sur cette même unité foncière.

Zone 4 – Territoire aggloméré non compris en zone 1/2/3 (en gris)

Article 4.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La surface des publicités apposées sur un mur ne peut excéder 10 mètres carrés.

La surface des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 2 mètres carrés.

Nous formulons ici les mêmes remarques sur la définition du format que celles concernant la zone 2.

En outre, limiter à 2 m² la surface des dispositifs publicitaires scellés au sol implantés sur le domaine privé revient in fine à les interdire.

- ✓ Les constats que nous avons réalisés montrent qu'un dispositif implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 mètres du bord de voie. Ce qui est lisible à cette distance sur un dispositif grand format (8 ou 12 m²) ne l'est plus avec un format 2 m².
- ✓ Cette trop faible visibilité explique que les dispositifs de format 2 m² ne représentent que 2% du parc total implanté sur le domaine privé en France.
- ✓ Des essais réalisés dans quelques villes (Lille, Dijon, Bordeaux, Brest) se sont révélés infructueux. Le développement des implantations de format 2 m² a été arrêté depuis 2012.
- ✓ Réduire les formats a pour conséquence de multiplier les coûts de fabrication d'affiche pour les annonceurs.

Sur les territoires urbanisés, l'aération et la maîtrise des implantations peuvent se réaliser au seul moyen de la règle de densité.

Zone 4 – Territoire aggloméré non compris en zone 1/2/3 (en gris)

Article 4.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La surface des publicités apposées sur un mur ne peut excéder 10 mètres carrés.
La surface des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 2 mètres carrés.

Perte de lisibilité

Illustration hors territoire à titre d'exemple



Avant

UPE - Septembre 2019



Après

Zone 4 – Territoire aggloméré non compris en zone 1/2/3 (en gris)

Article 4.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La surface des publicités apposées sur un mur ne peut excéder 10 mètres carrés.
La surface des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 2 mètres carrés.

Perte de lisibilité

Illustration hors territoire à titre d'exemple



Avant

UPE - Septembre 2019



Après

44

Observations complémentaires

Nous attirons l'attention de la commission d'enquête sur l'importance de l'emploi de termes identiques dans le projet de règlement et ce, en vue de parfaire la bonne compréhension du projet et limiter tout risque juridique pouvant être lié à l'interprétation.

Au cas d'espèce, nous préconisons donc de conserver l'emploi de la même terminologie à l'égard de l'intitulé de l'article 3.2 du projet.

Article 1.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Article 2.2 : Publicités non lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Article 2.3 : Publicités lumineuses, dont publicités numériques

Article 3.2 : Publicités

Article 4.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Observations complémentaires

Article 1.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Les publicités sont admises sur le mobilier urbain. La **surface unitaire** ne peut excéder 2 mètres carrés, à l'exception des colonnes culturelles. Les publicités numériques ne peuvent être autorisées que sur le mobilier urbain.

Les publicités installées directement sur le sol, type chevalet, sont placées au droit de l'établissement ; leurs dimensions n'excèdent pas 1,3 mètre en hauteur hors tout et de 0,70 mètre de largeur maximale.

La publicité de petit format est admise. Elle est limitée à un dispositif de 0,50 mètre carré par devanture commerciale.

Les publicités sur bâches de chantier peuvent être autorisées.

Article 2.2 : Publicités non lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

La **surface** des publicités n'excède pas 10 mètres carrés.

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Toutefois, les passerelles intégralement repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser. Elles doivent être peintes d'une couleur identique à celle du mur support ou identique à celle des dispositifs.

Tout **dispositif** scellé au sol ou installé directement sur le sol **d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés** est de type « monopied ». Ce pied est vertical, sa largeur n'excède pas le quart de la largeur totale du dispositif.

La hauteur d'un dispositif ne peut s'élever à plus de 5,6 mètres au-dessus du niveau du sol. De plus, sa hauteur ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

Un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol **supportant une publicité d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés** ne peut être implanté à moins de 10 mètres au droit d'une façade non-aveugle ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation.

Article 2.3 : Publicités lumineuses, dont publicités numériques

Leur **surface** est limitée à 8 mètres carrés.

La distance entre deux publicités numériques est d'au moins 200 mètres.

Article 3.2 : Publicités

Les publicités non-lumineuses sont admises sur le mobilier urbain. Leur **surface unitaire** ne peut excéder 2 mètres carrés.

Toute autre forme de publicité est interdite.

Article 4.2 : Publicités lumineuses ou non-lumineuses, publicités supportées par le mobilier urbain

Les publicités sont admises sur le mobilier urbain. Leur **surface** ne peut excéder 10 mètres carrés par face. Les publicités numériques ne peuvent être autorisées que sur le mobilier urbain, leur **surface** ne peut excéder 2 mètres carrés.

La **surface des publicités** apposées sur un mur ne peut excéder 10 mètres carrés. La **surface des publicités** scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peut excéder 2 mètres carrés.

Nous notons l'emploi de terminologies différentes pouvant entraîner un risque juridique lié à l'interprétation.

Observations complémentaires

Nous préconisons d'employer une seule et unique terminologie à l'égard de la définition de la surface autorisée de publicité :

« *la surface unitaire de la publicité* »

En outre, à l'article 2.2 du projet de RLP, par parallèle avec son alinéa suivant, il convient de faire modifier la disposition suivante comme suit :

« *Tout dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol supportant une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2,5 mètres carrés est de type monopied* ».

Tout **dispositif** scellé au sol ou installé directement sur le sol **d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés** est de type « monopied ». Ce pied est vertical, sa largeur n'excède pas le quart de la largeur totale du dispositif.
La hauteur d'un dispositif ne peut s'élever à plus de 5,6 mètres au-dessus du niveau du sol. De plus, sa hauteur ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche

Un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol **supportant une publicité d'une surface supérieure à 2,5 mètres carrés** ne peut être implanté à moins de 10 mètres au droit d'une façade non-aveugle ou d'un pignon non-aveugle d'un bâtiment d'habitation



De : Blancom

Date : 16/09/2019 15:36:33

A : enquetepublique-rlp@mairie-narbonne.fr

Cc : eric-blanc@blancom.fr; 'BONAVIA Frédérie'

Sujet : Enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité

Bonjour Monsieur,

Vous trouverez ci-après nos observations sur le dossier cité en objet :

- **ARTICLE A.3 :**
Depuis plusieurs années maintenant, et la jurisprudence est constante sur le sujet, les limites de l'agglomération sont fixées à partir du bâti et non des plaques d'entrées et sorties d'agglomération et encore moins avec une interdiction à 100 mètres de ces dernières.
Je souhaite donc que ce point soit modifié.
- **ARTICLE A.4 :**
Il me semble que l'interdiction totale sur l'ensemble de la rocade ne se justifie pas notamment quand il y a du bâti de part et d'autre. En l'absence de bâti, l'interdiction me semble justifiée et il n'est pas nécessaire de la situer à 100 mètres, il suffit simplement de l'interdire.
- **ARTICLE C.1 :**
Pourquoi interdire les dispositifs publicitaires dans un rayon de 30 mètres à compter du bord extérieur de la chaussée ?
Si c'est par mesure de sécurité, il faut tout interdire y compris les 2 m².
Nous proposons plus simplement de limiter le nombre qui pourrait être de 2 ou 3 par carrefour.
- **ARTICLE F.1 :**
La règle au niveau national est une extinction des panneaux d'une heure du matin à six heures. L'augmenter me semble possible mais je suggérerai de 00h00 à 6h00 et non pas entre 23h00 et 07h00.
En effet, dès 6 heures du matin l'activité existe dans le monde urbain et ce jusqu'à 00h00 et notamment en saison estivale.
- **DISPOSITIONS APPLICABLE A LA ZONE 2 :**
- **ARTICLE 2.2 :**
Vous avez écrit que la surface des publicités n'excède pas 10 m². Nous souhaitons qu'il soit précisé que c'est hors pied du dispositif.
Vous précisez que la hauteur du dispositif ne peut s'élever à plus de 5.6 mètres. Nous souhaitons qu'il soit clairement précisé que la hauteur ne peut excéder 6 mètres (régime général).
- **ARTICLE 2.3 :**
Vous écrivez que la surface est limitée à 8 m², nous souhaitons qu'il soit précisé que c'est hors pied. Vous écrivez également qu'il faut 200 mètres entre deux publicités numérique nous souhaitons que cette inter-distance soit supprimée car il peut y avoir deux numériques à moins de 200 mètres situés sur deux axes différents en angle de rue. Il nous semble plus opportun de parler d'une inter-distance sur un seul axe et avec une distance par exemple de 50 mètres sur un même champs de visibilité.
- **ARTICLE 2.4 : Densité des publicités**
De 0 à 20 mètres linéaires : pas de publicité
20 mètres de linéaire et plus : un dispositif
Cela sous entends qu'un propriétaire de 200 mètres de linéaire ne pourrait mettre qu'un seul dispositif. Cela nous semble beaucoup trop restrictif. Nous suggérons de parler d'une inter-distance entre dispositif.

Cela sous entend qu'un propriétaire de 200 mètres de linéaire ne pourrait mettre qu'un seul dispositif. Cela nous semble beaucoup trop restrictif. Nous suggérons de parler d'une inter-distance entre dispositif.

Par exemple :

De 0 à 20 mètres : pas de dispositif

De 20 mètres à 80 mètres : 1 dispositif

Et par tranche de 80 mètres supplémentaire : un dispositif de plus

9.2

- **ARTICLE 4.3 :**

Même commentaire que l'article précédent.

Pour ce qui est du domaine ferroviaire, il faut conserver l'inter-distance qui est prévue sur l'article 2.4 soit 150 mètres.

- **CHAPITRE 1 : Disposition applicable à la zone 1 :**

Seul le mobilier urbain est autorisé. Nous regrettons qu'il ne soit pas limité et nous regrettons qu'il n'y ait pas d'inter-distance car nous pouvons nous retrouver avec un planimètre de 2 m², un abris bus et une colonne culturelle sur un même site.

Si nos quelques souhaits sont pris en compte, nous trouvons ce règlement bien adapté à la ville de Narbonne. Ce projet de règlement valorise le cadre de vie tout en permettant la communication nécessaire au maintien du tissu économique local.

Bien évidemment nous restons à votre disposition pour toutes questions ou échanges,
Bien cordialement,

Eric BLANC

06.76.66.96.95



Le Baudelaire 18 boulevard Kennedy
66100 PERPIGNAN



Garanti sans virus. www.avast.com

Claude J. CAZES

Ingénieur E.C.L. B.P.A. Œnologie-Viticulture
Ancien Expert près les Tribunaux
Les Lions

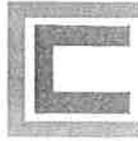
18 Rue du Quartier Neuf

11490 – PORTEL des Corbières

☎ : 06.78.57.75.78

Mail : cazesclaude@orange.fr

PORTEL le 23 Septembre 2019



Génie Thermique, Tous Fluides de Second Oeuvre
Environnement - Economies d'Energie
Expertises Amiables, DPE

Annexe 10

Monsieur le Maire

Services Techniques de la Ville de NARBONNE

10 Quai DILLON

11100 – NARBONNE

Dossier : Enquête Publique N° E19000117 / 34

Objet Révision du RLP de Narbonne

Monsieur le Maire,

Comme vous le savez, désigné par le Tribunal Administratif de Montpellier, j'ai conduit sur votre commune (du 12 Août au 16 Septembre 2019), l'enquête référencée ci-dessus et, après avoir analysé le dossier, pris connaissance de l'avis des PPA, reçu quatre personnes ainsi que trois courriers et examiné les deux observations inscrites dans le cahier, j'ai à vous faire part de quelques observations que vous voudrez bien, pour l'instant, considérer soit comme des recommandations soit comme des réserves.

Parmi les observations reçues, trois sont communes aux visiteurs et aux courriers :

- Compte-tenu du fait que la limite d'agglomération est fixée par le bâti et non par les panneaux, il a été souhaité une modification, dans ce sens, du RLP en projet.
- La surface utile de 10m² des panneaux (lumineux ou non) est, compte tenu de leur encadrement, très insuffisante et elle peut donc, sans difficulté, être clarifiée et être portée, pour toutes les zones (sauf zone A) à 10,5m² pour une affiche utile de 8m².
- Pour les mâts ou hauteur de panneaux, fixer, quelque soit leur position, la hauteur à 6 ml au dessus du sol naturel au lieu des 5,6 ml prévus, supprimer la phrase "...au dessus de la voie la plus proche".

Les autres observations ci-après soit proviennent des autres observations reçues soit de mes propres remarques :

- Dans l'introduction du RLP existant qui, sauf modifications, reste en vigueur, ajouter la définition du mobilier urbain et lister les déclinaisons qui sont autorisées à recevoir des publicités.
- Pour éviter d'avoir de gros mobiliers urbains trop proches les uns des autres (abribus, colonne culturelle, kiosque, planimètre etc) surtout en zone 1, limiter la distance entre eux.
- Inclure dans les conditions générales valables pour toutes les zones ainsi que dans celles de chaque zone, la pose de publicité sur chaque type ou catégorie de mobilier urbain de base (comme défini plus haut) alors qu'actuellement c'est fait dans le cadre général du mobilier urbain.
- Tenir compte, dans la mise en place des enseignes monopied (possibilité de 2 pieds), de la météorologie (vent très violent sur la région).
- Pour les domaines susceptibles de faire l'objet d'informations (assimilables à une publicité) de localisation, uniformiser leur forme, leur dimension et leur couleur.

... / ...

- La surface de 2 m² des pubs scellées au sol dans le domaine privé sont trop petites, difficiles à lire et, monopolisant l'attention, dangereuses pour la sécurité routière, elles devraient soit être autorisées à 10,5 m² soit être interdites dans toutes les zones.
- Pour les ronds points, les automobilistes doivent, à droite et à gauche (sécurité routière), regarder les routes et non les publicités, leur éloignement ou leur suppression est, selon les cas, justifiée et leur nombre, au voisinage d'un carrefour, devrait être limité à 3 ou 4 sur l'ensemble des voies du carrefour.
- Pour les publicités non lumineuses supportées par le mobilier urbain (art 2.2) les limiter à 10,5 m² (affiche de 8 m² + encadrement) et ramener à 5ml leur distance par rapport à une façade ayant une base d'habitation.
- La disparition des dispositifs de type vitrine n'est pas confirmée par le RNP et devra être supprimée.
- Pour la zone 2 (axes structurants et zones d'activité) ainsi que pour la zone 4, les panneaux de publicités (lumineux ou non) devraient avoir (hors accessoires mais avec encadrement) une surface de 10,5 m² (affiche de 8m²) et (art. 2.4) possibilité, pour les unités foncières de plus de 50ml de long, de mettre un dispositif en plus.
- En ce qui concerne l'éclairage des publicités lumineuses (art. F1) pour éviter le vandalisme, il convient, pour les fixer, de tenir compte de l'horaire d'été et des économies d'énergie alors que le RNP a choisi l'extinction de 1h à 6h.
- Sur la rocade, lorsque qu'il ya du bâti de part et d'autre, l'interdiction de pub ne se justifie pas et il suffit de l'interdire simplement sans fixer une distance de 100ml qui ne permet pas de les lire depuis la chaussée.
- En ce qui concerne la densité des publicités, il conviendrait de parler, y compris pour le domaine ferroviaire, de réduire et d'unifier l'interdistance entre dispositifs publicitaires.
- Enfin pour l'ensemble du projet de règlement, il conviendrait, sur tous les articles, d'unifier la terminologie des termes employés (notamment le mot surface) car l'emploi de terminologie différentes entraîne un risque juridique sur l'interprétation ; un terme unique "surface unitaire de la publicité" pourrait être utilisée pour la définition de la surface de publicité

Le Commissaire Enquêteur fait remarquer que, en certains points du RLP, des termes de surface ont des significations différentes ce qui peut entraîner, pour le futur, un risque juridique d'interprétation, il propose donc d'utiliser un seul terme pour la surface autorisée de publicité à savoir : "*surface unitaire de la publicité*".

Afin de terminer rapidement mon rapport, je vous serai reconnaissant de bien vouloir m'adresser rapidement (sous dix jours max) votre réponse pour me permettre la rédaction de mes conclusions.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de mes sentiments distingués.

Claude J. CAZES
Commissaire Enquêteur



MEMOIRE EN REPONSE

Enquête publique – projet RLP de Narbonne

Le présent mémoire apporte les réponses aux questions posées par le commissaire enquêteur dans son mémoire de synthèse des observations émises lors de l'enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité de Narbonne, qui s'est déroulée du 12 août au 16 septembre 2019.

Question :

Compte-tenu du fait que la limite d'agglomération est fixée par le bâti et non par les panneaux, il a été souhaité une modification, dans ce sens, du RLP en projet.

Réponse :

Les limites de l'agglomération ont été fixées avec précision par arrêté municipal en date du 16 mars 2016. Il n'y a pas lieu de revenir dessus. Cf. pièce annexée.

Question :

La surface utile de 10 m² des panneaux (lumineux ou non) est, compte tenu de leur encadrement, très insuffisante et elle peut donc, sans difficulté, être clarifiée et être portée, pour toutes les zones (sauf zone A) à 10,5 m² pour une affiche utile de 8 m².

Réponse :

En effet, 10,5 m² correspond à la surface réelle des panneaux déroulants de format standard. Le règlement sera rectifié pour mentionner 10,5 m² au lieu de 10 m².

Question :

Dans l'introduction du RLP existant qui, sauf modifications, reste en vigueur, ajouter la définition du mobilier urbain et lister les déclinaisons qui sont autorisées à recevoir des publicités.

Réponse :

La ville n'est pas en mesure de modifier le RLP existant. Celui-ci disparaîtra complètement une fois le projet de RLP approuvé. Cette approbation du Conseil municipal interviendra rapidement.

Question :

Pour éviter d'avoir de gros mobiliers urbains trop proches les uns des autres (abribus, colonne culturelle, kiosque, planimètre etc.) surtout en zone 1, limiter la distance entre eux.

Inclure dans les conditions générales valables pour toutes les zones ainsi que dans celles de chaque zone, la pose de publicité sur chaque type ou catégorie de mobilier urbain de base (comme défini plus haut) alors qu'actuellement c'est fait dans le cadre général du mobilier urbain.

Réponse :

La ville de Narbonne ayant la gestion du domaine public et donc de tout mobilier urbain, elle ne souhaite pas apporter davantage de précision dans son RLP.

Question :

Tenir compte, dans la mise en place des enseignes monopied (possibilité de 2 pieds), de la météorologie (vent très violent sur la région).

Réponse :

La Ville ne souhaite pas modifier cette prescription pour des raisons d'insertion paysagère d'autant plus que les dispositifs monopieds sont souvent plus résistants que les autres et encombrant moins l'espace public notamment pour la circulation des modes doux (Piéton, vélo...)

Question :

Pour les domaines susceptibles de faire l'objet d'informations (assimilables à une publicité) de localisation, uniformiser leur forme, leur dimension et leur couleur.

Réponse :

Le RLP ne réglemente pas les zones agricoles qui sont soumises au règlement national de publicité. Néanmoins, le Parc Naturel Régional de Corbières en Méditerranée est en train de réaliser une guide pour ce type de publicité à laquelle la ville de Narbonne est associée et ce, pour harmoniser les enseignes et pré-enseignes en milieux agricole et naturel.

Question :

La surface de 2 m² des pubs scellées au sol dans le domaine privé sont trop petites, difficiles à lire et, monopolisant l'attention, dangereuses pour la sécurité routière, elles devraient soit être autorisées à 10,5 m² soit être interdites dans toutes les zones.

Réponse :

La ville de Narbonne maintient la prescription de 2 m² pour des raisons de qualité paysagère et sans pour autant l'interdire.

Question :

Pour les ronds-points, les automobilistes doivent, à droite et à gauche (sécurité routière), regarder les routes et non les publicités, leur éloignement ou leur suppression est, selon les cas, justifiée et leur nombre, au voisinage d'un carrefour, devrait être limité à 3 ou 4 sur l'ensemble des voies du carrefour.

Réponse :

La ville de Narbonne est très soucieuse de la sécurité routière mais le RLP relève du code de l'environnement. Elle ne souhaite pas qu'il y ait une réglementation qui puisse être contraire à celle du code de la route.

Question :

Pour les publicités non lumineuses supportées par le mobilier urbain (art 2.2) les limiter à 10,5 m² (affiche de 8m² + encadrement) et ramener à 5 m leur distance par rapport à une façade ayant une base d'habitation.

Réponse :

La commune souhaite gérer le mobilier urbain dans le cadre de la gestion du domaine public dont elle a la charge plutôt que dans le cadre du RLP et ce, pour s'accorder une amplitude d'intervention.

Quant à la distance aux habitations des panneaux, elle peut être ramenée à 5 m.

Question :

La disparition des dispositifs de type vitrine n'est pas confirmée par le RNP et devra être supprimée.

Réponse :

La ville de Narbonne ne souhaite pas apporter de précisions sur les dispositifs de type vitrine qui sont rarissimes sur le domaine public ou sont inclus dans des espaces fermés sans incidences sur l'environnement.

Question :

Pour la zone 2 (axes structurants et zones d'activité) ainsi que pour la zone 4, les panneaux de publicités (lumineux ou non) devraient avoir (hors accessoires mais avec encadrement) une surface de 10,5 m² (affiche de 8m²) et (art. 2.4) possibilité, pour les unités foncières de plus de 50 m de long, de mettre un dispositif en plus.

Réponse :

La ville de Narbonne ne souhaite pas modifier cette prescription afin de préserver la qualité paysagère de son territoire. La surface totale de 10 m² sera portée à 10,5 m² dans le seul but de prendre en compte les formats standards de fabrication des panneaux.

Question :

Pour les mâts ou hauteur de panneaux, fixer, quelle que soit leur position, la hauteur à 6 m au-dessus du sol naturel au lieu des 5,6 m prévus, supprimer la phrase "... au-dessus de la voie la plus proche".

Réponse :

La ville de Narbonne ne souhaite pas augmenter la hauteur des panneaux par souci de préservation des paysages urbains, elle estime que 5,6 m est une hauteur amplement suffisante pour assurer la publicité.

La diminution de la hauteur du panneau est liée à la diminution du format (8 m² au lieu de 12).

La phrase en page 9 du règlement « De plus, sa hauteur ne peut excéder 6 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche. » sera conservée car la hauteur par rapport à la voie est importante esthétiquement et cela évite les panneaux en haut des talus.

Question :

En ce qui concerne l'éclairage des publicités lumineuses (art. F1) pour éviter le vandalisme, il convient, pour les fixer, de tenir compte de l'horaire d'été et des économies d'énergie alors que le RNP a choisi l'extinction de 1 h à 6h.

Réponse :

La ville de Narbonne ne souhaite pas changer les horaires d'extinction fixés dans le projet de RLP de 23h à 7h afin de préserver la qualité du cadre de vie des habitants et de réduire l'impact environnemental de la publicité lumineuse.

Question :

Sur la rocade, lorsque qu'il y a du bâti de part et d'autre, l'interdiction de pub ne se justifie pas et il suffit de l'interdire simplement sans fixer une distance de 100m qui ne permet pas de les lire depuis la chaussée.

Réponse :

La rocade est hors agglomération en totalité. Le RNP interdit toute publicité visible de celle-ci, et le RLP définit la distance à partir de laquelle on estime qu'une publicité est visible. La ville de Narbonne ne donne pas suite à cette demande car le panneau, même non lisible, porte atteinte au paysage.

Question :

En ce qui concerne la densité des publicités, il conviendrait de parler, y compris pour le domaine ferroviaire, de réduire et d'unifier l'interdistance entre dispositifs publicitaires.

Réponse :

Le règlement de RLP n'a pas été écrit ainsi pour des raisons juridiques. En effet, l'instauration d'une règle de distance entre dispositifs qui ne sont pas sur une même unité foncière engendrerait un recours contre le RLP avec un risque très important pour la ville.

Question :

Enfin pour l'ensemble du projet de règlement, il conviendrait, sur tous les articles, d'unifier la terminologie des termes employés (notamment le mot surface) car l'emploi de terminologie différente entraîne un risque juridique sur l'interprétation ; un terme unique "surface unitaire de la publicité" pourrait être utilisé pour la définition de la surface de publicité.

Le Commissaire Enquêteur fait remarquer que, en certains points du RLP, des termes de surface ont des significations différentes ce qui peut entraîner, pour le futur, un risque juridique d'interprétation, il propose donc d'utiliser un seul terme pour la surface autorisée de publicité à savoir: "surface unitaire de la publicité".

Réponse :

Ces observations et propositions seront bien prises en compte dans le projet de RLP.

Fait à Narbonne, le 08 octobre 2019,

Maître Didier MOULY