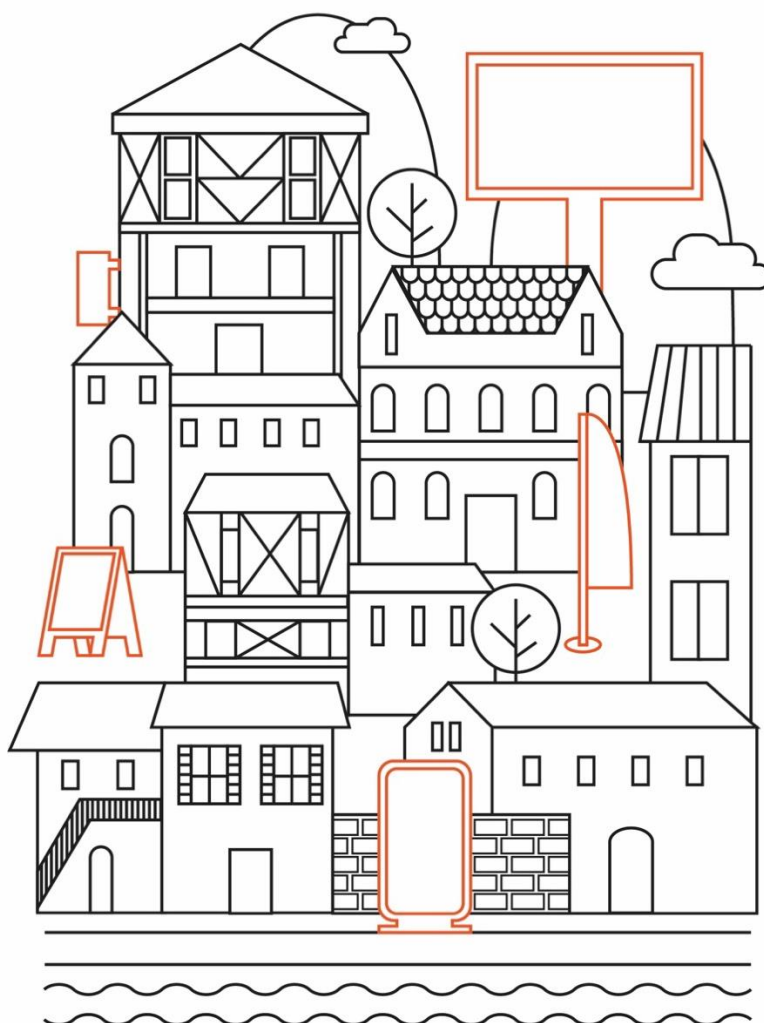




# Ville de **Remoullins**

## Règlement Local de Publicité (RLP)

### Bilan de la concertation



accompagné par le bureau d'études



## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Les modalités de mise en œuvre</b> .....	<b>4</b>
a. Pour informer et sensibiliser .....	4
b. Pour s'exprimer, échanger, débattre et co-construire.....	7
<b>2. Le bilan de la concertation</b> .....	<b>8</b>
a. Le bilan quantitatif : la concertation en chiffres .....	8
b. Le bilan qualitatif : les thèmes abordés dans la contribution .....	8
<b>ANNEXES</b> .....	<b>12</b>

## INTRODUCTION

La concertation a permis d'informer les habitants, les commerçants mais aussi les professionnels, les associations et de recueillir leurs remarques sur le projet de RLP de la commune de Remoulins.

La commune a ainsi prévu dans sa délibération de prescription du 5 juin 2018 les modalités de concertation suivantes :

- Mise à disposition pour consultation sur le site de la commune du projet d'élaboration du RLP ;
- Mise à disposition du public et des personnes concernées d'un registre et d'une adresse mail permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure de révision du RLP ;
- Organisation d'une réunion avec l'association des commerçants ;
- Affichage en mairie durant un mois de la présente délibération et mention de cet affichage dans un journal diffusé dans le Département ;
- Publication au recueil des actes administratifs de la commune.

Dans le respect des textes en vigueur, la concertation s'est déroulée tout au long de la procédure d'élaboration du RLP, depuis la prescription jusqu'à l'arrêt du projet. Elle a permis de :

- informer la population, mobiliser le plus grand nombre, expliquer la démarche en clarifiant un discours très souvent technique ;
- sensibiliser et favoriser l'appropriation des enjeux du territoire et objectifs poursuivis ;
- faciliter une expression citoyenne qui soit la plus ouverte et libre possible ;
- échanger, débattre et d'aboutir à un projet coconstruit sur lequel le grand public a pu apporter sa contribution.

## 1. Les modalités de mise en œuvre

### a. Pour informer et sensibiliser

**Une page internet dédiée au RLP** : une rubrique dédiée au RLP a été créée et mise en ligne sur le site internet de la ville de Remoulins. Cette page a été enrichie tout au long de l'élaboration du projet par des éléments de vulgarisation du RLP (explication synthétique). Les moyens pour participer au projet étaient également présentés avec notamment une information sur le registre en mairie et l'adresse mail dédiée à la concertation. Le dossier complet du RLP avec le rapport de présentation (comportant le diagnostic), la partie réglementaire rédigée, le plan de zonage du RLP et les délibérations étaient également publiés dans cette rubrique.

The screenshot shows the website header for the City of Remoulins, with navigation menus for various services. The main heading is 'Règlement local de publicité - Réunion publique'. Below the heading are social media icons for Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, and Print. The text describes the city's current reflection on outdoor advertising, the goal of the project to align with existing regulations, a diagnostic from 2024, the ongoing redaction of the RLP, and the details of the public meeting on February 19, 2025. It also provides contact information for questions and the project's availability on the website.

Titre	Lien
2024-086 Orientations projet révision RLP-tampon	
dél.02-05.06.2018 Prescription révision RLP	
Invitation Réunion publique concertation	
Tome_1_rapport_présentation_Remoulins	
tome_2_partie_règlementaire_Remoulins	
zonage AO_v_corentin_PPMH	

*Capture d'écran du site internet de la ville de Remoulins en date 24 janvier 2025*

Cette page a permis d'accéder au dossier de concertation numérique du RLP tout au long de la procédure et selon l'avancement du projet.

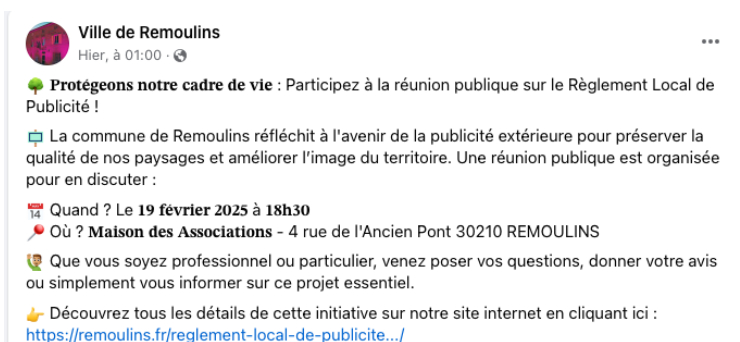
**Des articles ont également été rédigés dans la presse locale** (Midi Libre et Le Républicain d'Uzès et du Gard) afin de faire un retour sur la réunion publique du 19 février 2025 en précisant les éléments clés présentés lors de cette réunion. Ces articles rappellent également que le projet est mis à disposition sur le site internet de la commune et en mairie ainsi que la mise en place d'une adresse mail et d'un registre pour permettre au public d'émettre ses observations.

*Article publié dans Le Républicain d'Uzès et du Gard le 4 mars 2025*

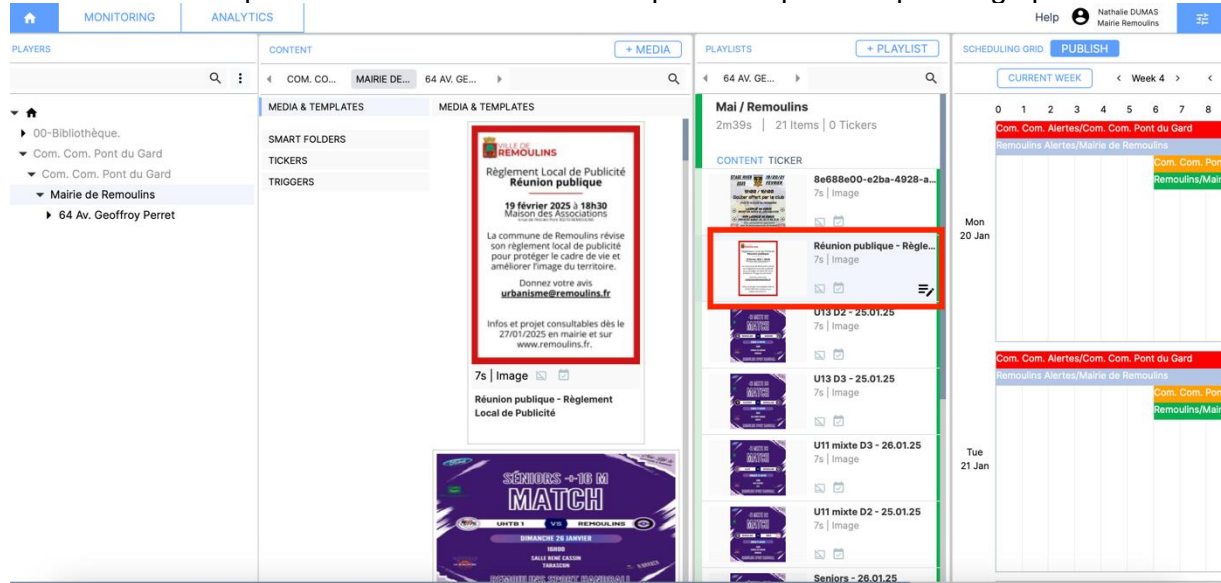


**Publication sur les réseaux sociaux** afin d'informer de la tenue de la réunion publique et rappeler les moyens pour s'informer sur le projet (documents accessibles sur le site internet de la commune).

*Publication sur le Facebook de la commune le 22 janvier 2025*

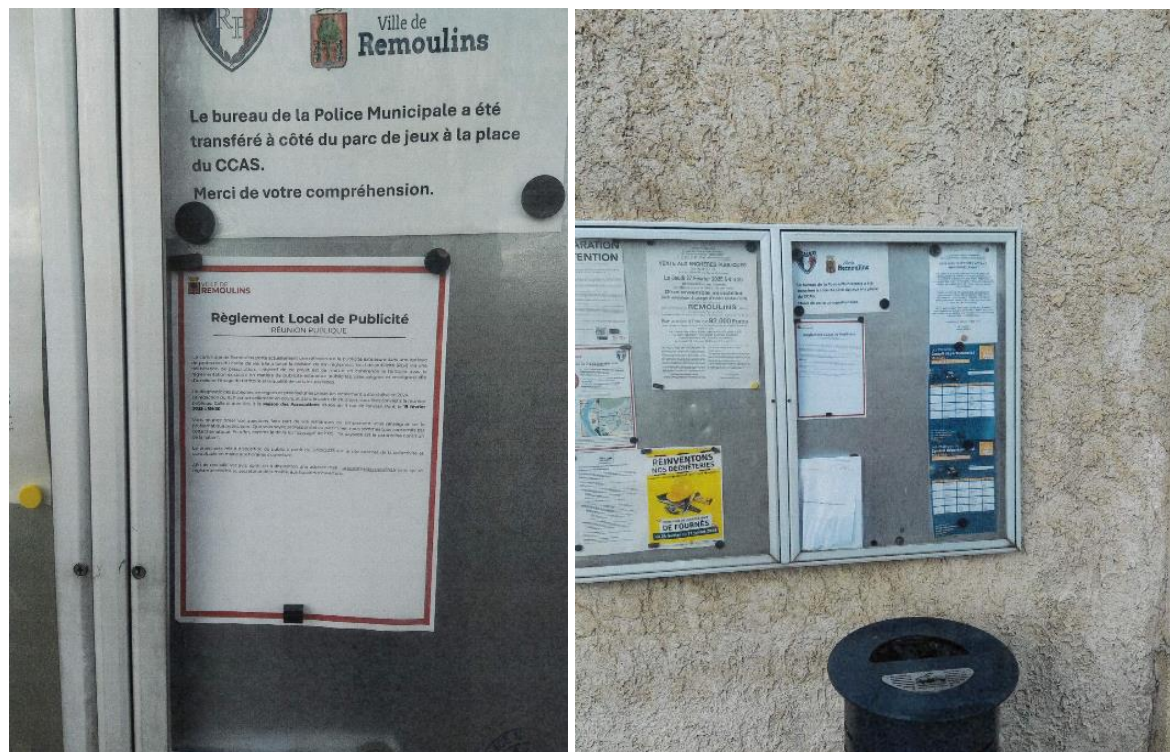


**Affichage sur les panneaux électroniques d'informations municipales** de la date, horaire et lieu de la réunion publique du 19 février 2025, de la possibilité d'émettre ses observations via un mail et de la mise à disposition des documents relatifs au RLP sur le site internet de la commune afin de pouvoir diffuser l'information auprès d'un public le plus large possible.



Ajouter une photo s'il en existe une

**Affichage sur les panneaux réglementaires extérieurs** pour informer sur la date, horaire et lieu de la réunion publique du 19 février 2025.



Affiche sur les panneaux réglementaires extérieurs

**Un dossier de concertation** : un dossier de concertation a été mis à disposition du public en mairie de Remoulins. Il comprenait un les documents et pièces élaborées ainsi que les actes administratifs (délibérations), il s'est enrichi au fur et à mesure des principaux documents de

concertation. Ce dossier était accompagné d'un registre d'observations laissant la possibilité aux citoyens de faire part de leurs remarques et questions.

### **b. Pour s'exprimer, échanger, débattre et co-construire**

**Une adresse mail dédiée** a été créée : [urbanisme@remoulins.fr](mailto:urbanisme@remoulins.fr) . Elle a permis de recueillir les questions, remarques et propositions des habitants, commerçants et toutes autres personnes concernées et intéressées par le projet. Elle a été diffusée notamment sur la page dédiée au RLP et les articles de presse diffusés dans le cadre de l'élaboration du RLP.

**Un registre** a également été mis en place en mairie afin de permettre au public de s'exprimer.

Le registre mis à disposition en mairie et l'adresse mail dédiée ont été rappelés sur le site internet de la commune, dans les articles de presse et sur les réseaux sociaux.

Afin de mener une concertation la plus ouverte et diverse possible, et ainsi atteindre l'objectif d'un projet partagé et enrichi par tous, il a été défini de mener 2 temps d'échanges dédiés à des publics différents :

- **1 réunion publique** dédiée aux habitants, commerçants, associations de protection de l'environnement, professionnels de l'affichage et toutes autres personnes souhaitant s'informer sur le sujet s'est tenue le 19 février 2025 à 18h30. L'objectif était de présenter de manière pédagogique la démarche pour un public ne connaissant pas nécessairement cette thématique afin qu'il puisse s'exprimer sur le sujet et revendiquer ses attentes du RLP. Une communication a été réalisée par la commune afin d'informer un maximum d'acteurs et de personnes de la tenue de cette réunion par le biais d'information sur la page dédiée au RLP sur le site internet de la commune, les panneaux électroniques d'informations municipales, sur les réseaux sociaux (cf partie précédente).. **Afin de réunir un nombre de participants plus large, les associations de protection de l'environnement et les syndicats de professionnels de l'affichage ont également été conviés par courrier.**
- **1 réunion dédiée aux Personnes Publiques associées (PPA)** s'est tenue le 27 novembre 2024 à 14h. Ces acteurs, qui seront également sollicités après l'arrêt du projet RLP, apportent un regard technique professionnel à la concertation et font le lien avec leurs ressortissants directement impactés par le projet, les commerçants, les artisans notamment pour ce qui est des chambres consulaires.

Ces temps d'échanges ont permis à la commune de pouvoir recueillir les observations sur son projet de RLP de différents acteurs. Ainsi, cela a permis à la collectivité de faire mûrir son règlement en apportant des modifications issues de cette concertation.

## 2. Le bilan de la concertation

### a. Le bilan quantitatif : la concertation en chiffres

#### La participation au projet :

- Présence physique aux réunions de concertation :
  - Moins de 10 personnes étaient présentes lors de la réunion publique
- Contributions écrites :
  - A l'adresse électronique dédiée : 2 contributions
    - L'association Paysage de France
    - Département du Gard
  - Sur le registre : 0 contribution

#### La consultation du projet :

- Nombre de visites de la page dédiée au RLP sur le site internet de la commune (si information disponible)
- Nombre de vues sur les publications sur les réseaux sociaux (si information disponible)

### b. Le bilan qualitatif : les thèmes abordés dans la contribution

Avis émis	Réponse de la commune
<p><b>Paysage de France :</b>                      Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 (abords des MH).</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation afin d'autoriser la publicité apposée sur mobilier urbain dans l'ensemble de la ZP1, ZP2 et ZP3. Les dispositifs autorisés sont des dispositifs avec un impact paysager limité du fait de leurs dimensions (2 m2).</p> <p>La commune précise que toute la ZP1 (centre ancien) n'est pas située dans une zone d'interdiction relative de publicité car il y a très peu de covisibilité avec les monuments historiques présents (porte de ville fortifiée et ancienne église Notre-Dame-de-Béthleem). Donc le RLP est plus strict que le code de l'environnement dans une majeure partie de la ZP1 en y interdisant la publicité murale.</p>
<p><b>Paysage de France :</b>                      Publicité apposée sur mobilier urbain</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.</li> <li>2. Pour le mobilier urbain</li> </ol>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette proposition car d'un point de vue paysager, elle ne peut pas être justifiée. En effet, cette disposition n'apporte pas d'amélioration paysagère car l'impact du dispositif reste le même qu'importe où se situe la face de publicité.</p> <p>L'écriture actuelle de la règle pour les publicités sur mobilier urbain d'informations locales ou générales reprend celle du code de l'environnement et la commune souhaite maintenir cette</p>

<p>d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.</p>	<p>écriture. Dans le code de l'environnement, la notion accessoire n'est pas précisée.</p>
<p><b>Paysage de France :</b>                  Enseigne parallèle au mur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limiter à 6 m<sup>2</sup> pour chaque façade de plus de 50 m<sup>2</sup></li> <li>• Limiter à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade de moins de 50 m<sup>2</sup></li> </ul>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation et préfère maintenir la règle de surface cumulée du code de l'environnement, plus adaptée à la réalité des volumes de chaque façade.                  La commune précise également qu'elle met en place des règles esthétiques dans son RLP et tout particulièrement en ZP1 où les enseignes parallèles sont autorisées uniquement en lettres ou signes découpés ou sur un panneau sur fond de la même couleur que la façade qui permettront d'améliorer l'intégration architecturale des enseignes.</p>
<p><b>Paysage de France :</b>                  Imposer l'extinction des enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement et jusqu'à l'ouverture. Ou à défaut de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation et préfère maintenir une plage d'extinction fixe (22h-7h) pour faciliter la mise en application de cette règle.</p>
<p><b>Paysage de France :</b>                  Interdire les enseignes numériques</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation afin de ne pas interdire totalement les enseignes numériques sur son territoire. La commune rappelle que le projet de RLP prévoit une interdiction sur une large partie du territoire des enseignes numériques, elles seront autorisées uniquement en zone d'activités là où leur impact moins fort sur les habitants et avec un format très réduit (1 m<sup>2</sup>) afin de réduire de manière importante les nuisances qu'elles peuvent occasionner.</p>
<p><b>Paysage de France :</b>                  Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation car elle aurait un fort impact pour les activités existantes notamment celles situées en zone d'activités. La commune précise qu'elle souhaite privilégier une adaptation des formats de ces enseignes selon les enjeux des différents secteurs de la commune. Le projet actuel prévoit de limiter les formats dans les secteurs à enjeux (secteurs résidentiels et hors agglomération) afin de privilégier des dispositifs avec un impact paysager réduit. En zone d'activités, les enjeux paysagers pour le cadre de vie sont moindres et les besoins de visibilité des activités plus importants notamment du fait de la configuration urbanistique de ces secteurs (éloignement de la voirie des bâtiments et des parcelles).                  Enfin la notion d'enseigne sur façade non visible depuis la voie publique est sujette à interprétation pouvant ainsi entraîner des incohérences dans la mise en application de cette règle et complexifier l'application.</p>

<p><b>Paysage de France :</b> Interdire les enseignes sur toiture en ZP3 ou à défaut limiter à 8 m2</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation car il est souhaité maintenir la possibilité d'enseignes sur toiture en ZP3 en raison de la configuration urbanistique des zones d'activités (éloignement des bâtiments de la voirie) pouvant entraîner un manque de visibilité des enseignes sur façade.</p>
<p><b>Paysage de France :</b> Enseigne temporaire pour les opérations immobilières : appliquer les mêmes règles qu'aux enseignes permanents</p>	<p>La commune souhaite prendre en compte cette observation en abaissant la surface de ces enseignes temporaires à 4,7 m2 en ZP1, où les enjeux paysagers et architecturaux sont les plus importants.</p>
<p><b>Paysage de France</b> 1. Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines 2. -interdire les enseignes numériques à l'intérieur de la vitrine 3. - Autoriser uniquement les enseignes éclairés par projection ou transparence avec une surface limitée à 1 m2</p>	<p>1 et 2 – La commune ne souhaite pas prendre en compte cette proposition car législation ne permet pas d'aller jusqu'à une interdiction publicités lumineuses et des enseignes numériques à l'intérieur des vitrines. Une telle interdiction serait donc illégale 3 – La commune ne souhaite pas prendre en compte cette proposition car cela reviendrait à réglementer de nombreux dispositifs situés à l'intérieur des vitrines ce qui compliquerait la mise en application et pourrait être bloquant pour les commerçants. La commune préfère se concentrer sur la réglementation des enseignes numériques à l'intérieur des vitrines, les dispositifs les plus impactant.</p>
<p><b>Département :</b> Pas assez restrictif sur la volumétrie, notamment en zone d'accumulation des commerces</p>	<p>La commune rappelle que le code de l'environnement réglemente déjà la volumétrie des enseignes sur façade par une règle de surface cumulée des enseignes sur façade.</p>
<p><b>Département :</b> proposer un modèle de support d'enseigne perpendiculaire qualitatif pour le centre ancien, la ZPO et les zones incluses dans les périmètres de protection des MH</p>	<p>La commune ne souhaite pas prendre en compte cette observation car la notion de support qualitatif est trop subjective. La commune préfère opter une limitation des dimensions (80 cm de saillie et hauteur sur toute la commune) afin d'assurer un impact paysager limité et une meilleure homogénéité de ces dispositifs.</p>
<p><b>Département :</b> Pas d'enseigne scellées au sol en centre ancien</p>	<p>La commune souhaite prendre en compte cette observation. Les enseignes scellées au sol seront interdites en ZP1.</p>
<p><b>Département :</b> Dans les zones les plus sensibles un diagnostic précis, une rencontre avec le pétitionnaire parait intéressante (possible à l'échelle de</p>	<p>La commune précise que le diagnostic établi permet de connaître avec précision le nombre, la typologie, la localisation et les formats des dispositifs publicitaires permettant ainsi de définir les enjeux du territoire en matière de publicité extérieure. Une réunion publique s'est tenue le 19 février 2025 pour rencontrer les pétitionnaires et toutes personnes intéressées par le projet. La commune apportera une réflexion sur la réalisation d'un cahier de</p>

<p>la commune sur ZPO, centre ancien et avenue Geoffroi Perret -RD 6086 et 6100-, voire la rédaction d'un cahier de recommandation avec quelques esquisses</p>	<p>recommandations en complément du RLP mais cela est hors champ de la procédure de RLP</p>
--	---

## ANNEXES

Autres mesures d'informations effectuées par la commune :

### Articles de presse :

- [Le Républicain d'Uzès et du Gard, le 4 mars 2025](#)

mesinfos.

**Le Républicain**  
d'Uzès et du Gard

ECONOMIE JUSTICE FAITS-DIVERS SOCIÉTÉ POLITIQUE ENVIRONNEMENT SPORT CULTURE ET LOISIRS

SOCIÉTÉ

## À Remoulins, la publicité extérieure au coeur des réflexions

Il y a quelques jours, la Municipalité a organisé une réunion publique afin d'aborder un sujet : la publicité extérieure. Protection du cadre de vie, respect de la législation et la limitation de la pollution visuelle, des points à l'ordre du jour.

Thierry de Cupere - CLRU, le mardi 04 mars 2025

4. L'information et contributeur au projet

© Le Républicain d'Uzès - Une réunion publique à Remoulins a été l'occasion de parler de la réglementation et de la préservation du cadre de vie.

La municipalité de **Remoulins** a organisé en février, une réunion publique de concertation sur le **Règlement local de publicité (RLP)**. La Commune porte actuellement une réflexion sur la **publicité extérieure** dans une optique de protection du cadre de vie et pour se mettre en conformité avec la réglementation.

Remoulins, avec 2 303 habitants, doit en effet respecter la loi en vigueur pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Cette démarche s'intègre aussi dans le **label Petites villes de demain**.

### Des publicités non-conformes

**Legal 2digital**  
Nos experts s'occupent de **vos formalités juridiques** !  
Découvrir les offres

### Annonces Légales

**PUBLIER** votre annonce légale  
**CONSULTER** les annonces légales

Le Républicain d'Uzès et du Gard, une marque **Legal2digital**, leader de la publication d'annonces légales.

La procédure de révision du RLP comprend trois phases avec tout d'abord, un diagnostic ; l'élaboration du RLP puis l'étape administrative avec une délibération d'approbation du projet. Aidée par le cabinet d'études Gopub conseil, la Municipalité a pu établir, dès 2024, un diagnostic des publicités, enseignes et pré-enseignes présentes sur le territoire.

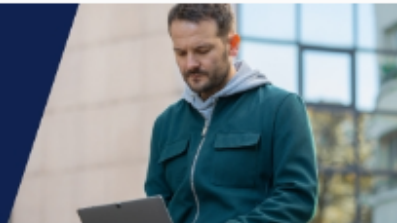
Même si des centaines d'entre-elles sont implantées, le premier bilan du diagnostic permet d'établir qu'il y a une faible présence de publicités et pré-enseignes sur la commune, l'absence de dispositifs de grand format (+ de 8 m<sup>2</sup>), l'absence de publicités sur le mobilier urbain et de **publicités lumineuses et numériques**, des zones d'interdiction relatives (abords des monuments historiques, site inscrit) présentes sur la partie ouest des zones agglomérées.

### Des zones de publicités définies

Quatre zones de publicité ont été définies pour les publicités et pré-enseignes : ZP0, secteurs agglomérés en site classé ; ZP1, centre-ville ancien ; ZP2, secteurs mixtes ou à dominantes résidentielles, et ZP3, zones d'activités. Pour les abords des Monuments historiques : la notion de co-visibilité s'applique dans le cas des périmètres de 500 mètres.

Avec **mesinfos.**  
tenez vous informé.e du **tableau des ventes aux enchères** de votre région !

Je m'abonne



L'avenue Geoffroy-Perret concentre les principaux **impacts paysagers** de la publicité avec la présence de dispositifs plus grands (+ de 4m<sup>2</sup>) et apposés en doublon sur le même mur... 63% des dispositifs publicitaires sont non-conformes au **code de l'Environnement** (scellé au sol interdit, sur équipement routier ou de transport et de distribution électrique, apposée à moins de 50m du sol, implanté sur mur ou clôture, etc.)

### Limiter la pollution visuelle à Remoulins

Au delà de la préservation du cadre de vie et le maintien de la qualité paysagère de Remoulins, il s'agit de protéger l'image du quartier historique et ses abords : le centre-bourg élargi englobant le secteur compris entre l'avenue du Lieutenant-Broche, l'avenue Geoffroy-Perret (RD6086 et RD6100), la route de Bagnols, la RD6101 (quartier de l'Arnède-Basse); l'amélioration de la qualité des zones d'activités et notamment le long de la RD6086 et RD6101. Et maintenir la qualité paysagère des quartiers résidentiels.

#### A LIRE AUSSI

**[Le patrimoine de Remoulins bientôt mis en valeur dans un court-métrage](#)**

Cette réunion a permis aux commerçants et habitants de poser leurs questions, de faire part de leurs remarques ou simplement de se renseigner sur la problématique publicitaire. Professionnels ou particuliers, tous sont concernés par cette thématique. En effet, comme le dit la loi "paysage" de 1995 : *"Le paysage est le patrimoine commun de la nation"*.

Le projet est à disposition du public depuis le 27 janvier sur le site internet de Remoulins et consultable

Ar

F  
c

Le  
Leç  
d'a

St

Re

- Le Midi libre, le 2 mars 2025

MA VILLE SPORT FAITS DIVERS ACTU LOISIRS ANNONCES AVIS DE DÉCÈS RECHERCHE

Midi Libre

Mon compte S'abonner

Monde Europe Politique Société Justice Circulation - Déplacements Météo Environnement Méditerranée Économie Éducation

Accueil > Actu > Société > Urbanisme

## Révision du règlement publicitaire : peu de commerçants au rendez-vous



Le maire et l'expert ont animé la réunion.

Urbanisme, Remoulins

Publié le 02/03/2025 à 05:05

CORRESPONDANT

Écouter cet article

00:00 / 02:06  
Powered by ETX Majellan

### Les plus lus

- 1** **Faits divers.** Ils trouvent un sac de friandises et les mangent : trois policiers terminent aux urgences après avoir ingéré des bonbons à la drogue
- 2** **Circulation - Déplacements.** L'un des conducteurs avait une "haleine chargée en alcool" : au moins 37 morts dans une violente collision entre deux cars
- 3** **Faits divers.** Il était en train de monter à l'échelle : un jeune chef d'entreprise meurt après une chute de 8 mètres dans le vide
- 4** **Santé.** Elle est "très agressive" et "résistante" aux médicaments : faut-il craindre cette bactérie qui a déjà fait 14 morts en Australie ?
- 5** **Faits divers.** Le fils de Lio est mort : porté disparu, Diego, 21 ans, retrouvé immolé par le feu près de l'aéroport de Roissy



La réunion publique organisée à la maison des associations sur le règlement local de publicité n'a pas attiré grand monde. Seuls quatre commerçants étaient présents ainsi que plusieurs élus municipaux.

Le maire dans son message d'accueil a expliqué que "cette réunion de concertation qui lance le projet de révision du règlement local de publicité a pour objectif la protection du cadre de vie et l'embellissement du village dans une perspective d'attractivité touristique".

L'expert M. Quellec du bureau d'études Gopub a ensuite établi un état des lieux de la publicité extérieure sur la commune. "La publicité que l'on retrouve sur différents supports répond à une réglementation en cohérence avec le Code de l'environnement, 63 % sur le territoire des publicités et pré-enseignes étant non conformes au Code de l'environnement."

Le bureau d'études a défini plusieurs orientations : préserver le cadre de vie des secteurs mixtes et à dominante résidentielle ; protéger le centre ancien de l'impact paysager des publicités ; veiller à la qualité paysagère des zones d'activités en y encadrant les publicités et pré-enseignes ; réduire l'impact des publicités et enseignes lumineuses et numériques afin de réduire la pollution lumineuse ; assurer une bonne intégration architecturale des enseignes sur façade dans le centre ancien ; veiller à la bonne intégration paysagère des enseignes lumineuses (actives de 22 heures à 7 heures sauf dérogation) dans les zones résidentielles et traiter les enseignes dans les zones d'activité afin d'améliorer leur intégration paysagère.

### Un registre disponible en mairie pour les habitants

Au cours de la réunion un artisan menuisier a exprimé auprès du maire son vif mécontentement sur les modalités de perception de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE).

La concertation sur le LRP prendra fin au mois de mars, et après une enquête publique il sera approuvé en conseil municipal à la fin de l'année.

Les habitants peuvent donner leurs avis ou se renseigner sur le site de la mairie sur un registre accessible au secrétariat de la mairie et sur : [urbanisme@remoulins.fr](mailto:urbanisme@remoulins.fr).

Correspondant Midi Libre : 06 77 24 78 68

## À lire aussi de Urbanisme

- 1 **Urbanisme.** La réhabilitation du village se fait à partir d'un historique douloureux
- 2 **Education.** Le dôme de l'université Hoche à Nîmes enfin installé : prouesse architecturale et technique pour une fac remarquable !
- 3 **Urbanisme.** Le cimetière réaménagé célèbre la mémoire et l'engagement local
- 4 **Urbanisme.** Parking : la Grand-Place passe en zone bleue
- 5 **Urbanisme.** La municipalité développe sa position sur le projet d'installation d'un complexe de padle

### Midi Libre

Découvrez tous nos magazines et hors-séries

[Accédez à la boutique](#)



## À lire aussi de Remoulins

**Urbanisme.** Les réunions

## Rapport de constatation de la police municipale de l'affichage d'informations sur la réunion publique sur les panneaux d'informations extérieurs

POLICE MUNICIPALE



REMOULINS

RAPPORT N° 202500 0005

Objet:

Constatation d'affichage

Carte Grise :

Date de délivrance :

1ère Mise en Circul. :

Type de véhicule :

Pièces Jointes :

Photos

Destinataires :

- Monsieur le Maire
- Monsieur le Chef de Service de la Police Municipale
- Archives de la Police Municipale

REPUBLIQUE FRANCAISE

### RAPPORT DE CONSTATATION

L'an deux mille vingt cinq, le vingt trois du mois de janvier,

Nous soussigné(s),

Brigadier-Chef Principal FRAMBRY LISE

Brigadier-Chef Principal CARA Olivier

Agents de Police Judiciaire Adjoints, agréés et assermentés, en résidence à la Mairie de REMOULINS

En fonction à la Police Municipale de REMOULINS

Agissant en tenue et de service, conformément aux ordres reçus de

Monsieur le Maire de REMOULINS

Vu les articles 21, 21 2°, 21-1, 21-2, D15, 73 et 429 du Code de Procédure Pénale

Vu les articles L.2212-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales

Vu l'article L511-1 du Code de la Sécurité Intérieure

Nous avons l'honneur de vous rendre compte des faits suivants :

Ce jour, le vingt trois janvier deux mille vingt cinq à douze heures et cinquante minutes, à la demande du service communication de la mairie, affichons le document comportant les indications suivantes :

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

REUNION PUBLIQUE

LE 19/02/2025 0 18H30 Maison des associations à Remoulins.

Le document est apposé sur le panneau d'affichage sur trouvant sur la façade de la mairie de la commune.

Joignons à ce rapport deux photos.

Rapport fait pour être transmis à notre Cheffe de Service ainsi qu'à Monsieur le Maire de REMOULINS.

En conséquence, nous avons rédigé le présent rapport à toutes fins que vous jugerez utiles.

Fait à REMOULINS

Le 23/01/2025

Signature du rapport N°2025 000005

Les A.P.J.A. :


Vu et transmis,

Le Chef de Service de Police Municipale


## Contributions issues de la concertation

### Contributions à l'adresse mail dédiée :

- L'association Paysage de France

Courrier du 3 février 2025



**Paysages  
de France**

Association agréée dans le cadre national au titre des articles L141-1 et suivants du Code de l'environnement, habilitée pour prendre part au débat sur l'environnement au sein d'instances consultatives, et agréée par le ministère de la Justice au titre de l'article 54,1° de la loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas †, artiste-peintre
- Gilbert Durand †, philosophe
- Alain Finkielkraut, philosophe, membre de l'Académie française
- Albert Jacquard †, généticien
- Louédin, artiste-peintre
- Michel Maffesoli, sociologue
- François Morel, artiste
- Edgar Morin, sociologue
- Hubert Reeves, astrophysicien

Grenoble, le 3 février 2025

**Affaire suivie par**  
Sylvain FIRER-BLAËSS  
Chargé de plaidoyer

Contact :  
contact@paysagesdefrance.org  
06 32 04 49 19

Monsieur le maire  
de REMOULINS

*Lettre envoyée par voie électronique sur l'adresse :*

#### **Objet : projet de RLP de Remoulins**

Monsieur le Maire,

Votre conseil a prescrit la révision du RLP de Rémoulins.

L'enjeu que représente ce projet est assurément des plus importants.

Les maires et présidents des intercommunalités compétentes en matière d'urbanisme détiennent en effet le privilège de pouvoir imprimer leur marque sur la partie du territoire national dont ils ont la responsabilité et, dans le cas d'espèce, d'exercer leur pouvoir pour que le paysage, composante majeure du « *patrimoine commun de la nation* »<sup>1</sup> et « *élément essentiel du bien-être individuel et social* »<sup>2</sup> fasse – au-delà du seul bien-être de leurs administrés et de l'image de leur territoire – l'objet de toutes les attentions qu'il mérite.

L'association *Paysages de France* ne peut donc que se réjouir de votre volonté et de celle de votre conseil de protéger d'une pollution souvent extrêmement agressive, non seulement vos administrés, mais également un espace qui, par définition, fait donc partie du patrimoine national.

Qui plus est, si les mesures appropriées sont prises, le futur RLP favorisera un exercice plus équilibré de la concurrence entre commerçants, cela au bénéfice des « petits », et donc notamment des commerces de proximité et des centres-villes, lesquels sont les premières victimes de la surenchère publicitaire à laquelle se livrent certains acteurs économiques, en particulier de la grande distribution.

Enfin, une telle démarche ne peut désormais faire abstraction d'autres enjeux environnementaux – cruciaux et urgents, tels que la transition écologique, la lutte contre l'incitation perpétuelle à la surconsommation et au gaspillage, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique – qui

<sup>1</sup> Loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement, dite loi Barnier.

<sup>2</sup> Convention européenne du paysage du 20 octobre 2000, ratifiée par la France le 13 octobre 2005 et entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2006.

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble  
06 32 04 49 19 contact@paysagesdefrance.org

nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

Au demeurant, en mettant en œuvre une politique d'excellence en la matière, Rémoulins impulsera une démarche responsable et innovante, ce que *Paysages de France* ne manquera pas de faire savoir si tel doit être le cas.

Afin de faciliter la tâche des élus, l'association que je préside a donc réalisé un document de portée générale énumérant les principaux types de dispositifs et les adaptations qu'il convient notamment d'apporter à la réglementation nationale pour qu'un RLP :

1. puisse être considéré comme assurant un niveau acceptable de protection du cadre de vie et du paysage et permette une réappropriation de l'espace public au profit des populations et des usagers des voies publiques ;
2. fasse que le territoire concerné n'aillent pas à l'inverse des mesures à prendre dans le cadre des enjeux environnementaux majeurs que représentent la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique, mais, au contraire, apporte à cette occasion une contribution concrète et significative, ce qui est, j'en suis convaincu, votre volonté ;
3. permette d'assurer un exercice plus équilibré et « apaisé » de la concurrence entre acteurs économiques.

J'ai donc le plaisir de vous adresser ci-joint le document en question.

Vous remerciant de me tenir informé des initiatives que vous prendrez dans ce sens et restant à votre disposition pour toute information complémentaire,

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de ma considération distinguée.

Le président, Jean Marie DELALANDE





Élaboration  
d'un RLP(i)  
compatible avec  
une protection acceptable  
de l'environnement

### MESURES MINIMALES À PRENDRE

DANS LES AGGLOMÉRATIONS COMMUNALES  
DE MOINS DE 10 000 HABITANTS (NE FAISANT PAS  
PARTIE D'UNE UNITÉ URBAINE DE PLUS DE 100 000  
HABITANTS)



<b>Principes</b>	<b>3</b>
<b>1 - Publicités et préenseignes</b>	<b>5</b>
• Publicité sur bâtiments et clôtures	5
<b>2 - Mobilier urbain</b>	
• Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires	6
• Abris destinés au public	7
<b>3 - Enseignes</b>	<b>8</b>
• Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade	8
• Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	9
• Enseignes de plus de 1 m <sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol	10
• Enseignes de 1 m <sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol	11
• Enseignes sur clôtures	12
• Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)	13
• Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liées à l'immobilier)	14

# Principes

L'affichage publicitaire est régi par les dispositions du titre VIII, « *Protection du cadre de vie* », du Livre V du Code de l'environnement traitant de la « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ».

Or, à l'évidence, les maires, les présidents d'intercommunalité et les membres de leurs conseils n'ont pas pour objectif de polluer l'espace public, mais bien de dépolluer le territoire où vivent ceux qui les ont élus tout en l'embellissant et en valorisant l'image de ce dernier.

L'association Paysages de France considère que, pour atteindre cet objectif, la démarche d'élaboration d'un règlement local de publicité doit être fondée sur trois grands principes :

1.

Améliorer la qualité  
du paysage urbain  
et du cadre de vie

L'article L.581-8 du Code de l'environnement dresse une liste des lieux interdits à la publicité en agglomération (exemple : sites patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, parcs naturels régionaux, etc.) tout en prévoyant également la possibilité de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un RLP(i).

Il n'en demeure pas moins que c'est le principe de l'interdiction *a priori* de toute forme de publicité qui a été posé par le législateur. Cette possibilité de déroger ne doit donc être mise en œuvre qu'à titre exceptionnel et avec le plus grand discernement.

Pour Paysages de France, la mise en place d'un RLP(i) dans de tels lieux doit permettre de prendre des mesures en matière d'enseignes, afin que ces dernières ne soient pas une cause de pollution mais une source d'embellissement.

## 2.

Établir un règlement simple, lisible, facile à mettre en œuvre et à faire respecter

Les différents articles doivent simplement indiquer les dispositions qui dérogent au règlement national, quels sont les dispositifs admis et selon quelles conditions. Il n'est pas souhaitable de recopier les dispositions du règlement national qui ne font qu'alourdir le document.

## 3.

limiter à 3 le nombre de zones (voire 4 au maximum)

- **ZP0** : zone excluant toute publicité : abords des écoles, centre historique élargi, entrées de ville, zones naturelles, etc.
- **ZP1** : zone à dominante d'habitations en agglomération
- **ZP2** : zone à dominante industrielle et commerciale en agglomération

Dans les documents qui suivent :



Règlement National de la Publicité



Commentaire



Avis de Paysages de France

# 1 - Publicités et préenseignes

## 1.1 - Publicité sur bâtiments et clôtures

RNP

- Surface maximale : 4,70 m<sup>2</sup>
- Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m



Sur une unité foncière de 0 à 80 m de long, le RNP autorise un panneau publicitaire de 4,70 m<sup>2</sup> maximum sur mur « aveugle » (c.-à-d. ne comportant pas d'ouverture(s) de 0,50 m<sup>2</sup> ou plus).

« *Par exception* », le RNP autorise deux panneaux muraux, à condition qu'ils soient alignés horizontalement ou verticalement.

Or les afficheurs systématisent cette « exception » qui a pour effet de multiplier par deux la pollution...

Attention ! Le RNP ne limite pas le nombre de panneaux sur les clôtures aveugles autres que murales.



- Interdiction de la publicité lumineuse, y compris derrière les vitrines.
- Un seul panneau de 4,70 m<sup>2</sup> maximum sur mur de façade.
- Interdiction sur toutes les clôtures aveugles (murs compris).

## 2 - Mobilier urbain

### 2.1 - Mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

RNP

Ce mobilier peut supporter à titre accessoire une publicité d'une surface maximale de 2 m<sup>2</sup> sur une seule face OU de 3 m de haut maximum.

Il ne peut pas recevoir de publicité lumineuse, y compris éclairée par projection et transparence.



Ces dispositifs publicitaires sont installés sur les trottoirs.

Les autoriser autrement que de façon très limitée reviendrait pour les élus :

- à polluer l'espace public,
- à « donner le mauvais exemple ».



Réserver ce type de dispositif à l'information institutionnelle.

## 2.2 - Abris destinés au public

RNP

Ce mobilier peut supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 m<sup>2</sup>. Dans la pratique il est généralement équipé d'une publicité de 2 m<sup>2</sup> coté abri et une autre de 2 m<sup>2</sup> coté extérieur.

Il ne peut pas recevoir de publicité lumineuse, y compris éclairée par projection et transparence.



Outre le fait qu'un abri destiné au public n'a pas pour vocation première à supporter de la publicité, ce type de publicité a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.



PdF

Ne pas autoriser la publicité sur les abris destinés au public.

Si elle devait être autorisée, la limiter à une surface maximale cumulée de 2 m<sup>2</sup>.

## 3 - Enseignes

### 3.1 - Enseignes non lumineuses et lumineuses apposées sur façade



La surface cumulée des enseignes ne doit pas excéder 15 % de la surface de la « façade commerciale ».

Elle est portée à 25 % lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>



Le RNP autorise donc :

- l'installation d'enseignes pouvant atteindre sur certains bâtiments, notamment ceux installées dans les zones commerciales, des surfaces considérables (règle de pourcentage) ;
- l'installation d'enseignes numériques, extrêmement agressives.



En complément des dispositions du RNP :

- Fixer une surface maximale cumulée des enseignes :
  - de 6 m<sup>2</sup> pour chacune des façades du bâtiment supérieure à 50 m<sup>2</sup>.
  - de 4 m<sup>2</sup> pour chacune des façades inférieure à 50 m<sup>2</sup>
- Proscrire les enseignes numériques.

## 3.2 - Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu



RNP

Lettres ou signes découpés avec une hauteur qui ne peut excéder :

- 3 m de hauteur lorsque la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 m ;
- 1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m lorsque cette hauteur est supérieure à 15 m.



- Ces enseignes impactent très fortement le paysage du fait de leur hauteur par rapport à celle de la plupart des bâtiments.
- Elles « ferment » le paysage.
- Elles ont une fonction essentiellement publicitaire et donc nuisent à un exercice équilibré de la concurrence.

PdF

Exclure ce type de dispositif.

S'il devait être autorisé dans une zone commerciale, la surface ne devrait pas dépasser 8 m<sup>2</sup> et sa hauteur 1 m.

### 3.3 - Enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol

RNP

- Un dispositif par voie bordant l'activité
- Surface unitaire maximale de 6 m<sup>2</sup>
- Hauteur : 6,50 m lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large ou 8 m lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



- Une enseigne de 6 m<sup>2</sup> a autant d'impact sur le paysage qu'un panneau publicitaire du même type. Il est donc indispensable de ne les autoriser qu'à titre exceptionnel et, dans cette hypothèse, d'en limiter la surface.
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



PdF

- Exclure ce type de dispositif sauf pour les bâtiments dont aucune enseigne sur façade ne serait visible depuis une voie ouverte à la circulation publique :
  - Surface maximale : 2 m<sup>2</sup>
  - Hauteur maximale : 2 m
- Proscrire les enseignes numériques.

### 3.4 - Enseignes de 1 m<sup>2</sup> ou moins scellées au sol ou installées directement sur le sol



RNP

Le nombre d'enseignes au sol de 1 m<sup>2</sup> ou moins n'est pas limité.



Cette lacune conduit à des débordements bien connus et permet de contourner les règles applicables aux enseignes au sol de plus de 1 m<sup>2</sup>.

PdF

Limiter le nombre d'enseignes à un dispositif par voie bordant l'activité.

### 3.5 - Enseignes sur clôtures



Possibles sur clôtures aveugles ou non aveugles.

- Les enseignes ne peuvent dépasser la taille de la clôture.
- Non limitées en nombre



- Cette lacune de la réglementation a souvent des effets désastreux, l'ensemble de la clôture pouvant servir de support à toutes sortes de messages aux slogans agressifs et aux couleurs criardes, sur banderoles et panneaux.
- Cette lacune permet également de contourner la règle de densité limitant à un dispositif (par voie bordant l'activité) le nombre des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou posées directement sur le sol.
- Ces enseignes peuvent également être numériques. Leur effet est alors redoutable !



- Limiter à un dispositif par tranche de 50 m de linéaire de façade.
- Surface maximale : 2 m<sup>2</sup>
- Proscrire les enseignes lumineuses.

### 3.6 - Enseignes temporaires de moins de 3 mois (manifestations ou opérations exceptionnelles)

RNP

- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Si elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne sont limitées ni en surface ni en hauteur.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m<sup>2</sup> maximum) et être numériques.



Les lacunes réglementaires dans ce domaine sont très importantes. On peut ainsi trouver des formats géants incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement, du cadre de vie et du paysage. De plus, la succession de quatre opérations dites « exceptionnelles » sur l'année permet de transformer ces enseignes temporaires en un affichage permanent.

Cette disposition permet en outre de contourner l'interdiction des bâches publicitaires dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

En outre, même lorsqu'il s'agit de banderoles plus ou moins grandes, ce type de dispositif résiste mal au temps : les bâches se décrochent, se déchirent, sont fixées avec des ficelles...



Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions recommandées pour les enseignes permanentes.

### 3.7 - Enseignes temporaires de plus de 3 mois (travaux ou opérations liés à l'immobilier)



- Ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Peuvent être installées sur toiture (60 m<sup>2</sup> maximum).
- Surface limitée à 10,50 m<sup>2</sup> si scellées au sol. Par contre leur hauteur n'est pas limitée.



Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.



- Exclure ce type de dispositif sauf pour les bâtiments dont aucune enseigne sur façade ne serait visible depuis une voie ouverte à la circulation publique :
  - Surface maximale : 2 m<sup>2</sup>
  - Hauteur maximale : 2 m
- Proscrire les enseignes numériques.

Envoyé en préfecture le 19/06/2025  
Reçu en préfecture le 19/06/2025  
Publié le  
ID : 030-213002124-20250526-2025\_033-DE

**Association Paysages de France**

5, place Bir-Hakeim  
38000 Grenoble

Tél. : 06 32 04 49 19

[contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)  
[www.paysagesdefrance.org](http://www.paysagesdefrance.org)



Mail du 14 février 2025 :



**Paysages  
de France**

Association agréée  
dans le cadre national  
au titre des articles  
L.141 -1, R.141 -2 à R.141 -20  
du Code de l'environnement  
et habilitée pour prendre part  
au débat sur l'environnement  
au sein d'instances consultatives.

Agréée par le ministère  
de la Justice au titre  
de l'article 54,1°  
de la loi n° 71-1130  
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas,  
artiste-peintre
- Jean Cabanel,  
ancien chef de la Mission  
du Paysage
- Gilbert Durand,  
philosophe
- Alain Finkielkraut,  
philosophe, membre  
de l'Académie française
- Albert Jacquard,  
généticien
- Louéclin,  
artiste-peintre
- Michel Maffesoli,  
sociologue
- François Morel,  
artiste
- Edgar Morin,  
sociologue
- Hubert Reeves,  
astrophysicien

## Projet de RLP de Rémoulins (30) Observations de l'association Paysages de France

14 février 2025

### 1. Quelques avancées, compromises par des mesures préjudiciables pour l'environnement

Le projet de RLP de Rémoulins contient plusieurs mesures positives permettant de limiter l'impact des publicités et enseignes sur le territoire :

- pour les publicités : réduction de surface en zones d'habitation, interdiction sur cloture, longue plage d'extinction nocturne.
- pour les enseignes : limitation des numériques, sur toiture, de moins de 1 m<sup>2</sup> au sol ainsi que l'alignement des enseignes temporaire de moins de 3 mois sur les enseignes permanentes.

Malheureusement, ces mesures positives sont annihilées par la possibilité d'installer des dispositifs numériques derrière toutes les vitrines, un manque d'ambition pour améliorer l'image des zones commerciales et une règle d'extinction des enseignes trop laxiste.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés
- **la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.
- **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.**

#### Préconisation de Paysages de France :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique
- Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques

### 2. Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.

Rappelons ici l'orientation n°2 du projet :

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble  
06 32 04 49 19 [contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)

« Protéger le centre ancien de l'impact paysager des publicités et préenseignes

*En raison de fort enjeux architecturaux, il est souhaité préserver le centre ancien et son identité de vieux village. La publicité y est donc fortement limitée afin d'y maintenir une absence de publicité dans cette zone. »*

Si l'objectif est réellement de protéger le centre ancien et l'identité de vieux village de Rémoulins, rien de plus facile : il suffit de respecter le Code de l'environnement qui interdit toute publicité (y compris sur mobilier urbain) dans cette zone.

La formulation consistant à dire qu'il faut « *fortement limiter* » pour « *maintenir une absence de publicité* » pose d'ailleurs question...

Finalement, pour maintenir l'absence de publicité, on va déroger au Code de l'environnement pour pouvoir en installer !

#### **Préconisation de Paysages de France :**

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8. les zones.

### **3. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain**

Le projet prévoit d'autoriser sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Rémoulins en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

Il convient également de remarquer qu'une majorité de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé", « jouer peut comporter des risques », « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » ...) attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire.

#### **Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire**

L'article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « *Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.* »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent

prosperer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs.

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : « *Compte tenu de [...] leur positionnement hors du champ de vision de l'utilisateur de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de préenseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des préenseignes qu'à titre accessoire.* »

### **Publicité sur les abris voyageurs : une agression pour les usagers**

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

De plus, la personne qui se tient devant un panneau se trouve visuellement incluse dans le cadre de l'affiche, ce qui peut se révéler dégradant (cas par exemple des affiches de lingerie ou de parfum).

#### **Préconisation de Paysages de France :**

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.
- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

## **4. Des enseignes sur façade démesurées**

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m<sup>2</sup> !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

#### **Préconisation de Paysages de France :**

Limiter à 6 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup>

Limiter à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>

## 5. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

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

Dès lors que l'activité d'une entreprise ou d'un commerce cesse, toute enseigne qui reste allumée se transforme de fait en publicité. Tout comme on ferme un robinet après usage ou on éteint en sortant d'une pièce, les enseignes devraient logiquement être éteintes en dehors des heures d'ouverture.

La règle d'extinction proposée (22 h – 7 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Rappelons ici l'orientation n° 4 :

*« Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de diminuer la pollution lumineuse.*

*Afin de préserver le cadre de vie et de réaliser des économies d'énergies, la commune souhaite élargir la plage d'extinction nocturne **aux horaires peu nécessaires.** »*

Comment peut-on considérer que laisser allumée une enseigne jusqu'à 22 h lorsque l'établissement est fermé au public à 19 h corresponde à un **horaire nécessaire** ?

### Préconisation de Paysages de France :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement jusqu'à sa réouverture au public.

A défaut, extinction de 1 h après la fermeture à 1 h avant la réouverture au public.

## 6. Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Le RLPi autoriserait des enseignes numériques de 1 m<sup>2</sup> en zone d'activités.

Or, les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérées par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (flashes) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable. Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel. »

Ils aggravent en outre, et cela de façon très importante, la pollution du ciel nocturne. Ce sont également, de très loin, les dispositifs les plus accidentogènes. Ils sont enfin une cause de gaspillage énergétique d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils

jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques.

**Préconisation de Paysages de France :**

Interdire les enseignes numériques.

## 7. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.

- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 3 m<sup>2</sup> en ZP0 et ZP2 est nettement insuffisante pour contrer les effets négatifs de ces dispositifs. Quant à la ZP3, elle pourrait y accueillir des enseignes scellées au sol au format maximum autorisé par le Code de l'environnement !

**Préconisation de Paysages de France :**

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

## 8. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m<sup>2</sup>, elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

La limitation à 35 m<sup>2</sup> dans le projet ne permet en aucune manière de limiter l'impact visuel de ces dispositifs.

**Préconisation de Paysages de France :**

Interdire les enseignes sur toiture également en ZP3, ou à défaut limiter à 8 m<sup>2</sup>.

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble  
06 32 04 49 19 [contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)

## 9. Des enseignes temporaires qui durent...

Les enseignes temporaires de plus de 3 mois réservées aux opérations immobilières ont un impact particulièrement élevé sur le paysage.

En effet, elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte (donc peuvent le couvrir entièrement), peuvent être installées sur toiture (60 m<sup>2</sup> maximum) ou atteindre 10,5 m<sup>2</sup> lorsqu'elles sont scellées au sol.

Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.

Or, le projet en l'état actuel ne prévoit aucune mesure concernant ce type de dispositif, en se contentant de rappeler les limites autorisées par le RNP.

### Préconisation de Paysages de France :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant les enseignes permanentes (RNP)

## 10. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques, comme l'a fait par exemple Grand Poitiers qui a interdit à la fois les publicités et les enseignes numériques installées derrière les vitrines et orientées vers l'extérieur.

### Préconisation de Paysages de France :

- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines
- Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m<sup>2</sup>
- Adapter en conséquence le rapport de présentation

Envoyé en préfecture le 19/06/2025  
Reçu en préfecture le 19/06/2025  
Publié le  
ID : 030-213002124-20250526-2025\_033-DE

Grenoble, le 14 février 2024

Jean-Marie DELALANDE, président de Paysages de France

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 Grenoble  
06 32 04 49 19 [contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)

- Le département du Gard

Mail du 19 décembre 2024 :

**De** : DUMAS Christophe <[christophe.dumas@gard.fr](mailto:christophe.dumas@gard.fr)>

**Envoyé** : jeudi 19 décembre 2024 15:36

**À** : Sandrine PINSON <[Sandrine.pinson@remoulins.fr](mailto:Sandrine.pinson@remoulins.fr)>

**Objet** : RE: dossier consultation : réunion RLP PPA

**Importance** : Haute

Madame Pinson bonjour,

voici quelques remarques rapides en retour de notre service attractivité patrimoine naturel (environnement si vous préférez) :

- les orientations page 76 OK,
- Règlement : il ne semble pas assez restrictif sur la volumétrie, notamment en zone d'accumulation des commerces,
- On peut aller plus moins en proposant : un modèle de support d'enseigne perpendiculaire qualitatif pour le centre ancien, la ZPO et les zones incluses dans le périmètres de protection des MH,
- Pas d'enseigne scellées au sol en centre ancien,
- Dans les zones les plus sensibles un diagnostic précis, une rencontre avec le pétitionnaire paraît intéressante (possible à l'échelle de la commune sur ZPO, centre ancien et avenue Geoffroi Perret -RD 6086 et 6100-, voire la rédaction d'un cahier de recommandation avec quelques esquisses ...

Je n'ai pas encore eu de retour de mes collègues des routes qui risquent, eux, de ne s'exprimer que sur le projet arrêté (dont je serai assurément destinataire pour avis PPA des 3 mois).

Je vous remercie pour votre attention et vous souhaite de bonnes fêtes de fins d'année.



**Christophe DUMAS**

Urbaniste - Géographe

Chargé de projet départemental et de missions Planification Urbaine et Aménagement du Territoire

Direction de l'Attractivité du Territoire

Hôtel du Département, 3 rue Guillemette - 30044 Nîmes Cedex 9

Tél. : 06 37 92 61 66 - Courriel : [christophe.dumas@gard.fr](mailto:christophe.dumas@gard.fr)

## Compte-rendu des réunions de concertation

### Réunion avec les Personnes Publiques Associées (PPA), le 27 novembre 2024 :

DEPARTEMENT DU GARD



MAIRIE  
DE  
REMOULINS  
30210

## COMPTE-RENDU DE REUNION RLP

Lieu de la réunion : Maison des Associations à Remoulins

Date et heure de la réunion : le 27 novembre 2024 de 14h00 à 15h00

#### Présents :

BERNARD Garance cheffe de projet Petites Villes de Demain CCPG  
DECOSTER Carol DGS PETR Uzège Pont du Gard  
GARCIA Chloé juriste urbanisme environnement AICO  
HOARAU Estelle instructrice ADS CCPG  
MACHELART Fabrice chargé d'études CCI du Gard  
PINSON Sandrine responsable service population et ressources internes Mairie de Remoulins  
QUELLEC Corentin Urbaniste responsable de projets GO PUB Conseil  
VIOLA Elisabeth adjointe à l'urbanisme Mairie de Remoulins

Une réunion dédiée aux Personnes Publiques Associées (PPA) s'est tenue le 27 novembre 2024 de 14h00 à 15h00. L'objectif de cette réunion était de présenter le pré-projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Remoulins aux PPA afin de recueillir leurs observations.

Le projet de la commune est présenté aux personnes présentes (cf. support ci-joint pour plus de détails).

Madame Viola, adjointe à l'urbanisme de la commune de Remoulins introduit la réunion et Monsieur le Maire remercie les membres présents et s'excuse de son impossibilité à rester.

Lors de cette réunion, plusieurs remarques ont été émises par les participants :

- DECOSTER Carol DGS PETR Uzège Pont du Gard souligne que les orientations du RLP semblent être cohérentes vis-à-vis des objectifs du SCOT.
- Le représentant de la CCI souhaite savoir comment sera informé la population des modalités ainsi que de la nécessaire mise en conformité des dispositifs: La commune précise qu'une réunion publique sera organisée le 19 février 2025 à laquelle seront conviés les commerçants.
- Une question porte sur la possibilité de la mise en place d'une charte des devantures avec des préconisations sur les enseignes. En complément du RLP, une charte des devantures et des enseignes peut être mise en place afin de faire des préconisations allant plus loin que le RLP. La charte n'apporte pas de valeur juridique contrairement au RLP et peut donc apporter plus de souplesse dans la gestion des autorisations de pose d'enseignes. Des préconisations qui peuvent être mises en lumière par souhait, mais pour lesquelles l'inscription dans le RLP semble trop contraignante, ces préconisations pourraient donc être inscrites dans une charte.

La commune remercie l'ensemble des participants présents lors de la réunion pour leurs remarques. La réunion s'achève à 15h00. Les remarques émises lors de la réunion et pendant la phase de concertation seront analysées par la commune pour éventuellement modifier le projet et dresser le bilan de la concertation.

## Réunion publique, le 19 février 2025 :

DEPARTEMENT DU GARD



MAIRIE  
DE  
REMOULINS  
30210

### COMPTE-RENDU DE REUNION RLP

Lieu de la réunion : Maison des Associations à Remoulins  
Date et heure de la réunion : le 19 février 2025 de 18h30 à 20h00

Une réunion publique s'est tenue le 19 février 2025 de 18h30 à 20h00. L'objectif de cette réunion était de présenter le pré-projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Remoulins à toutes personnes intéressées par le projet. Moins de 10 personnes étaient présentes lors de cette réunion.

Le projet de la commune est présenté aux personnes présentes (cf. support ci-joint pour plus de détails).

Monsieur le Maire introduit la réunion et remercie les membres présents.

Lors de cette réunion, plusieurs remarques ont été émises par les participants :

- Une question porte sur l'interdiction des préenseignes hors agglomération pour des commerces. Cette interdiction est confirmée par le bureau d'études. Quelques activités sont autorisées par le code de l'environnement à se signaler hors agglomération, c'est ce qu'on appelle les préenseignes dérogatoires : la vente ou la fabrication de produits du terroir, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite, les manifestations locales.
- Un participant regrette la présence de publicités sur Remoulins faisant la promotion de commerces extérieurs à la commune. Le bureau d'études et la commune précisent que le RLP ne peut pas agir sur le contenu des publicités. Il n'est donc pas possible d'interdire les publicités pour des commerces situés sur d'autres communes. Néanmoins, il est ajouté que la mise en place de règles locales plus strictes en matière de publicité dans le cadre de ce RLP permettra de réduire la présence de publicités sur la commune y compris celles pour des commerces extérieurs du territoire. La réduction de la surface à 2.5 m<sup>2</sup> et la réduction de la densité publicitaire à 1 publicité par unité foncière permettra donc de réduire la présence publicitaire sur la commune.
- Un participant évoque l'intérêt de l'embellissement du village en agissant sur les publicités. Il est estimé que la publicité est une pollution visuelle.
- Un participant fait part de son mécontentement concernant la mise en place de la TLPE. Monsieur le Maire rappelle que cela n'est pas le sujet du jour.
- Il est souhaité savoir pourquoi la zone hôtelière n'est pas incluse dans la zone dédiée aux zones d'activités. Les enjeux sont différents entre les zones d'activités et la zone hôtelière notamment en termes d'architecture. L'architecture est plus « basique » en zone d'activités que dans la zone hôtelière.
- Un participant soumet la proposition de mettre en place un totem en entrée de ville listant les commerces présents sur la commune avec un plan. La commune précise qu'une réflexion est en cours à ce sujet mais cela actuellement bloqué pour des raisons juridiques avec une entreprise en contrat avec la commune.

La commune remercie l'ensemble des participants présents lors de la réunion pour leurs remarques. La réunion s'achève à 20h00. Les remarques émises lors de la réunion et pendant la phase de concertation

Envoyé en préfecture le 19/06/2025  
Reçu en préfecture le 19/06/2025  
Publié le  
ID : 030-213002124-20250526-2025\_033-DE

seront analysées par la commune pour éventuellement modifier le projet et dresser le bilan de la concertation. L'arrêt du RLP est envisagé en avril ou mai 2025.