

DEPARTEMENT DU GARD

COMMUNE DE REMOULINS

ENQUÊTE PUBLIQUE

Du 20 avril 2026 au 4 mai 2026

Référence : Arrêté N°: URBA 2026-013 de Mr le Maire de Remoulins

Objet : Révision du Règlement Local de Publicité.

Titre 2.

**Conclusions motivées
du commissaire enquêteur**

**Jacques CIMETIÈRE
Commissaire Enquêteur**

Préambule :

La commune de Remoulins située dans le département du Gard compte 2278 habitants en 2023.

Remoulins est située à un peu plus de 20 kilomètres à l'ouest d'Avignon et 25 kilomètres au nord/est de Nîmes.

L'autoroute A9 reliant Nîmes et Montpellier à l'autoroute A7 (axe Lyon - Marseille) offre une bonne accessibilité aux principaux pôles d'activités.

La commune exposée à un climat méditerranéen est traversée par le Gard (Gardon) du nord au sud à l'ouest du territoire. Le Pont du Gard, célèbre ouvrage issu de la Rome antique, est situé à proximité immédiate de Remoulins, offrant ainsi à la commune une attractivité touristique.

Incluse dans les gorges du Gardon, la commune possède un patrimoine naturel et architectural remarquable avec deux sites Natura 2000 («le Gardon et ses gorges» et les «gorges du Gardon»), trois ZNIEFF, et notamment l'aqueduc de Remoulins et l'aqueduc de Nîmes.

Remoulins est situé dans une région de climat méditerranéen, relativement chaud et humide, la pluviométrie étant importante d'octobre à novembre.

Le territoire de la commune est limitrophe de ceux de six communes :

Vers-Pont-du-Gard

Saint-Bonnet-du-Gard

Castillon-du-Gard

Sernhac

Saint-Hilaire-d'Ozilhan

Fournès

La commune de Remoulins dispose d'un Plan local d'urbanisme (PLU) approuvé le 12 février 2021.

La commune disposait d'un règlement local de publicité (RLP) datant de 1986, mais celui-ci est devenu caduque en janvier 2021.

1 CONTEXTE REGLEMENTAIRE DE L'ELABORATION DU PROJET ;

La mairie de Remoulins a organisé une révision du Règlement Local de Publicité (RLP).

Par arrêté N° URBA 2026-013, en date du 3 mars 2026, Monsieur le Maire de Remoulins a prescrit l'ouverture de l'enquête publique.

Cette enquête publique s'est déroulée conformément à la réglementation, dans tous les aspects de son organisation. Aucun incident n'est venu en perturber le déroulement.

2 PRESENTATION DU PROJET.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif, et les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de pré-enseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, de lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et les pré-enseignes .

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité communal ou intercommunal (RLP ou RLPi) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

2.1 Les objectifs poursuivis dans le cadre de ce projet:

La ville de Remoullins organise une enquête publique sur la révision du Règlement Local de Publicité (RLP).

La présente révision a pour seul et unique objet de se mettre en conformité avec la réglementation tout en préservant le cadre de vie des habitants de Remoullins et en respectant les enjeux environnementaux qui en découlent.

3 CONCERTATION ET BILAN DE LA CONCERTATION

- Une délibération du conseil municipal, le 5/06/2018 a été votée pour prescrire la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Remoullins et de définir les objectifs poursuivis par la commune en matière de publicité extérieure et les modalités de la concertation auprès du public.
- Une délibération du conseil municipal du 12 novembre 2024 a été votée et elle portait sur la tenue d'un débat sur les orientations générales du projet de révision de Règlement Local de Publicité de la commune de Remoullins.
- Une délibération N° 2025-033 du 26 mai 2025 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de révision de Règlement Local de Publicité de la commune de Remoullins a été votée.

A l'issue de cette phase préalable de concertation, le Maire a présenté le bilan de la concertation devant le conseil municipal qui a délibéré pour arrêter le dossier définitif

de la révision du Règlement Local de Publicité (RLP). Délibération du Conseil Municipal du 25 novembre 2025, N° : 2025-033.

Lors de la concertation qui s'est déroulée suite à la délibération du conseil municipal du **5 juin 2018 et jusqu'à la délibération du conseil municipal N° 2025-033 du 26 mai 2025**, une dizaine de personnes se sont déplacées à la réunion qui s'est tenue le 19 février 2025 et deux contributions écrites ont été faites à l'adresse électronique "urbanisme@remoulins.fr".

Six questions ont été posées lors de cette réunion.

Les contributions écrites par mail émanent de "Paysage de France" et du "Conseil Départemental".

On retrouvera le détail de ces contributions dans le rapport du CE à la rubrique 11 "Bilan de la concertation".

4 PERIMETRE DE LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP);

Il concerne toute la commune de Remoulins définie par zone.

- ZP0 : Secteurs agglomérés en site classé.
- ZP1 : Centre-ville ancien.
- ZP2 : Secteurs mixtes ou à dominante résidentielle.
- ZP3 : Zone d'activité.

Ce zonage permet de tenir compte du contexte patrimonial et paysager de la commune. A noter que ce zonage s'applique aussi bien aux publicités et préenseignes qu'aux enseignes.

La zone de publicité n°0 couvre les secteurs agglomérés de Remoulins situés dans le site classé « Ensemble des gorges du Gardon, le Pont du Gard et les garrigues Nîmoises ». Les sites classés étant des zones d'interdictions absolues de publicité conformément au code de l'environnement, les publicités et pré-enseignes y sont interdites. La mise en place de cette zone a donc pour but de permettre l'identification des secteurs situés en site classé et où donc la publicité est interdite par le code de l'environnement et dans lesquels le RLP ne pourra pas autoriser la publicité.

La zone de publicité n°1 reprend la zone UA du PLU correspondant au centre ancien permettant ainsi une cohérence entre les documents d'urbanisme de la commune. L'objectif 79 – Règlement Local de Publicité – Rapport de présentation de cette zone est d'apporter un cadre réglementaire adapté aux enjeux patrimoniaux et architecturaux du centre ancien en limitant fortement la publicité et en apportant un cadre réglementaire spécifique pour assurer la bonne intégration architecturale des enseignes.

La zone de publicité n°2 correspond aux secteurs mixtes ou à dominante résidentielle dans lesquels une vigilance est apportée pour préserver le cadre de vie des habitants et les paysages de la commune. La ZP2 couvre notamment l'avenue Geoffrey Perret concentrant les principaux dispositifs publicitaires de la commune et de nombreux commerces.

La zone de publicité n°3 couvre les zones d'activités de la commune de Remoulins. Cette zone fait l'objet de règles spécifiques en matière d'enseignes avec plus de souplesses par rapport au reste du territoire en raison d'enjeux moindres pour la préservation du cadre de vie du fait de l'absence ou de l'éloignement des habitations. Il est également question de répondre aux besoins de visibilité des activités présentes dans ces

zones. En effet, elles se caractérisent par la présence de bâtiments plus volumineux et généralement éloignés de la voirie en raison de la configuration urbanistique de ces zones (présence de parkings autour des bâtiments). Toutefois, les règles mises en place permettent d'assurer une meilleure intégration paysagère des enseignes pour permettre une amélioration globale de la qualité paysagère du territoire et également assurer la bonne lisibilité des dispositifs. Une réglementation adaptée des publicités est également mise en place en ZP3.

Pour rappel, la publicité est interdite dans les secteurs hors agglomération conformément au code de l'environnement.

Contrairement aux publicités, les enseignes sont autorisées en site classé et hors agglomération. En ZP0 (secteurs agglomérés situés en site classé), les enseignes sont soumises aux règles de la ZP2.

5 JUSTIFICATION A LA PROCEDURE DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.

- La révision a d'une part pour objet de se conformer à la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012.
- Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi. Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité communal ou intercommunal (RLP ou RLPi) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

6 EVOLUTIONS JURIDIQUES.

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage.
 - Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs.
 - L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique.
 - La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.
 - La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations.
 - La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement.
 - L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.
- Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du

livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

- C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP5.

7 DESCRIPTION DE LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs;
- La partie réglementaire comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie;
- Les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci, ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route, sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « rapport de présentation » de ce RLP et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

8 REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.

Le RLP est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicité (ZP).

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 10,5 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus

de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au dessus du niveau du sol (règle locale).

Le RLP approuvé est annexé au PLU afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

9 AVANT DE SOUMETTRE LE PROJET A ENQUETE PUBLIQUE, LA MAIRIE A CONSULTE QUINZE PPA/PPC.

- La Préfecture du Gard.
- Le Conseil Départemental du Gard.
- La Région Occitanie.
- La Communauté de Communes du Pont du Gard.
- Le syndicat mixte du PETR Uzège Pont du Gard.
- Maison de la région (Service national de la mobilité du Gard).
- La Direction Départemental des Territoires et de la Mer (DDTM).
- La Commission Départementale des Préservations des Espaces Naturels , agricoles et forestiers.
- La Chambre d'Agriculture du Gard (CA).
- La Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI).
- La Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Gard.
- Les architectes des bâtiments de France.
- La SNCF réseau.
- La Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement de la région Occitanie (DREAL Occitanie).
- La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CNPS)..

Toutes ont répondu.

- Avis favorables : 4
- Avis défavorables : 2
- Avis favorables avec conditions : 2
- Pas d'avis : 4

Tous les avis sont à retrouver sur le PV des observations du CE.

Il est à noter que de nombreuses observations ont été formulées par les PPA/PPC.

10 PARTICIPATION ET EXPRESSION DU PUBLIC.

Les modalités de la concertation avec le public durant la période de l'enquête publique concernant la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Remoulins, ont été fixées dans l'arrêté N° URBA 2026-013, du 3 mars 2026 et dans l'avis d'enquête affiché à l'Hôtel de Ville, aux panneaux d'information prévus à cet effet ainsi que sur le site internet de la mairie, à l'adresse suivante :

<https://remoulins.fr/ma-commune/enquetes-publiques/>.

L'enquête publique a été marquée par une seule participation du public.

Cette observation a été faite par mail par l'UPE (Union de la Publicité Extérieure), et elle est recensée dans le procès verbal de synthèse. Elle a reçu une réponse du maître d'ouvrage dans son mémoire en réponse.

Aucun incident n'est à signaler.

Au regard des textes en vigueur et à l'issue de cette enquête publique il m'apparaît que toutes les dispositions ont été prises pour permettre : la participation et l'expression du public (en particulier dans l'application des textes organisant l'enquête publique dématérialisée et par l'intermédiaire d'une adresse postale dédiée, créé de façon à ce que le public puisse y laisser des observations).

Il apparaît que la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Remoulins, soumis à enquête publique a abordé tous les thèmes:

- tant en ce qui concerne la conformité à la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012. la protection de l'environnement, la protection des Espaces Verts Protégés et du besoin d'urbanisation.

Ce projet répond aux objectifs fixés par la mairie de Remoulins au lancement de son élaboration.

- Considérant que l'enquête s'est déroulée conformément à l'arrêté N° URBA-2026-013 du 3 mars 2026 de Monsieur le Maire de Remoulins.
- Considérant que toutes les mesures de publicité prévues pour l'information du public ont été mises en œuvre selon les règles, tant durant la phase d'élaboration du projet que pendant l'enquête publique.
- Considérant la longue période de concertation mise en place par la mairie ainsi que la tenue d'une réunion publique.
- Considérant une très faible participation du public.
- Considérant l'avis des PPA/PPC qui font pour la plupart de nombreuses remarques, sans pour autant être contre le projet de RLP.
- Considérant les éléments fournis par le maître d'ouvrage dans son mémoire en réponse et qui fait une réponse à chaque observation de ces PPA/PPC.

J'émet un avis favorable au projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la mairie de Remoulins.

A Sanilhac Sagriès, le 2 juin 2026

Le commissaire enquêteur
Jacques Cimetière

