

Une autre vie s'invente ici



Apt, le 11 JUL. 2018

Monsieur Frédéric MASSIP
Mairie de Maubec
450 Grand Rue
84660 MAUBEC

Objet : Avis PPA sur le projet arrêté du règlement local de publicité

Ref : 2018-0217

Dossier suivi par : Nicolas BOUEDEC – Charte signalétique, zéro pesticide, déchets, éco-responsabilité
nicolas.bouedec@parcduluberon.fr – 04.90.04.42.20

Monsieur le Maire,

Vous avez communiqué au Parc naturel régional du Luberon, le 18 avril 2018, le projet de Règlement Local de Publicité de votre commune arrêté le 10 avril 2018, en conseil municipal, dans le but de recueillir son avis en sa qualité de personne publique associée à son élaboration, conformément aux dispositions du Code de l'urbanisme.

Le Parc naturel régional du Luberon donne un avis globalement positif sur votre projet, **avec toutefois quelques remarques à intégrer**. Les éléments ci-dessous découlent de notre analyse technique :

1. Le rapport de présentation

Nous pouvons mettre en avant la qualité des études réalisées par le bureau d'étude « Provence Urba Conseil » pour l'établissement de votre rapport de présentation, du règlement et des documents graphiques.

Nous avons bien noté que la révision de votre règlement local de publicité souhaite répondre aux objectifs suivants :

- Prendre en compte la Loi du 12 juillet 2010, loi Grenelle, et son décret d'application relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes et notamment ses nouvelles restrictions
- Lutter contre les pollutions visuelles en préservant la qualité de cadre de vie de votre commune
- Prendre en compte et appliquer les préconisations de la charte signalétique du Parc naturel régional du Luberon
- Prendre en compte les enjeux paysagers à travers un traitement adapté de votre centre ancien
- Prendre en compte les besoins des activités implantées ces dernières années sur la commune
- Adapter le RLP à l'évolution de l'urbanisation

Dans le rapport de présentation, à compter de la page 51, il est fait mention de quelques illégalités au règlement local de publicité actuel et au code de l'environnement.

Concernant les pré-enseignes :

Au niveau de l'agglomération, le bureau d'études indique la présence de pré-enseignes illégales, notamment temporaires au niveau de Coustellet.

Hors agglomération, il est noté la présence de plusieurs pré-enseignes pour les activités de restauration, supermarché, d'hébergement touristique illégales depuis le 13 juillet 2015, qu'il conviendrait de faire enlever dans les meilleurs délais, eu égard à votre pouvoir de police.

Concernant les enseignes :

En agglomération, de nombreuses enseignes en infraction ont été relevées par le bureau d'étude qu'il conviendrait de faire mettre en conformité (voir page 53). Selon le bureau d'étude, des enseignes scellées au sol, à Coustellet, sont également illégales.

2. Le Règlement

Votre projet de règlement local de publicité reprend dans l'ensemble les dispositions réglementaires instaurées dans notre charte signalétique.

Nous notons l'instauration, dans votre règlement, de 3 zones distinctes :

- Le centre ancien et l'agglomération
- Les principaux axes routiers départementaux (Zone 2.1)
- Le secteur spécifique de la zone d'activité de Coustellet (Zone 2.2)
- Le reste du territoire hors agglomération (Zone 3)

La publicité est interdite sur l'ensemble de la commune.

Contrairement aux dispositions de notre charte signalétique, vous souhaitez autoriser la présence, en agglomération, de pré-enseignes temporaires relatives à des manifestations culturelles ou touristiques, dans 6 secteurs bien identifiés sur votre commune. Concernant, les 6 périmètres d'implantation prévus, nous souhaitons que ce nombre soit revu à la baisse afin de moins impacter le paysage et le cadre de vie communal. Nous attirons votre attention sur le fait que l'affichage sur ces sites devra faire l'objet d'une vigilance toute particulière de vos services communaux afin d'éviter toute dérive des afficheurs, tant au niveau du dimensionnement autorisé que du nombre de pré-enseignes installées.

L'installation de pré-enseignes temporaires au niveau des croisements de plusieurs rues de la commune, devra prendre en compte les dispositions de l'article R418-4 qui préconise « de ne pas implanter de pré-enseignes qui sont de nature à solliciter l'attention des usagers dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière ».

Par ailleurs, concernant les pré-enseignes dérogatoires hors agglomération, nous recommandons que ces pré-enseignes respectent le graphisme et le format établi dans notre charte signalétique, à savoir notamment de ne pas dépasser 1m x 0.60m.

Nous sommes très favorables, comme le spécifie notre charte signalétique, à limiter l'implantation des enseignes scellés au sol, comme vous le proposez dans votre règlement **uniquement aux activités non visibles depuis la voie.**

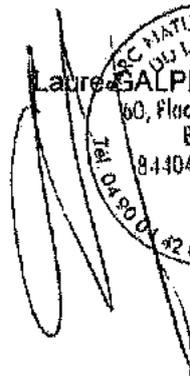
3. Conclusion

La commune devra être très vigilante quant à l'application de ce règlement local de publicité notamment dans le centre du nouveau village qui concentre quelques commerces, mais également au niveau de la ZA de Coustellet où la tentation est forte pour de nombreux établissements de multiplier les enseignes et les pré-enseignes afin d'être le plus visible possible des usagers de la RD 900 et de la RD 2.

Souhaitant la prise en compte de ces observations, nos services restent à votre disposition pour vous apporter les compléments d'information que vous jugerez nécessaires, dans la perspective d'approbation de votre règlement local de publicité.

Je vous prie de recevoir, Monsieur le Maire, mes plus cordiales salutations.

Pour la Présidente et par délégation,
la Directrice,


Laure SALPIN
60, Place Jean Jaurès
B.P. 122
84404 APT CEDEX
Tel 04 90 04 42 00 - Fax 04 90 04 61 15

SPC NATUREL REGIONAL
DU LIBERON



PRÉFET DE VAUCLUSE

Direction départementale
des territoires
Service eau, environnement et forêt
Affaire suivie par : Laurence VIRGILLE
Tél : 04 88 17 82 40
Courriel :
laurence.virgille@vaucluse.gouv.fr



Avignon, le 16 JUN. 2018

Le Préfet de Vaucluse
à
Monsieur le maire de Maubec

Objet : Règlement local de publicité
P. J. : Avis de l'État

En application de l'article L581-14-1 du code de l'environnement, je vous adresse l'avis de l'État sur le projet de révision du règlement local de publicité (RLP) de votre commune, arrêté par délibération du 10 avril 2018.

Le dossier de RLP arrêté a été réceptionné par les services de l'État le 18 avril 2018, dans le cadre de la consultation des personnes publiques associées.

Le règlement local de publicité arrêté présente des orientations et des mesures en accord avec les principes fondamentaux de la réglementation relative à la publicité, aux préenseignes et enseignes.

Par conséquent, l'État émet un avis favorable au projet de RLP, sous réserve de la prise en compte des observations contenues dans le présent avis.

Le Préfet,

Bertrand GAUME

Copie à : UDAP, DREAL (SBEP/USP), SEEF/NCV



PRÉFET DE VAUCLUSE

**COMMUNE DE MAUBEC
RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP)**

**AVIS DE L'ÉTAT SUR
LE PROJET DE RLP ARRÊTÉ LE 10 AVRIL 2018**

Art. L581-14-1 du code de l'environnement

Introduction

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite « Grenelle 2 » et son décret d'application du 30 janvier 2012 ont modifié en profondeur le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.

Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie, les objectifs majeurs de cette réforme sont :

- l'amélioration de la qualité du cadre de vie,
- la lutte contre les nuisances visuelles,
- la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel,
- la participation aux efforts d'économies d'énergie.

Le règlement local de publicité est un instrument de planification locale de la publicité, qui répond à la volonté d'adapter le règlement national aux spécificités du territoire, en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier.

Il peut poursuivre plusieurs objectifs :

- définir des règles spécifiques de façon à protéger le patrimoine architectural, paysager ou naturel,
- contrôler l'implantation des enseignes, qui seront alors soumises à autorisation préalable,

- disposer de la compétence de la police de la publicité au niveau communal,
- réintroduire de la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite (L581-8 du code de l'environnement).

Les prescriptions du RLP s'appliquent dès son entrée en vigueur pour tous les nouveaux dispositifs publicitaires. Pour ceux implantés antérieurement, les annonceurs ou bénéficiaires disposent d'un délai de deux ans pour se mettre en conformité, hormis pour les enseignes où le délai est porté à six ans (R581-88-1 du code de l'environnement).

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié selon les règles fixées pour l'élaboration du plan local d'urbanisme.

Une fois approuvé et les formalités de publication réalisées, le RLP est mis à disposition sur le site internet de la commune et annexé au plan local d'urbanisme.

1- Le rapport de présentation

Le rapport de présentation propose une approche en trois temps du diagnostic.

Dans sa partie « diagnostic juridique », le rapport présente une longue description de la réglementation nationale qui ne permet pas une lecture lisible de la réglementation applicable à Maubec. Ce diagnostic relève plutôt d'un exposé des règles et pourrait rendre difficile la compréhension de la réglementation en vigueur sur la commune. Il conviendrait d'indiquer de façon plus explicite, et ce dès le début du rapport de présentation, les contraintes juridiques sur le territoire de la commune de Maubec; il s'agit principalement de l'interdiction de toute publicité en agglomération au titre du L581-8 du code de l'environnement, en raison de son appartenance à un parc naturel régional. Cette contrainte peut être levée uniquement dans le cadre d'un règlement local de publicité (RLP). Cette indication permettrait d'informer directement le lecteur de la possibilité qu'offre le RLP de pouvoir réintroduire de la publicité au sein de l'agglomération.

En outre, une partie du diagnostic est entièrement consacrée à l'explication des règles liées à l'implantation des dispositifs en agglomération. Sur ce point, le RLP doit être plus pragmatique en indiquant directement les règles incontournables pour Maubec, c'est-à-dire celles des agglomérations de moins de 10 000 habitants, appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- surface des pré-enseignes et publicités inférieure ou égale à 12 mètres carrés sur mur ou scellés au sol,
- surface des enseignes scellées au sol inférieure ou égale à 6 mètres carrés hors agglomération et 12 mètres carrés en agglomération,
- publicité lumineuse autorisée, avec une surface maximale de 8 mètres carrés.

Par ailleurs, la rédaction du rapport manque de précision :

- page 13 : « *Maubec étant une petite commune de moins de 10 000 habitants (...), appartenant à l'unité urbaine d'Avignon de plus de 100 000 habitants, (...) ainsi qu'au Parc Naturel Régional du Luberon, (...) toute publicité est interdite sur son territoire...* » – Il convient de préciser que ce n'est pas le fait d'être une commune de moins de 10 000 habitants qui interdit la publicité, mais bien l'appartenance au PNRL, interdiction qui peut être levée uniquement dans le cas d'un RLP.

- page 14 : le rapport devrait indiquer les dimensions maximales des panneaux des pré-enseignes dérogatoires : 1 m de hauteur sur 1,50 m de largeur.

- page 18 : il est indiqué que la dérogation à l'interdiction d'implanter de la publicité hors agglomération est possible pour « *certaines activités utiles aux personnes en déplacement et liées à des services publics ou d'urgence* ». Cette explication n'est pas correcte. Il convient de se référer aux cas précisés au L581-19 du code de l'environnement.

Le rapport présente en page 40 un diagnostic de l'organisation territoriale, en lien avec les perspectives définies au travers du SCOT approuvé le 19 décembre 2012 et du PLU approuvé le 6 février 2013.

Ce diagnostic permet de comprendre la typologie du territoire et notamment l'enjeu économique lié principalement à la ZA du Coustellet. Cette analyse permet une bonne compréhension du zonage du RLP.

En page 51, il est présenté un diagnostic du tissu publicitaire existant sur le territoire communal. Des infractions au précédent règlement ont été relevées. Le rapport présente quelques erreurs : l'image 3 de la page 52 présente une pré-enseigne dérogatoire non conforme (sur 2 pieds) ; il convient également de vérifier le nombre de pré-enseignes dérogatoires implantées.

En raison de l'existence d'un règlement local en vigueur, la commune dispose du pouvoir de police de la publicité sur son territoire. Cet état des lieux met en avant une absence d'intervention. C'est pourquoi, le règlement actuel doit afficher une réelle volonté de mettre en œuvre le pouvoir de police et de faire cesser les infractions. Les conclusions en page 54 pourraient être complétées en ce sens.

Les orientations définies par la commune (page 57) répondent favorablement aux objectifs définis initialement. Elles proposent des mesures cohérentes, dont notamment :

- le maintien de l'interdiction de publicité sur l'ensemble du territoire,
- la rationalisation de l'usage de l'espace public (notamment par la microsignalétique),
- la préservation des vues remarquables.

En page 64 du rapport, un paragraphe définit les choix retenus pour réglementer les enseignes mobiles, chevalets, porte-menus. Concernant ces deux dernières catégories, elles n'ont pas à figurer au RLP.

De façon générale, les objectifs poursuivis par la collectivité en matière de publicité sont cohérents avec le PADD du PLU qui affiche « la volonté de préserver la qualité du cadre de vie » comme première orientation.

En outre, à l'issue de l'enquête publique du RLP, il serait intéressant de compléter le paragraphe relatif au SCOT de la région de Cavaillon par les orientations du projet de révision de ce schéma. Ce dernier a été arrêté par le conseil communautaire le 16 avril 2018.

2 – Le règlement et le zonage

Afin de rendre le règlement plus explicite, il conviendrait d'ajouter en page 3 : « toute publicité est interdite sur le territoire de la commune à l'exception :

- hors agglomération, des pré-enseignes dérogatoires (qui incluent les pré-enseignes temporaires),
- en agglomération sur six secteurs délimités, des pré-enseignes temporaires ».

Le périmètre du zonage est cohérent avec la typologie urbaine : l'agglomération de Maubec et du Coustellet, les axes pénétrants de la RD900 et RD2, la zone d'activités du Coustellet et le reste du territoire hors agglomération. Des prescriptions réglementaires plus strictes sont ajoutées sur les axes verts remarquables et les cônes de vues à préserver, identifiés au document d'urbanisme.

Le règlement et le zonage identifient six sites d'implantation des préenseignes temporaires. Sur ce point, il convient de préciser que la réglementation nationale fixe un nombre maximal de quatre dispositifs par manifestation. Aussi, la définition de six secteurs pour l'apposition de ces dispositifs laisse présager des infractions à cette règle.

Le règlement définit en page 10 des prescriptions pour les chevalets et porte-menus. Ces dispositifs ne relèvent pas du code de l'environnement et donc ne doivent pas figurer au règlement.

3-- Les annexes

Les plans de zonage doivent intégrer une échelle compréhensible quelque-soit le format d'impression.

Les limites d'agglomération telles que précisées sur le plan de zonage sont globalement cohérentes avec les espaces bâtis de l'agglomération. Le dossier doit être complété par l'arrêté municipal fixant les limites d'agglomérations.

4 - Conclusion

Le règlement local de publicité arrêté présente des orientations et des mesures en accord avec les principes fondamentaux de la réglementation relative à la publicité, aux pré-enseignes et enseignes.

La commune fait le choix de ne pas réintroduire la publicité sur son territoire et de définir des règles plus restrictives sur les enseignes. Elle affiche clairement sa volonté de préserver la ruralité du territoire, de mettre en valeur des points de vue paysager, de maintenir un cadre de vie apaisé et de répondre à l'enjeu économique de la ZA du Coustellet.

La procédure d'élaboration du document jusqu'à l'arrêt du document est conforme à l'article L581-14-1 du code de l'environnement.

Par conséquent, l'État émet un avis favorable au projet de RLP, sous réserve de la prise en compte des observations contenues dans le présent avis.

Avignon, le 10 JUIN 2010
Le Préfet,

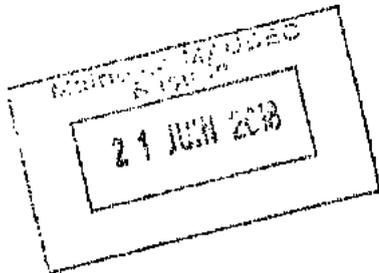
Bertrand GAUME

Le Président**Direction des Relations aux Entreprises et aux Territoires**

Affaire suivie par : Sarah COLLOC

Ligne directe : 04 90 14 10 31

Fax : 04 90 82 97 49

Courriel : smendez@vaucluse.cci.fr

Monsieur Frédéric MASSIP

Maire

Hôtel de Ville

450 Grande Rue

84660 MAUBEC

N/Réf. : SMC/BG-075-06/2018
Objet : Règlement Local de Publicité

Avignon, 19 JUN 2018

Monsieur le Maire,

Nous accusons réception du dossier de consultation sur le Règlement Local de Publicité que vous nous avez transmis pour étude et avis. La révision du document vise à intégrer les évolutions législatives mais aussi liées à l'urbanisation et à l'aménagement du territoire de la commune.

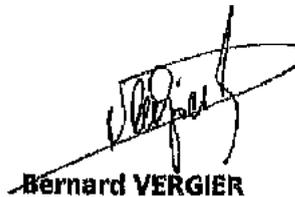
La CCI de Vaucluse note dans le rapport de présentation que des dérives ont été relevées dans l'application du précédent règlement. Aussi, afin de prévenir d'éventuelles conséquences, elle demande à la commune d'informer les activités économiques présentes sur son territoire :

- Des nouvelles règles qui s'imposent en matière de publicité enseignes et pré-enseignes,
- Des obligations, délais et risques encourus en cas de non-conformité des dispositifs.

La CCI de Vaucluse émet un avis favorable sur la présente consultation.

Cet avis est émis sous condition suspensive de réitération par la plus prochaine Assemblée Générale de l'Institution Consulaire dont un extrait certifié conforme de la délibération vous sera joint immédiatement à l'issue de la tenue de cette Assemblée Générale.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Maire, à l'expression de nos salutations distinguées.


Bernard VERGIER

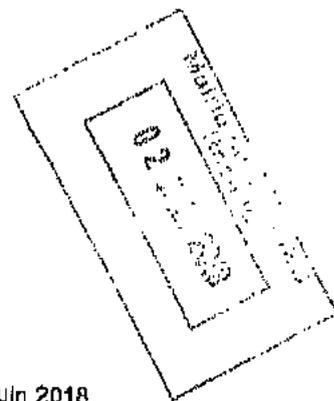


INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

Le Délégué Territorial

Monsieur le Maire
Mairie de Maubec
450 Grande Rue

84 660 MAUBEC



Avignon, le 26 Juin 2018

N/Réf.: FA/SB 2018 - 23

Dossier suivi par : JB CASTELL/F. ACKERMANN

Téléphone : 04 90 86 57 15

Email : fackermann@inao.gouv.fr

V/Réf. :

OBJET: Règlement Local de Publicité - Révision

Monsieur le Maire,

Par courrier du 16 avril 2018, reçu le 19 avril, vous avez bien voulu me faire parvenir, pour examen et avis, le dossier relatif à la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de votre commune.

La commune de Maubec appartient aux aires de production des Appellations d'Origine (AOC/AOP) « Luberon », « Ventoux », « Muscat du Ventoux » et « Huile d'Olive de Provence ». Elle est également située dans les aires géographiques des Indications Géographiques Protégées (IGP) « Méditerranée », « Vaucluse », « Agneau de Sisteron », « Miel de Provence » et « Thym de Provence ».

Une étude attentive du dossier amène l'INAO à faire les observations qui suivent :

Le projet de révision vise à actualiser le règlement actuellement en vigueur pour le mettre en compatibilité avec la réglementation générale et avec la Charte du Parc Naturel Régional du Luberon.

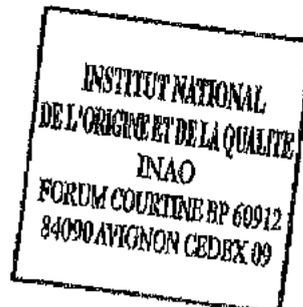
Il a également pour objet de préserver la qualité du cadre de vie sur la commune, en luttant contre les nuisances visuelles, tout en tenant en compte les enjeux économiques, touristiques et paysagers.

Il inscrit les activités de fabrication et de vente de produits du terroir dans le dispositif des préenseignes dérogatoires.

En conséquence, je vous informe que l'INAO n'a pas de remarque à formuler sur ce projet dans la mesure où il ne porte pas atteinte aux AOC et IGP précitées.

Je vous prie de croire, Monsieur le Maire, à l'expression de ma haute considération.

Pour la Directrice et par délégation,
Le Délégué Territorial,
Emmanuel ESTOUR



Copie : DDT 84

INAO - Délégation Territoriale Sud-Est
Site d'Avignon

Forum de Courtine - Boîte postale 60 912 - 84090 AVIGNON CEDEX 9

TEL. 04 90 86 57 15 / TELECOPIE : 04 90 86 48 74

www.inao.gouv.fr



PRÉFET DE VAUCLUSE

Avignon, le 22 MAI 2018

direction
départementale des
territoires

La directrice départementale des territoires
à

Monsieur le Maire
Hôtel de ville
450 grande rue
84660 MAUBEC



Objet : Consultation dans le cadre de la révision du règlement local de publicité de Maubec.

Références : Arrêté municipal du 10 avril 2018.

Affaire suivie par : Jean-François BOUSQUET – Service Eau,
Environnement et Forêt / Unité Nuisances et Cadre de Vie
tél. : 04 88 17 85 73
courriel : jean-francois.bousquet@vaucluse.gouv.fr

J'accuse réception, à la date du 18 avril 2018, de votre règlement local de publicité arrêté. Conformément à l'article L581-14-1 du code de l'environnement, je vous transmettrai l'avis des services de l'État dans un délai de 3 mois, soit d'ici le 19 juillet 2018.

Dans ce délai, votre projet de RLP sera également soumis pour avis à la commission départementale nature paysage et sites de Vaucluse, séance au cours de laquelle vous serez amené à en faire la présentation.

Je reste à votre disposition pour tout renseignement complémentaire que vous souhaiteriez.

Adresse postale :
Services de l'État en Vaucluse
Direction départementale
des territoires
84005 AVIGNON CEDEX 9

Adresse physique :
Direction départementale
des territoires
Clé administrative
Avenue du 7ème Génie
Avignon

téléphone :
04 88 17 85 00
télécopie :
04 88 17 82 82
courriel :
ddt@vaucluse.gouv.fr
Internet :
www.vaucluse.gouv.fr

Le chef du service Eau, Environnement et Forêt,

Olivier CROZE

Copie : SBEF/NCV

Département de Vaucluse

Arrondissement d'Apt

Mairie de MAUBEC
Reçu le

22 MAI 2018



MAIRIE DE CHEVAL-BLANC

☎ 04.90.71.01.17

☎ 04.90.71.92.48

BORDEREAU DES PIÈCES ADRESSÉES

DESTINATAIRE :

Mairie de Maubec
450 Grand Rue
84660 MAUBEC

Nbre de pièces	Désignation	Observations
1 ex	<p>Je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint</p> <p>Délibération MA-DEL-2018-052 Avis sur le règlement local de publicité</p> <p>Je vous en souhaite bonne réception</p> <p>Cordialement</p>	

Fait à Cheval Blanc, le 18 mai 2018
La DGS, Muriel IMBERT



R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E



EXTRAIT DU REGISTRE
DES DÉLIBÉRATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Département du
Vaucluse

COMMUNE de CHEVAL BLANC

Nombre de membres :

Affiliés au conseil Municipal : 27

En exercice : 27

Qui ont pris part à la délibération : 28

Dont pourvus : 2

Date de la convocation : 09/04/2018

Date d'affichage : 16/04/2018

L'an deux mil dix huit, le quinze mai, à 18h30, le Conseil Municipal de la commune de CHEVAL BLANC, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, au lieu habituel de ses séances, après convocation légale, sous la présidence de M. Christian MOUNIER.

Étaient présents : M. Felix BOREL, Mme Joëlle PAUL, Mme Marie-Thérèse NEMROD-BONNAL, Mme Brigitte DUEZ, M. Rémy BARTHEYE, M. Serge SILVESTRE, Mme Mireille TROUSSE, M. Patrick CALVIERE, Mme Muriel SARNETTE, Mme Nathalie TARTELIN, M. Michel BERNAUS, Mme Sibylle DEVINE, Mme Patricia LETHY, M. Eric REYNIER, Mme Gabrielle SCHEFZICK, M. Julien BERGER, M. Michel FAUCHON, Mme Josiane GARAVELLI, M. Paul MLOT, M. Claude MORETTI, Mme Corinne QUINCIEU, M. Alain LOMBARD, M. Christian MOUNIER, M. David LAFFORGUE.

Étaient absents excusés :-

Étaient absents non excusés : M. René BEYSSIER, Mme Christine FRANCHETERRE-GANDOLFI, M. Serge AZZURO.

Procurations : M. René BEYSSIER en faveur de M. Christian MOUNIER, M. Serge AZZURO en faveur de Mme Corinne QUINCIEU. Secrétaire : M. Julien BERGER.

DELIBERATION N° MA-DEL-2018-052

OBJET : Avis sur le Règlement Local de Publicité de la commune de Maubec

Le Conseil Municipal,

Vu le Code Général des collectivités territoriales,

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

Vu les dispositions du Code de l'urbanisme, et notamment les articles relatifs aux procédures d'élaboration, révision ou modification du Plan Local d'Urbanisme et l'article L300-2

Vu le Code de la Route, notamment les articles R411-2, R418-1 & R418-9,

Vu la charte signalétique révisée du Parc Naturel Régional du Luberon approuvée le 18 février 2014,

Vu la délibération du Conseil Municipal de Maubec du 12 avril 2016 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et définissant les modalités de concertation liées à la procédure ;

Vu le courrier en date du 16 avril 2018 par lequel Monsieur le Maire de Maubec notifie pour avis à la commune la délibération du 10 avril 2018 portant arrêt du projet de Règlement Local de Publicité (RLP).

Vu la présentation qui en est faite par monsieur le rapporteur, qui rappelle notamment les phases de la procédure,

Après en avoir délibéré,

A L'UNANIMITE

Donne un avis favorable à l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité (RLP)

Ainsi fait et délibéré en séance les jours, mois et an que dessus.

Le Maire,

Christian MOUNIER

Accusé de réception - Ministère de l'intérieur

084-218400380-20180515-MA-DEL-2018-052-DE

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 18/05/2018

Affichage : 22/05/2018

Le Maire, Christian MOUNIER



Centre Régional de la Propriété Forestière
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



Mairie
450 Grande Rue
84660 MAUBEC

Marseille, le 16 Mai 2018

N/Réf. PT/JBM/CH-A18093

Monsieur le Maire,

Par courrier du 16 Avril dernier, vous nous avez notifié l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité de votre commune.

Après étude du dossier, nous vous informons que nous n'avons pas de remarques particulières à apporter.

Nous restons à votre disposition pour tous renseignements complémentaires, et vous prions d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de nos salutations cordiales.

 THEVENET
*
Directeur du CRPF



Eau France

Mairie de MAUBEC
Monsieur le Maire
450 Grande Rue
84660 MAUBEC

Carpentras, le 14 mai 2018

Nos réf : JN/NR 2018-483

Objet : Règlement Local de Publicité - Délibération d'arrêt - Dossier à consulter

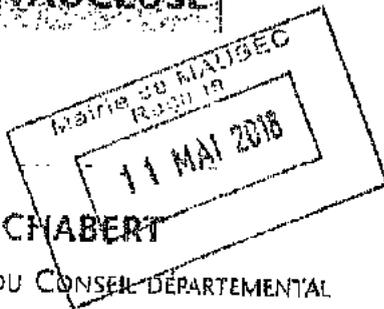
Monsieur le Maire,

Nous faisons suite à votre courrier du 16 avril dernier relatif à l'affaire notée en objet et vous informons que nous n'avons pas d'avis particulier à émettre sur ce dossier.

Vous souhaitant bonne réception de la présente, nous vous prions de recevoir, Monsieur le Maire, nos respectueuses salutations.

Julien NIALON,
Directeur de l'Agence Vaucluse.





Avignon, le - 4 MAI 2018

MAURICE CHABERT

PRÉSIDENT DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL

Monsieur Frédéric MASSIP
Maire
Hôtel de Ville
450 Grande Rue
84660 MAUBEC

POLE DEVELOPPEMENT
DIRECTION DU DEVELOPPEMENT
ET DES SOLIDARITES TERRITORIALES
☎ 04-32-40-79-05

Objet : AR de votre courrier
reçu le 18 avril 2018

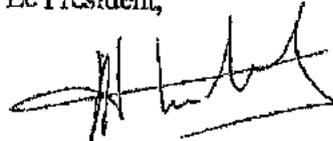
Monsieur le Maire,

Par un courrier reçu le 18 avril 2018, vous m'avez adressé le projet de Règlement Local de Publicité de la Commune de Maubec et je vous en remercie. Conformément à la réglementation en vigueur, vous sollicitez maintenant l'avis du Conseil départemental en tant que personne publique associée à son élaboration.

Je puis vous assurer que votre projet sera examiné avec attention par les services du Département et ne manquerai pas de vous communiquer l'avis du Conseil départemental avant le début de l'enquête publique.

Je vous prie de croire, Monsieur le Maire, à l'assurance de ma meilleure considération.

Le Président,





Avignon, le 08 JUIN 2018

MAURICE CHABERT
PRÉSIDENT DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL

Monsieur Frédéric MASSIP
Maire
Hôtel de Ville
450 Grande Rue
84660 MAUBEC

Monsieur le Maire,

Vous avez communiqué au Conseil départemental le 16 avril 2018 le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) arrêté le 10 avril 2018, en vue de recueillir son avis en sa qualité de personne publique associée à son élaboration, conformément aux articles L.132-7 et L.581-14-1 du Code de l'Urbanisme.

Dans ce cadre, je vous informe de l'avis favorable du Conseil départemental à ce projet de RLP, assorti des observations ci-dessous.

En complément des dispositions prévues par le document, il est rappelé que la pose de supports de pré-enseigne, enseigne et panneaux publicitaires sur le domaine public routier départemental, est interdite. Le domaine public inclut la route, ses accotements ou trottoirs, fossés et talus, et son occupation est soumise à autorisation du Conseil départemental.

Vous trouverez en pièce jointe à ce courrier, les dispositions approuvées par délibération n°2015-524 du 18 juin 2015, modifiée par délibération n°2016-46 du 26 février 2016, dans le cadre de la mise en œuvre de la Charte Départementale de Signalétique d'Information Locale (activités éligibles, contraintes techniques, volet administratif).

Elle a été élaborée pour répondre de manière cohérente sur l'ensemble du département aux nombreuses demandes de fléchages des activités professionnelles suite à la modification de la réglementation sur la publicité, les enseignes et pré-enseignes. Elle rappelle les activités éligibles, indique les conditions techniques et administratives de la mise en place d'une signalétique d'information locale à respecter.

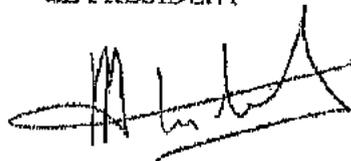
Il est demandé de mentionner dans le rapport de présentation et de joindre en annexe du RLP, cette charte départementale dont les prescriptions devront être respectées.

Je vous demande de me tenir informé des suites que la commune donnera à ces observations.

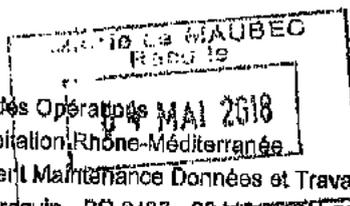
Une fois le RLP approuvé, je souhaiterais que mes services soient destinataires d'un exemplaire de la version applicable, de préférence sous format numérique.

En vous remerciant de bien vouloir prendre en considération l'avis du Conseil départemental, je vous prie de croire, Monsieur le Maire, à l'assurance de ma meilleure considération.

LE PRÉSIDENT

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Chabert', written over a horizontal line.

Maurice CHABERT



Direction des Opérations
 Pôle Exploitation Rhône-Méditerranée
 Département Maintenance Données et Travaux Tiers
 33 rue Pétraquin - BP 8407 - 69413 LYON CEDEX 06
 Téléphone +33(0)4 78 85 89 69
 www.grtgaz.com

MAIRIE DE MAUBEC
 450 GRANDE RUE
 84880 MAUBEC

Affaire suivie par: MASSIP Frédéric

VOS RÉF. DR
 NOS RÉF. P2018-002991
 INTERLOCUTEUR Frédéric TESTARD ☎ 04.78.85.89.49
 OBJET Consultation dans le cadre du Règlement Local de Publicité (RLP) sur la commune de MAUBEC (84)

Lyon, le 30 avril 2018

Monsieur,

Nous accusons réception de votre dossier concernant le RLP cité en objet reçu par nos services en date du 19/04/2018.

Le territoire de la commune de MAUBEC est impacté par les ouvrages de transport de gaz naturel suivants, pour lesquels sont définies des servitudes d'utilité publique (SUP) de maîtrise de l'urbanisation, en application des articles L.555-16 et R.555-30 du code de l'environnement :

Canalisations	DN	PMS (bar)	Largeur SUP (1) (m)
ANTENNE DE CAVAILLON - APT	100	67,7	30
Alimentation MAUBEC DP	80	67,7	20
Alimentation APT DP	100	67,7	30
Poste			Largeur SUP (1) (m)
MAUBEC DP			35

(1) Bande située de part et d'autre des ouvrages, associée à la servitude d'utilité publique de maîtrise de l'urbanisation prise en application du code de l'environnement (article R.555-30)

1. Contraintes liées à la servitude d'implantation

Il y a lieu de se conformer aux dispositions de la servitude forte attachée aux parcelles traversées qui précise notamment l'existence d'une zone non-aedificandi dont la largeur de part et d'autre des canalisations est précisée dans le tableau ci-dessous :

Canalisations	Servitude Droite (m)	Servitude Gauche (m)
ANTENNE DE CAVAILLON - APT	2	2
Alimentation MAUBEC DP	2	2
Alimentation APT DP	2	2

Nous rappelons que dans ces bandes de servitude, seuls les murets de moins de 0,4 m de hauteur et de profondeur ainsi que la plantation d'arbres de moins de 2,7 m de hauteur et dont les racines descendent à moins de 0,6 m, sont autorisés.

Les modifications de profil du terrain ainsi que la pose de branchements en parallèle à notre ouvrage y sont interdites et tout fait de nature à nuire à la construction, l'exploitation et la maintenance des ouvrages concernés est proscribed dans ces bandes de servitude.

2. Prescriptions à respecter

Les prescriptions suivantes doivent être respectées :

- L'accessibilité de notre ouvrage doit rester possible en permanence, pendant et après les travaux.
- Aucune modification du profil du terrain dans la bande de servitude n'est autorisée sauf accord préalable de nos services.
- Les croisements des différents réseaux à poser (eau, électricité, télédiffusion, téléphone, assainissement, incendie) doivent être réalisés conformément aux prescriptions de GRTgaz et à la norme NF P 98-332 « Chaussées et dépendances - Règles de distance entre les réseaux enterrés et règles de voisinage entre les réseaux et les végétaux ».
- Les parkings, aires de stationnement ou stockages au-dessus de la canalisation, à l'intérieur de la bande de servitudes de l'ouvrage sont à proscrire.
- S'il ne peut y avoir d'autres alternatives que la création de voirie pour traverser la bande de servitude, y compris temporaires pour les travaux, et sous réserve de compatibilité, notre canalisation devra être protégée mécaniquement par un ouvrage de génie civil dont la capacité de résister aux surcharges prévisibles sera justifiée par note de calculs. Le coût de ces travaux sera supporté par l'aménageur.
- Il convient de ne pas prévoir de fondation à moins de 5 mètres de la canalisation (bord de fouille).
- En cas d'utilisation de grue, des prescriptions particulières pourront être émises.
- Dans le cas où il serait nécessaire de passer une canalisation ou câbles sous l'ouvrage de transport gaz, les préconisations sont les suivantes :
 - Le fonçage, forage ou autres technique sans tranchée sont peu recommandés et soumis à validation préalable
 - L'utilisation d'une francheuse n'est autorisée que jusqu'au-delà de 20m de l'ouvrage de transport gaz, de part et d'autre

3. Préparation des travaux et rappel de la réglementation relative aux travaux à proximité des réseaux

Notre représentant du secteur de ALPILES, Monsieur LELOUP Michel ☎ 06.45.39.30.01, se tient à la disposition du maître d'ouvrage ou du maître d'œuvre afin d'effectuer à titre gracieux le repérage de nos canalisations sur le terrain, la matérialisation de la servitude d'implantation et prescrire les mesures à prendre pour préserver la sécurité de nos ouvrages lors de la réalisation des travaux.

Nous vous demandons de respecter les recommandations techniques applicables pour les projets de travaux de tiers (jointes en annexe).

Vous trouverez ci-joint à ce courrier un plan approximatif de nos ouvrages.



Le code de l'environnement (Livre V-- Titre V-- Chapitre IV) impose aux responsables de projets et exécutants de travaux, sur le domaine public comme dans les propriétés privées, de consulter le « Guichet Unique des réseaux » www.reseaux-et-canalizations.gouv.fr et d'adresser une déclaration (DT-DICT) aux exploitants de réseaux présents à proximité du projet.

Conformément à l'article R. 554-26 du Code de l'environnement, lorsque le nom de GRTgaz est indiqué en réponse à la consultation du guichet unique, les travaux ne peuvent être entrepris tant que GRTgaz n'a pas répondu à la DICT et repéré ses ouvrages lors d'un rendez-vous sur site.

Nous restons à votre disposition pour tout complément que vous jugeriez utile et vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.


Responsable équipe appui

- P.J. : - recommandations techniques applicables pour les projets d'aménagements ou de travaux à proximité de nos ouvrages de transport de gaz naturel
- Plan de situation approximative de nos ouvrages et SUP associées



Date d'édition
30/04/2018

Référence
1804308451

Réseau GRTgaz

- En construction
- Réseau en service
- Réseau accessoire
- Réseau hors service

DN : Diamètre Nominal de la canalisation

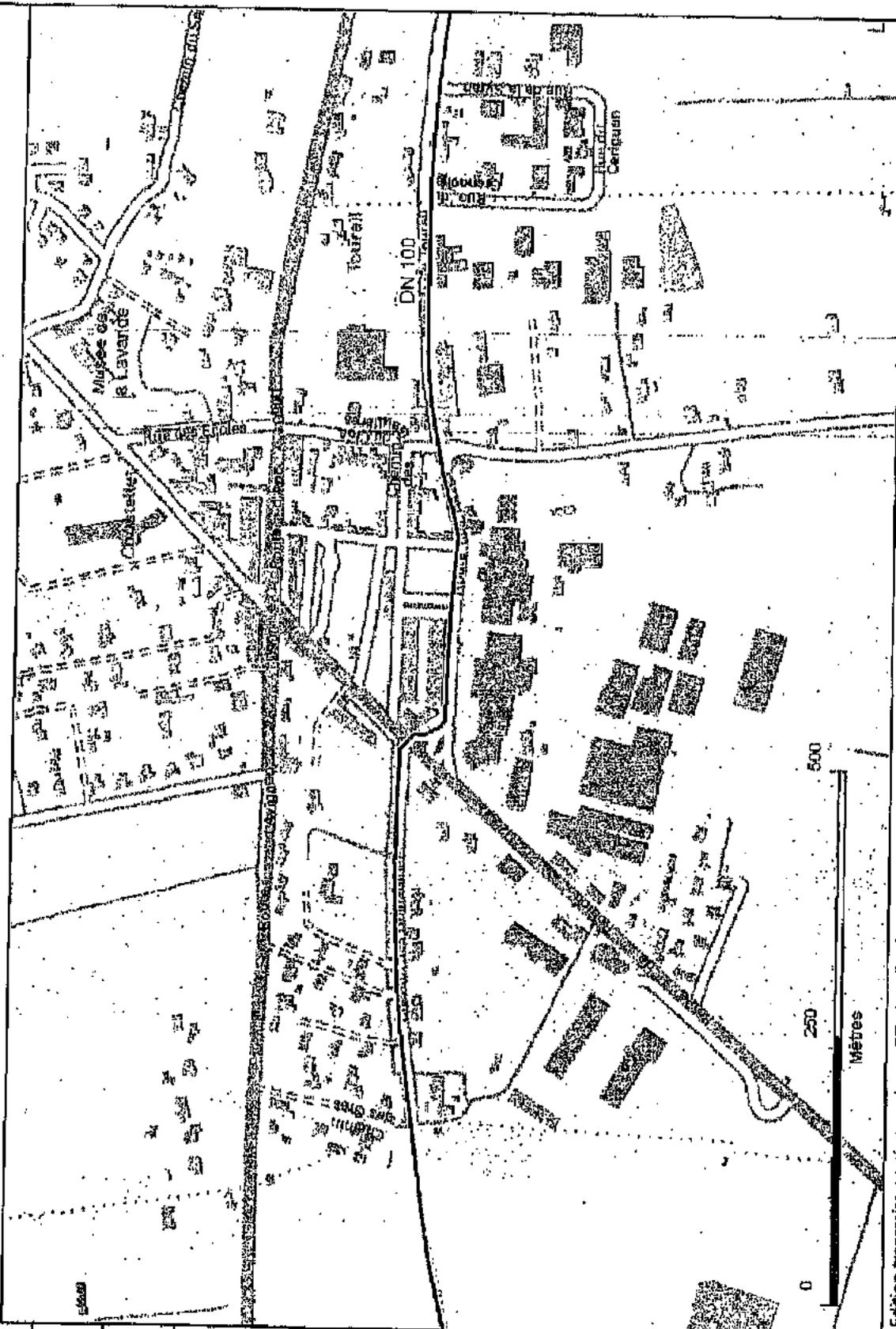
24 Sectionnement

Installations GRTgaz

RGF93 Lambert 93



FranceRaster©IGN



Edition transmise en réponse à une DT - Localisation des ouvrages GRTgaz en précision C sur le plan. Précision B disponible si besoin - Profondeur minimale d'enfouissement à la pose de 40 cm sauf points spéciaux, pouvant atteindre plusieurs mètres par endroit. RAPPEL article R.554-26 du Code de l'Environnement : INTERDICTION D'ENTREPRENDRE DES TRAVAUX AVANT UN RENDEZ-VOUS SUR SITE AVEC GRTGAZ

SYNDICAT DES EAUX
DURANCE - VENTOUX

Monsieur le Maire
Hôtel de Ville
84460 MAUBEC

Cheval-Blanc, le 26 avril 2018

Service Technique
Affaire suivie par : Lucien AUBERT
Tél. : 04.90.06.68.71

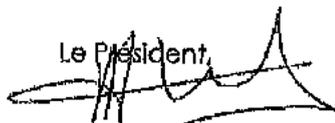
Objet : Règlement Local de Publicité

Monsieur le Maire,

En réponse à votre courrier du 16 avril 2018 relatif à l'affaire citée en objet, je vous informe n'avoir aucune observation à formuler.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de mes salutations les meilleures.

Le Président,



29, chemin du Pont - B.P. 18
84460 CHEVAL-BLANC

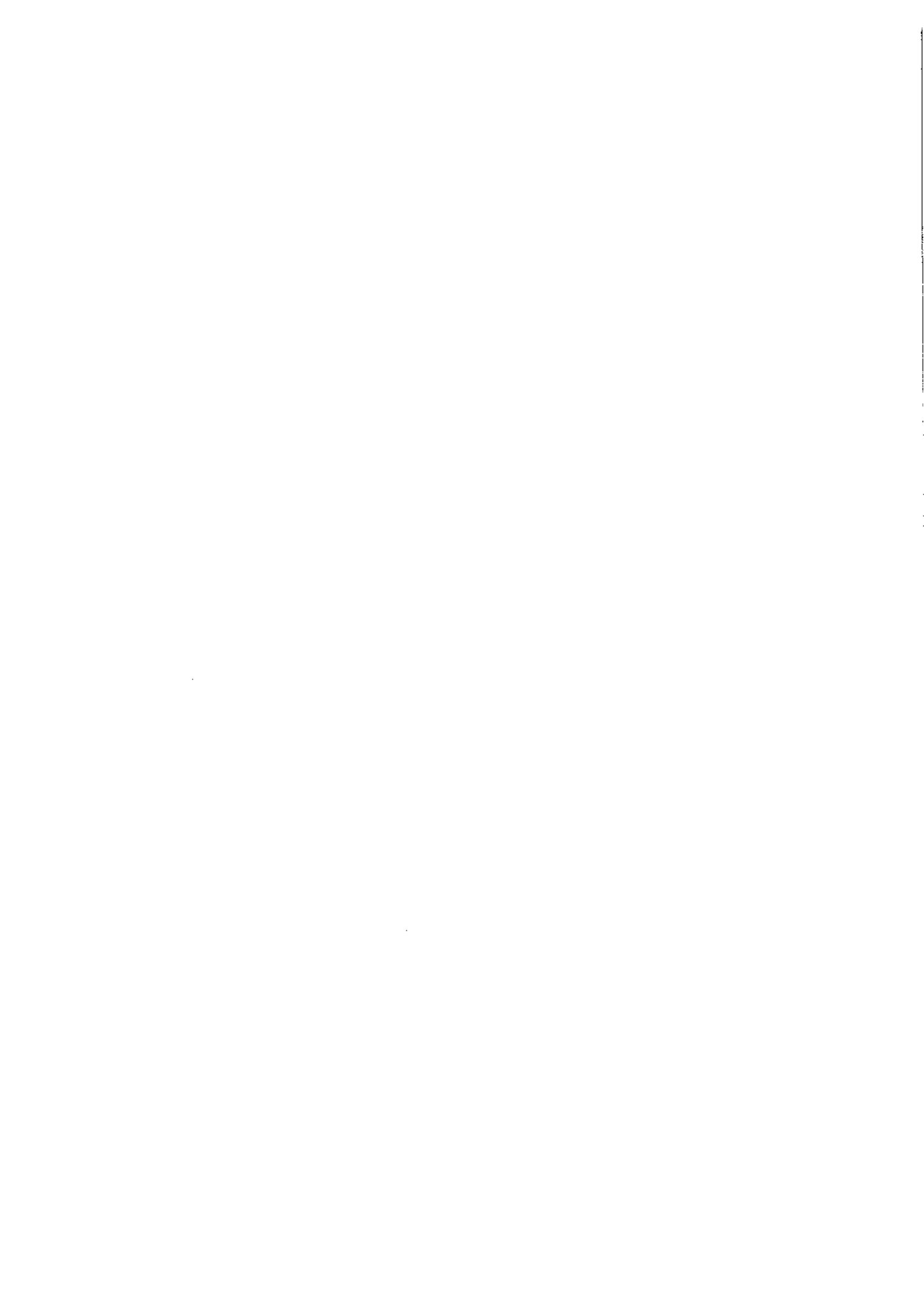
Tél : 04.90.06.68.68

Fax : 04.90.06.68.69

E-mail : contact@syndicat-durance-ventoux.fr

www.syndicat-durance-ventoux.fr

Bonneville • Cabrières d'Avignon • Caumont-sur-Durance • Cavailhon • Châteauneuf-de-Gadagne • Cheval-Blanc • Gargas •
Gordes • Gout • Le Thor • Les Beaumettes • Les Tallades • L'Isle-sur-la-Sorgue • Joucas • Lacoste • Lagnes • Lioux • Maubec
• Ménétréol • Murs • Oppède • Robion • Roussillon • Saint-Pantaléon • Saint-Saturnin-lès-Apt • Saumane de Vaucluse •
Velleron • Villars



Avignon, le - 8 JUIN 2018

MAURICE CHABERT

Président du Conseil Départemental

Monsieur Frédéric MASSIP
Maire
Hôtel de Ville
450 Grande Rue
84660 MAUBEC

Monsieur le Maire,

Vous avez communiqué au Conseil départemental le 16 avril 2018 le projet de Règlement Local de Publicité (RLP) arrêté le 10 avril 2018, en vue de recueillir son avis en sa qualité de personne publique associée à son élaboration, conformément aux articles L.132-7 et L.581-14-1 du Code de l'Urbanisme.

Dans ce cadre, je vous informe de l'avis favorable du Conseil départemental à ce projet de RLP, assorti des observations ci-dessous.

En complément des dispositions prévues par le document, il est rappelé que la pose de supports de pré-enseigne, enseigne et panneaux publicitaires sur le domaine public routier départemental, est interdite. Le domaine public inclut la route, ses accotements ou trottoirs, fossés et talus, et son occupation est soumise à autorisation du Conseil départemental.

Vous trouverez en pièce jointe à ce courrier, les dispositions approuvées par délibération n°2015-524 du 18 juin 2015, modifiée par délibération n°2016-46 du 26 février 2016, dans le cadre de la mise en œuvre de la Charte Départementale de Signalétique d'Information Locale (activités éligibles, contraintes techniques, volet administratif).

Elle a été élaborée pour répondre de manière cohérente sur l'ensemble du département aux nombreuses demandes de fléchages des activités professionnelles suite à la modification de la réglementation sur la publicité, les enseignes et pré-enseignes. Elle rappelle les activités éligibles, indique les conditions techniques et administratives de la mise en place d'une signalétique d'information locale à respecter.

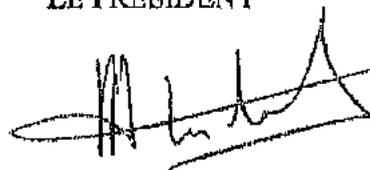
Il est demandé de mentionner dans le rapport de présentation et de joindre en annexe du RLP, cette charte départementale dont les prescriptions devront être respectées.

Je vous demande de me tenir informé des suites que la commune donnera à ces observations.

Une fois le RLP approuvé, je souhaiterais que mes services soient destinataires d'un exemplaire de la version applicable, de préférence sous format numérique.

En vous remerciant de bien vouloir prendre en considération l'avis du Conseil départemental, je vous prie de croire, Monsieur le Maire, à l'assurance de ma meilleure considération.

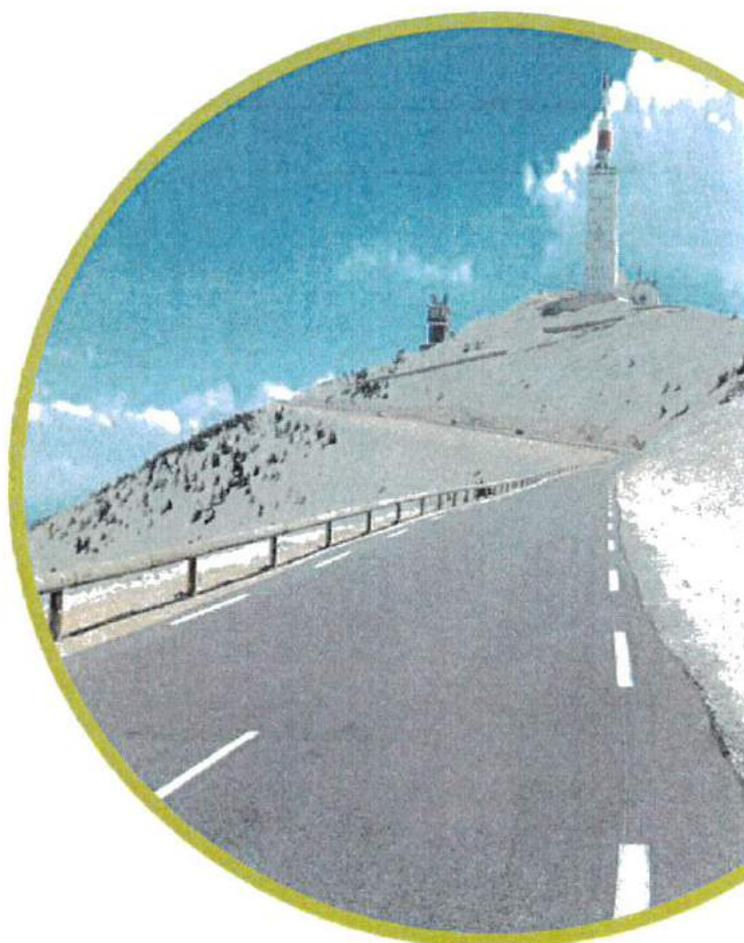
LE PRESIDENT

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Chabert', written over a horizontal line.

Maurice CHABERT



SCHEMA DIRECTEUR DEPARTEMENTAL DE S.I.L.



CHARTE DEPARTEMENTALE DE S.I.L.

Sommaire

Préambule	3
1 / Les équipements et services à signaler	5
2 / Les principes de la S.I.L.....	6
3 / Les règles techniques	10
4 / Le mobilier	14
5 / Le financement	14
6 / Annexes.....	15

Préambule

Par délibération n° 2010-919, le Conseil départemental de Vaucluse a validé la Charte Départementale de Signalétique d'Information Locale. Au vu du retour d'expérience et suite à la mise en application des textes réglementaires issus du « Grenelle 2 », il est apparu nécessaire d'amender cette charte.

Le présent document est une version consolidée de cette charte.

Objectifs généraux

- Cohérence sur l'ensemble du département
- Respect des préconisations réglementaires en matière de S.I.L et propositions argumentées pour le choix des matériaux et couleurs.

Le département de Vaucluse est riche d'un patrimoine historique et culturel : il possède de nombreux services liés à sa position géographique et à son rôle de destination touristique majeure.

D'autres atouts existants ou à venir (développement d'activités touristiques et de loisirs, valorisation des productions locales) vont enrichir ce patrimoine.

Le Conseil départemental de Vaucluse a pris la décision de promouvoir ce patrimoine par la mise en place d'une signalétique spécifique afin d'informer les usagers (automobilistes, piétons...) de l'ensemble des richesses et services du territoire. Pour cela, il est nécessaire de répondre à quatre questions :

- que doit-on signaler?
- quels principes de signalisation appliquer ?
- quelles règles techniques ?
- quel mobilier ?

Les réponses à ces questions sont présentées dans cette charte.

Ce document a pour but de créer un cadre d'application pour la Signalétique d'Information Locale sur l'ensemble du département de Vaucluse.

Conseil départemental de Vaucluse

Il doit :

- apporter, sous la forme d'un outil méthodologique, une réponse pratique aux besoins locaux de signalisation et aux attentes des collectivités et des professionnels.
- harmoniser, sur l'ensemble du département, les moyens à mettre en œuvre en terme de signalisation d'intérêt local
- faire disparaître les préenseignes publicitaires et dérogatoires en proposant un outil efficace, durable et réglementaire.

Cette Signalétique d'Information Locale (S.I.L.) doit être utilisée avec une attention particulière afin d'éviter une surenchère nuisible à la lisibilité des messages.

Quelles que soient les situations, deux règles de base doivent toujours être respectées :

- limitation du nombre de mentions par ensemble
- continuité des itinéraires (prohiber les ruptures dans les itinéraires)

A travers la présente Charte, le Conseil départemental souhaite définir les règles qui doivent être adoptées par l'ensemble des prestataires publics ou privés demandant une signalisation de leur activité, dans le cadre de cette promotion du patrimoine vaclusien.

1 / Les équipements et services à signaler

Implantée sur le domaine public, la Signalétique d'Information Locale mentionne les équipements publics d'importance locale et certains services professionnels.

Le Conseil départemental gère l'implantation de la signalisation sur les routes départementales. Les communes gèrent la signalisation sur les voies communales. La signalisation débute à partir du réseau départemental le plus proche tel que schématisé à la fin du paragraphe 2.

Une fois que l'usager est pris en charge par la S.I.L., celle-ci assurera le cheminement jusqu'à destination en application du principe de continuité.

Il appartient aux communes ou communautés de communes d'organiser et gérer la S.I.L. en agglomération, en tenant compte des réseaux départementaux et communaux.

Les études de jalonnement sont réalisées par les porteurs du projet (communautés de communes, communes ou pétitionnaires selon le cas). Le Conseil départemental peut être associé à ces études et les valider pour ce qui concerne le réseau routier départemental, avant toute mise en œuvre.

Sur le réseau routier départemental, les implantations des panneaux feront l'objet d'une permission de voirie dont le modèle est présenté en annexe de la présente charte.

- Sont signalables :
 - Caves coopératives et caves ou caveaux qualifiés pour l'accueil touristique
 - Produits du terroir : points de vente directs labellisés
 - Sports et loisirs : sites de loisirs aquatiques, notamment naturels hors agglomération ; aires d'accueil aménagées, randonnées pédestres, équestres et VTT.
 - Sites et Monuments remarquables
 - Hébergements
- NB : les hébergeurs auront à leur charge le panneau, le mât, la pose et l'entretien de la signalisation inhérente à leur activité. Les prestataires concernés devront s'engager à faire connaître toute modification de situation qui pourrait notamment entraîner un changement dans l'intitulé de la mention du panneau.

Pourront faire l'objet d'une dérogation, instruite par les services du Conseil départemental et validée par le Président, les demandes émanant d'une collectivité pour une activité non visée ci-dessus, sur l'ensemble du territoire. Ces dérogations pourraient s'appliquer à la signalisation des activités de restauration par exemple.

Des conditions restrictives telles que l'ouverture à l'année, l'accessibilité PMR, les agréments lorsqu'ils existent, pourront être établies. De plus, un engagement de la collectivité à faire supprimer la publicité illégale devra être fourni.

Au final, le choix définitif reste à l'initiative du Conseil départemental.

- Les critères de sélection – labels :
Les équipements et services situés en dehors des agglomérations qui souhaitent postuler à la S.I.L. doivent remplir un certain nombre de conditions. Les prestataires concernés devront

Conseil départemental de Vaucluse

s'engager dans la convention annuelle avec le Maître d'Ouvrage à faire connaître toute modification de situation qui pourrait notamment entraîner un changement dans l'intitulé de la mention du panneau.

Seuls les équipements et services labellisés sont pris en compte ci après :

- Lieux d'activités sportives et de loisirs liés au tourisme
 - Centres équestres :
 - Déclarations D.R.J.S. et Fédération de tutelle
 - Certificat de déclaration
 - Sports et loisirs nautiques, plans d'eau aménagés
 - Idem
 - Idem
 - Activités en eaux vives : points d'embarquement et de débarquement sauf exception :
 - Idem
 - Idem
- Produits du terroir
 - Artisanat d'art : artisans inscrits dans la démarche qualité accueil chez les artisans de Vaucluse (CDT et Chambre des métiers)
 - Agritourisme : caves et caveaux qualités accueil, points de vente directs labellisés
- Hébergements : hôtels, campings, résidences de tourisme, villages vacances, meublés de tourisme classés, chambres d'hôtes labellisées
- Toute autre activité, objet d'une dérogation telle que définie supra, sous conditions définies au cas par cas par le Conseil départemental, pourra être signalée au titre de la S.I.L.

Les catégories des sites (ou mentions) étant actées, il convient de définir les règles de signalisation à mettre en place.

2 / Les principes de la S.I.L

L'arrêté du 11 février 2008 modifiant l'arrêté du 24 novembre 1967, relatif à la signalisation des routes et des autoroutes donne un cadre officiel à la Signalisation d'Information Locale.

La charte définit les règles d'application afin de garantir une homogénéité dans le traitement de la signalisation. Ces règles reposent sur quelques principes essentiels :

Conseil départemental de Vaucluse

- compréhension
- valorisation
- visibilité
- lisibilité
- continuité
- concentration

Les impératifs de sécurité et de compréhension immédiate imposent que les informations fournies soient sans ambiguïté dans le contenu et dans la forme.

La hauteur sous panneau est de 2,30 mètres minimum en rase campagne pour une meilleure lisibilité.

Les panneaux doivent présenter :

- une taille de lettre et un alphabet permettant une prise en compte immédiate et adaptés à la vitesse des usagers.
- Les préconisations doivent être conformes au cahier technique du Certu qui indique notamment les couleurs interdites de la S.I.L.

Il sera toujours utilisé des panneaux identiques dans des circonstances semblables. Cette homogénéisation implique l'utilisation exclusive de panneaux réglementaires.

Une indication présente sur un carrefour est reprise de manière régulière et au point stratégique assurant ainsi la continuité jusqu'à un point d'arrivée clairement matérialisé (par l'utilisation d'enseignes par exemple, dans le respect des textes en vigueur).

Sur certains carrefours, certains mouvements ne suscitent aucune hésitation, aucune ambiguïté. Ils sont alors dits en «mouvements évidents». Dans ce cas les panneaux concernant ce mouvement sont inutiles et donc non prévus.

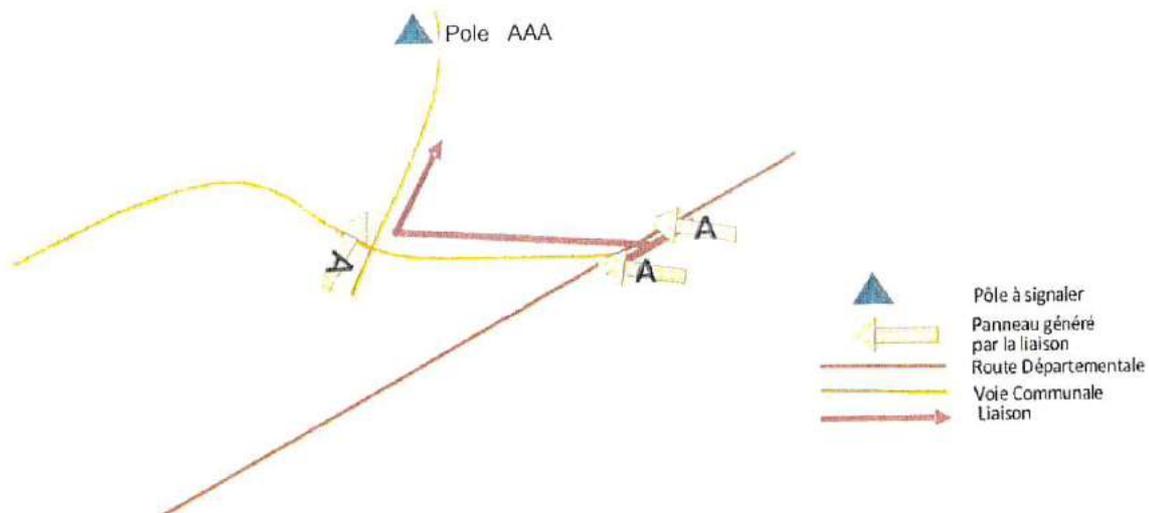
Le jalonnement des pôles identifiés s'appuie sur un réseau structurant défini par les routes départementales structurantes autorisées (hormis 2 x 2 voies) et de rabattement. La signalisation débute sur ces routes.

Le jalonnement des services a pour point de départ la route départementale la plus proche. Les « établissements » à desservir, situés en agglomération, ne sont pas signalés en dehors de l'agglomération.

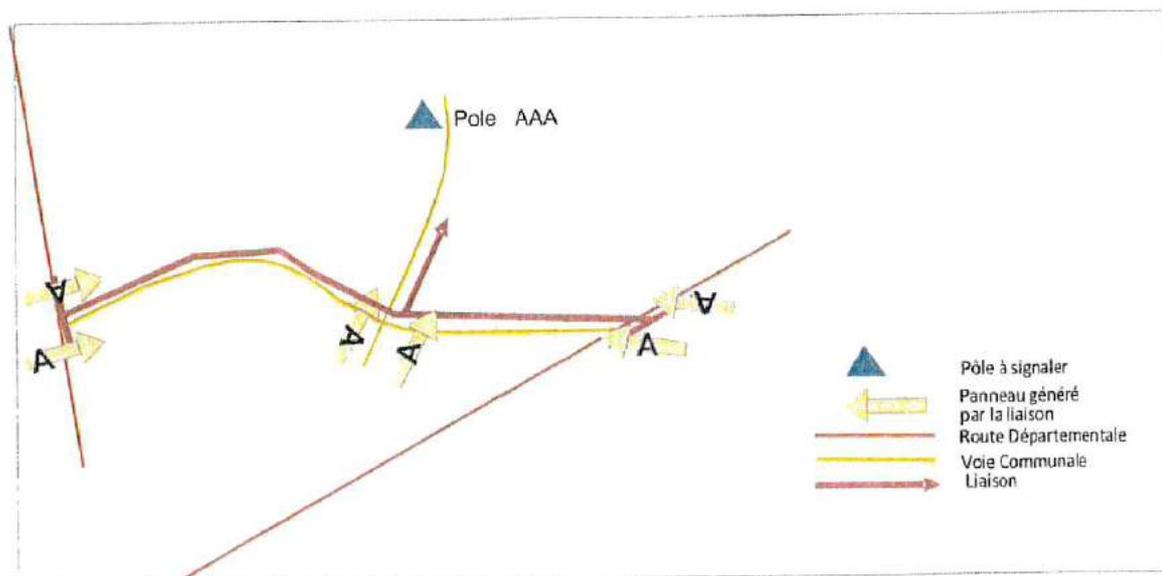
Les principes de signalisation à appliquer sont présentés dans les schémas ci-dessous :

- Pour les activités situées sur les routes départementales structurantes ou de rabattement, leur enseigne se suffisant à elle-même, elles ne bénéficient pas de signalétique départementale.
- Pour les autres activités, la présignalisation ou signalisation est positionnée à partir de la RD la plus proche.

Conseil départemental de Vaucluse

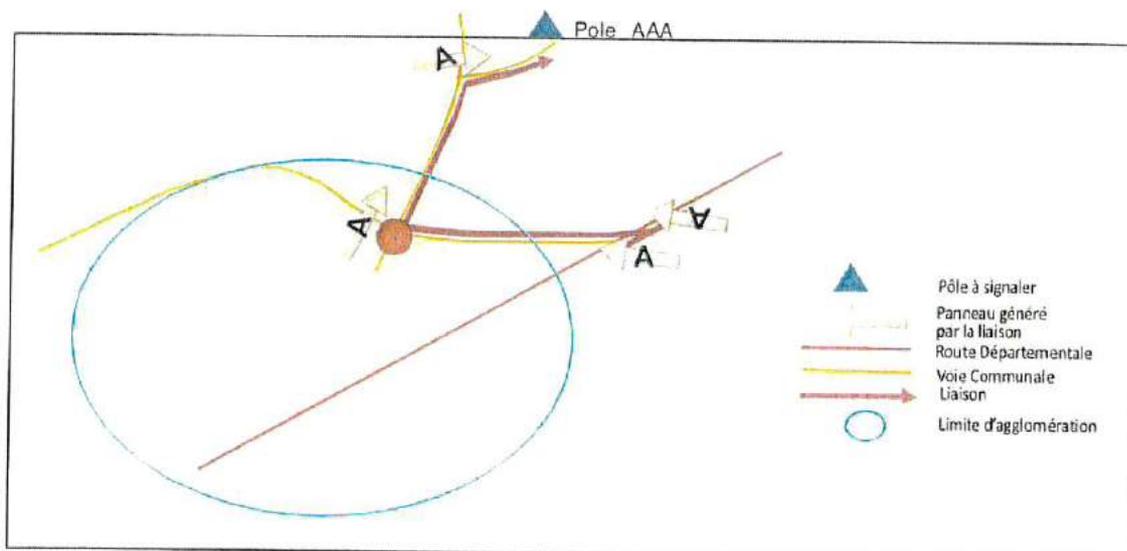


- Si le pôle se trouve à égale distance de deux routes départementales, le schéma suivant est proposé.



Conseil départemental de Vaucluse

- Si l'itinéraire de signalisation d'un pôle passe par une agglomération, la détermination de l'itinéraire à flécher à l'intérieur de l'agglomération est de la responsabilité de la commune (ici le point de choix marqué d'une pastille rouge).



3 / Les règles techniques

La S.I.L est un dispositif de présignalisation qui doit être mis en place 50 à 75 mètres environ en amont du carrefour. Ces ensembles de présignalisation seront implantés, si possible, avant la séquence des panneaux de jalonnement départemental.

Il n'y a pas nécessité de répéter les mentions en position, excepté sur les carrefours complexes.

Cette adaptation permettra d'informer l'utilisateur et d'anticiper la manœuvre à effectuer avec le maximum de sécurité.

C'est la solution adaptée pour regrouper plusieurs indications avec un lettrage plus lisible sans toutefois créer une confusion avec les ensembles de présignalisation directionnelle.

- Type de matériel :
 - Les panneaux sont de type dos ouvert
 - Les mâts seront cannelés.
- Les règles techniques à utiliser pour les panneaux sont :
 - taille des panneaux en pré signalisation (Dc43):

Hb	Hauteur registre	Longueur registre (maximale)	Rétroreflexion registre
80	150*	1200	cl. 1 en fonction de l'implantation

* les lames passeraient en 300 pour la hauteur des registres si la mention doit être indiquée sur deux lignes.

- taille des panneaux en position (Dc29):

Hb	Hauteur registre	Longueur registre (maximale)	Rétroreflexion registre
80	150*	1200	cl. 1 en fonction de l'implantation

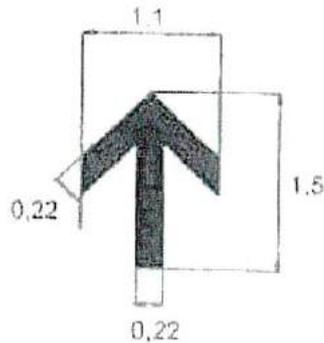
* les lames passeraient en 250 si la mention doit être indiquée sur deux lignes.

- composition :
 - 1 mention = 1 registre
 - 2 lignes maximum
 - 2 logotypes maximum par mention

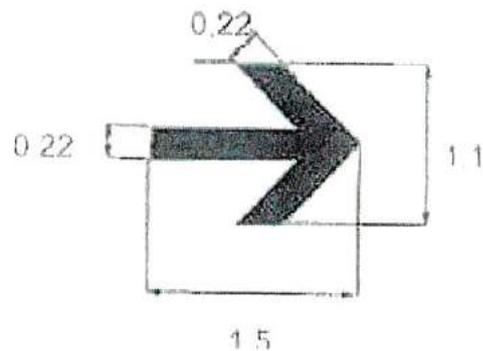
Conseil départemental de Vaucluse

- Couleur et dimensionnement des flèches (Dc43):
Elles sont noires sur les registres à fond clair.

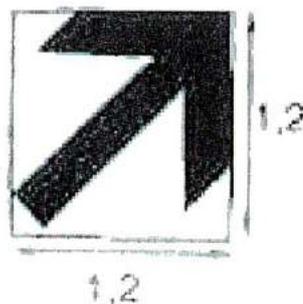
Les flèches verticales orientées vers le haut pour les mouvements directs (filante).



Les flèches horizontales vers la droite ou vers la gauche pour les mouvements tournants (bifurcation).



Les flèches obliques orientées à 45° vers le haut et vers la droite ou la gauche pour les mouvements concernés dans les carrefours en «Y» ou en présence d'une voie de décélération.



- position type Dc21 si l'implantation s'avère impossible en Dc43.

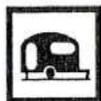
- o L'écriture est de type Arial en italique : L4 majuscule / minuscule. La première lettre est en majuscule et les autres en minuscule. Les mentions seront toutes indiquées avec ponctuation et signes diacritiques, et ce afin de compenser la baisse de la taille du caractère et préserver une bonne lisibilité.

**A Â Ã Ä BC Ç D E É È Ê Ë
F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ
P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
- ' . , () $\frac{s}{s}$ $\frac{s}{/}$
a â ã ä b c ç d e é è ê ë
f g h i î ï j k l m n o ô ö æ
p q r s t u v w x y z**

- o Idéogrammes conformes à la réglementation nationale et à utiliser selon les activités :



ID8 – Terrain de camping pour tentes



ID9 – Terrain de camping pour caravanes



ID16b – Monument et site remarquable (site naturel)



ID16d – Musée ayant reçu l'appellation "Musée de France"



ID18 – Chambre d'hôte ou gîte



ID20a – Base de loisirs



ID20b – Centre équestre, promenade, ranch, poney club



ID20c – Piscine, lieu de baignade



ID20e – Point de mise à l'eau d'embarcation légère



ID25 – Hôtel



ID33a – Produits du terroir



ID33b – Produits vinicoles

4 / Le mobilier

En fonction des différents principes, règles et recommandations, les caractéristiques du mobilier choisi pour jalonner les itinéraires HORS AGGLOMERATION sont les suivantes :

Type de panneau	Dc29 en position ou Dc43 en présignalisation – dos ouvert
Hauteur sous panneau (H.S.P.)	2,30 m
Nombre de mâts	1 mât à coulisseau
Nombre maximum de lames	6*
Couleur de fond	RAL 1013 - Non Rétro réfléchissant
Couleur de lettrage	Noire
Couleur de mât	Champagne

*Pour des raisons de sécurité et de lisibilité, il convient de limiter le nombre de mentions par ensemble à six et le nombre d'ensembles sur une même voie avant un carrefour à une unité.

1. La présente charte prévoit de mettre en œuvre du matériel de signalisation standard que chaque fabricant est en mesure de produire d'un point de vue technique et industriel (registres, supports, couleurs de face, etc.).
2. La présente charte est réglementairement applicable puisqu'elle s'appuie sur l'arrêté du 11 février 2008 modifiant l'arrêté du 24 novembre 1967, relatif à la signalisation des routes et des autoroutes, donnant notamment un cadre réglementaire à la signalisation d'information locale.

5 / Le financement

Le financement des dispositifs à mettre en place est défini comme suit :

- Etablissement public, ouvert au public

Le financement de la S.I.L. est assuré par le Conseil départemental pour les ensembles implantés sur les routes départementales hors agglomération, par les communes ou communautés de communes pour les ensembles mis en place sur les voies communales.

- Etablissement privé

Le financement de la S.I.L. est assuré par le pétitionnaire. Une permission de voirie devra être obtenue avant tous travaux.

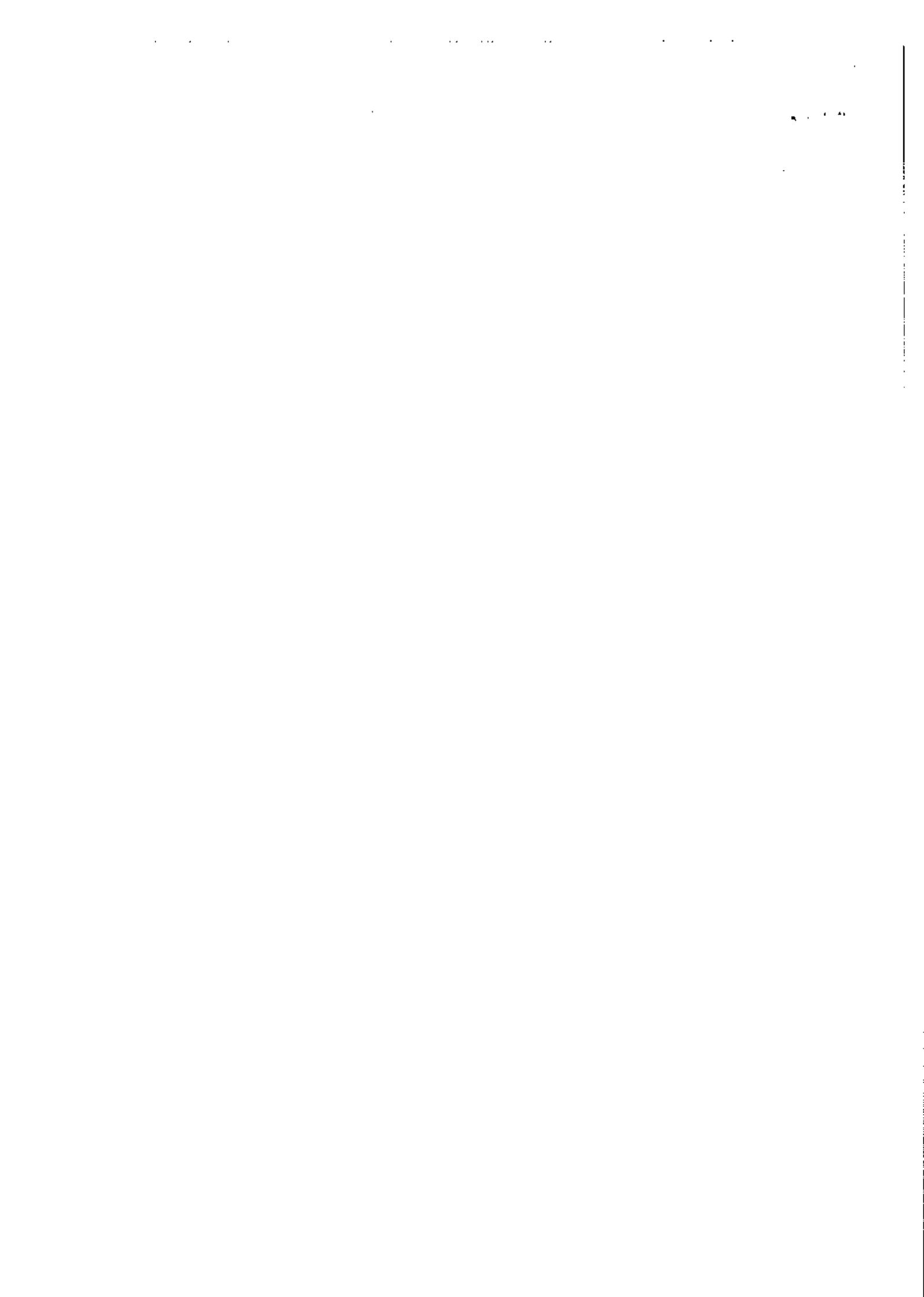
- Cas particuliers des études

Le financement des études de jalonnement S.I.L. est assuré par le porteur de projet. Le Conseil départemental pourra intervenir financièrement sur les études portées par des

collectivités à hauteur de 20% du montant hors taxes de l'étude, dans la limite de 1 000,00 € par commune et par étude financée

6 / Annexes

- Modèle de permission de voirie
- Fiche technique ensemble S.I.L.





PRÉFET DE VAUCLUSE

- 3 MAI 2017

Direction départementale
des territoires

Avignon, le

Service Eau, environnement et Forêt
Affaire suivie par : Yvan ASTAY
Tél : 04 88 17 85 67
Télécopie : 04 88 17 82 82
Courriel : yvan.astay@vaucluse.gouv.fr

Le Préfet de Vaucluse

à

Monsieur le maire de Maubec

Objet : Règlement local de publicité – Porter à connaissance
P. J. : Porter à connaissance de l'État

Par délibération du 16 avril 2016, le conseil municipal de Maubec a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) approuvé le 24 janvier 2002.

Dans ce contexte, je vous adresse les éléments constitutifs du porter à connaissance de l'État dans le cadre de l'élaboration de votre règlement local de publicité.

Je vous rappelle que ce porter à connaissance doit être tenu à la disposition du public et qu'il doit être annexé au dossier d'enquête publique.

Je ne manquerai pas de vous communiquer, dans les meilleurs délais, dès que j'en aurai connaissance, les nouvelles informations qui vous seront utiles pour l'élaboration de ce document.

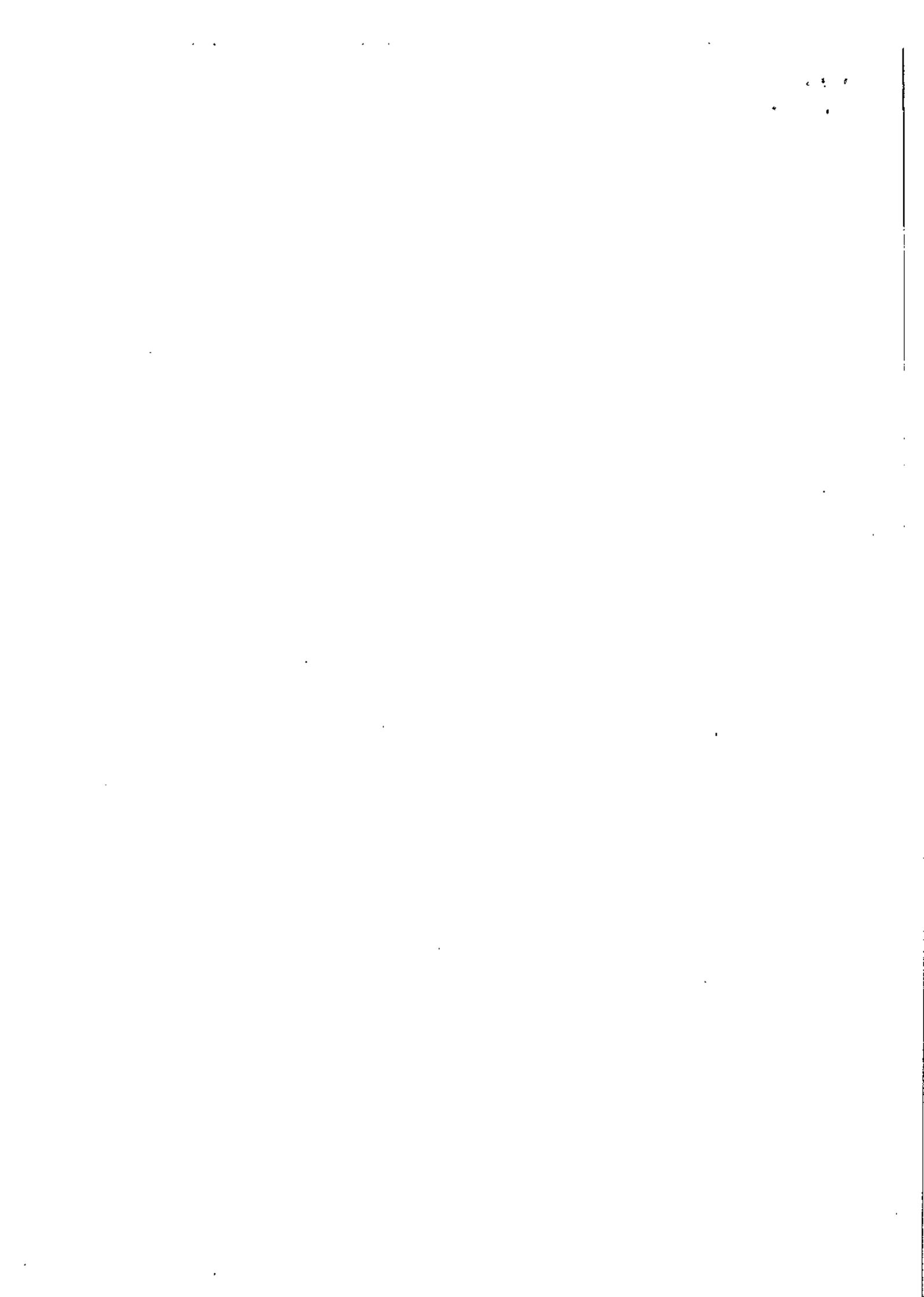
Conformément aux dispositions de l'article L 123-7 du code de l'urbanisme, je souhaite que les services de l'État suivants soient associés à l'élaboration de votre règlement de publicité.

- le service Eau, Environnement et Forêt de la direction départementale de Vaucluse ;
- le service territorial de l'architecture et du patrimoine de Vaucluse ;
- le service Biodiversité, Eau et paysages de la DREAL PACA

Pour le préfet et par délégation
La sous-préfète d'Apt

Copie à: STAP, DREAL (SBEP/USP)
SEEF/chrono/NCV

Dominique CONCA





PRÉFET DE VAUCLUSE

Direction départementale
des territoires

Service Eau Environnement et Forêt
Unité Nuisances et Cadre de Vie
Affaire suivie par : Yvan ASTAY
Tél : 04 88 17 85 67
Courriel : yvan.astay@vaucluse.gouv.fr

COMMUNE DE MAUBEC

REVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
prescrite par délibération du Conseil Municipal du 12 avril 2016

PORTER À CONNAISSANCE

Article L. 581-14-1 du code de l'environnement
Article L. 132-2 du Code de l'Urbanisme

SOMMAIRE

1. LE CONTEXTE GENERAL.....	3
2. SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE A L'EGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE EN MATIERE DE PUBLICITE.....	4
2.1 LA POPULATION DE LA COMMUNE.....	4
2.2 LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE SUR LA PUBLICITÉ.....	4
2.2.1. Dans les parties agglomérées du territoire communal :	4
2.2.2. Dans les parties non agglomérées du territoire communal :	4
2.3 LES DISPOSITIONS PARTICULIÈRES DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE SUR LA PUBLICITÉ.....	5
2.3.1. Sites Natura 2000.....	5
2.3.1.1. Les sites Natura 2000.....	5
2.3.1.2. Rappel de la règle nationale.....	6
2.3.2. Déviation ou voie publique.....	7
2.3.2.1. Rappel des règles nationales :	7
2.3.3. Parc naturel régional.....	7
2.3.3.1. La présentation du Parc naturel régional.....	7
2.3.3.2. Rappel de la règle nationale.....	8
2.3.4. Les zones à protéger, les espaces boisés classés (EBC).....	9
2.3.4.1. L'identification des zones à protéger et des EBC.....	9
2.3.4.2. Rappel de la règle nationale.....	9
2.4 LES DISPOSITIONS SPÉCIALES ISSUES D'AUTRES RÉGLEMENTATIONS.....	9
2.4.1. L'utilisation du domaine public.....	9
2.4.2. Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation.....	9
<i>Dans les zones inondables définies dans les plans de prévention des risques d'inondation, les dispositifs publicitaires installés en zones inondables ne devront pas constituer un obstacle à l'écoulement des eaux.....</i>	<i>9</i>
3. L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP).....	10
3.1 PRÉALABLE À L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT.....	11
3.1.1. Les limites d'agglomération.....	11
3.1.2. L'état des lieux.....	11
3.2 LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION.....	12
3.2.1. Prescription de l'élaboration du RLP (article L. 153-11 du code de l'urbanisme).....	12
<i>La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.....</i>	<i>12</i>
3.2.2. La conduite de la procédure d'élaboration du RLP (article L. 132-10 du code de l'urbanisme).....	12
3.2.3. La concertation (articles L. 103-1 à 6 du code de l'urbanisme).....	12
3.2.4. L'association (articles L. 132-7, 9, 10 et 11 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.5. Consultations (article L. 132-12 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.6. Arrêt du projet de RLP (article L. 153-14 et R. 153-3 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.7. Avis (articles L. 153-16 et 17 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.8. Enquête publique (article L. 153-19 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.9. Approbation du RLP (article L. 153-21 et 22 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.10. Procédure unique PLU - RLP (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).....	16
3.3 LE CONTENU DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	16
3.3.1. Le rapport de présentation (article R. 581-73 du code de l'environnement).....	16
3.3.2. Le règlement (article R. 581-74 du code de l'environnement).....	16
3.3.2.1. Les caractéristiques des dispositifs.....	17
3.3.2.2. Les dérogations aux interdictions de publicités.....	17
3.3.2.3. L'adaptation des règles nationales aux centres commerciaux.....	17
3.3.2.4. Harmonisation des enseignes dérogatoires.....	18
3.3.3. Les annexes.....	18
4. LA MISE EN ŒUVRE DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	19
4.1 LA DATE D'APPLICATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	19
4.2 L'ÉVOLUTION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	19

1. LE CONTEXTE GENERAL

Le règlement local de publicité (RLP) est un outil de planification locale de la publicité qui vise à assurer la protection du cadre de vie. Il répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il permet d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger.

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, donne compétence au maire pour élaborer un règlement local de publicité. Dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité est désormais calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1er juillet 2012 à l'exception des dispositions relatives aux préenseignes dérogatoires qui sont rentrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Par délibération en date du 11 avril 2016, le Conseil Municipal de Maubec a décidé de réviser le règlement local de publicité approuvé le 17 août 2000 pour *« lutter contre les pollutions visuelles en prenant en compte la charte signalétique du parc naturel régional du Luberon, prendre en compte les enjeux paysagers à travers un traitement privilégié du centre ancien, des entrées de ville et des axes structurants, prendre en compte les nouvelles limites de l'agglomération et les nouveaux quartiers urbanisés, proposer des règles sur la totalité du territoire communal afin de préserver les paysages agricoles et naturels, prendre en compte les nouvelles activités implantées sur la commune »*.

Dans le cadre de l'élaboration de ce règlement local de publicité, en application des articles L. 132-1 à L. 132-4 du code de l'urbanisme, le représentant de l'État dans le département adresse à la commune un « porter à connaissance » comportant le cadre législatif et réglementaire à respecter, les projets des collectivités territoriales et de l'État en cours d'élaboration ou existants et transmet à titre d'information l'ensemble des études techniques dont il dispose et qui sont nécessaires à l'exercice de la compétence de la commune en matière de publicité.

2. SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE A L'EGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE EN MATIERE DE PUBLICITE

2.1 La population de la commune

Selon le recensement de la population de 2013, la commune de Maubec compte une population municipale totale de 1907 habitants, elle fait partie de l'unité urbaine d'Avignon dont la population est supérieure à 100 000 habitants (448 092 habitants). En matière de publicité, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliqueraient en l'absence de règlement local de publicité, dans toutes les parties agglomérées de la commune.

2.2 Les dispositions générales de la réglementation nationale sur la publicité

2.2.1. Dans les parties agglomérées du territoire communal :

- Les **publicités** admises sont des dispositifs d'une **surface maximale de 12 m²** (8 m² pour les publicités lumineuses), installés soit **sur des bâtiments, murs ou clôture**, soit **scellés au sol ou installés directement sur le sol**, dans le respect des conditions fixées par les articles R 581-23 à 29 (publicité non lumineuse), R. 581-30 à 33 (dispositifs scellés au sol), R 581-34 à 41 (publicité lumineuse) et R. 581-42 à 47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent respecter des **règles de densité maximale** définies à l'article R. 581-25 du code de l'environnement.

Les dispositifs scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont **visibles** d'une déviation ou voie publique situées hors agglomération

- Les **préenseignes** admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les **mêmes conditions que la publicité**.

- Les **enseignes** sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R 581-58 à 65 du code de l'environnement. Les enseignes **scellées au sol ou installées directement sur le sol** sont **limitées à 6 m² de surface unitaire**. Les enseignes sont soumises à autorisation dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

2.2.2. Dans les parties non agglomérées du territoire communal :

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R. 110-2 du code de la route comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » :

- toute **publicité** est **interdite** (article L. 581 7 du code de l'environnement).

- des **préenseignes dérogatoires** peuvent, uniquement en dehors des lieux qualifiés d'agglomération (article L. 581-19 du code de l'environnement) sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées de façon permanente pour signaler:
 - les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
 - les activités culturelles,
 - les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Des préenseignes dérogatoires peuvent également être installées de façon temporaire pour signaler les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement

Le nombre, les dimensions et les règles d'implantation de ces préenseignes dérogatoires sont définies par les articles R. 581-66 et R. 581-67 du code de l'environnement ainsi que par l'arrêté du 23 mars 2015.

- les **enseignes** sont soumises au règlement national notamment en matière de dimension et de nombre (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement). Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 6 m² de surface. Les enseignes sont soumises à autorisation dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

2.3 Les dispositions particulières de la réglementation nationale sur la publicité

2.3.1. Sites Natura 2000

2.3.1.1. Les sites Natura 2000

Natura 2000 est un réseau européen de sites naturels dont l'objectif est de contribuer à préserver la diversité biologique du territoire.

Ce réseau est mis en place en application de deux directives européennes :

- la directive « Oiseaux » du 30 novembre 2009
- la directive « Habitats » du 21 mai 1992

La Directive 2009/147/CE du 30 novembre 2009 du conseil des communautés européennes concerne la **conservation des oiseaux sauvages**.

Dans ces zones l'État a pris un engagement de protection vis-à-vis de l'Union Européenne et doit mettre en place les mesures nécessaires en droit national. Toute décision administrative qui irait à l'encontre des objectifs de protection de ces zones, tels qu'ils sont définis par la directive européenne, serait contraire aux engagements internationaux de la France.

La directive prévoit la désignation de zones de protection spéciales (ZPS) par arrêté ministériel en application de la directive « oiseaux ».

La directive 92/43/CEB du 21 mai 1992 du Conseil des Communautés Européennes concerne la conservation des habitats naturels ainsi que la faune et la flore sauvages.

L'objectif de ce réseau est d'assurer le maintien ou, le cas échéant, le rétablissement d'habitats naturels dans un état de conservation favorable. Il doit aussi contribuer à la mise en œuvre d'un développement durable en cherchant à concilier au sein des sites qui le composeront les exigences écologiques des habitats naturels et des espèces en cause avec les exigences économiques, sociales et culturelles, ainsi que les particularités régionales et locales.

Cette directive prévoit la désignation de zones spéciales de conservation (ZSC), zones constitutives du réseau Natura 2000 désignées par arrêté ministériel en application de la directive « habitats ».

2.3.1.2. Rappel de la règle nationale

La publicité et les préenseignes sont interdites en agglomération dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protections spéciales (ZPS) instituées dans le cadre du réseau Natura 2000. Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité (article L. 581- 8 du code de l'environnement).

Les enseignes sont soumises à autorisation dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protections spéciales (ZPS) instituées dans le cadre du réseau Natura 2000 (article L. 581-18 du code de l'environnement).

La surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 m² hors agglomération.

La commune de Maubec est concernée par :

- la zone spéciale de conservation du Calavon et de l'Encrème désignée par arrêté du 16 février 2010,
- la zone de protection spéciale du Massif du petit Luberon désignée par arrêté du 23 décembre 2003,
- la zone spéciale de conservation du massif du Luberon désignée par arrêté du 02 juin 2010.

Les plans et fiches descriptives de ces zones Natura 2000 sont consultables sur le site :

<http://www.batrame-paca.fr/recherche/territoire>

2.3.2. Déviation ou voie publique.

2.3.2.1. Rappel des règles nationales :

Article R 581-31 du code de l'environnement

En application de l'article R 581-31, en agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.

Sur l'emprise des gares situées hors agglomération, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des gares ferroviaires concernées.

Article R 418-6 du code de la route

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes publicitaires et préenseignes qui, ne gênant pas la perception de la signalisation routière et ne présentant aucun danger pour la sécurité de la circulation, satisfont aux conditions de surface et d'implantation fixées par arrêté conjoint du ministre de l'intérieur et du ministre chargé de l'équipement.

2.3.3. Parc naturel régional

2.3.3.1. La présentation du Parc naturel régional

Les parcs naturels régionaux (PNR) concourent à la politique de protection de l'environnement, d'aménagement du territoire, de développement économique et social, d'éducation et de formation du public.

Le classement du Parc Naturel Régional du Luberon a été renouvelé pour une période de 12 ans, par décret du 20 mai 2009. La charte du parc naturel régional du Luberon approuvée par le conseil régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur le 12 décembre 2008 a été adoptée par ce même décret.

La charte du Parc Naturel Régional du Luberon est consultable sur le site :

<http://www.parcduluberon.fr/>

dans la rubrique « Le parc naturel régional / le projet ».

2.3.3.2. Rappel de la règle nationale

Les dispositions d'un règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte d'un parc naturel régional en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement.

La publicité et les préenseignes sont interdites en agglomération dans les parcs naturels régionaux. Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité (article L. 581-8 du code de l'environnement).

La commune pourra s'inspirer des recommandations de la charte signalétique des communes rurales du Parc naturel régional du Luberon approuvée lors du comité syndical du 18 février 2014 pour élaborer son règlement local de publicité.

Des préenseignes dérogatoires peuvent, uniquement en dehors des lieux qualifiés d'agglomération (article L. 581-19 du code de l'environnement), être installées de façon permanente pour signaler :

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

Le nombre, les dimensions et les règles d'implantation de ces préenseignes dérogatoires sont définies par les articles R. 81-66 et 67 du code de l'environnement ainsi que par l'arrêté du 23 mars 2015.

Les enseignes sont soumises au règlement national notamment en matière de dimension et de nombre (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement). La surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 m².

Les enseignes sont soumises à autorisation dans un parc naturel régional (article L. 581-18 du code de l'environnement).

La commune de Maubec est située dans de Parc naturel régional du Luberon.

2.3.4. Les zones à protéger, les espaces boisés classés (EBC)

2.3.4.1. L'identification des zones à protéger et des EBC

Les espaces boisés classés en application des articles L. 113-1 et suivants du code de l'urbanisme ainsi que les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique sont identifiés sur le Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur le plan d'occupation du sol (POS) de la commune.

2.3.4.2. Rappel de la règle nationale

En application de l'article R. 581-30 du code de l'environnement et sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés dans le sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération:

- 1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme,
- 2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

2.4 Les dispositions spéciales issues d'autres réglementations

2.4.1. L'utilisation du domaine public

En application des articles L. 2122-1 à 4 et R. 2122-1 à 8 du code général de la propriété des personnes publiques (CG3P) et des articles L. 113-2 et R. 113-2 à 11 du code de la voirie routière (CVR), l'installation de dispositifs publicitaires sur le domaine public n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocables.

Les règlements locaux de voirie peuvent par ailleurs comporter des prescriptions particulières concernant ces dispositifs publicitaires qui devront être respectées.

2.4.2. Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation

Dans les zones inondables définies dans les plans de prévention des risques d'inondation, les dispositifs publicitaires installés en zones inondables ne devront pas constituer un obstacle à l'écoulement des eaux.

3. L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

*Schéma d'élaboration d'un règlement local de publicité
Article L. 153-1 à L. 153-60 du code de l'urbanisme*

PRESCRIPTION

Délibération du conseil municipal qui fixe les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation

NOTIFICATION AUX PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

Etat, Région, Département

ELABORATION DU PROJET DE RLP

Réunions avec les personnes publiques associées

Consultation des personnes publiques et organismes à leur demande

Concertation avec le public et les personnes concernées

BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRÊT DU PROJET DE RLP

Bilan de la concertation et délibération du conseil municipal arrêtant le projet de RLP

CONSULTATIONS

Le maire transmet pour avis le projet de RLP aux PPA et à la CDNPS
délai de réponse : 3 mois

ENQUETE PUBLIQUE (1mois)

Le maire saisit le TA 1 mois minimum avant l'ouverture de l'enquête pour désignation du commissaire enquêteur

Le maire publie l'avis d'enquête publique 15 jours avant l'ouverture et le rappelle dans les huit premiers jours de celle-ci

APPROBATION

Le RLP éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été formulés est approuvé par délibération du conseil municipal

PUBLICATION

affichage en mairie, mention dans un journal, publication au RAA
mise à disposition sur le site internet de la commune
mise en annexe du PLU

RLP : règlement local de publicité

PPA : personnes publiques associées

CDNPS : commission départementale de la nature, des sites et des paysages

RAA : recueil des actes administratifs

3.1 Préalable à l'élaboration du règlement

3.1.1. Les limites d'agglomération

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminants en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et à la modification de leur positionnement le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R 411-2 du code de la route.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R 110-2 du code de la route).

En pratique, il s'agit de prendre en compte la réalité physique de l'agglomération, c'est-à-dire un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

L'espace bâti est caractérisé par :

- un espacement entre bâtiments de moins de 50 m,
- des bâtiments proches de la route,
- une longueur d'au moins 400 m,
- une fréquentation significative d'accès riverains,
- des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 m du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneaux de type EB10) et sur toutes les voies de sortie de l'agglomération (panneaux de type EB20).

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R 581-78 du code de l'environnement).

3.1.2. L'état des lieux

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il est nécessaire d'établir un inventaire des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales telles qu'elles résultent notamment du code de l'environnement. En cas d'infraction aux dispositions de ce code, il conviendra de faire cesser immédiatement ces illégalités.

Cet état des lieux devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et préenseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé.

3.2 La procédure d'élaboration

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme (articles L. 153-1 à L. 153-60), à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme (articles L. 174-1 à L. 174-6).

3.2.1. Prescription de l'élaboration du RLP (article L. 153-11 du code de l'urbanisme)

La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation permettant au public et aux personnes concernées de participer et de faire part de leurs observations sur le projet. Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées. (articles L. 132-7 et 9 du code de l'urbanisme énumérées au paragraphe 3-2-4.

La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

3.2.2. La conduite de la procédure d'élaboration du RLP (article L. 132-10 du code de l'urbanisme)

Le maire conduit la procédure de révision du règlement local de publicité. À l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

3.2.3. La concertation (articles L. 103-1 à 6 du code de l'urbanisme)

La concertation a été instaurée par la loi d'aménagement du 18 juillet 1985. Son objectif est de faire participer activement les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées dont les représentants de la profession agricole aux études avant l'arrêt décisionnel. Elle doit être un moment d'échanges et de débat avec la population.

La participation du public à l'élaboration des décisions publiques ayant une incidence sur l'environnement est renforcée par l'ordonnance n° 2016-1060 du 3 août 2016, traduite par l'introduction d'un article L. 120-1 au code de l'environnement. L'article précise que la participation du public est mise en œuvre en vue :

- d'améliorer la qualité de la décision publique et de contribuer à sa légitimité démocratique ;
- d'assurer la préservation d'un environnement sain pour les générations actuelles et futures ;

- de sensibiliser et d'éduquer le public à la protection de l'environnement ;
- d'améliorer et de diversifier l'information environnementale.

Elle confère le droit pour le public d'accéder aux informations pertinentes permettant sa participation effective de demander la mise en œuvre d'une procédure de participation, de disposer de délais raisonnables pour formuler des observations et des propositions et d'être informé de la manière dont il a été tenu compte de ses observations et propositions dans la décision d'autorisation ou d'approbation.

L'article L 120-1 ajoute que les procédures de concertation préalable s'appliquent dans le respect des intérêts de la défense nationale et de la sécurité publique, du secret industriel et commercial et de tout secret protégé par la loi. Le déroulement de la participation du public ainsi que les modalités de sa conduite peuvent être adaptés en conséquence.

La concertation doit se distinguer de l'enquête publique. Elle se déroule pendant toute la phase d'élaboration du projet jusqu'à l'arrêt. Elle est encadrée par 2 délibérations :

- la première fixant les objectifs et les modalités de la concertation, (article L. 103-3 du code de l'urbanisme),
- la deuxième en tirant le bilan (article L 103-6 du code de l'urbanisme).

Le bilan de la concertation doit être tiré préalablement à l'arrêt du projet ou, comme l'indique l'article R 153-3 du code de l'urbanisme, simultanément.

Les modalités de la concertation sont fixées librement. Aucune modalité n'est imposée.

Cependant il faut considérer que l'objet de la concertation s'applique sur l'ensemble du territoire et donc toute personne doit être en mesure d'y participer. Elle débute dès la prescription de la révision du règlement local de publicité jusqu'à l'arrêt. Les modalités peuvent être différentes selon les phases. Elle a vocation à recueillir des observations du public et ne doit pas seulement se limiter à donner des informations.

L'article L 103-4 du code de l'urbanisme dispose en effet que « les modalités de la concertation permettent, pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente ». À noter que les dites modalités, définies dans la délibération du conseil municipal, devront être scrupuleusement respectées.

3.2.4. L'association (articles L. 132-7, 9, 10 et 11 du code de l'urbanisme)

Le code de l'urbanisme prévoit l'association des personnes publiques à l'élaboration et à la révision du règlement local de publicité.

Il n'y a pas lieu de définir au préalable les modalités de l'association ce qui laisse une certaine souplesse et une adaptation au contexte local.

Les personnes publiques associées sont les suivantes :

- le préfet du département,
- le président du conseil régional,
- le président du conseil départemental,
- le président du parc naturel régional du Luberon,
- le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT,
- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- le président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- le président de la chambre de commerce et d'industrie de Vaucluse,
- le président de la chambre de métiers et de l'artisanat,
- le président de la chambre d'agriculture.

3.2.5. Consultations (article L. 132-12 du code de l'urbanisme)

Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT, les associations de protection de l'environnement agréées sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité (articles R.132-5 et L 132-12 et 13 du code de l'urbanisme).

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

3.2.6. Arrêt du projet de RLP (article L. 153-14 et R. 153-3 du code de l'urbanisme)

Le conseil municipal tire le bilan de la concertation qui permet de s'assurer que les modalités de la concertation définies dans la délibération de prescription ont bien été respectées et arrête le projet de RLP par délibération.

Cette délibération est affichée pendant un mois en mairie.

3.2.7. Avis (articles L. 153-16 et 17 du code de l'urbanisme)

En application des articles L. 153-16 et 17 du CU, le projet arrêté de règlement local de publicité est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration et à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement, à défaut, ces avis sont réputés favorables (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).

3.2.8. Enquête publique (article L. 153-19 du code de l'urbanisme)

Le projet de règlement local de publicité arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement (articles L. 123-1 et suivants et R. 123 et suivants du code de l'environnement) par le maire de la commune.

Le dossier soumis à l'enquête comprend :

- le projet de règlement local de publicité
- les avis des personnes publiques consultées
- l'avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites.
- le bilan de la concertation

Il est important de rappeler qu'un règlement local de publicité peut être attaqué à tout moment lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).

3.2.9. Approbation du RLP (article L. 153-21 et 22 du code de l'urbanisme)

Après l'enquête publique, le règlement local de publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis formulés antérieurement est approuvé par délibération du conseil municipal.

La délibération qui approuve la révision du règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs (articles R. 153-20 et 21 du code de l'urbanisme).

3.2.10. Procédure unique PLU – RLP (article L. 581-14-1 du code de l'environnement)

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

3.3 Le contenu de règlement local de publicité

En application des articles L. 581-14 du code de l'environnement, le règlement local de publicité élaboré sur l'ensemble du territoire de la commune de Maubec peut adapter les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement (publicité en agglomération).

Le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national en matière de publicité, d'enseignes, et de préenseignes.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite sauf aux abords des monuments historiques et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables : secteurs sauvegardés, zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysagers (ZPPAUP), aires de mise en valeur de l'architecture et du paysage (AVP).

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R. 581-72 du code de l'environnement).

3.3.1. Le rapport de présentation (article R. 581-73 du code de l'environnement)

Il s'appuie sur un diagnostic, qui doit permettre d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc.). Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la commune définit les orientations et objectifs du règlement local de publicité en matière de publicité et d'enseignes, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R. 581-73 du code de l'environnement).

3.3.2. Le règlement (article R. 581-74 du code de l'environnement)

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités et les enseignes, en fonction du contexte urbain local, des enjeux paysagers et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Ce zonage devra être compatible avec l'interdiction de toute publicité hors agglomération (y compris sur mobilier urbain) et l'interdiction, pour les dispositifs publicitaires scellés au sol, de visibilité des affiches depuis une autoroute et ses bretelles de raccordement, une voie express, déviation ou voie publique située hors agglomération (article R. 581-31 du code de l'environnement).

La partie réglementaire comprend les prescriptions qui adaptent celles du règlement national prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R. 581-66 et R. 581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8.

3.3.2.1. Les caractéristiques des dispositifs

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 modifié a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité a fixé les caractéristiques des dispositifs publicitaires notamment en matière d'emplacement, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économie d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses.

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m², 4 m² ou 2 m² sont des formats courants.

3.3.2.2. Les dérogations aux interdictions de publicités

Le règlement local de publicité peut permettre, en agglomération, de réintroduire la publicité à l'intérieur des agglomérations, dans des lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L. 581-8 du code de l'environnement. Pour la commune de Maubeec, il s'agit des sites Natura 2000.

Dans ce cas, les dispositions qui s'y appliquent, plus restrictives que le règlement national de publicité, sont instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du règlement local de publicité. La réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchi et motivée, et demeurer exceptionnelle et limitée.

3.3.2.3. L'adaptation des règles nationales aux centres commerciaux

Le règlement local de publicité peut autoriser, sur le fondement de l'article L. 581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération. Il délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R. 581-77 du code de l'environnement).

3.3.2.4. Harmonisation des préenseignes dérogatoires

Les préenseignes prévues par le troisième alinéa de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, dites préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être que scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

La collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratif des actes de cette collectivité ou intégrées au règlement local de publicité.

A défaut, les préenseignes dérogatoires respectent les prescriptions nationales fixées par arrêté ministériel.

3.3.3. Les annexes

Les annexes du RLP sont constituées à minima du ou des documents graphiques ainsi que de l'arrêté municipal fixant les limites de chaque agglomération de la commune.

Les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (article R. 581-78 du code de l'environnement). Même si aucune indication d'échelle et de précision n'est prévue, les documents graphiques doivent être d'une précision suffisante afin d'éviter toute contestation quant à la délimitation précise du zonage. Des indications grossières ou à gros trait sont donc à proscrire.

Les annexes pourront comprendre un plan permettant de localiser les « espaces boisés classés » et les « zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme » situés en agglomération, dans lesquels sont interdits les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol (article R. 581-30 du code de l'environnement).

4. LA MISE EN OEUVRE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public (Article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune, s'il existe (article R. 581-79 du code de l'environnement).

Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation ou la modification d'une enseigne en tout lieu du territoire communal est soumise à autorisation préalable du maire. Cette autorisation est soumise à l'accord de l'architecte des bâtiments de France lorsque le projet se situe en covisibilité et à moins de 500 m d'un monument historique.

4.1 La date d'application du règlement local de publicité

Dès les formalités de publication accomplies, les dispositions du règlement local de publicité sont applicables aux nouveaux dispositifs à installer.

L'opposabilité des règles du nouveau RLP est organisée par les articles L. 581-43 et R. 581-88-1 du code de l'environnement.

Les publicités et préenseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de deux ans à compter de l'entrée en vigueur du règlement local de publicité. Pour les enseignes, ce délai est de six ans.

4.2 L'évolution du règlement local de publicité

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte profonde du document.

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme (articles L. 153-1 à L. 153-60), à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme (articles L. 174-1 à L. 174-6).



PRÉFET DE VAUCLUSE

Direction départementale
des territoires

Service Eau, environnement et Forêt
Affaire suivie par : Yvan ASTAY
Tél : 04 88 17 85 67
Télécopie : 04 88 17 82 82
Courriel : yvan.astay@vaucluse.gouv.fr

Avignon, le 05 MAI 2017

Le Préfet de Vaucluse

à

Monsieur le maire de Maubec

Objet : Règlement local de publicité – Porter à connaissance
P. J. : Porter à connaissance de l'État

Par délibération du 16 avril 2016, le conseil municipal de Maubec a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) approuvé le 24 janvier 2002.

Dans ce contexte, je vous adresse les éléments constitutifs du porter à connaissance de l'État dans le cadre de l'élaboration de votre règlement local de publicité.

Je vous rappelle que ce porter à connaissance doit être tenu à la disposition du public et qu'il doit être annexé au dossier d'enquête publique.

Je ne manquerai pas de vous communiquer, dans les meilleurs délais, dès que j'en aurai connaissance, les nouvelles informations qui vous seront utiles pour l'élaboration de ce document.

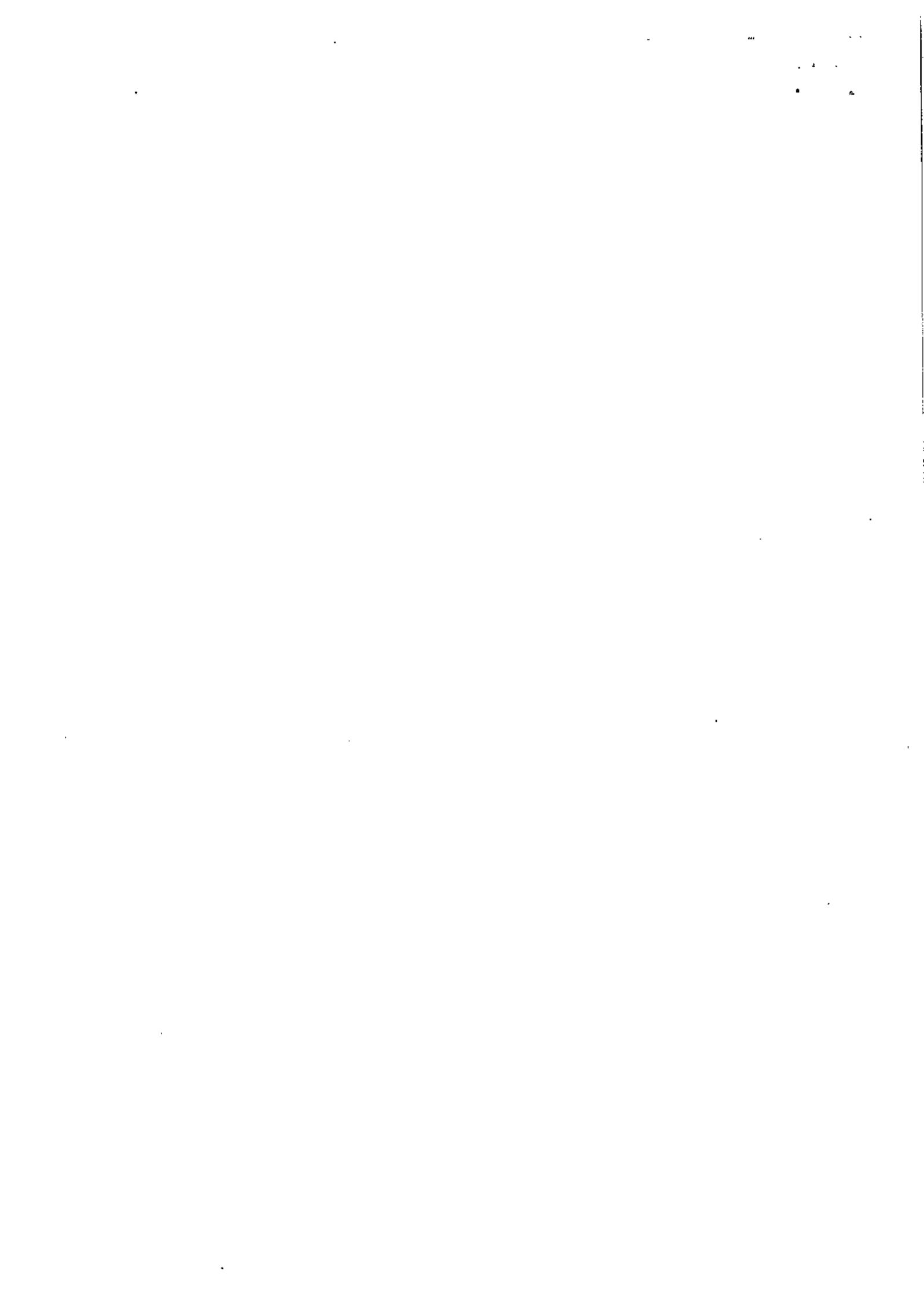
Conformément aux dispositions de l'article L 123-7 du code de l'urbanisme, je souhaite que les services de l'État suivants soient associés à l'élaboration de votre règlement de publicité.

- le service Eau, Environnement et Forêt de la direction départementale de Vaucluse ;
- le service territorial de l'architecture et du patrimoine de Vaucluse ;
- le service Biodiversité, Eau et paysages de la DREAL PACA

Pour le préfet et par délégation
La sous-préfète d'Apt

Dominique CONCA

Copie à: STAP, DREAL (SBEP/USP)
SEEF/chrono/NCV





PRÉFET DE VAUCLUSE

Direction départementale
des territoires

Service Eau Environnement et Forêt
Unité Nuisances et Cadre de Vie
Affaire suivie par : Yvan ASTAY
Tél : 04 88 17 85 67
Courriel : yvan.astay@vaucluse.gouv.fr

COMMUNE DE MAUBEC

REVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
prescrite par délibération du Conseil Municipal du 12 avril 2016

PORTER À CONNAISSANCE

Article L. 581-14-1 du code de l'environnement
Article L. 132-2 du Code de l'Urbanisme

SOMMAIRE

1.LE CONTEXTE GENERAL	3
2.SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE A L'EGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE EN MATIERE DE PUBLICITE	4
2.1 LA POPULATION DE LA COMMUNE.....	4
2.2 LES DISPOSITIONS GENERALES DE LA REGLEMENTATION NATIONALE SUR LA PUBLICITE.....	4
2.2.1. Dans les parties agglomérées du territoire communal :.....	4
2.2.2. Dans les parties non agglomérées du territoire communal :.....	4
2.3 LES DISPOSITIONS PARTICULIERES DE LA REGLEMENTATION NATIONALE SUR LA PUBLICITE.....	5
2.3.1. Sites Natura 2000.....	5
2.3.1.1. Les sites Natura 2000.....	5
2.3.1.2. Rappel de la règle nationale.....	6
2.3.2. Déviation ou voie publique.....	7
2.3.2.1. Rappel des règles nationales :.....	7
2.3.3. Parc naturel régional.....	7
2.3.3.1. La présentation du Parc naturel régional.....	7
2.3.3.2. Rappel de la règle nationale.....	8
2.3.4. Les zones à protéger, les espaces boisés classés (EBC).....	9
2.3.4.1. L'identification des zones à protéger et des EBC.....	9
2.3.4.2. Rappel de la règle nationale.....	9
2.4 LES DISPOSITIONS SPECIALES ISSUES D'AUTRES REGLEMENTATIONS.....	9
2.4.1. L'utilisation du domaine public.....	9
2.4.2. Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation.....	9
<i>Dans les zones inondables définies dans les plans de prévention des risques d'inondation, les dispositifs publicitaires installés en zones inondables ne devront pas constituer un obstacle à l'écoulement des eaux.....</i>	<i>9</i>
3.L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)	10
3.1 PREALABLE A L'ELABORATION DU REGLEMENT.....	11
3.1.1. Les limites d'agglomération.....	11
3.1.2. L'état des lieux.....	11
3.2 LA PROCEDURE D'ELABORATION.....	12
3.2.1. Prescription de l'élaboration du RLP (article L. 153-11 du code de l'urbanisme).....	12
<i>La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.....</i>	<i>12</i>
3.2.2. La conduite de la procédure d'élaboration du RLP (article L. 132-10 du code de l'urbanisme).....	12
3.2.3. La concertation (articles L. 103-1 à 6 du code de l'urbanisme).....	12
3.2.4. L'association (articles L. 132-7, 9, 10 et 11 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.5. Consultations (article L. 132-12 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.6. Arrêt du projet de RLP (article L. 153-14 et R. 153-3 du code de l'urbanisme).....	14
3.2.7. Avis (articles L. 153-16 et 17 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.8. Enquête publique (article L. 153-19 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.9. Approbation du RLP (article L. 153-21 et 22 du code de l'urbanisme).....	15
3.2.10. Procédure unique PLU – RLP (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).....	16
3.3 LE CONTENU DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.....	16
3.3.1. Le rapport de présentation (article R. 581-73 du code de l'environnement).....	16
3.3.2. Le règlement (article R. 581-74 du code de l'environnement).....	16
3.3.2.1. Les caractéristiques des dispositifs.....	17
3.3.2.2. Les dérogations aux interdictions de publicités.....	17
3.3.2.3. L'adaptation des règles nationales aux centres commerciaux.....	17
3.3.2.4. Harmonisation des enseignes dérogatoires.....	18
3.3.3. Les annexes.....	18
4.LA MISE EN OEUVRE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	19
4.1 LA DATE D'APPLICATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.....	19
4.2 L'EVOLUTION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.....	19

1. LE CONTEXTE GENERAL

Le règlement local de publicité (RLP) est un outil de planification locale de la publicité qui vise à assurer la protection du cadre de vie. Il répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux spécificités du territoire en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier. Il permet d'apporter une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de protéger.

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, donne compétence au maire pour élaborer un règlement local de publicité. Dans un souci de simplification et d'intégration de la publicité dans l'approche plus globale de l'aménagement de la ville, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification des règlements locaux de publicité est désormais calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité. Les dispositions de ce décret sont entrées en vigueur le 1er juillet 2012 à l'exception des dispositions relatives aux préenseignes dérogatoires qui sont rentrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Par délibération en date du 11 avril 2016, le Conseil Municipal de Maubec a décidé de réviser le règlement local de publicité approuvé le 17 août 2000 pour *« lutter contre les pollutions visuelles en prenant en compte la charte signalétique du parc naturel régional du Luberon, prendre en compte les enjeux paysagers à travers un traitement privilégié du centre ancien, des entrées de ville et des axes structurants, prendre en compte les nouvelles limites de l'agglomération et les nouveaux quartiers urbanisés, proposer des règles sur la totalité du territoire communal afin de préserver les paysages agricoles et naturels, prendre en compte les nouvelles activités implantées sur la commune »*.

Dans le cadre de l'élaboration de ce règlement local de publicité, en application des articles L. 132-1 à L. 132-4 du code de l'urbanisme, le représentant de l'État dans le département adresse à la commune un « porter à connaissance » comportant le cadre législatif et réglementaire à respecter, les projets des collectivités territoriales et de l'État en cours d'élaboration ou existants et transmet à titre d'information l'ensemble des études techniques dont il dispose et qui sont nécessaires à l'exercice de la compétence de la commune en matière de publicité.

2. SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNE A L'EGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE EN MATIERE DE PUBLICITE

2.1 La population de la commune

Selon le recensement de la population de 2013, la commune de Maubec compte une population municipale totale de 1907 habitants, elle fait partie de l'unité urbaine d'Avignon dont la population est supérieure à 100 000 habitants (448 092 habitants). En matière de publicité, ce sont donc les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliqueraient en l'absence de règlement local de publicité, dans toutes les parties agglomérées de la commune.

2.2 Les dispositions générales de la réglementation nationale sur la publicité

2.2.1. Dans les parties agglomérées du territoire communal :

- Les publicités admises sont des dispositifs d'une surface maximale de 12 m² (8 m² pour les publicités lumineuses), installés soit sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellés au sol ou installés directement sur le sol, dans le respect des conditions fixées par les articles R 581-23 à 29 (publicité non lumineuse), R. 581-30 à 33 (dispositifs scellés au sol), R 581-34 à 41 (publicité lumineuse) et R. 581-42 à 47 (mobilier urbain) du code de l'environnement. En particulier, les dispositifs publicitaires doivent respecter des règles de densité maximale définies à l'article R. 581-25 du code de l'environnement.

Les dispositifs scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une déviation ou voie publique situées hors agglomération

- Les préenseignes admises sont soit apposées sur des bâtiments, murs ou clôture, soit scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les mêmes conditions que la publicité.

- Les enseignes sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, notamment en matière de dimensions et de nombre, telles qu'elles résultent des articles R 581-58 à 65 du code de l'environnement. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 6 m² de surface unitaire. Les enseignes sont soumises à autorisation dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

2.2.2. Dans les parties non agglomérées du territoire communal :

En dehors des parties agglomérées, définies par l'article R. 110-2 du code de la route comme « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » :

- toute publicité est interdite (article L. 581 7 du code de l'environnement).

- des préenseignes dérogatoires peuvent, uniquement en dehors des lieux qualifiés d'agglomération (article L. 581-19 du code de l'environnement) sous certaines conditions (de dimensions, de nombre et distance notamment), être installées de façon permanente pour signaler:
 - les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
 - les activités culturelles,
 - les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Des préenseignes dérogatoires peuvent également être installées de façon temporaire pour signaler les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement

Le nombre, les dimensions et les règles d'implantation de ces préenseignes dérogatoires sont définies par les articles R. 581-66 et R. 581-67 du code de l'environnement ainsi que par l'arrêté du 23 mars 2015.

- les enseignes sont soumises au règlement national notamment en matière de dimension et de nombre (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement). Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à 6 m² de surface. Les enseignes sont soumises à autorisation dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 du code de l'environnement ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

2.3 Les dispositions particulières de la réglementation nationale sur la publicité

2.3.1. Sites Natura 2000

2.3.1.1. Les sites Natura 2000

Natura 2000 est un réseau européen de sites naturels dont l'objectif est de contribuer à préserver la diversité biologique du territoire.

Ce réseau est mis en place en application de deux directives européennes :

- la directive « Oiseaux » du 30 novembre 2009
- la directive « Habitats » du 21 mai 1992

La Directive 2009/147/CE du 30 novembre 2009 du conseil des communautés européennes concerne la **conservation des oiseaux sauvages**.

Dans ces zones l'État a pris un engagement de protection vis-à-vis de l'Union Européenne et doit mettre en place les mesures nécessaires en droit national. Toute décision administrative qui irait à l'encontre des objectifs de protection de ces zones, tels qu'ils sont définis par la directive européenne, serait contraire aux engagements internationaux de la France.

La directive prévoit la désignation de zones de protection spéciales (ZPS) par arrêté ministériel en application de la directive « oiseaux ».

La directive 92/43/CEE du 21 mai 1992 du Conseil des Communautés Européennes concerne la conservation des habitats naturels ainsi que la faune et la flore sauvages.

L'objectif de ce réseau est d'assurer le maintien ou, le cas échéant, le rétablissement d'habitats naturels dans un état de conservation favorable. Il doit aussi contribuer à la mise en œuvre d'un développement durable en cherchant à concilier au sein des sites qui le composeront les exigences écologiques des habitats naturels et des espèces en cause avec les exigences économiques, sociales et culturelles, ainsi que les particularités régionales et locales.

Cette directive prévoit la désignation de zones spéciales de conservation (ZSC), zones constitutives du réseau Natura 2000 désignées par arrêté ministériel en application de la directive « habitats ».

2.3.1.2. Rappel de la règle nationale

La publicité et les préenseignes sont interdites en agglomération dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protections spéciales (ZPS) instituées dans le cadre du réseau Natura 2000. Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité (article L. 581-8 du code de l'environnement).

Les enseignes sont soumises à autorisation dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protections spéciales (ZPS) instituées dans le cadre du réseau Natura 2000 (article L. 581-18 du code de l'environnement).

La surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 m² hors agglomération.

La commune de Maubec est concernée par :

- la zone spéciale de conservation du Calavon et de l'Encreme désignée par arrêté du 16 février 2010,
- la zone de protection spéciale du Massif du petit Luberon désignée par arrêté du 23 décembre 2003,
- la zone spéciale de conservation du massif du Luberon désignée par arrêté du 02 juin 2010.

Les plans et fiches descriptives de ces zones Natura 2000 sont consultables sur le site :

<http://www.batrame-paca.fr/recherche/territoire>

2.3.2. Déviation ou voie publique.

2.3.2.1. Rappel des règles nationales :

Article R 581-31 du code de l'environnement

En application de l'article R 581-31, en agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.

Sur l'emprise des gares situées hors agglomération, ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des gares ferroviaires concernées.

Article R 418-6 du code de la route

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes publicitaires et préenseignes qui, ne gênant pas la perception de la signalisation routière et ne présentant aucun danger pour la sécurité de la circulation, satisfont aux conditions de surface et d'implantation fixées par arrêté conjoint du ministre de l'intérieur et du ministre chargé de l'équipement.

2.3.3. Parc naturel régional

2.3.3.1. La présentation du Parc naturel régional

Les parcs naturels régionaux (PNR) concourent à la politique de protection de l'environnement, d'aménagement du territoire, de développement économique et social, d'éducation et de formation du public.

Le classement du Parc Naturel Régional du Luberon a été renouvelé pour une période de 12 ans, par décret du 20 mai 2009. La charte du parc naturel régional du Luberon approuvée par le conseil régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur le 12 décembre 2008 a été adoptée par ce même décret.

La charte du Parc Naturel Régional du Luberon est consultable sur le site :

<http://www.parcduluberon.fr/>

dans la rubrique « Le parc naturel régional / le projet ».

2.3.3.2. Rappel de la règle nationale

Les dispositions d'un règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte d'un parc naturel régional en application de l'article L 581-14 du code de l'environnement.

La publicité et les préenseignes sont interdites en agglomération dans les parcs naturels régionaux. Il peut toutefois être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité (article L 581-8 du code de l'environnement).

La commune pourra s'inspirer des recommandations de la charte signalétique des communes rurales du Parc naturel régional du Luberon approuvée lors du comité syndical du 18 février 2014 pour élaborer son règlement local de publicité.

Des préenseignes dérogatoires peuvent, uniquement en dehors des lieux qualifiés d'agglomération (article L. 581-19 du code de l'environnement), être installées de façon permanente pour signaler:

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

Le nombre, les dimensions et les règles d'implantation de ces préenseignes dérogatoires sont définies par les articles R. 81-66 et 67 du code de l'environnement ainsi que par l'arrêté du 23 mars 2015.

Les enseignes sont soumises au règlement national notamment en matière de dimension et de nombre (articles R. 581-58 à 65 du code de l'environnement). La surface unitaire des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 6 m².

Les enseignes sont soumises à autorisation dans un parc naturel régional (article L. 581-18 du code de l'environnement).

La commune de Maubec est située dans de Parc naturel régional du Luberon.

2.3.4. Les zones à protéger, les espaces boisés classés (EBC)

2.3.4.1. L'identification des zones à protéger et des EBC

Les espaces boisés classés en application des articles L. 113-1 et suivants du code de l'urbanisme ainsi que les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique sont identifiés sur le Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur le plan d'occupation du sol (POS) de la commune.

2.3.4.2. Rappel de la règle nationale

En application de l'article R. 581-30 du code de l'environnement et sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés dans le sol ou installés directement sur le sol **sont interdits en agglomération** :

- 1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L.113-1 du code de l'urbanisme,
- 2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

2.4 Les dispositions spéciales issues d'autres réglementations

2.4.1. L'utilisation du domaine public

En application des articles L. 2122-1 à 4 et R. 2122-1 à 8 du code général de la propriété des personnes publiques (CG3P) et des articles L. 113-2 et R. 113-2 à 11 du code de la voirie routière (CVR), l'installation de dispositifs publicitaires sur le domaine public n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocables.

Les règlements locaux de voirie peuvent par ailleurs comporter des prescriptions particulières concernant ces dispositifs publicitaires qui devront être respectées.

2.4.2. Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation

Dans les zones inondables définies dans les plans de prévention des risques d'inondation, les dispositifs publicitaires installés en zones inondables ne devront pas constituer un obstacle à l'écoulement des eaux.

3, L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

*Schéma d'élaboration d'un règlement local de publicité
Article L. 153-1 à L. 153-60 du code de l'urbanisme*

PRESCRIPTION

Délibération du conseil municipal qui fixe les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation

NOTIFICATION AUX PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

Etat, Région, Département

ELABORATION DU PROJET DE RLP

Réunions avec les personnes publiques associées

Consultation des personnes publiques et organismes à leur demande

Concertation avec le public et les personnes concernées

BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRET DU PROJET DE RLP

Bilan de la concertation et délibération du conseil municipal arrêtant le projet de RLP

CONSULTATIONS

Le maire transmet pour avis le projet de RLP aux PPA et à la CDNPS
délai de réponse : 3 mois

ENQUETE PUBLIQUE (1 mois)

Le maire saisit le TA 1 mois minimum avant l'ouverture de l'enquête pour désignation du commissaire enquêteur
Le maire publie l'avis d'enquête publique 15 jours avant l'ouverture et le rappelle dans les huit premiers jours de celle-ci

APPROBATION

Le RLP éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été formulés est approuvé par délibération du conseil municipal

PUBLICATION

affichage en mairie, mention dans un journal, publication au RAA
mise à disposition sur le site internet de la commune
mise en annexe du PLU

RLP : règlement local de publicité

PPA : personnes publiques associées

CDNPS : commission départementale de la nature, des sites et des paysages

RAA : recueil des actes administratifs

3.1 Préalable à l'élaboration du règlement

3.1.1. Les limites d'agglomération

Les limites d'agglomération ayant des effets déterminants en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et à la modification de leur positionnement le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire, en application de l'article R 411-2 du code de la route.

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui la traverse ou qui la borde (article R 110-2 du code de la route).

En pratique, il s'agit de prendre en compte la réalité physique de l'agglomération, c'est-à-dire un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, situés de part et d'autre d'une voie.

L'espace bâti est caractérisé par :

- un espacement entre bâtiments de moins de 50 m,
- des bâtiments proches de la route,
- une longueur d'au moins 400 m,
- une fréquentation significative d'accès riverains,
- des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

Dans tous les cas, les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 m du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneaux de type EB10) et sur toutes les voies de sortie de l'agglomération (panneaux de type EB20).

Les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au règlement local de publicité (article R 581-78 du code de l'environnement).

3.1.2. L'état des lieux

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il est nécessaire d'établir un inventaire des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales telles qu'elles résultent notamment du code de l'environnement. En cas d'infraction aux dispositions de ce code, il conviendra de faire cesser immédiatement ces illégalités.

Cet état des lieux devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et préenseignes) et déterminer pour chacun d'eux si le dispositif devrait être maintenu, supprimé ou régularisé.

3.2 La procédure d'élaboration

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme (articles L. 153-1 à L. 153-60), à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme (articles L. 174-1 à L. 174-6).

3.2.1. Prescription de l'élaboration du RLP (article L. 153-11 du code de l'urbanisme)

La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation permettant au public et aux personnes concernées de participer et de faire part de leurs observations sur le projet. Cette délibération est notifiée aux personnes publiques associées. (articles L. 132-7 et 9 du code de l'urbanisme énumérées au paragraphe 3-2-4.

La délibération qui prescrit la révision du règlement local de publicité et définit les modalités de la concertation est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs.

3.2.2. La conduite de la procédure d'élaboration du RLP (article L. 132-10 du code de l'urbanisme)

Le maire conduit la procédure de révision du règlement local de publicité. À l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité.

3.2.3. La concertation (articles L. 103-1 à 6 du code de l'urbanisme)

La concertation a été instaurée par la loi d'aménagement du 18 juillet 1985. Son objectif est de faire participer activement les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées dont les représentants de la profession agricole aux études avant l'arrêt décisionnel. Elle doit être un moment d'échanges et de débat avec la population.

La participation du public à l'élaboration des décisions publiques ayant une incidence sur l'environnement est renforcée par l'ordonnance n° 2016-1060 du 3 août 2016, traduite par l'introduction d'un article L. 120-1 au code de l'environnement. L'article précise que la participation du public est mise en œuvre en vue :

- d'améliorer la qualité de la décision publique et de contribuer à sa légitimité démocratique ;
- d'assurer la préservation d'un environnement sain pour les générations actuelles et futures ;

- de sensibiliser et d'éduquer le public à la protection de l'environnement ;
- d'améliorer et de diversifier l'information environnementale.

Elle confère le droit pour le public d'accéder aux informations pertinentes permettant sa participation effective de demander la mise en œuvre d'une procédure de participation, de disposer de délais raisonnables pour formuler des observations et des propositions et d'être informé de la manière dont il a été tenu compte de ses observations et propositions dans la décision d'autorisation ou d'approbation.

L'article L 120-1 ajoute que les procédures de concertation préalable s'appliquent dans le respect des intérêts de la défense nationale et de la sécurité publique, du secret industriel et commercial et de tout secret protégé par la loi. Le déroulement de la participation du public ainsi que les modalités de sa conduite peuvent être adaptés en conséquence.

La concertation doit se distinguer de l'enquête publique. Elle se déroule pendant toute la phase d'élaboration du projet jusqu'à l'arrêt. Elle est encadrée par 2 délibérations :

- la première fixant les objectifs et les modalités de la concertation, (article L. 103-3 du code de l'urbanisme),
- la deuxième en tirant le bilan (article L 103-6 du code de l'urbanisme).

Le bilan de la concertation doit être tiré préalablement à l'arrêt du projet ou, comme l'indique l'article R 153-3 du code de l'urbanisme, simultanément.

Les modalités de la concertation sont fixées librement. Aucune modalité n'est imposée.

Cependant il faut considérer que l'objet de la concertation s'applique sur l'ensemble du territoire et donc toute personne doit être en mesure d'y participer. Elle débute dès la prescription de la révision du règlement local de publicité jusqu'à l'arrêt. Les modalités peuvent être différentes selon les phases. Elle a vocation à recueillir des observations du public et ne doit pas seulement se limiter à donner des informations.

L'article L 103-4 du code de l'urbanisme dispose en effet que « les modalités de la concertation permettent, pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente ». À noter que les dites modalités, définies dans la délibération du conseil municipal, devront être scrupuleusement respectées.

3.2.4. L'association (articles L. 132-7, 9, 10 et 11 du code de l'urbanisme)

Le code de l'urbanisme prévoit l'association des personnes publiques à l'élaboration et à la révision du règlement local de publicité.

Il n'y a pas lieu de définir au préalable les modalités de l'association ce qui laisse une certaine souplesse et une adaptation au contexte local.

Les personnes publiques associées sont les suivantes :

- le préfet du département,
- le président du conseil régional,
- le président du conseil départemental,
- le président du parc naturel régional du Luberon,
- le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT,
- le président de l'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains,
- le président de l'établissement public compétent en matière de programme local de l'habitat,
- le président de la chambre de commerce et d'industrie de Vaucluse,
- le président de la chambre de métiers et de l'artisanat,
- le président de la chambre d'agriculture.

3.2.5. Consultations (article L. 132-12 du code de l'urbanisme)

Les personnes publiques associées, les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT, les associations de protection de l'environnement agréées sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité (articles R.132-5 et L 132-12 et 13 du code de l'urbanisme).

Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements.

3.2.6. Arrêt du projet de RLP (article L. 153-14 et R. 153-3 du code de l'urbanisme)

Le conseil municipal tire le bilan de la concertation qui permet de s'assurer que les modalités de la concertation définies dans la délibération de prescription ont bien été respectées et arrête le projet de RLP par délibération.

Cette délibération est affichée pendant un mois en mairie.

3.2.7. Avis (articles L. 153-16 et 17 du code de l'urbanisme)

En application des articles L. 153-16 et 17 du CU, le projet arrêté de règlement local de publicité est alors soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration et à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites réunie dans sa formation dite « de la publicité » ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

Ces personnes et cette commission donnent un avis dans les limites de leurs compétences propres, au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement, à défaut, ces avis sont réputés favorables (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).

3.2.8. Enquête publique (article L. 153-19 du code de l'urbanisme)

Le projet de règlement local de publicité arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement (articles L. 123-1 et suivants et R. 123 et suivants du code de l'environnement) par le maire de la commune.

Le dossier soumis à l'enquête comprend :

- le projet de règlement local de publicité
- les avis des personnes publiques consultées
- l'avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites.
- le bilan de la concertation

Il est important de rappeler qu'un règlement local de publicité peut être attaqué à tout moment lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique (article L. 581-14-1 du code de l'environnement).

3.2.9. Approbation du RLP (article L. 153-21 et 22 du code de l'urbanisme)

Après l'enquête publique, le règlement local de publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis formulés antérieurement est approuvé par délibération du conseil municipal.

La délibération qui approuve la révision du règlement local de publicité, est affichée pendant un mois en mairie. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Il est en outre publié au recueil des actes administratifs (articles R. 153-20 et 21 du code de l'urbanisme).

3.2.10. Procédure unique PLU – RLP (article L. 581-14-1 du code de l'environnement)

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

3.3 Le contenu de règlement local de publicité

En application des articles L. 581-14 du code de l'environnement, le règlement local de publicité élaboré sur l'ensemble du territoire de la commune de Maubec peut adapter les dispositions prévues à l'article L.581-9 du code de l'environnement (publicité en agglomération).

Le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national en matière de publicité, d'enseignes, et de préenseignes.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite sauf aux abords des monuments historiques et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables : secteurs sauvegardés, zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysagers (ZPPAUP), aires de mise en valeur de l'architecture et du paysage (AVP).

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (article R. 581-72 du code de l'environnement).

3.3.1. Le rapport de présentation (article R. 581-73 du code de l'environnement)

Il s'appuie sur un diagnostic, qui doit permettre d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc.). Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la commune définit les orientations et objectifs du règlement local de publicité en matière de publicité et d'enseignes, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (article R. 581-73 du code de l'environnement).

3.3.2. Le règlement (article R. 581-74 du code de l'environnement)

L'élaboration du règlement local de publicité doit consister en tout premier lieu à délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles distinctes de densité et d'harmonisation pour les publicités et les enseignes, en fonction du contexte urbain local, des enjeux paysagers et de la localisation des dispositifs publicitaires envisagés.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Ce zonage devra être compatible avec l'interdiction de toute publicité hors agglomération (y compris sur mobilier urbain) et l'interdiction, pour les dispositifs publicitaires scellés au sol, de visibilité des affiches depuis une autoroute et ses bretelles de raccordement, une voie express, déviation ou voie publique située hors agglomération (article R. 581-31 du code de l'environnement).

La partie réglementaire comprend les prescriptions qui adaptent celles du règlement national prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10, ainsi que le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R. 581-66 et R. 581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8.

3.3.2.1. Les caractéristiques des dispositifs

Le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 modifié a fixé les conditions de mise en œuvre des dispositions la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement en matière de publicité a fixé les caractéristiques des dispositifs publicitaires notamment en matière d'emplacement, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien et, pour la publicité lumineuse, d'économie d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses.

Il conviendra d'édicter des règles simples et pouvant facilement être mises en œuvre. En particulier, il ne peut être préconisé de format publicitaire non commercialisé, ce qui est jugé comme une entrave à l'activité des afficheurs (ex : 5 m²). Les formats de 12 m², 8 m², 4 m² ou 2 m² sont des formats courants.

3.3.2.2. Les dérogations aux interdictions de publicités

Le règlement local de publicité peut permettre, en agglomération, de réintroduire la publicité à l'intérieur des agglomérations, dans des lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L. 581-8 du code de l'environnement. Pour la commune de Maubec, il s'agit des sites Natura 2000.

Dans ce cas, les dispositions qui s'y appliquent, plus restrictives que le règlement national de publicité, sont instituées conformément aux orientations et aux objectifs définis dans le rapport de présentation du règlement local de publicité. La réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchi et motivée, et demeurer exceptionnelle et limitée.

3.3.2.3. L'adaptation des règles nationales aux centres commerciaux

Le règlement local de publicité peut autoriser, sur le fondement de l'article L. 581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération. Il délimite alors le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Ils sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération (article R. 581-77 du code de l'environnement).

3.3.2.4. Harmonisation des préenseignes dérogatoires

Les préenseignes prévues par le troisième alinéa de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, dites préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations, au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être que scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Leurs dimensions ne peuvent excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

La collectivité gestionnaire de la voirie, peut, le cas échéant après consultation des autres collectivités concernées, fixer des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, qui sont publiées au recueil administratif des actes de cette collectivité ou intégrées au règlement local de publicité.

A défaut, les préenseignes dérogatoires respectent les prescriptions nationales fixées par arrêté ministériel.

3.3.3. *Les annexes*

Les annexes du RLP sont constituées à minima du ou des documents graphiques ainsi que de l'arrêté municipal fixant les limites de chaque agglomération de la commune.

Les documents graphiques ont pour objet de localiser les zones et, le cas échéant, les périmètres dans lesquels des dispositions particulières ont été instituées (article R. 581-78 du code de l'environnement). Même si aucune indication d'échelle et de précision n'est prévue, les documents graphiques doivent être d'une précision suffisante afin d'éviter toute contestation quant à la délimitation précise du zonage. Des indications grossières ou à gros trait sont donc à proscrire.

Les annexes pourront comprendre un plan permettant de localiser les « espaces boisés classés » et les « zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt, notamment du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme » situés en agglomération, dans lesquels sont interdits les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol (article R. 581-30 du code de l'environnement).

4. LA MISE EN OEUVRE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Il est tenu en mairie à la disposition du public (Article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune, s'il existe (article R. 581-79 du code de l'environnement).

Dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation ou la modification d'une enseigne en tout lieu du territoire communal est soumise à autorisation préalable du maire. Cette autorisation est soumise à l'accord de l'architecte des bâtiments de France lorsque le projet se situe en covisibilité et à moins de 500 m d'un monument historique.

4.1 La date d'application du règlement local de publicité

Dès les formalités de publication accomplies, les dispositions du règlement local de publicité sont applicables aux nouveaux dispositifs à installer.

L'opposabilité des règles du nouveau RLP est organisée par les articles L. 581-43 et R. 581-88-1 du code de l'environnement.

Les publicités et préenseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du règlement local de publicité et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues pendant un délai maximal de deux ans à compter de l'entrée en vigueur du règlement local de publicité. Pour les enseignes, ce délai est de six ans.

4.2 L'évolution du règlement local de publicité

Tout comme le plan local d'urbanisme, le règlement local de publicité peut évoluer par diverses procédures, de la simple mise à jour quand il convient de modifier les annexes du document, à la modification qui est la procédure de droit commun d'adaptation du règlement, voire la révision dans le cadre d'une refonte profonde du document.

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme (articles L. 153-1 à L. 153-60), à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme (articles L. 174-1 à L. 174-6).