



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU TARN

DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES

Service eau, risques, environnement
et sécurité

Bureau juridique

COMMUNAUTE DE COMMUNES THORE MONTAGNE NOIRE

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

**prescrit par délibération du conseil communautaire
du 20 septembre 2021**

PORTER A CONNAISSANCE

**Article L. 581-14-1 du code de l'environnement et
articles L. 132-2 et L. 132-3 du code de l'urbanisme**

Sommaire

I. REGLES GENERALES APPLICABLES A L'ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)

- I.1 – L'élaboration du RLPi**
- I.2 – Le contenu du RLPi**
- I.3 – L'approbation du RLPi**

II. SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES A L'EGARD DE LA PUBLICITE EXTERIEURE, DES ENSEIGNES ET DES PREENSEIGNES

III. PUBLICITÉ EN AGGLOMÉRATION

- III.1 – Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité**
- III.2 – Les secteurs d'interdiction relative à la protection du patrimoine en agglomération (art. L.581-8 code env.)**
- III.3 – L'interdiction de publicité au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (art. R. 581-31 code env)**
- III.4 – La publicité en agglomération en dehors des secteurs d'interdiction**
- III.5 – La publicité en agglomération à caractère politique et associatif, affichage d'opinion**

IV. REGLES DE DENSITÉ (art. R.581-25 code env)

V. PUBLICITÉ HORS AGGLOMÉRATION (art. L. 581-7 code env)

- V.1 – L'interdiction de la publicité hors agglomération**
- V.2 – L'emprise des gares ferroviaires situées hors agglomération**
- V.3 – Etablissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation**
- V.4 – Les préenseignes dérogatoires**

VI. ENSEIGNES

VII. EXTINCTION DES DISPOSITIFS LUMINEUX

VIII. MOBILIER URBAIN

- VIII.1 – Secteurs d'interdiction**
- VIII.2 – Publicité lumineuse sur mobilier urbain**

IX. AUTRES REGLEMENTATIONS CONCERNANT LA PUBLICITE EXTERIEURE

- IX.1 - Publicité et code de la route**
- IX.2 - Publicité et occupation du Domaine Public**
- IX.3 - Publicité et prévention des risques**
- IX.4 - Publicité et accessibilité**

X. ENJEUX PARTICULIERS

XI. ANNEXES

I. RÈGLES GÉNÉRALES APPLICABLES A L'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est un document couvrant l'ensemble du territoire des 9 communes membres de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI), définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles la publicité pourra être restreinte.

Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

Selon l'article L. 581-14 alinéa 1 du code de l'environnement : « *L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune, peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9 et L.581-10* ».

En vertu de l'article L. 581-14 alinéa 2 du code de l'environnement, « *sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8, et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.* »

En vertu de l'article L. 581-14 alinéa 6 du code de l'environnement, « *Sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc.* »

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte du parc naturel régional du Haut Languedoc.

I.1 - L'élaboration du RLPi

L'ensemble des dispositions du code de l'environnement, afférentes à l'élaboration du RLPi sont les suivantes :

Article L. 581-14 :

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L.581-9.

Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Il peut aussi définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8.

Le cas échéant, les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec les orientations de protection, de mise en valeur et de développement durable de la charte applicable à l'aire d'adhésion d'un parc national mentionnées au 2° du I de l'article L. 331-3.

Sur le territoire d'un parc naturel régional, le règlement local de publicité peut autoriser la publicité dans les conditions prévues aux articles L. 581-7 et L. 581-8 lorsque la charte du parc contient des orientations ou mesures relatives à la publicité, après avis du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du parc.

Les dispositions du règlement local de publicité doivent être compatibles avec la charte. Le sixième alinéa du présent article est opposable aux règlements locaux de publicité applicables sur le territoire d'un parc naturel régional dont le projet de charte a fait l'objet d'une enquête publique ouverte après la publication de la loi n° 2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages. Les règlements locaux de publicité doivent alors être abrogés ou mis en compatibilité avec la charte, dans un délai de trois ans à compter de la date de publication du décret approuvant la charte initiale ou révisée.

Article L. 581-14-1 :

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 I du code de l'urbanisme, 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.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou 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, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des États limitrophes. Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

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 dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du présent code.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à disposition du public.

L'illégalité pour vice de forme ou de procédure commise à l'occasion de l'élaboration, de la révision ou de l'approbation d'un règlement local de publicité ne peut être invoquée par voie d'exception après l'expiration d'un délai de six mois à compter de l'entrée en vigueur de ce règlement. Cette règle ne s'applique pas lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique.

Lorsqu'elle annule pour excès de pouvoir un règlement local de publicité ou en ordonne la suspension, la juridiction administrative se prononce sur l'ensemble des moyens qu'elle estime susceptibles de fonder l'annulation ou la suspension en l'état du dossier.

Article L. 581-14-3 :

Pour l'application de la présente sous-section, les établissements publics de coopération intercommunale auxquels a été transférée la compétence « règlement local de publicité » sont soumis aux mêmes dispositions que les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme, quand bien même cette dernière compétence ne leur aurait pas été transférée.

Les conditions de mise en œuvre de la présente sous-section sont fixées par décret en Conseil d'État.

Les réglementations spéciales qui sont en vigueur à la date de publication de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans et six mois à compter de cette date. Elles sont révisées ou modifiées selon la procédure prévue à l'article L. 581-14-1.

Lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre compétent en matière de plan local d'urbanisme a prescrit l'élaboration d'un règlement de publicité intercommunal, la durée prévue au présent alinéa est de douze ans.

Article L. 581-14-4 :

Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

I.2 – Le contenu du RLPI

Le contenu du RLPI est fixé aux articles R 581-72 à 78 du code de l'environnement.

Article R. 581-72 :

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Article R. 581-73 :

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Article R. 581-74 :

La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L. 581-9, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles L. 581-14-4, R. 581-66 et R. 581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8.

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

Article R. 581-76 :

La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par le maire ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.

Article R. 581-77 :

Lorsque le règlement local de publicité autorise, 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 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.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.

Article R. 581-78 :

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

I.3 –L'approbation du RLPi

L' article R. 581-79 dispose : « *La délibération approuvant le règlement local de publicité est publiée conformément aux dispositions des articles L. 2131-1 et R. 2131-1 du code général des collectivités territoriales* »

II. SITUATION JURIDIQUE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES À L'ÉGARD DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIURE, DES ENSEIGNES ET DES PRE ENSEIGNES

La population légale au 1er janvier 2020 déterminée par l'INSEE sur la base de la population municipale 2023 s'établit comme suit par commune : voir carte des données INSEE en annexe n° 0.

La communauté de communes est constituée de plusieurs agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

III. PUBLICITÉ EN AGGLOMÉRATION

Au titre du règlement national de publicité, les règles suivantes sont applicables aux agglomérations de la communauté de communes Thoré Montagne Noire.

III.1 – Les secteurs d'interdiction absolue de la publicité

En application de l'article L. 581-4 du code de l'environnement, la publicité et les préenseignes (y compris les préenseignes dérogatoires) sont strictement interdites dans les lieux suivants de votre communauté de communes :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles présentant un intérêt esthétique, pittoresque ou historique arrêtés par le maire ou par le préfet, éventuellement présents au sein du périmètre d'élaboration du RLPi.

Le règlement local de publicité intercommunal que vous allez établir ne permet pas de déroger à ces interdictions. Vous veillerez par conséquent à ce que l'ensemble de ces lieux soit identifié dans votre RLPi comme des secteurs d'interdiction absolue de la publicité et les documents graphiques annexés.

III.2 – Les secteurs d'interdiction relative à la protection du patrimoine en agglomération (art. L. 581-8 code env)

En application de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, la publicité est interdite en agglomération dans un certain nombre de secteurs protégés :

- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans les sites inscrits ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité d'un immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque ayant fait l'objet d'un arrêté d'interdiction de publicité ;
- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- dans les sites Natura 2000 : zones spéciales de conservation ou zones de protection spéciales.

L'annexe n°1 recense les différentes protections existantes sur le territoire des 9 communes composant la communauté de communes Thoré Montagne Noire :

- Les gorges du Banquet, site inscrit ;
- zones de protection des abords des monuments historiques inscrits :
 - Château de Sauveterre ;
 - Portail du Château de Saint Amans Valtoiret ;
 - Dolmen du Plo de Laganthe sur la commune de Labastide Rouairoux
- rayon d'interdiction de la publicité de 100 m et en covisibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;

Dans tous les lieux protégés précités, la publicité et les préenseignes sont interdites au titre de la réglementation nationale. Toutefois, il peut être dérogé à cette interdiction dans le cadre d'un règlement local de publicité en instituant une zone où s'appliquera une réglementation qui devra toutefois rester plus restrictive que les dispositions de droit commun du règlement national.

L'élaboration du règlement d'une zone autorisant la publicité dans ces espaces protégés nécessite une vigilance particulière qui justifie d'associer à l'élaboration du RLPi l'architecte des Bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL).

Dans le cas où il n'est pas dérogé à ces interdictions, le maire peut, dans le cadre du RLPi, autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux associations, mentionnées à l'article L. 581-13 sur les palissades de chantier dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'État.

Lorsqu'il est dérogé à l'interdiction de publicité dans ces secteurs, l'installation d'un dispositif publicitaire lumineux ou d'une préenseigne lumineuse sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu est délivrée après accord de l'architecte des Bâtiments de France dans le périmètre des abords des monuments historiques.

III.3 – L'interdiction de publicité au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants (art R. 581-31 code env)

L'article R. 581-31 dispose : « *les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.* »

III.4 – La publicité en agglomération en dehors des secteurs d'interdiction

Sans préjudice des articles L. 581-4, L. 581-8, R. 581-22 et R. 581-30 du code de l'environnement, les dispositions ci-après sont applicables dans les agglomérations de votre commune.

La notion d'agglomération

La notion d'agglomération est importante dans le domaine de l'affichage publicitaire, car elle détermine les lieux où la publicité est autorisée, ainsi que les types de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération.

Le Conseil d'Etat a précisé la notion d'agglomération, utilisée dans le code de l'environnement en matière d'affichage publicitaire, dans son arrêt du 26 novembre 2012, société Avenir, qui concerne l'implantation des dispositifs scellés au sol.

Par agglomération, on entendra au sens de l'article R. 110-2 du code de la route « 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 le borde ».

L'article R. 411-2 du même code dispose que « Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire ».

Il est donc impératif que le maire définisse cet espace réglementaire, le mette à jour pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation. Une analyse du cadastre à jour ou de photographies aériennes peut aider à caractériser cet espace construit sans discontinuité, en conformité avec l'article R. 411-2 du code de la route.

A la suite d'un arrêté de redéfinition des limites d'agglomération, la commune doit procéder au repositionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération.

La communauté de communes est constituée de plusieurs agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. La notion d'agglomération s'apprécie à l'intérieur de chaque commune. Les dispositions applicables à ces agglomérations sont les suivantes :

- La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4,70 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (cette surface peut-être portée à 8 mètres carrés lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation dans les conditions précisées à l'**art. R. 581-26 code env**).
- Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (**art. R. 581-31 code env**).
- La publicité lumineuse est interdite (**art. R. 581-34 code env**).
- Les bâches de chantier comportant de la publicité, ainsi que les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdites (**art. R. 581-53 II code env**).

III.5 La publicité en agglomération à caractère politique et associatif, affichage d'opinion

L'affichage électoral est réglementé par le code électoral et par des dispositions particulières du code de l'environnement à savoir :

Article L.581-13 :

Sous réserve des dispositions du présent chapitre, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité. En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations, les conditions d'application du présent article sont fixées par décret en Conseil d'État en fonction du nombre d'habitants et de la superficie de la commune. Ce décret fixe une surface minimale que chaque catégorie de communes doit réserver à l'affichage défini à l'alinéa précédent.

Si dans un délai de six mois à compter de l'entrée en vigueur de ce décret, le maire n'a pas pris l'arrêté prévu au premier alinéa, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

Article R.581-2 :

La surface minimale que chaque commune doit, en vertu des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 581-13, réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante :

1° 4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;

2° 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;

3° 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Article R. 581-3 :

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

Article R. 581-4 :

Dans le cas où la publicité est interdite, en application du I de l'article L. 581-8, et où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 mètres carrés.

IV. RÈGLES DE DENSITÉ (art. R. 581-25 code env)

article R.581-25 :

Les dispositions du présent article s'appliquent à tous les dispositifs publicitaires décrits dans la présente sous-section, à l'exception de ceux apposés sur une palissade ou sur une toiture.

I. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. – Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

La règle de la densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, aucun autre dispositif ne pourra être installé, si petit soit-il. La règle s'applique à toutes les publicités, à l'exception :

- des publicités apposées sur une palissade ou sur une toiture ;
- des publicités supportées par le mobilier urbain ;
- des bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité ;
- de l'affichage de petit format (micro-affichage) ;
- des préenseignes dérogatoires.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte.

C'est sur cette base qu'est déterminé le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur l'unité foncière.

V. PUBLICITÉ HORS AGGLOMÉRATION : L. 581-7 CODE ENV

V.1 – L'interdiction de la publicité hors agglomération

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération, toute publicité est interdite à l'exception des cas exposés ci-après,

V.2 – L'emprise des gares ferroviaires et routières situées hors agglomération

Sur l'emprise des gares ferroviaires et routières, la publicité peut être autorisée selon des prescriptions fixées en Conseil d'État (**art. L. 581-7 code env**).

L'emprise d'une gare ferroviaire s'entend comme l'ensemble des terrains et ouvrages appartenant ou confiés en gestion à Réseau Ferré de France (RFF) et à la SNCF au voisinage de la gare et affectés à la poursuite de leurs missions.

- la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 10,50 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (**art R. 581-26 code env**).
- Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, ou ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires (**art R. 581-31 code env**).
- les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface

supérieure à 10,50 mètres carrés (**art R. 581-32 code env**).

- la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (**art R. 581-34 code env**).
- Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques situés en dehors des agglomérations, sur l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (**art R. 581-41 code env**).

V. 3 – Établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation

Si un (ou des) établissement(s) de centre(s) commercial(aux) exclusif(s) de toute habitation et situé(s) hors agglomération se trouve sur le territoire intercommunal, le RLPi peut autoriser la publicité dans le respect de la qualité de vie et du paysage, et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Lorsque le RLP autorise, sur le fondement de **l'article L. 581-7** du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires à proximité des centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leurs 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 (**art. R. 581-77 code env**).

V. 4 – Les préenseignes dérogatoires

En application de **l'article L. 581-19** du code de l'environnement, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Elles sont donc interdites à l'exception des préenseignes dérogatoires, comme le prévoit **l'article R. 581-66** du code de l'environnement.

article R.581-66 :

Les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Ces préenseignes dérogatoires peuvent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

Hors agglomération, les préenseignes suivantes sont autorisées :

- 2 préenseignes par établissement lorsqu'elles signalent des activités relation avec la vente des produits du terroir par des entreprises locales ;
- 2 préenseignes signalant les activités culturelles ;
- 4 préenseignes par monument lorsque qu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

Aucune préenseigne dérogatoire n'est autorisée dans les lieux visés à **l'article L. 581-4** (notamment en sites classés).

VI. ENSEIGNES

Article L. 581-18 :

Un décret en Conseil d'État fixe les prescriptions générales relatives à l'installation et à l'entretien des enseignes en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités ainsi que des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent et du caractère des lieux où ces immeubles sont situés. Ce décret fixe également des prescriptions relatives aux enseignes lumineuses afin d'économiser l'énergie et de prévenir ou limiter les nuisances lumineuses mentionnées au chapitre III du présent titre.

De plus, si un RLP couvre le territoire communal, toutes les enseignes seront soumises à autorisation du maire, et ce, même dans les zones non réglementées par le RLP.

Article R. 581-16 :

II. — L'autorisation d'installer une enseigne prévue à l'avant-dernier alinéa de l'article L. 581-18 est délivrée par le maire :

1° Après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque cette installation est envisagée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques ou protégé au titre des abords en application de l'article L. 621-30 du code du patrimoine ou situé dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé en application de l'article L. 631-1 du code du patrimoine ;

2° Après accord du préfet de région, lorsque cette installation est envisagée sur un monument naturel, dans un site classé, un cœur de parc national, une réserve naturelle ou sur un arbre ;

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol est de 6 mètres carrés. Ces enseignes ne peuvent dépasser 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large et 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Article R. 581-62 :

Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 mètres carrés, à l'exception de certains établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.

Article R. 581-63 :

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement, ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.

Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.

VII. EXTINCTION DES DISPOSITIFS LUMINEUX

Pour des raisons d'économie d'énergie, le code de l'environnement prévoit des obligations d'extinction nocturne des enseignes et des publicités lumineuses.

La communauté de communes Thoré Montagne Noire ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (**art. R. 581-34**).
- Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé (**art. R. 581-59**).
- Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité (**art. R. 581-59**).
- Les enseignes lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils de luminance moyenne à ne pas dépasser, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées (**art. R. 581-59**).

VIII. MOBILIER URBAIN

VIII. 1 – Secteurs d'interdiction

Toute publicité sur mobilier urbain dans les lieux visés à l'article L. 581-4 du code de l'environnement est interdite. Cette disposition concerne essentiellement les sites classés ainsi que les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques. Il n'est pas possible de déroger à cette interdiction.

La publicité sur mobilier urbain est, par principe également interdite dans les lieux visés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

En revanche, si un RLPi couvre le territoire intercommunal, ce dernier peut déroger à ces interdictions, sauf en ce qui concerne la publicité numérique. En effet, **le RLPi ne peut pas autoriser de publicité numérique sur mobilier urbain, notamment dans les parcs naturels régionaux.**

La publicité sur mobilier urbain est interdite hors agglomération (art. L.581-7)

Nota : En vertu de l'article R. 421-25 du code de l'urbanisme, « dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, les abords des monuments historiques, les sites classés ou en instance de classement et les réserves naturelles, l'installation de mobilier urbain [...] doit être précédée d'une déclaration préalable ». Toutefois, ce mobilier urbain ne pourra pas supporter de publicité compte-tenu de l'interdiction en ces lieux.

VIII. 2 - Publicité lumineuse sur mobilier urbain

Article R. 581-42 :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.

Il ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L. 581-8.

Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R. 581-30, R. 581-31, R. 581-34, R. 581-35 et R. 581-41 du code de l'environnement.

VIII. 3 - Publicité sur mobilier urbain

Article R. 581-43 :

Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.

Article R. 581-47 :

Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et oeuvres. Sans préjudice de l'application des dispositions du troisième alinéa de l'article R. 581-42, lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions du premier alinéa de l'article R. 581-31, de l'article R. 581-32 et du premier alinéa de l'article R. 581-33.

IX. AUTRES RÉGLEMENTATIONS CONCERNANT LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

IX . 1 – Publicité et code de la route

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R. 418-1 à R. 418-9 du code de la route complétés par :

- l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et préenseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- l'arrêté ministériel du 30 août 1977 relatif aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la route, le maire en agglomération, le gestionnaire de la voie hors agglomération d'intervenir pour faire cesser les risques : en effet, les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

Dispositions liées à la proximité des routes à grande circulation, autoroutes, voies express et bretelles de raccordement à une autoroute

Article R. 418-4 du code de la route :

Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro-réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'Intérieur.

Article R. 418-7 du code de la route :

En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Les dispositions du présent article ne font pas obstacle à l'installation de panneaux ayant pour objet de signaler, dans les conditions déterminées par les règlements sur la signalisation routière, la présence d'établissements répondant aux besoins des usagers.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4,7 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.
- Cette surface peut être portée à 8 mètres carrés dans la traversée desdites agglomérations, lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation. Ceci ne se fait pas par la voie du RLP, mais uniquement par arrêté préfectoral, après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation dite de la publicité et des maires des communes (**art R. 581-26 II code env**).
- La seule voie routière concernée par cette dernière disposition est la route départementale 612, classée route à grande circulation sur le territoire intercommunal.

IX . 2 – Publicité et occupation du Domaine Public

Le principe lié aux règles d'utilisation du domaine public est que l'utilisation qui est faite du domaine public par les commerçants et autres utilisateurs riverains à des fins privatives doit être compatible avec l'usage général du domaine, faute de quoi cette occupation doit être refusée.

Par ailleurs, l'article **L. 113-2 du code de la voirie routière** oblige tout occupant du domaine public à demander une autorisation à l'autorité compétente :

Extrait du code de la voirie routière concernant l'occupation du domaine public **art L. 113-2** :

« En dehors des cas prévus aux articles L. 113-3 à L. 113-7, l'occupation du domaine public routier 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 révocable. »

- permis de stationnement : autorité de police
- permission de voirie : autorité gestionnaire du domaine public

De plus, en application de l'article L. 2213-6 du CGCT, en agglomération, le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

IX . 3 – Publicité et prévention des risques

Dans les secteurs concernés par les risques naturels (inondations) identifiés, les dispositifs publicitaires envisagés doivent être interdits dans les périmètres à risques ou conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes et des biens.

Une carte relative au zonage du plan de prévention du risque inondation (PPRI) du bassin versant du Thoré figure en annexe n°2.

IX . 4 – Publicité et accessibilité

Accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité.

Ses décrets d'application précisent les modalités :

- Décret n° 2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.
- Décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques, et par l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

La réglementation en matière d'accessibilité de la voirie et des espaces publics (la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées et les textes d'application qui en découlent) précise la largeur minimale (0,80 mètres) du cheminement libre de tout obstacle sans préciser le caractère permanent ou temporaire de ces obstacles. Elle rappelle également un certain nombre de prescriptions en matière d'obstacles (détection, dimensions ...) dont le respect garantira que les usagers, en particulier les mal-voyants, repéreront bien l'obstacle généré par une terrasse ou un étalage.

Les passages et occupations sur domaine public et domaine privé doivent être conçus afin de permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires.

L'attention doit être portée sur le cadre bâti intérieur, les parties privées, la voirie publique et privée, l'aménagement des espaces publics, les systèmes de transport et leur inter-modalité.

Les dispositifs publicitaires positionnés sur voirie tels que, par exemple, le mobilier urbain, les chevalets ou les enseignes perpendiculaires aux façades du type « drapeau », doivent respecter cette exigence nationale.

Les principes de l'accessibilité sont rappelés en annexe n°3.

X. ENJEUX PARTICULIERS

L'urbanisation et l'essor économique :

Située entre Castres et Béziers, la communauté de communes Thoré Montagne Noire est traversée d'un bout à l'autre par la route départementale 612. La RD612 constitue la porte d'entrée du Tarn en venant de la méditerranée, et une jonction avec le futur axe routier A69. Cet axe structure le

fond de la vallée. Ses rives sont le premier paysage du territoire perçu par l'automobiliste.

Les villages de la vallée du Thoré sont en prises avec une problématique, qui interagit dans la dévalorisation relative des centres anciens : l'organisation en village-rue de quatre villages sur six de part et d'autre de l'axe de la RD612, route à grande circulation.

Les projets de constructions neuves se concentrent principalement sur la commune du Bout-du-Pont-de-l'Arn, et dans une moindre mesure peuvent s'étaler jusqu'à Saint-Amans-Valtoret. L'activité commerciale se développe autour de la RD612 et notamment à l'entrée de la communauté de communes dans la ZAE du Bout du Pont de l'Arn.

Le paysage, la valorisation du cadre de vie et la préservation des espaces naturels :

C'est un territoire rural de moyenne montagne qui bénéficie d'une diversité de paysages. Ce territoire dispose d'un milieu naturel de qualité avec de nombreux espaces boisés, naturels et agricoles qui représentent environ 80% de la superficie du territoire.

Le sillon du Thoré est une large vallée encadrée des versants de la Montagne Noire et du plateau d'Anglès, se resserrant vers l'amont (à l'est). L'occupation s'organise en différents strates : les hameaux et villages se succèdent en fond de vallée, l'agriculture s'étend sur les versants ponctués de fermes jusqu'aux lisières de la forêt qui occupe la partie haute au Nord, la partie médiane au Sud.

Outre les paysages typiques, les atouts de ce secteur sont nombreux avec une offre d'activités et de commerces importante, une accessibilité depuis l'agglomération de Castres-Mazamet et la ville de St Pons-de-Thomières, et un potentiel bâti existant à revisiter. En effet, une majorité d'usines a cessé ses activités et la plupart sont désaffectées. Certaines ont retrouvé une vocation qui participe à développer une économie et un tourisme liés à l'histoire et à la mémoire de ce passé industriel : fabrication et points de vente de tissus, maison de retraite ou Musée du textile à Labastide-Rouairoux. Aujourd'hui, d'autres bâtiments industriels notamment liés à la filière bois s'installent dans le fond de vallée, et les bâtiments agricoles ponctuent les versants, poursuivant ainsi les motifs de bâtiments imposants dans le paysage.

L'ensemble de la communauté de communes est classé dans le périmètre du Parc naturel régional du Haut-Languedoc. La charte du Parc 2012-2027, en cours de révision, fixe des objectifs de valorisation des paysages à travers un encadrement strict de la publicité et l'harmonisation de la signalisation et des activités locales

Les enjeux patrimoniaux identifiés sont les suivants :

- La valorisation du patrimoine architectural et naturel
- La valorisation des traversées de villages et de la zone commerciale du Bout-du-Pont-de-l'Arn avec la maîtrise de la prolifération des enseignes et des dispositifs publicitaires en périphérie

Le territoire est traversé par un réseau routier structurant, la RD612. Les paysages traversés donnent des points de vue sur la montagne noire qui sont importants à préserver. Il s'agit d'un enjeu paysager fort.

Pour cela, il faudra identifier les besoins des différentes activités à se signaler, relever les dispositifs illégaux et encadrer sur le territoire la publicité et les enseignes pour privilégier une intégration urbaine et paysagère des traversées de villages et des zones d'activité. L'harmonisation des dispositifs sera à rechercher, la limitation des dispositifs au sol favorisant les panneaux apposés aux murs afin d'éviter une surenchère et la limitation des nuisances lumineuse sera recherchée.

La réflexion devra intégrer également la vision du visiteur en transit sur la RD612 pour susciter l'envie de rejoindre les espaces ruraux, vallonnés dont la qualité paysagère est notable.

L'ensemble des réflexions devra être mis en cohérence avec le plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) approuvé le 9 septembre 2022. **Le RLPi approuvé sera annexé au PLUi.**

XI. ANNEXES

Les annexes suivantes sont jointes au présent PAC :

- Annexe 0 : Population municipale.
- Annexe 1 : Liste des protections existantes.
- Annexe 2 : Zonage du plan de prévention du risque inondation (PPRi).
- Annexe 3 : Règles d'accessibilité applicables.
- Annexe 4 : Carte recensant les protections en matière d'environnement.
- Annexe 5 : Zones d'activités sur la communauté de communes Thoré Montagne Noire
- Annexe 6 : Taches urbaines.