

**COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE,  
DES PAYSAGES ET DES SITES (CODENAPS)**

**Formation spécialisée dite « de la publicité »**

**Compte-rendu de la consultation électronique  
Du 25 novembre 2024 au 13 décembre 2024**

**Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté de communes  
THORE MONTAGNE NOIRE**

**Demandeur :**

- Communauté de communes de THORE MONTAGNE NOIRE

**Service instructeur :**

- Direction départementale des territoires du Tarn (DDT)  
Service eau, risques, environnement et sécurité  
Affaire suivie par : Muriel BATAILLOU

**Participants :**

- M. Sébastien SIMOES, secrétaire général de la préfecture, président de la CODENAPS ;
- Mme Corinne KRON-RAMIREZ, représentant le directeur régional de l'environnement, de l'aménagement et du logement Occitanie (DREAL) ;
- Mme Laure HEIM, représentant la direction départementale des territoires du Tarn (DDT) ;
- M. Xavier BORDES, représentant l'architecte des Bâtiments de France, chef de l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP) ;
- M. André FABRE, conseiller départemental, représentant le conseil départemental du Tarn ;
- M. Michel PERALES, en sa qualité de président de la communauté de commune intéressé par le projet ;
- Mme Nathalie AMIOT, représentante du conseil d'architecture, d'urbanisme et d'environnement (CAUE) ;
- M. Christophe MAISONNEUVE, paysagiste ;
- M. Patrick TREGOU, représentant les entreprises de publicité ;
- M. Christophe PRADO, représentant les entreprises de publicité ;
- M. Laurent FABRE, représentant les fabricants d'enseignes ;

**Soit 11 membres (quorum atteint)**

---

## **1 – Consultation électronique du 25 novembre 2024 au 13 décembre 2024**

---

Le 25 novembre 2024, un courriel a été adressé à tous les membres de la CODENAPS formation « de la publicité » pour les informer de la tenue de la consultation électronique ayant pour objet le règlement local de publicité (RLP) de la de la communauté de communes THORE MONTAGNE NOIRE.

Ce courriel indiquait également les différentes étapes de cette consultation électronique :

- mise à disposition des documents à partir du 25 novembre 2024 ;
- phase « délibération » du 2 décembre 2024 (10 h 00) au 6 décembre 2024 (16 h 00) ;
- phase « vote » du 9 décembre 2024 (10 h 00) au 13 décembre 2024 (16 h00).

À chaque étape, un courriel a été adressé à tous les membres.

---

## **2 – Synthèse du rapport établi par le service instructeur et diffusé aux membres de la commission**

---

La DDT présente un rapport élaboré après consultation de la DREAL et de l'UDAP.

### **Rappel du cadre réglementaire**

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE), 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 de 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'économie 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. À cet effet, il poursuit les objectifs suivants :

- 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 ;
- réintroduire de la publicité dans les lieux où elle est en principe interdite.

Les prescriptions du RLP s'appliquent dès son entrée en vigueur pour tous les nouveaux dispositifs publicitaires. Pour ceux implantés antérieurement et conformes au règlement national, 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.

### Historique et déroulé de la procédure

Par délibération en date du 22 septembre 2021, la communauté de communes Thoré Montagne Noire a décidé d'élaborer un règlement local de publicité intercommunal afin « d'encadrer les dispositifs publicitaires pour protéger et améliorer la qualité du cadre de vie, de proposer une réglementation cohérente sur le périmètre intercommunal avec des adaptations par secteur, de prendre en compte, notamment au sein des centre-bourgs, le besoin de communication des acteurs économiques locaux, de traiter spécifiquement les communes à vocation touristique ainsi que les abords des routes les plus fréquentées qui donnent à voir le territoire intercommunal ».

La communauté de communes Thoré Montagne Noire a arrêté le projet de RLPi par délibération du conseil communautaire du 16 septembre 2024. Avant de procéder à l'enquête publique, le projet de règlement arrêté est soumis pour avis à la CDNPS. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

Après enquête publique, ce document est ensuite approuvé par délibération de la collectivité puis annexé au plan local d'urbanisme applicable.

C'est dans ce contexte que la présente CODENAPS a été saisie.

### Contenu du dossier

Le projet de RLP arrêté se compose des pièces suivantes :

- un rapport de présentation ;
- un règlement ;
- des annexes (plans de zonage, arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération).

#### **Rapport de présentation**

L'article R581-73 du code de l'environnement prévoit que le contenu du rapport de présentation :

- s'appuie sur un diagnostic ;
- définit des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure ;
- explique les choix et les règles retenus et les motifs de la délimitation des zones, si elles existent.

Le **diagnostic** est l'occasion de procéder à un recensement des dispositifs publicitaires dont ceux en infraction avec le règlement national de publicité (RNP) et d'identifier les lieux et immeubles où la publicité est interdite en vertu des dispositions législatives (Art. L.581-4 et L.581-8 du même code).

Il doit également permettre d'identifier les enjeux architecturaux et paysagers du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, etc). D'ailleurs, outre la liste des éléments protégés en page 11, **il convient d'y ajouter l'église Sainte-croix de Sauveterre (AC1)**, également protégée au titre des monuments historiques et qui génère, à ce titre, un rayon de 500 mètres de protection des abords qui recoupe en grande partie celui qui émane du château de Sauveterre.

**Le diagnostic du RLPi proposé fait état de 331 dispositifs, dont 265 enseignes et 66 publicités et préenseignes recensées.** La grande majorité de ces dispositifs se concentre dans les centres bourgs, et dans les zones commerciales et d'activités traversées par la RD612.

Au vu du diagnostic et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement identifiés, la communauté de communes doit définir les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

Le diagnostic s'est appuyé sur le recensement des dispositifs en place légaux et illégaux au titre du RNP. Certains dispositifs affichés comme « *publicité temporaire* » sont présentés sans qu'il soit fait mention de leur irrégularité en application du 1° de l'article R.581-22 du code de l'environnement. Par souci de clarté et de pédagogie, **toutes les « publicités temporaires » illégales (pages 58, 63, 99) devront être affichées comme telles dans le document.**

Le diagnostic met en avant la diversité des orientations des élus en matière d'affichage allant du besoin de se signaler à la sobriété. Sur cette base, un découpage du territoire adapté aux besoins est proposé.

Les **objectifs** sont les suivants :

- protéger et mettre en valeur le patrimoine paysager de la majorité du territoire en prescrivant des règles adaptées ;
- encadrer l'affichage publicitaire et les enseignes au sein des secteurs économiques identifiés pour concilier enjeux économiques locaux et mise en valeur des paysages ;
- encourager la réalisation d'économie d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction des dispositifs lumineux adaptés aux différents secteurs économiques ;
- respecter la charte du Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc.

Les **orientations** du RLPi doivent permettre d'être en cohérence avec les objectifs d'aménagement du territoire, et d'intégrer les objectifs de développement économique et de qualité paysagère et urbaine de la communauté de communes Thoré Montagne Noire, en :

- conciliant les enjeux du territoire avec son paysage et patrimoine ;
- prenant en compte les enjeux propres à chaque secteur ;
- créant un secteur autorisant la publicité ;
- limitant la pollution visuelle ;
- limitant le nombre d'enseignes par façade, en réglementant leur positionnement, leur éclairage et leur intégration dans l'environnement ;
- maintenant la qualité paysagère du territoire et en prévenant les dérives.

### **Règlement**

Lorsque le RLPi ne définit pas de règle spécifique, c'est le régime national qui s'applique. Ce régime varie en fonction de l'appartenance à une agglomération et du nombre d'habitants.

La communauté de communes Thoré Montagne Noire compte une population de 5 057 habitants au dernier recensement (INSEE 2 023) et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Par conséquent, en matière de publicité, les dispositions qui s'appliquent en l'absence de règlement local de publicité sont celles relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Par principe, toute publicité est interdite sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, sur les monuments naturels et dans les sites classés (L581-4 du code de l'environnement).

C'est également le cas, en agglomération dans les abords des monuments historiques, dans les périmètres des sites patrimoniaux remarquables, dans les sites inscrits, et dans les parcs naturels régionaux (L.581-8 du code de l'environnement). Pour ces derniers cas, il est toutefois possible de déroger à cette interdiction dans le cadre d'un RLPi.

À cet égard, la communauté de communes Thoré Montagne Noire est concernée par ce dispositif dans la mesure où la totalité de son territoire est incluse dans le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc.

Le territoire de l'EPCI est réparti en plusieurs secteurs définis en fonction des enjeux dégagés au niveau du diagnostic.

À ce titre, trois zones de publicité sont définies :

- La zone P1 correspondant à la zone commerciale du territoire située au Bout-du-Pont-de-l'Arn ;
- La zone P2 correspondant aux abords de la RD 612 dans les agglomérations de Lacabarède et de Labastide-Rouairoux ;
- La zone P3 correspondant au reste du territoire (hors P1 et P2).

Quatre zones d'enseignes sont déterminées :

- La zone E1 correspondant à la zone commerciale du territoire située au Bout-du-Pont-de-l'Arn ;
- La zone E2 correspondant aux zones d'activités du territoire situées sur les communes du Bout-du-Pont-de-l'Arn, Saint-Amans-Valtoret, Lacabarède, Rouairoux et Labastide-Rouairoux ;
- La zone E3 correspondant aux secteurs des bourgs regroupant des activités et des services sur les 6 communes que sont Le Vintrou, Albine, Bout-du-Pont-de-l'Arn, Lacabarède, Saint-Amans-Valtoret, Labastide-Rouairoux ;
- La zone E4 correspondant à tout le reste du territoire (hors E1, E2, E3).

Deux zones de publicité sur mobilier urbain sont délimitées :

- La zone PM1 correspondant à la zone commerciale du territoire située au Bout-du-Pont-de-l'Arn et trois axes du centre bourg du Bout-du-Pont-de-l'Arn et aux abords de la RD 612 dans l'agglomération de Lacabarède ;
- La zone PM2 correspondant à tout le reste du territoire (hors PM1).

À ce titre, les dispositions réglementaires d'implantations pour les publicités, pré-enseignes, enseignes et publicités sur mobilier urbain prévoient :

- des dispositions générales applicables à l'ensemble des zones (interdictions, dérogations, format, dimension, densité, etc.) ;
- des dispositions spécifiques pour chacune des zones de publicité pré-définies.

Après analyse du règlement, il convient de formuler les prescriptions et recommandations suivantes :

### Dispositions générales applicables à toutes les zones pour les enseignes :

En page 6, deux exemples de dessin sont barrés. Ces deux dessins présentent plusieurs raisons de refus (la limite supérieure de l'égout du toit, les limites de la façade commerciale et le respect de l'architecture du bâtiment). Pour la compréhension de la disposition, il serait judicieux de ne faire apparaître qu'un seul motif de refus à chaque fois.

En page 7, il est spécifié « privilégier les matériaux durables et résistants aux intempéries et aux UV », or, l'article R581-58 du code de l'environnement l'impose. Cette prescription ne peut pas être transformée en préconisation par le RLP. Cette rédaction devra être reprise.

### Dispositions générales applicables à toutes les zones pour la publicité :

Il conviendrait de rappeler :

- les règles de densité ;
- les règles d'installation de dispositifs de publicité muraux (uniquement sur des murs « aveugles » ; à 50 cm des arêtes verticales et horizontalement du sol ; alignement vertical ou horizontal si deux dispositifs sur une même façade).

Par ailleurs, toujours dans le chapitre « dispositions générales applicables à toutes les zones », il conviendrait de rajouter deux autres paragraphes :

- les pré-enseignes dérogatoires destinées à signaler les activités culturelles et les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les mobiliers qui ne pourront supporter de la publicité commerciale qu'à titre accessoire. A cet égard, les dispositions de l'article R.581-47 du code de l'environnement pourraient être citées.

### Dispositions applicables au secteur E1 et E2 :

Pages 10 et 11, pour les enseignes sur façade, il conviendra de rappeler la règle de la surface cumulée maximale autorisée par façade commerciale.

Dispositions applicables au secteur E3 (observation qui peut être reproduite pour le secteur E4)

En page 14, comme présenté dans la simulation page 53 du rapport de présentation, afin de ne pas surcharger inutilement les façades en messages, tout en assurant une lisibilité efficace d'un commerce ou d'un service dans le respect de l'architecture des immeubles, il conviendrait de privilégier les enseignes bandeau en lettres découpées. Une hauteur maximale des lettres sera spécifiée (exemple : 40 cm).

### **Conclusion**

En conclusion, le service instructeur émet un avis favorable au projet de règlement local de publicité de la communauté de communes Thoré Montagne Noire, sous réserve de la prise en compte des remarques précitées.

---

### 3 – Échanges et observations pendant la phase « délibération »

---

**M. Christophe MAISONNEUVE**, représentant la profession des paysagistes transmet les remarques suivantes :

« Suite à la lecture du règlement RLPI, je suis surpris de constater que la **zone P2 concernant" les secteurs bourg"** de Lacabarède et Labastide Rouairoux ne sont pas soumis à une interdiction totale de la publicité.

Il me semble logique de ne pas pouvoir permettre l'autorisation de poser de 4,7 m<sup>2</sup> de publicité en plein secteur urbain!

Les panneaux publicitaires en milieux urbains sont aussi dégradants que sur des secteurs ruraux. »

**Mme Muriel BATAILLOU**, représentant le bureau juridique du service Eau, risques, environnement et sécurité de la DDT, répond :

« La publicité n'est autorisée qu'en agglomération. La communauté de communes a éprouvé le besoin de bénéficier d'une zone autorisant l'installation de dispositifs publicitaires à l'intérieur de certains bourgs, en l'occurrence ceux de Lacabarède et de Labastide Rouairoux.

Toutefois, la zone définie dans ces deux bourgs est très limitée :

\* Sur Labastide Rouairoux, il s'agit d'un linéaire d'environ 2km, qui s'étend de part et d'autre de la rue Jean Moulin, se poursuit le long de la rue du Paradis, puis sur le boulevard Carnot (à partir de l'intersection avec la rue du Paradis) jusqu'au 56 avenue Charles de Gaulle.

\* De la même manière, sur Lacabarède, il s'agit d'un linéaire d'environ 700m de part et d'autre de la Grand Rue (RD612), à partir de l'intersection avec la rue du Cimetière jusqu'à la station de service (limite d'agglomération avec Camproux).

Les règles en matière d'affichage publicitaire sont très strictes, ce qui limitera drastiquement les possibilités d'affichage : ainsi les dispositifs d'une **superficie maximale de 4.7 m<sup>2</sup>** ne pourront être **apposés que sur des murs aveugles** à une **hauteur maximale de 6m**, sous la **limite de l'égout du toit**, et en **respectant les règles en matière de densité.** »

**M. Patrick TREGOU**, représentant les entreprises de publicité transmet les remarques suivantes :

« Nous relevons la volonté de la communauté de Communes Thoré Montagne Noire de réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain publicitaire en zones PM1 comprenant les communes de Bout du Pont de L'Arn et Lacabarède, incluses dans le PNR du Haut-Languedoc.

Pour rappel, conformément à l'article L.581-8 I du code de l'environnement, la publicité demeure proscrite en PNR faute de levée expresse de l'interdiction via RLPI (interdiction relative).

Le mobilier urbain publicitaire répondant aux besoins des collectivités définis dans un cadre contractuel et apportant des services aux usagers (abris voyageurs, mobiliers d'informations), il apparaît nécessaire de procéder à cette levée d'interdiction de façon expresse au sein du futur RLPI.

L'article propre à la « Publicité sur mobilier urbain » inséré au projet de règlement pourrait donc être amendé comme suit (**ajouts en gras**) :

Publicité sur mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise **dans l'ensemble des lieux couverts par l'article L.581-8 I du code de l'environnement**, elle se conforme aux prescriptions fixées par le code de l'environnement (articles **R.581-42 à R.581-47**).

En effet, seuls cinq types de mobiliers peuvent être le support de publicité « à titre accessoire » conformément aux articles R.581-42 à -47 du Code de l'environnement (abris-voyageurs, kiosques à journaux ou à usage commercial, colonnes et mâts porte-affiches, mobiliers d'informations).

La collectivité conservant l'entière maîtrise des implantations dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix (étude et implantation au cas par cas), nous ne pouvons qu'encourager la communauté de communes Thoré Montagne noire à réintroduire la possibilité d'apposer du mobilier urbain publicitaire sur le territoire.

Enfin, à toutes fins utiles, nous relevons la présence d'une coquille rédactionnelle en page 45 du rapport de présentation.

En effet, il y est précisé que les deux communes incluses en secteur PM « ont la possibilité d'apposer sur une seule face du mobilier urbain de la publicité ».

Or, par application de l'article R.581-43 du code de l'environnement notamment, les abris-voyageurs supportent deux faces publicitaires conformément à la surface abritée au sol par le toit de l'abri. »

**Mme Muriel BATAILLOU répond :**

« M. Trégou souhaite voir rajouter dans l'article propre à la "Publicité sur mobilier urbain" :

« Publicité sur mobilier urbain

La publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans l'ensemble des lieux couverts par l'article L.581-8 I du Code de l'environnement, elle se conforme aux prescriptions fixées par le code de l'environnement (articles R.581-42 à R.581-47). »

Or, à la lecture du projet du RLPi, il apparaît clairement qu'il s'agit d'une volonté des élus de définir deux zones, PM1 (publicité sur mobilier urbain autorisée) et PM2 (publicité sur mobilier urbain interdite). De plus M. Trégou évoque une " coquille rédactionnelle" en p45. Il s'agit plutôt d'une imprécision qui devrait être levée lorsqu'un nouveau paragraphe sur la publicité sur mobilier urbain aura été rajouté dans "les dispositions générales applicables à toutes les zones" du règlement comme demandé dans le rapport du préfet à la CDNPS du 15/11/24. Ainsi, on comprendra alors qu'une seule face est destinée à de la publicité commerciale, tandis que l'autre face supportera de l'information locale à but non commercial. »

---

**4 - Vote**

---

11 membres se sont exprimés dont :

- 9 avis favorables

- 2 avis défavorables

La CODENAPS donne un avis favorable, à la majorité des voix, au règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté de communes Thoré Montagne Noire.

**Pour le préfet et par délégation,  
Le secrétaire-général, sous-préfet d'Albi**



**Sébastien SIMOES**