

Commissaire enquêteur
Bernard SALLES
20, route de Saint Sever
40250 MUGRON

DEPARTEMENT DES LANDES
MONT DE MARSAN Agglomération

ENQUÊTE PUBLIQUE relative au projet de
REGLEMENT LOCAL de PUBLICITE
INTERCOMMUNAL

RAPPORT D'ENQUETE PUBLIQUE
(document principal)

Pétitionnaire : MONT DE MARSAN Agglomération
Pôle Technique Mutualisé
8 rue du Maréchal Bosquet
40000 Mont DE MARSAN

1- PROCEDURE ET DECISIONS

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le code de l'Urbanisme et notamment les articles L.153-11 et suivants et L.153-14 et suivants relatifs au plan local d'urbanisme, ainsi que les articles L.153-19 et suivants relatifs à l'enquête publique,

Vu le code de l'Environnement et notamment l'article L.581.14.1, qui prescrit que les règlements locaux de publicité (intercommunaux) sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (intercommunaux),

Vu le code de l'Environnement et notamment ses articles L.123.-1 et suivants et R-123-1 et suivants relatifs à l'organisation de l'enquête publique,

Vu l'arrêté du 24 avril 2012 fixant les caractéristiques de dimensions de l'affichage de l'avis d'enquête publique mentionné à l'article R.122-11 du Code de l'Environnement,

Vu l'arrêté préfectoral en date du 8 janvier 2015 portant modification des statuts de la Communauté d'Agglomération de Mont de Marsan,

Vu l'approbation du Plan Local d'Urbanisme par délibération du Conseil Communautaire en date du 12 décembre 2019,

Vu la délibération n°2017030038 en date du 8 mars 2017 relative à la prescription de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI),

Vu la délibération n°2020020019 en date du 19 février 2020 relative au débat sur les Orientations du projet de Règlement Local de Publicité (Intercommunal),

Vu la délibération n°202120279 en date du 7 décembre 2020 relative au bilan de concertation et à l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI),

Vu la décision n°E21000044/64 en date du 28 mai 2021 de Madame la Présidente du Tribunal Administratif de Pau désignant Monsieur Bernard SALLES chargé de conduire l'enquête publique relative au projet de règlement Local de Publicité Intercommunal de Mont de Marsan Agglomération,

Vu les pièces du dossier de projet de Règlement Local De Publicité (RLPI) de Mont de Marsan Agglomération soumis à enquête,

Considérant qu'il n'y a pas lieu de consulter la Mission régionale d'autorité environnementale (Courrier Préfète des Landes, Direction Départementale des Territoires et de la Mer - Service nature et forêt, du 21 juin 2021),

le Président de Mont de Marsan Agglomération a prescrit une enquête publique (cf. arrêté n°2021-1049 du 8 juillet 2021- document annexe) sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

- se déroulant pendant une durée de 31 jours, du lundi 6 septembre 2021 (9h00) au mercredi 6 octobre 2021 (17h00) inclus et ce aux jours et heures d'ouverture habituels des bureaux du Pôle Technique Mutualisé au 8 rue du Maréchal Bosquet à Mont de Marsan,
- fixant les dates et heures des permanences du commissaire enquêteur

2- OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE

Le Règlement Local de publicité Intercommunal (RLPI) a pour objectif de définir la réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, applicable dans le périmètre de l'Agglomération, afin de préserver la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour le territoire et sa population.

L'objet de cette enquête publique est de permettre à toute personne qui le souhaite de porter des observations sur les dispositions du projet de RLPI).

L'élaboration du RLPI de Mont de Marsan Agglomération, conformément aux dispositions du code de l'urbanisme, porte sur la totalité du territoire communautaire, soit les 18 communes suivantes:

Benquet, Bostens, Bougue, Bretagne de Marsan, Campagne, Campet-et-Lamolère, Gaillères, Geloux, Laglorieuse, Lucbardez-et-Bargues, Mazerolles, Mont de Marsan, Pouydesseaux, Saint Avit, Saint Martin d'Oney, Saint Perdon, Saint-Pierre du Mont, Uchacq et Parentis.

Les observations, propositions et contre-propositions relatives au projet pouvaient être, au cours de l'enquête publique, soit :

- consignées par écrit sur le registre d'enquête ouvert à cet effet au siège principal de l'enquête publique,
- adressées par courrier au commissaire enquêteur au siège principal de l'enquête publique,
- transmises par courriel à l'adresse internet :
rlpi@montdemarsan-agglo.fr

3- INFORMATION DU PUBLIC

La publicité réglementaire a été assurée par voie de presse et affichage selon les modalités suivantes :

3-1 Presse

- avis dans l'édition des Landes du journal « Sud-Ouest » du 17 août 2021 renouvelé le 7 septembre 2021,,
- avis dans l'édition du journal «Les Annonces Landaises » du 21 août 2021 renouvelé le 11 septembre 2021.

Un exemple d'avis figure dans le document annexe.

3-2 Publicité

Le commissaire enquêteur a noté qu'un encart publicitaire était passé dans l'édition des Landes du journal Sud-Ouest du 4 septembre 2021 (Cf. document annexe)

3-3 Affichage

L'avis au public a été affiché dans les différentes mairies, le siège de l'Agglomération dans leurs lieux d'affichage habituels.

4- PERMANENCES DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Le commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition des personnes pour les renseigner et recevoir leurs observations durant 3 permanences tenues au siège de l'enquête publique, au Pôle Technique Mutualisé de l'Agglomération les :

- lundi 6 septembre 2021 de 9h à 12h
- jeudi 23 septembre 2021 de 14h à 17h
- mercredi 6 octobre 2021 de 14h à 17h

A l'issue de la dernière permanence, le commissaire enquêteur a clos et signé le registre d'enquête publique.

5- CONTEXTE REGLEMENTAIRE DE L'ELABORATION DU RLPI

Le droit de la publicité extérieure est régi par une réglementation issue du décret du 30 janvier 2012, en application de la loi portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) du 12 juillet 2010, communément appelée Règlement National de la Publicité (RNP).

Elle précise qu'afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) peut être institué par certains EPCI. Il comportera des règles plus restrictives que celles du RNP. Lorsque les dispositions spécifiques du RLPI ne porteront que sur certains aspects de la réglementation et que, pour le reste de la réglementation, le RLPI ne prévoira pas de prescription particulière, alors ce sont les

règles du RNP qui s'appliqueront.

Certaines communes ont adopté un règlement local de Publicité dit de première génération, antérieur à la loi ENE. C'est le cas de Mont de Marsan et Saint-Pierre du Mont.

L'article L 581-14-3 du code de l'Environnement précise par ailleurs que les réglementations spéciales qui sont en vigueur à la date de la publication de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification pour une durée maximale de 10 ans et 6 mois à compter de cette date.

De ce fait, par délibération du 8 mars 2017, Mont de Marsan Agglomération a prescrit l'élaboration d'un RLPI qui sera applicable sur l'ensemble du territoire des 18 communes membres.

Après l'approbation du RLPI, tous les Maires seront compétents pour faire respecter les prescriptions de ce RLPI sur leur territoire.

6- OBJECTIFS DU RLPI

Le règlement de publicité a pour objectif de définir la réglementation relative à la publicité et aux enseignes et pré-enseignes afin de préserver la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et la population. Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et bon exercice des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes, la réglementation a l'ambition d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de participer aux efforts d'économie d'énergie consentis dans le cadre des enjeux de réduction de la facture énergétique ;

Le Conseil Communautaire du 11 février 2020 s'est fixé en conséquence pour le RLPI un certain nombre d'objectifs déclinés en 12 orientations qui sont les suivantes :

Orientations Générales communes aux publicités et aux enseignes

- 1- Exiger une qualité de matériel et d'entretien pour tous les dispositifs et assurer une meilleure insertion des dispositifs,
- 2- Protéger les espaces paysagers dans les secteurs agglomérés,
- 3- Créer un itinéraire touristique sans publicité ni scellé au sol traversant d'est en ouest les communes urbaines de Mont de Marsan et Saint-Pierre du Mont,
- 4- Fixer des horaires d'extinction pour tous les dispositifs éclairés,

Orientations pour la publicité

- 5- Interdire la publicité dans les centres villes et cœurs de bourg, dans les zones naturelles en agglomération, et en zone résidentielle,
- 6- Limiter la densité en zones d'activités économiques et commerciales,
- 7- Réduire les formats publicitaires scellés au sol à 10,50 m² au lieu de 12 m²,
- 8- Laisser une liberté sur le mobilier urbain publicitaire,
- 9- Autoriser et encadrer la publicité numérique dans la zone d'activité,

Orientations pour les enseignes

- 10- Réduire l'impact des scellés au sol en distinguant les scellés publicitaires des scellés des enseignes par la diminution des formats à 8 m² pour les enseignes et un dimensionnement sous forme de totem,
- 11- Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en application de la charte des enseignes de Mont de Marsan en cœur de ville, zones paysagères, zones résidentielles et zones hors agglomération,
- 12- Limiter l'utilisation des clôtures et des enseignes en toiture.

7- CONCERTATION

7-1 Modalités de la concertation

Conformément aux articles L153-11, L103-2 et L103-3 du code de l'Urbanisme, les modalités de la concertation ont été définies lors du Conseil Communautaire du 8 mars 2017 ayant prescrit l'élaboration du RLPI. Elles consistent en :

- l'organisation de réunions publiques pour présenter l'avancement du projet de RLPI,
- la mise à disposition d'un registre, au Pôle Technique de l'Agglomération pour recueillir toutes les observations des personnes intéressées,
- l'information sur l'avancée du projet de RLPI via le journal et le site internet de l'Agglomération,
- la réunion de la Commission Développement de l'Agglomération lors des différentes phases de l'élaboration du RLPI,
- la participation des personnes publiques associées mentionnées à l'article L132-7 et L132-9 du code de l'urbanisme,
- la participation des services de l'Etat conformément à l'article L132-10 du code de l'urbanisme,
- le recueil de l'avis de toute personne, organisme ou association compétents conformément à l'article L581-14-1 du code de l'Environnement,

- la consultation à leur demande des associations, des personnes publiques et des organismes mentionnés aux articles L132-12 et L132-13 du code de l'urbanisme.

7-2 Bilan de la concertation

Le bilan de la concertation a été présenté et effectué lors de la réunion du Conseil Communautaire du 7 décembre 2020 au cours duquel a été présenté et approuvé le projet de RLPI.

Ce bilan a fait l'objet d'un document figurant dans le dossier administratif joint au dossier d'enquête publique.

Informations faites au public

- 1 article dans 3 numéros du journal de l'Agglomération
- 1 publication sur le site Internet de l'Agglomération à 4 reprises
- documents consultables à la Mairie de Saint-Pierre du Mont et à la Direction des Pôles Mutualisés de Mont de Marsan Agglomération et Mont de Marsan consultables sur le site Internet de Mont de Marsan Agglomération :
 - diagnostic du RLPI
 - délibération prescrivant le RLPI
 - orientations du RLPI
 - calendrier prévisionnel du RLPI
- moyens d'expression
 - cahier d'observations à l'accueil de la Mairie de Saint-Pierre du Mont et à la Direction des Pôles Techniques Mutualisés de Mont de Marsan Agglomération et Mont de Marsan (3 observations reçues et traitées).
 - une adresse mail dédiée (1 observation reçue et traitée)
 - courriers adressés au Président de l'Agglomération (1 observation reçue et traitée)

Réunions publiques sur le projet de RLPI

- 2 réunions : jeudi 10 octobre 2019 (23 personnes) Mairie de Mont de Marsan
mardi 22 octobre 2019 (15 personnes), Médiathèque de Mont de Marsan

Observations reçues par écrit

- communication du projet pour avis aux personnes publiques associées et organismes compétents, à leur demande, conformément aux articles des Codes de l'Urbanisme et de l'Environnement
- élaboration au cours de la réunion du 14 novembre d'une ébauche de plan de zonage et du règlement en concertation avec les associations, les professionnels et

les organismes compétents en matière de publicité, la Direction Départementale des territoires et de la Mer des Landes ;

Commentaire :

Au vu du document produit, le commissaire enquêteur considère que les actions de concertation ont été conformes en tous points aux modalités définies lors du Conseil Communautaire du 8 mars 2017.

**8- REPONSES APORTEES PAR LA COLLECTIVITE AUX OBSERVATIONS
EMISES PAR LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES ET CONSULTEES**

Comme il a été indiqué au § 7, le pétitionnaire a consulté au titre de l'article L.581-14-1 du Code de l'Environnement, la Commission Départementale en matière de nature, de paysage et de sites (CNDPS) et au titre des articles L.132-12 et 13 les personnes publiques associées et les organismes et associations compétentes.

Parmi les personnes publiques associées (PPA) :

- la CNDPS a donné un avis favorable sur le projet de RLPI,
- le Conseil Départemental, les communes de Mont de Marsan et Saint-Pierre du Mont, Mazerolles ont formulé des remarques et donné un avis favorable.
- la DDTM a formulé un certain nombre de remarques mais n'a pas émis d'avis,
- le Ministère des armées qui n'a pas fait de remarque.

Parmi les personnes publiques consultées (PPC), la Société AFICION, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), la société JCDecaux et la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ont formulé des observations qui pour la plupart ont été reformulées dans le cadre de l'enquête publique.

Observations Paysages de France

L'Association Paysages de France conseil de la SEPANSO Landes a fait parvenir dans le cadre de cette consultation un mémoire de 9 pages qu'il aurait été justifié de retransmettre en tant qu'observation dans le cadre de l'enquête publique. Elle donne un avis défavorable sur l'ensemble du projet Elle dénonce trois contre-vérités :

- la publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et aux gestionnaires de transport de disposer gratuitement d'abri-voyageurs,
- l'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme,
- les panneaux de grand format sont indispensables pour la viabilité des messages.

Le projet de RLPI présente de réelles avancées compromises par des mesures regrettables : mobilier urbain supportant de la publicité numérique, même en zone

résidentielle, des panneaux de grand format en zone 5, des publicités numériques de grand format, des enseignes murales hors norme.

Il faut assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement. Prendre pour critère hiérarchisant la qualité supposée des lieux conduit inéluctablement à aggraver la situation dans certains quartiers les moins bien lotis de ce point de vue et donc de favoriser les inégalités au lieu de les réduire.

Les publicités scellées au sol et sur mur ont des formats incompatibles avec une protection de l'environnement.

Il faut interdire la publicité numérique en vue de pallier les conséquences environnementales.

Les bâches de chantier constituent une pollution à grande échelle ou les réglementer en surface.

L'omniprésence de la publicité sur mobilier urbain pollue l'espace public et est antinomique de son embellissement. La publicité numérique sur mobilier urbain constitue une faute majeure, de même que l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

Enseignes

La surface des enseignes sur façade est démesurée

Des enseignes lumineuses sont détournées, à des fins publicitaires, il faut imposer leur extinction de 1h après la fermeture à 1 h après.

Il faut interdire enseignes scellées au sol sont sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la vie publique.

Traitement des observations et des préconisations

Toutes les observations ou préconisations ont été traitées par le pétitionnaire Certaines d'entre elles ont recueilli un avis favorable, d'autres un avis défavorable. Il s'est par ailleurs engagé à étudier certaines propositions

Le commissaire enquêteur a pris connaissance des réponses apportées par le pétitionnaire sur chaque observation.

Il considère qu'il est nécessaire d'indiquer les réponses apportées par le pétitionnaire aux observations de l'association Paysages de France recueillies dans le cadre de la concertation

Pour les observations qui relèvent de sa compétence, le pétitionnaire a apporté les réponses suivantes :

Sur les points négatifs du projet de RLPI, il est indiqué que ce projet a cherché à réduire la publicité et améliorer la qualité et les dimensions des dispositifs publicitaires et des enseignes. Un équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie doit être trouvé.

Concernant la diminution de la surface et de la densité des dispositifs, le pétitionnaire répond que la surface a été un peu diminuée et que les règles de densité sont beaucoup plus contraignantes que dans le RNP.

Concernant la limitation des lumineux et l'interdiction des numériques, le projet de RLPI va dans le sens d'une diminution par rapport au RNP mais pas dans celui d'une interdiction pour les numériques.

Les réductions ou interdictions proposées (publicité scellée au sol, publicité murale, publicité numérique) sont trop restrictives. Le projet de RLPI a proposé des réductions.

La règlementation de la surface des bâches publicitaires est une proposition à étudier.

Le mobilier urbain est limité à 2 dispositifs par tranche de 10 000 habitants.

Limiter les informations municipales au côté de l'axe principal de circulation a une influence mineure sur l'environnement.

Concernant les enseignes, les propositions sont trop restrictives pour la visibilité des commerces.

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture à 1 h avant l'ouverture est à étudier.

Concernant l'interdiction des enseignes scellées au sol, le projet de RLPI a sensiblement réduit leur nombre pour les enseignes.

9- VISITE DES LIEUX

Le commissaire enquêteur s'est déplacé sur l'agglomération pour se rendre compte des infractions décrites dans le rapport de présentation.

Il s'est rendu plus spécialement aux endroits où le zonage a fait l'objet d'observations: boulevard d'Alingsas, boulevard Antoine Lacaze, avenue Clémenceau.

10- CONTENU DU PROJET

Le projet a pour objet d'établir le Règlement Local de Publicité Intercommunal de Mont de Marsan Agglomération qui consiste à établir des règles communes sur les 18 communes de l'Agglomération de Mont de Marsan conformément aux objectifs et orientations rappelées au § 6.

Pour cela, il définit un zonage comportant 5 zones géographiques, chacune d'entre elles ayant une spécificité concernant la nature de ses activités et son environnement.

Pour chacune de ces zones, le projet définit un règlement en matière de publicité et d'enseignes permettant d'intégrer les dispositifs de façon à limiter les pollutions visuelles de jour et de nuit.

Le projet de RLPI a été adopté lors de la réunion du Conseil Communautaire de Mont de Marsan Agglomération du 7 décembre 2020.

Il a été précisé que la mise en conformité sur le terrain après approbation du règlement est de 2 ans pour les publicités et 6 ans pour les enseignes

11- COMPOSITION DU DOSSIER

Le dossier constitué du rapport de présentation du RLPI a été établi par la Direction des Pôles Techniques de Mont de Marsan Agglomération. Conformément à l'article R.581-72, il comprend :

- un diagnostic qui

. recense les dispositifs en infraction avec le Règlement National de Publicité (RNP)

. identifie les lieux et immeubles où la publicité est interdite

. recense les enjeux architecturaux et paysagers du territoire

. identifie les espaces nécessitant un traitement spécifique

- les orientations et objectifs en matière de publicité extérieure

- les choix, règles et motifs de délimitation des zones retenues et les documents graphiques associés.

Un dossier administratif est joint à ce rapport de présentation. Il comprend entre autres le bilan de la concertation, les délibérations relatives au lancement et à l'arrêt du RLPI, les avis des personnes publiques associées (PPA) ainsi que ceux des associations et des personnes publiques consultées (PPC).

12- OBSERVATIONS RECUEILLIES

12-1 Déroulement de l'enquête

Durant les permanences du commissaire enquêteur, aucun événement particulier n'est à signaler.

12-2 Nombre d'observations enregistrées

5 observations ont été enregistrées.

4 qui émanaient de publicitaires sont parvenues soit par messagerie électronique ou

courrier.

Le commissaire enquêteur a reçu un particulier qui a déposé son observation sur le registre.

Deux représentants des publicitaires UPE et JCDecaux, Emilie BOULIN et Régis FOURET, sont venus présenter leurs observations au commissaire enquêteur.

Commentaire : Le commissaire enquêteur fait le constat de la faible participation du public à l'enquête publique.

Il note que l'information sur la tenue de l'enquête publique a été convenablement faite et que ce sont essentiellement les professionnels de la publicité qui ont émis des observations.

On aurait pu s'attendre à ce que les particuliers qui hébergent des publicités qui sont supprimées dans le projet et qui donc verront leurs indemnités supprimées auraient fait des observations. A l'exception d'un d'entre eux, cela ne s'est pas produit.

On peut aussi supposer soit que le projet suscite un consensus du public, soit qu'il apparaît fortement technique dans ses dispositions réglementaires.

12-3 Contenu des observations

Le contenu des observations a fait l'objet d'un rapport de synthèse (cf. document annexe) remis par le commissaire enquêteur au pétitionnaire représenté par Mme de Tausia, Directrice adjointe des Pôles Techniques Mutualisés au cours d'une réunion qui s'est tenue dans les locaux du Pôle Technique Mutualisé le jeudi 14 octobre 2021.

Le pétitionnaire était invité à remettre un mémoire en réponse au plus tard le 29 octobre 2021.

Le pétitionnaire a adressé au commissaire enquêteur son mémoire en réponse par courrier daté du jeudi 21 octobre 2021 (cf. document annexe).

On trouvera ci-après chaque observation, la réponse du pétitionnaire et le commentaire du commissaire enquêteur.

12-3-1 Observations de l'UPE (Union de la Publicité Extérieure) (n° L2)

ARTICLE DG1

Observation 1:

Supprimer la disposition « Cependant les dispositifs publicitaires autres que ceux autorisés dans le présent règlement ne sont pas autorisés ».

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : la collectivité ne souhaite pas voir d'autres dispositifs publicitaires se développer sur le territoire. Le RLPI restreint donc la publicité aux seuls dispositifs explicités dans le RLPI

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG2

Observation 2 :

La publicité est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Proposition d'application du règlement national de publicité (RNP) et des dispositions applicables pour les communes de moins de 10 000 habitants qui n'appartiennent pas à une unité urbaine de plus de 100 000habitants :

- format 4 m²
- scellés au sol interdits

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : les communes de moins de 10 000 habitants sont situées dans des zones rurales. La préservation du cadre de vie et de l'environnement est une volonté forte dans ces secteurs.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG2

Observation 3 :

Supprimer la disposition « La publicité est interdite sur le domaine public à l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain ».

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE sur la suppression de l'interdiction de la publicité dans le domaine public.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLES DG5 et DG6- Dispositifs publicitaires muraux, dispositifs publicitaires scellés au sol ou directement installés au sol hors mobilier urbain

Observation 4 :

Suggestion : Un seul format de dispositif (dispositif publicitaire mural et dispositifs publicitaires scellés au sol ou intégrés sur le sol hors mobilier urbain) : format d'affiche 8 m², avec un format maximum du dispositif à 10,50 m².

Cette proposition est conforme à la fiche du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire du 18 octobre 2019.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : Volonté de réduire la taille du format des publicités murales afin de protéger le patrimoine bâti

Commentaire :

Le commissaire enquêteur comprend la réponse du pétitionnaire en ce qui concerne la publicité murale. L'argumentation développée ne s'applique pas aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou intégrés sur le sol hors mobilier urbain.

ARTICLE DG6

Observation 5 :

Supprimer la disposition : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou directement installés sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation jusqu'à une distance de 5 m de ces façades. »

A défaut suggestion de la remplacer par : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5 m de ces façades ».

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : La collectivité n'a pas à distinguer une façade qui abrite une entrée principale d'une entrée secondaire. La règle doit être la même quel que soit le type d'entrée.

Commentaire ;

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG6

Observation 6 :

Dans le but d'une continuité d'offre limitant les investissements, nous souhaiterions conserver ces aménagements d'éclairage, et donc d'autoriser des éléments de débord.

Nous proposons la disposition suivante :

« Lorsqu'il existe, l'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelle que soit leur forme sont interdits. »

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : La collectivité souhaite intégrer l'éclairage à l'intérieur du dispositif pour limiter l'impact visuel du dispositif global dans son environnement.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG6- Passerelles

Observation 7 :

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : L'impact visuel des passerelles même repliées est négatif sur l'environnement et le cadre de vie. La collectivité reste donc opposée à ce type d'implantation. La sécurité, la santé du travail et les mesures d'organisation concerne les afficheurs et non la collectivité. Il a été recensé 3 passerelles fixes sur le territoire dont une qui est située en zone naturelle. Le retrait des 3 dispositifs publicitaires concernés est donc mineur en terme d'impact économique pour les afficheurs

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG8- Publicité lumineuse et numérique (en dehors de celle supportée par le mobilier urbain)

Observation 8 :

Suggestion de voir appliquer pour les dispositifs non éclairés ou éclairés par projection et transparence un unique format d'affiche maximum à 8 m², format du dispositif à 10,50 m².

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : Volonté de réduire la taille du format des publicités murales. Le règlement devra tout de même préciser la règle pour les dispositifs muraux éclairés. Il sera rajouté la taille de 8 m² pour les dispositifs muraux éclairés. Le format 10,50 m² s'applique uniquement au scellé au sol.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte au pétitionnaire de sa volonté de réduire la taille du format des publicités.

- L'article DG5 devrait préciser qu'il s'applique aux dispositifs muraux éclairés ou non.

- Le domaine d'application de l'article DG8 devrait être précisé :

- . agglomération de plus de 10 000 habitants,
- . affiches éclairées par transparence scellées au sol ou installées directement sur le sol.

ARTICLE DG9- Publicité de petit format

Observation 9:

Sous réserve des interdictions prévues par l'article L581-4 du code de l'environnement, un RLPI n'a pas compétence pour restreindre les conditions d'implantation de l'affichage de petit format (inférieur ou égal à 1 m² par baie).

Demande d'appliquer les dispositions du Règlement National de Publicité s'agissant de l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : La superficie de la publicité de petit format respectera le RNP.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ZONAGE

Remarque liminaire

Le plan au format PDF annexé au dossier d'enquête publique souffre d'un manque de lisibilité, notamment vis-à-vis des limites de zone. Il est demandé le versement d'un plan de qualité supérieure au document transmis pour une bonne application à l'avenir pour l'ensemble des parties prenantes.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : Une amélioration du plan sera effectuée sur le plan avec une accentuation des limites de zonage.

Observation 10 :

Demande d'intégration en zone 5-A de la partie du boulevard d'Alingsas n'intégrant pas la voie verte.

Demande d'intégration en zone 5-A de la partie gauche sortie ville du boulevard d'Alingsas.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : le boulevard Antoine Lacaze ne correspond pas à une zone naturelle et paysagère mais ne correspond pas à une entrée de ville. Aussi cette zone sera reclassée en zone 4 résidentielle.

Le boulevard d'Alingsas ouest n'est pas une entrée de ville. Nous le passerons en zone 4 résidentielle mais pas en zone 5-A.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 5.2.1

ZONE 5-A

Observation 11 :

Une règle de densité imposant un linéaire minimal de 40 m pour implanter un dispositif publicitaire est déjà en soi pour une zone d'axe une disposition très contraignante.

Suggestion pour une application simple et sans risque interprétatif de supprimer la règle d'inter-distance d'au moins 200m

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : La règle d'inter-distance de 200 m entre chaque panneau sera supprimée.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 5.2.1 Densité des dispositifs publicitaires

ZONE 5-A

Observation 12 :

Dans un souci du respect des règles concurrentielles et afin de limiter ainsi toute insécurité juridique, suggestion d'une règle de densité particulière pour les dispositifs numériques basée sur le linéaire de façade sur rue en présence.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : sur la suppression d'un quota et la création d'une règle de densité.

Nouvelle règle proposée : « Dans les unités foncières dont le linéaire de façade sur la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 100 m et inférieur à 300m, un dispositif numérique est admis. Au-delà de 300 m linéaire de façade ouverte à la circulation publique, un dispositif numérique supplémentaire sera admis ».

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 5.2.1

ZONE 5-B

Observation 13 :

Il conviendrait que le projet tienne compte des seuils de population dans l'établissement des dispositions règlementaires.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : la commune de Saint-Pierre du Mont a atteint 10 203 habitants au recensement 2019. Cette population millésimée 2019 devrait entrer en vigueur au 1^{er} janvier 2022. Aussi il est proposé de délibérer sur l'approbation du RLPI début 2022. En outre, le secteur du centre commercial du Grand Moun, situé hors agglomération est classé en zone 5B. il bénéficie de la dérogation de l'article L.581-7 du Code de l'Environnement qui s'applique « à proximité immédiate des centres commerciaux » et qui autorise la publicité.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 5.2.1

ZONE 5-C

Observation 14 :

Une règle de densité imposant un linéaire minimal de 40 m pour implanter un dispositif publicitaire est déjà en soi pour une zone d'axe une disposition très contraignante.

Suggestion de supprimer la règle d'inter-distance

Réponse du pétitionnaire:

AVIS DEFAVORABLE : Cette règle est conservée afin d'éviter la concentration des dispositifs publicitaires et mettre un terme à certaines installations successives sur des petites unités foncières.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

DOMAINE FERROVIAIRE EN GARE

Observation 15 :

Pour les dispositifs de la gare qui seraient potentiellement soumis au code de l'environnement, les règles pourraient être les suivantes :

- maintenir des dispositifs doubles (côte à côte et double face)
- aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : le RLPI n'a pas prévu de règles restrictives pour la publicité dans les gares. Ainsi le RNP s'applique. Les publicitaires sont donc libres d'appliquer la règle qu'il propose.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

12-3-2 Observations de JCDecaux (n° L3)

ARTICLE DG7

Observation 1 :

Insérer une levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain, pouvant être rédigée comme suit :

« Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre nécessaire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé sur l'ensemble des secteurs liés à l'article L581-8 du code de l'environnement. »

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : il est proposé de lever l'interdiction relative de publicité sur le mobilier urbain sauf pour la publicité lumineuse autre que celle rétroéclairée par transparence sur mobilier urbain et la publicité numérique apposée sur le mobilier urbain. Une levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité s'appliquera en zone 4 à l'égard du mobilier urbain et en zone 5 quel que soit son support.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 3.2.1

Observation 2 : Publicité supportée par le mobilier urbain

« Le mobilier urbain supportant de la publicité est autorisé (suppression) sous réserve de respecter les dispositions générales. (suppression) »

La publicité lumineuse rétroéclairée par transparence sur mobilier urbain est autorisée (suppression). Tout autre mobilier urbain lumineux est interdit »

Nota : Il est important de rappeler que, pour qu'elle soit effective, la levée d'interdiction relative de publicité doit nécessairement être établie au RLPI de façon postérieure à l'établissement du dit périmètre d'interdiction.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : compte-tenu que le périmètre Monument Historique est passé à 500 m, l'interdiction relative est levée pour le mobilier urbain sauf pour la publicité lumineuse autre que celle rétroéclairée par transparence sur mobilier urbain et la publicité numérique apposée sur le mobilier urbain. ». Le mobilier urbain supportant de la publicité est autorisé sous réserve de respecter les dispositions générales . Toutefois, en zone d'interdiction relative, la publicité lumineuse autre que celle rétroéclairée par transparence sur mobilier urbain et la publicité numérique apposée sur le mobilier urbain est interdite.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG7

Observation 3 : Contraintes d'implantation du mobilier urbain

Suppression de la règle « d'inter-distance » de 200 m entre les mobiliers urbains publicitaires prévue à l'article DG7 du RLPI.

Réponse du pétitionnaire :

La collectivité souhaite qu'il n'y ait pas de mats porte affiches à proximité des abris de bus supportant de la publicité come c'est le cas sur certains sites de la commune. La rédaction de l'article DG7 pourra être revue en ce sens.

AVIS FAVORABLE : la règle d'inter-distance de 200 m entre les mobiliers urbains sera supprimée. Cependant une distance d'au moins 50 m devra être respectée entre les mobiliers urbains à compter (du ou des) pied(s) du panneau ou de l'abri sauf entre deux abris installés aux arrêts de bus.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Observation 4 : Publicité supportée par le mobilier urbain

Suppression de l'alinéa 3 de l'article DG7du RLPI afin de préserver les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE :la collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Observation 5 : -Mobilier urbain numérique

Suppression du dernier alinéa de l'article DG7 et autoriser en toutes zones le mobilier urbain numérique, sous réserve des dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : La collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité et limiter les dispositifs numériques qui ont un fort impact sur l'environnement.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Coquilles rédactionnelles

- En zone 2, contradiction entre l'article 2.2 (2.2.1) p 16 et le tableau p 5 concernant la publicité apposée sur les abri bus qui est autorisée.
- En zone 4, l'article 4.2.1 concernant la publicité lumineuse et numérique sur mobilier urbain est en contradiction avec le tableau 7
- En zone 3, il n'y a pas cohérence entre l'article 3-2 et l'article 3-2-1 concernant la publicité lumineuse

Réponse du pétitionnaire :

Le tableau de synthèse sera remis à jour et l'article 3-2 sera corrigé pour être conforme à l'article 3-2-1

[12-3-3 Observations du Groupe COCKTAIL VISION \(n° L4\)](#)

ARTICLE DG8

Observation 1 : Erreur manifeste d'appréciation concernant la publicité numérique

Le projet de RLPI affiche une considération tout à fait singulière.

Il indique que les dispositifs de publicité numérique peuvent générer des problèmes de sécurité routière. La luminosité, le positionnement et les dimensions doivent être réglementés afin de limiter la gêne des automobilistes.

L'article DG8 limite la surface des publicités : limitation à 10,50 m² maximum encadrement compris pour les affiches éclairées par transparence, limitation à 6 m² encadrement compris pour le numérique.

Le projet de RLPI règlemente l'extinction des dispositifs lumineux ou numérique entre 23h00 et 7h00.

Dans le cadre de l'élaboration du RLPI, le Groupe COCKTAIL VISION considère qu'il y a une erreur manifeste d'appréciation concernant la publicité numérique.

Réponse du pétitionnaire :

Dans le RLPI arrêté le 7 décembre 2020 et en particulier son rapport de présentation, il n'existe aucune référence à la sécurité routière.

AVIS DEFAVORABLE : la dimension des panneaux numérique restera fixée à 6 m². Il est rappelé que le RNP prévoit une taille de 8 m² donc déjà inférieur aux affiches éclairées par transparence qui sont autorisées jusqu'à 12 m². Aussi le RLPI est plus restrictif que le RNP afin de limiter la pollution lumineuse. L'extinction nocturne quant à elle s'applique à l'ensemble des dispositifs lumineux et numériques.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur note que le rapport de présentation indique que les dispositifs lumineux peuvent générer des problèmes de sécurité routière. Néanmoins, la réponse du pétitionnaire est en cohérence avec les objectifs affichés pour le projet de RLPI.

ARTICLE DG2

Observation 2 : Illégalité de la publicité dans le domaine public

L'article DG 2 du projet de RLPI précise que la publicité est interdite sur le domaine public à l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain.

Rien ne justifie cette disposition appliquée à l'ensemble du domaine public, qui doit être supprimée.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : il est proposé de réintroduire la publicité sur le domaine public en zone 5, seule zone ouverte à la publicité. Cependant une distance de 50 m devra être respectée entre chaque dispositif à compter du pied du panneau.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE 5.2.1

Observation 3 : Illégalité des règles de densité

Un avis défavorable est émis concernant le maintien de ces règles de densité dans la zone 5 car d'une part, elles procèdent de l'erreur de droit tant l'enjeu en termes de

densité n'est pas la longueur du linéaire de tel ou tel terrain d'assiette mais l'inter-distance entre les dispositifs et, d'autre part, elles font peser sur les professionnels de l'affichage du numérique des contraintes disproportionnées eu égard aux enjeux en termes de protection du cadre de vie identifiable dans la zone 5.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE sur la suppression de la règle d'inter-distance de 200 m entre chaque dispositif. Toutefois, la distance de 50 m entre chaque panneau à compter du pied du panneau ou du panneau mural est conservée sur une même unité foncière.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG8

Observation 4 : Illégalité de la règle limitant la surface de la publicité numérique à 6 m² ;

Cette règle empêche de positionner le numérique en concurrence avec l'affichage traditionnel papier. Elle n'est pas acceptable et le Groupe COCKTAIL VISION demande à l'Agglomération de s'en tenir sur le principe à la règle nationale de 8 m² de surface prévue par l'article R.581-14 du Code de l'environnement.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : le RLPI a réduit le format à 6 m² au lieu de 8 m² dans le RNP dans un objectif d'intégration des dispositifs dans leur environnement. Compte-tenu du fort impact des dispositifs publicitaires numériques sur le cadre de vie et l'environnement, les règles du RLPI sont restrictives mais n'en interdisent pas l'implantation.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Observation 5 : Erreur manifeste d'appréciation concernant la fixation des zones 2 et 4

Dans le projet de RLPI, le boulevard Antoine Lacaze est classé zone 2, zone naturelle et paysagère et l'avenue Georges Clémenceau en zone 4, zone résidentielle, Ce zonage est déconnecté de la réalité des enjeux en termes de protection du cadre de vie qui y sont identifiables. Ces 2 zones constituent des zones industrielles et commerciales et ne peuvent être classées en zones 2 et 4.

Réponse du pétitionnaire ;

AVIS DEFAVORABLE : en effet, le boulevard Antoine Lacaze ne correspond pas à une zone naturelle et paysagère. Aussi cette zone sera reclassée en zone 4 résidentielle. Le boulevard Lacaze et l'avenue Clémenceau sont majoritairement en

zone résidentielle. Ils ne sont ni des zones commerciales et ne correspondent pas à des entrées de ville. Ils sont limitrophes du centre-ville. Ces deux avenues seront donc classées en zone 4.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Observation 6 : Préjudice des acteurs de la publicité numérique au bénéfice des professionnels du mobilier urbain

Le projet de RLPI traduit une discrimination au préjudice des annonceurs numériques et au seul bénéfice des fournisseurs de mobilier urbain en autorisant, qui plus est, sans limite de surface la publicité numérique sur le mobilier urbain en zone 4 et zone 5 et sur les abri bus en zone 2.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : le RNP fait une distinction entre la publicité numérique et la publicité numérique supportée par le mobilier urbain. La publicité numérique supportée par le mobilier urbain ne supporte la publicité qu'à titre accessoire. Le RLPI prévoit une limitation des messages publicitaires à 50% de la totalité de la diffusion ce qui n'est pas le cas des dispositifs publicitaires. Par ailleurs, la publicité numérique supportée par le mobilier urbain a des formats inférieurs à ceux de la publicité numérique de 2 m² pour les mâts porte-affiches et jusqu'à 4,50 m² pour les abri bus (RNP).

Commentaire :

Le commissaire enquêteur, tout en donnant acte au pétitionnaire sur le sens de la réponse, trouve que la dernière partie devrait être complétée.

En premier lieu, les différents dispositifs constituant le mobilier urbain ne sont pas décrits, et le mât porte-affiches qui est évoqué dans la réponse n'est jamais cité dans le règlement. De ce fait, il est difficile, faute de référence de comprendre les écarts de surface évoqués entre les différents types de publicité numérique.

Par ailleurs, certaines notions devraient être ajoutées dans la partie glossaire et définitions : publicité numérique, mobilier urbain, porte-menu, enseigne numérique, enseigne à faisceau rayonnement laser, publicité lumineuse rétro-éclairée.

ARTICLE DG8

Observation 7 : Dispositions relatives à la plage d'extinction nocturne

Le projet de RLPI doit s'en tenir par principe, à la règle nationale des extinctions entre 1h et 6h du matin et en tout état de cause, ne prévoit une extension de la plage horaire d'extinction des publicités que dans les secteurs dans lesquels elle est potentiellement justifiée par les enjeux effectifs de protection du cadre de vie.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS DEFAVORABLE : les communes ont mis en place des extinctions nocturnes pour l'éclairage public pour préserver l'environnement et la biodiversité. L'agglomération souhaite s'harmoniser avec ces règles d'extinction.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

ARTICLE DG6

Observation 8 : Intégration des panneaux photovoltaïques (article DG 6)

Introduire un alinéa dans cet article dont la rédaction pourrait être la suivante : « Ces dispositions ne sont pas opposables aux équipements intégrés aux dispositifs publicitaires et dédiés aux gestions différenciées de l'énergie mobilisée pour le fonctionnement des panneaux (photovoltaïques...) qui ne sont par ailleurs, pas pris en compte dans le calcul de la surface des dispositifs. »

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE mais uniquement sur les panneaux photovoltaïques : « Ces dispositifs ne sont pas opposables aux équipements intégrés aux dispositifs publicitaires et dédiés aux gestions différenciées de l'énergie mobilisée pour le fonctionnement des panneaux photovoltaïques qui ne sont par ailleurs, pas pris en compte dans le calcul de la surface des dispositifs ».

12-3-4 Observations AFICION Publicité (n° L1)

Observation 1 : le linéaire imposé de 40 m et inter-distance de 200 m

Cette disposition est tout à fait ingérable quant à savoir qui doit déposer son panneau lorsque les dispositifs sont déjà en place.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE sur la suppression de la règle d'inter-distance de 200m entre chaque dispositif.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

Observation 2 : les panneaux Leclerc dans la zone 5 qui sont visibles hors agglomération et ne respectent pas le Règlement National de Publicité.

Réponse du pétitionnaire :

AVIS FAVORABLE : le secteur du centre commercial du Grand Moun situé hors agglomération est classé en zone 5-B. Il bénéficie de la dérogation L.581-7 du code de l'Environnement qui s'applique « à proximité immédiate des centres commerciaux » et qui autorise la publicité.

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

12-3-5 Observation de l'indivision Saint Sevin Mont-de-Marsan (n° O1)

Lors des négociations pour la création du Boulevard Simone Veil, la mairie avait acté que cette nouvelle voie intégrerait le RLPI. Etant propriétaire entre la RD634 et l'avenue Robert Caussèque jusqu'à « Landes Partage », est-il possible d'implanter des panneaux publicitaires sur nos parcelles (lieu-dit « Champigny ») ?

Réponse du pétitionnaire :

Le RNP définit les limites d'agglomération ainsi : L'agglomération se définit comme l'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 (art. R.110-2 du code de la route). Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. Chaque commune a défini les limites de la zone agglomérée. Le plan et les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération sont annexés au RLPI (art R-581-18 du code de l'environnement).

Hors agglomération, les dispositifs publicitaires sont interdits sauf dans les périmètres institués par les RLP(i) à proximité des établissements des centres commerciaux exclus de toute habitation conformément à l'article L.581-7 du CE et en fonction des conditions fixées par l'article R 581-77 alinéa 3. Aussi dans ce cas, seules les parcelles BC 191 à BC 102 sur l'avenue de Morcenx et de BC 102 à BC 186 sur l'avenue Caussèque sont en zone agglomérée. Il est à noter que ces parcelles sont situées en zone 4. Seul le mobilier urbain supportant de la publicité est autorisé sur cette zone. Toute autre forme de publicité est interdite

Commentaire :

Le commissaire enquêteur donne acte de sa réponse au pétitionnaire.

13- CONCLUSIONS ET AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Dans un document séparé, le commissaire enquêteur formule ses conclusions et exprime un avis sur le projet présenté en enquête publique.

Fait à MUGRON, le 5 novembre 2021

Le commissaire enquêteur

Bernard SALLES