

**Département du Tarn**  
**Communauté d'agglomération**  
**De L'Albigeois**

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

INTERCOMMUNAL (RPLI)

**ENQUÊTE PUBLIQUE**

DU 13/11/2019 au 13/12/2019

**RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**

**AVIS ET CONCLUSION**

Commissaire enquêteur : Jean-Paul JAUDON

# Sommaire

## TITRE 1 RAPPORT DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

1. Généralité.....	4
1.1. Préambule.....	4
1.2. Objet de l'enquête.....	4
1.3. Cadre juridique de l'enquête.....	5
1.4. Composition du dossier d'enquête.....	5
2. Nature et caractéristiques du projet.....	7
2.1. Diagnostic du RLP actuel.....	7
2.2. Les paysages et leur préservation.....	7
2.3. Les problématiques à aborder.....	8
2.4. Les orientations du RLP.....	8
2.5. Les choix retenus.....	9
3. Organisation préparation et exécution de l'enquête.....	11
3.1. Organisation et préparation de l'enquête.....	14
3.2. Exécution de l'enquête.....	12
4. Observations du commissaire enquêteur.....	12
4.1. Le déroulement de l'enquête.....	12
4.2. Le dossier d'enquête.....	13
5. La concertation :.....	13
5.1. Les modalités de la concertation.....	15
5.2. Les questions posées :.....	13
5.3. Points abordés de façon récurrente :.....	13
6. Observations des PPA et des PPC.....	14
7. Observations du public.....	16
8. Procès verbal de synthèse.....	19

## **TITRE 2 CONCLUSION ET AVIS MOTIVE**

1. Présentation du dossier .....	27
2. Objet de l'enquête	
2.1. Dossier d'enquête .....	27
2.2. Avis du commissaire enquêteur sur le dossier présenté .....	28
3. L'enquête publique.....	29
4 La concertation.....	32
5. Observations des PPA et des PPC , les réponses apportées par le porteur projet, l'avis du commissaire enquêteur.....	30
6. Observations du public .....	31
7. Analyse du projet.....	34
8. Conclusion.....	35
9. Avis motivé.....	37

## **TITRE 3 DOCUMENTS ANNEXES**

# 1. Généralité

## 1.1. Préambule

La communauté d'Agglomération de l'Albigeois constituée de la commune d'Albi et de 15 communes de sa périphérie compte 81 000 habitants en 2016.

Son territoire concentre des emplois administratifs, liés au commerce et au service avec un secteur sanitaire et social très développé.

Son pôle universitaire attire de très nombreux étudiants souvent originaires des départements voisins.

Grâce à la cité Episcopale classée Site Patrimonial remarquable par l'UNESCO protégée par un plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV), elle séduit de nombreux touristes.

Elle a donc décidé de se doter d'un règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI). Les règlements locaux dont s'étaient dotés les communes d'Albi, Le Séquestre et Lescure d'Albigeois étant caducs en 2020 sauf modification de la loi.

Le code de l'environnement en son article L581-14 stipule que ce règlement local de publicité doit définir plusieurs zones où va s'appliquer une réglementation plus restrictive que les prescriptions du Règlement National.

## 1.2. Objet de l'enquête

Par délibération en date du 27 mars 2017 la communauté d'agglomération de l'Albigeois s'est engagée dans l'élaboration d'un règlement Local de Publicité intercommunal sur la totalité de son territoire.

L'objet de l'enquête a pour but d'informer le public du projet du règlement local de publicité et de lui faire connaître les conditions et lieux où la publicité sera acceptable, ainsi que de recueillir ses observations ou contre-propositions.

Il convient, sur ce dernier point de rappeler que les réglementations spéciales en vigueur à la date de publication de la loi 2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à la révision ou modification pour une durée maximale de 10 ans à compter de cette date ; elles doivent être révisées selon la même procédure que les PLU. Faute d'avoir été révisées ou modifiées, les compétences en matière de police de la publicité seront exercées par le Préfet.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal :

<i>1 Fixe des prescriptions relatives :</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aux publicités</li><li>• Aux pré-enseignes dérogatoires</li><li>• Aux enseignes</li></ul>
<i>2 Adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière :</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• D'emplacement, de densité, de surface, de hauteur et d'entretien</li><li>• D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique</li><li>• De type de dispositifs autorisés</li><li>• De publicité et enseignes lumineuses</li></ul>
<i>3 Etablit des prescriptions spécifiques selon un zonage préalablement déterminé.</i>	

### 1.3. Cadre juridique de l'enquête

L'arrêté du 21 octobre 2019 définit les modalités de mise en place de l'enquête.

Le projet est soumis au cadre général suivant :

- Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), complétée par le décret du 30 janvier 2012,
- Article L581-14 à L581-14-3 et R581-72 à R581-80 du code de l'environnement concernant le règlement local de publicité,
- Article L153-11 à L153-21 et R153-3 à R153-21 du code de l'urbanisme,
- Article L153-1 et suivants et les articles R123-1 et suivants du Code de l'environnement concernant la procédure d'enquête publique.

### 1.4. Composition du dossier d'enquête

Ce dossier a été réalisé par la communauté d'agglomération de l'Albigeois.

---

Le projet de RLPI comprend :

*Le bilan de concertation*

*Tome 1 : Rapport de présentation (73 pages comprenant 5 chapitres)*

- Le territoire de l'agglomération albigeoise

- Contexte juridique général du RLPI
- Diagnostic de la publicité et enseignes
- Orientation du RLPI et objectifs de la collectivité
- Explications des choix retenus.

*Tome 2 : Règlementation relative à la publicité (21 pages)*

Le champ d'application :

- Toutes zones
- Zone patrimoniales ZP1 et 2
- Zone urbaine ZU1, 2 et 3
- Zone naturelle en espace agglomérée ZN
- Zone du domaine ferroviaire ZDF
- Zone abord de la rocade ZR
- Zone blanche ZB

*Tome 3 : Règlementation relative aux enseignes (16 pages)*

Le champ d'application

- Toutes zones
- Zone patrimoniale pour les enseignes ZPe
- Zone tampon ZTe
- Zone centre-ville ZCVe
- Zone activité ZAe
- Zone urbaine et en diffus ZUDe

*Plan de zonage enseignes*

*Plan de zonage publicité*

*Annexe 1 : arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération*

*Les avis des PPA (Personnes publiques associées) :*

*Chambre d'agriculture du Tarn*

*Etat, DREAL, DDT 81 et ABF*

*SCOT*

*Commune de Lescure d'Albigeois*

*CODENAPS*

*Mémoire en réponse aux observations des PPA et des PPC.*

---

Actes administratifs

*Mesure de publicité*

*Délibération n°2017 032 Prescription RLPi*

*Délibération n°2017 096 Arrêt Bilan Concertation*

*Délibération n°2017 097 Arrêt du projet*

*Arrêté n°2019 040 enquête publique RLPi*

Tout le dossier était à disposition du public, pendant toute la durée de l'enquête sous forme papier dans les mairies des 16 communes et au siège de la communauté d'agglomération de l'Albigeois, et sur le site internet : [www.grand-albigeois.fr](http://www.grand-albigeois.fr)

## 2. Nature et caractéristiques du projet

Le présent chapitre n'est pas le résumé du dossier présenté à l'enquête publique, mais fait ressortir les points et les enjeux qui paraissent les plus importants.

Tous les éléments cités ci-après sont extraits du rapport de présentation.

L'article L581-3 définit les publicités, enseignes et pré-enseignes :

- ° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, forme ou image étant assimilées à des publicités ;
- ° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'exerce ;
- ° Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

### 2.1. Diagnostic du RLP actuel

Un inventaire sur les secteurs représentatifs des publicités pré-enseignes et enseignes a été réalisé en 2018/2019.

624 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire intercommunal. Il s'agit essentiellement de publicités scellées ou installées au sol. Certaines (5%) sont non-conformes.

Les évolutions apportées par la loi ENE et son décret permettent de renforcer les sanctions de non-conformité notamment financières.

### 2.2. Les paysages et leur préservation

Il est important de se référer au plan paysage et de prendre en compte les enjeux repérés en 2016. Dans les centres bourgs la qualité architecturale et paysagère doit être préservée.

Ont été identifiées quatre types de paysage :

*La plaine du Tarn  
Le plateau Cordais  
Les collines de l'Albigeois  
Le ségala*

Tous présents sur la communauté d'agglomération.

### 2.3. Les problématiques à aborder

Le RLP a permis d'engager une réflexion en cohérence avec les ambitions de classement UNESCO de la ville d'Albi sur :

*Les dispositifs lumineux et numériques  
Encadrer les enseignes en zone d'activité  
Réduire la densité publicitaire sur les axes structurantes  
Préserver le site patrimonial remarquable de la ville d'Albi*

A partir de ces problématiques la communauté d'agglomération de l'Albigeois a défini des objectifs visant à l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure, de la qualité paysagère des différentes zones et à la protection du site remarquable patrimonial d'Albi.

### 2.4. Les orientations du RLPi

A partir de ces objectifs la communauté s'est fixé les orientations suivantes :

*Valoriser le patrimoine du site remarquable en limitant ou interdisant la publicité.  
Réglementer en zone d'activité les enseignes scellées ou posées au sol.  
Encadrer les enseignes en ville hors zone patrimoniale.  
Limiter et encadrer l'impact de la publicité et des pré-enseignes en renforçant la règle de densité publicitaire notamment le long des axes structurants.  
Préserver les zones ou quartier où la publicité est peu présente ou même absente.  
Privilégier l'implantation de dispositifs qualitatifs.*



## 2.5. Les choix retenus

Le règlement local de publicité intercommunal définit des **zones** où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

- **La ZP** : Zone patrimoniale ZP1 ET ZP2

-La ZP1 couvre le site patrimonial d'Albi, périmètre identifié par l'UNESCO secteur sauvegardé et la zone tampon. Elle prend aussi en compte les abords des monuments historiques (100m). Toutes publicités ou pré-enseignes y sont interdites.

-La ZP 2 correspond au secteur patrimonial identifié dans le PLUi

- Lescure d'Albigeois (Tour de l'horloge)
- Arthes et Saint Juery (Saut du Sabo)
- Castelnau de Levis (La tour du gué)
- Denat (l'église)

Pour Albi ce périmètre correspond au périmètre de nombreux sites classés ou interdits, aux monuments historiques par exemple le château de Bellevue, l'église de Rayssac ou le pont vieux. Sont aussi dans cette zone certains axes avec des perspectives sur la cathédrale et ayant pour rôle d'entrées de ville à savoir la route du capitaine Julia, l'avenue Albert Thomas et l'allée du Jude.

Le RLPi propose de tolérer deux types de publicité dans cette zone :

*Sur le mobilier urbain sous réserve que la surface de la publicité soit limitée à 2 m<sup>2</sup>.*

*Sur bâche lors des chantiers sous condition « d'harmonie » et d'acceptation par la mairie et l'architecture des Bâtiments de France.*

Sur les 3 axes précédemment cités la publicité murale est autorisée. Les véhicules terrestres utilisés ou équipés en support publicitaires sont interdits sur la zone ZU. Le zonage ZU est défini à partir du zonage PLUi dans l'espace aggloméré. Les règles communes sont :

*Publicité sur mobilier urbain permise*

*Publicité numérique interdite.*

- **La ZU** : zone urbaine

Trois zonages sont institués :

*-Zone ZU1 ou zone urbaine à plus de 10 000 habitants.*

C'est la zone d'Albi qui n'est pas en zone ZP. La publicité murale et scellée au sol sont admises avec une taille moyenne des panneaux de 8 m<sup>2</sup> et un seul dispositif par unité foncière et façade linéaire de 20 m.

La publicité sur mobilier urbain et sur bâche de chantier est autorisée dans les mêmes conditions qu'en ZP 2.

-Zone ZU 2, ce sont les entrées de ville d'Albi, sont concernées :

- Avenue de Saint Juery
- Route de Millau
- Route de Castres
- Avenue François Verdier
- Route de Terssac
- Avenue du Colonel Teyssier
- Avenue Dembourg
- Route de Cordes

Sont appliquées les mêmes règles que sur le reste de la ville d'Albi mis à part la façade de l'unité foncière passe de 20 m à 30 m.

- 
- **Zone ZU 3**, villes de moins de 10 000 habitants.

Ce sont les zones agglomérées des villes et villages hors Albi et hors ZP2.

La publicité scellée au sol est interdite seule la publicité murale est permise à hauteur de 2 dispositifs de 4 m<sup>2</sup> par unité foncière et la publicité sur bâche de chantier.

- 
- **La ZN** (zone naturelle)

Défini par le PLUI c'est le patrimoine naturel et paysager de l'agglomération dénué de tout de dispositif publicitaire.

- 
- **La ZDF** (Zone du domaine ferroviaire)

Situé dans la ville d'Albi concerne les voies ferrées en activité ou désaffectées. En ZP1 et ZP2 la publicité y est interdite. Elle est admise ailleurs à hauteur d'un dispositif par unité foncière, le nombre total de dispositifs scellés au sol est limité à 12.

- 
- **La ZR** (zone rocade)

Comprend l'ensemble de la rocade hors ZP2 et ZN. La publicité existe et est admise, avec une surface limitée à 8 m<sup>2</sup> par panneau et 15 panneaux visibles de la rocade.

- 
- **La ZB** (zone blanche)

Elle est constituée par tout le reste du territoire non couvert par les autres zones. Toutes publicités y est interdite sauf pré-enseignes dérogatoires au sens du code de l'environnement et de pré-enseignes temporaires installées hors agglomération.

## 3. Organisation préparation et exécution de l'enquête

### 3.1. Organisation préparation de l'enquête

- 
- Désignation du commissaire enquêteur

Sur la demande de Madame la Présidente de la communauté d'agglomération de l'Albigeois, Monsieur Florian Jazeron magistrat délégué du tribunal administratif de Toulouse a désigné Monsieur Jean Paul Jaudon pour conduire la présente enquête publique par ordonnance n° E19000204/31 en date du 07 octobre 2019.

- 
- Préparation de l'enquête

Le 17/10/2019 à la remise du dossier au siège de la communauté le commissaire enquêteur à échangé avec Mr Raysseguier Denis chargé de mission a la communauté d'agglomération de l'Albigeois sur les modalités de l'enquête, le contenu du dossier mis à disposition du public, la rédaction du contenu de l'arrêté d'ouverture de l'enquête ainsi que de l'avis de publicité.

La date d'enquête sont fixées du 13 novembre 2019 au 13 décembre 2019.

Le 06 novembre 2019 Mr Raysseguier a organisé une rencontre avec Mr Jean-Yves Puyo, conseil technique de la communauté d'agglomération de l'Albigeois sur ce dossier. Ce dernier m'a été présenté sur le plan technique avec entre autres définition des termes utilisés dans ce domaine à savoir publicité pré-enseignes, enseignes ou mobilité urbain.

Il m'a aussi expliqué le zonage et sa répartition en zones patrimoniales (ZP), zone urbaine (ZU), zone naturelle (ZN), domaine ferroviaire (ZDF), zone rocade.(ZR), zone blanche (ZB).

Les permanences du commissaire enquêteur sont ainsi fixées :

- Le mercredi 13 novembre 2019 de 9h à 12h
- Le jeudi 28 novembre 2019 de 9h à 12h
- Le vendredi 13 décembre 2019 de 14h à 17h.

Elles se sont tenues dans les locaux de la communauté d'agglomération au siège de l'agglomération albigeoise.

En plus de la version papier le dossier est consultable par voie dématérialisée.

Toutes les pièces du dossier ont été accessibles sur le site [www.grand.albigeois.fr](http://www.grand.albigeois.fr) mis à disposition pour recevoir les observations du public. Les contributions recueillies par voie électronique ont été consultables sur cette même page.

L'arrêté de mise à l'enquête publique a été pris sur ces bases le 21/10/2019 en conformité avec l'article R123.9 de l'environnement.

Le 13 novembre 2019 au début de la première permanence le commissaire enquêteur a ouvert le registre d'enquête présent à la communauté d'agglomération. Tous les autres registres d'enquête distribués dans les différentes

communes (16) de l'agglomération avaient été parafés le 06 novembre par moi-même et ont aussi été ouverts le 13 novembre 2019 à 9H.

### 3.2. Exécution de l'enquête

---

#### °Publicité et informations du public

L'avis au public a fait l'objet de quatre insertions dans la presse locale :

La Dépêche du 25/10/2019 et du 15/11/2019

Le Tarn libre du 25/10/2019 et du 15/11/2019.

Cette enquête publique a fait l'objet d'un affichage à compter du 25/10/2019 plus de 15 jours avant le début de l'enquête et jusqu'à la fin de celle-ci le 13 décembre 2019 sur les panneaux affectés à cet objet de la communauté d'agglomération de l'Albigeois et des 16 communes en faisant partie.

L'avis d'enquête était également disponible sur le site internet de la communauté d'agglomération de l'Albigeois.

---

#### °Clôture de l'enquête

Conformément à l'article 11 de l'arrêté du 21/10/2019 la clôture des registres a été faite par le commissaire enquêteur à l'expiration du délai de l'enquête.

## 4. Observations du commissaire enquêteur

### 4.1. Le déroulement de l'enquête

L'enquête publique s'est déroulée de manière satisfaisante dans le plus grand calme sans aucun incident.

La publicité dans les journaux, l'arrête de mise à l'enquête et les affichages de l'avis de mise à l'enquête ont été réalisés conformément à la réglementation en vigueur. La salle mise à disposition convenait parfaitement en termes de discrétion et d'accueil.

La participation du public a été faible, on constate des taux similaires pour les autres enquêtes. C'est un sujet qui, très souvent mis à part la location de sols, ne génère pas de réactions individuelles, c'est un sujet de cadre de vie souvent défendu par des associations. Le nombre de consultations du site montre que l'enquête a été suivie : 151 visites dont 141 visiteurs différents.

Les conséquences économiques supportées par les entreprises de publicité les ont amenées à faire des observations pendant la durée de l'enquête.

## 4.2. Le dossier d'enquête

L'avis sur la composition du dossier sera donné dans la deuxième partie du rapport au chapitre 2 : avis et conclusions.

## 5. La concertation :

C'est une démarche qui vise à associer la population aux prises de décision. Elle s'est déroulée du 27 mars 2017 au 02 juillet 2019 sous différentes formes :

*Informations sur le site internet.*

*Mise à disposition du registre permettant de formuler des observations ou propositions.*

*Publication dans « La Dépêche » le 15 juin 2019*

*Organisation de réunions techniques et ateliers avec les professionnels et PPA ou PPC, préfecture et DDT.*

Les modalités de la concertation ont bien été prises en compte conformément au dispositif de l'article L.103.2 du code de l'urbanisme et à la demande définie dans la délibération de prescription du 27 mars 2017.

Le bilan de concertation a permis de traiter les points suivants.

### Les questions posées :

*Attractivité des commerces*

*Gestion de la « petite » publicité banderole (drapeau, totem)*

*Intégration du RLP déjà mis en place par la ville d'Albi*

*Nouvelles demandes et stratégies actuelles en matière de communication.*

### Points abordés de façon récurrente :

*Format 8 m<sup>2</sup>*

*Publicité numérique*

*Enseignes numériques*

*Équité entre l'implantation du mobilier et les dispositifs publicitaires*

*Nécessité d'avoir un règlement précis, compréhensible et réalisable.*

## 6. Observations des PPA et des PPC

### Observations des PPA et des PPC et les réponses apportées par le porteur projet

Les différentes personnes publiques associées ou consultées auxquelles le dossier avait été transmis (et présenté en réunion) avaient trois mois pour faire connaître leur avis dans la limite de leurs connaissances propres faute de quoi celui-ci était réputé favorable. La date limite de réponse était donc à la fin du mois d'octobre avant le début de l'enquête publique.

Les avis ou observations faites ont été les suivantes :

#### ❖ **ABF Architecte des Bâtiments de France**

*Avis favorable, précise toutefois que le RLPi doit être en accord avec la loi du 7 juillet 2016.*

*Le porteur de projet se conformera aux nouvelles dénominations issues de cette loi.*

#### ❖ **DDT Direction Départementale du Territoire**

Prend acte de ce projet qui répond aux points qu'il a soulevé, notamment la forte diminution des grands formats en entrée de ville.

Regrette l'absence d'un bilan du RLP existant.

Le porteur de projet rappelle que seul Albi dispose d'un bilan qui pourra être annexé au RLPi avec un accord de la ville au préalable.

Précise qu'interdire de façon générale les dispositifs de type publicité numérique est contraire à la réglementation réglementaire.

Le porteur de projet reprendra cette disposition dans le règlement en se conformant à la réglementation.

Précise qu'il faut interdire en zone rocade (ZR) l'installation de dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol visible d'une voie publique externe située hors agglomération.

Le porteur de projet propose de supprimer cette disposition dans son règlement.

Dit qu'il faut tenir compte de l'encadrement pour les dispositifs lumineux de 8m<sup>2</sup> (et non 10).

Le porteur de projet en tiendra compte.

Précise que les pré-enseignes peuvent déroger à l'interdiction de publicité dans certains cas limités.

Le porteur de projet rappelle les règles et complètera le RLPi.

Rectifie le texte du rapport « enseigne tome 3 » sur l'extinction des lumières de 22h à 6h et non de 1h à 6h lorsque l'activité a cessé.

Le porteur de projet valide et pourra l'étendre aux mobiliers urbains.

Rappelle que pour les agglos de < 10000 habitants maximum 1 enseigne scellée au sol le long de chaque voie.  
Le porteur de projet valide

Propose un tableau récapitulatif des prescriptions particulières.  
Le porteur de projet valide et le proposera

#### ❖ **Etat / Préfecture**

Valide le projet et rappelle que le règlement ne peut interdire de façon générale les dispositifs de type publicité numérique et enseigne en toiture.  
*Le porteur de projet reprendra cette disposition conformément à la réglementation.*

#### ❖ **DREAL Direction Régionale Environnement Aménagement Logement**

Valide le projet, fait la même remarque que la Préfecture sur la publicité numérique.

Demande l'autorisation d'enseignes sur certains secteurs,  
*Le porteur de projet précisera les lieux concernés*

Propose d'interdire 15 dispositifs scelles au sol visibles de la rocade  
*Le porteur ce projet prend acte et proposera la suppression de cette disposition dans son règlement et précise que les panneaux actuels sont illégaux.*

Demande la soumission des mobiliers urbains au même régime d'extinction, déjà évoqué par la DDT

Demande si la publicité murale sera autorisée ou non dans les axes avec vue sur la cathédrale et ayant un rôle d'entrée de ville et estime que la micro publicité en ZP1 ne doit pas être réintroduite.

*Le porteur de projet examinera ces propositions après l'enquête publique.*

#### ❖ **Chambre d'Agriculture du Tarn**

Avis favorable, même observation que la DDT sur les supports temporaires en zone blanche.

#### ❖ **SCoT –Schéma de Cohérence Territoriale**

Avis favorable, demande d'identification graphique de la zone tampon (ZT) dite « Ecrin autour de la cité Episcopale » identifiée au Plan Paysage et reprise dans le PADD du PLUi.

Le porteur de projet indique que ce sera rajouté sur les cartes de zonage.

#### ❖ **Les Communes**

Seule la commune de Lescure d'Albi a répondu favorablement par écrit.  
Les 15 autres communes sont favorables de façon tacite.  
Valide le projet.

## ❖ CoDeNaPS – Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites.

Se pose la question de l'avenue du Colonel Tessier à considérer en ZP1 ou ZP2. Le porteur de projet précise que cette avenue n'est pas dans l'axe de vue de la cathédrale.

Revient sur l'interdiction de la publicité aux abords de la rocade.

Pour la rocade même réponse que pour la DDT et la DREAL.

Se pose également la question du double rideau voie ferrée et propriété privée route de Castres.

L'avis du commissaire enquêteur sur l'ensemble de ces observations et des réponses de la collectivité sera donné dans la partie 2 : Avis et conclusions.

## 7. Observations du public

Le commissaire enquêteur a reçu au cours de la deuxième et de la troisième permanence Mrs Bernard Rolland et Didier Brunet de la société Futuris. Leur contribution sera accompagnée d'un dossier qu'ils m'ont remis et qui sera notifié dans le PV de synthèse.

Seront aussi intégrés au PV les dossiers produits par la société JCDecaux et les associations UPE et SNPE déposés sur le site internet mis à disposition de l'enquête par le porteur de projet. La société JCDecaux a aussi envoyé ce même dossier accompagné de 2 pages d'introduction par lettre recommandée avec AR en date de départ au 12 décembre 2019.

## 8. Procès-verbal de synthèse

### Réponses de la communauté d'agglomération de l'Albigeois et commentaires du commissaire enquêteur

Le commissaire enquêteur a choisi de présenter chacune des observations en référence à la société ou à l'association qui l'a émise et dans le même ordre, certaines étant liées entre elles.

#### 1- Société JC Decaux

**1-1 Alerte la communauté** sur les risques liés à l'intégration de contraintes à l'égard du mobilier urbain publicitaire au sein d'un RPLi. Sa spécificité doit être garantie.

En conséquence recommande le rajout dans le préambule de la partie « dispositions communes à l'ensemble des zones » sous partie 3, prescriptions communes du RLPi du texte suivant :



La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi.

---

- La CA de l'albigeois : cette demande sera examinée au regard de la doctrine qui s'applique au mobilier urbain sans toutefois remettre en cause l'économie générale du document.

- Le CE : demande que soit clarifié le règlement définissant l'installation du mobilier urbain dans le cas général et son adaptation dans les zones.

**1-2 Rappelle la possibilité** de réintroduire de la publicité sur du mobilier urbain en ZP1 et 2, abords de monuments historiques ou site patrimonial remarquable sous réserve d'avis favorable de l'ABF et de la validation des emplacements sur le domaine public par la ville.

En conséquence recommande de modifier l'article ZP 1.4 comme suit : La publicité apposée sur mobilier urbain demeure autorisée dans les secteurs prévus à l'article L.581-8 I du code de l'environnement sous réserve du respect des articles R .581-42 à R.581-47 du code de l'environnement.

---

- La CA de l'albigeois : Le cœur historique d'Albi est reconnu patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2010 et préservé grâce au dispositif « Site Patrimonial Remarquable » depuis 1993. De plus, l'interdiction d'implantation de mobilier urbain dans les secteurs patrimoniaux est une disposition déjà présente dans le RLP d'Albi. Ainsi, compte tenu de l'engagement de la ville d'Albi afin de protéger ses secteurs patrimoniaux, il n'est pas opportun d'ouvrir ces secteurs à l'implantation de mobilier urbain.

- Le CE : fait la même remarque que sur le point 1-1. Il signale, comme le porteur de projet que le RLP d'Albi interdisait déjà la publicité apposée sur le mobilier urbain en ZP1.

## 2- SNPE (Syndicat National de la Publicité Extérieure)

**2-1 Formats des panneaux publicitaires (Art P1)** : Pour un dispositif de 8 m<sup>2</sup> la surface totale moulures et mécanismes compris peut atteindre de 10.5 à 11 m<sup>2</sup>.

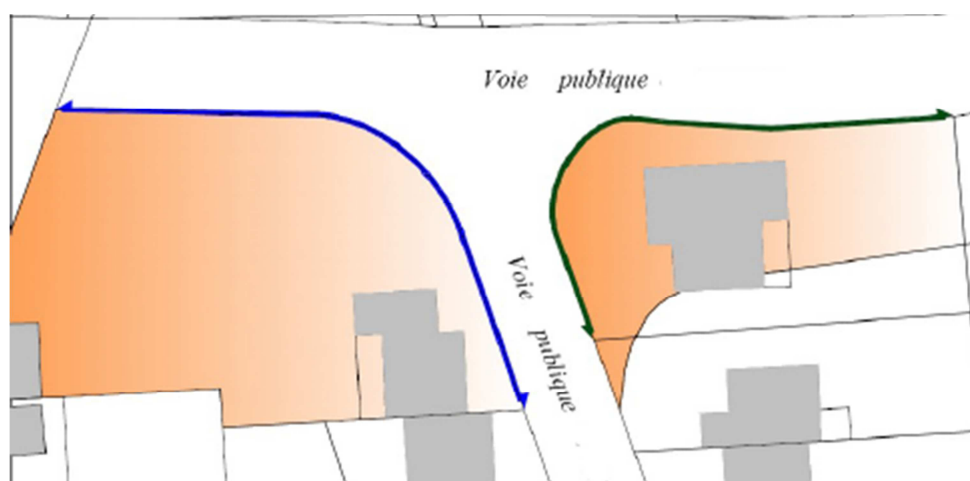
En conséquence pense qu'il conviendrait d'autoriser des dispositifs jusqu'à 10.5 m<sup>2</sup> afin de permettre le maintien des mobiliers sous vitres garants d'une meilleure qualité esthétique et d'une meilleure intégration dans le cadre urbain.

- 
- La CA de l'albigeois : Le règlement actuel d'Albi est établi selon une surface unitaire d'affichage de 8m<sup>2</sup> et d'un dispositif, moulure inclus, de 10m<sup>2</sup>.
  - Le CE : Le RLP d'Albi avait rendu obligatoire un format de dispositif de 8m<sup>2</sup> et de 10m<sup>2</sup> encadrement compris. Il ne doit pas être remis en cause.

**2-2 Linéaires de façades (Art P 12)** : Conteste, arguments juridiques à l'appui, le calcul de la longueur proposé par le RLPi de la communauté d'agglomération de l'Albigeois dans le cas d'une unité foncière bordant plusieurs voies ouvertes à la circulation.

En conséquence demande que l'article P12 soit retiré.

- 
- La CA de l'albigeois : Compte tenu des éléments juridiques portés par la SNPE, la règle qui sera proposée reprendra les dispositions présentées dans le RLP d'Albi selon les schémas ci-dessous. Elle sera alors portée aux dispositions communes du règlement de publicité (Tome 2).





### 3- FUTURIS

**3-1 Linéaires de façades (Art P 12) :** La longueur des façades sur les unités foncières de plus de 80m et les angles de rue demande à revenir à la règle du RLP Albi

En conséquence demande :d'autoriser 2 dispositifs scellés au sol si le linéaire de façade mesure plus de 80m en ZU2

De prendre en compte l'addition de deux cotés en angles de rues en ZU 1 et ZU 2.

- 
- La CA de l'albigeois: Cette revendication s'appuie sur les dispositions portées actuellement dans le RLP d'Albi, dans la zone dite « Entrée de ville ». C'est bien dans ce secteur que le parcellaire offre des possibilités de poses. En ce sens, il serait donc opportun d'autoriser l'implantation de deux panneaux espacés de 30 mètres minimum, sur des unités foncières possédant un linéaire de façade supérieur à 80 mètres.
  - Le CE : Cette demande acceptée par le porteur du projet a très peu d'impact sur le nombre de dispositifs publicitaires.

De prendre en compte l'addition de deux cotés en angles de rues en ZU 1 et ZU 2.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°2.2
  - Le CE : même réponse qu'au point n°2.2

**3-2 Dispositif publicitaire mural :** ne valide pas le retrait de 0.50m de toute arête du mur pour des raisons esthétiques.

En conséquence demande que l'Art P 8 soit supprimé.

- 
- La CA de l'albigeois : La collectivité va examiner si ce principe peut s'appliquer uniquement sur les nouveaux dispositifs. Auquel cas, cette disposition sera ajoutée aux dispositions communes du règlement de publicité (Tome 2). Et dans la négative, cette notion de recul sera supprimée.
  - Le CE : pour les nouveaux dispositifs le retrait de 0,50m sera plus esthétique, pour les anciens la trace restera ou devra être reprise (crépis, peinture...) sauf si le dispositif déjà établi peut rester.

**3-3 Façades aveugles:** le démontage du deuxième dispositif laissera des traces inesthétiques sur le mur.

En conséquence demande de pouvoir maintenir deux dispositifs à condition de ne pas dépasser 30% de la surface totale de la façade.

---

- La CA de l'albigeois : Le règlement autorise un seul dispositif de 8m<sup>2</sup> ou deux de 4m<sup>2</sup>. En ce sens, cette disposition est bien conforme aux attentes du requérant.

- Le CE : approuve et pense qu'elle est dans l'esprit du RLPi de la communauté d'agglomération de l'Albigeois.

**3-4 Hauteur maximum de 6m** par rapport au terrain naturel. Porter cette hauteur en rapport à la chaussée la plus proche est une mesure qui nuirait à l'esthétique.

En conséquence demande de revenir à une hauteur de 6m par rapport au terrain naturel.

---

- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°4.2

- Le CE : même réponse qu'au point n°4.2

#### 4- UPE (Union de la Publicité Extérieure)

**4-1 Nouveaux secteurs agglomérés:** Le RLPi précise que les nouveaux secteurs agglomérés seront intégrés à la zone de publicité urbaine directement contiguë. C'est une mesure non validée par l'UPE, une zone d'activité pourrait être créée et ne pas relever de ce régime juridique.

En conséquence demande que cette disposition soit supprimée.

---

- La CA de l'albigeois : Cette disposition sera reprise de manière à préciser que les zones agglomérées futures seront soumises au RNP dans l'attente de la révision du RLPi afin de modifier le zonage et ainsi y intégrer les nouveaux secteurs agglomérés.

- Le CE : la modification de cet article va dans le sens de l'adaptation du RLPi.

**4-2 Hauteur maximum de 6m** par rapport au terrain naturel : porter cette hauteur en rapport à la chaussée la plus proche est une mesure qui nuirait à l'esthétique notamment suite à des travaux de voirie.

En conséquence demande que la hauteur maximale soit de 6m par rapport au sol d'implantation ou de 7m par rapport à la voie de circulation.

- 
- La CA de l'albigeois : Il est opportun de retenir cette proposition qui permet de moduler les hauteurs en fonction des contraintes du terrain naturel et de la chaussée.
  - Le CE : le projet de règlement proposé est difficile à respecter ; sa nouvelle rédaction simplifiera le lieu de pose, permettant une meilleure visibilité tout en améliorant l'esthétique.

**4-3 Couleurs des dispositifs (Art P 14)** : Dans le règlement la couleur préconisée est le gris souris, pour des raisons de différenciation les opérateurs doivent pouvoir maintenir ou évoluer.

En conséquence demande à pouvoir recourir à des couleurs neutres et que soit autorisées des versions métallisées ou des encadrements en inox chromé.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°2.3
  - Le CE : même réponse qu'au point n°2.3

**4-4 Formats des panneaux publicitaires (Art P1)** : Pour un dispositif de 8 m<sup>2</sup> la surface totale moulures et mécanismes compris peuvent atteindre jusqu'à 10.5 m<sup>2</sup>.

En conséquence demande d'autoriser des dispositifs jusqu'à 10.5 m<sup>2</sup> afin de correspondre aux standards nationaux de professionnels de l'affichage et donc de modifier l'article P 1.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°2.1
  - Le CE : même réponse qu'au point n°2.1

**4-5 Dispositif publicitaire mural** : Les surfaces de ces dispositifs s'entendent toujours en termes de surface unitaire d'affichage pour l'ensemble du RLPi de la communauté d'agglomération.

En conséquence demande de :

- modifier l'article ZP2.2 en précisant qu'il s'agit de la surface unitaire d'affichage conformément à l'article P1.

- 
- La CA de l'albigeois : Il est opportun de retenir cette proposition qui permet de préciser la disposition ZP2.2.
  - Le CE : la surface unitaire d'affichage doit être la même comme précisé dans l'article P1. En accord.

- et de prévoir un standard uniforme cadre compris de 10.5m<sup>2</sup> en lieu et place de 8.m<sup>2</sup> pour cette zone de prévoir un standard uniforme.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°2.1
  - Le CE : même réponse qu'au point n°2.1

**4-6 Dispositif publicitaire** peut être scellé au sol ou installé directement sur le sol : Les surfaces de ces dispositifs s'entendent toujours en termes de surface unitaire d'affichage pour l'ensemble du RLPi de la communauté d'agglomération

En conséquence demande :

- de modifier les articles ZU1.2, ZU 1.3, ZU 2.2, ZU 2.3 et ZDF.2 en précisant qu'il s'agit de la surface unitaire d'affichage conformément à l'article P1 du projet de règlement.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°4.5
  - Le CE : même réponse qu'au point n°4.5

- de prévoir un standard uniforme cadre compris de 10.5m<sup>2</sup> en lieu et place de 8.m<sup>2</sup> pour ces zones.

- 
- La CA de l'albigeois : Cf. réponse au point n°2.1
  - Le CE : même réponse qu'au point n°2.1

**4-7 Densité publicitaire ZU1.1 et ZU2.1**: Les dispositifs publicitaires sont admis uniquement sur les murs aveugles de bâtiment à l'article ZU1.1 et ZU2.1

En conséquence comprend qu'il n'y a pas de limite de linéaire concernant les dispositifs implantés sur support mural.

- 
- La CA de l'albigeois : Compte tenu des potentialités qui restent faibles sur des parcelles possédant un mur aveugle, nous n'imposons pas de minimum de linéaire de façade.
  - Le CE : cette mesure ne modifie pas l'état d'esprit du RLPi.

**4-8 Densité publicitaire ZDF.1**: L'inter distance entre dispositifs ne tient pas compte des coupures de voies routières ou ferroviaires.

En conséquence propose de compléter le texte de cet article avec la mention suivante : « aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée ».

- 
- La CA de l'albigeois : Se pose ici la problématique du panneau référent qui va guider et imposer le recul sur les autres panneaux. En effet, les linéaires routiers et ferrés sont déjà équipés en dispositifs publicitaires. En ce sens, il n'est donc pas opportun d'imposer une inter-distance à respecter entre 2 dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par voie ferrée.
  - Le CE : pense que la solution se trouve dans une limitation des panneaux en zone ZDF quand elle vient en complément d'une autre zone, inscrite dans le RLPi de la communauté d'agglomération de l'albigeois. Ce cas se pose concrètement route de Castres.

**4-9 Domaine ferroviaire** : L'article ZDF.3 précise un seul type de matériel monopied ; les emplacements ou les positionnements peuvent demander des matériels différents.

En conséquence demande l'autorisation de pouvoir implanter des matériels différents dans l'ensemble de cette zone.



- 
- La CA de l'albigeois : Cette disposition sera examinée afin de permettre une rédaction cohérente avec l'article P.1 des dispositions communes du règlement de publicité (Tome 2).
  - Le CE : la position du pied du panneau n'a pas d'importance à partir du fait que les distances soient respectées.

Un avis général reprenant l'ensemble des réponses du porteur de projet par le commissaire enquêteur sera donné dans la partie « Conclusions ».

**Département du Tarn**  
**Communauté d'agglomération**  
**De L'Albigeois**

ELABORATION  
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL  
(RPLI)

**ENQUÊTE PUBLIQUE**

DU 13/11/2019 au 13/12/2019

**RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**

**AVIS MOTIVE ET CONCLUSION**

**Commissaire enquêteur : Jean Paul JAUDON**

## 1. Présentation du dossier

La communauté d'agglomération de l'Albigeois dans le département du Tarn compte 81800 habitants en 2016. Elle se compose de 16 communes. C'est un territoire facilement accessible grâce à l'autoroute et à la voie ferrée.

La ville d'Albi s'est dotée d'un règlement local de publicité (RLP) en 2009, suivie du Séquestre en 2011. La commune de Lescure dispose d'un RLP beaucoup plus ancien.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 dite loi ENE a refondé les procédures d'élaboration des RLP. Désormais ils sont adossés au PLU et doivent permettre d'homogénéiser les règles et apporter une cohérence dans le traitement des paysages d'un même territoire.

Le RLP intercommunal sera annexé au PLUi. Il se substituera aux règlements locaux de publicité en cours.

## 2. Objet de l'enquête

L'enquête a pour objet d'informer le public du projet de révision du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi), de lui faire connaître les conditions et lieux où la publicité sera acceptable ainsi que de recueillir ses observations ou propositions.

Le RLPi est un document qui régira la publicité, pré-enseignes, d'enseignes de toutes les communes de la communauté d'agglomération de l'Albigeois sachant que jusqu'à ce jour, 3 communes disposent d'un RLP qui pourrait être caduque en juillet 2020 sauf modification de la loi.

### 2.1. Dossier d'enquête

La composition du dossier d'enquête est conforme à l'article R581-72 du code de l'environnement. Il a été mis à disposition du public dans les conditions réglementaires y compris au regard des nouvelles dispositions organisant l'enquête dématérialisée.

Il comprend :

*Un rapport de présentation  
Le bilan de concertation  
Les avis des PPA et PPC  
Les actes administratifs.*

Le rapport de présentation présente le diagnostic, définit les orientations et les objectifs, explique les choix retenus et les motifs de la délimitation des différentes zones à savoir :

*Pour les publicités et pré-enseignes :*

- Zone site patrimonial remarquable ZP1
- Zone secteur patrimoine ZP2
- Zone urbaine+ de 10000 habitants ZU1
- Zone entrée de ville ZU2
- Zone urbaine – de 10000 habitants ZU3
- Zone naturelle en zone agglomérée ZN
- Zone domaine ferroviaire ZDF
- Zone blanche ZB

*Pour les enseignes*

- Zone patrimoniales ZPe
- Zone tampon ZPe
- Zone de centre de village ZCVe
- Zone d'activité ZAe
- Zone urbaine et en diffus ZUDe

## 2.2. Avis du commissaire enquêteur sur le dossier présenté

Le dossier m'a été remis par Mr Denis Raysseguie le 17 octobre 2019.

Sur le plan de la **forme** il comprend toutes les pièces exigées réglementairement à savoir le rapport de présentation, le zonage, le bilan de concertation, les avis des PPA et des PPC et les pièces administratives. Ce rapport est d'une bonne lisibilité générale, bien présenté, sans redondance et pas trop volumineux.

Sur le plan du **fonds** ce dossier propose d'élaborer un règlement local de publicité pour toutes les communes de l'agglomération et améliore celui existant de la commune d'Albi. Il est conforme à la loi et va dans le sens d'une meilleure protection de l'environnement et du visuel proposé par le site patrimonial remarquable d'Albi.

L'enjeu que représente ce patrimoine est parfaitement identifié et a conduit à construire un RLPi plus restrictif que le RLP actuel d'Albi.

### 3. L'enquête publique

Le commissaire enquêteur a été nommé par Mr Florian Jazeron magistrat délégué du tribunal administratif de Toulouse par ordonnance n°E19000204/31 en date du 7 octobre 2019.

Le commissaire enquêteur a assuré 3 permanences.

En plus de la version papier le dossier a été consultable par voie dématérialisée accessible sur l'adresse suivante : [www.grand-albigeois.fr](http://www.grand-albigeois.fr) ⇒ accueil puis ⇒ Compétence ⇒ Urbanisme ⇒ RLPi.

Cette même adresse a recueilli les observations du public visibles par les visiteurs du site.

### 4. La concertation

Celle-ci s'est déroulée du 27 mars 2017 au 2 juillet 2019 sous différentes modalités :

Site internet

Registre

Publications dans les journaux

Organisation d'une réunion publique

Affichages dans les communes et réunions techniques et ateliers.

Elle a permis d'informer le public et les professionnels du nouveau règlement local de publicité intercommunal.

Le porteur du projet a pu répondre aux interrogations suivantes :

-Concilier attractivité commerciale, qualité des paysages et cadre de vie

-Gérer la « petite publicité » drapeaux, totems.

-Intégrer le RLP déjà existant d'Albi.

-Les nouvelles demandes de stratégies commerciales :

-Les formats 8m2 à définir

-La publicité numérique

-L'équité entre implantations de mobilier et dispositifs publicitaires.

La demande était de mettre en place un règlement local de publicité **précis, compréhensible et réalisable.**

#### Avis du commissaire enquêteur

*La concertation a été réalisée selon les mécanismes et règles de droit. Sa durée de deux ans et demi est signe de volonté de discussion et d'information avec le public et les professionnels, les moyens utilisés*

*dans le dernier trimestre étant tout à fait adaptés au débat. Il constate que la phase de concertation préalable a été le lieu d'une participation active.*

## 5. Observations des PPA et des PPC et les réponses apportées par la communauté d'agglomération, Avis du commissaire enquêteur

### 5.1. Observations des PPA et des PPC et les réponses apportées par le porteur projet

Les différentes Personnes Publiques Associées et Personnes Publiques Consultées auxquelles le dossier a été transmis le 2 juillet 2019 avait 3 mois pour faire connaître leur avis faute de quoi celui-ci était réputé favorable. Le compte rendu détaillé est dans le rapport.

### 5.2. Avis du commissaire enquêteur

Le commissaire enquêteur constate que les observations qu'ils ont formulées sont en nombre et argumentées. Cela confirme l'intérêt porté à cette enquête. La procédure a été conforme aux prescriptions réglementaires en vigueur, les PPA et les PPC ont été consultées et ont répondues dans les délais qui leur étaient accordés.

Le commissaire enquêteur :

*pense que la volonté de restriction des dispositifs doit être un objectif commun à tous les décideurs.*

*retrouve dans les avis des PPA le sérieux et l'implication de tous les acteurs liés à ce projet.*

*constate que la phase de concertation préalable a été le lieu d'une participation active.*

## 6. Observations du public,

Au cours des permanences le commissaire enquêteur n'ai reçu que des professionnels de la publicité, le public « citoyen intéressé par la chose publique » n'est pas venu, les affichages et publications ont pourtant été bien respectés. Peut-être est-ce dû une période de concertation assez longue et bien suivie. Ce dossier a tout de même reçu 141 visiteurs différents sur le site internet.

Les demandes des publicitaires ne remettent pas en cause les valeurs portées par ce règlement. Les observations des professionnels, qui dans l'ensemble, valident le RLPi proposé, sont constructives, amènent une plus-value et seront en majorité considérées par le porteur de projet dans le règlement à venir. Très concrètement et en résumé le projet de RLPi ne reviendra pas sur le format actuel des panneaux 8m<sup>2</sup>, diminuera leur nombre dans certaines zones et sera le plus restrictif possible en zones P1, P2 et entrée de ville.

*Le commissaire enquêteur partage les mêmes objectifs qui permettront de protéger le site patrimonial remarquable classé à l'UNESCO générateur de dynamisme économique de la ville d'Albi et de la communauté d'agglomération.*

## 7. Analyse du projet

La réglementation sur la publicité a été instituée en 1970, la loi ENE de 2010 l'a profondément modifiée. Les règlements locaux mis en place aujourd'hui par les collectivités doivent être plus restrictifs que le règlement national.

La communauté d'agglomération de l'Albigeois s'est fixé les objectifs suivants :

*En matière de publicités et de pré-enseignes :*

- Les adapter au contexte et en cohérence avec les ambitions du classement UNESCO de la ville d'Albi.
- Les interdire dans les secteurs naturels (ZN) et patrimoniaux sauvegardés (ZP1)
- Réduire leur impact dans les secteurs patrimoniaux (ZP2)
- Réduire leur impact dans les giratoires
- Dé densifier leurs implantations
- Veiller à la qualité et l'esthétique des dispositifs

- Et interdire la publicité et les pré-enseignes numériques

*En matière d'enseignes :*

- Les adapter au contexte et en cohérence avec les ambitions du classement UNESCO de la ville d'Albi.
- Limiter les enseignes scellées au sol
- Et interdire les enseignes numériques.

Dans la conclusion le projet présenté sera analysé en termes d'avantages et d'inconvénients évalués par chapitre qui vont déterminer l'avis du commissaire enquêteur

## 8. Conclusion

Après une étude attentive et approfondie de l'ensemble du dossier du Règlement Local de Publicité Intercommunal de la Communauté d'Agglomération du Grand Albigeois,

Après deux réunions d'échanges liées à l'organisation de l'enquête avec Mr Raysseguier chargé de mission des politiques territoriales et du RLPI,

Après une présentation du dossier par Mr Puyo Jean Yves conseil technique auprès de la communauté de l'Albigeois,

Après avoir suivi la procédure de l'enquête et assuré les permanences conformément à l'arrêté produit par Mme la Présidente de la communauté d'agglomération de l'Albigeois,

Après avoir retranscrit les observations et courriers du public sur le Procès-Verbal de synthèse et analysé les réponses de la communauté d'agglomération,

Après avoir pris connaissance des réponses apportées par la communauté d'agglomération sur les observations des PPA.

Le projet du RLPI de la communauté d'agglomération de l'Albigeois se présente avec les **avantages et les inconvénients** listés ci-dessous ;

### Avantages :

°Le **zonage est bien défini, validé et accepté** par tous les intervenants notamment les Zones Patrimoniales 1 et 2 et la Zone Tampon.

°La réglementation de la publicité de ce projet s'appliquera aux 16 communes de l'agglomération, il viendra en remplacement du RLPd'Albi et des règlements élaborés par les communes de Lescure d'Albigeois et du Séquestre. Ce **RLPi plus restrictif va clarifier et harmoniser**.



°Les **pouvoirs de gestion** et de police revient aux mairies.

°L'**acceptation sociale de projet**; aucune objection n'ont été formulées de la part des PPA, du public et des professionnels.

°Une **plus-value financière** pour les commerces situés dans les zones P1 et P2 et dans les zones urbaines ; les commerces seront mieux identifiés et plus visibles.

°Un **patrimoine architectural** dit remarquable par son classement à l'UNESCO **mis en valeur** par l'absence de toute publicité ou pré enseignes.

°Un **cadre de vie** pour les habitants **plus agréable**, paysages valorisés et valeur de l'immobilier préservé.

°Une **logique environnementale**, un respect de la nature, pas ou peu de panneaux, pas de pollution visuelle en particulier sur la luminosité et la durée, une consommation d'énergie plus faible.

°Pour les **publicitaires** moins de panneaux moins de densité seront synonymes de **plus d'efficacité**.

°La **sécurité routière** se trouvera améliorée par la réduction du nombre de panneaux sur la rocade et sur les ronds-points.

## Inconvénients :

Même si aujourd'hui les moyens d'information évoluent et se diversifient certains visiteurs ou consommateurs peuvent se considérer privés de **« publicité à l'ancienne »** vantant les événements et expositions locales le patrimoine ou les produits régionaux.

La **réduction du chiffre d'affaire** des publicitaires, des propriétaires de sols disponibles pour la pose de socles sera une réalité, mais le RLP d'Albi l'a déjà réduit et ces entreprises se sont adaptées.

Le **peu de participation du public**, l'individu ne se sent pas concerné directement sur son quotidien. Seuls des groupes défenseurs de valeurs collectives s'expriment souvent et cela n'a pas été le cas.

Le bilan est nettement positif. Le projet du RLPi respecte les objectifs définis par le porteur du projet, la communauté d'agglomération de l'Albigeois à savoir:

- améliorer le cadre de vie de ses habitants
- renforcer l'attractivité des zones patrimoniales et des zones d'activité
- préserver le site remarquable UNESCO
- un RLPi à 16 communes dans l'esprit du RLP d'Albi

## 7. Avis Motivé

### **Constatant que**

- ° L'information du public a été conforme aux textes réglementaires en vigueur
- ° la phase de concertation préalable s'est déroulée telle qu'elle a été décrite dans l'arrêté prescrivant l'élaboration du RLPi
- ° le dossier présenté à l'enquête publique était complet et réglementaire
- ° L'enquête s'est déroulée de façon satisfaisante et sans problème
- ° L'arrêté produit par la communauté d'agglomération du grand Albigeois a été intégralement respecté

### **Considérant que**

- ° Le rapport de présentation traite de manière complète les objectifs et orientations du RPLi,
- ° Le règlement et le zonage sont en conformité avec les décisions du conseil de l'agglomération,
- ° Les enjeux environnementaux sont confortés,
- ° Toutes les observations présentées au porteur de projet par le commissaire enquêteur dans le PV de synthèse ont reçu une réponse détaillée,
- ° Les personnes publiques associées et consultées n'ont pas émis d'objections,
- ° Le nouveau règlement garanti la liberté d'expression des acteurs économiques même s'il en modifie les règles.

## En conséquence

Les objectifs fixés dans la délibération étant atteints et au regard d'un **bilan avantages /inconvénients positif** le commissaire enquêteur donne un **un avis favorable** au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d'agglomérations de l'Albigeois couvrant les 16 communes membres.

Assorti de 2 recommandations :

--réduire le nombre de dispositifs publicitaires sur la route de Castres en zone ZDF pour diminuer la densité liée à la présence de zones différentes ZDF et ZU2 des deux côtés de la route.

--définir clairement pour le mobilier urbain un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique lié à son application à venir.

Etabli à Salmiech le 28/12/2019

Le commissaire enquêteur

Jean Paul JAUDON

# DOCUMENTS ANNEXES

ENQUÊTE PUBLIQUE du 13 novembre au 13 décembre 2019

## **REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE L'ALBIGEOIS**

- N°1 Décision nomination commissaire du 07/10/2019
- N°2 Délibération de la communauté d'agglomération de l'Albigeois du 02/07/2019
- N°3 Arrête de la communauté d'agglomération de l'Albigeois du 21/10/2019
- N°4 Avis d'enquête publique
- N°5 Insertion « Le Tarn Libre » du 25/10/2019
- N°6 Insertion « Le Tarn Libre » du 15/11/2019
- N°7 Insertion « La Dêpeche » du 25/10/2019
- N°8 Insertion « La Dêpeche » du 14/11/2019
- N°9 Procès verbal de synthèse
- N°10 Certificat d'affichage commune d'Albi, exemple  
-16 certificats identiques pour les communes-