urbactis
GÉOMÈTRE-EXPERT BUREAU D'ÉTUDES

ville de fonsorbes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PROCEDURE D'ÉLABORATION INITIALE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE COMMUNAL

2.1

Annexe 1 – Avis des Personnes Publiques Associées

Arrêté par délibération du Conseil Municipal le :

Approuvé par délibération du Conseil Municipal le :

ville de fonsorbes

AVIS DDT

PRÉFET
DE LA HAUTE-
GARONNE

Liberté
Égalité
Fraternité

Courrier arrivé
Le 19 Août 2025
Mairie de Fonsorbes

Direction départementale des territoires

Toulouse, le 19 août 2025

Le préfet de la région Occitanie
préfet de la Haute-Garonne

à

Madame la maire
de Fonsorbes

Objet : Avis de l'État sur le projet de règlement local de publicité (RLP)
Réf : Votre transmission
P.J. : Rapport de la DDT sur le projet de RLP de Fonsorbes
Annexe : observations de l'Union de la publicité extérieure

Préalablement à l'approbation de la loi Engagement national pour la protection de l'environnement, la commune de Fonsorbes disposait d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé en 2002.

La loi 2010-788, du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, imposait aux communes de réviser leur document avant le 13 juillet 2020, délai reporté au 14 juillet 2021, en raison de la crise sanitaire. Le projet de révision initié en 2016 n'ayant pu aboutir, le RLP de 2002 est devenu caduc.

Par délibération en date du 16 janvier 2025, la commune a engagé l'élaboration d'un nouveau RLP afin de répondre aux évolutions législatives et réglementaires et afin de prendre en compte les enjeux de l'économie locale, de la protection des paysages, du cadre de vie. La commune a décidé de poursuivre les objectifs suivants :

- adapter les dispositions prévues par la loi en matière d'emplacement, de densité et de surface ;
- limiter la typologie des dispositifs en fonction des situations et du zonage ;
- fixer l'utilisation des dispositifs de mobilier urbain comme support de publicité numérique ;
- contenir l'installation de publicités et enseignes lumineuses.

A travers l'élaboration d'un règlement local de publicité, la commune affiche sa volonté de maîtriser et d'adapter la publicité au contexte local du territoire. Cette démarche est à saluer.

Service territorial
Affaire suivie par : Claude HERRAEZ
1, place Saint-Étienne
31038 TOULOUSE CEDEX 9
Tél. : 06 30118441
Mél : claude.herraez@haute-garonne.gouv.fr
Site internet : www.haute-garonne.gouv.fr

Durant toute la durée d'élaboration du RLP, la commune a favorisé la concertation selon des modalités diverses qui ont permis de recueillir l'ensemble des avis :

- expression libre sur toute la période d'étude, sur la base d'outils papier (registre en mairie) ou numérique (site de la commune) ;
- les élus ont reçu les professionnels de l'affichage ou les commerçants afin de leur présenter les évolutions envisagées localement et d'évoquer les problématiques ;
- les services de la commune ont informé les particuliers et les partenaires socio-économiques de l'avancée des procédures ;
- une réunion publique a été organisée en avril 2025.

Les services de l'État soulignent la volonté de la commune de se saisir de cette politique publique afin d'adapter sa gestion au contexte local et d'assurer ainsi une meilleure protection du patrimoine et du cadre de vie en général, y compris par des actions de police.

Compte tenu du bilan de la concertation et après analyse du projet arrêté complétée par les observations des différents services, j'émets un avis favorable sur le projet de RLP de la commune de Fonsorbes, à condition de lever les réserves suivantes avant l'approbation de votre document :

- Réserves concernant les dispositions générales :
  - il sera nécessaire d'indiquer que le reste du territoire de la commune, hors agglomération, constitue une zone à part entière ;
  - les zones d'activités associées au centre-ville sont à intégrer préférentiellement à la zone ZPR1 et ne peuvent pas figurer en même temps dans la zone ZPR2 ;
  - les délais de mise en conformité des dispositifs devront prendre en compte les dispositions du décret du 30 octobre 2023 ;
  - dans le cadre d'une location, l'obligation de retirer les dispositifs en place par le propriétaire doit être stipulée dans le contrat de location ;
  - l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs de publicité ou de pré-enseignes peuvent être soumis au régime de l'autorisation ;
  - le RLP devra réglementer les panneaux en entrée et sortie de commerce.
- Réserves concernant la partie réglementaire : les articles A1, B3, C1, D2, D3, D5, F4, G1, M1, 1.1.2, 1.1.4, 2.1.3, 2.2.2 doivent faire l'objet d'ajustements ;

  Les réserves sont détaillées dans le rapport de la DDT joint au présent courrier.

Ces réserves concernent différents points du projet de RLP, elles ne remettent pas en cause l'économie générale du projet de RLP qui traduit opportunément les enjeux économiques territorialisés tout en préservant la qualité des paysages et du cadre de vie de la commune.

Je vous invite également à prendre en compte les observations détaillées dans le rapport de la DDT.

Les services de la direction départementale des territoires restent à votre disposition pour tout complément d'information.

Pour le préfet et par délégation,
Par subdélégation de la directrice départementale des territoires,
Le chef du service territorial,

Samuel Breiller-Tardy

Rapport de la Direction Départementale des Territoires de la Haute-Garonne sur le projet de RLP arrêté le 03/04/2025

1. Concernant le plan général

1. Zonage général

Le RLP délimite trois zones correspondant aux parties agglomérées réglementant l'installation de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes. Ce plan indique les limites des diverses agglomérations conformément à la réglementation.

Réserve :
Au-delà de ce schéma, il sera nécessaire d'indiquer sur le plan que le reste du territoire de la commune, hors agglomération, constitue une zone à part entière, même si elle ne peut supporter que très peu de publicité et enseignes.

2. Concernant le plan des dispositifs d'affichage d'opinion et les bâches

Le plan signale l'emplacement de 5 dispositifs affectés à l'affichage d'opinion et aux informations d'associations sans but lucratif et le positionnement des deux dispositifs permettant de promouvoir les manifestations locales. Les superficies d'affichage d'opinion et d'informations émanant d'associations sans but lucratif sont conformes, cependant leur positionnement exclut une partie de la plus grande agglomération de la commune.

Observation :
Le RLP devrait prévoir un nombre de dispositifs supérieur à 5 afin de couvrir l'ensemble du territoire.

3. Concernant le projet de règlement

1) Définition du zonage

Dans le futur RLP, les zones ZPR1 et ZPR2 incluent les zones d'activités associées au centre-ville.

Réserve :
Il conviendra de distinguer clairement les 2 types de zonage :

- la zone ZPR1 concernant uniquement les zones d'activités économiques et commerciales situées en centre-ville ;
- les zones d'activités économiques et commerciales périphériques sont à maintenir uniquement au sein de la zone ZPR2.

2) Dispositions générales

a) Mise en conformité des dispositifs existants :

Avant le décret du 30 octobre 2023, la mise en conformité des dispositifs, en infraction, avec les nouvelles dispositions de la réglementation devait intervenir dans un délai de deux ans pour les dispositifs de publicité et pré-enseignes et de six ans pour les enseignes.

Depuis le décret du 30 octobre 2023, le délai de mise en conformité des enseignes scellées au sol est de quatre ans, sous réserve que les dispositifs soient installés avant le 2 novembre 2023. Ces dispositions ne peuvent être modifiées par le RLP.

Réserve :
Les délais de mise en conformité des dispositifs du futur RLP devront prendre en compte les dispositions du décret du 30 octobre 2023.

b) Fin d'activité

Tous les dispositifs d'enseignes, de pré-enseignes et de publicités devront être retirés au plus tard 3 mois après la fin d'une activité. Il appartient donc aux professionnels qui quittent les lieux de démonter les supports et de remettre les lieux en état.

Le projet de RLP stipule que, à défaut, la dépose sera à la charge du propriétaire des murs.

Réserve :
Le propriétaire des murs peut être mis dans l'obligation de retirer les dispositifs uniquement si cette obligation est mentionnée dans le contrat de location comme explicité par la loi Pinel. Le RLP devra intégrer cette précision avant son approbation.

c) *Concernant le régime d'autorisation*

Le futur RLP indique que l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs de publicité ou de pré-enseignes sont soumis à déclaration préalable.

Réserve :
Toutes les installations ne relèvent pas du régime de la déclaration préalable. L'installation sur un lieu protégé à titre du patrimoine, de dispositifs à caractère lumineux ou numérique ou des dispositifs de dimensions exceptionnelles, est soumise au régime de l'autorisation préalable. **Ce point devra être corrigé dans le projet de RLP.**

d) Entrée /sorties de commerces

Les panneaux indiquant l'entrée ou la sortie des commerces ne sont pas réglementés par le futur RLP.

Réserve :
Ces dispositifs ne sont pas soumis à l'application de la réglementation nationale tant qu'ils ne mentionnent pas le nom ou le logo de l'activité, ni celui de l'enseigne. A partir du moment où le dispositif fait apparaître l'une de ces mentions, il entre dans le champ d'application de la réglementation nationale de la publicité extérieure et donc dans l'application du RLP. **Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.**

3) Dispositions applicables à l'ensemble de la commune

1. Article A1 du RLP

Le projet de RLP prévoit que : hors agglomération, la publicité et les pré-enseignes sont interdites en vertu de l'article L581-7 du Code de l'Environnement.

Cependant, l'article L581-19 du code de l'environnement prévoit une dérogation à cette interdiction pour les pré-enseignes hors agglomérations si elles signalent de façon harmonisée :

- *Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;*
- *A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.*

Réserve :

Concernant l'installation de pré-enseignes hors agglomérations, le RLP ne peut légalement ni interdire leur installation ni édicter des conditions dérogatoires différentes de celles prévues à l'article L581-19 du code de l'environnement. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

2. Article B3 du RLP

Dans le futur RLP, les publicités sur bâches sont interdites sur toute la commune, à l'exception des publicités temporaires, pour les associations communales et les services et équipements publics.

Réserve :
La portée de l'interdiction des publicités sur bâche est générale et donc applicable sans restriction ou dérogation possible sur tout le territoire communal.

3. Article B5 du RLP

Dans le futur RLP, les dispositifs numériques implantés sur l'espace public sont interdits à l'exception des dispositifs portés par la commune. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Observation :
Les journaux d'informations numériques mis en place par les communes échappent au champ d'application de la réglementation sur la publicité extérieure. Il convient de supprimer l'exception concernant les dispositifs portés par la commune.

4. Article C1 du RLP - prescriptions applicables à la vitrophanie

Tous les affichages en vitrophanie sont soumis aux prescriptions du présent RLP .

Réserve :
Le code de l'environnement encadre uniquement la publicité extérieure. Le RLP ne peut donc pas réglementer l'installation des dispositifs en vitrophanie intérieure. **Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.**

5. Articles C2 du RLP

Le RLP indique que les dispositifs de vitrophanie liés à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite et ceux qui répondent à des impératifs de protection de certains usagers pour les établissements recevant des enfants, les établissements médicaux et paramédicaux ne sont pas soumis à cette réglementation.

Observation :
Ces dispositifs ne sont pas soumis à la réglementation, l'article C2 n'est pas nécessaire.

6. Article D2

Le futur RLP indique que les affichages à destination d'information tarifaire seront acceptés dès lors qu'ils présentent une surface de 2 m².

Réserve :
Cet affichage, en rapport avec l'activité relève de l'enseigne. Sa surface entrera dans le calcul du quota d'enseigne autorisé par rapport à la surface de la façade. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

7. Article D3

Selon le futur RLP, **les enseignes sur façade peuvent être installées uniquement au niveau de l'immeuble où s'exerce l'activité principale. Si cette activité s'exerce sur plusieurs étages, les enseignes seront placées à l'étage le plus bas.**

Les enseignes sur façade ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (elles ne peuvent être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture).

Réserve :
Il est demandé de compléter le règlement en indiquant que les enseignes bandeau, sur façade, ne peuvent être installées qu'en dessous des limites de l'égout de toit.

8. Article D5

Selon le futur RLP, les totems des stations-services présentant les tarifs de carburants peuvent déroger aux règles relatives aux enseignes. Cependant, ces enseignes sur totems ne pourront être clignotantes.

Réserve :
Le code de l'environnement ne prescrit pas ce type de dérogation. Les enseignes des stations-services sont soumises au régime général. **Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.**

9. Article E1 - prescriptions applicables aux mobiliers urbains)

Il n'est pas nécessaire de maintenir cet article qui ne fait que reprendre la réglementation nationale.

10. Article F4 Prescriptions applicables aux enseignes temporaires

Dans le futur RLP, les enseignes temporaires sur palissade de chantier sont limitées à un dispositif de 10,50 m².

Réserve :
Cette surface n'est pas celle retenue pour les enseignes. Cette disposition vient à l'encontre des dispositions qui couvrent les enseignes temporaires, qui présentent un caractère similaire. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP afin d'être mis en cohérence avec les autres articles.

11. Article G1 (Prescriptions applicables aux publicités et pré-enseignes temporaires)

Il résulte de cette disposition que les publicités et pré-enseignes temporaires pourront être installées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité.

Réserve :
Tous les dispositifs implantés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité relèvent de la catégorie « enseignes ». Ces dispositifs doivent occuper uniquement les emplacements prévus pour la publicité et les pré-enseignes (y compris sur le mobilier urbain), ils sont implantés hors de l'unité foncière où s'exerce l'activité.

En revanche, les pré-enseignes temporaires peuvent être installées hors agglomération à titre dérogatoire, et pas seulement sur les emplacements réservés à la publicité et dans les conditions suivantes : les pré-enseignes ne peuvent pas être installées plus de trois semaines avant le début de la promotion et doivent être retirées dans un délai maximum d'une semaine après la promotion ou la fin de l'opération. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP

12. Article M1 – Prescriptions relatives à la densité des dispositifs

Sur le domaine privé, le futur RLP précise la règle de densité en fonction de la longueur de l'unité foncière bordant la voie publique pour les linéaires inférieurs à 80 m :

- entre 0 et 40 ml : 2 dispositifs muraux ou 1 dispositif scellé au sol ;
- entre 40 et 80 mètres : 2 dispositifs muraux ou 2 dispositifs scellé au sol.

Réserve :
L'article R. 581-25 du code de l'environnement indique : « Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Par exception, il peut être installé :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Il est nécessaire de rectifier cet article du RLP, afin de se mettre en conformité avec l'article R. 581-25.

4) Dispositions applicables à la ZPR 1 - Centre-ville

a) Publicités et pré-enseignes

Article 1.1.1. et 1.1.2.- Prescription relative aux dispositifs interdits

Selon le RLP, les pré-enseignes sont interdites exceptées les totems regroupant plusieurs enseignes.

Réserve :
Il est nécessaire de ne pas entretenir la confusion entre les pré-enseignes et les publicités. Les pré-enseignes et les publicités sont installées en dehors de l'unité foncière et ne répondent pas à la définition des enseignes qui sont obligatoirement installées sur l'unité foncière qui accueille une ou des activités. Il est donc nécessaire de bien différencier les dispositifs et de reprendre la rédaction de cet article avant l'approbation du RLP.

Par ailleurs, les totems sont reliés au dispositif enseigne et par conséquent sont à dissocier de la partie du règlement traitant de la publicité et des pré-enseignes. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Article 1. 1. 4 - prescription relative aux dispositifs sur bâtiments

Le futur RLP stipule que les bâtiments qui ont une vocation d'équipement ou de service public bénéficient d'un régime particulier. Les publicités et pré-enseignes y sont autorisées selon la réglementation nationale pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Réserve :
Le RLP ne peut légalement stipuler un régime particulier lié à la nature publique ou privée du bâtiment.
Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

b) Enseignes

Article 1.2.1 - Prescription relative aux dispositifs interdits

Le futur RLP interdit les enseignes scellées au sol, en toiture et sur clôtures.

Observation :
La disposition est légale, elle mériterait toutefois une analyse d'opportunité au regard de l'impact sur l'attractivité commerciale.

Article 1.2.2 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Selon les le futur RLP, **les dispositions s'appliquent concomitamment aux façades et vitrines.**

Observation :
Ces dispositions sont légales. Il serait cependant opportun de privilégier une approche à la façade.

5) Dispositions applicables à la ZPR 2 - Zones d'activités économiques et commerciales de la commune »

a) Publicités et pré-enseignes

Article 2.1.3 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Les dispositifs de pré-enseignes sont autorisés scellés au sol ou directement installés au sol s'ils n'excèdent pas une surface de 6 m².

Réserve :
Cette disposition n'est pas légale. Le décret du 30 octobre 2023 permet de porter la surface des dispositifs de publicité et des pré-enseignes à 10,5 m². Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Selon ce même article, les dispositifs de pré-enseignes sur clôture sont autorisées dans la limite de 6 m².

Réserve :
Il ne peut être fixé une superficie minimum des pré-enseignes sur clôture dans la mesure où la surface du dispositif est conditionnée par la surface du mur support de clôture. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

b) Enseignes

Article 2.2.2 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions-suite

Selon le projet de RLP, les dispositifs d'enseignes sur clôture sont autorisées dans la limite de 6 m².

Réserve :
Il ne peut être fixé une superficie minimum des enseignes sur clôture dans la mesure où la surface du dispositif est conditionnée par la surface du mur support de clôture. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

6) Dispositions applicables à la Z.P.R. 3 « Zone d'agglomération »

La numérotation des articles n'est pas cohérente avec le chapitre auxquels ils se raccrochent.

Observation :
Les articles devraient commencer par 3 et non un 4 (ex 3.1.1 au lieu de 4.1.1). A défaut, cela risque de nuire à la lisibilité du document.

a) Publicités et pré-enseignes

Les dispositions du RLP n'appellent pas d'observation.

b) Enseignes

Article 4.2.1 - Prescription relatives aux dispositifs interdits

Selon le futur RLP, tous les dispositifs d'enseignes sont interdits à l'exception ceux en façade.

Observation :
Cette disposition est cohérente avec le zonage, toutefois il pourrait être opportun d'autoriser les totems pour faciliter la visibilité des activités.

Article 4.2.2. - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Les dispositions du furur RLP traitent de l'organisation des dispositifs en façade et en vitrine.

Observation :
Ces dispositions sont légales, il semble cependant opportun de privilégier une approche à la façade, en tenant compte de l'impact paysager projeté.

Exemple : les enseignes en toitures sont autorisées sur le centre-ville. Il conviendrait d'affiner l'étude des impacts visuels de cette disposition dans les paysages urbains et naturels par exemple à partir de gabarits prédéfinis et positionnés.

6 - Production d'un tableau récapitulatif

Le tableau présenté ne mentionne pas les dispositifs d'enseignes temporaires.

Observation :
Ce tableau doit être mis à jour en cohérence avec le règlement écrit, dès lors que ce dernier aura été modifié pour prendre en compte les observations du présent avis. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

ville de fonsorbes

AVIS CDNPS

Courrier arrivé
Le 10 OCT. 2025
Mairie de Fonsorbes

PRÉFET
DE LA HAUTE-
GARONNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction départementale des territoires

Toulouse, le 09 OCT. 2025

Le préfet de la région Occitanie,
préfet de la Haute-Garonne

Commission départementale de la Nature,

des Paysages et des Sites

Formation «publicité»

--

Compte-rendu de la réunion du 3 septembre 2025, relative à l'examen du projet de Règlement Local de Publicité de Fonsorbes

---

La Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) s'est réunie le 3 septembre 2025 à 16h00, en formation «publicité», sous la présidence de Monsieur Gilles Pellegrin, sous-préfet de Saint-Gaudens, représentant du préfet de département.

Listes des membres présents ou représentés à la réunion

- Monsieur Paul Briantais, élu à l'urbanisme sur la commune de Fonsorbes, représentant de Madame la Maire de Fonsorbes,
- Madame Véronique Avezac, responsable du service urbanisme de la commune de Fonsorbes,
- Madame Cécile Meeschaert, en charge de l 'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Fonsorbes,
- Monsieur Gildas Carré, représentant du bureau d'étude Urbactis,
- Madame Joëlle Durand, représentante de l'association Paysages de France,
- Madame Charlotte Vialard, (Société JC Decaux), représentant des publicitaires,
- Madame Christelle Stival Secundino, représentante de la chambre des métiers et de l'artisanat,
- Monsieur Alain Guglielmetti, représentant le directeur régional de l'environnement, de l'aménagement, du logement de la région Occitanie, en distanciel.
- Monsieur Jérôme Boineau, représentant la directrice de la direction départementale des territoires,
- Madame Claude Herraez, chargée de mission publicité à la DDT, en charge du suivi de l'élaboration du projet de RLP.

Service territorial
Affaire suivie par : Claude HERRAEZ
mail : claude.herraez@haute-garonne.gouv.fr

Excusés :

- Monsieur Olivier Mourareau, architecte des bâtiments de France,
- Monsieur Cahuet, représentant de la société Fluo Néon (enseigniste),
- Monsieur Philippe Bressand, conseiller municipal à la mairie de Fenouillet.

Une première réunion de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites a été organisée le 19 août aux fins de statuer sur le projet de règlement local de publicité (RLP) de Fonsorbes. Cette réunion n'a pu se tenir, faute de quorum, la date du 19 août ayant été déterminée par le calendrier de la procédure. M. le sous-préfet de Saint-Gaudens en concertation avec la municipalité de Fonsorbes a programmé une nouvelle réunion en tout début du mois de septembre. Cette réunion se déroulera sans obligation de quorum.
M. le sous préfet remercie les participants et invite la commune à présenter le projet, à évoquer le choix de la collectivité d'élaborer un nouveau règlement local de publicité (RLP), et à revenir sur les temps forts de la procédure.

1) Objectifs et temps forts de l'élaboration du RLP :
Monsieur Briantais exprime la volonté de la commune à faire évoluer l'image du cœur de ville, à remodeler son centre en améliorant notamment l'aspect de la rue qui constitue le centre commercial, avec un objectif clairement affiché de maîtriser le développement commercial et ses impacts sur le cadre de vie. Un autre objectif du RLP est d'améliorer la lisibilité des fonctions commerciales du territoire, des activités et donc favoriser leur accessibilité par les chalands. M.Briantais précise que l'élaboration du RLP a été l'occasion de rencontrer l'ensemble des commerçants établis sur la commune, que la commune a souhaité proposer un règlement adapté aux besoins de ceux-ci, clair et facilitateur dans sa mise en œuvre, lisible dans son architecture. La municipalité est satisfaite de cette participation Le bureau d'étude intervient pour présenter les temps forts de l'élaboration, la pertinence des choix réalisés, leur traduction au travers des règlements écrit et graphique. La présentation amène les premières observations.
Débat / échanges :
Madame Stival Secundino demande si la mise en œuvre du RLP va générer la prise d'une délibération instituant le recouvrement de taxes locales sur l'installation de dispositifs de publicité extérieure ?
Mesdames Avezac et Meeschaert, des services de la municipalité, répondent que la taxe sur la publicité extérieure est mise en œuvre sur le territoire de la commune depuis très longtemps.
Des questions suivent sur les problématiques présentées : qualité du tissu commercial, l'affichage au sein des zones commerciales, le positionnement et les superficies des dispositifs, l'implantation de signalétique particulière, bien que hors champ de la publicité extérieure.

2) Point sur la consultation des personnes publiques associées :
Les représentants de la commune indiquent avoir procédé à la consultation des personnes publiques associées. Les observations émanent principalement de l'union de la publicité extérieure, de la direction départementale des territoires de la Haute-Garonne. Mesdames Vialard et Herraez précisent que ces observations ne remettent pas en cause l'économie générale du projet mais que les réserves formulées sont à prendre en compte
Monsieur Guglielmetti demande si la commune ne pourrait pas poursuivre son travail sur le RLP par l'élaboration d'une charte des enseignes, même si aucun périmètre de protection patrimoniale n'est établi sur la commune. Cette charte apporterait de la qualité au RLP, au traitement des dispositifs, aux lieux.
La commune entend les demandes exprimées et prend note des divers points évoqués. Elle se propose de retravailler le projet après l'enquête publique programmée qui sera programmée par la collectivité. L'enquête publique se réalisera conjointement à celle engagée sur la révision du PLU. Concernant le projet de RLP, une réunion de travail sera programmée par la commune afin de solutionner ou réduire les problématiques soulevés.

3) Tour de table et vote

Monsieur le Sous-préfet, invite les participants à s'exprimer dans un dernier tour de table, avant de passer au vote.
Madame Stival Sécundino salut la volonté de la collectivité pour s'être engagée dans l'élaboration d'un nouveau document. En tant que gestionnaire d'un commerce, elle apprécie que la commune ait pris le temps de réaliser la concertation nécessaire et permis aux porteurs de projets de budgétiser le changement ou la mise aux normes de leurs dispositifs.
Madame Vialard n'a rien à ajouter, les observations de l'union de la publicité extérieure sont détaillées en annexe.
Madame Durand précise que le projet a été étudié avec Monsieur Delalande, président de l'association Paysages de France. Il ressort de cette étude trois niveaux d'observations qui concernent des considérations d'ordre qualitatif, quelques problématiques réglementaires ; des propositions que l'association souhaiterait introduire dans le règlement.
Les observations de l'association Paysages de France reprennent certaines des observations formulées par les professionnels et les services de l'État, plus particulièrement celles qui traitent de la nature des dispositifs, de leur installation, des densités, des bâches et mobiliers urbain, des surfaces autorisées, des délais de mise en conformité.
Au travers des thématiques énoncées ci-dessus, on note quelques formulations réglementaires à reprendre. Les observations détaillées sont formulées dans l'avis de l'État et les annexes 1 (de l'Union de la publicité extérieure) et 2 (de l'association Paysages de France).
Après l'intervention de Madame Durand, le président invite au vote.
Monsieur Paul Briantais, représentant de Madame la Maire de Fonsorbes, émet un avis favorable.
Madame Christelle Stival Sécundino, représentante de la Chambre des métiers et de l'artisanat émet un avis favorable.
Madame Charlotte Vialard, représentante de JC Decaux est défavorable au projet de règlement tel qu'il est rédigé.
Monsieur Alain Guglielmetti, représentant du Directeur régional de l'environnement, de l'aménagement et du logement donne un avis Favorable,
Madame Joëlle Durand, représentante de l'association Paysages de France émet à son tour un avis défavorable au regard des observations faites.
Monsieur le président donne ensuite la parole à Monsieur Jérôme Boineau, représentant Madame la directrice de la direction départementale des territoires, qui précise que son avis est favorable, sous réserve de la prise en compte des observations formulées par l'ensemble des participants.
Mme Herraez référente DDT 31 en matière de publicité se tient à la disposition de la collectivité en tant que de besoin pour finaliser le dossier après enquête publique.
A l'issue des votes, nous comptons deux avis défavorables pour quatre favorables.
La collectivité prend note de ce résultat et assure que les observations ou propositions portées à sa connaissance seront ré appréciées, retravaillées, afin de répondre aux demandes.

Le président remercie l'ensemble des participants et clôt la réunion.

Pour le Préfet,
par délégation,
Le Sous-préfet de Saint-Gaudens

Gilles Pellegrin

PRÉFET
DE LA HAUTE-
GARONNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction départementale des territoires

Toulouse, 19 août 2025

Le préfet de la région Occitanie
préfet de la Haute-Garonne

à

Liste des membres de la commission

Objet : Réunion de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites- formation de la Publicité-
Réf : GP/CH
P.J. : 1 dossier complet

J'ai l'honneur de vous inviter à participer à la prochaine réunion de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation spécialisée de la publicité.

Cette commission se réunira, en présentiel le :

3 septembre 2025 de 16 h 00 à 18 h 00
à la préfecture de la Haute-Garonne - salle Pyrénées
Place Saint-Etienne 31038 Toulouse cedex 9

Votre participation pourra également se pratiquer sous forme dématérialisée, le même jour, à la même heure. Vous pourrez accéder à cette visioconférence en cliquant sur le lien suivant :

webconf.numerique.gouv.fr/RLPFONSORBES031

L'ordre du jour est le suivant :
projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Fonsorbes

Je vous rappelle qu'en cas d'indisponibilité, le membre titulaire peut être remplacé par son suppléant et que, par mandat un membre de la Commission départementale des

Direction départementale des territoires- service territorial
Affaire suivie par : Claude Herraez
1, place Saint-Étienne
31038 TOULOUSE CEDEX 9
Tél. : 06 30 11 84 41
Mél : claude.herraez@haute-garonne.gouv.fr
Site Internet : www.haute-garonne.gouv.fr

paysages et des sites, formation spécialisée de la publicité, peut se faire représenter par un autre membre de cette même commission(cf listes des membres ci-joint).

Je vous prie de bien vouloir m'informer de votre participation le plus rapidement possible , par téléphone ou courriel à l'adresse suivante : ddt-publicite@haute-garonne.gouv.fr

Pour le préfet, par délégation
Le sous-préfet de Saint-Gaudens

Gilles Pellegrin

PRÉFET
DE LA HAUTE-
GARONNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Courrier arrivé
Le 10 OCT. 2025
Mairie de Fonsorbes

Direction départementale des territoires

Toulouse, le 19 août 2025

Le préfet de la région Occitanie
préfet de la Haute-Garonne

à

Madame la maire
de Fonsorbes

Objet : Avis de l'État sur le projet de règlement local de publicité (RLP)
Réf : Votre transmission
P.J. : Rapport de la DDT sur le projet de RLP de Fonsorbes
Annexe : observations de l'Union de la publicité extérieure

Préalablement à l'approbation de la loi Engagement national pour la protection de l'environnement, la commune de Fonsorbes disposait d'un Règlement Local de Publicité (RLP) approuvé en 2002.

La loi 2010-788, du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, imposait aux communes de réviser leur document avant le 13 juillet 2020, délai reporté au 14 juillet 2021, en raison de la crise sanitaire. Le projet de révision initié en 2016 n'ayant pu aboutir, le RLP de 2002 est devenu caduc.

Par délibération en date du 16 janvier 2025, la commune a engagé l'élaboration d'un nouveau RLP afin de répondre aux évolutions législatives et réglementaires et afin de prendre en compte les enjeux de l'économie locale, de la protection des paysages, du cadre de vie. La commune a décidé de poursuivre les objectifs suivants :

- adapter les dispositions prévues par la loi en matière d'emplacement, de densité et de surface ;
- limiter la typologie des dispositifs en fonction des situations et du zonage ;
- fixer l'utilisation des dispositifs de mobilier urbain comme support de publicité numérique ;
- contenir l'installation de publicités et enseignes lumineuses.

A travers l'élaboration d'un règlement local de publicité, la commune affiche sa volonté de maîtriser et d'adapter la publicité au contexte local du territoire. Cette démarche est à saluer.

Service territorial
Affaire suivie par : Claude HERRAEZ
1, place Saint-Étienne
31038 TOULOUSE CEDEX 9
Tél. : 06 30118441
Mél : claude.herraez@haute-garonne.gouv.fr
Site internet : www.haute-garonne.gouv.fr

Durant toute la durée d'élaboration du RLP, la commune a favorisé la concertation selon des modalités diverses qui ont permis de recueillir l'ensemble des avis :

- expression libre sur toute la période d'étude, sur la base d'outils papier (registre en mairie) ou numérique (site de la commune) ;
- les élus ont reçu les professionnels de l'affichage ou les commerçants afin de leur présenter les évolutions envisagées localement et d'évoquer les problématiques ;
- les services de la commune ont informé les particuliers et les partenaires socio-économiques de l'avancée des procédures ;
- une réunion publique a été organisée en avril 2025.

Les services de l'État soulignent la volonté de la commune de se saisir de cette politique publique afin d'adapter sa gestion au contexte local et d'assurer ainsi une meilleure protection du patrimoine et du cadre de vie en général, y compris par des actions de police.

Compte tenu du bilan de la concertation et après analyse du projet arrêté complétée par les observations des différents services, j'émets un avis favorable sur le projet de RLP de la commune de Fonsorbes, à condition de lever les réserves suivantes avant l'approbation de votre document :

- Réserves concernant les dispositions générales :
  - il sera nécessaire d'indiquer que le reste du territoire de la commune, hors agglomération, constitue une zone à part entière ;
  - les zones d'activités associées au centre-ville sont à intégrer préférentiellement à la zone ZPR1 et ne peuvent pas figurer en même temps dans la zone ZPR2 ;
  - les délais de mise en conformité des dispositifs devront prendre en compte les dispositions du décret du 30 octobre 2023 ;
  - dans le cadre d'une location, l'obligation de retirer les dispositifs en place par le propriétaire doit être stipulée dans le contrat de location ;
  - l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs de publicité ou de pré-enseignes peuvent être soumis au régime de l'autorisation ;
  - le RLP devra réglementer les panneaux en entrée et sortie de commerce.
- Réserves concernant la partie réglementaire : les articles A1, B3, C1, D2, D3, D5, F4, G1, M1, 1.1.2, 1.1.4, 2.1.3, 2.2.2 doivent faire l'objet d'ajustements ;

  Les réserves sont détaillées dans le rapport de la DDT joint au présent courrier.

Ces réserves concernent différents points du projet de RLP, elles ne remettent pas en cause l'économie générale du projet de RLP qui traduit opportunément les enjeux économiques territorialisés tout en préservant la qualité des paysages et du cadre de vie de la commune.

Je vous invite également à prendre en compte les observations détaillées dans le rapport de la DDT.

Les services de la direction départementale des territoires restent à votre disposition pour tout complément d'information.

Pour le préfet et par délégation,
Par subdélégation de la directrice départementale des territoires,
Le chef du service territorial,

Samuel Breiller-Tardy

Rapport de la Direction Départementale des Territoires de la Haute-Garonne sur le projet de RLP arrêté le 03/04/2025

1. Concernant le plan général

1. Zonage général

Le RLP délimite trois zones correspondant aux parties agglomérées réglementant l'installation de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes. Ce plan indique les limites des diverses agglomérations conformément à la réglementation.

Réserve :
Au-delà de ce schéma, il sera nécessaire d'indiquer sur le plan que le reste du territoire de la commune, hors agglomération, constitue une zone à part entière, même si elle ne peut supporter que très peu de publicité et enseignes.

2. Concernant le plan des dispositifs d'affichage d'opinion et les bâches

Le plan signale l'emplacement de 5 dispositifs affectés à l'affichage d'opinion et aux informations d'associations sans but lucratif et le positionnement des deux dispositifs permettant de promouvoir les manifestations locales. Les superficies d'affichage d'opinion et d'informations émanant d'associations sans but lucratif sont conformes, cependant leur positionnement exclut une partie de la plus grande agglomération de la commune.

Observation :
Le RLP devrait prévoir un nombre de dispositifs supérieur à 5 afin de couvrir l'ensemble du territoire.

3. Concernant le projet de règlement

1) Définition du zonage

Dans le futur RLP, les zones ZPR1 et ZPR2 incluent les zones d'activités associées au centre-ville.

Réserve :
Il conviendra de distinguer clairement les 2 types de zonage :

- la zone ZPR1 concernant uniquement les zones d'activités économiques et commerciales situées en centre-ville ;
- les zones d'activités économiques et commerciales périphériques sont à maintenir uniquement au sein de la zone ZPR2.

2) Dispositions générales

a) Mise en conformité des dispositifs existants :

Avant le décret du 30 octobre 2023, la mise en conformité des dispositifs, en infraction, avec les nouvelles dispositions de la réglementation devait intervenir dans un délai de deux ans pour les dispositifs de publicité et pré-enseignes et de six ans pour les enseignes.

Depuis le décret du 30 octobre 2023, le délai de mise en conformité des enseignes scellées au sol est de quatre ans, sous réserve que les dispositifs soient installés avant le 2 novembre 2023. Ces dispositions ne peuvent être modifiées par le RLP.

Réserve :
Les délais de mise en conformité des dispositifs du futur RLP devront prendre en compte les dispositions du décret du 30 octobre 2023.

b) Fin d'activité

Tous les dispositifs d'enseignes, de pré-enseignes et de publicités devront être retirés au plus tard 3 mois après la fin d'une activité. Il appartient donc aux professionnels qui quittent les lieux de démonter les supports et de remettre les lieux en état.

Le projet de RLP stipule que, à défaut, la dépose sera à la charge du propriétaire des murs.

Réserve :
Le propriétaire des murs peut être mis dans l'obligation de retirer les dispositifs uniquement si cette obligation est mentionnée dans le contrat de location comme explicité par la loi Pinel. Le RLP devra intégrer cette précision avant son approbation.

c) Concernant le régime d'autorisation

Le futur RLP indique que l'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs de publicité ou de pré-enseignes sont soumis à déclaration préalable.

Réserve :
Toutes les installations ne relèvent pas du régime de la déclaration préalable. L'installation sur un lieu protégé à titre du patrimoine, de dispositifs à caractère lumineux ou numérique ou des dispositifs de dimensions exceptionnelles, est soumise au régime de l'autorisation préalable. Ce point devra être corrigé dans le projet de RLP.

d) Entrée /sorties de commerces

Les panneaux indiquant l'entrée ou la sortie des commerces ne sont pas réglementés par le futur RLP.

Réserve :
Ces dispositifs ne sont pas soumis à l'application de la réglementation nationale tant qu'ils ne mentionnent pas le nom ou le logo de l'activité, ni celui de l'enseigne. A partir du moment où le dispositif fait apparaître l'une de ces mentions, il entre dans le champ d'application de la réglementation nationale de la publicité extérieure et donc dans l'application du RLP. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

3) Dispositions applicables à l'ensemble de la commune

1. Article A1 du RLP

Le projet de RLP prévoit que : hors agglomération, la publicité et les pré-enseignes sont interdites en vertu de l'article L581-7 du Code de l'Environnement.

Cependant, l'article L581-19 du code de l'environnement prévoit une dérogation à cette interdiction pour les pré-enseignes hors agglomérations si elles signalent de façon harmonisée :

- *Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;*
- *A titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.*

Réserve :

Concernant l'installation de pré-enseignes hors agglomérations, le RLP ne peut légalement ni interdire leur installation ni édicter des conditions dérogatoires différentes de celles prévues à l'article L581-19 du code de l'environnement. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

2. Article B3 du RLP

Dans le futur RLP, les publicités sur bâches sont interdites sur toute la commune, à l'exception des publicités temporaires, pour les associations communales et les services et équipements publics.

Réserve :
La portée de l'interdiction des publicités sur bâche est générale et donc applicable sans restriction ou dérogation possible sur tout le territoire communal.

3. Article B5 du RLP

Dans le futur RLP, les dispositifs numériques implantés sur l'espace public sont interdits à l'exception des dispositifs portés par la commune. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Observation :
Les journaux d'informations numériques mis en place par les communes échappent au champ d'application de la réglementation sur la publicité extérieure. Il convient de supprimer l'exception concernant les dispositifs portés par la commune.

4. Article C1 du RLP - prescriptions applicables à la vitrophanie

Tous les affichages en vitrophanie sont soumis aux prescriptions du présent RLP .

Réserve :
Le code de l'environnement encadre uniquement la publicité extérieure. Le RLP ne peut donc pas réglementer l'installation des dispositifs en vitrophanie intérieure. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

5. Articles C2 du RLP

Le RLP indique que les dispositifs de vitrophanie liés à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite et ceux qui répondent à des impératifs de protection de certains usagers pour les établissements recevant des enfants, les établissements médicaux et paramédicaux ne sont pas soumis à cette réglementation.

Observation :
Ces dispositifs ne sont pas soumis à la réglementation, l'article C2 n'est pas nécessaire.

6. Article D2

Le futur RLP indique que les affichages à destination d'information tarifaire seront acceptés dès lors qu'ils présentent une surface de 2 m².

Réserve :
Cet affichage, en rapport avec l'activité relève de l'enseigne. Sa surface entrera dans le calcul du quota d'enseigne autorisé par rapport à la surface de la façade. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

7. Article D3

Selon le futur RLP, les enseignes sur façade peuvent être installées uniquement au niveau de l'immeuble où s'exerce l'activité principale. Si cette activité s'exerce sur plusieurs étages, les enseignes seront placées à l'étage le plus bas.

Les enseignes sur façade ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (elles ne peuvent être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture).

Réserve :
Il est demandé de compléter le règlement en indiquant que les enseignes bandeau, sur façade, ne peuvent être installées qu'en dessous des limites de l'égout de toit.

8. Article D5

Selon le futur RLP, les totems des stations-services présentant les tarifs de carburants peuvent déroger aux règles relatives aux enseignes. Cependant, ces enseignes sur totems ne pourront être clignotantes.

Réserve :
Le code de l'environnement ne prescrit pas ce type de dérogation. Les enseignes des stations-services sont soumises au régime général. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP.

9. Article E1 - prescriptions applicables aux mobiliers urbains)

Il n'est pas nécessaire de maintenir cet article qui ne fait que reprendre la réglementation nationale.

10. Article F4 Prescriptions applicables aux enseignes temporaires

Dans le futur RLP, les enseignes temporaires sur palissade de chantier sont limitées à un dispositif de 10,50 m².

Réserve :
Cette surface n'est pas celle retenue pour les enseignes. Cette disposition vient à l'encontre des dispositions qui couvrent les enseignes temporaires, qui présentent un caractère similaire. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP afin d'être mis en cohérence avec les autres articles.

11. Article G1 (Prescriptions applicables aux publicités et pré-enseignes temporaires)

Il résulte de cette disposition que les publicités et pré-enseignes temporaires pourront être installées sur l'unité foncière où s'exerce l'activité.

Réserve :
Tous les dispositifs implantés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité relèvent de la catégorie « enseignes ». Ces dispositifs doivent occuper uniquement les emplacements prévus pour la publicité et les pré-enseignes (y compris sur le mobilier urbain), ils sont implantés hors de l'unité foncière où s'exerce l'activité.

En revanche, les pré-enseignes temporaires peuvent être installées hors agglomération à titre dérogatoire, et pas seulement sur les emplacements réservés à la publicité et dans les conditions suivantes : les pré-enseignes ne peuvent pas être installées plus de trois semaines avant le début de la promotion et doivent être retirées dans un délai maximum d'une semaine après la promotion ou la fin de l'opération. Cet article devra être modifié avant l'approbation du RLP

12. Article M1 – Prescriptions relatives à la densité des dispositifs

Sur le domaine privé, le futur RLP précise la règle de densité en fonction de la longueur de l'unité foncière bordant la voie publique pour les linéaires inférieurs à 80 m :

- entre 0 et 40 ml : 2 dispositifs muraux ou 1 dispositif scellé au sol ;
- entre 40 et 80 mètres : 2 dispositifs muraux ou 2 dispositifs scellé au sol.

Réserve :
L'article R. 581-25 du code de l'environnement indique : « Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Par exception, il peut être installé :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Il est nécessaire de rectifier cet article du RLP, afin de se mettre en conformité avec l'article R. 581-25.

4) Dispositions applicables à la ZPR 1 - Centre-ville

a) Publicités et pré-enseignes

Article 1.1.1. et 1.1.2.- Prescription relative aux dispositifs interdits

Selon le RLP, les pré-enseignes sont interdites exceptées les totems regroupant plusieurs enseignes.

Réserve :

Il est nécessaire de ne pas entretenir la confusion entre les pré-enseignes et les publicités. Les pré-enseignes et les publicités sont installées en dehors de l'unité foncière et ne répondent pas à la définition des enseignes qui sont obligatoirement installées sur l'unité foncière qui accueille une ou des activités. Il est donc nécessaire de bien différencier les dispositifs et de reprendre la rédaction de cet article avant l'approbation du RLP.

Par ailleurs, les totems sont reliés au dispositif enseigne et par conséquent sont à dissocier de la partie du règlement traitant de la publicité et des pré-enseignes. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Article 1. 1. 4 - prescription relative aux dispositifs sur bâtiments

Le futur RLP stipule que les bâtiments qui ont une vocation d'équipement ou de service public bénéficient d'un régime particulier. Les publicités et pré-enseignes y sont autorisées selon la réglementation nationale pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Réserve :

Le RLP ne peut légalement stipuler un régime particulier lié à la nature publique ou privée du bâtiment. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

b) Enseignes

Article 1.2.1 - Prescription relative aux dispositifs interdits

Le futur RLP interdit les enseignes scellées au sol, en toiture et sur clôtures.

Observation :

La disposition est légale, elle mériterait toutefois une analyse d'opportunité au regard de l'impact sur l'attractivité commerciale.

Article 1.2.2 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Selon les le futur RLP, les dispositions s'appliquent concomitamment aux façades et vitrines.

Observation :

Ces dispositions sont légales. Il serait cependant opportun de privilégier une approche à la façade.

5) Dispositions applicables à la ZPR 2 - Zones d'activités économiques et commerciales de la commune »

a) Publicités et pré-enseignes

Article 2.1.3 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Les dispositifs de pré-enseignes sont autorisés scellés au sol ou directement installés au sol s'ils n'excèdent pas une surface de 6 m².

Réserve :
Cette disposition n'est pas légale. Le décret du 30 octobre 2023 permet de porter la surface des dispositifs de publicité et des pré-enseignes à 10,5 m². Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Selon ce même article, les dispositifs de pré-enseignes sur clôture sont autorisées dans la limite de 6 m².

Réserve :
Il ne peut être fixé une superficie minimum des pré-enseignes sur clôture dans la mesure où la surface du dispositif est conditionnée par la surface du mur support de clôture. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

b) Enseignes

Article 2.2.2 - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions-suite

Selon le projet de RLP, les dispositifs d'enseignes sur clôture sont autorisées dans la limite de 6 m².

Réserve :
Il ne peut être fixé une superficie minimum des enseignes sur clôture dans la mesure où la surface du dispositif est conditionnée par la surface du mur support de clôture. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

6) Dispositions applicables à la Z.P.R. 3 « Zone d'agglomération »

La numérotation des articles n'est pas cohérente avec le chapitre auxquels ils se raccrochent.

Observation :
Les articles devraient commencer par 3 et non un 4 (ex 3.1.1 au lieu de 4.1.1). A défaut, cela risque de nuire à la lisibilité du document.

a) Publicités et pré-enseignes

Les dispositions du RLP n'appellent pas d'observation.

b) Enseignes

Article 4.2.1 - Prescription relatives aux dispositifs interdits

Selon le futur RLP, tous les dispositifs d'enseignes sont interdits à l'exception ceux en façade.

Observation :
Cette disposition est cohérente avec le zonage, toutefois il pourrait être opportun d'autoriser les totems pour faciliter la visibilité des activités.

Article 4.2.2. - Prescription relative aux dispositifs autorisés sous conditions

Les dispositions du furur RLP traitent de l'organisation des dispositifs en façade et en vitrine.

Observation :
Ces dispositions sont légales, il semble cependant opportun de privilégier une approche à la façade, en tenant compte de l'impact paysager projeté.

Exemple : les enseignes en toitures sont autorisées sur le centre-ville. Il conviendrait d'affiner l'étude des impacts visuels de cette disposition dans les paysages urbains et naturels par exemple à partir de gabarits prédéfinis et positionnés.

6 - Production d'un tableau récapitulatif

Le tableau présenté ne mentionne pas les dispositifs d'enseignes temporaires.

Observation :
Ce tableau doit être mis à jour en cohérence avec le règlement écrit, dès lors que ce dernier aura été modifié pour prendre en compte les observations du présent avis. Ce point devra être modifié avant l'approbation du RLP.

Annexe 1 :

Courrier arrivé
Le 10 OCT. 2025
Mairie de Fonsorbes

Union de la publicité extérieure

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité de Fonsorbes

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

http://www.upe.fr/

Mai 2025

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité (RLP)

Concertation

Commune de Fonsorbes

Le présent document a pour objectif de :

I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLP;

II. Rappeler les grands principes applicables aux RLP ;

III. Contribuer à la procédure d'élaboration du RLP initiée par la commune de Fonsorbes.

Dispositions particulières

3 DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 3 « ZONE D'AGGLOMERATION»
3.1 PUBLICITES ET PREENSEIGNES Article 4.1.1. Dispositifs interdits
Tous les dispositifs de préenseigne et de publicité sont interdits.

- Concernant la ZPR 3, si nous comprenons que les mesures envisagées y soient plus restrictives qu'en ZPR2 nous souhaitons cependant, qu'*a minima*, pour cette zone, les dispositifs publicitaires muraux d'un format de 10,50m² y soient autorisés.
- En effet, le dispositif mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel.
- D'autre part, le règlement national de publicité (RNP) fixe des règles déjà très contraignantes en matière d'installation de dispositifs muraux (murs aveugles ou à ouvertures réduites (< à 0,50m²), installation en dessous de la limite de l'égout du toit, hauteur limitée à 7,5 m...etc.), ce qui limite fortement les possibilités d'installations.
- Par ailleurs, la réglementation locale des activités de publicité doit nécessairement prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie, ainsi que les règles de concurrence (CE, avis de section, 22 novembre 2000, n°223645).
- La jurisprudence la plus récente applique de manière stricte les principes posés par le Conseil d'Etat et censure des interdictions trop générales et trop absolues : « *Tel est notamment le cas de la réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte qui, tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage et il appartient aux auteurs du règlement local de publicité de veiller à ce que les mesures de police ainsi prises ne portent aux règles de la concurrence que les atteintes justifiées au regard des objectifs de la réglementation de l'affichage.* »

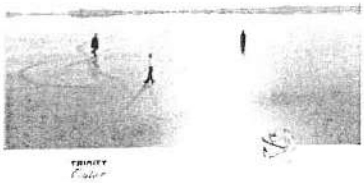
- **Pour ces raisons, en ZPR3, nous vous suggérons d'autoriser la possibilité d'exploiter des dispositifs publicitaires muraux (hors murs de clôtures), sous réserve du respect des conditions fixées par le RNP (mur aveugle, respect des lignes d'égouts de toit...).**



Lacoste
Lauréat du Grand Prix
Communication Extérieure 2025

upe
UNION de la PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Prix Stéphane Dottelonde
Grand Prix de la Communication
Extérieure 2025



Dispositions particulières

1 DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 1 « CENTREVILLE »
Article I.1.4. Dispositions particulières
Les bâtiments qui ont une vocation d'équipement ou de service public beneficient d'un régime particulier. Les publicités et préenseignes y sont autorisées selon la réglementation nationale pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

- Cette disposition aurait pour conséquence de privilégier certains types d'immeubles au détriment d'autres, ce qui peut créer une distorsion de concurrence ainsi qu'une rupture d'égalité devant la loi.
- **Pour toutes ces raisons, nous préconisons de supprimer cette disposition.**

Dispositions particulières

2 DISPOSITIONS APPLICABLES A LA Z.P.R. 2 « ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES DE LA COMMUNE»
Article 2.1.3. Dispositifs autorisés sous conditions
Les dispositifs publicitaires ou de préenseignes sont autorisés scellés au sol ou directement installés sur le sol, autres que les chevalets, s'ils n'excèdent pas une surface de **10,5m2 pour la publicité et 6m2 pour les préenseignes**

- L'article L. 581-19 du code de l'environnement précise que les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.
- A ce titre, il ne saurait y avoir de distinction de format opérée au sein du règlement entre une publicité et une pré-enseigne.
- Il est également à noter qu'en fonction du message diffusé, un dispositif pourrait être considéré soit comme une publicité soit comme une préenseigne, rendant de ce fait son exploitation impossible (il faudrait modifier le format du dispositif en fonction qu'il reçoit une publicité ou une préenseigne).

- **Pour ces raisons, nous vous demandons de bien vouloir autoriser un format de 10,50m² pour la publicité et les préenseignes.**

Dispositions particulières

- Les dispositifs type « sucette » privés sont autorisés dans le cadre de la pré-enseigne et/ou publicité sous réserve du respect de la règle de densité.

- La surface unitaire des dispositifs « sucette » sera de 2m² maximum par face

- Nous ne comprenons pas exactement de quel type de dispositif publicitaire il s'agit exactement. Le code de l'environnement ne fait pas référence à des dispositifs publicitaires de type « sucette » sur le domaine privé.
- **Il conviendra de clarifier ces dispositions.**

Dispositions particulières

- Elles doivent respecter la règle de recul du règlement national : elles doivent être implantées à au moins 10 mètres de toute baie d'immeuble d'habitation situés sur un terrain voisin lorsqu'elle est en avant du plan du mur.

- Nous notons une coquille rédactionnelle (surlignée en jaune, ci-dessus) : « ***lorsqu'il se trouve en avant...*** ».

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la World Federation of Advertisers. Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance que d'emplois.

Deloitte.
The economic contribution of advertising in Europe
A report for the World Federation of Advertisers
Janvier 2017



Synthèse

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général.

Autrement dit, **1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.**

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

La communication extérieure : un média particulièrement réglementé

La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement.

Son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.

Depuis 2008, 37 lois et ordonnances ainsi que plus de 35 décrets sont intervenus, impactant directement et indirectement le média.

C'est le seul média dont la réglementation nationale est souvent complétée par une règlementation locale.

A la différence de la publicité sur Internet, la communication extérieure est donc un média déjà particulièrement réglementé, le règlement national de publicité (RNP) étant très souvent complété par une règlementation locale (RLP(i)).

Le Conseil d'Etat a rappelé que « toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services » (AVIS SUR UN PROJET DE LOI portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 401951)

« Le Comité Economique et Social Européen pense que toute entrave aux modèles publicitaires européens risque de bénéficier aux dispositifs de publicité numérique, essentiellement possédés par les GAFA alors que ceux -ci échappent encore très largement aux dispositifs fiscaux européens. » (AVIS du Comité économique et social européen du 20 octobre 2021 – Publicité / consommation moderne et responsable « La publicité au service d'une consommation moderne et responsable » (avis d'initiative) INT/948.)

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité (RLP)
Concertation - mai 2025

Commune de Fonsorbes

La communication extérieure : un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE

La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

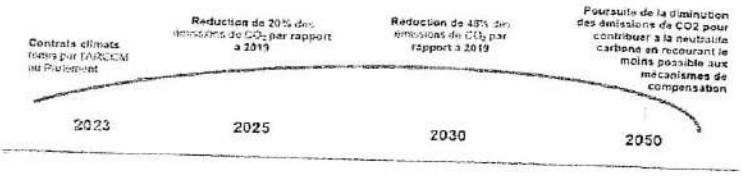
Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, **la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années** et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : http://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=127

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Juin 2022 : contrat climat déposé par l'UPE sur une base volontaire au ministère de la transition écologique



La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

UPE – mai 2025

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

Le 8 mars 2022, l'UPE met en ligne, en toute transparence, son calculateur d'empreinte carbone des campagnes publicitaires, **une première dans l'univers des médias en France.**



AdOOHc (Advertising Out Of Home Calculateur Carbone) permet d'évaluer les émissions de CO2 des campagnes print et digitales, sur l'ensemble de leur cycle de vie et ainsi en mesurer rapidement l'impact carbone d'un plan média en communication extérieure : http://carbone-calculateur-adoohcc.upe.fr/

LABELS FSC ET PEFC

Nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.

IMPRESSIONS

Nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.

RECYCLAGE

Les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.

Les adhérents de l'UPE mettent en œuvre **les leviers d'action suivants** :

- Réduction de la consommation énergétique moyenne des dispositifs lumineux grâce à la poursuite du remplacement des éclairages néons par des **éclairages LED** ;
- Réduction de la consommation énergétique moyenne des publicités numériques grâce au remplacement progressif des dispositifs par la nouvelle génération de matériels plus performants ;
- **Mobilisation des investissements** nécessaires à l'équipement des publicités lumineuses en dispositifs de programmation et/ou de pilotage à distance pour permettre l'extinction de 1 heure à 6 heures partout en France ;
- Augmentation de la part **d'électricité d'origine renouvelable** consommée par les publicités lumineuses pour les contrats de fourniture d'électricité gérés en propre par les opérateurs.

"Sobriété" sur les publicités lumineuses: gares et aéroports vont aussi s'y mettre



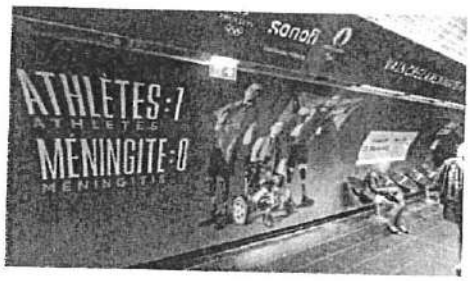
Les exploitants de gares, stations de métro et aéroports français se sont engagés le 27 mars 2023, sous l'égide de l'Etat, à éteindre d'ici à la fin de l'année les publicités lumineuses quand ces lieux sont fermés au public.
Les opérateurs de ces infrastructures et les régies publicitaires ont signé le 27 mars 2023 une "charte d'engagement", en marge d'une réunion organisée par les ministère de la Transition énergétique et des Transports pour faire le point sur les efforts de sobriété du secteur.

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

- La publicité permet également de promouvoir **des opérations et entreprises vertueuses** et de contribuer ainsi à leur développement.

- Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.







La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG – Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure – Mars 2023

Document complet disponible : https://www.upe.fr/fichiers/20230209_KPMG_CSG_Note_Publicite_Exterieure_vFPF.pdf

La communication extérieure représente

- **0,028 %** de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ;
- **0,4 %** de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La communication extérieure est :

- **6 x** plus sobre en énergie que le digital (1) ;
- **17 x** plus sobre en énergie que la télévision (1).

(1) rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée

La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



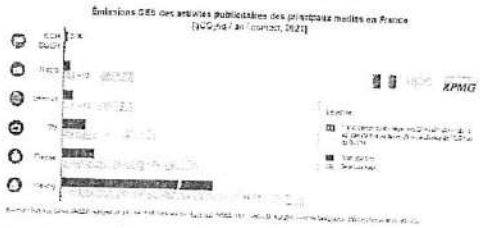
KPMG – Analyse comparative des empreintes carbones de la publicité extérieure par rapport aux autres médias_ Mai 2023
https://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=147

Une deuxième analyse menée par KPMG met en évidence que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion minime des émissions de CO2 de la France :

- **0,01%** émissions de CO2 totales du pays ;
- **0,44%** des émissions de CO2 du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...) ;
- **Entre 2,6 et 3,6%** des émissions de CO2 des activités publicitaires du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

L'étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, **pour un même public touché par les messages publicitaires, le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias :**

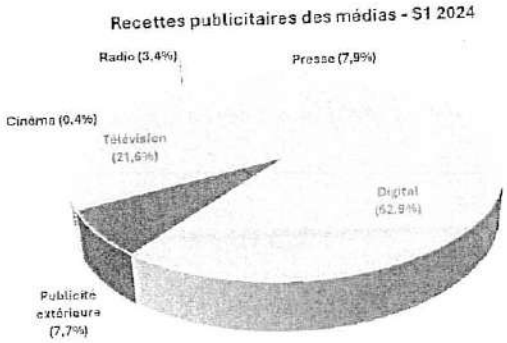
- Entre 2,0 et 3,4 fois moins émetteur de CO2 que la publicité à la radio
- Entre 3,0 et 3,6 fois moins émetteur de CO2 que la publicité sur Internet
- Entre 7,1 et 10,7 moins émetteur de CO2 que la publicité à la télévision
- Entre 10,1 et 25,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité dans la presse
- Entre 57,0 et 65,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité par mailing



Seules la publicité extérieure et la presse écrite s'engagent à réduire leur empreinte carbone au cours des prochaines années.

La communication extérieure – un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser la pluralité des médias



- ✓ **Internet** est le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente, en 2024, **60% du marché publicitaire en France** et 65% du marché publicitaire aux Etats- Unis. **En 2030, 65 % des recettes publicitaires en France seront captées par Internet, selon les prévisions de l'ARCOM et du ministère de la Culture.***
- ✓ **Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM (Géants de l'internet) sur le marché publicitaire.**
- ✓ Or, la publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services.

  77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

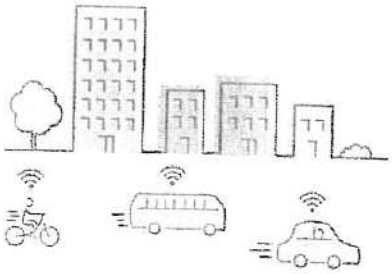
La communication extérieure : un média moderne et indispensable

Une mobilité en croissance

- +39 min passées hors domicile en 10 ans (Source : TGI-Kantar)
- 70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans (Source : Enquête UTP 2018)

Une urbanisation en croissance

- +9 millions de français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : Insee)
- 80% des Français vivent en ville, 86% d'ici 2050 (Source : Insee)

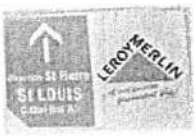


D'où une progression de l'audience de la communication extérieure

La ville est un territoire actif, le plus grand réseau social du monde réel

La communication extérieure : un outil de communication locale et régionale





- ✓ La communication extérieure est un **mass-média, tout particulièrement sur les marchés locaux.** C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics.**

- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic dans les magasins, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.

- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité,** dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure est un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**

- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

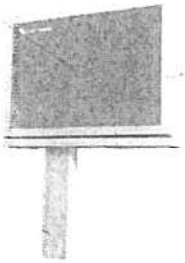
La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXIème siècle, est une innovation majeure pour notre média.



Toutefois, **le digital ne représente aujourd'hui que 1% du parc**. Des données précises sur la publicité numérique sont disponibles via l'étude KPMG réalisée en 2020.

http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=126



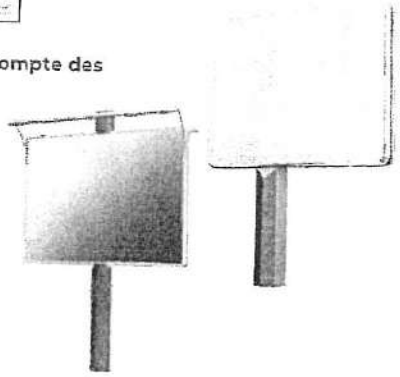
Sans attendre des dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population.

- Depuis ces **10 dernières années**, le nombre de **dispositifs publicitaires** implantés en France a été **divisé par deux**.

  *A ce jour, plus de **60% des dispositifs sont seuls sur leur unité foncière** (Etude JCDecaux sur 8400 dispositifs en France / avril 2020).*

- Depuis de très nombreuses années, **les opérateurs ont volontairement réduit le format des dispositifs** passant de 12 m² d'affiche à un format dit « 8 m² » d'affiche quelle que soit la technologie employée.

- Dès 1988, des investissements importants ont permis la réalisation de dispositifs alliant esthétisme et intégration urbaine.



La communication extérieure : une activité économique locale et multiple

La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et près de **15 000 salariés**, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.


FABRICANTS D'ENSEIGNES


IMPRIMEURS


COMMERÇANTS


AGENTS D'ENTRETIEN


MONTEURS


COMMERCIAUX


AGENTS D'EXPLOITATION


ADMINISTRATIFS

L'efficacité d'une implantation : L' AUDIENCE

La communication extérieure est le plus ancien média. **Les annonceurs souhaitent bénéficier d'*audiences*, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.**

Mobimétrie fournit un nombre moyen de contacts (GRP) à partir d'une analyse des flux de déplacement de la population, qui permet de connaître un taux de couverture et de fréquences d'ODV pour chaque plan d'affichage.

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être :

- **La couverture** : nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
- **La répétition** : nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.



L'**ODV** ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une occasion de contact.

Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée.

Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité.

La cartographie est un outil essentiel à la construction et au respect des engagements clients.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers internet (média non impacté par les réglementations à ce jour).

L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

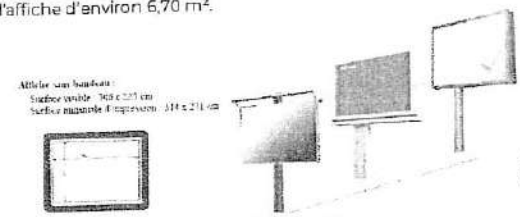
Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts...).

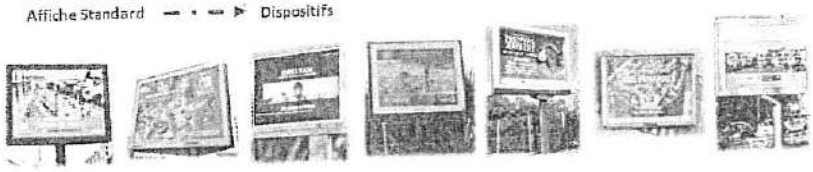
Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format réel d'affiche d'environ 6,70 m².

Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLPi afin d'appréhender la **très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour.**

A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration page suivante).

Le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encadrement à 10,50 m².





Ne pas reconnaitre au sein du futur RLP ce format standard reconnu nationalement et ne pas tenir compte de la réalité terrain est un non-sens économique et écologique.

LES OBJECTIFS d'un RLP

Le RLP donne la possibilité d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux enjeux locaux, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.

Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLP peut ainsi s'avérer être un outil pour réintroduire la publicité dans les zones d'interdictions relatives de publicité.

Le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes d'urbanisation et de technologies.

Le RLP doit être lisible et source de sécurité juridique. Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité (RLP)
Concertation - mai 2025

Propositions de l'UPE

Etude du projet de RLP arrêté par le Conseil municipal le 3 avril 2025

Commune de Fonsorbes



Dispositions générales

Fin d'activité

- Tous les dispositifs d'enseignes, de préenseignes et de publicités devront être retirés au plus tard 3 mois après la fin d'une activité. Il appartient donc au professionnel qui quitte les lieux de démonter les supports et de remettre les lieux en état. A défaut, la dépose sera à la charge du propriétaire des murs.

- Les RLP ont pour objectif d'appliquer les seules dispositions du code de l'environnement (article L581-14) et non celles des baux conclus par les sociétés d'affichage, notamment.
- Les RLP n'ont donc pas vocation à s'immiscer dans les relations contractuelles entre les sociétés d'affichage et les particuliers.

- **C'est pourquoi, il conviendra de supprimer la phrase surlignée en jaune ci-dessus.**

Dispositions générales

Régime d'autorisation

- L'installation, le remplacement ou la modification des dispositifs de publicités et préenseignes sont soumis à déclaration préalable.

- Le projet de RLP vise ici uniquement les publicités et enseignes soumises à déclaration préalable.
- En application de l'article L581-9 du code de l'environnement, « *l'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à l'autorisation du maire.* »
- Ainsi, la publicité numérique est soumise à autorisation préalable au cas par cas.
- Par ailleurs, la publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence suit le même régime juridique que la publicité non lumineuse et est donc soumise à déclaration préalable (article R581-34 du code de l'environnement).

- **C'est pourquoi, il conviendra de faire mention également de la publicité numérique soumise à autorisation préalable et de rappeler que la publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence est soumise à déclaration préalable.**

Dispositions générales

Mise en conformité des dispositifs existants

- Les publicités, enseignes et préenseignes régulièrement mises en place avant l'entrée en vigueur de ce règlement et qui ne sont pas conformes aux prescriptions de ce dernier lui sont soumises.
- Selon l'article L.581-43 du code de l'environnement, les publicités et préenseignes doivent se conformer aux prescriptions du règlement local de publicité dans un délai de quatre ans à compter de l'entrée en vigueur du RLP. Les dispositifs d'enseignes bénéficient d'un délai de mise en conformité de quatre ans.

- Il convient de rappeler que les publicités et préenseignes bénéficient d'un délai de mise en conformité de deux ans à compter de l'entrée en vigueur des RLP (article R581-88 du code de l'environnement).
- Les enseignes, quant à elles, bénéficient d'un délai de mise en conformité fixé à 6 ans (article L581-43 du code de l'environnement).

- **C'est pourquoi, il conviendra de rappeler les délais de mise en conformité des publicité et préenseignes (2 ans) et des enseignes (6 ans).**

Dispositions générales

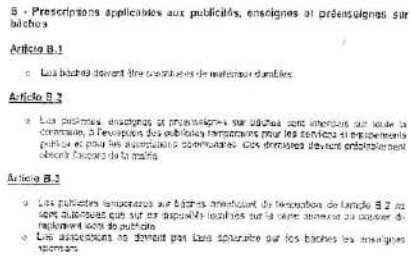
Entrée/Sortie des commerces

- Les panneaux indiquant l'entrée et/ou la sortie des commerces ne sont pas soumis au présent RLP.

- Nous ne comprenons pas exactement le sens de cette disposition. Les panneaux d'entrée et de sortie de ville ne sont pas soumis aux RLP, en toute hypothèse.

- **C'est pourquoi, il conviendra de supprimer cette disposition.**

Dispositions particulières



B - Prescriptions applicables aux publicités, enseignes et préenseignes sur bâches

Article B.1

- Les bâches devront être constituées de matériaux durables.

Article B.2

- Les publicités, enseignes et préenseignes sur bâches sont interdites sur toute la commune, à l'exception des publicités temporaires pour les services et équipements publics et pour les associations communales. Ces dernières devront préalablement obtenir l'accord de la mairie.

Article B.3

- Les publicités temporaires sur bâches bénéficiant de l'exception de l'article B.2 ne sont autorisées que sur les dispositifs localisés sur la carte annexée au présent règlement local de publicité.
- Les associations ne doivent pas faire apparaître sur les bâches les enseignes sponsors.

- En premier lieu, les RLP n'ont pas vocation à réglementer le contenu des publicités. En effet, comme le rappelle le Guide pratique du ministère de l'Environnement relatif à la publicité extérieure de février 2025, « *Le contenu du message publicitaire n'est pas abordé par le présent guide. En effet, le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et le format des publicités, des enseignes et des préenseignes dans un objectif de protection du cadre de vie* » (page 9).

- En second lieu, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation préalable du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.

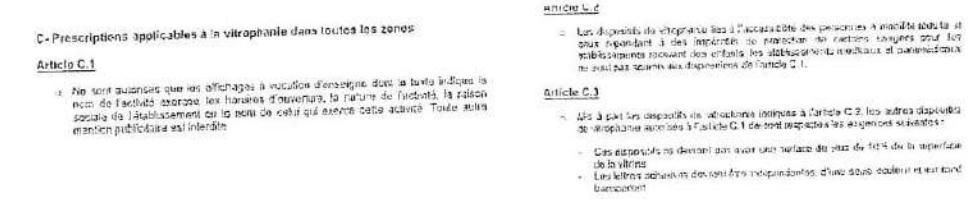
- Par ailleurs, un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés et de ne pas poser d'interdictions de principe.

- En outre, un RLP ne peut pas autoriser l'implantation de dispositifs publicitaires, comme les bâches, à certaines personnes morales (associations...), sans créer une rupture d'égalité devant la loi.

- **Pour ces raisons, nous préconisons de permettre l'implantation des bâches publicitaires en toutes zones et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités en maîtrisent parfaitement les implantations via le régime de l'autorisation préalable.**

- **Nous préconisons également de supprimer toute limite relative au contenu des publicités ainsi que les dispositions privilégiant certaines personnes morales.**

Dispositions particulières



C- Prescriptions applicables à la vitrophanie dans toutes les zones

Article C.1

- Ne sont autorisés que les affichages à vocation d'enseigne dont le texte indique le nom de l'activité exercée, les horaires d'ouverture, la nature de l'activité, la raison sociale de l'établissement ou le nom de celui qui exerce cette activité. Toute autre mention publicitaire est interdite

Article C.2

- Les dispositifs de vitrophanie liés à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite et ceux dépendant à des impératifs de protection des parties tierces pour les établissements recevant des enfants les établissements médicaux et paramédicaux ne sont pas soumis aux dispositions de l'article C.1.

Article C.3

- Afin à part les dispositifs de vitrophanie indiqués à l'article C.2, les autres dispositifs de vitrophanie soumises à l'article C.1 devront respecter les exigences suivantes :
  - Ces dispositifs ne devront pas avoir une surface de plus de 10% de la superficie de la vitrine
  - Les lettres adhésives devront être indépendantes, d'une seule couleur et non fond transparent

- De la même manière qu'exposé précédemment, les RLP n'ont pas vocation à réglementer le contenu des publicités et des enseignes. En effet, comme le rappelle le guide pratique du ministère de l'Environnement relatif à la publicité extérieure de février 2025, « *Le contenu du message publicitaire n'est pas abordé par le présent guide. En effet, le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et le format des publicités, des enseignes et des préenseignes dans un objectif de protection du cadre de vie* » (page 9).

- Par ailleurs, l'affichage de petit format est un mode de publicité réglementé par le règlement national de publicité (RNP) contenu dans le code de l'environnement (article L581-8).

- Le régime juridique de l'affichage de petit format est directement précisé par le RNP. Ce dernier prévoit notamment (article R581-57) que « *Les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581-8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.* »

- De plus, sous réserve des interdictions prévues par l'article L581-4 et au I de l'article L581-8 du code de l'environnement, un RLP ne peut pas interdire ou restreindre les conditions d'implantation de l'affichage de petit format (voir en ce sens, CAA Bordeaux, 26 avril 2021, N° 19BX01464 et TA Toulouse, 2 juillet 2021, N°1905615).

- **Pour ces raisons, il conviendra d'appliquer les dispositions du règlement national de publicité s'agissant de l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales.**

- **Il conviendra également de supprimer les dispositions réglementant le contenu des dispositifs.**

Dispositions particulières

F- Prescriptions applicables aux enseignes temporaires :

Article F.1

- Les enseignes temporaires sont soumises aux prescriptions relatives aux enseignes de la zone dans laquelle elles sont installées. Elles ne doivent pas être implantées en sus du nombre d'enseignes autorisées par établissement dans la zone, à l'exception des enseignes apposées à plat sur tentes ou des périodes d'ouverture des soldes et en cas de liquidation de biens.

Article F.2

- Dans le cadre d'une manifestation ou d'un événement, elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées à la fin de la manifestation.

Article F.3

- Pour les installations temporaires de plus de trois mois, seule est autorisée une enseigne scellée au sol ou apposée directement sur le sol par voie bordant l'installation, quelle que soit la zone. La surface maximale de cette enseigne est de 6 m². Sa hauteur maximale est de 4m. Elle doit être retirée à la date de la fin de l'autorisation délivrée.

- Il convient de noter que les enseignes temporaires ne suivent pas le même régime juridique que les enseignes permanentes (article R581-70 du code de l'environnement).

- De plus, en application de l'article R581-69 du code de l'environnement, « *les enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.* »

- **Aussi, il conviendra de bien différencier le régime juridique des enseignes temporaires (articles R581-68 et suivants du code de l'environnement) de celui des enseignes permanentes.**

Dispositions particulières

Article H.2

- Les écrans lumineux visibles de l'espace public sont assimilés à des publicités lumineuses et sont donc assujettis à la réglementation de l'article H.1.

- Il convient de rappeler les définitions de la publicité, de l'enseigne et de la préenseigne données par l'article L581-3 du code de l'environnement :

1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

3° Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

- Ainsi, un RLP ne peut pas considérer par principe un « *écran lumineux visible de l'espace public* » comme de la publicité. Un écran lumineux visible de l'espace public peut être qualifié de publicité et/ou d'enseigne en fonction du type de message et de l'immeuble dans lequel il se situe.

- **Aussi, il conviendra de modifier l'article H.2 en ce sens et de ne pas poser de qualification *a priori*.**

Dispositions particulières

DISPOSITIONS APPLICABLES A L'ENSEMBLE DE LA COMMUNE :
K - Prescriptions applicables aux écrans et aux dispositifs numériques : Article K.1
Les dispositifs numériques sont interdits à l'exception des dispositifs portés par la commune.

- Il convient de rappeler que la publicité numérique est soumise à autorisation préalable au cas par cas délivrée par le Maire. En effet, l'article L581-9 du code de l'environnement dispose que : « *L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à l'autorisation du maire.* »
- De plus, la publicité numérique obéit à un régime juridique particulier défini par le code de l'environnement en termes de format, notamment (article R581-41).
- Aussi, un RLP ne doit pas interdire par principe la publicité numérique sur domaine privé et ne doit pas figer à un instant « T » les possibilités de communication.
- Par ailleurs, la jurisprudence la plus récente censure des RLP(i) posant des interdictions trop générales et trop absolues concernant le numérique : « *Il résulte de ce qui précède que la société Pixity est fondée à demander l'annulation de la délibération du 6 décembre 2019 approuvant la révision du règlement local de publicité de Brest Métropole en tant que le règlement de la publicité et des préenseignes interdit dans la zone 4 tous les dispositifs numériques.* » (CAA Nantes, 9 avril 2024, SAS PIXITY, N° 22NT00370).
- En outre, un RLP ne peut pas autoriser l'implantation de dispositifs publicitaires à certaines personnes morales sans créer une rupture d'égalité devant la loi.

- **Pour toutes ces raisons, nous préconisons d'autoriser la publicité numérique et de la soumettre au règlement national de publicité (RNP) du code de l'environnement.**

Dispositions particulières

Article M.2

- Indépendamment de la règle de densité énoncée dans l'article M.1, de la règle de recul énoncée dans l'article L.1 et de la nature du foncier, les dispositifs doivent être distants entre eux d'une distance minimale de 20 mètres exception faite pour les dispositifs sur mobilier urbain qui ne sont pas concernés par la règle de densité.

- Tel qu'il est rédigé, le projet de règlement contient une erreur de droit en tant qu'il assujettit les dispositifs publicitaires à des règles d'inter-distance.
- Si le code de l'environnement a prévu une aération possible des implantations par le biais d'une règle de densité établie par unité foncière (article R.581-25), c'est bien pour éviter toute situation dont la gestion serait inapplicable et conflictuelle.
- Les règles d'inter-distance sont sources d'insécurités législative et opérationnelle.
- De plus, la Cour administrative d'appel de Paris a jugé que la notion d'inter-distance était contraire à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme et a censuré un RLP sur ce point (CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182).

- **Afin de prendre en compte les contraintes légales tout en répondant à l'attente de la commune, nous vous proposons de compléter la rédaction de la façon suivante :**
- « ***Indépendamment de la règle de densité énoncée dans l'article M.1, de la règle de recul énoncée dans l'article L.1 et de la nature du foncier, sur la même unité foncière, les dispositifs doivent être distants entre eux d'une distance minimale de 20 mètres exception faite pour les dispositifs sur mobilier urbain qui ne sont pas concernés par la règle de densité.*** »

Annexe 2 :

Association Paysages de France

Analyse du règlement local de publicité de Fonsorbes

Analyse RLP Fonsorbes par Paysages de France

(Joelle Durand/Jean-Marie Delalande)

Courrier arrivé
Le 10 OCT. 2025
Mairie de Fonsorbes

Joëlle Durand

Points positifs :

- Volonté de règlementer, de réduire et d'harmoniser
- Création de 3 zones règlementées
- ZP3 très protégée (hormis enseignes scellées au sol de 6m2 *(voir plus bas)*)
- Sur toute la commune :
    - Aucun dispositif sur toiture
    - Dispositifs numériques interdits
    - Enseignes lumineuses éteintes entre 23h et 6h (extension de la plage RNP)
    - Enseignes lumineuses non éblouissantes (comment le mesurer ?)
    - Enseignes clignotantes et défilantes interdites
    - Pas de publicité murale (et préenseigne ?)

Non précisé :

- Préenseignes murales ?
- Dispositifs de moins de 1 m2 (à règlementer pour éviter leur prolifération)

Points négatifs :

- Recul concernant la publicité et les préenseignes scellées au sol, pourtant interdites à ce jour !

  Cf Rapport de présentation p17 :

  « Le Règlement Local de Publicité *avant la présente révision* défini les règles suivantes :

  > La publicité et les préenseignes sur dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol restent interdites. »

  Rq : Un retour en arrière très dommageable quand on sait comment un dispositif scellé au sol supportant un format de 6 ou 8 ou 10,5 m2 peut défigurer une rue, une place ou tout autre endroit jusque-là préservé.

- Cumul trop important de publicités, préenseignes et enseignes autorisées en ZR2 (schéma pages 20 et 22 du RLP)
- Beaucoup de scellés au sol (très impactants)

Jean Marie Delalande

CDNPS Haute-Garonne
Projet de RLP de Fonsorbes (31)

Suite au Grenelle de l'environnement, les ZPR et ZPA n'existent plus. **Il faut renommer les zones en ZP1, ZP2**… car cette dénomination porte à confusion.

Dispositions illégales

1- Mise en conformité
Les délais de mise en conformité d'un RLP sont :
- publicités 2 ans
- enseignes 6 ans

et non 4 ans pour les pubs et les enseignes comme indiqué.
Le délai de 4 ans correspond au délai de mise en conformité des surfaces maximum des pubs et enseignes modifiées en 2023. Cela n'a rien à voir avec les délais de mise en conformité suite à un RLP.

2- Entrée / sortie des commerces :
Un dispositif au sol de plus de 1 m² indiquant l'entrée d'un commerce est une enseigne si le dispositif est installé sur l'unité foncière de l'établissement.
Si le panneau n'est pas installé sur l'unité foncière, c'est une préenseigne.
Dans les 2 cas, le dispositif est soumis au RLP. Il entre dans le calcul du nombre d'enseignes au sol autorisé (une par voie) ou doit respecter la règle de densité pour les publicités.
Il n'est donc pas possible de sortir ces dispositifs du champ d'application du RLP

3- Règle de densité
article M : la règle de densité énoncée ne doit concerner que les publicités. Les enseignes sont soumises à une autre règle de densité (une par voie si plus d'un m²)

4- Article 1,2,2 :
Il me semble que l'enseigne présentée sur le dessin est une enseigne sur auvent, donc limitée à 1 m de haut. Le RLP ne peut donc pas autoriser des enseignes qui ne respecteraient pas cette taille bien que déjà installées.

5- Article 1,2,2, :
Les totems et enseignes au sol ne sont autorisés que lorsqu'ils comprennent 3 enseignes minimum.
Je suppose qu'il faut remplacer « comprennent 3 enseignes minimum » par « concernent 3 activités minimum » ou « concernent 3 établissements minimum »

Attention , l'article semble autoriser plus d'une enseigne **au sol de 1 m²** par établissement, alors que le Code de l'environnement les limite à une seule par voie. Il faut préciser *« soit un totem de 9 m², soit une enseigne au sol de 6 m², ne pouvant pas être cumulé avec un oriflamme de plus d'un m² par établissement »*

Des règles à améliorer, à ajouter

6- En ZP1, 6 m² pour les pubs au sol en centre ville semble excessif,
pourquoi interdire les pubs sur mur et autoriser les pubs au sol, celle-ci ayant le plus d'impact sur le paysage ?

7- En ZP2, les publicités sont limitées à 10,5 m² soit le maximum autorisé par le code de l'environnement. **Or le rapport de présentation indique que les moulures ne sont pas comptabilisées dans la surface d'un dispositif**. On pourrait donc avoir des panneaux de 10,5 m² affiche plus les moulures, dépassant ainsi la surface autorisée par le Code de l'environnement. Le ministère a précisé récemment que la surface d'un dispositif s'entendait avec affiche + moulures (sans le pied).
Il faut donc modifier le rapport de présentation ou mieux préciser dans le règlement que les surfaces données s'entendent hors tout (affiche + moulures)
De plus, cette surface de 10,5 m² correspond au maximum autorisé par le Code de l'environnement. Or l'un des objectifs du RLP pour la ZP2 est de *« Limiter l'impact visuel de la publicité au sein des zones d'activités »*. Ce n'est pas le cas avec cette mesure.

8- Enseignes au sol de moins de 1 m²
Ces enseignes ne sont pas règlementées par le Code de l'environnement. La quasi-totalité des RLP les réglemente donc afin d'éviter la prolifération de ces enseignes. Un marchand d'automobiles peut ainsi installer une centaine de fanions de 1 m² ou moins autour de son établissement !
Il faut dans les dispositions générales limiter les enseignes de 1 m² ou moins à une ou 2 par établissement

9- Enseignes hors agglomération
C'est le Code de l'environnement qui s'y applique : donc possibilité d'enseigne au sol de 10,5 m², d'enseigne sur toiture de 60 m² maxi, d'enseignes numériques gigantesques sur mur puisque le maximum est un pourcentage de la surface de façade.
Ces enseignes doivent impérativement être réglementées, en les intégrant par exemple dans la ZP3.

Des incohérences, des erreurs

Article 1,1,2 : *« les préenseignes sont interdites excepté les totems regroupant plusieurs enseignes »* : Une préenseigne peut avoir la forme d'un totem, mais elle ne peut pas regrouper plusieurs enseignes, car dans ce cas, elle deviendrait une enseigne.
Il y a confusion entre enseignes, activités, établissement.

Article 2,2,1 Les enseignes sur toiture sont interdites. Par contre, dans le tableau récapitulatif, elles sont autorisées !

Page 15 du rapport de présentation : il est indiqué 12 m² pour la surface maxi des enseignes au sol. Depuis 2023, c'est 10,5 m² !

Page 16 du rapport de présentation :il est indiqué 12 m² pour la surface maxi des publicités. Depuis 2023, c'est 10,5 m² !

Surface des publicités sur mobilier urbain
Article E1 : ***« La publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée selon les prescriptions du présent règlement. »***

En ZP1, aucune prescription concernant le mobilier urbain, hormis le schéma indiquant que la pub sur mobilier urbain est autorisée, donc c'est le RNP qui s'applique à savoir 10,5 m² maxi pour les affiches de pub sur le mobilier urbain d'information, donc des panneaux de 12 à 14 m² !
En ZP2, identique
En ZP3, identique
On pourrait ainsi avoir des panneaux installés sur les trottoirs de 12 m² au moins, et cela dans les 3 zones de publicité !
Fonsorbes serait sans doute la seule ville de France à oser proposer une telle mesure…

Jean Marie Delalande, président de Paysages de France
2 septembre 2025

ville de fonsorbes

AVIS CCI

Courrier arrivé
le 18 JUIL. 2025
Mairie de Fonsorbes

CCI TOULOUSE HAUTE-GARONNE

Le Président

Vos références :
Affaire suivie par C.MEESCHAERT
FS/CB/AC/VA/CM/11-25
Nos références :
Dossier suivi par Marie RIGOULAT
Objet :
Avis Projet Règlement local de Publicité

MadameFrançoise SIMÉON
Maire de Fonsorbes
Place du Trépadé
31470 FONSORBES

Toulouse, le 16 juillet 2025

Madame la Maire,

Par courriel en date du 7 mai dernier adressé à la Chambre de Commerce et d'industrie de Toulouse Haute-Garonne, vous sollicitez l'avis de notre institution sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité, élaboré conformément aux dispositions du Code de l'Environnement et aux exigences de la loi Grenelle II ainsi que de la loi Climat et Résilience

La structuration du territoire en 3 zones de publicité réglementée permet une adaptation des prescriptions, une prise en compte des enjeux de la densité et de la visibilité commerciale.
Afin de concilier au mieux les impératifs de la réglementation claire et conforme aux lois en vigueur avec les besoins de la liberté et de l'intérêt du commerce local, et le souci de promouvoir un environnement commercial dynamique et attractif, nous émettons **un avis favorable**.

Le projet répond aux contraintes environnementales et réglementaires, mais il ne devra pas pénaliser le développement des activités économiques ni l'attractivité du territoire ; la publicité restant un moyen de communication et de diffusion d'informations, en particulier pour les commerces locaux.

Toutefois, nous attirons votre attention sur la nécessité d'informer et d'accompagner les entreprises pour lesquelles les dispositifs sont non conformes. Ainsi, il conviendrait de prévoir un accompagnement technique et pédagogique des acteurs concernés, notamment les petites structures, afin de faciliter la mise en conformité des dispositifs existants dans les délais réglementaires.

Pour toute information complémentaire, le service Commerce de la CCI de Toulouse Haute-Garonne se tient à votre disposition.

Veuillez recevoir, Madame la Maire, l'assurance de mes respectueuses salutations.

Patrick PIEDRAFITA

CCI Toulouse Haute-Garonne | 2, rue d'Alsace-Lorraine | BP 10202 | Toulouse cedex 6
T. 05 61 33 65 00 | accueil@toulouse.cci.fr | www.toulouse.cci.fr

ville de fonsorbes

AVIS SMEAT

smeat

Courrier arrivé
Le 10 JUIL. 2025

Madame Françoise SIMEON
Madame le Maire
Mairie de Fonsorbes
Rue du 11 Novembre 1918
BP 70028
31470 FONSORBES

Toulouse, le 09 JUIL. 2025

Objet : Projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Fonsorbes

Madame le Maire,

Je vous adresse la délibération votée par le Comité Syndical du SMEAT du 07 Juillet 2025 portant avis sur le projet de révision du RLP de votre commune.

Je vous prie de croire, Madame le Maire, à l'assurance de ma considération distinguée.

La Présidente du SMEAT

SMEAT 11, Boulevard des Récollets 31400 TOULOUSE

Annette LAIGNEAU

SMEAT
Syndicat mixte pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territoriale de la Grande Agglomération Toulousaine
11, boulevard des Récollets – CS97802 - 31 078 TOULOUSE CEDEX 4
Tel : 05 34 42 42 80 – contact@smeat-agglotoulouse.fr

Envoyé en préfecture le 08/07/2025
Reçu en préfecture le 08/07/2025
Publié le
ID : 031-253102388-20250707-D_250707_3_4-DE

smeat

D.2025.07.07.3.4

Extrait du registre des délibérations du Syndicat mixte d'études pour entreprendre et mettre en œuvre le schéma de cohérence territoriale de la grande agglomération toulousaine

Séance du 07 juillet 2025

3 – MISE EN ŒUVRE DU SCOT
3.4 AVIS SUR LE PROJET D'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE FONSORBES

L'an deux mille vingt-cinq, le sept juillet à quinze heures trente, s'est réuni, sous la présidence de Madame Annette LAIGNEAU, Présidente, le Comité syndical du Syndicat Mixte d'Etudes pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territoriale de la Grande agglomération toulousaine, Immeuble Le Belvédère, 11 boulevard des Récollets à Toulouse.

Délégués présents :

TOULOUSE METROPOLE	
ANDRE Christian **ANDRE** Gérard **BEUILLÉ** Michel **DOITTAU** Véronique **DUHAMEL** Thierry **FERNANDEZ** Marc **FERRER** Isabelle **FOUCHIER** Dominique **GASC** Jean-Pierre **KARMANN** Thomas	**LAIGNEAU** Annette **MARTY** Souhayla **MOUDENC** Jean-Luc **NOUVEL** Honoré **RODRIGUES** Patrice **ROURE** Marie-Hélène **SERP** Bertrand **SUSIGAN** Alain **TOPPAN** Alain **URSULE** Béatrice
LE MURETAIN AGGLO	
BERGIA Jean-Marc **CARLIER** David-Olivier **DESCHAMPS** Gilbert	**MANDEMENT** André **SUTRA** Jean-François **TOUZET** Sophie
SICOVAL	
SANGAY Dominique **CAUBET** Bruno **LAGARDE** Dominique	**LATTARD** Pierre **NORMAND** Xavier
LE GRAND OUEST TOULOUSAIN	
GUYOT Philippe **TOUNTEVICH** Christophe	**ALEGRE** Raymond
COTEAUX BELLEVUE	
SOURZAC Jean-Gervais	**LAY** Sophie

Envoyé en préfecture le 08/07/2025
Reçu en préfecture le 08/07/2025
Publié le
ID : 031-253102388-20250707-D_250707_3_4-DE

Délégués titulaires ayant donné pouvoir

ARSAC Olivier, représenté parMme FERRER
COLL Jean-Louis, représenté par M. MANDEMENT
FAURE Dominique, représentée par Mme URSULE
ROUGÉ Michel, représenté par M. ANDRE Gérard
RUSSO Ida, représentée par M. ALEGRE
SUAUD Thierry, représenté par Mme TOUZET
TRAVAL-MICHELET Karine, représentée par M. RODRIGUES

Délégués titulaires excusés

ALENÇON Alain
BARRAQUÉ-ONNO Véronique
BEZERRA Gil
BOLZAN Jean-Jacques
CARLES Joseph
CASTERA Didier
CHOLLET François
COGNARD Gaëtan
DELPECH Patrick
DELSOL Alain
DENOUVION Victor
ESPIC Bruno
ESQUERRE Diane
GRIMAUD Robert
MEDINA Robert
MOGICATO Bruno
PERE Marc
PLANTADE Philippe
PORTARRIEU Jean-François
SEBI Jacques
SEGERIC Jacques
SÉVERAC Philippe
SIMON Michel
TERRAIL-NOVES Vincent
VAILLANT Romain
ZANATTA Thierry

Délégués suppléants excusés

ARDERIU François
BAUDEAU Fabrice
CARDEILHAC-PUGENS Etienne
CARRAL Alain
ESPIC Xavier
MILHAU Claude
ROUSSEL Jean-François
TAUZIN Christian
TRONCO Jean-Luc

Nombre de délégués	En exercice : 67	Présents : 36	Votants : 43
	Abstention : 0	Contre : 0	Pour : 43

Envoyé en préfecture le 08/07/2025
Reçu en préfecture le 08/07/2025
Publié le
ID : 031-253102388-20250707-D_250707_3_4-DE

La commune de Fonsorbes, membre du Muretain Agglo, a notifié au SMEAT en date du 07 mai 2025 son projet de règlement local de publicité (RLP), pour avis sous 3 mois, tel qu'arrêté par délibération de son conseil municipal du 03 avril 2025.

C'est à ce titre, sur la base des articles L132-7 à L132-11 et L142-1 du code de l'urbanisme et l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, que le SMEAT est consulté pour donner un avis sur le RLP de Fonsorbes, en particulier au titre de la prise en compte des objectifs et préconisations du SCoT de l'agglomération toulousaine en matière de paysage.

1/ Examen du projet

Le projet de Règlement Local de Publicité s'appliquera sur les espaces urbanisés de la commune et sera différencié en fonction de leurs caractéristiques urbaines : en centre-ville (zone de publicité réglementée), sur la zone économique et commerciale de la commune et de façon plus restrictive sur les espaces d'habitat individuel. Le reste du territoire de la commune de Fonsorbes est soumis au régime général défini par la loi du 29 décembre 1979, c'est-à-dire aux dispositions du Règlement National de Publicité (RNP) relatives aux agglomérations de plus de 10 000 habitants puisque la commune de Fonsorbes compte de 12 546 habitants au 1er janvier 2021 (données INSEE).

L'élaboration du RLP de la commune de Fonsorbes porte comme objectif d'adapter au contexte local les dispositions prévues par la loi :

- Emplacement, densité, surface, hauteur et entretien des dispositifs d'affichage.
- Types de dispositifs autorisés.
- Utilisation du mobilier urbain comme dispositif de publicité et de publicité numérique.
- Publicités et enseignes lumineuses.

Le RLP porte sur trois orientations principales :

- Veiller à la qualité de vie et à la sécurité routière en adaptant la règle nationale au territoire communal.
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale.
- Donner de la visibilité aux acteurs économiques en fonction de leur implantation sur la commune.

Trois zones de publicités ont été déterminées, avec un règlement associé, ainsi que deux cartographies :

- La Zone de Publicité n°1 (ZP1) « centre-ville » avec pour objectifs :
  - Faire du centre-ville un lieu possédant son identité, qui puisse se retranscrire au travers de la publicité et des enseignes qui y sont implantées.
  - Favoriser la qualité esthétique des façades en limitant la surface des dispositifs publicitaire et en préservant le paysage urbain.
  - Renforcer l'attractivité économique du centre-ville.

- La Zone de Publicité n°2 (ZP2) « zones d'activités économiques et commerciales de la commune » avec pour objectif :
  - Limiter l'impact visuel de la publicité au sein des zones d'activités.
  - Homogénéiser les différents dispositifs de publicité.
  - Permettre aux entreprises implantées d'être plus visibles grâce à une signalétique uniformisée et actualisée.

Envoyé en préfecture le 08/07/2025
Reçu en préfecture le 08/07/2025
Publié le
ID : 031-253102388-20250707-D_250707_3_4-DE

- Zone de Publicité n°3 (ZP3) « zone d'agglomération » avec pour objectif :
    - Préserver les zones d'habitat des dispositifs publicitaires.

Au regard du SCoT de la grande agglomération toulousaine, et en particulier de son chapitre « Maîtriser » du DOO et de son objectif « révéler en préalable les territoires naturels et agricoles stratégiques », le territoire de Fonsorbes se situe dans le territoire de grand paysage de la « Plaine agricole de la moyenne terrasse de Garonne » (prescription P11) et au sein de la perspective visuelle n°19 « perspective depuis la plaine de Garonne vers le Nord de la plaine de Garonne » (recommandation R9) sur sa partie Est. Il s'inscrit également en margelle de terrasse (P12).

La commune comporte une entrée de ville identifiée comme étant à requalifier : il s'agit de la D632 dite « route de Tarbes » (P15 et R16).

Le RLP étant plus restrictif que le règlement de publicité national, il protège d'autant mieux les paysages. Le projet de RLP ne contrarie pas les prescriptions du SCoT, notamment celle relative à la requalification à la requalification de la RD632. Il est à noter que le règlement de la zone de publicité n°2 est adapté à des destinations économiques et commerciales nécessitant une certaine visibilité depuis la route et semble donc un peu plus ouvert sur les types d'affichage que dans les deux autres zones.

Il est par ailleurs précisé qu'aucune recommandation ni prescription du DOO n'est de nature à donner des objectifs d'aménagement spécifiques en matière de publicité.

Au regard de l'examen produit, les dispositions du RLP n'appellent pas de remarques par rapport aux orientations du SCoT en vigueur.

2/ Avis du SMEAT

Considérant que les orientations du projet d'élaboration du RLP et le cadre réglementaire de leurs déclinaisons répondent au SCoT en vigueur, il est proposé au Comité Syndical d'émettre un avis favorable.

Envoyé en préfecture le 08/07/2025
Reçu en préfecture le 08/07/2025
Publié le
ID : 031-253102388-20250707-D_250707_3_4-DE

Le Comité Syndical
Entendu l'exposé de Madame la Présidente
Après en avoir délibéré

ARTICLE 1 : EMET un avis favorable au projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité de Fonsorbes.

ARTICLE 2 : DIT que cette délibération sera notifiée à :
- A Monsieur le Maire de Fonsorbes.
- A Monsieur le Président du Muretain Agglo.

ARTICLE 3 : DIT que cette délibération sera transmise à :
- Monsieur le Préfet de la Haute-Garonne pour contrôle de légalité.

Ainsi fait et délibéré, les jour
Mois et an que dessus

Pour extrait conforme

La Présidente

Annette LAIGNEAU

ville de fonsorbes

AVIS TISSEO

Syndicat Mixte des Transports en Commun
de l'Agglomération Toulousaine

Courrier arrivé
Le 21 MAI 2025
Mairie de Fonsorbes

Le Président

MAIRIE DE FONSORBES
Madame Françoise SIMEON
Maire
Hôtel de Ville
Rue du 11 novembre 1918
31470 FONSORBES

Toulouse, le 12/05/2025

Vos réf : FS/PB/ AC/V A/CM/15-25
Nos réf : 2025-05-12-00830-DEP
Affaire suivie : Stratégie & Planification

Objet : Avis Tisséo Collectivités - Élaboration du Règlement Local de Publicité - Fonsorbes

Monsieur le Président,

J'ai pris connaissance avec attention de votre courrier en date du 07 mai 2025 par lequel vous transmettez à Tisséo Collectivités le dossier de Règlement Local de Publicité arrêté de la commune de Fonsorbes pour avis conformément à l'article L.153-16 du Code de l'Urbanisme.

Après analyse des pièces du dossier, Tisséo Collectivités n'a pas de remarque à formuler.

Tisséo Collectivités émet un avis favorable au Règlement Local de Publicité arrêté de Fonsorbes.

Je vous prie de croire, Madame la Maire, en l'assurance de ma considération distinguée.

Jean-Michel LATTES
Président de Tisséo Collectivités
Vice-Président de Toulouse Métropole
Adjoint au Maire de Toulouse

ville de fonsorbes

AVIS COMMUNE FROUZINS

Service Urbanisme
05.34.47.07.02
urbanisme@mairie-frouzins.fr

www.mairie-frouzins.fr

Courrier arrivé
Le 27 / 5 / 2025
Mairie de Fonsorbes

Fait à Frouzins le 27/05/2025

Avis de la commune de Frouzins sur le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Fonsorbes

Par courrier en date du 07/05/2025, la commune de Frouzins a été consultée par la commune de Fonsorbes concernant le projet d'élaboration de son Règlement Local de Publicité, prescrit par arrêté municipal en date du 3 avril 2025.

Après examen du dossier transmis et des orientations définies dans le projet de Règlement Local de Publicité, la commune de Frouzins :

Émet un AVIS FAVORABLE sur ledit projet.

Cet avis favorable repose sur la qualité du travail d'élaboration du document, sa cohérence avec les objectifs de préservation du cadre de vie, de valorisation du paysage urbain et de limitation de la pollution visuelle, tout en tenant compte des enjeux de communication des acteurs économiques.

La commune de Frouzins remercie la commune de Fonsorbes pour cette consultation et reste à disposition pour toute collaboration future sur les questions d'aménagement du territoire à l'échelle intercommunale.

Pour le Maire et par délégation,
Maire-Adjointe à l'urbanisme ,
Marie-Line ANDRES

MAIRIE DE FROUZINS (Hte-Gne)

ville de fonsorbes

AVIS COMMUNE SAINT-LYS

Courrier
Le 31 JUIL. 2025
Mairie de Fonsorbes

Saint-Lys
cœur de bastide

Madame la Maire
Mairie de Fonsorbes
Rue du 11 novembre 1918
31 470 FONSORBES

Affaire suivie par : Service Urbanisme – urbanisme@saint-lys.fr
Références : CB/VLG/HO

Objet : Consultation relative au projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de Fonsorbes

Saint-Lys, le 23 juillet 2025

Madame la Maire,

Par un courrier daté du 07 mai 2025, et conformément au code de l'urbanisme, vous avez notifié à la commune de Saint-Lys votre projet de règlement local de publicité (RLP) pour avis en tant que personne publique consultée.

A la lecture des éléments transmis, je vous informe que la commune de Saint-Lys émet un avis favorable au projet de RLP de Fonsorbes.

Je vous prie de croire, Madame la Maire, en l'expression de mes sincères salutations.

Pour le Maire et par délégation,
Céline BRUNIERA
Maire-adjointe à l'urbanisme,
l'aménagement du territoire, la sécurité incendie et l'accessibilité

Mairie de SAINT-LYS 31470

MAIRIE DE SAINT-LYS
1 Place Nationale - CS 60027 - 31470 Saint-Lys
Tél. : 05 62 14 71 71 - Fax : 05 61 91 63 02 - mairie@saint-lys.fr
www.saint-lys.fr

Contacts

Commune de Fonsorbes:

Rue du 11 novembre 1918
BP 70028
31470 FONSORBES
05 61 91 55 10
Courriel : mairie@fonsorbes.fr

Bureau d'études:

60 Impasse de Berlin
Albasud – CS 80391
82003 MONTAUBAN Cedex
05 63 66 44 22