Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

urbactis
GÉOMÈTRE-EXPERT BUREAU D'ÉTUDES

ville de fonsorbes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

PROCEDURE D'ÉLABORATION INITIALE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE COMMUNAL

1.1

Rapport de Présentation

Arrêté par délibération du Conseil Municipal le : 03 Avril 2025

Approuvé par délibération du Conseil Municipal le : 29 Janvier 2026

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

SOMMAIRE

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

SOMMAIRE 2

A. PREAMBULE 4

1. DEFINITIONS 5

2 CADRE LEGISLATIF D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE 8

2 L'ESSENTIEL DES DISPOSITIONS S'APPLIQUANT A LA COMMUNE DE FONSORBES 16

B. DIAGNOSTIC PUBLICITES ENSEIGNES ET PRE-ENSEIGNES 21

1. PREAMBULE 22

2. LES ENTREES D'AGGLOMERATION 24

3. LES ZONES D'ACTIVITES 37

4. LE CENTRE-VILLE 61

5. LES IMPLANTATIONS DE DISPOSITIFS HORS AGGLOMERATION 84

C. LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 88

1. LES ORIENTATIONS DU R.L.P. 89

2. LES DIFFERENTES ZONES REPEREES ET LEURS OBJECTIFS 90

3. JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS 92

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

A. PREAMBULE

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Le 1er Règlement Local de Publicité de la Commune de Fonsorbes avait été approuvé le 27 août 2002. Cependant, la loi Grenelle II de 2010 a profondément modifié la législation relative à ces règlements. Elle a notamment imposé que ces derniers soient dorénavant élaborés selon les règles fixées pour les PLU. A ce titre, les règlements locaux de publicité ont dû se conformer à cette loi avant le 14 janvier 2021. Passé ce délai, les documents en vigueur devaient ainsi caducs ; cas de la Commune de Fonsorbes, placée depuis sous le régime du Règlement National de Publicité.

Depuis le 1er janvier 2024, la Commune de Fonsorbes a récupéré les compétences de l'Etat en matière de police de la publicité sur leur territoire. Ils ont désormais la compétence pour instruire les demandes d'autorisation et de déclaration (d'installation, de remplacement ou de modification des dispositifs d'enseignes, de publicités et de préenseignes). Or à cette date, la commune de Fonsorbes ne disposait plus de Règlement Local de Publicité et était ainsi soumise au RNP (Règlement National de Publicité).
Dans ce contexte, la Commune a décidé de lancer l'élaboration de son Règlement Local de Publicité pour mieux préserver ses paysages, son cadre de vie et prendre en compte son évolution démographique et économique.
Cette procédure a été prescrite par délibération du Conseil Municipal le 16 janvier 2025 pour plusieurs raisons:

- S'adapter à l'évolution urbanistique, commerciale et démographique de la commune ;
- Mettre en œuvre une nouvelle politique environnementale en matière de publicité extérieure ;
- Adapter au contexte local les dispositions prévues par la loi en matière de :
    - D'emplacements (muraux, scellés au sol, toiture, autres…), de densité, de surface, de hauteur, d'entretien
    - De types de dispositifs autorisés (bâches, micro-affichages, enseignes…)
    - D'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique ;
    - De publicités et enseignes lumineuses.

1. DEFINITIONS

1.1 DEFINITION DU R.L.P.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) a pour but d'adapter à des conditions locales les règles nationales régissant la présence de la publicité et des enseignes dans le cadre de vie.

Le Règlement Local de Publicité est un document réglementaire opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant cette adaptation. Il peut aussi prévoir des dérogations dans le cadre de celles prévues par le Code de l'Environnement.

Les documents obligatoires composant le R.L.P sont :

- un rapport de présentation qui présente les résultats d'un diagnostic et fixe les orientations paysagères pour expliquer les choix réglementaires et leur cohérence. Cette cohérence doit se définir par rapport au PLU.
- un règlement fixant les modifications (règles plus restrictives par types d'objets visés).
- des documents graphiques avec une carte du zonage des Zones de Publicité (ZP), des périmètres commerciaux hors agglomération, et une carte des limites d'agglomération définies par les arrêtés municipaux joints.

Le RLP est annexé au PLU, et est applicable, dès son approbation, à tout nouveau dispositif et aux dispositifs existants non conformes à la réglementation antérieure. En application de l'article L.581-43 du Code de l'Environnement le délai de mise en conformité des dispositifs

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

existants à compter de l'approbation du RLP révisé est fixé à deux ans pour les publicités et préenseignes et à 6 ans pour les enseignes.

Conformément au décret du 30 octobre 2023, un délai de quatre ans est prévu pour la mise en conformité des dispositifs mis en place avant le 31 octobre 2023 qui ne respecteraient pas la nouvelle surface unitaire maximale sous réserve qu'ils ne contreviennent pas aux dispositions antérieurement applicables.

1.2 DEFINITION DES OBJETS VISES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT

1.2.1 Définition d'une publicité

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités » (Article L581-3 1°).

1.2.2 Définition d'une enseigne

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (Article L581-3 2°).

Cette définition pose comme principe le lien entre le message et le lieu. L'immeuble doit être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou pas, l'important est que l'activité s'y exerce. Ce qui est relatif à une activité est constitué par toute forme de message, et dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant de l'activité. Il peut s'agir d'une image ou d'un nom, d'une marque ou d'un produit quel que soit le moyen de présentation du message au public. Ce n'est pas le contenu du message défini comme enseigne qui est régi mais son apparence matérielle.

1.2.3 Définition d'une préenseigne

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°).

Il s'agit d'un message de signalétique correspondant à une information de destination. La localisation n'est pas déterminante de la définition de l'objet.
Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité. Un règlement local de publicité ne peut pas édicter de règles spécifiques pour les préenseignes.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Exemple des différents dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure
(source : écologie.gouv.fr[1])



Publicité scellée au sol ou sur un support (PUB) ; publicité sur mobilier urbain (MU) ; préenseigne scellée au sol (PE) ou posée au sol, type chevalet © ; enseignes à plat, perpendiculaire, en toiture et scellée au sol (E).

1.2.4. Définition d'une préenseigne dérogatoire

« Préenseigne implantée hors agglomération (par dérogation à l'article L.181-7) signalant les activités mentionnées par l'article L.581-19. »
Une dérogation peut être accordée à des préenseignes hors agglomération si elles signalent de manière 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.

1.2.5. Définition des Zones de Publicité (ZP)

Les zones de publicité définies par le plan de zonage comportent les règles locales qui sont obligatoirement plus restrictives que celles édictées par le Code de l'Environnement qui constituent le régime national (RN).
Une règle plus restrictive est par exemple celle qui réduirait de 12 m² (règle générale) à 8 m² (règle locale) la surface maximale unitaire d'une publicité.

[1] Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, « Guide pratique : la règlementation de la publicité extérieure », en ligne, consulté le 23/01/2025

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2 CADRE LEGISLATIF D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

1.1 PREAMBULE

La loi du 12 juillet 2010 (dite Grenelle II) a eu pour conséquence de modifier plus de la moitié des articles législatifs du Code de l'Environnement concernant l'affichage publicitaire. Ont évolué principalement les règles nationales concernant la publicité et les enseignes ainsi que la répartition des compétences en matière de police administrative de l'affichage.

Les règles applicables en matière d'extinction nocturne des publicités lumineuses sont régies par le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022. Les publicités lumineuses doivent être éteintes sur tout le territoire entre 1 heure et 6 heures du matin (à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports et des marchés d'intérêt national et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport durant les heures de fonctionnement de ces services). Les communes et EPCI conservent toutefois la possibilité de fixer des règles d'extinction plus strictes via leur RLP.

Le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 modifie certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des pré enseignes. Les dispositions prévues par ce texte pour les publicités s'appliquent également aux pré enseignes, conformément au premier alinéa de l'article L. 581-19 du code de l'environnement selon lequel les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

L'élaboration et la gestion des règlements locaux de publicité ont changé également. Elles sont désormais effectuées selon les procédures applicables aux plans locaux d'urbanisme.

1.2 SYNTHESE DES NOUVELLES REGLES ET DE LA LOI DU 12/07/10, DITE « GRENELLE II » PORTANT ENGAGEMENT NATIONAL POUR L'ENVIRONNEMENT

1.2.1. Préambule

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, dite « Grenelle II » instaure une nouvelle règlementation relative aux Règlements Locaux de Publicité, qui devront être au moins conformes à ces nouvelles règles, sinon plus contraignantes, et ce avant le 13 juillet 2020.

Le nouveau Règlement Local de Publicité ne peut plus comporter de zones de publicité élargie (normes excédant celle de la réglementation nationale) ni de zone de publicité autorisée (hors agglomération) comme il en existait dans le précédent Règlement Local de Publicité. **Cependant, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation située hors agglomération peuvent être autorisés par le Règlement Local de Publicité**. Le RLP doit alors délimiter le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables (Art. R581-77 du Code de l'Environnement).

Le délai de mise en conformité des dispositifs existants à compter de l'approbation du RLP révisé est de deux ans pour les publicités et préenseignes et de 6 ans pour les enseignes.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Conformément au décret du 30 octobre 2023, un délai de quatre ans est prévu pour la mise en conformité des dispositifs mis en place avant le 31 octobre 2023 qui ne respecteraient pas la nouvelle surface unitaire maximale sous réserve qu'ils ne contreviennent pas aux dispositions antérieurement applicables.

Le contenu du présent RLP, est précisé par le décret du 30 janvier 2012. Il doit comporter au minimum :

- Un rapport de présentation
  - Appuyé sur un diagnostic
  - Définissant les orientations et objectifs en matière de publicité extérieure
  - Expliquant les choix et règles retenus et les motifs de la délimitation des zones si elles existent

- Un règlement devant concilier liberté d'expression, liberté du commerce et de l'industrie et protection du cadre de vie
  - Prescriptions : emplacements, densité, surface, hauteur et types de dispositifs autorisés / interdits
  - Périmètres et modalités à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation située hors agglomération
  - Autorisations éventuelles des lieux visés à l'article L.581-8 du Code de l'Environnement
- Des annexes :
  - Documents graphiques : zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et dans le règlement
  - Arrêtés municipaux fixant les limites de la commune

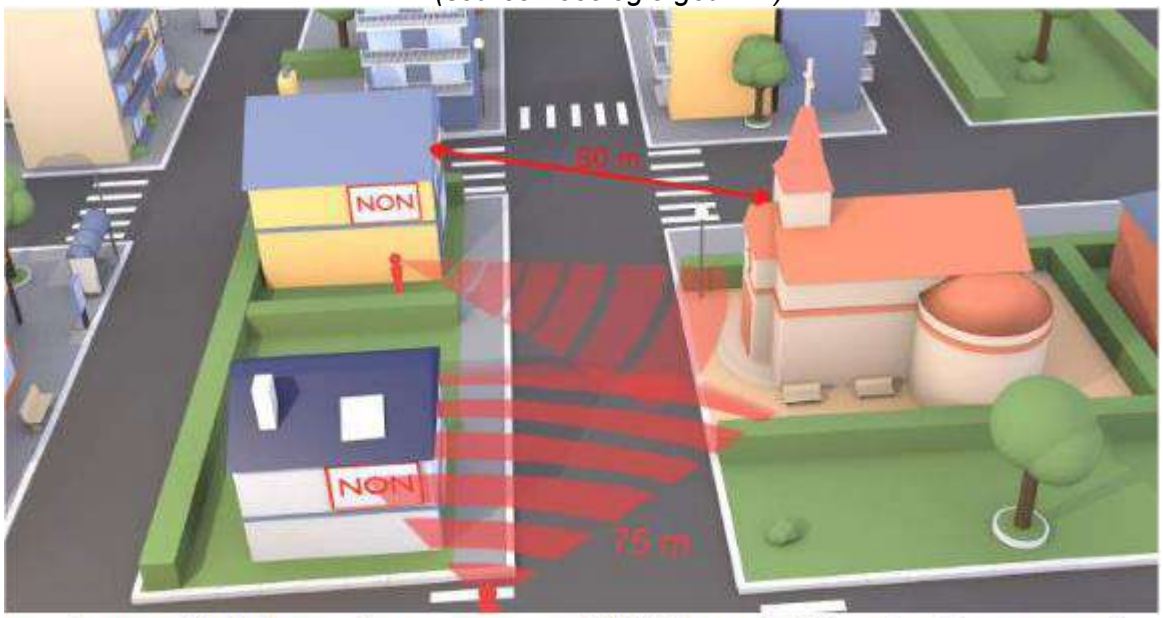
1.2.2. Principes généraux de la règlementation des publicités et enseignes

Pour rappel, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Cette liberté ne peut être restreinte principalement pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif. Ce motif est la protection du cadre de vie, et trouve donc son expression réglementaire dans le cadre du Code de l'Environnement. En prolongement des règles générales toute mesure réglementaire locale visant la publicité extérieure ou l'enseigne édictée dans le cadre du Code de l'Environnement ne peut être prise que dans cet objectif. Les autres motifs pouvant légitimement conduire l'autorité publique à limiter, voir interdire, la liberté d'expression exprimée par le moyen de la communication extérieure, ne peuvent être pris que dans d'autres cadres législatifs ; il peut s'agir de la sécurité routière, de la santé publique, ou encore de morale ou de la discrimination raciale etc. L'autorité de police dispose des moyens spécifiques pour intervenir cas par cas ou de manière préventive.

Le Code de l'Environnement ne porte que sur la présentation de messages visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Mais les messages posés à l'intérieur d'un local fermé et même visibles d'une telle voie, n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. Il s'agit de prendre en considération cette notion de visibilité qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne par exemple la protection des monuments historiques.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Illustration de publicités interdites en covisibilité avec un monument historique
(source : écologie.gouv.fr[2])



Les deux publicités murales sont en covisibilité avec l'église classée. La première (en bas) est dans le même champ de vision : un observateur peut voir en même temps la publicité et l'église. La seconde (en haut) est visible de l'église et réciproquement.

Il est à noter que chaque message ne peut pas être réglementé dans sa formulation (qui détermine sa nature dans le cadre du Code de l'Environnement), mais seulement dans la forme matérielle de présentation : dimension, nombre, forme, typographie, couleur, technique employée, etc.

Le Code de l'Environnement admet la présence de la publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés, et l'interdit en dehors de l'agglomération supposé être un paysage naturel.

Un dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité est assimilé lui aussi à une publicité au sens du Code de l'Environnement. Ceci signifie que le fait de présenter ou pas un message sur un panneau n'est pas déterminant en matière réglementaire si le dispositif potentiellement porteur de message existe ; ainsi en cas d'infraction au Code de l'Environnement, supprimer le message ne supprime pas l'infraction.

La police est exercée par le Maire. Il délivre les autorisations requises avec éventuellement accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

1.2.3. Définition de l'agglomération

L'agglomération est définie par l'article R110-2 du code de la route. L'agglomération désigne un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du Maire (article R411-2 du code de la route).

[2] Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, « Guide pratique : la règlementation de la publicité extérieure », en ligne, consulté le 23/01/2025

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Concernant le Code de l'Environnement, l'article L 581-7 stipule que :
« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon les prescriptions fixées par décret en Conseil d'Etat. La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par le décret. »

1.2.4. Les compétences en matière de police et d'instruction de la publicité

Depuis le 1er janvier 2024, et suite à l'article 17 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, les Maires sont compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire que leur commune soit ou non couverte par un RLP communal ou intercommunal, alors que cette compétence était auparavant partagée entre le Préfet et le Maire.

La compétence du Préfet est toutefois maintenue dans certaines situations :

- Compétence du Maire ou, à défaut, du Préfet pour prendre un arrêté interdisant toute publicité sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (Art. L. 581-4 du Code de l'Environnement) ;
- Si le Maire ne prend pas l'arrêté relatif à la création d'un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le Préfet, après une mise en demeure du Maire restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires (Art. L. 581-13 du Code de l'Environnement).

1.2.5. La compétence d'instruction

La réception des déclarations préalables et des demandes d'autorisation préalable ainsi que l'instruction de ces demandes font partie des prérogatives en matière de police de la publicité et ont donc été décentralisées.

La déclaration préalable ou l'autorisation préalable sont à adressées par la personne morale ou l'entreprise qui projette d'exploiter le dispositif ou le matériel par pli recommandé avec demande d'avis de réception postal ou déposée contre décharge, au maire de la Commune où est envisagée l'implantation du dispositif ou du matériel. Le formulaire à compléter est un document CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du Ministre chargé de l'Environnement. A compter de la date de réception de la déclaration par le Maire, le déclarant peut procéder, sous sa responsabilité, à la réalisation du projet déclaré.

Au sein d'un EPCI le service compétent peut être très éloigné de la mairie de la Commune dans laquelle l'implantation du dispositif est envisagée. Il appartient ensuite au Maire de transférer la déclaration ou la demande sous une semaine à l'autorité compétente quand elle diffère (Art. R. 581-8-1 et R. 581-9-1). L'instruction relève quant à elle de la compétence du Maire de la commune sur le territoire où il est envisagé d'implanter une publicité, une enseigne ou une préenseigne, sous réserve des modalités de transfert de compétence prévues ci-dessous.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

1.2.6. Le transfert de compétence à l'EPCI

À compter du 1er janvier 2024, la compétence en matière de police appartient au Maire agissant au nom de la commune, avec dans certains cas un transfert au président de l'EPCI. Afin de permettre l'exercice du pouvoir de police de la publicité sur le territoire à l'échelle intercommunale, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 (article 17) a prévu le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité, ce qui comprend l'instruction des déclarations et autorisations préalables, au président de l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) à fiscalité propre dans les conditions et selon les modalités fixées par l'article L. 5211-9-2 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT). Le transfert automatique des pouvoirs de police de la publicité du Maire au président de l'EPCI à fiscalité propre concerne les EPCI compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) ou de RLP, quelle que soit la taille de la commune. Les Maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L. 5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi Climat et Résilience.

1.2.7. Nouvelles règles de densité aux publicités et pré enseignes

L'article L581-9 du Code de l'Environnement prévoit la mise en place d'une règle de densité pour les publicités et pré enseignes. Le décret d'application du 30 janvier 2012 a fixé cette règle de densité dans le nouvel article R.581-25 du Code de l'Environnement.

La règle de densité s'applique aux publicités et aux pré enseignes à l'exception :
- Des bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles comportant de la publicité
- Du mobilier urbain comportant de la publicité apposée sur le domaine public
- Des micro-affiches apposées sur les façades commerciales
- Des préenseignes dérogatoires apposées hors agglomération
- Des publicités ou préenseignes apposées sur palissade
- Des publicités ou préenseignes apposées sur toiture.

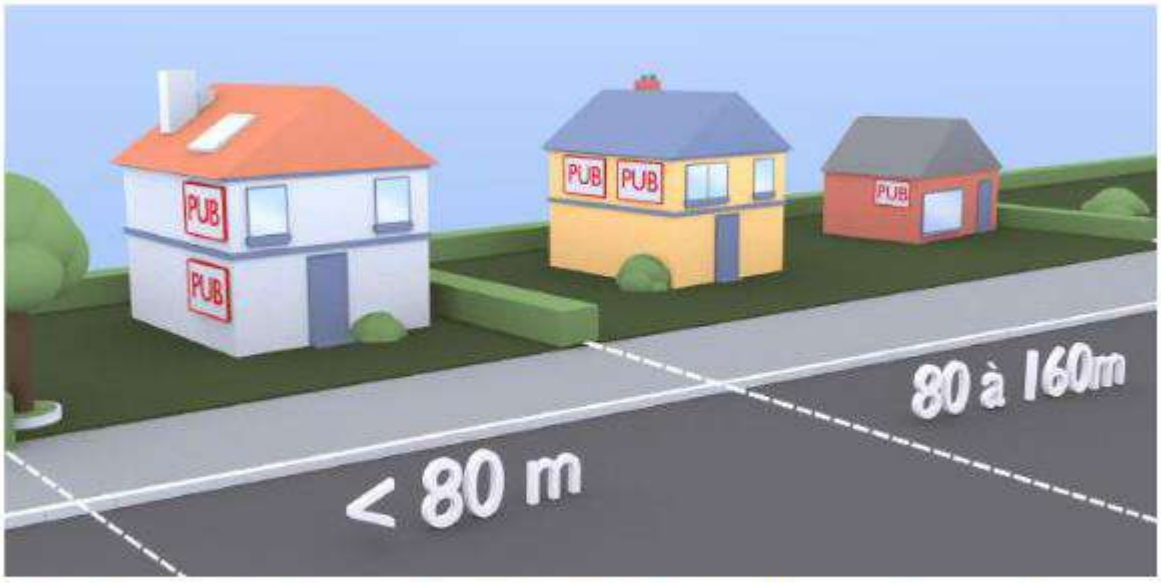
Sont donc concernées les publicités et pré enseignes apposées sur le sol, sur un mur aveugle, sur un mur comportant des ouvertures inférieures à 0.5m² et sur les clôtures.

Sur le domaine privé
La référence de la règle de densité est l'unité foncière. Celle-ci permet de considérer le linéaire bordant la voie ouverte à la circulation publique qui constitue la base de calcul, soit 80 mètres.
Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles et seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte.
La densité des dispositifs est limitée à un seul dispositif par unité foncière dont le côté bordant la voie publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires. Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaires, selon les conditions suivantes :

- Deux dispositifs muraux alignés verticalement ou horizontalement : L'installation est autorisée, quelle que soit la longueur du côté bordant la voie publique (entre 0 et 80 ml).
- Deux dispositifs scellés au sol : L'installation est autorisée uniquement si la longueur du côté bordant la voie publique est supérieure à 40 mètres linéaires (soit entre 40 et 80 ml).

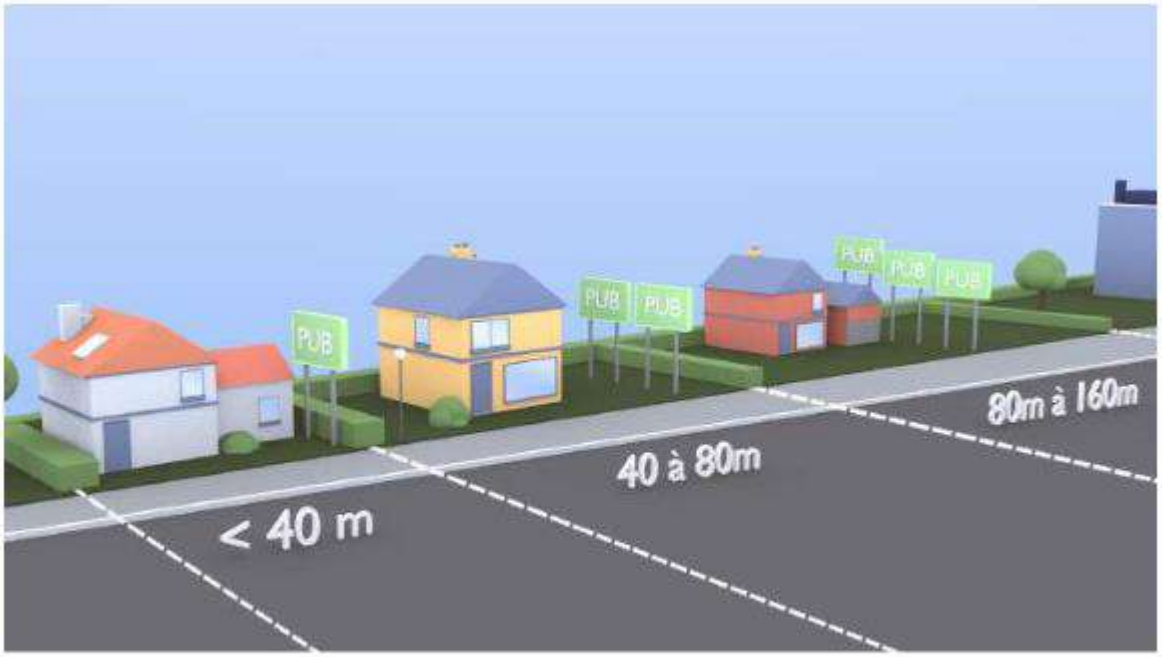
Illustration de la règle de densité pour les dispositifs muraux sur le domaine privé
(source : écologie.gouv.fr)

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE



Deux dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80 m à la condition d'être superposés ou juxtaposés. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.*

Illustration de la règle de densité pour les dispositifs scellés au sol sur le domaine privé
(source : écologie.gouv.fr)



Un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40 m. Deux dispositifs entre 40 m et 80 m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 m.

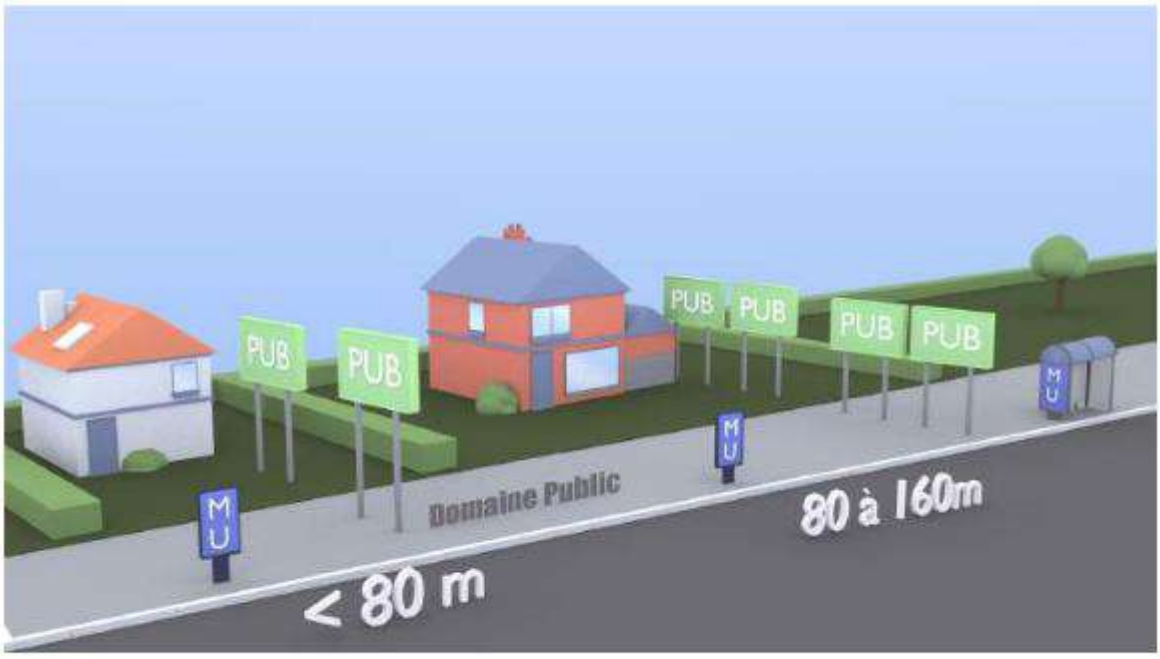
Sur le domaine public
Sur le domaine public attenant à une unité foncière dont la longueur bordant la voie publique est inférieure à 80 ml, il ne peut être apposé qu'un dispositif publicitaire.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Un dispositif publicitaire supplémentaire peut être apposé par tranche de 80 ml. Les dispositifs sont installés librement le long de l'unité foncière.
Il n'y a pas de règle d'inter-distance entre les dispositifs installés sur le domaine privé ou le domaine public.

Domaine public			
< à 80 m	> 80 m, 1 dispositif supplémentaire par tranche de 80 m		
< à 80 m	80 m < L < 160 m	160 m < L < 240 m	Etc...
1 seul dispositif	1 seul dispositif + 1 dispositif	1 seul dispositif + 2 dispositifs	1 seul dispositif + 3 dispositifs

Illustration de la règle de densité pour les dispositifs publicitaires sur le domaine public
(source : écologie.gouv.fr)



Un dispositif par tranche de 80 m sur le domaine public et ce, indépendamment de la règle de densité appliquée sur les unités foncières.*

1.2.8. Nouveaux formats

La publicité
La taille des dispositifs publicitaires diminue, celle de la publicité lumineuse est règlementée ainsi que celle des dispositifs numériques. Pour l'ensemble des dispositifs, les surfaces unitaires ne prennent pas en compte les moulures.

Depuis le décret du 5 octobre 2022, les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1h et 6h du matin indépendamment de la taille de l'agglomération. Cette règle connait 2 exceptions qui concernent les publicités lumineuses situées sur l'emprise des aéroports, et la

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

plupart de celles supportées par le mobilier urbain (c'est-à-dire éclairées par projection ou transparence ainsi que les publicités numériques à condition que leurs images soient fixes).

Les enseignes
Les enseignes sont soumises à autorisation dans et hors agglomération. Ce régime d'autorisation en plus d'assurer un contrôle réglementaire de la conformité des dispositifs, vise à assurer la bonne insertion architecturale des enseignes dans les secteurs protégés.

Les enseignes murales sont limitées en surface sur les façades commerciales à 15 % de cette surface et à 25% si la façade commerciale est inférieure à 50 m².

En application de l'article R581-59 du Code de l'Environnement, Les enseignes lumineuses doivent être éteintes la nuit de 1h à 6h si l'établissement signalé est fermé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 h, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes posées ou scellées au sol sont limitées à un dispositif par voie ouverte à la circulation bordant l'immeuble de l'activité signalée.

Surface :
Hors agglomération (quel que soit la population) = 6 m²
En agglomération < 10 000 habitants : 6 m² maximum
En agglomération > 10 000 habitants : 10,5 m² maximum

Hauteurs :
Si la largeur est supérieure ou égale à 1m : 6,5 m de haut maximum
Si la largeur est inférieure à 1 m : 8 mètres de haut maximum.

Périmètre d'étude
Le Règlement Local de Publicité concerne l'ensemble du territoire de la Commune de Fonsorbes.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2 L'ESSENTIEL DES DISPOSITIONS S'APPLIQUANT A LA COMMUNE DE FONSORBES

La commune de Fonsorbes comptait 13 048 habitants au 1er janvier 2022 (source : INSEE). A ce titre, les dispositions du **Règlement National de Publicité** qui s'appliquent à la commune sont celles **relatives à une agglomération de plus de 10 000 habitants.**

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Les enseignes :

Enseignes sur toitures et terrasses	Enseignes sur façade	Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, de plus d'1 m²	Enseignes lumineuses et extinction nocturne
Si les activités signalées occupent la moitié ou moins du bâtiment, les enseignes sont limitées en hauteur : – hauteur de la façade < à 20 m : 1/6 de la hauteur et maxi 2 m – hauteur de la façade > à 20 m : 1/10 de la hauteur, maxi 6 m. **Si les activités signalées occupent plus de la moitié du bâtiment** : – Hauteur de la façade < à 15 m : 3 m – Hauteur de façade > à 15 m : 1/5 de la hauteur, maxi 6 m. Pas plus de 60 m² par établissement de surface cumulée sur toiture.	**Enseignes parallèles au mur :** – Ne doivent pas dépasser limiter les limites du mur et l'égout du toit – Saillie maximum de 25 cm – Hauteur maximale de 1 m sur auvent ou marquise - Elle ne doit pas s'élever au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui d'un balconnet ou d'une baie. Son épaisseur doit être inférieure ou égale à 25 cm. **Enseignes perpendiculaires au mur :** – ne dépassent pas la limite supérieure du mur – ne doivent pas être installées devant les fenêtres et les balcons - Elle ne doit pas être constituée par rapport au mur d'une saillie supérieure à 1/10e de la distance entre les deux alignements de la rue dans la limite de 2 m. La surface cumulée des enseignes sur la surface commerciale : < à 15 % ou à 25 % si surface commerciale < à 50 m² Les auvents et les marquises pas pris en compte dans le calcul.	• Hors agglomération, S max = 6 m² • Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, S max = 6 m² • Dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, S max = 10,5 m² • Lorsque la largeur est supérieure ou égale à 1 m, la hauteur maximale est de 6,50 m • Lorsque la largeur est inférieure à 1 m, la hauteur maximale est de 8 m.	– Pas d'enseignes clignotantes (sauf pharmacie et services d'urgences). Extinction entre 1 h et 6 h.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

La publicité :

Dispositifs muraux ou clôtures

Type	Surface maximale
Non lumineux	10,5 m²
Éclairés par projection ou transparence	10,5 m²
Numérique	8 m²
Autre lumineux	8 m²

Dispositifs scellés au sol

Type	Surface maximale
Non lumineux	10,5 m²
Éclairés par projection ou transparence	10,5 m²
Numérique	8 m²
Autre lumineux	8 m²

Dispositifs sur mobilier urbain

Type de mobilier	Surface / règles
Abris destinés au public	2 m² unitaire
Kiosque	2 m² unitaire
Colonne porte-affiche	Uniquement annonces de spectacles et manifestations culturelles
Mâts porte-affiche	2 m² recto et 2 m² verso, uniquement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives
Mobilier pour information non publicitaire et non numérique	2 m²
Mobilier pour information non publicitaire et numérique	8 m²

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Préenseignes dérogatoires :

Préenseignes dérogatoires (hors agglomération)			
	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir	**Activités culturelles**	**Monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques ouverts à la visite**
Distance maximale de l'entrée d'agglomération ou du lieu où s'exerce l'activité signalée	5km	5km	10km
Nombre de préenseignes dérogatoires autorisées	2	2	4 dont 2 autorisées à moins de 100m ou dans le périmètre de protection
Les activités ne bénéficiant pas de la dérogation (activités utiles aux personnes en déplacement : garages, hôtels, stations-services, restaurant…, liées à des services publics ou d'urgence, s'exerçant en retrait de la voie publique) devront être signalées selon les conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière (Signalisation d'Information Locale).			

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Règle de densité :

- Domaine privé :

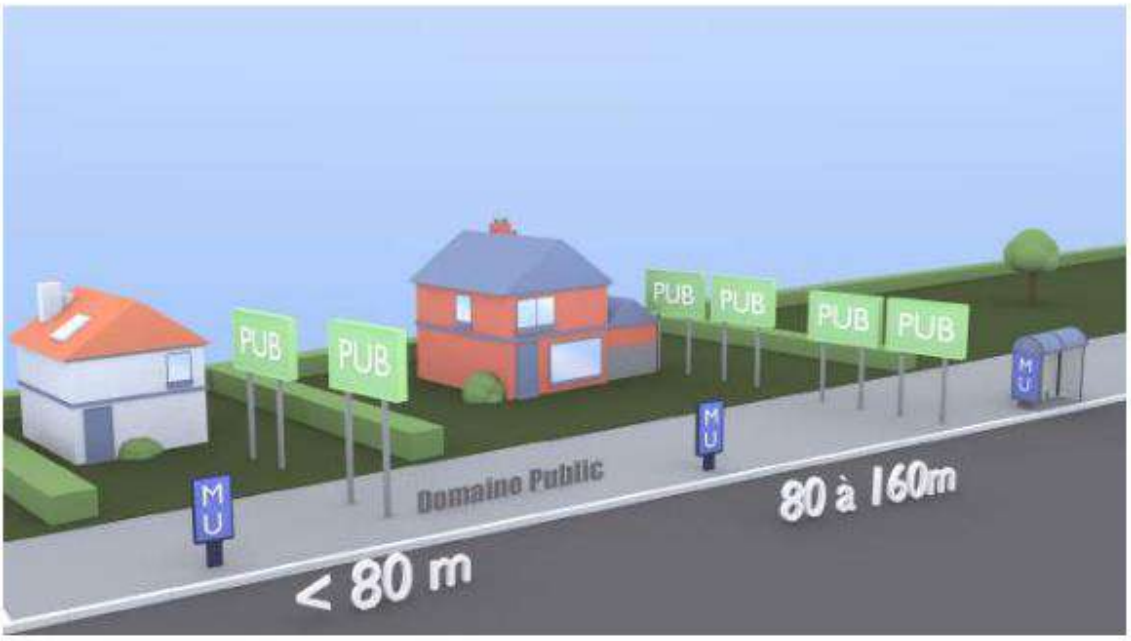
La densité des dispositifs de publicité et de préenseignes est limitée à un seul dispositif par unité foncière dont le côté bordant la voie publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires. Par exception, il peut être installé deux dispositifs publicitaires, selon les conditions suivantes :

- Deux dispositifs muraux alignés verticalement ou horizontalement : L'installation est autorisée, quelle que soit la longueur du côté bordant la voie publique (entre 0 et 80 ml).
- Deux dispositifs scellés au sol : L'installation est autorisée uniquement si la longueur du côté bordant la voie publique est supérieure à 40 mètres linéaires (soit entre 40 et 80 ml).

- Domaine public :

Le nombre total de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante.

Un dispositif par tranche de 80 mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'inter-distance n'est imposée.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

B. DIAGNOSTIC PUBLICITES ENSEIGNES ET PRE-ENSEIGNES

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

1. PREAMBULE

Le diagnostic du Règlement Local de Publicité porte sur quatre principaux thèmes, repris dans la cartographie ci-après :

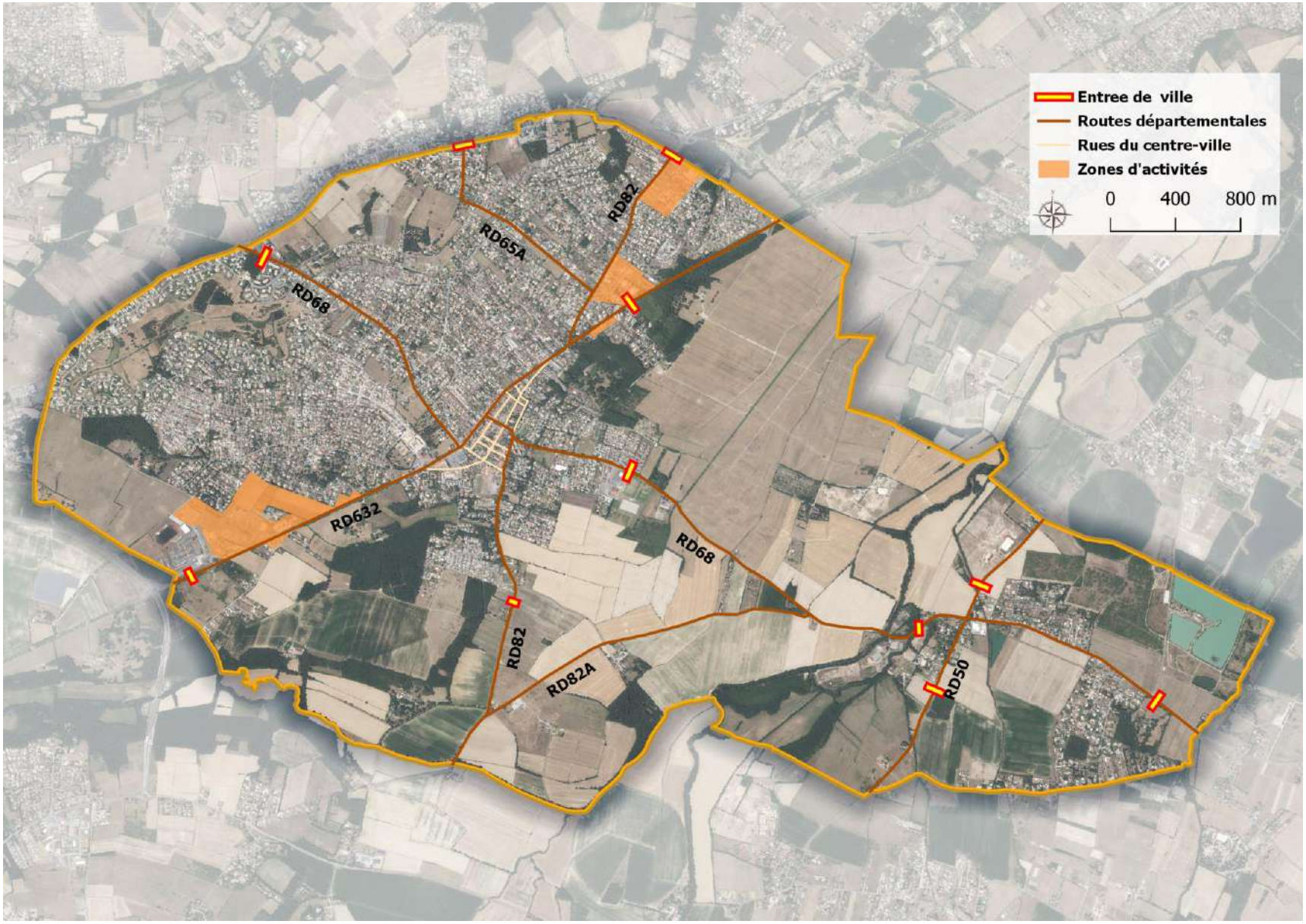
- Les entrées d'agglomération, qui sont les plus soumises à la publicité puisqu'elles concernent les axes de circulation principaux. Elles concernent majoritairement la Route Départementale 632, qui traverse le territoire communal d'Est en Ouest, en passant par le centre-ville. Les autres départementales de la commune (RD68, RD82, RD82A, RD50, RD65A) sont également concernées.

- Les zones d'activités rassemblant l'essentiel des entreprises de la commune, qui sont situées en bordure de la départementale n°632 et de la RD82, en agglomération.

- Le centre-ville, où les commerces sont majoritairement situés sur l'axe principal de la RD632 et dans les rues perpendiculaires au Sud de celui-ci.

- Les zones agricoles et naturelles.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2. LES ENTREES D'AGGLOMERATION

Les entrées d'agglomération sont des secteurs particulièrement importants dans le domaine de la publicité. Ils marquent en effet le passage de la législation « hors agglomération » à celle « en agglomération ». De plus, il s'agit de lieux de passage et de ralentissement et sont donc privilégiés pour les implantations de publicité.

2.1 L'ACCES OUEST PAR LA RD632

La RD632 est l'axe qui traverse la commune d'Est en Ouest.
Cet axe est particulièrement concerné par le sujet de la publicité, puisque de nombreuses entreprises y sont implantées, que ce soit dans le centre-ville, en diffus et également dans les zones dédiées.

La partie Ouest de cet axe est particulièrement concernée.
Hors agglomération, on trouve le lycée Clémence Royer, où se tient un panneau publicitaire de grande taille, relayant des messages de la Région. L'entrée de l'agglomération est également marquée par la présence des zones commerciales « Les Portes du Gers » et « Le Pistoulet », qui seront reprises et détaillées au point 3.4 et 3.5.

Quelques mètres plus loin on trouve également un petit centre commercial, l'espace commercial de la Martinette, repris au 3.3.

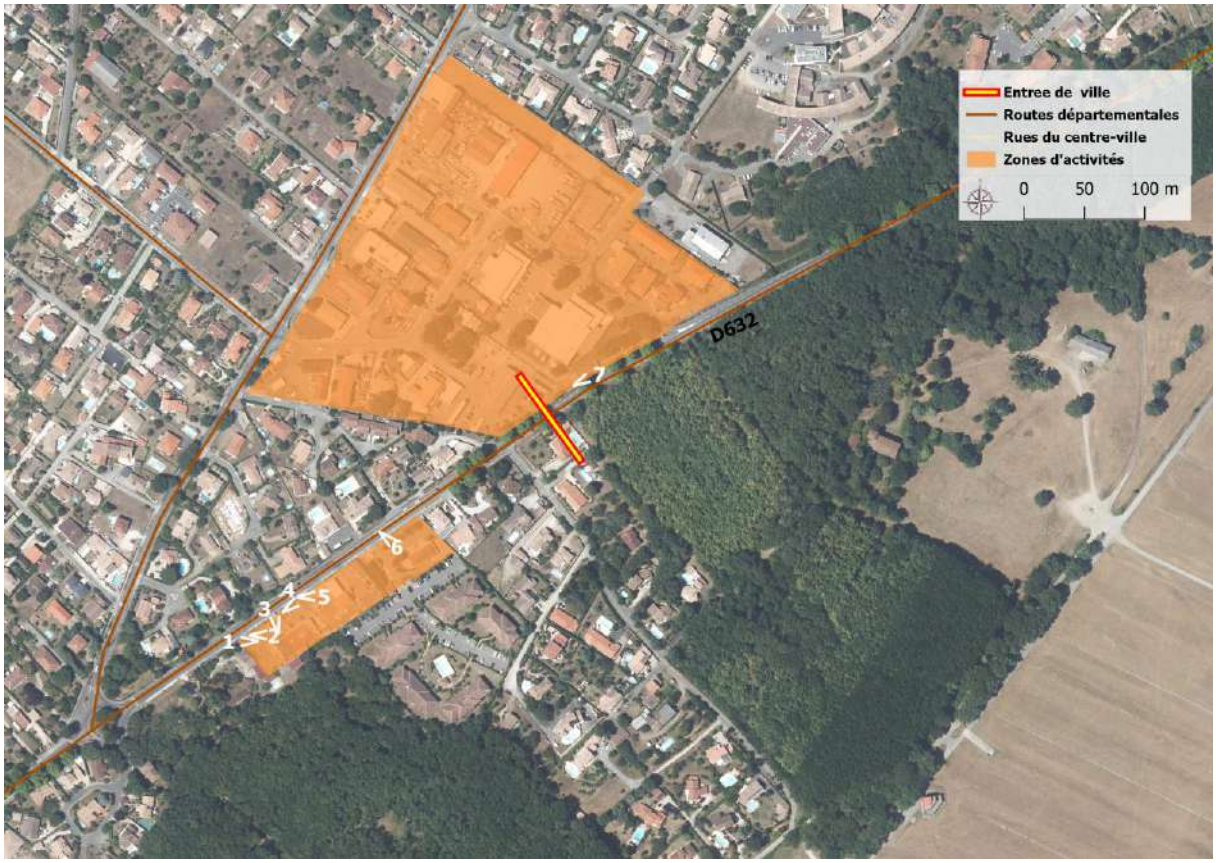
Enfin, l'entrée d'agglomération en partie Est est également concernée par l'activité commerciale avec la ZAC de Moundran et une petite zone commerciale.

2.2 L'ACCES EST PAR LA RD632

L'entrée de l'agglomération par l'Est de la RD632 est marquée par la concentration d'entreprises, implantées au bord de la Route Départementale. Leurs présences induisent différents dispositifs publicitaires : des enseignes mais également des publicités de tailles importantes, sur différents supports métalliques (*vue 7*). Il s'agit de l'arrière de la ZAC de Moundran (*cf point 3.2.*). En s'approchant du rond-point et du centre-ville, on peut trouver un ensemble de commerces et services (station-service, boulangerie, services médicaux…), qui ont une densité de publicité également très importante (plusieurs enseignes sur totem, une publicité scellée au sol de grande taille…) *(vues 1 à 6)*.

Cette entrée d'agglomération est assez chargée en publicité, ce qui a un impact sur le paysage urbain.
Cependant, certaines entreprises se situent hors agglomération, ce qui interroge sur la présence de publicité à proximité. Les limites de l'agglomération pourraient être repensées sur cette entrée d'agglomération.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE



Vue 1 depuis la RD632 - 3062 Route de Tarbes



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2 depuis la RD632-- 3062 Route de Tarbes



Vue 3 depuis la RD632 -- 3062 Route de Tarbes



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 4 depuis la RD632- - 3062 Route de Tarbes



Vue 5 depuis la RD632 - - 3124 Route de Tarbes



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 6 depuis la RD632 - 3156 Route de Tarbes



Vue 7 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2.3 L'ACCES NORD PAR LA RD68

On relève assez peu de dispositifs publicitaires sur l'accès Nord de la Route Départementale 68 qui est un secteur principalement pavillonnaire.

Les seules publicités rencontrées concernent des dispositifs de mobilier urbain numérique sur l'espace public au niveau du rond-point de l'Avenue des Pins (vue 1), un dispositif scellé au sol (vue 2) et des petits panneaux de préenseigne sur des clôtures en se dirigeant vers le centre-ville (vue 3).

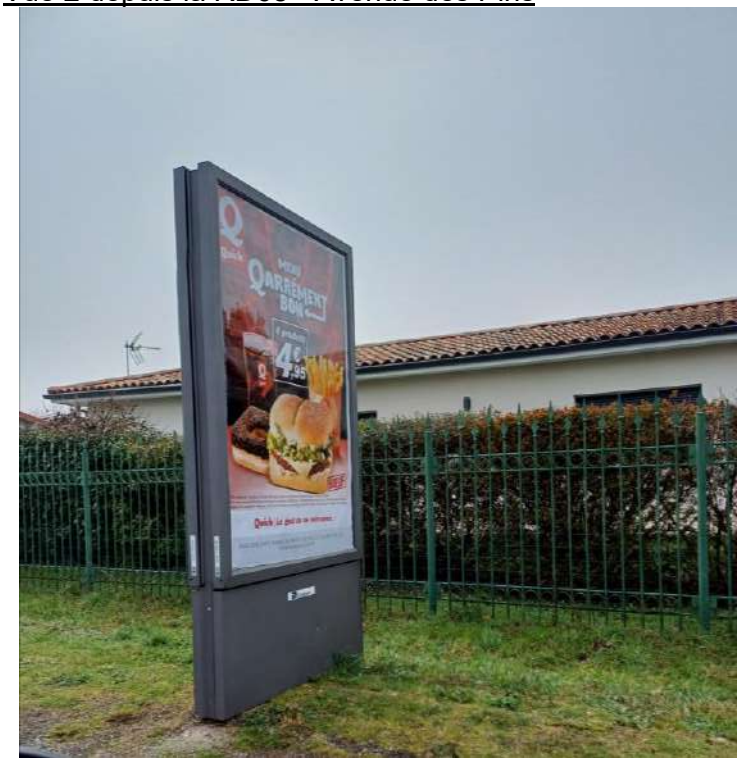


Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 1 depuis la RD68 - Avenue des Pins



Vue 2 depuis la RD68 - Avenue des Pins



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 3 depuis la RD68



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2.4. L'accès Sud par la RD68

Il y a assez peu de dispositifs publicitaire à cet endroit. Toutefois nous recensons quelques dispositifs liés à la présence d'équipements sportifs et/ou publics (vues 1 et 2). Un mobilier urbain scellé au sol est également présent à cet endroit (vue 3). Enfin, une publicité illégale, située au-delà de zone urbaine a été identifiée (vue 4).



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 1



Vue 2



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 3



Vue 4



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2.5. L'ACCES PAR LA RD65A

L'entrée d'agglomération par la Route Départementale RD65A ne comporte pas de publicité, il s'agit d'une route desservant des pavillons, assez peu passante, qui ne représente donc pas de véritable enjeu publicitaire.



2.6. L'ACCES NORD EST PAR LA RD82

Cette entrée d'agglomération est marquée par la présence de la zone commerciale et de l'espace économique de Moundran. Des entreprises, des commerces comme des établissements artisanaux ou industriels sont implantés en grand nombre, ce qui donne un caractère économique et donc chargé en dispositifs publicitaires à cette entrée de ville.

Ces deux espaces à vocation économique sont repris aux points 3.1. et 3.2.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2.7. L'ACCES SUD PAR LA RD82

L'entrée d'agglomération au Sud par la RD82 ne comprend pas de publicité. Cette entrée de ville dessert un secteur résidentiel sans réel enjeu publicitaire.

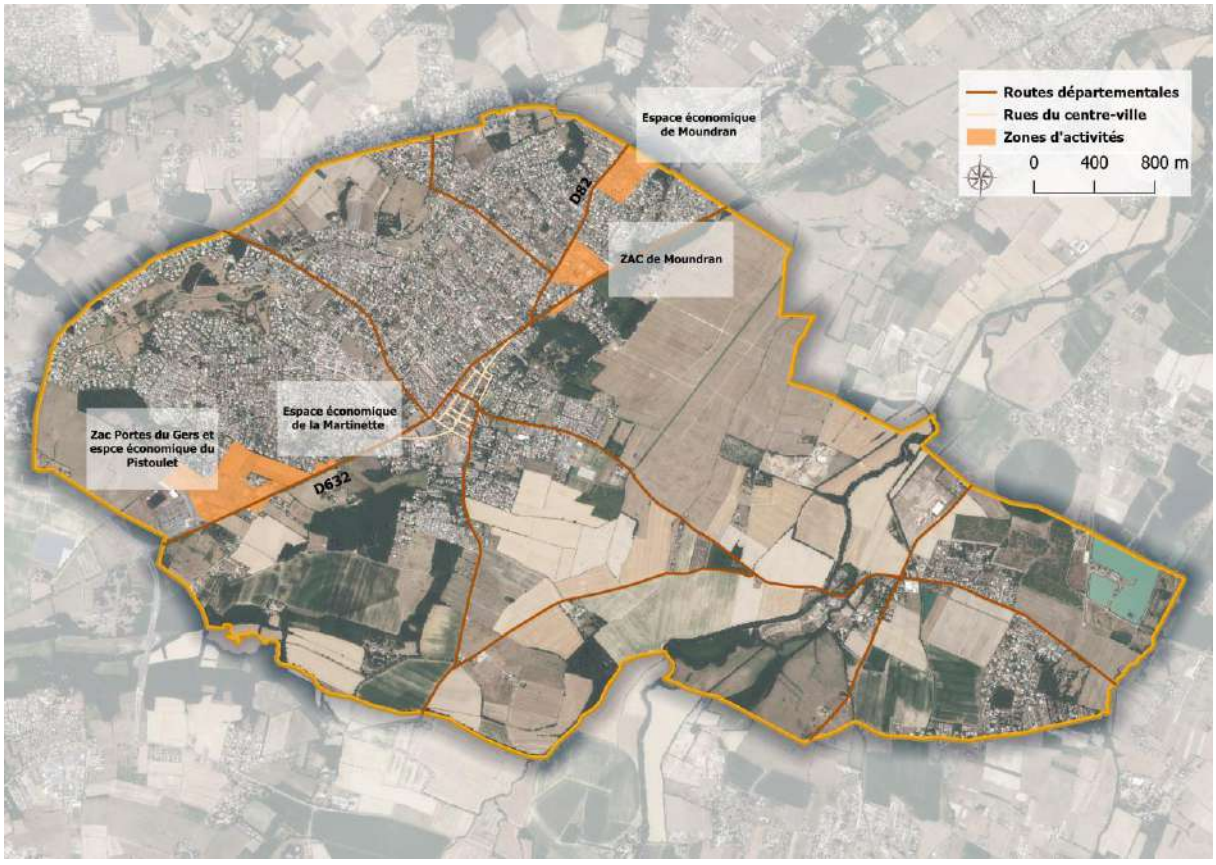


Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3. LES ZONES D'ACTIVITES

De nombreuses entreprises sont installées à Fonsorbes, en particulier dans les zones qui leur sont destinées.
En effet, outre le centre-ville, la mise en place de zones économiques dédiées dans le Plan Local d'Urbanisme a permis l'accueil d'activités : l'espace économique de Moundran, la zone commerciale de Moundran, l'espace commercial de La Martinette, la zone commerciale Les Portes du Gers et l'espace économique du Pistoulet. Ces zones économiques dynamiques se trouvent sur les axes Est-Ouest de la ville (sur la RD632 et sur la partie Nord de la RD82). Ce statut en fait donc un support de publicité important.

Elles sont toutes situées en agglomération, mais certaines sont plus ou moins intégrées à la zone agglomérée et plus particulièrement au centre bourg.
Il s'agit d'une zone à enjeu en matière de règlementation de la publicité, notamment du fait de l'urbanisation à venir des terrains alentours, notamment pour de l'activité économique. De même, l'aménagement de l'espace économique adjacent du Pistoulet est très récent et les entreprises ne se sont pas encore installées.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3.1 ESPACE ECONOMIQUE DE MOUNDRAN

L'entrée d'agglomération par la RD82 à l'Est de la commune se fait sur l'espace économique de Moundran. Il s'agit d'une zone regroupant plusieurs enseignes commerciales : une grande surface alimentaire ainsi qu'un ensemble de commerces de proximité (pharmacie, primeur, restaurant…) mais également d'entreprises du domaine du BTP par exemple, pour la partie la plus au Sud du secteur (*vues 6 et 8*).
Les différentes entreprises sont signalées grâce à un totem mutualisé (*vue 3*) mais qui n'est pas rempli et un système de signalétique d'information locale (SIL) *(vue 4)*, qui existe également à d'autres endroits de la commune, en agglomération.



Vue 1 depuis la RD82



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2 depuis la RD82



Vues 3 (totem d'initiative privée) et 4 (SIL d'initiative communale) depuis la RD82





Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 5 depuis l'Avenue Pierre Durand



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 6 depuis l'Avenue Pierre Durand



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 7 depuis la Rue Joseph Pontier



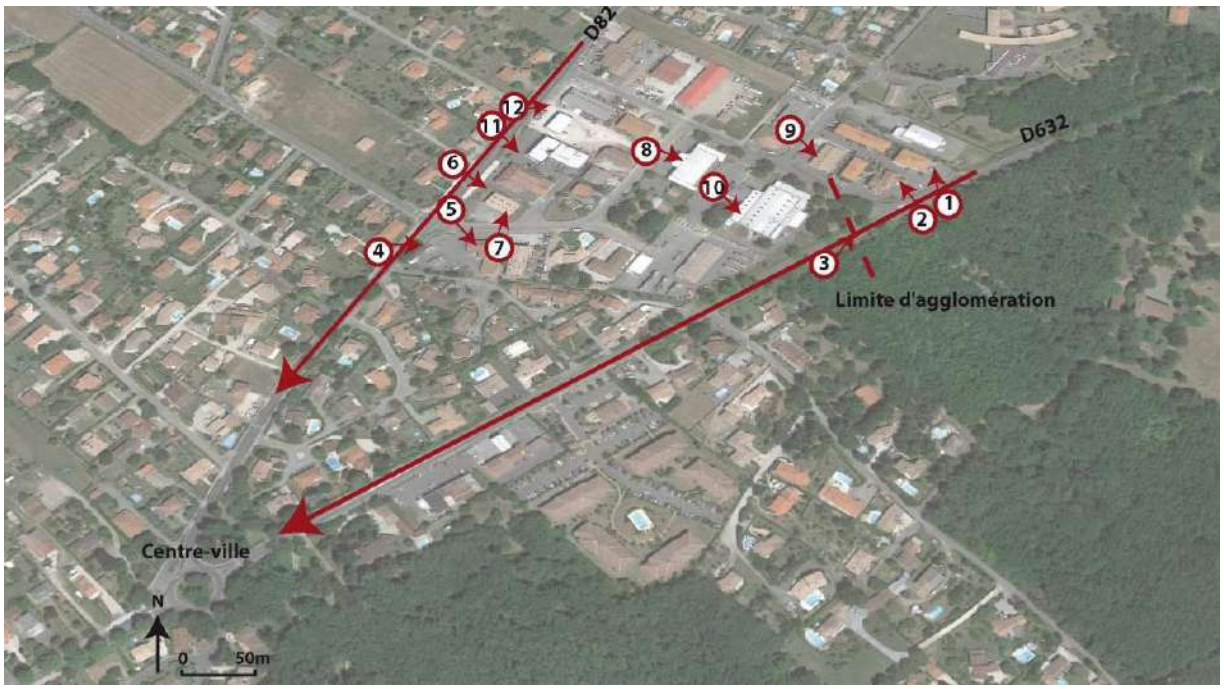
Vue 8 depuis la Rue Pierre Durand



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3.2 ZAC DE MOUNDRAN

La zone commerciale de Moundran est accessible par la RD632 et la RD82, à l'Est du centre-ville. Elle accueille de nombreuses entreprises qui donnent donc sur ces deux axes. Les publicités y représentent un enjeu important, notamment sur la RD632 car la ZAC se situe en entrée d'agglomération sur cet axe.
Les dispositifs sont majoritairement des enseignes. On relève un système de SIL similaire à celui de la zone économique de Moundran, légèrement plus au Nord Est.



Vue 1 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2 depuis la RD632



Vue 3 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vues 4 et 5 depuis la RD82





Vue 6 depuis la RD82



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 7 depuis l'Avenue Jean Monnet



Vue 8 depuis l'Avenue Jean Monnet



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 9 depuis l'Avenue Jean Monnet



Vue 10 depuis l'Avenue Jean Monnet



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 11 depuis la RD82



Vue 12 depuis la RD82



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3.3. ESPACE COMMERCIAL DE LA MARTINETTE

L'espace commercial de la Martinette n'a pas de caractère industriel, les supports publicitaires qui s'y trouvent sont donc de nature différente.

Il regroupe quelques enseignes (boulangerie, magasin de décoration d'intérieur, magasin de tissu et d'ameublement, vendeur de cuisine), installées en bord de route. Les enseignes sont de grandes tailles et un totem indique la boulangerie uniquement ainsi que la présence d'un parking desservant l'ensemble et des écrans numériques *(vue 2)*.
Certains commerces ont des enseignes en grand nombre et de grande taille, comme la vue 3, qui montre un commerce ayant deux enseignes.
De plus, certaines enseignes ne sont pas conformes avec la règlementation nationale, car elles dépassent la limite du mur sur lequel elles sont apposées et sont de fait à cheval sur le mur et la toiture *(vues 1, 2 et 3)*.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 1 depuis la RD632



Vue 2 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 3 depuis la RD632



Vue 4 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3.4 ZAC LES PORTES DU GERS

Cette zone commerciale se trouve à la limite Ouest de la Commune, en bordure de la Commune de Saint Lys.
Cette zone commerciale se trouve en agglomération *(vue 3)*. Les dispositifs d'enseignes sont nombreux.
La présence de la grande surface alimentaire explique également l'implantation de grands panneaux et affiches de préenseignes *(vues 6 et 7)*.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 1



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 3



Vue 4



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 5



Vue 6



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 7



Vue 8



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

3.5 ZONE DU PISTOULET

La zone économique du Pistoulet est en cours de construction, où l'on peut trouver des bâtiments en cours d'édification. A ce titre les premières enseignes ne devraient pas tarder à s'installer sur cet espace et des dispositifs publicitaires sont donc présents pour vendre les différents lots *(Vues 3 et 4)*. C'est pourquoi il convient, par anticipation, d'évoquer cette zone dans le diagnostic du RLP afin de pouvoir l'intégrer au sein d'une zone de publicité du plan de zonage du RLP.

Aujourd'hui seule une résidence médicalisée *(Vues 1 et 2)*, à cheval entre la zone d'activités des Portes du Gers et la nouvelle zone du Pistoulet, est aujourd'hui en activité à cet endroit.

Vue 1



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 3



Vue 4



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

4. LE CENTRE-VILLE

Le centre-ville est situé entre le rond-point avant Intermarché à l'Ouest et le rond-point reliant la RD82 à l'Est. Il est limité au Nord par la RD632 et au Sud par la Rue des Ecoles.

Le centre-ville est constitué de plusieurs ensembles :

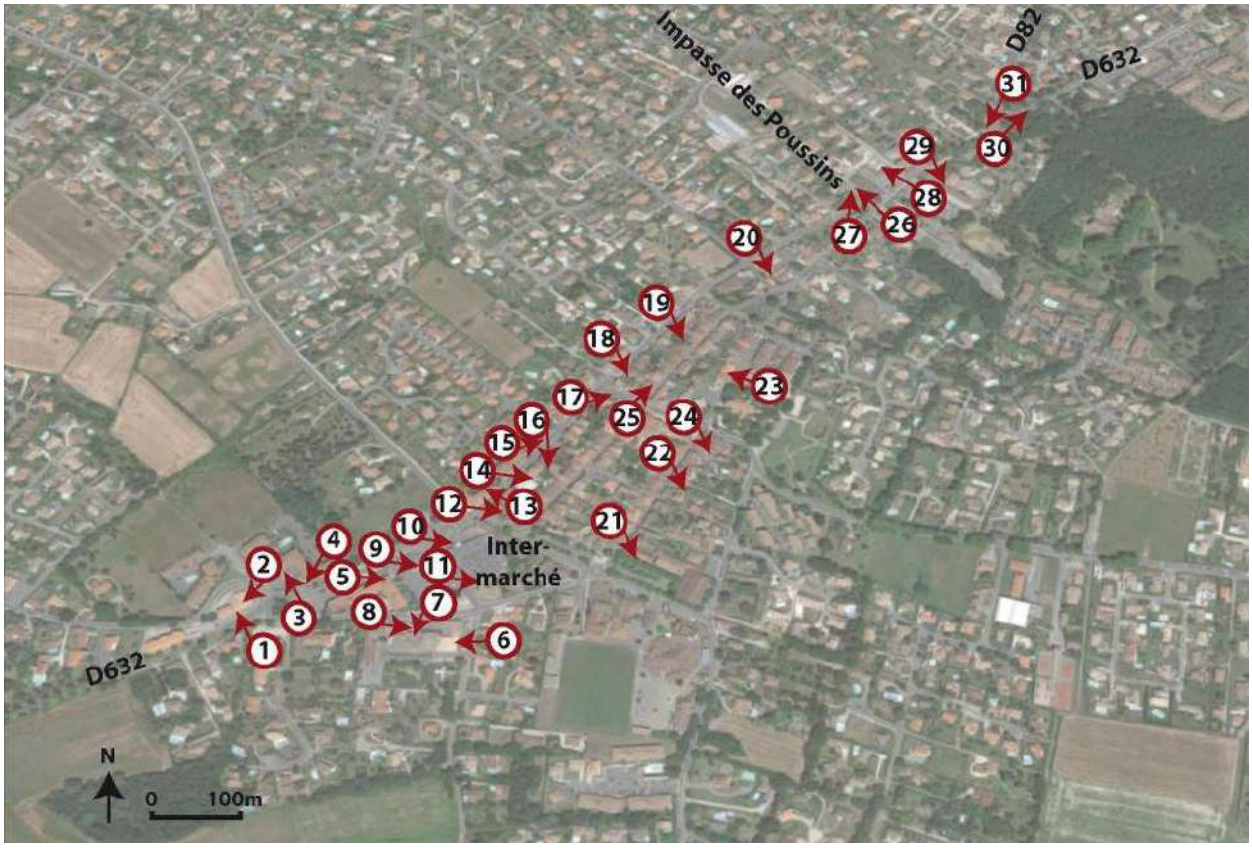
- A l'Ouest : un pôle de commerces et de services *(vues 1 à 5),* avec les commerces situés autour du rond-point, l'espace commercial Saint Nicolas *(vues 6 à 8)* et la grande surface commerciale Intermarché *(vues 9 à 11).* Les dispositifs y sont nombreux et de relativement grandes tailles, notamment sur l'espace commercial Saint Nicolas et le site d'Intermarché qui sont des espaces très chargé visuellement.

- Au centre : il s'agit du secteur repéré comme étant le noyau historique de la ville au PLU. Certains rez-de-chaussée, majoritairement sur la RD632 ainsi que sur la rue de la Poste *(vues 12 à 25)* sont occupés par des commerces, ce qui implique donc la présence d'enseignes, qui peuvent être à plat ou en drapeau.
  Les enseignes sont relativement discrètes et harmonieuses, même si certaines sont en mauvais état relatif.

- A l'Est : quelques commerces se situent de manière éparse le long de la RD632, impliquant diverses enseignes. Des panneaux annonçant une zone d'activité sur l'Impasse des Poussins (*vues 26 et 27*).

A l'entrée Est, Ouest et Sud de la Commune se trouvent des dispositifs permettant l'installation de bâches publicitaires *(vue 32).* Des dispositifs numériques sont également présents *(vue 33)*

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE



Vue 1 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2 depuis la RD632



Vues 3 et 4 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 5 depuis la RD632



Vue 6 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 7 depuis la RD632



Vue 8 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 9 depuis la RD632



Vue 10 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 11 depuis la RD632



Vue 12 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 13 depuis la RD632



Vue 14 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 15 depuis la RD632



Vue 16 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 17 depuis la RD632



Vue 18 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 19 depuis la RD632



Vue 20 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 21 depuis la RD632



Vue 22 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 23 depuis la RD632



Vue 24 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 25 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 26 et 27 sur la RD632





Vue 28 depuis la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 29 depuis la RD632

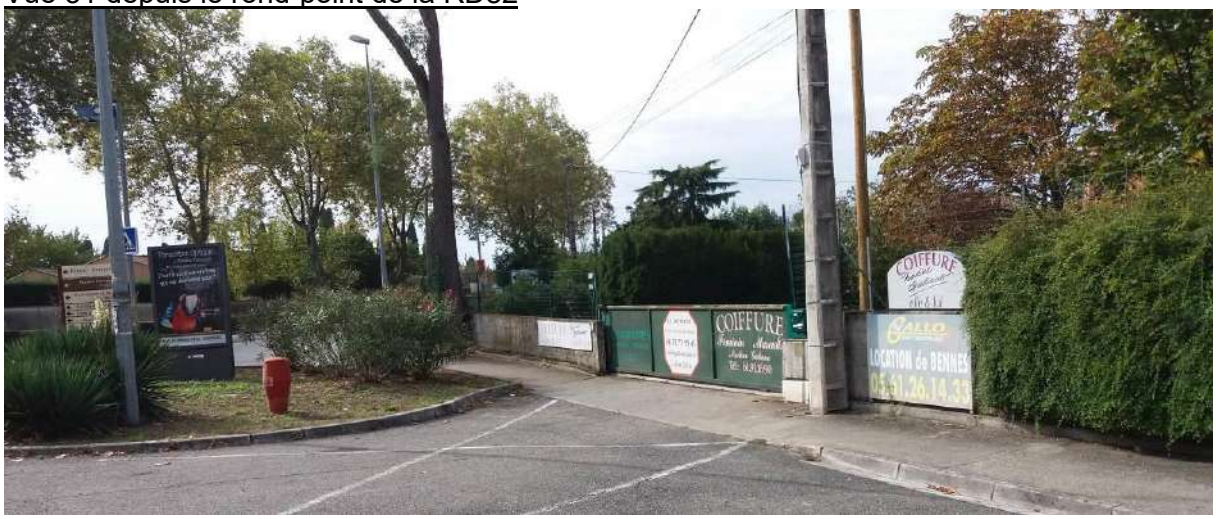


Vue 30 depuis le rond-point de la RD82



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 31 depuis le rond-point de la RD82



Vue 32 depuis le rond-point de la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 33 depuis le rond-point de la RD632



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

5. LE HAMEAU AYGOLOUNGUO

Des dispositifs sont présents du fait de l'existence d'une entreprise au croisement de la RD50 et de la RD68 (*vue 1*), sur le mobilier urbain (*vue 2*) et du fait de l'installation d'un artisan en bordure de route (*vue 3*).
Le panneau d'entrée d'agglomération (*vue 4*) prend place quelques mètres devant un panneau d'information numérique de la commune de grande hauteur et scellé au sol. Ce dernier se trouve au niveau de l'entrée du parc du Bidot où l'on trouve également un dispositif publicitaire pour une guinguette.

Une écurie se trouve en dehors des limites de l'agglomération en bordure de la RD50 et la publicité qui y est faite (vue 6) est donc illégale.



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 1 depuis la RD68



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 2 au croisement de la RD68 et de la RD50



Vue 3 depuis la RD68



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vues 4 depuis la RD68





Vue 5 depuis la RD50



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Vue 6 depuis la RD50



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

5. LES IMPLANTATIONS DE DISPOSITIFS HORS AGGLOMERATION

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération, sous réserve du respect des prescriptions du Règlement Local de Publicité. Deux dérogations existent au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomération. Elle peut être admise :

- A proximité immédiate des établissements de centres commerciaux
- Dans l'emprise des aéroports et gares ferroviaires

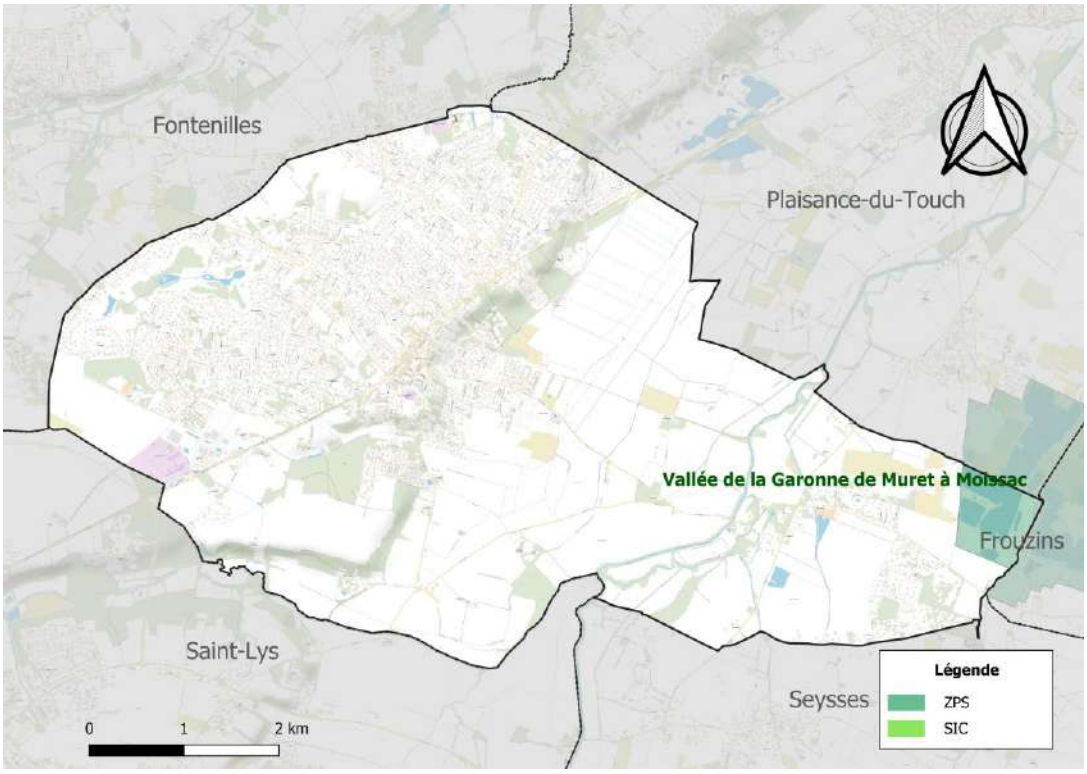
Sont également interdites les publicités :

- Sur les monuments naturels et dans les sites classés
- Sur les cœurs des parcs nationaux et des réserves naturelles
- Sur les arbres
- En site Natura 2000
- En site ZNIEFF de type 1.

Le principal aspect sur la commune de Fonsorbes concerne les préenseignes situées hors agglomération. En effet, les entreprises, particulièrement celles qui ont besoin d'attirer du public, choisissent d'implanter des préenseignes le long des axes fréquentés, sans tenir compte de la règlementation qui interdit la publicité hors agglomération.

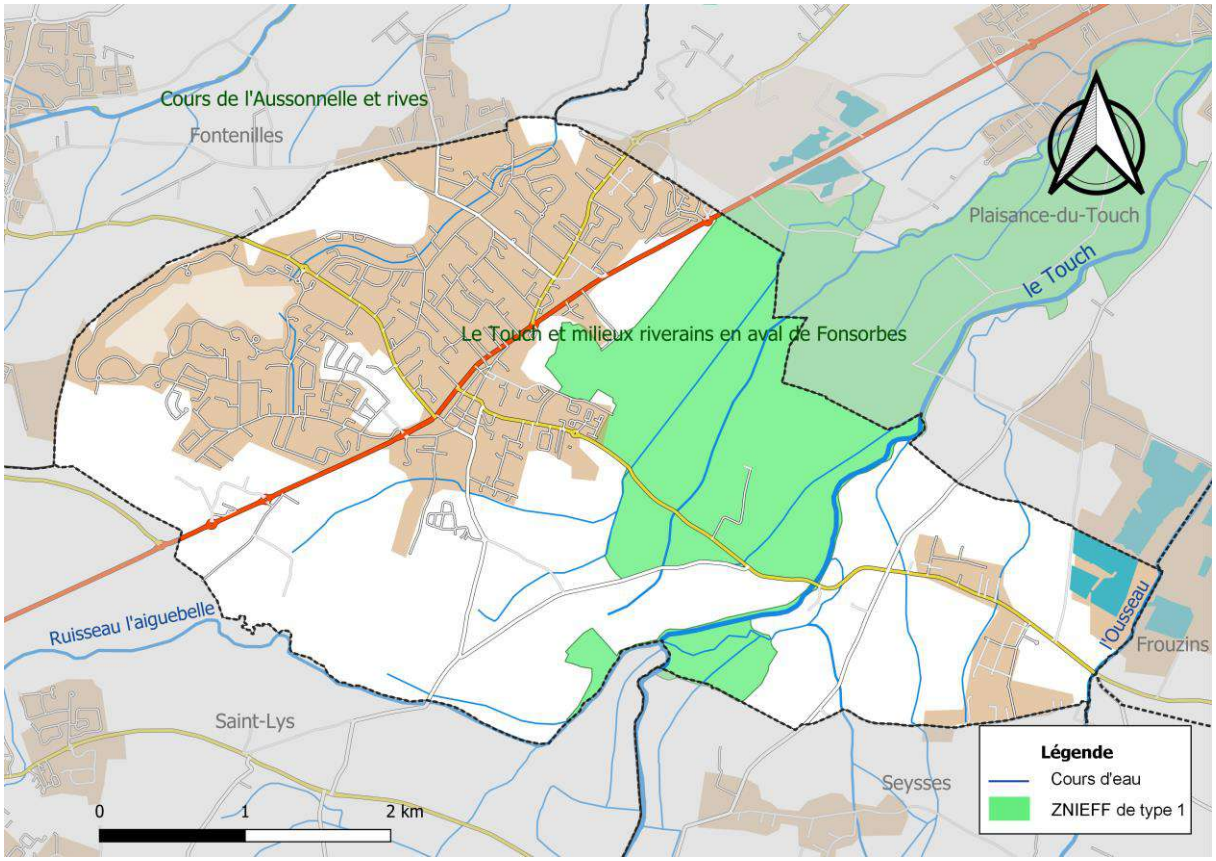
Certaines préenseignes peuvent bénéficier de **dérogation** mais elles doivent concerner des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits ouverts à la visite ou encore des opérations et manifestations à titre temporaire (article L. 581-19 du Code de l'Environnement).

Zone Natura 2000



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

ZNIEFF de type 1



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

L'enseigne Intermarché a, par exemple, plusieurs préenseignes sur la Commune, indiquant son existence et sa localisation.

Vue depuis l'Ouest de la RD632



Les activités équestres, nombreuses sur le territoire communal, génèrent également des dispositifs hors agglomération : enseignes scellées au sol indiquant la localisation de l'activité et des informations diverses.

Vue depuis la RD68



Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

D'autres préenseignes sont également présentes le long de la RD68 hors agglomération comme ce dispositif scellé au sol.

Vue depuis la RD68



Au final, on ne retrouve pas sur la Commune de Fonsorbes de préenseignes hors agglomération qui pourraient être concernées par la dérogation dans le cas où l'activité serait en lien avec des produits du terroir, la culture ou un monument historique.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

C. LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Conformément à l'article R581-73 du Code de l'Environnement :

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

1. LES ORIENTATIONS DU R.L.P.

Durant la phase d'élaboration du RLP, à la suite des différents échanges qui ont eu lieu entre la Commune et les commerçants, s'est confirmé que le RLP devait s'articuler autour des trois orientations ci-dessous :

1.1. VEILLER A LA QUALITE DE VIE ET A LA SECURITE ROUTIERE EN ADAPTANT LA REGLE NATIONALE AU TERRITOIRE COMMUNALE

La règlementation s'appliquant à la Commune de Fonsorbes est celle pour une commune de plus de 10 000 habitants. Ce pallier permet plus de souplesse en termes de dispositifs publicitaires, notamment d'adaptation de la règle en fonction de l'urbanisation de la Commune.

1.2. RENFORCER L'ATTRACTIVITE ET LE DYNAMISE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

L'activité commerciale sur la commune est principalement présente dans les zones d'activités mais également dans le centre-ville. Ces commerces doivent pouvoir être repérés de façon claire par les habitants et visiteurs sans que cela ne nuise à l'image de la Commune. Le RLP a donc pour objectif d'uniformiser les supports de publicité ainsi que les enseignes.

1.3. DONNER DE LA VISIBILITE AUX ACTEURS ECONOMIQUES EN FONCTION DE LEUR IMPLANTATION SUR LA COMMUNE

La Commune de Fonsorbes s'étant développée de façon très rapide au cours des dernières années, le Règlement Local de Publicité doit pouvoir s'adapter, en lien avec le Plan Local d'Urbanisme, à la réalité des différents quartiers afin d'y permettre l'implantation de dispositifs en cohérence avec le caractère des zones.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2. LES DIFFERENTES ZONES REPEREES ET LEURS OBJECTIFS

Le Règlement Local de Publicité est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.
L'état des lieux, les enjeux caractérisés sur le territoire lors du diagnostic sur les grands types de secteurs et les orientations stratégiques retenues en matière d'affichage ont conduit à identifier quatre zones de publicités sur le territoire avec des règles particulières pour les publicités et les enseignes.

Tenant au choix des zones de publicité, l'état des lieux du territoire et la mise en évidence des enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux spécifiques. Ces zones répondent à des enjeux paysagers distincts et hiérarchisés en fonction de l'impact de la publicité et des enseignes.
Ces secteurs font l'objet de zones de publicité (ZP), pour lesquelles des règles spécifiques ont été définies et travaillées afin de répondre aux enjeux identifiés localement et spécifiques à l'affichage extérieur.
Ainsi, quatre zones de publicité (ZP) sont instituées sur le territoire.

Secteurs d'enjeux	Orientation	Zone de Publicité (ZP)
Secteur du centre-ville	Valoriser les perceptions des centres-villes et secteurs patrimoniaux par une meilleure harmonie entre les enseignes et une limitation de la publicité	ZP1
Secteur d'activités commerciales et artisanales	Améliorer l'insertion de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers	ZP2
Secteur résidentiel	Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires et de pré enseignes	ZP3
Secteur paysager naturel et agricole	Préserver les abords des grandes coupures vertes telles que le site de la DGA, l'ensemble de lacs de Bidot ainsi que le long des axes longeant des zones ouvertes ou présentant des cônes de vue	ZP4

2.1 LA ZONE DE PUBLICITE 1 (Z.P. 1)

Cette zone comprend le centre-ville, et les petites zones artisanales et commerciales situées à proximité. Le bâti est globalement dense et aligné sur rues, composé majoritairement de rez-de-chaussée commerciaux.

Ses **objectifs** sont les suivants :

- 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

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

- Renforcer l'attractivité économique du centre-ville.

En effet, les dispositifs sont limités en termes de nombre et de surface par rapport aux autres zones, afin de coïncider avec l'image de centre-ville véhiculée et que la commune souhaite renforcer. Les pré enseignes sont par exemple interdites sauf dispositifs mutualisés, les enseignes perpendiculaires (en drapeau) sont limitées à une par façade afin de ne pas gêner la visibilité.

2.2 LA ZONE DE PUBLICITE 2 (Z.P. 2)

Cette zone correspond à toutes les autres zones d'activités économiques et commerciales situées dans la commune. On y retrouve :

- La Zone d'Activités Commerciales Portes du Gers ;
- L'Espace Economique de Moundran ;
- La Zone d'Activités Commerciales de Moundran.
- La Zone économique du Pistoulet
- Deux entreprises du secteur d'Aygoloungo

Ses **objectifs** sont les suivants :

- 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.

Il s'agit de la zone dans laquelle les dispositifs les plus grands sont permis, tout en respectant la règlementation nationale ou en étant plus restrictif.
Il doit également être favorisé l'installation de Relais d'Information Service à l'entrée des zones d'activités pour uniformiser l'information et la rendre fiable et actualisée.

2.3 LA ZONE DE PUBLICITE 3 (Z.P. 3)

Cette zone correspond à l'ensemble de l'agglomération, en dehors des autres zones de publicités, excepté donc les ZP1 et ZP2.
Il s'agit du tissu résidentiel pavillonnaire de la commune.

Son **objectif** est le suivant :

- Préserver les zones d'habitat des dispositifs publicitaires.

Afin de répondre à cet objectif, les publicités sont presque toutes interdites, notamment les publicités scellées au sol ou installées directement. Seuls les dispositifs muraux de maximum 2m² ou le mobilier urbain sont autorisés.
De même, les enseignes doivent veiller à préserver le caractère résidentiel de cette zone. Les enseignes sur toiture sont par exemple interdites.

2.4 ZONE HORS AGGLOMERATION (Z.P.4)

Cette dernière zone, nommée ZP4 dans le plan de zonage, correspond à l'ensemble du territoire non-compris au sein des zones 1,2 et 3. Elle reprend essentiellement les zones agricoles et naturelles ainsi qu'une zone Natura 2000.
Dans cette zone hors agglomération c'est principalement le règlement national de publicité qui s'applique notamment pour les publicités et les préenseignes. Pour les enseignes le RLP

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

indique des règles plus restrictives pour protéger le cadre de vie et les paysages au sein de cette zone résidentielle qui n'a pas vocation à se développer sur le plan économique.

3. JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

Cette partie a pour objectif de présenter et d'expliquer les choix réglementaires opérés par la commune dans le cadre de l'élaboration de son Règlement Local de Publicité (RLP). Elle met plus particulièrement en lumière les orientations ayant conduit à l'adoption de dispositions plus restrictives que celles prévues par le Règlement National de Publicité (RNP). Ces choix, bien que parfois contraignants, traduisent une volonté affirmée de la commune de préserver le cadre de vie, de valoriser les paysages urbains et de garantir un équilibre entre attractivité économique et protection de l'environnement visuel.

Le Règlement Local de Publicité, au-delà de son plan de zonage, dont les différentes zones ont été présentées précédemment, comprend un règlement écrit comportant plusieurs dispositions plus restrictives que le règlement national. Ces dispositions sont présentées ci-après, chacune accompagnée d'une justification permettant d'expliciter les choix opérés par la commune.

Le règlement du RLP s'articule autour de six grandes parties :

- **1 :** Les dispositions générales
- **2 :** Les dispositions applicables à l'ensemble du territoire communal
- **3 :** Le règlement de la zone de publicité n°1 (ZP1)
- **4 :** Le règlement de la zone de publicité n°2 (ZP2)
- **5 :** Le règlement de la zone de publicité n°3 (ZP3)
- **6 :** Le règlement de la zone publicité n°4 (ZP4).

Pour chacune de ces parties, le tableau ci-après recense les dispositions plus restrictives que le RNP et en expose les motivations.

1. Les dispositions générales

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP n'encadre pas spécifiquement le nombre d'enseignes scellées au sol de très petite surface par unité foncière	Limitation à une seule enseigne scellée au sol de moins de 1 m² par unité foncière	Cette disposition vise à limiter la multiplication de dispositifs de faible format susceptibles de générer un encombrement visuel, tout en maintenant une possibilité minimale de signalisation pour les activités.
Le RNP prévoit des obligations générales de remise en état, sans fixer de délai précis post-activité	Obligation de retrait des dispositifs dans un délai maximal de 3 mois après cessation d'activité	Cette règle permet d'éviter le maintien de dispositifs obsolètes et de préserver la qualité du paysage urbain, en assurant une remise en état rapide des sites concernés.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

2. Les dispositions applicables à l'ensemble de la commune

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP autorise les bâches publicitaires et enseignes sous conditions	Interdiction des bâches publicitaires et des bâches enseignes sur l'ensemble de la commune, hors cas très encadrés	Cette disposition vise à limiter les dispositifs temporaires de grande surface, souvent perçus comme fortement impactants visuellement, et à en réserver l'usage à des situations d'intérêt public clairement identifiées.
Le RNP ne fixe pas de seuil maximal de surface pour la vitrophanie	Encadrement strict de la vitrophanie (contenu limité, surface maximale de 10 % de la vitrine)	L'objectif est de préserver la lisibilité des vitrines commerciales et d'éviter leur transformation en supports publicitaires à part entière.
Le RNP autorise des messages à caractère publicitaire sur les enseignes	Limitation du contenu des enseignes au strict nécessaire (nom, activité, horaires, raison sociale)	Cette règle vise à éviter les messages promotionnels excessifs et à renforcer la clarté de l'information destinée au public.
Le RNP prévoit une extinction nocturne avec des modalités variables	Extinction des publicités et enseignes lumineuses entre 23h et 6h, hors dérogations limitées	Cette mesure vise à réduire les nuisances lumineuses nocturnes, à préserver le cadre de vie des riverains et à limiter les impacts environnementaux liés à l'éclairage artificiel.
Le RNP autorise, sous conditions, certains dispositifs lumineux en toiture	Interdiction des dispositifs lumineux en toiture	Cette interdiction permet de limiter l'impact visuel des dispositifs lumineux dans le paysage urbain et d'éviter leur visibilité à longue distance.
Le RNP fixe des règles de densité maximales, sans imposer de distance minimale entre dispositifs sur une même unité foncière.	Mise en place de règles de densité et de distances minimales renforcées entre dispositifs (20 mètres)	Ces prescriptions permettent de maîtriser la concentration des dispositifs publicitaires et d'assurer une meilleure insertion dans l'environnement urbain.

3. La ZP1 « Centre-ville »

La ZP1 inclut les tissus de centres-villes qui en fait le zonage de publicité occupant la majorité du territoire. Ces secteurs sont porteurs en effet d'ambiances urbaines spécifiques à préserver afin de pérenniser et renforcer leur attractivité.

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP autorise la publicité et les préenseignes en agglomération sous conditions	Interdiction de principe des publicités et préenseignes, hors cas limitativement autorisés	Cette disposition vise à préserver le caractère urbain et la cohérence architecturale du centre-ville, marqué par un bâti dense et aligné.
Le RNP autorise	Interdiction des enseignes sur toiture,	Ces règles permettent de

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
certains dispositifs au sol et sur clôture en agglomération	sur clôture et interdiction des enseignes scellées au sol individuelles et autorisation limitée aux dispositifs regroupant plusieurs établissements, sous conditions strictes	limiter l'impact visuel des dispositifs et de privilégier les enseignes intégrées au bâti.
Le RNP fixe des surfaces maximales d'enseignes plus élevées	Limitation stricte du nombre et des dimensions des enseignes par façade	Cette mesure vise à garantir une lecture harmonieuse des façades commerciales et à éviter la surcharge visuelle.
Le RNP autorise des dispositifs individuels	Obligation de regroupement des enseignes au sol pour les établissements en retrait	Cette disposition favorise la mutualisation des dispositifs et limite leur multiplication dans l'espace public.

4. La ZP2 « Zones d'activités économiques et commerciales »

Les zones d'activités du territoire se caractérisent par une multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur associée à une grande diversité et multiplicité d'enseignes. Cet affichage particulier s'explique notamment par le fait que ces secteurs sont organisés de manière très différente des secteurs mixtes (bâtiments en retrait du domaine public, grands espaces ouverts dédiés au stationnement et rez-de-chaussée commerciaux de grande dimension), ce qui nécessite des supports particuliers et plus diversifiés pour leur permettre un affichage cohérent répondant à leurs besoins.
Pour améliorer globalement l'image des zones d'activités, le RLP propose un cadre harmonisé pour l'implantation des dispositifs en leur sein. Le RLP permet ainsi l'implantation de dispositifs publicitaires et d'enseignes adaptés aux spécificités de chaque type de zone.

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP autorise les préenseignes et publicités sous conditions en agglomération	Interdiction des préenseignes et publicités hors dispositifs autorisés sous conditions	Cette règle vise à organiser la signalisation commerciale au sein des zones d'activités afin d'en améliorer la lisibilité globale.
Le RNP n'impose pas le regroupement des dispositifs	Priorité donnée aux totems partagés et relais d'information aux entrées de zones	Cette disposition favorise le regroupement des informations sur des supports mutualisés et limite la prolifération de dispositifs individuels.
Le RNP autorise les enseignes clignotantes sous conditions	Interdiction des enseignes clignotantes et défilantes (hors services d'urgence)	Cette mesure vise à limiter les nuisances visuelles et lumineuses dans des secteurs déjà fortement exposés à la signalétique commerciale.
Le RNP fixe des seuils maximaux plus souples pour les enseignes au sol	Encadrement strict du nombre et des dimensions des enseignes au sol	L'objectif est de maîtriser l'impact paysager des dispositifs tout en maintenant une visibilité suffisante des activités économiques.

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

5. La ZP3 « Zone d'agglomération à dominante résidentielle »

Au sein des zones à dominante résidentielle que couvre la ZP3, il s'agit ainsi d'encadrer les besoins potentiels de ces activités en termes d'enseignes tout en garantissant la qualité des paysages urbains à caractère résidentiel.
Dans ce secteur, les règles d'enseignes et de publicité sont strictes de manière à ce que ces espaces ne soient pas dégradés par de l'affichage trop présent ou de mauvaise qualité. Les secteurs résidentiels forment un grand part du paysage urbain visible depuis les points de vie du territoire. L'interdiction des dispositifs publicitaire et de pré-enseignes participent également à la préservation des paysages et des cônes de vue.

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP autorise la publicité et les préenseignes en agglomération sous conditions	Interdiction totale des publicités et préenseignes	Cette disposition vise à préserver le caractère résidentiel des quartiers concernés et à limiter toute intrusion publicitaire dans le paysage quotidien des habitants.
Le RNP autorise les dispositifs lumineux sous conditions	Interdiction des dispositifs lumineux, clignotants ou défilants (hors services d'urgence)	Cette règle permet de limiter les nuisances lumineuses et de préserver la tranquillité des zones d'habitat.
Le RNP autorise des enseignes au sol de surface plus importante	Limitation à une enseigne au sol par unité foncière, d'une surface maximale de 6 m²	Cette mesure vise à assurer une signalisation discrète et proportionnée, compatible avec le contexte urbain résidentiel.

6. La ZP4 « Zone hors agglomération »

Les espaces de nature (plus ou moins aménagés) sont appréhendés en tant qu'éléments du paysage et du cadre de vie mais également pour leur valeur écologique. Il s'agit de repérer ces zones naturelles pour les tenir à l'abri de toute prolifération publicitaire pouvant entraîner une dégradation des perceptions proches et lointaines des paysages, mais également des destructions et perturbations d'habitats et d'espèces lors de l'installation et du fonctionnement des dispositifs de jour et de nuit.
Par ailleurs, au-delà de son rôle dans la préservation de la biodiversité, la place de la nature en ville connaît aujourd'hui une importante reconnaissance pour les services écologiques et sociaux qu'elle rend aux habitants (adaptation au changement climatique, qualité du tissu urbain vécu, performance énergétique de l'habitat, etc.).

Ces grands espaces de nature offrent également des points de vue sur le territoire. L'interdiction de la publicité en ZP4 participe à la préservation du paysage et des cônes de vue.

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
Le RNP autorise les dispositifs lumineux sous conditions	Interdiction des dispositifs lumineux, clignotants ou défilants (hors services d'urgence)	Cette règle permet de limiter les nuisances lumineuses et de préserver la tranquillité des zones d'habitat.
Le RNP autorise des	Limitation à une enseigne au	Cette mesure vise à assurer une

Envoyé en préfecture le 05/02/2026
Reçu en préfecture le 05/02/2026
Publié le 06/02/2026
ID : 031-213101876-20260129-2026_007-DE

Règle du RNP	Dispositions plus restrictives du RLP	Justification
enseignes au sol de surface plus importante	sol par unité foncière, d'une surface maximale de 6 m²	signalisation discrète et proportionnée, compatible avec le contexte urbain résidentiel.