Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ARRIVÉE COURRIER N°
Le 15 JUIN 2018
DIRECTION
DES SERVICES TECHNIQUES

R.L.P.(i)

Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal
Porter à Connaissance

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMERATION DU MARSAN

RLPi prescrit par délibération communautaire du 8 mars 2017

PORTER à CONNAISSANCE

Article L. 581-14-1 du code de l'environnement

Article L. 132-2 du code de l'urbanisme

I – Réglementation de la publicité extérieure

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a, en ses articles 36 à 50, réformé le régime de la publicité, des enseignes et des préenseignes. Le décret n°2012-118 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes du 30 janvier 2012 est entré en vigueur le 1er juillet 2012.

Les articles L. 581-1 à L. 581-45 et R. 581-1 à R. 581-88 du code de l'environnement régissent désormais le domaine de la publicité extérieure.

L'instruction du Gouvernement relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des préenseignes en date du 25 mars 2014 – avec sa notice technique jointe en annexe – détaille et illustre les changements majeurs introduits par la nouvelle réglementation, en s'attachant tout d'abord à préciser les définitions des termes utilisés puis en explicitant les différentes notions et prescriptions introduites par le décret du 30 janvier 2012, afin d'en permettre une bonne compréhension par les services de l'État et les collectivités territoriales. Elle est disponible à l'adresse suivante :

http://circulaires.legifrance.gouv.fr/index.php?action=afficherCirculaire&hit=1&r=38105

Le ministère de l'écologie a édité un guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure, qui présente de manière exhaustive et illustrée la réglementation, les spécificités propres à chaque dispositif et les procédures liées. Il est disponible sur internet à l'adresse suivante :

http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/Guide%20pratique%20-%20La%20r%C3%A9glementation%20de%20la%20publicit%C3%A9%20ext%C3%A9rieure%20-%20Avril%202014.pdf

Les documents précités expliquent de façon détaillée et illustrée le contenu, le champ d'application et les modalités d'élaboration d'un RLPi. Une synthèse est donnée en annexe.

II – Objectif d'un RLPi et gouvernance

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est un document couvrant l'ensemble du territoire de l'EPCI définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles la publicité pourra être restreinte. Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

Il est élaboré par la collectivité compétente en matière de PLUi.

Ce futur RLPi pourra s'appliquer sur tout ou partie des communes composant la communauté de communes, mais il ne pourra être que **plus restrictif** que le règlement national de publicité qui s'appliquerait sans RLPi .(L581-14 alinéa 2 du code de l'environnement).

La mise en place de ce RLPi aura pour conséquence de doter la structure intercommunale de la compétence pour fixer dans chaque commune concernée des règles en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes non dérogatoires, cependant le pouvoir de police restera de la compétence de chaque commune (maire) puisque dès qu'il y a un RLP, le maire devient alors autorité administrative de police compétente en lieu et place du préfet, et agira ainsi au nom de la commune (L581-14-2 du code de l'environnement) sur tout son territoire.

Le RLPi peut fixer des prescriptions relatives aux publicités, aux enseignes, mais pas aux

préenseignes dérogatoires (sauf intégration des prescriptions éventuelles fixées par la collectivité gestionnaire de la voirie).

III - Eléments à prendre en compte

III .1 - Patrimoine

L'ensemble des éléments à prendre en compte est joint sur la carte en annexe 2. L'agglomération du Marsan n'est concernée par aucune réserve naturelle nationale, ni parc naturel régional. Les couches SIG des sites Natura 2000, sites inscrits et sites classés, monuments historiques sont disponibles à l'adresse suivante : http://www.sigena.fr/accueil/geoservices

III.1.1 Natura 2000

La réglementation relative à Natura 2000 est codifiée aux articles L. 414-1 à 7 et R. 414-1 à 29 du code de l'environnement (CE).
En site Natura 2000, en agglomération, l'article L. 581-8 du CE pose le principe d'interdiction. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un RLP(i).

III.1.2 Sites inscrits et classés

La réglementation relative aux sites inscrits et classés est codifiée aux articles L. 341-1 à L. 341-22 et R. 341-1 à R. 341-31 du CE.
En particulier, en site classé, l'article L. 581-4 du CE interdit toute publicité.
Par ailleurs, en site inscrit, en agglomération, l'article L. 581-8 pose le même principe d'interdiction. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un RLP(i).

III.1.3 Monuments historiques et sites patrimoniaux

La réglementation relative aux monuments historiques est codifiée aux articles L621-1 à L621-33 et les sites patrimoniaux remarquables aux articles L631-1 à 5.
Toute publicité est interdite sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (article L581-4 du CE).
Par ailleurs, aux abords des monuments historiques et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, en agglomération, l'article L. 581-8 pose le même principe d'interdiction. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un RLP(i).

Il est à noter qu'à partir de 2020, un périmètre d'interdiction de publicité et pré-enseigne sera instauré dans les 500 mètres entourant les monuments historiques.

Conformément à l'article L581-4-III du code de l'environnement, le maire peut interdire toute publicité sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

III .2 - Accessibilité

L'arrêté du 15 janvier 2007 relatif à l'accessibilité de la voirie aux personnes handicapées doit être pris en compte, notamment dans le positionnement du mobilier urbain sur trottoir.

III .3 - Plan de prévention des risques (PPRN, PPRT)

Dans les secteurs concernés par les risques naturels (inondations,...) ou technologiques identifiés, les dispositifs publicitaires envisagés doivent être interdits dans les périmètres à risque ou conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes.

III .4 - Code de la route

Concernant le code de la route (thématique sécurité routière), il est nécessaire de se référer aux articles R. 418-1 à R. 418-9 du code de la route complété par :

- ✓ l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et préenseignes hors agglomération du 17 janvier 1983 ;
- ✓ l'arrêté ministériel du 30 août 1977 relatif aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants ;
- ✓ l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local complétant l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation routière.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la circulation, le maire en agglomération ou le responsable de la voie hors agglomération, d'intervenir pour faire cesser les risques. En effet les différents dispositifs publicitaires peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir les usagers de la route.

Voies classées à grande circulation

La publicité en bordure des routes classées à grande circulation, relève des dispositions de l'article R.581-26 du code de l'environnement, lequel régit notamment, la surface des dispositifs publicitaires muraux en fonction du seuil de population de l'agglomération concernée.

La carte des routes à grande circulation du département est jointe en annexe 3.

III .5 - Population

La réglementation publicité, enseignes, pré-enseignes est différente selon que les agglomérations des communes ont plus ou moins 10 000 habitants dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants. Si les agglomérations n'ont pas été définies par la commune, c'est le chiffre de la population totale qui s'applique.
Les chiffres pour chacune des communes sont disponibles sur le site https://www.insee.fr/fr/statistiques/3293086?geo=COM-40281

III .6 - Lien PLU

En agglomération, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les espaces boisés classés et dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages figurants au plan local d'urbanisme (article R581-30 du code de l'environnement).

Annexe

I- Élaboration d'un RLP

L'article L 581-14-1 du code de l'environnement précise que « *Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.* »

Extraits du code de l'environnement définissant le cadre réglementaire du RLPi.

Article L581-14-1 du CE

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des Etats limitrophes.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

L'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du présent code.

Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. A défaut de document d'urbanisme, il est tenu à disposition du public.

L'illégalité pour vice de forme ou de procédure commise à l'occasion de l'élaboration, de la révision ou de l'approbation d'un règlement local de publicité ne peut être invoquée par voie d'exception après l'expiration d'un délai de six mois à compter de l'entrée en vigueur de ce règlement. Cette règle ne s'applique pas lorsque le vice de procédure concerne la méconnaissance substantielle ou la violation manifeste des règles de l'enquête publique.

Lorsqu'elle annule pour excès de pouvoir un règlement local de publicité ou en ordonne la suspension, la juridiction administrative se prononce sur l'ensemble des moyens qu'elle estime susceptibles de fonder l'annulation ou la suspension en l'état du dossier.

Article R581-79 du CE

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

Vous trouverez ci-après un schéma synthétique rappelant la procédure d'élaboration d'un RLPi

Schéma de la procédure d'élaboration d'un RLPi

Délais indicatifs

t

Le point de départ d'une procédure de RLPi est une délibération de l'organe délibérant de l'EPCI prescrivant l'élaboration du RLPi.

1 DÉLIBÉRATION PRESCRIVANT LE RLPI

CONTENU
La délibération fixe les objectifs du RLPi et définit les modalités de la concertation à venir

NOTIFICATION
Elle est notifiée aux personnes publiques associées (PPA).

PUBLICITE
Elle fait l'objet de mesures de publicité renforcées.

Le président de l'EPCI compétent conduit alors la procédure d'élaboration du RLPi.

2 ÉLABORATION DU PROJET DE RLPi

SERVICES DE L'ÉTAT
Le préfet porte à la connaissance du président de l'EPCI les dispositions particulières applicables au territoire concerné.

PERSONNES CONSULTÉES
Les services de l'Etat et autres PPA sont associés. D'autres personnes publiques peuvent être consultées à leur demande.

CONCERTATION
Librement organisée par le président. A son terme, l'organe délibérant tire le bilan de la concertation, à réaliser avant le lancement de l'enquête publique.

CONTENU
1. Le rapport de présentation. 2. Le règlement. 3. Les annexes.

t+12 mois

Finalisé, le projet de RLPi est arrêté par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI, qui peut dès à présent tirer le bilan de la concertation.

3 DÉLIBÉRATION ARRÊTANT LE PROJET DE RLPI

AVIS
Le projet de RLPi est soumis pour avis aux PPA et à la CDNPS.
Au terme d'un délai de 3 mois, sans réponse de leur part, ces avis sont réputés favorables.

>= t+17 mois

Au terme de ces consultations, le projet de RLPi est soumis à enquête publique, au cours de laquelle le public peut formuler un avis.

4 ENQUÊTE PUBLIQUE

LANCEMENT DE L'ENQUÊTE
Saisine du Tribunal administratif pour désignation (sous 15 jours) du commissaire enquêteur ou de la commission d'enquête. La durée de l'enquête publique doit être comprise entre 1 et 2 mois (prolongation possible d'une durée max. de 30j.).

DOSSIER
Le dossier de RLPi soumis à enquête comprend en annexe les avis des PPA et de la CDNPS.
Le commissaire enquêteur transmet au président de l'EPCI le dossier de l'enquête avec le rapport et les conclusions motivées dans un délai d'un mois à compter de la date de fin de l'enquête.

SUITES DE L'ENQUÊTE
Le RLP est éventuellement modifié pour tenir compte des avis des personnes publiques consultées et des conclusions de l'enquête publique, et de l'avis de la CDNPS

>= t+21 mois

Le RPLi est définitivement approuvé par délibération de l'organe délibérant de l'EPCI.

5 DÉLIBÉRATION APPROUVANT LE RLPI

DIFFUSION
Le RLPi approuvé est annexé au PLU ou tenu à la disposition du public s'il n'existe pas de PLU.
Le RLPi est également mis à disposition sur le site Internet, s'il existe, de l'EPCI

MESURES DE PUBLICITÉ
- Affichage pendant un mois en mairie ou au siège de l'EPCI et mention de cet affichage dans un journal local.
- Recueil des actes administratifs de la mairie pour les communes de plus de 3500 habitants
- Recueil des actes administratifs de l'EPCI si l'une des communes concernées fait plus de 3500 habitants

II - Contenu d'un RLP

Article R581-72 du CE
Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Article R581-73 du CE
Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Article R581-74 du CE
La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues pour les publicités (L. 581-9 du CE), y compris à proximité des centres commerciaux (R581-77 du CE) et les dérogations prévues par le I de l'article L. 581-8 (abords monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables, sites inscrits, sites N2000) ainsi que, le cas échéant, les prescriptions concernant les pré-enseignes (R. 581-66 du CE) .

Article R581-76 du CE
La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par l'autorité compétente en matière de police ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.

Article R581-77 du CE
Lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L. 581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération.

Article R581-78 du CE
Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci.

Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

R.L.P.(i)

Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal
Point de vue de l'Etat

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMERATION DU MARSAN

RLPi prescrit par délibération communautaire du 8 mars 2017

I – Zonage du RLPi

Même si aucun texte ne l'impose, pour des raisons de lisibilité du futur RLPi, il est important que le règlement se limite à préciser, pour chaque zone concernée, les points sur lesquels des restrictions sont apportées au règlement national plutôt que mettre en avant l'ensemble des contraintes (celles de la réglementation nationale ainsi que celles ajoutées localement).

Chaque zonage doit être justifié.

Le diagnostic évoqué à l'article R581-73 du code de l'environnement permet de vérifier si certains des dispositifs existants ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales. Pour rappel, la réglementation est différente pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants et celles de plus de 10 000 habitants. Ce diagnostic devra porter sur l'ensemble des dispositifs (publicité, enseignes, mobilier urbain et pré-enseignes). La DDTM se tient à disposition pour une lecture partagée des infractions des dispostifs en place.

Les limites d'agglomération ayant un effet déterminant en matière de publicité, il est impératif de procéder à l'analyse du positionnement des panneaux d'entrée et sortie d'agglomération, et à la rectification de ceux-ci le cas échéant. Les limites des agglomérations sont fixées par arrêtés du maire, en application de l'article R 411-2 du code de la route.
L'agglomération est 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 la traverse ou qui la borde (article R 110-2 du code de la route). En pratique, il s'agit d'un espace cohérent et homogène où la distance entre deux constructions ne peut excéder 50 mètres. Les limites sont fixées au plus proche de l'espace bâti et par principe à moins de 50 mètres du premier bâtiment. Des panneaux devront être placés sur toutes les voies d'accès (panneau de type EB10) et sur toutes les voies de sortie d'agglomération (panneaux de type EB20).

II – Elaboration du RLPi

L'élaboration du règlement d'une zone autorisant la publicité dans les espaces protégés nécessite une vigilance particulière qui justifie d'associer à l'élaboration du RLPi, la DDTM, l'architecte des Bâtiments de France et l'inspecteur des sites de la DREAL.

Nous vous rappelons les principaux éléments apportés par la paysagiste conseil de l'État lors de sa visite du 17 février 2017 dont le détail est en annexe :
- intégration de la charte des terrasses et enseignes réalisée par Mont-de-Marsan si la collectivité souhaite la rendre opposable,
- remise en question du RLP de St Pierre du Mont qui s'appuie sur une tranche de population ne correspondant pas au dernier recensement,
- lien avec l'équipe travaillant sur le volet paysager du PLUi,
- identifier les paysages les plus intéressants pour mieux les protéger et éviter leur banalisation par la pollution publicitaire. En contrepartie identifier les secteurs déjà mités et sur lesquels aucun projet de requalification n'est en cours. En quelque sorte, accepter dans un premier temps de sacrifier un site en permettant un affichage plus libre pour mieux protéger les autres par une restriction forte, amplifier les ambiances paysagères.

Lors de la discussion, il a été évoqué la possibilité d'identifier les parcours permettant de découvrir le coeur de ville.
Cela rejoint le travail en cours sur la redynamisation du coeur de ville pour lequel l'agglomération et la ville de Mont-de-Marsan sont en voie de contractualisation dans le cadre du programme national « Action coeur de ville ». En effet, la stratégie qui sera déployée sur ce territoire en matière de politique de publicité permettra de répondre à deux axes de cette convention : favoriser un développement économique et commercial équilibré et mettre en valeur les formes urbaines, l'espace public et le patrimoine. Dans ce cadre, il sera notamment opportun de s'intéresser à la requalification des entrées de ville dont l'image est fortement impactée par la qualité des enseignes et des préenseignes, à la reconquête d'espaces à usage commercial dans le centre-ville, les autres espaces susceptibles de bénéficier d'actions de revitalisation territoriale dès lors que ces espaces seront de nature à requestionner la politique en matière de publicité.

III – Contenu du RLPi

Il est rappelé que le RLPi ne doit fixer les règles que pour les dispositifs publicitaires visibles de toute voie ouverte à la circulation publique et ses dispositions ne s'appliquent pas aux dispositifs situés à l'intérieur des locaux (article L581-2 du code de l'environnement).

A titre d'information, voici quelques éléments qui ne sont pas mentionnés dans la réglementation nationale et qui peuvent l'être dans les règlements locaux de publicité mais le règlement ne doit pas être discriminatoire.

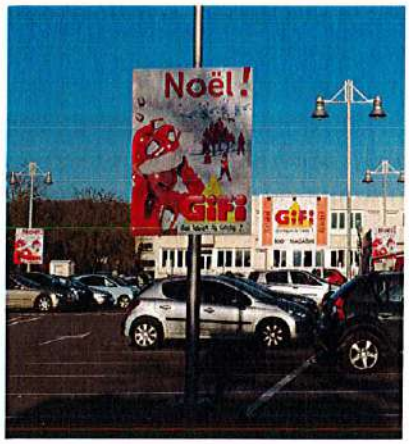
GENERALITES

- choix des matériaux à l'arrière des dispositifs pour une meilleure intégration paysagère, couleur similaire pour passerelle et dispositif (mais il n'est pas possible d'imposer une couleur)

- préconisations sur la luminance des dispositifs lumineux,

ENSEIGNES

- préconisations sur les clôtures non aveugles, les arbres, les lampadaires pour éviter les enseignes qui y sont permises par la réglementation nationale et qui ont un fort impact paysager



- limitation des enseignes scellées au sol par activité (cas des parcelles multi-activités, enseignes inférieures à 1 m²)

- préconisations sur la présence des passerelles

- extension de la durée d'extinction des enseignes lumineuses

PRE-ENSEIGNES ET ENSEIGNES TEMPORAIRES

- adapter les règles pour réduire le nombre, le format et/ou la durée

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DES LANDES

Direction Départementale des Territoires et de la Mer

Service Nature et Forêt

Bureau des Milieux Naturels et de la Biodiversité

Associations agréées dans le cadre départemental des Landes

au titre de l'article L. 141-1 du code de l'environnement

Nom de l'Association	Adresse	Date de l'arrêté d'agrément initial	Date de l'arrêté de renouvellement d'agrément
Fédération Départementale des Chasseurs des Landes	111, chemin de l'Herté B.P. 10 40465 Pontonx-sur-l'Adour Cédex	03/03/78	19/02/13
Fédération Départementale des Associations Agréées pour la Pêche et la Protection du Milieu Aquatique des Landes	102, Allées Marines 40400 Tartas	15/10/86	12/06/13
Société pour l'Etude, la Protection et l'Aménagement de la Nature dans le Sud-Ouest, Association des Landes - Fédération SEPANSO-LANDES	1581, route de Cazordite 40300 Cagnotte	03/04/86	19/02/13
Association Les Amis de la Terre Landes	Maison des Associations 24, boulevard Ferdinand-de-Candau 40000 Mont-de-Marsan	29/01/99	18/09/13
Association Landes Nature	Cité Galliane B.P. 279 40005 Mont-de-Marsan Cédex	18/09/13	

.../...

Nom de l'Association	Adresse	Date de l'arrêté d'agrément initial	Date de l'arrêté de renouvellement d'agrément
Association de Chasseurs Gestionnaires de l'Environnement Lacustre du Born	169, Les Coudurs Route de Pontenx 40160 Parentis-en-Born	06/01/14	
Société des Amis de Navarrosse	346, rue des Nasses Navarrosse 40600 Biscarrosse	06/01/14	
Association Les Amis de Jean Rostand	Centre Jean Rostand Site des Etangs 40120 Pouydesseaux	09/09/81	06/02/14

Fait à Mont-de-Marsan, le 6 février 2014.

Le Préfet,

Claude MOREL