CONTRIBUTEURS PPA & PPC	OBSERVATIONS ET PRECONISATIONS	Projet d'AVIS DE LA COLLECTIVITE	1ères OBSERVATIONS DE LA COLLECTIVITE		
	PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO				
I-PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	AVIS DEFAVORABLE SUR L'ENSEMBLE DU RLPI	SANS AVIS			
I-1 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Contre-vérité : La publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et aux gestionnaires de transport de disposer gratuitement d'abri-voyageurs.				
I-1 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Contre-vérité : L'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme.	SANS AVIS			
I-1 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Contre-vérité : Les panneaux de grand format sont indispensables pour la visibilité des messages. Demande de passer les panneaux de 10,5 m² à 4 m²				
I-2 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Points positifs du RLPI: l'interdiction de toute publicité dans les communes de moins de 10 000 hab, une limitation de la publicité dans l'unité urbaine de Mont-de-Marsan ou encore des interdictions dans certaines zones pour les enseignes scellées au sol, interdiction des enseignes sur toiture sur tout le territoire, règle de densité renforcée en ZP5 et règle d'extinction nocturne pour le mobilier urbain.	AVIS PARTAGE			
I-3 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Points négatifs du RLPi: mobilier urbain supportant de la publicité numérique, même en zone résidentielle, des panneaux de grand format er ZP5, des publicités numériques de grand format, ainsi que des enseignes murales hors norme.	CANC AVIC	Le RLPi a cherché à réduire la publicité et améliorer la qualité et les dimensions des dispositifs publicitaires et des enseignes. L'article L.581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre. » Le RLPi peut identifier des zones réduites dans lesquelles la publicité est interdite. Un équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie doit être trouvé. L'activité d'afficheur peut être interdite dans certains secteurs de l'agglomération mais doit pouvoir s'exercer dans d'autres. Le projet de RLPi présenté par l'agglomération s'est attaché à veiller à l'équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie.		
I-4 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique,	SANS AVIS			
I-5 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs,	AVIS DEFAVORABLE	La surface a été un peu diminuée et surtout les règles de densité sont beaucoup plus contraignantes que dans le RNP.		
I-6 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques,	AVIS DEFAVORABLE	Le RLPi va dans le sens d'une diminution des lumineux par rapport au RNP mais pas d'une interdiction totale idem pour les numériques.		

I-7 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Qu'un format unique de 4 m² maximum soit appliqué sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE)	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive, le projet du RLPi propose déjà de réduire les formats à 8 m² pour la publicité murale et 10,50 m² pour les dispositifs publicitaires scellés au sol par rapport au RNP.
I-8 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Que la publicité scellée au sol soit proscrite là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m² ni 2 m de hauteur.	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive, le projet du RLPi propose déjà de réduire les formats à 10,50 m² au lieu de 12 m² dans le RNP et à limiter la publicité à la zone 5 et au mobilier urbain en zone 3 en dehors des zones d'interdiction relative, 4 et 5.
I-9 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Limiter à 4 m² la publicité murale en ZP5	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive, le projet du RLPi propose déjà de réduire le format de la publicité murale à 8 m² au lieu de 12 m² dans le RNP.
I-10 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Interdire la publicité scellée au sol, à défaut, la limiter à 2 m²	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive, le projet du RLPi propose déjà de réduire les formats à 10,50 m² au lieu de 12 m² dans le RNP.
I-11 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Interdire la publicité numérique, à défaut limiter à 1 m²	AVIS DEFAVORABLE	La publicité numérique a été réduite à 6 m² et le nombre de dispositif publicitaire est très limité sur la zone 5.
I-12 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Interdire les bâches publicitaires (ou à réglementer en surface) / Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier	PROPOSITION A ETUDIER	Possibilité d'étudier la réduction de la surface.
I-13 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Interdire le mobilier urbain numérique	AVIS DEFAVORABLE	Le mobilier urbain numérique est déjà limité à 2 dispositifs par tranche de 10 000 habitants soit un maximum de 6 dispositifs sur l'agglomération.
I-14 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation	AVIS DEFAVORABLE	Cette demande n'a un impact que très mineur sur l'environnement.
I-15 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive pour la visibilité des commerces en zone 5. Les commerces sont souvent éloignés de la voie et nécessitent d'être visible depuis le domaine public.
I-16 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²	AVIS DEFAVORABLE	Règle trop restrictive pour la visibilité des commerces en zone 5. Les commerces sont souvent éloignés de la voie et nécessitent d'être visible depuis le domaine public.
I-17 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture	PROPOSITION A ETUDIER	Cette demande sera étudiée.
I-18 PAYSAGES DE FRANCE / SEPANSO	Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique	AVIS DEFAVORABLE	La collectivité a sensiblement réduit le nombre de dispositifs de scellé au sol pour les enseignes.

COMMUNE DE MAZEROLLES			
II-COMMUNE DE MAZEROLLES	Aucune observation AVIS FAVORABLE	SANS AVIS	
	COMMUNE SAINT-PIERF	RE DU MONT	
III-COMMUNE DE SAINT-PIERRE DU MONT	L'article DG17 paragraphe « Intégrer les caissons et émergences techniques diverses sur la façade » ne relève pas de la publicité mais de l'aspect architectural traités par le PLUI. Risque de voir subsister deux règles contradictoires. Demande de supprimer ce paragraphe.	AVIC FAVORABLE	Le paragraphe sera supprimé du règlement.
	AFFICION		
IV-1 AFFICION	Le linéaire imposé de 40m ajouté à une inter distance de 200m de part e d'autre d'un seul dispositif revient a interdire tout simplement la publicité su Mont de Marsan.		La question de la règle d'inter distance peut être revue comptetenu de la complexité pour instruire les dossiers.
IV-2 AFFICION	Cette notion d'inter distance est tout à fait ingérable quant a savoir qui doi déposer son panneau lorsque des dispositifs sont déjà en place – cec ayant déjà été jugé en conseil d'état comme impossible et irrecevable.	t iPROPOSITION A ETUDIER	La question de la règle d'inter distance peut être revue compte- tenu de la complexité pour instruire les dossiers.
IV-3 AFFICION	D'autre part, ces notions d'inter distance ajoutées au linéaire, en plus d'être ingérables obligent les afficheurs à déposer la quasi-totalité de leurs faces une fois le problème insoluble de savoir qui dépose. Autant dire que pou exemple sur 80 faces présentes a ce jour, notre société n'en garderait que 2 au total et encore, si cette problématique de priorité est réglée.	- rSANS AVIS	La question de la règle d'inter distance peut être revue compte- tenu de la complexité pour instruire les dossiers.
IV-4 AFFICION	Ceci revenant a une pure création d'un monopole Decaux - mobilier urbain et d'un fort abus de pouvoirs faisant d'un règlement une interdiction déguisée. Concernant ce point le conseil d'état avait déjà jugé cela - et condamnant la ville de Bayonne à casser son règlement suite a la création d'un monopole et une impossibilité d'installation pour les autres afficheurs.	n AVIS NON PARTAGE	La publicité n'est pas interdite dans le présent règlement. Il est rappelé que le mobilier urbain a le droit à des règles propres autorisées par le RNP.
IV-5 AFFICION	Aussi, il est à noter que la zone bleu foncé où les panneaux Leclerd demeurent autorisés sont de surcroît interdits par rapport au RNP que n'autorise pas que des panneaux soient visibles hors agglomération. La encore ceci ferait appel à un abus de pouvoirs et création de monopole.	I AVIC NON DADTACE	Le secteur du centre commercial du Grand Moun, situé hors agglomération est classé en zone 5B. Il bénéficie de : la dérogation de l'article L. 581-7 du Code de l'Environnement qui s'applique « à proximité immédiate des centres commerciaux » et qui autorise la publicité.
IV-6 AFFICION	Enfin, la TLPE de la ville de Mont de Marsan s'en trouverait fort altérée e l'économie locale dans l'impossibilité totale de répondre aux lois de la libre concurrence.		Le RLPI est indépendant de la TLPE. Les recettes TLPE concernent uniquement les communes qui ont adoptées cette taxe.
CDNPS			

V-1 CDNPS	p52 Zones Naturelles ou paysagères : la publicité y est interdite et p57 §III.2.1.B la publicité sur les abris est interdite or le règlement n'interdit pas la publicité lumineuse ou non-lumineuse sur les abri-bus. Même remarque pour les centre-villes et cœurs de bourg où p57 il est écrit que la publicité lumineuse sur les abris et le règlement ne l'interdit pas.	AVIS FAVORABLE	En effet la p52 est à modifier, nous avons créé une exception pour la publicité non lumineuse sur les abris de bus. Préciser dans le 2.2.1 que seule la pub non lumineuse sur les abris-bus est autorisée idem en 3.2.1, en zone d'interdiction relative, la publicité non lumineuse supportée sur les abris installés aux arrêts de bus est autorisée. Modifier également le 3.2 : est interdite la publicité lumineuse sauf sur le mobilier urbain en dehors des zones d'interdiction relative.
V-2 CDNPS	Afin d'éviter toute confusion, il conviendrait d'intégrer la règle des 15% des enseignes collées sur baies actuellement dans le DG15 et dans le DG16 où est précisé la surface totale des façades.		Le DG15 indique les règles pour l'ensemble des zones, alors que le DG16 ne s'applique qu'au zone 1 et 5. Sinon il faudrait mettre la règle en DG17. C'est pourquoi la règle est maintenue en DG15.
V-3 CDNPS	Dans le tableau zone 2 il est dit que la publicité est interdite sur mobilier urbain or l'article 2.2 l'autorise sur le mobilier urbain.	AVIS FAVORABLE	Seul sur les abris bus la publicité est autorisée en zone 2.2, ce sera donc précisé dans le tableau de synthèse. En zone 3 préciser que la publicité non lumineuse est autorisée en zone d'interdiction relative.
V-4 CDNPS	Tableau par dispositifs : Il conviendrait d'intégrer une ligne pour les enseignes à faisceau de rayonnement laser interdites.	AVIS FAVORABLE	
V-5 CDNPS	Pour une meilleure lisibilité dans les tableaux par zone, il conviendrair d'intégrer : - les règles d'interdictions de publicité sur les clôtures, en terrasse et en toiture, sur les voies navigables et sur le domaine public hors mobilier urbain pour les zones 3-4 et 5, - l'extinction des mobiliers urbains dans les zones 3 et 4, - publicité lumineuse et numérique interdites dans les zones 2, 3 et 4, la règle du retrait de 0,50 m pour les publicités murales sur le tableau de la zone 5 et de préciser que dans la zone 2 le mobilier urbain est interdit sauf les abri-bus.	AVIS FAVORABLE	
V-6 CDNPS	Pourquoi avoir précisé la règle nationale sur les véhicules terrestres (article DG3) et les gares (DG12) alors que l'article DG1 précise que les dispositions du règlement national qui ne figurent pas dans le règlement s'appliquent.		A été mis suite à des observations de professionnels ou association environnementale. Les deux articles seront supprimés.
V-7 CDNPS	Rapport de présentation : P5 notion agglomération, second alinéa il manque la seconde partie de phrase « soit »	AVIS FAVORABLE	Lorsque les panneaux sont mal implantés, soit que la zone bâtie s'est progressivement étendue sans que les panneaux aient été déplacés, les éléments matériels servent de référence pour identifier les limites d'agglomération, soit que le maire n'ait jamais fixé les limites de l'agglomération, soit que le bâti se soit progressivement étendu par l'effet de l'étalement urbain sans que le maire prenne un nouvel arrêté et sans que les panneaux d'entrée et de sortie aient été déplacés, soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain. Face à cette situation et en cas de litige, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. N°68134).
UPE			

VI-1 UPE	Autoriser la publicité de format 4 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.	AVIS DEFAVORABLE	Les communes de moins de 10 000 habitants sont situées dans des zones rurales. La préservation du cadre de vie et de l'environnement est une volonté forte dans ces secteurs.
VI-2 UPE	Soumettre ce type de supports (mobilier urbain) à la réglementation nationale afin que les communes puissent exercer un contrôle discrétionnaire sur les implantations opérées sur le domaine public.		Le RLPI n'a pas à prendre en compte le rôle discrétionnaire des communes sur les implantations opérées sur le domaine public. Le présent Règlement n'empêche pas ce contrôle discrétionnaire. Le RLPi a souhaité apporter quelques règles plus restrictives que le RNP pour la publicité supportée sur le mobilier urbain afin de réduire l'impact de la publicité sur l'environnement. Le projet de RLPi a cherché à améliorer le cadre de vie et l'environnement en limitant la publicité. Chaque collectivité de l'agglomération doit poursuivre cet objectif et faire preuve d'exemplarité.
VI-3 UPE	A l'instar des publicités scellées au sol, fixer la surface d'affiche des publicités murales à 8 m² et 10,50 m² d'encadrement compris.	AVIS DEFAVORABLE	Volonté de réduire la taille du format des publicités murales – si le format 8 m² encadrement compris n'existe pas, les afficheurs pourront toujours abaisser à 4 m² la surface d'affiche. Ce format existe sur le marché.
VI-4 UPE	Proposer la disposition suivante : lorsqu'il existe, l'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelque soit leur forme, sont interdits.	AVIS DEVAFORABLE	La collectivité souhaite intégrer l'éclairage à l'intérieur du dispositif pour limiter l'impact visuel du dispositif global dans son environnement.
VI-5 UPE	Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'organisation d'exploitation, souhait d'une modification de cette disposition et propose la rédaction suivante : « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »	AVIS DEFAVORABLE	L'impact visuel des passerelles même repliées est négatif sur l'environnement et le cadre de la vie. La collectivité reste donc opposée à ce type d'implantation. La sécurité, la santé du travail et les mesures d'organisations concernent les afficheurs et non la collectivité. Il a été recensé 3 passerelles fixes sur le territoire dont une qui est située en zone naturelle. Le retrait des 3 dispositifs publicitaires concernés est donc mineur en terme d'impact économique pour les afficheurs.

VI-6 UPE	Un linéaire de 40 mètres est beaucoup trop important au regard des urbanisations constatées. Le premier projet présenté par la ville prévoyait un minimum de 25 mètres pour l'implantation d'un dispositif, ce qui semblait raisonnable.	AVIS DEFAVORABLE	En effet, à l'issue de la concertation il a été accepté de ré-ouvrir à la publicité un grand axe situé dans une zone pavillonnaire. Aussi pour protéger cette zone aujourd'hui fortement impactée par la publicité, il est souhaité de renforcer la règle de densité.
VI-7 UPE	Le législateur a supprimé toute notion d'inter distance entre deux dispositifs du fait de sa trop grande complexité de mise en œuvre. Nous vous invitons à supprimer cette notion pour éviter tout risque de confusion. La seule règle d'inter distance qui peut être aisément mise en place concerne les grandes parcelles gérées par un seul opérateur (domaine SNCF).	AVIS FAVORABLE	Il est proposé d'apporter une modification sur cette règle. Appliquer uniquement la règle d'inter distance de 50 m pour les panneaux situés sur une même unité foncière. L'objectif est d'éviter une accumulation de panneau sur la même unité foncière. Les parcelles étant plus grande en zone 5B et 5C, cette règle semble donc plus facile à mettre en œuvre.
VI-8 UPE	Or, dans la mesure où la commune compte moins de 10 000 habitants (9 625 habitants source INSEE – populations légales millésimées 2018 entrant en vigueur le 1er janvier 2021), ce secteur se voit appliquer les règles relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 10 000 habitants. Ainsi ce secteur ne peut donc à notre sens accueillir de dispositifs scellés au sol, ni de dispositifs numériques.	SANS AVIS	La commune de Saint Pierre du Mont a atteint 10 203 habitants au recensement 2019. Cette population millésimée 2019 devrait entrer en vigueur au 1er janvier 2022. Aussi il est proposé de délibérer sur l'approbation du RLPi début 2022.
VI-9 UPE	Une règle d'inter distance entre deux dispositifs est complexe dans sa mise en œuvre et est au contraire à la jurisprudence administrative relative à l'objectif de la clarté et d'intelligibilité de la norme.	SANS AVIS	Il est proposé d'apporter une modification sur cette règle. Appliquer uniquement la règle d'inter distance de 50 m pour les panneaux situés sur une même unité foncière. L'objectif est d'éviter une accumulation de panneau au même endroit. Les parcelles étant plus grande en zone 5B et 5C, cette règle semble donc plus facile à mettre en œuvre.
VI-10 UPE	Une règle de quota applicable aux dispositifs numériques peut constituer un risque réel d'atteinte au droit de la concurrence.	SANS AVIS	
VI-11 UPE	Autoriser les bâches publicitaires et les soumettre à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable. Nous demandons également d'autoriser la publicité lumineuse sur les bâches afin de ne pas limiter les possibilités de communication à des destinations des annonceurs locaux.	AVIS FAVORABLE	L'objectif est de limiter l'utilisation de ces bâches publicitaires et d'harmoniser la règle sur le territoire de l'agglomération. Cela n'empêche pas le Maire d'exercer un contrôle discrétionnaire. Le RLPi a pour objectif de limiter la pollution lumineuse. Aussi le RLPi n'a pas pour but d'autoriser de l'éclairage sur des dispositifs temporaires tels que les bâches.

VI-12 UPE	Le RNP n'a pas vocation à s'appliquer à des dispositifs non visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Le projet de règlement ne peux donc valablement s'appliquer à l'enceinte des gares ferroviaires qui SANS AVIS constituent des espaces ouverts pour lesquels le code de l'environnement ne s'applique pas.	Il s'agit apparemment d'une incompréhension de la part de l'UPE. Le RNP a fixé des règles à l'intérieur des enceintes des gares ferroviaires puisque visible depuis le domaine public ferroviaire. Cet article sera supprimé du RLPI puisque l'article DG1 précise que les dispositions du règlement national qui ne figurent pas dans le règlement s'appliquent.	
VI-13 UPE	Notion d'Agglomération inscrite dans le lexique : souhait de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'État () qui précise que la notion d'agglomération doit être rendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti. Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.	Le lexique ne reprend que la définition de l'article R. 110-2 du code de la route. Cette définition a été mise uniquement pour permettre une compréhension de la notion d'agglomération à des lecteurs non initiés au RLPi. La jurisprudence n'a pas à être inscrite dans le RLPi. Elle s'applique au moment de l'instruction des demandes.	
VI-14 UPE	Nous notons la présence d'une coquille rédactionnelle. Il conviendra de modifier la disposition en ce sens et d'y ajouter le terme manquant.	« Les dispositifs muraux se conforment aux dispositions générales et à l'article 5.2. »	
	PREFECTURE		
VII-1 PREFECTURE – DDTM	Nous n'avons pas pu établir si toutes les étapes de la procédure ont été respectées : art. R.153-20 et 22 du CU, affichage de 1 mois en Mairie et au siège de l'EPCI, avis favorable de l'ensemble des communes concernés (art. L153-15 du CU). Ces éléments devront figurer dans le dossier d'enquête.	La Préfecture a été sollicitée en tant que Personne Publique Associée sur le projet de RLPi arrêté en Conseil Communautaire. Aussi les pièces demandées par la Préfecture ne font pas partie de la notification du projet arrêté. Cependant tous les affichages en Mairie et au siège de l'EPCI, tous les accusés réceptions du courrier de consultation des communes seront joints au dossier d'enquête publique ainsi que les avis émis par les Communes. Il n'y a d'ailleurs pas d'obligation de la part des communes d'émettre un avis. Sans réponse de leur part dans un délai de trois mois à compter de la réception du courrier de notification de l'arrêt du RLPI, leur avis est réputé favorable.	
VII-2 PREFECTURE – DDTM	Demande de mise à jour de l'annexe du règlement qui n'a pas été modifié, avec la dernière version du règlement notamment sur l'autorisation de AVIS FAVORABLE publicité sur le mobilier urbain.	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.	
VII-3 PREFECTURE – DDTM	Intégrer une ligne pour les enseignes à faisceau de rayonnement laser aVIS FAVORABLE interdites dans les tableaux par dispositifs.	Cette règle sera rajoutée dans le tableau de synthèse.	
VII-4 PREFECTURE – DDTM	Intégrer dans les tableaux par zone, les règles d'interdiction de publicité sur les clôtures, en terrasse et en toiture, sur les voies navigables, sur le domaine public hors mobilier urbain pour les zones 3 – 4 et 5, l'extinction des mobiliers urbains dans les zones 3 et 4, la publicité lumineuse et AVIS FAVORABLE numérique interdite dans les zones 2, 3 et 4 sauf sur le mobilier urbain, la règle du retrait de 0,50 m pour les publicités murales sur le tableau de la zone 5, l'autorisation spécifique des abris bus.	Ces règles seront rajoutées dans le tableau de synthèse.	
DEPARTEMENT DES LANDES 40			

VIII-1 CD40	Le classement en zone 5 hors agglo de nombreux secteurs à l'est et au sud de la commune de Mont de Marsan ne pouvant être assimilés à des « zones d'activités économiques » : la dérogation de l'article L. 581-7 du Code de l'Environnement qui s'applique « à proximité immédiate des centres commerciaux » semble correspondre au Grand Moun, en revanche concernant tous les autres secteurs qui seraient concernés par cette dérogation, le titre de « centre-commercial » ne semble pas adapté aux définitions que les éléments réglementaires et de jurisprudence en font.	AVIS FAVORABLE	Il semblerait qu'il y ait une incompréhension de la part du CD40 de la lecture du plan de zonage. En effet, seul le Centre-Commercial du Grand Moun est classé en zone 5 hors agglomération. Il n'existe aucun autre secteur hors agglomération classé en zone d'activité économique.
VIII-2 CD40	Le CD40 attire l'attention sur l'autorisation de la publicité hors agglomération, dans des zones où le Département n'est pas favorable à l'implantation de publicité ou d'enseignes sur son domaine public routier.		Pour la publicité seule la zone du Grand Moun, située hors agglomération autorise de la publicité. Seule la route de Grenade, voie départementale peut autoriser sur la zone 5B (Grand Moun) de la publicité visible du domaine public routier. Sur la rocade, une bande en zone 2, zone dans laquelle la publicité est interdite, a été instaurée pour éloigner la publicité et les scellés au sol de la rocade.
VIII-3 CD40	Absence de lisibilité sur les documents graphiques notamment sur la localisation des limites d'agglomérations, la différenciation des zones 5 (a, b ou c), tandis que les voies ainsi que leurs noms n'apparaissent pas ou peu distinctement.	AVIC FAVORABLE	Le document graphique envoyé au Département était un document scanné de la délibération d'arrêt du RLPI. Ce document était peu lisible. Le document original permet de bien distinguer les zones 5 (a, b ou c) et les limites de zones agglomérées. Les voies ne sont pas inscrites sur le document graphique pour éviter de rendre illisible ce dernier.
	JC DECAUX		
IX.1-JC DECAUX	Article L.581-81 du CE, possibilité de réintroduire la publicité apposée sur le mobilier urbain aux abords des monuments historiques, à moins de 100 m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4. Depuis la loi LCAP, le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques est porté de 100 à 500 m.	t PROPOSITION A ETUDIER	Pour les communes couvertes par un RLP ou un RLPi, cette disposition s'avère dépourvue d'implication: c'est en effet les zonages retenus dans le RLP/RLPi et son régime réglementaire qui s'appliquent, sans tenir compte du périmètre MH. Le RLP/RLPi a la possibilité en effet, au titre de l'article L 581-8, d'autoriser ou non, et selon les modalités que ces documents définissent, la publicité aux abords d'un MH. Il est précisé que ce périmètre de 500 mètres avec covisibilité autour d'un monument historique peut être adapté à l'initiative de l'ABF par le traçage d'un "périmètre des abords" (PDA) adapté. Les PDA entrent en vigueur dès lors qu'ils ont été publiés légalement. Le plan de zonage sera donc modifié pour tracer le périmètre des 500 m.
	Insérer au sein de l'article DG7 du RLPI une levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain : « Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 du CE »	R PROPOSITION A ETUDIER	La publicité supportée sur les abris de bus installés aux arrêts de bus est déjà autorisée dans les zones d'interdiction relative à l'article 3.2.1. Le règlement rajoutera « La publicité supportée sur les abris de bus installés aux arrêts de bus est autorisée dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 du CE». Il sera étudié la possibilité d'ouvrir la publicité à d'autres types de mobilier urbain.
	Modifier l'article 3.2.1 du règlement : « Le mobilier urbain supportant de la publicité est autorisé en dehors des zones d'interdiction relative dans l'ensemble de la zone 3, sous réserve de respecter les dispositions générales. Toutefois en zone d'interdiction relative, la publicité supportée sur les abris installés aux arrêts de bus est autorisée. La publicité lumineuse rétroéclairée par transparence sur mobilier urbain est autorisée en dehors des zones d'interdiction relative. Tout autre mobilier urbain lumineux est interdit.	PROPOSITION A ETUDIER	Il s'agira d'autoriser la publicité lumineuse rétroéclairée par transparence sur le mobilier urbain pour les abris installés aux arrêts de bus en zones d'interdiction relative.

IX.2-JC DECAUX	Demande de modification de l'article DG2 pour autoriser la publicité sur le mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.	AVIS DEFAVORABLE	La collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité. Il n'existe pas actuellement de mobilier urbain supportant de la publicité dans les communes de moins de 10 000 habitants. Aussi la collectivité ne souhaite pas dégrader le cadre de vie des bourgs. Les autres dispositifs publicitaires existants dans les communes seront supprimées. La commune de Saint-Pierre du Mont ayant atteint les 10 000 habitants, il sera donc possible d'installer du mobilier urbain publicitaire dans cette commune.	
IX.3-JC DECAUX	Demande de supprimer la règle d'inter-distance de 200 m entre les mobiliers urbains publicitaires prévue à l'article DG7 du RLPi.	PROPOSITION A ETUDIER	La collectivité souhaite qu'il n' y ait pas de mâts porte affiches à proximité des abris de bus supportant de la publicité, comme c'est le cas sur certains sites de la commune.La rédaction de l'article DG7 pourra être revu en ce sens.	
IX.4-JC DECAUX	Réintroduire la possibilité pour les collectivités de communiquer via mobiliers urbains d'information 2 m² en zone 2.	AVIS DEFAVORABLE	La collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité. La zone 2 est une zone protégée de toute publicité. Il est toutefois toléré d'autoriser la publicité sur les abris installés aux arrêts de bus. La collectivité n'admettra pas d'autres dérogations en matière de publicité pour la zone 2.	
IX.5-JC DECAUX	Demande de supprimer l'alinéa 3 de l'article DG7 du RLPi afin de préserver les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire.	AVIS DEFAVORABLE	La collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité.	
IX.6 JC DECAUX	Supprimer le dernier alinéa de l'article DG7 et autoriser en toutes zones le mobilier urbain numérique, sous réserve des dispositions prévues aux article R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement.		La collectivité souhaite montrer une certaine exemplarité en terme de diminution de la publicité et limiter les dispositifs numériques qui ont un fort impact sur l'environnement.	
IX.7 JC DECAUX	Tenir compte des prescriptions en matière d'extinction des publicités lumineuses au sein du futur RLPI: les juges ont pu juger que l'éclairage le nuit des mobiliers urbains leur permet d'assurer leur fonction d'informatior des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations.	a AVIS DEFAVORABLE	La publicité lumineuse a un impact fort sur l'environnement. L'éclairage public est éteint la nuit de 23H30 à 6H00 à Mont de Marsan. Les transports en commun ne fonctionnent pas sur cette plage horaire. Aussi le RLPi est régie par le code de l'environnement et ne traite pas des questions de sécurité. A l'heure de la transition énergétique, il est nécessaire de réduire les pollutions lumineuses quelque soit leur type d'éclairement.	
IX.8 JC DECAUX	Mettre en cohérence le tableau de synthèse avec le texte du règlement er zone 2 et 4 sur le mobilier urbain.	AVIS FAVORABLE	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.	
IX.9 JC DECAUX	Nécessaire mise en cohérence de l'article 4-2 avec l'article 4.2.1 vis à vis de la publicité lumineuse et/ou numérique supportée par le mobilier urbain.	AVIS FAVORABLE	L'article 4-2 sera corrigé pour être conforme à la règle de l'article 4.2.1.	
IX.10 JC DECAUX	Mise en cohérence de l'article 3-2 et l'article 3.2.1 en précisant le cas du mobilier urbain au sein de l'article 3-2 du RLPi.	AVIS FAVORABLE	L'article 3-2 sera corrigé pour être conforme à la règle de l'article 3.2.1.	
COKTAIL DEVELOPPEMENT				
X-1 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	Les documents arrêtés portent atteinte de façon tout à fait disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de l'expression er entravant, de façon tout à fait excessive, les possibilités d'exercice de leu métier par les professionnels de l'affichage numérique. Les publicités numériques sont purement et simplement interdites en zone 1, 2, 3 et 4 pour n'être officiellement autorisées qu'en zone 5 « activité économique». Cette interdiction générale et absolue sur les zones 1 à 4 suffit, à elle seule, à caractériser l'illégalité du RLPi.	AVIS DEFAVORABLE	La collectivité ne partage pas l'avis de Cocktail Développement sur l'illégalité du RLPi en raison de la limitation de la publicité numérique. Cette dernière est autorisée en zone 5.	

X-2 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	Les règles de densité telles qu'elles ont été adoptées, notamment en zone 5, soit la seule dans laquelle est autorisée la publicité numérique, sont telles qu'en pratique le RLPi consacre des règles tout à fait disproportionnées au regard des enjeux locaux qui seuls peuvent, au sens des dispositions de l'article L.581-2 du Code de l'environnement, justifier qu'il soit porté atteinte aux libertés en jeu. C'est ainsi qu'est interdite l'implantation de dispositifs sur les unités foncières dont le linéaire de façade sur la voie ouverte à la circulation publique est inférieur ou égale à 40 mètres. Ce faisant, le RLPi adopte une règle parfaitement inopérante et sans lien direct avec les enjeux de protection du cadre de vie puisque ces enjeux sont, en tout état de cause, tout à fait indépendants de la longueur du linéaire de façade sur la voie des unités foncières.	AVIS DEFAVORABLE	Il est rappelé que depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (art. R.581-25 du code de l'environnement). Le RLPi a pour objectif d'être plus restrictif que le RNP. Des règles de densité ont été proposées pour l'ensemble des dispositifs publicitaires en zone 5. Les unités foncières dont le linéaire de façade sur la voie ouverte à la circulation publique est inférieur ou égale à 40 mètres correspondent à des parcelles d'habitation. Aussi cette règle a pour objectif de protéger le cadre de vie des habitants. En outre, en zone 5, de nombreuses parcelles ont un linéaire supérieur à 40 m. Les dispositifs publicitaires peuvent donc y être installés.
X-3 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	La zone 5 est par ailleurs divisée en 3 sous-zone 5-A, 5-B et 5-C. Or, dans chacune de ces zones vient s'ajouter une contrainte numéraire limitant le nombre de dispositifs numériques. C'est ainsi qu'il est indiqué que : « Un seul dispositif numérique sera autorisé par commune et par axe d'entrée de ville » dans la zone 5-A, mais encore que dans la même logique il est prévu en zone 5-B deux dispositifs numériques et en zone 5-C un dispositif numérique par secteur. Ces dispositions sont donc particulièrement restrictives alors même que si le glossaire ne définit pas expressément les « dispositifs numériques » il n'en reste pas moins que la définition des « dispositifs publicitaires » telle qu'elle est apportée objectivement de nature à offrir à cette notion de « dispositifs numériques » une portée très large, au point que la règle pourrait avoir comme corollaire une interdiction pure et simple d'implanter des affiches numériques dans les secteurs concernés. Le glossaire défini, en effet, les dispositifs publicitaires dans les termes suivants : Dispositif publicitaire : Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.	AVIS DEFAVORABLE	La publicité numérique a été limitée à une zone et le nombre de dispositifs restreint et le format réduit à 6m² au lieu de 8 m² dans le RNP. La collectivité ne comprend pas l'observation sur la définition du dispositif publicitaire inscrite dans le glossaire. Il pourra toutefois être rajouté dans l'article 5.2.1 le terme de « publicitaire » à savoir en sous zone 5-A: « Un seul dispositif publicitaire numérique sera autorisé par commune et par axe d'entrée de ville » , et en sous-zone 5-B: « deux dispositifs publicitaires numériques seront autorisés sur la zone » et en sous-zone 5-C: « un dispositif publicitaire numérique sera autorisé par secteur ».
X-4 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	Ainsi, en pratique, à supposer que la contrainte relative à la longueur du linéaire de façade sur les voies ouvertes à la circulation publique puisse être levée dans le cadre de la prospection foncière opérée par les opérateurs, force est de constater que les règles adoptées sont telles qu'elles s'apparentent en pratique à une quasi interdiction tout à fait disproportionnée au regard des règles qui régissent l'élaboration des règlements locaux de publicité lorsqu'ils portent atteinte aux libertés fondamentales sus-rappelées.	AVIS DEFAVORABLE	Compte-tenu du fort impact des dispositifs publicitaires numériques sur le cadre de vie et l'environnement, les règles du RLPi sont restrictives mais n'en interdisent pas l'implantation.
X-5 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	Force est, en outre, de constater que vient s'ajouter la règle non justifiée tendant à limiter sur l'intégrité du territoire la surface susceptible d'être implantée soit, pour rappel, à 6 m² alors même que la loi face cette limite à 8 m².	AVIS DEEAVODADI E	Le RLPI a réduit le format à 6 m² au lieu de 8 m² dans le RNP dans un objectif d'intégration des dispositifs dans son environnement.

X-6 COCKTAIL DEVELOPPEMENT	Estime ce RLPI illégal et demande un sérieux infléchissement de la réglementation envisagée pour assurer un juste équilibre entre la protection du cadre de vie et les libertés en jeu.	a AVIS DEFAVORABLE	Le RLPi a cherché à réduire la publicité et améliorer la qualité et les dimensions des dispositifs publicitaires. L'article L.581-1 du code de l'Environnement: « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre. » Le RLPi peut identifier des zones réduites dans lesquelles la publicité est interdite. Un équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie doit être trouvé. L'activité d'afficheur peut être interdite dans certains secteurs de l'agglomération mais doit pouvoir s'exercer dans d'autres. Le projet de RLPi présenté par l'agglomération s'est attaché à veiller à l'équilibre entre liberté d'expression et protection du cadre de vie.
	COMMUNE DE MONT D	E MARSAN	
XI-1COMMUNE DE MONT DE MARSAN	Constats de quelques incohérences entre le règlement et le tableau de synthèse des règles inscrit en annexe du règlement, demande de mise à jour du tableau de synthèse: Dispositions générales, article DG 9 publicité de petit format : « la superficie est inférieure ou égale à 1 m² par baie. » Le tableau « dispositions générales » indique : « superficie maximum 1 m² par baie de vitrines commerciales. »	AVIS FAVORABLE	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.
XI-2 COMMUNE DE MONT DE MARSAN	Demande de mise à jour du tableau de synthèse : Article 2.2.1 : « La publicité apposée sur les abris installés aux arrêts de bus est autorisée sous réserve de respecter les dispositions générales». Le tableau « zone 2 » indique publicité mobilier urbain : « interdite ».	AVIC FAVORABLE	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.
XI-3 COMMUNE DE MONT DE MARSAN	Demande de mise à jour du tableau de synthèse : Article 4.2.1 : « Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité lumineuse ou numérique supportée par le mobilier urbain sera autorisée sous réserve de respecter les dispositions générales». Le tableau « zone 4 » publicité mobilier urbain : « numérique : interdit».	I PAVIS FAVORABLE	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.
XI-4 COMMUNE DE MONT DE MARSAN	Demande de mise à jour du tableau de synthèse : Article 5.2.1 : « Pour toutes les sous-zones, dans les unités foncières dont le linéaire de la façade sur la voie ouverte à la circulation est inférieur ou égal à 40 m, aucun dispositif ne peut être installé». Le tableau zone 5 densité publicitaire unité foncière < 40 m : O dispositifs.	AVIS FAVORABLE	Le tableau de synthèse sera remis à jour pour être conforme au règlement.
CHAMBRE D'AGRICULTURE			
XII CHAMBRE D'AGRICULTURE	Le RLPi n'appelle pas de commentaires de la part de la chambre d'agriculture.	SANS AVIS	
-	•	+	