

Marché public de Services - Prestations intellectuelles

DATE LIMITE DE REMISE DES OFFRES : 18/09/2017 à 16 heures.

1- Identification du pouvoir adjudicateur

Communauté de communes Millau Grands Causses
Service de la Commande Publique

Adresse :

1, place du Beffroi
CS 80432 – 12104 Millau Cedex

Téléphone :

05 65 61 40 20

2- Objet du marché

Objet du marché	Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)
Code (s) CPV	71356400-2

3- Références et procédure

Procédure de passation	Procédure adaptée – article 27 du décret 2016-360 du 25 mars 2016 Le marché à intervenir est un marché public de Services (Prestations intellectuelles)
-------------------------------	---

4- Caractéristiques du marché

Le marché à intervenir présentera les caractéristiques suivantes :

Forme du marché	Marché public fractionné Lot unique Etude encadrée par le code de l'environnement et le code de l'urbanisme, étude globale qui ne peut être scindée en plusieurs lots.
Décomposition du marché	Tranche ferme : reprenant les étapes décrites dans le point 4 des missions du bureau d'études du CCTP joint au présent règlement de consultation. Tranche optionnelle : diagnostic des dispositifs de publicité existants sur les communes de Millau et de Creissels (cf. CCTP joint au présent règlement de consultation). Le budget alloué pour l'ensemble des deux tranches du marché est de 30 000 € HT.

Délai d'exécution :	Délai d'exécution : 18 mois. Point de départ du délai : Notification (mi-octobre 2017). Réunion de lancement de la mission : semaine 42.
Forme juridique de l'attributaire	Les candidats peuvent se présenter seul ou en groupement. En cas de groupement, la forme souhaitée par le pouvoir adjudicateur est un groupement solidaire. Le pouvoir adjudicateur interdit aux candidats de présenter leurs offres en agissant à la fois en qualité de candidats individuels et de membres d'un ou plusieurs groupements, conformément à l'article 45-V du décret 2016-360 du 25 mars 2016.
Autres dispositions	Néant

5- Financement et exécution

Modalités de financement	Le règlement des dépenses se fera par virement bancaire. Les crédits émaneront du budget propre de Millau Grands Causses. <u>Conditions de règlement :</u> Les prestations du bureau d'études seront rétribuées de la façon suivante : - 30% au démarrage de la mission, - 50% à la remise du dossier complet de RLPi pour arrêt du projet et consultation des Personnes Publiques Associées, - 20% à la remise du dossier complet définitif du RLPi approuvé. Le prix est ferme et forfaitaire.
Personne habilitée :	Monsieur le Président de la Communauté de communes Millau Grands Causses.
Ordonnateur :	Monsieur le Président de la Communauté de communes Millau Grands Causses.
Comptable assignataire des paiements :	Madame la Trésorière générale de Millau Grands Causses.
Imputation budgétaire	

6- Informations techniques

Maître d'œuvre (interne):	Communauté de communes Millau Grands Causses.
Ordonnancement, pilotage et coordination	Néant
Contrôle technique	Néant
CSPS	Néant
Prestations supplémentaires ou alternatives	Néant
Visite des lieux / consultation de documents	Néant
Variantes autorisées / non autorisées	Aucune variante autorisée

7- Consultation

Dossier de Consultation des Entreprises	<p><u>Retrait par voie papier :</u></p> <p>Communauté de communes Millau Grands Causses Service de la Commande Publique 1 place du Beffroi CS 8043 – 12104 Millau Cedex</p> <p><i>Modification de détail au dossier de consultation</i></p> <p>Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit d'envoyer au plus tard 8 jours calendaires avant la date limite de remise des offres des modifications de détail sur le dossier de consultation. Les candidats devront alors répondre sur la base du dossier de consultation modifié.</p>
Renseignements complémentaires	<p>Pour obtenir tous les renseignements complémentaires qui leur seraient nécessaires au cours de leur étude, les candidats devront faire parvenir au plus tard 10 jours avant la date limite de réception des offres, une demande écrite à commande-publique@cc-millaugrandscausses.fr</p> <p><u>Correspondant pour renseignements administratifs :</u></p> <p>Communauté de Communes Millau Grands Causses Service de la Commande Publique 1 place du Beffroi CS 8043 – 12104 Millau Cedex Tel : 05 65 61 40 20 Fax : 05 65 60 52 39</p> <p><u>Correspondant pour renseignements techniques :</u></p> <p>Pôle aménagement et cadre de vie 1 place du Beffroi CS 8043 – 12104 Millau Cedex Tel : 05 65 61 40 20</p> <p>Une réponse sera alors adressée, selon les cas, à toutes les entreprises ayant retiré le dossier ou l'ayant téléchargé après identification, 6 jours au plus tard avant la date limite de réception des offres.</p>

8- Date de remise des offres

Date et heures limites de remise des offres	18/09/2017 à 16 heures
Durée de validité des offres	90 jours

9- Modalités de remise des offres

Le dossier à remettre par les candidats devra comprendre les pièces suivantes :

Documents liés à la candidature	- Lettre de candidature ou Imprimé DC1 ; - Déclaration du candidat ou Imprimé DC2 ;
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Pouvoir de la personne habilitée à engager le candidat ; - Copie du ou des jugements prononcés si le candidat est en redressement judiciaire ; - Déclaration sur l'honneur du candidat justifiant qu'il n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 45 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 ; - Renseignements sur le respect de l'obligation d'emploi mentionnée aux articles L5212-1 à L5212-11 du code du travail ; - Déclaration indiquant les moyens humains (effectifs) et matériels dont le candidat dispose pour la réalisation de prestations de même nature ; - Déclaration concernant le chiffre d'affaires global voire le chiffre d'affaires concernant les prestations intellectuelles objet du marché, réalisées au cours des trois derniers exercices disponibles ; - Liste des principales références pour des prestations similaires exécutées ou en cours d'exécution au cours des trois dernières années indiquant notamment indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé ; - Certificats de qualifications professionnelles.
<p>Documents liés à l'offre</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acte d'engagement annexé au présent règlement de la consultation, à compléter, dater et signer ; - Le CCTP joint au présent règlement de consultation signé ; - Décomposition du prix global et forfaitaire de l'étude en distinguant la tranche ferme et la tranche optionnelle (bordereau des prix) ; - Le mémoire technique et méthodologique relatif à la mission et permettant de juger la valeur technique de l'offre comportant : <ul style="list-style-type: none"> - Le descriptif de la méthodologie; - La composition de l'équipe proposée pour l'élaboration du RLPi ; elle pourra s'entourer, le cas échéant, d'autres compétences utiles à la réalisation de sa mission ; - Les moyens mis en place pour la concertation ; - Le nombre de réunions, détaillé par phases de l'étude ; - Le montant forfaitaire d'une réunion supplémentaire ; - Un calendrier prévisionnel de réalisation de l'étude.

En outre, pour chaque sous-traitant présenté dans l'offre, le candidat devra joindre, en sus de l'annexe :

- la nature et le montant des prestations sous-traitées (formulaire DC4) ;
- le nom, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse du sous-traitant (DC4) ;
- les conditions de paiement et modalités de règlement du sous-traitant (DC4) ;
- les références du compte à créditer (DC4) ;
- les mêmes justificatifs de candidature que ceux exigés des candidats ci-dessus, à l'exception de la lettre de candidature (DC4).

Conformément à l'article 55 du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016, le candidat retenu ne saurait être désigné définitivement comme titulaire du marché qu'à la condition de produire dans un délai de 8 jours les certificats et attestations prévus aux articles 48 et 49 dudit décret.

<p>Conditions d'envoi ou de remise des plis</p>	<p>Les candidats ne peuvent utiliser que les deux modes de transmission prévus ci-dessous sous peine de rejet des deux réponses.</p>
--	--

	<p><u>Remise des plis sous support papier :</u> Sous la référence « NE PAS OUVRIR » Offre relative à la consultation n °PI 06 2017 L 00 - RLPI</p> <p><u>Adresse postale de réception des offres :</u> Communauté de Communes de Millau Grands Causses Service de la Commande Publique 1 place du Beffroi CS 8043 – 12104 Millau Cedex</p> <p>ou remise des offres sur site (contre récépissé), à l'adresse indiquée ci-dessus aux horaires d'ouverture de Millau Grands Causses.</p>
--	---

10- Négociation

Négociation prévue	OUI
Objet	Le Pouvoir adjudicateur pourra négocier sur tous les éléments de l'offre avec les candidats ayant remis une offre recevable avant d'attribuer le marché.
Sélection des candidats admis à négocier	Après une 1re analyse des offres, le pouvoir adjudicateur pourra négocier avec les candidats dont l'offre aura été classée dans les 3 premières places, sur la base des critères définis à l'article 11 du présent règlement de consultation. Il peut également se laisser la possibilité de ne pas négocier conformément à l'article 27 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 et d'attribuer le marché sur la base des offres initiales.
Modalités	La négociation se fera par audition. A l'issue de la négociation, les candidats ayant participé à la négociation seront invités à présenter une offre définitive (nouvel acte d'engagement, nouvelle offre de prix, mémoire technique ou toute autre pièce utile à l'appréciation de l'offre). Ces nouvelles offres seront jugées en application des mêmes critères ci-dessous définis. L'offre la mieux classée sera retenue à titre provisoire en attendant que le ou les candidats produisent les certificats et attestations de l'article 51 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016.

11- Jugement des propositions

Le jugement des propositions sera effectué dans les conditions prévues à l'article 62 du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016 au moyen des critères suivants :

Critères de jugement des propositions :

N°	Descriptif du critère	Pondération
1	Valeur technique de la proposition	60 %

N°	Descriptif du critère	Pondération
2	Prix de la prestation	30 %
3	Délais d'exécution	10 %

Méthode de notation :

Une note sur 20 est donnée à chaque critère puis est pondérée. Le total des notes pondérées de l'ensemble des critères fixe la note finale de l'offre. Cette note permettra le classement des offres.

La **valeur technique** sera appréciée (note sur 20) au regard du contenu de la note méthodologique proposée pour assurer la mission, sur la base des 4 sous critères suivants :

- Moyens (personnels et matériel) : organisation de la société et pertinence de l'équipe mobilisée pour la réalisation de la mission (profil intervenants / compétences), notés sur 3 points ;
- Références du cabinet d'études relatives à l'élaboration d'un RLPi (3 points) en détaillant les expériences sur des territoires similaires (2 points), notées sur 5 points.
- Description précise de la méthodologie proposée en explicitant la compréhension du contexte et les enjeux du projet (d'éventuelles réflexions originales sont acceptées), les moyens techniques mis en œuvre, notée sur 10 points.
- Procédures de concertation et de communication mises en œuvre afin de diminuer les supports papier et les déplacements, notées sur 2 points.

Pour le **critère Prix**, la méthode de notation retenue est la suivante :

L'offre la plus basse obtient la note maximale de 20/20.

La note attribuée aux autres candidats est calculée comme suit :

(Montant de l'offre la plus basse / Montant de l'offre du candidat) X 20

Pour le **critère Délais d'exécution**, la méthode de notation retenue est la suivante :

L'offre la moins disante obtient la note maximale soit 20/20.

La note attribuée aux autres candidats est calculée comme suit :

(délai en semaine de l'offre moins disante / délai en semaines de l'offre du candidat) X 20

Le candidat ayant proposé un planning et un délai non cohérent, ni réaliste se verra attribuer une note égale à 0.

12- Voies et délais de recours

Tribunal administratif de Toulouse

68, rue Raymond IV – BP 7007

31068 TOULOUSE Cedex 07

E-mail : greffe.ta-toulouse@juradm.fr

Tél. : 05 62 73 57 57

Fax : 05 62 73 57 40

Avant la signature du contrat :

Référé précontractuel jusqu'à la date de signature du marché (Article L551-1 du code de justice administrative).

Après la signature du contrat :

- Le recours en contestation de validité contractuelle : 2 mois à compter de l'accomplissement des mesures de publicité appropriées ;
- Le recours pour excès de pouvoir (Article R421-1 du code de justice administrative) : 2 mois à compter de la notification ou de la publication de la décision attaquée ;
- Référé contractuel jusqu'au 31ème jour suivant la publication de l'avis d'attribution ou en l'absence de la publication d'avis, jusqu'à l'expiration d'un délai de six mois à compter du lendemain du jour de la conclusion du contrat (Article L551-13 du code de justice administrative).



CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Le contexte et le contenu de la mission

PREAMBULE :

Le RLPi est un document organisant les dispositifs de publicité. C'est aussi un outil de concertation et d'information auprès des diffuseurs et autres sociétés d'annonceurs. Il conviendra d'organiser des sessions d'information et des instances de débat sur le sujet. La qualité des espaces est un compromis entre les différents intérêts de différentes parties et de différents usages. Les recommandations et les chartes contenues dans un RLPi servent à expliciter des notions qualitatives.

En sus, un bon Règlement Local de Publicité est un règlement appliqué et applicable. Les collectivités chargées de son application doivent le lire facilement sans faire appel à l'interprétation. Le RLPi sert à encadrer l'initiative privée.

Enfin, un RLPi doit être conforme avec tout document de valorisation et de préservation du Patrimoine. Ainsi, la commune de Millau est en cours d'élaboration de son Site Patrimonial Remarquable, le futur RLPi devra s'articuler avec les objectifs de publicité déclinés dans ce dernier.

1 - Définition et cadre légal du RLPi

Vu le CGCT,

Vu le code de l'urbanisme pris en ses articles L123-1 et L302-2 et suivants,

Vu le code de l'environnement pris en ses articles L581-1 et suivants et R581-1 et suivants,

Vu la loi n°2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (loi ALUR) : « L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public un Règlement Local de Publicité Intercommunal qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9 du code de l'environnement ».

Vu la charte du Parc Naturel Régional des Grands Causses 2007-2019,

Vu l'arrêté et l'Arrêté du 23 mars 2015.

2 - Le contexte territorial

2.1 Situation géographique et caractéristiques du territoire Millau Grands Causses :

Située au Sud du département de l'Aveyron, la Communauté de communes Millau Grands Causses, limitrophe des départements du Gard et de la Lozère, compte 30 643 habitants. Elle fait partie d'un bassin de vie organisé autour de

la commune de Millau qui compte 23 123 habitants. Le territoire communautaire fait partie de la région Occitanie Pyrénées Méditerranée et du Parc Naturel Régional des Grands Causses (PNRGC).

Le territoire Millau Grands Causses se compose de quinze communes : Aguessac, Compeyre, Comprégnac, Creissels, La Cresse, La Roque Sainte-Marguerite, Millau, Mostuéjols, Paulhe, Peyreleau, Rivière sur Tarn, Saint-André de Vézines, St Georges de Luzençon, Veyreau et Le Rozier, couvrant une superficie de 50 952 hectares. L'espace communautaire s'articule géographiquement autour des vallées des rivières de la Jonte, du Tarn et de la Dourbie et des plateaux des Avants-Causses et des Grands Causses.

Les paysages des Avants-Causses et des Grands Causses sont reconnus comme l'une des deux principales entités paysagères caractéristiques de l'Aveyron. La totalité du territoire de l'intercommunalité se situe dans le périmètre de l'UNESCO Causses et Cévennes reconnu au patrimoine mondial pour son « Paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen ».

Il est à rappeler que le Viaduc de Millau « labellisé Patrimoine du XXe siècle », ouvrage de notoriété internationale, enjambe la vallée du Tarn à proximité de Millau. Plusieurs sites classés et inscrits, Monuments Historiques, parsèment le territoire. Par ailleurs, la proximité de Roquefort confère au territoire une forte attractivité touristique liée à une haute qualité environnementale de ces espaces naturels. **En conséquence, l'ensemble de ces sites disséminés sur le territoire Millau Grands Causses nécessite une démarche de gestion durable et concertée pour en conserver l'intégrité.**

2.2 Principales problématiques identifiées :

Il est rappelé que la Communauté de communes de Millau Grands Causses se situe entièrement à l'intérieur du Parc naturel régional des Grands Causses. A ce titre, toute publicité est interdite à l'intérieur des agglomérations au titre de l'article L581-8 du Code de l'Environnement. Aussi, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité permettra de déroger à cette interdiction sur certains secteurs.

Il existe une forte concentration de dispositifs sur la commune de Millau, poumon économique du territoire. Les communes plus rurales ont quant à elles fait l'objet d'actions coercitives par les services de l'Etat (128 dispositifs supprimés entre 2014 et 2016). Les activités concernées ont pleinement profité de l'opération d'harmonisation de la Signalisation d'Information Locale (SIL), et par conséquent réduit significativement la pollution visuelle liée à une activité touristique saisonnière très dense. En PNR, la publicité est interdite en et hors agglomération, seules les préenseignes dérogatoires liées aux produits culturels et du terroir sont autorisées hors agglomération.

La présence de ces dispositifs conduit à une dégradation de la qualité paysagère, tout en rendant difficile leur perception et la lecture des messages. L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal permettra de traiter les problèmes des entrées de la ville de Millau, mais également la présence et l'hétérogénéité des dispositifs le long des axes structurants (Gorges du Tarn, de la Dourbie...).

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal permettra aussi de préciser des zones où s'appliquerait une réglementation plus restrictive que les prescriptions du Règlement National.

2.3 Démarches et documents réalisés en faveur de la préservation du territoire :

- a) En 1994, la ville de Millau a élaboré son Règlement Local de Publicité. Ce dernier, est aujourd'hui devenu obsolète. Étant antérieur à la loi du 12 juillet 2010, il deviendra caduc en juillet 2020.
- b) La publicité extérieure (enseignes, publicités et pré-enseignes) conformément à la réglementation nationale est très encadrée au sein du Parc naturel Régional des Grands Causses. En effet, la Charte du PNR des Grands Causses 2007-2019 prévoit la prise en compte et le traitement de la publicité extérieure ainsi que l'élaboration de RLP sur son territoire dans les articles suivants :

Article 5.4.4 : La publicité, enseignes et pré-enseignes : « les communes et regroupements de communes veillent à respecter la loi sur la publicité (loi du 29 décembre 1979) qui interdit toute forme de publicité dans les PNR en dehors des

espaces préalablement définis par les communes (RLP de Millau). Le Parc aide les communes à définir des zones de publicité restreinte. (Attention ces zones n'existent plus depuis décret de 2012 car en PNR le RLP doit être plus restrictif que la réglementation nationale ».

Article 7.5.3 : Par la poursuite du plan signalétique : Le Parc doit marquer son territoire et communiquer en direction des visiteurs du Parc. Tout visiteur doit s'apercevoir qu'il est effectivement dans un PNR. Au-delà des panneaux routiers existants signalant les limites du territoire, le Parc se doit de renforcer sa signalétique en réponse aux souhaits des communes. Les actions, élaborées en concertation avec les partenaires, permettent :

- D'identifier les communes qui font partie de son territoire (par exemple, réflexion en cours sur un panneau de commune en occitan associé à un panneau « commune du Parc » dans un cadre réglementaire contenu dans le code de l'Environnement et du code de la Route.)
- De diffuser harmonieusement les flux de visiteurs dans les circuits et sites touristiques qui valorisent le patrimoine naturel et culturel du Parc,
- De sensibiliser les habitants et les visiteurs à la richesse et à la fragilité du patrimoine,
- De promouvoir l'accueil, l'éducation et l'information du public.

Cette signalisation doit être cohérente, sélective, efficace, conforme à la réglementation, de qualité (harmonieusement intégrée à l'environnement), et bien entretenue. Les choix définitifs et la mise en place du programme d'actions sont décidés en particulier en concertation avec les collectivités, la DDT et la DRI de l'Aveyron. Le Parc poursuit notamment la mise en place de Relais d'Information Service dans les communes. Concernant le point particulier de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes, le Parc s'est doté d'une charte graphique qui fait le rappel auprès des élus de la réglementation nationale et spécifique aux territoires des PNR. En collaboration avec les services de l'État, le Parc assiste les communes et leurs groupements pour engager des actions d'amélioration et de mise en conformité des dispositifs de signalisation des services et activités. Le Parc sollicite le Préfet pour mettre en place des groupes de travail communaux et intercommunaux d'action sur la publicité, tels que définis par les articles L581-1 à 45 du code de l'Environnement, sous l'autorité du Préfet et dont il est partie prenante. Il peut conduire dans cette démarche des études-diagnostic, établir les propositions d'actions en concertation avec les communes et les acteurs économiques, et aider les maires dans les actions de mise en conformité des dispositifs. Le Parc peut solliciter l'appui financier de ses partenaires pour aider les communes dans l'acquisition de matériel de signalétique et notamment de Signalisation d'Information Locale (SIL).

- c) Dès 2011, une opération volontariste d'harmonisation de la signalétique touristique est mise en place sur tout le territoire Millau Grands Causses. Face à une pression publicitaire grandissante, à laquelle le territoire est soumis depuis plusieurs années, et en particulier depuis la mise en service du Viaduc de Millau et le contournement de Millau par l'A 75, la Communauté de communes par une délibération du 30 septembre 2009, a décidé en concertation avec ses communes et le Parc Naturel Régional des Grands Causses de lancer une opération d'harmonisation de la signalétique sur son territoire. Cette opération, en parfaite cohérence avec les objectifs de Développement Durable et de qualités environnementales précisées dans la Charte du Parc naturel régional des Grands Causses et le contrat de valorisation des Grands Sites Midi-Pyrénées, a permis de préserver les secteurs « extraordinairement » touristiques comme les Gorges du Tarn.

Engagée sur le terrain depuis l'été 2011 dans cette opération, la Communauté Millau Grands Causses continue aujourd'hui d'apporter des réponses concrètes à ses acteurs économique-touristiques par le biais de la mise en place de dispositifs de SIL. Elle contribue ainsi à la promotion des diverses structures tout en veillant à la valorisation des richesses de son territoire et en réduisant significativement le nombre de pré-enseignes et publicités non réglementaires en bord de routes.

- d) 2013-2014 : Campagne de mise en conformité par les services de la Direction Départementale des Territoires (DDT). L'introduction de la SIL sur le territoire Millau Grands Causses a permis de négocier, avec les acteurs économiques concernés la dépose de leurs dispositifs sauvages. Pour les dispositifs non réglementaires encore en place après les quatre tranches de cette opération d'harmonisation, les services de la DDT ont procédé depuis 2014 à une campagne de mise en conformité. Cette action a permis de retirer 128 des derniers dispositifs sauvages, soit la quasi-totalité. Pour mener cette campagne, les services de la DDT ont recensé l'ensemble des dispositifs de publicité sur l'ensemble du territoire sauf la ville de Millau.

2.4 Actions en faveur de l'élaboration du RLPi Millau Grands Causses :

- **2014 : Transfert de la compétence Planification à la Communauté de communes**

Dans le cadre de la Loi ALUR, le transfert de la compétence Planification à la Communauté de communes (19 novembre 2014) emporte de plein droit la compétence d'élaboration d'un RLPi (article L581-14 du code de l'environnement).

- **2015 : Prescription pour l'élaboration du PLUi et consultation (cf. annexe 1)**

La Communauté de communes s'est engagée dans l'élaboration d'un Plan Local d'Urbanisme Intercommunal tenant lieu de Plan Local de l'Habitat et de Plan de Déplacements Urbains afin d'établir un document stratégique qui permettra de traduire l'expression du projet politique d'aménagement et de Développement Durable du territoire communautaire.

La présente consultation en vue de son élaboration précise la nécessité d'élaborer un RLPi, qui servira de document de cadrage consensuel pour participer à l'amélioration de la qualité des entrées de ville, des zones hautement touristiques et des zones commerciales par une homogénéité des traitements des enseignes, des pré-enseignes et des publicités.

- **2016 : Prescription pour l'élaboration du RLPi**

La délibération du 28 septembre 2016 prescrivant l'élaboration du RLPi Millau Grands Causses indique que les procédures et enquêtes publiques du RLPi et du PLUi-HD seront menées en parallèle. Cependant le timing n'a pu être respecté. En effet, l'élaboration du PLUi-HD est déjà à sa phase de PADD. L'enquête publique est programmée pour le second semestre 2018.

Cette prescription précise également les modalités de la collaboration avec les communes membres de Millau Grands Causses et de concertation avec le public, les associations, les sociétés d'affichage...

3 - Une volonté politique locale de réglementer la publicité

Le territoire de la Communauté de communes dispose de plusieurs zones touristiques, artisanales, industrielles et commerciales où l'affichage publicitaire est très présent. Afin de renforcer sa politique de préservation des paysages, les élus souhaitent établir un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

En prescrivant la réalisation de document cadre, les élus ont précisé sur le territoire communautaire les objectifs suivants :

- Garantir un environnement et un cadre de vie de qualité aux habitants de Millau Grands Causses et aux personnes qui y séjournent,
- Conforter l'attractivité de Millau Grands Causses en mettant en valeur l'activité économique tout en garantissant l'intégrité des sites et en luttant contre la pollution visuelle,
- Renforcer l'identité de Millau Grands Causses en harmonisant la réglementation locale sur l'ensemble du territoire tout en tenant compte de la spécificité des communes et de chaque secteur du territoire,
- Encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans les zones commerciales et les entrées de villes, tout en anticipant les secteurs en développement, notamment : au Nord du territoire, les zones d'activités Millau Viaduc 1 et 2,
- Adapter la réglementation nationale restrictive en Parc naturel régional aux caractéristiques du territoire, en introduisant la publicité dans certains secteurs urbains bien définis et en harmonisant certains dispositifs dans les secteurs les plus touristiques,

- Assurer la protection des centres-villes et centres bourg et plus largement des sites à forte valeur patrimoniale,
- Préserver et valoriser la qualité des espaces à valeur paysagère, qui sont autant d'éléments identitaires du territoire communautaire, notamment : les vallées des Gorges de la Jonte, du Tarn, de la Dourbie, du Cernon, Les Causses, etc.
- Encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans les zones commerciales, les zones d'activités (zones commerciales du Crès, Avenue Martel, le Puech d'Andan, zones des Ondes et Plaine Costes (avenue de l'Europe), zones d'activités Raujolles – Saint Martin, Les Rivières (Creissels), Vergognac et Millau Ouest (Saint Georges de Luzençon), les parcs d'activités Millau Viaduc 1 et 2, etc.) et les entrées de ville,
- Assurer une vigilance sur les axes structurants (RD 911, RD 809/187, RD 110, RD 991, RD 992, RD 41) et les bourgs historiques avec un intérêt patrimonial,
- Préserver l'attractivité de Millau Grands Causses par la mise en valeur de l'activité économique en apportant une réponse équitable et adaptée aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques du territoire,
- Élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires et des enseignes afin de les rendre cohérentes avec la charte signalétique de Millau Grands Causses,
- Permettre aux maires des 15 communes de Millau Grands Causses d'appliquer dans les meilleures conditions leur police de l'affichage publicitaire,
- Intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 sur le territoire communautaire et prendre en compte celles en matière de Développement Durable (réduction de la facture énergétique) en adoptant des règles d'extinction nocturne des publicités, enseignes lumineuses et pré-enseignes,
- Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière de publicité,
- Créer une dynamique partenariale sur le thème de la Publicité en associant les institutionnels, les professionnels et les citoyens à l'élaboration du RLPi ainsi qu'à sa mise en œuvre : les services de l'État, la Région, le Département, les maires, les Présidents des EPCI voisins, les représentants des chambres consulaires, les services du Parc Naturel Régional des Grands Causses, les associations d'usagers, les sociétés d'affichage et enseignistes, les acteurs économiques du territoire.
- Articuler le Règlement Local de Publicité intercommunal avec le Site Patrimonial Remarquable de la ville de Millau.

4 - Missions du bureau d'études :

Le bureau d'études aura une mission d'assistance et de conseil. Il doit aider à l'émergence du projet intercommunal et accompagner les élus dans l'appréhension de l'ensemble des problématiques, rapportées au contexte local et réglementaire. Ce travail de réflexion et de prospective se base sur les objectifs des élus, croisés avec les contraintes et les enjeux du territoire. Les différentes phases de l'étude et leurs délais maximum de production seront appréhendés de la façon suivante.

Il est attendu que le bureau d'études soit constitué d'une équipe pluridisciplinaire composée au minimum d'un architecte, d'un paysagiste, d'un urbaniste et d'un juriste spécialisé sur la réglementation de la Publicité. Des compétences en matière de communication et de concertation sont également demandées.

Le bureau d'études veillera tout au long de la procédure à réaliser les actions de la concertation telles que définies dans la délibération portant élaboration du RLPi.

Il est demandé au bureau d'études d'ajuster dans sa proposition un nombre de réunions en fonction des besoins pour la réalisation de chaque étape. L'organisation logistique de chaque réunion étant prise en charge par la Communauté.

L'attention du prestataire est attirée sur le fait que, dans le cadre de toutes les réunions ou séances de présentation ou de validation, les frais de mission (hébergement, restauration, transport) du responsable de la mission et/ou de son représentant et des équipes supplémentaires intervenant notamment dans le cadre de l'animation seront inclus dans le coût du présent marché.

ETAPE 1 - DIAGNOSTIC ET ENJEUX (4 mois)

Le bureau d'études assurera :

- En tranche ferme : un état de la densité des dispositifs de publicité, les surfaces et les secteurs en jeu, sous forme de cartes, sur l'ensemble du périmètre du RLPi,
- Si la tranche optionnelle est retenue : pour les communes de Millau et de Creissels, un diagnostic de la publicité existante, réglementaire ou non au regard du RLP de Millau ou de la réglementation nationale, et la typologie des dispositifs. Ce diagnostic sera effectué en fin de tranche ferme après l'élaboration du règlement afin d'obtenir une connaissance la plus actualisée possible. Ce recensement sera réalisé à l'aide d'une fiche d'identification complète (cf annexe 3) pour chaque dispositif non conforme. Ce recensement est à réaliser sous un mois.
- L'identification des enjeux architecturaux et paysagers,
- La définition des orientations et des objectifs du RLPi,

Le bureau d'études devra vérifier :

- L'opportunité de mettre en place la taxe locale sur la publicité extérieure...
- Les nuisances éventuelles (nature et portée),
- Les obligations communales en matière d'affichage d'opinion, d'activités associatives, etc.

Par ailleurs, le bureau d'études devra travailler avec le cabinet CITADIA Conseil en charge de l'élaboration du PLUi-HD sur l'identification des paysages, du patrimoine et des emplacements des zones économiques actuelles et futures.

Cette phase de diagnostic devra permettre au bureau d'études **de déceler les problématiques sur le territoire et d'identifier les sites nécessitant un traitement spécifique**, au-delà de la réglementation générale. Il devra alors être en mesure **d'exposer des solutions réglementaires et opérationnelles** pour répondre aux besoins observés et aux exigences réglementaires.

ETAPE 2 - DEFINITION DU REGLEMENT ET DU ZONAGE (4 mois)

Actuellement, le RLP de la ville de Millau compte 6 ZPR et 3 ZPE qui ne sont aujourd'hui plus conformes à la réglementation nationale car moins restrictives que celle-ci. Le zonage sur la commune de Millau sera modifié en fonction des enjeux et des exigences réglementaires.

Le bureau d'études devra identifier des zones à l'intérieur desquelles les règles nationales seront adaptées, soit pour réintroduire la publicité à l'intérieur des agglomérations (pour les publicités interdites par l'article L581-8 du Code de l'Environnement), soit pour fixer des règles plus restrictives que la réglementation nationale. Ces délimitations de

zones seront représentées sur des documents graphiques accompagnés des arrêtés municipaux fixant les limites de chaque commune.

Suivant l'enjeu, toutes les communes ne nécessitent pas de zonage spécifique. Dans ce cas, seules les règles du code de l'Environnement et les dispositions générales du RLPi seront appliquées.

Toutefois, le zonage sur certaines communes rurales pourra permettre de mieux encadrer l'initiative privée en termes d'enseignes et d'affichage saisonnier.

Un effort sera porté sur les points suivants :

- Les dispositifs soumis à autorisation,
- La règle de densité,
- Les formats,
- La publicité lumineuse,
- L'obligation d'extinction lumineuse,
- Les enseignes,
- Les pré-enseignes dérogatoires,
- Les publicités,
- Le mobilier urbain,
- Les bâches.

ETAPE 3 – RAPPORT DE PRESENTATION, ANNEXES ET APPROBATION DU PROJET DE RLPi (4 mois)

Le bureau d'études constituera l'intégralité du dossier RLPi en vue de son arrêt.

Ainsi en application des articles R581-72 et suivants du code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité Intercommunal comprend les éléments suivants :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, et qui définit les orientations et objectifs de la Communauté de communes en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et qui explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs, ainsi que les motifs de délimitation des zones. Ce rapport sera accompagné d'une cartographie représentant l'ensemble des dispositifs conformes et non conformes au regard de la réglementation et ce par coordonnées GPS.

Au vu de ce diagnostic et en fonction des spécificités du territoire, la Communauté définira les orientations et objectifs du RLPi en termes d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement.

- **Une partie réglementaire**, comprenant les prescriptions adaptant les dispositions du Code de l'Environnement prévues à l'article L581-9, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R581-66 et R581-77 et les dérogations prévues par l'article L581-8. Les prescriptions du Règlement Local de Publicité pourront être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie. Les dispositions du RLPi devront concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les opérateurs économiques et la protection du cadre de vie.

- **Des annexes**. Le ou les documents graphiques feront apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le Règlement Local de Publicité et seront annexés à celui-ci.

Les limites d'agglomération en application de l'article R411-2 du code de la route seront également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au Règlement Local de Publicité.

ETAPE 4 - ENQUETE PUBLIQUE (4 mois)

Le cabinet d'études sera chargé de constituer le dossier réglementaire mis à la disposition du public lors de l'enquête publique dont voici le déroulé :

a) 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 maximum de 30 jours).

b) LE DOSSIER

Le dossier de RLPi soumis à enquête comprend en annexe les avis des Personnes publiques associées (PPA) et de la Commission départementale de la nature, des sites et des paysages (CDNPS).

A l'issue, de l'enquête, 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.

c) LES SUITES DE L'ENQUÊTE

Le RLPi 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.

ETAPE 5 – DOSSIER D'APPROBATION (2 mois)

Le bureau d'études effectuera les modifications rendues nécessaires suite aux conclusions du commissaire enquêteur.

Cette phase comprend :

- Un examen et une synthèse par le bureau d'études des observations formulées par le commissaire enquêteur et des avis des PPA pour leur intégration dans le dossier définitif,
- Des propositions de modifications du projet de RLPi,
- La formalisation du dossier d'approbation.

Cette phase prendra fin une fois le projet approuvé, purgé de tous ses délais.

5 - DEROULEMENT DE L'ETUDE

5-1 : Participation au processus d'élaboration du RLPi

D'une manière générale le bureau d'études devra accompagner la Communauté de communes dans les différentes démarches administratives : examen en CDNPS, délibérations, arrêt du projet, enquête publique, publicité...

Il participera à toutes les réunions de travail internes à la Communauté, à toutes les réunions avec les collectivités ou organismes associés ou consultés et aux rencontres souhaitées, le cas échéant, par le commissaire enquêteur, avant ou durant l'enquête publique. A l'issue de ces réunions, le bureau d'études rédigera les comptes-rendus. Il assistera également la Communauté pour la préparation et l'animation de ces réunions, avec éventuellement la confection de diaporamas.

Le bureau d'études pourra participer aux séances du Conseil Communautaire au cours desquelles l'assemblée délibérante sera appelée à se prononcer sur ce dossier et notamment lors des étapes suivantes :

- Débat sur les orientations du projet de règlement, arrêt du projet de règlement, approbation du règlement.
- Le bureau d'études pourra également être appelé à participer aux commissions préparatoires des conseils communautaires, notamment le bureau afin d'assister le conseil de la Communauté dans la rédaction des différents actes administratifs (délibérations, arrêtés...) pris au cours de la procédure.

La première réunion technique avec le bureau d'études permettra de définir le calendrier des Comités Techniques et de Pilotage ainsi que l'ensemble des instances indispensables au bon déroulé de la procédure.

5-2 : La concertation

Le bureau d'étude sera chargé d'assister la Communauté dans la mise en œuvre des modalités de concertation. Celle-ci doit associer au projet les habitants, les associations locales, départementales, régionales, nationales et les autres personnes concernées (commerçants, enseignants, sociétés d'affichage) pendant toute la durée de l'élaboration du projet.

Les modalités de concertation sont ainsi définies :

- Publication d'articles sur le site internet de Millau Grands Causses et dans les bulletins d'information des 15 communes et celui de la Communauté de communes,
- Mise à disposition à l'accueil de la Communauté d'un registre en vue de recueillir les observations du public tout au long de la phase d'élaboration du projet,
- Organisation d'une réunion de publique,
- Possibilité donnée à toute personne, tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseigne et pré-enseigne, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, de participer aux réunions de travail organisées pour débattre, d'une part du diagnostic de la situation et d'autre part du projet de réglementation locale, étant précisé que ces réunions seront annoncées sur le site internet de la Communauté.

Le bureau d'études sera par conséquent chargé de :

- la préparation, l'animation des réunions de travail et la production des documents supports ainsi que la rédaction de comptes-rendus détaillés,
- la rédaction d'articles à faire paraître dans les bulletins municipaux et les sites internet des communes et de la Communauté, relatifs à cette procédure.

Les documents de travail : Les comptes-rendus de validation de chaque instance technique seront à envoyer dans **un délai d'une semaine**. Les présentations exposées lors des réunions devront être transmises au service de la Communauté de communes en charge du suivi du dossier **72 heures avant** la tenue des réunions.

L'ensemble des documents générés par le prestataire en vue des réunions sera envoyé au service de la Communauté de communes en charge du suivi du dossier en format PDF compressé au maximum afin d'être disponible sur le site internet de la Communauté de communes.

Remise des documents : Les documents seront remis en deux exemplaires sur support papier, dont un reproductible, et un exemplaire sur support CD-ROM ou DVD-ROM en format PDF et Word (DOC et DOCX).

Les documents écrits seront remis sur support numérique sous format Word (DOC et DOCX), avec, pour les documents dits de procédure, une mise en forme conforme à la présentation définitive. Les illustrations (plans,

cartes, photos, graphiques, croquis, ...) seront établies sous un format numérique approprié (PDF, DWG ou DXF pour les plans et JPEG pour les images). Tous les documents écrits seront remis au format A4, avec possibilité de contenir des pages au format A3 pliées.

Propriété des documents : L'ensemble des documents produits sera la propriété de la Communauté de communes Millau Grands Causses.

Les documents réalisés porteront la mention du bureau d'études retenu.



ACTE D'ENGAGEMENT

Marché public de Service – prestation intellectuelle

NUMERO DE MARCHÉ : PI 06 / 2017 L00

1-Contractant(s)

Signataire

Nom :

Prénom :

Qualité :

- Signant pour mon propre compte
- Signant pour le compte de la société
- Signant pour le compte de la personne publique prestataire

et

- Agissant en tant que prestataire unique
- Agissant en tant que membre du groupement défini ci-après
- Solidaire Conjoint

Prestataire individuel ou mandataire du groupement

Raison sociale :	
Adresse :	
Code postal :	
Bureau distributeur :	
Téléphone :	
Fax :	
Courriel :	
Numéro SIRET :	
Numéro au registre du commerce	
Ou au répertoire des métiers :	
Code NAF/APE :	

En cas de groupement, cotraitant n°1	Cotraitant n°2
Raison sociale :	Raison sociale :
Adresse :	Adresse :
Code postal :	Code postal :
Bureau distributeur :	Bureau distributeur :
Téléphone :	Téléphone :
Fax :	Fax :
Courriel :	Courriel :
Numéro SIRET :	Numéro SIRET :
N° Registre commerce :	N° Registre commerce :
N° Répertoire des Métiers :	N° Répertoire des Métiers :
Code NAF/APE :	Code NAF/APE :

Engagement, après avoir pris connaissance des documents constitutifs du marché, je m'engage (nous nous engageons) sans réserve, conformément aux clauses et conditions des documents visés ci-dessus, à exécuter les prestations demandées dans les conditions définies ci-après,

Je m'engage (ou j'engage le groupement dont je suis mandataire), sur la base de mon offre (ou de l'offre du groupement), exprimée **en euro**, réalisée sur la base des conditions économiques du mois précédant le mois de remise des offres (dit mois 0).

L'offre ainsi présentée me lie pour une durée de **90 jours** à compter de la date limite de remise des offres.

2- Objet de la prestation

Description de la prestation :

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Lot unique

DESCRIPTION : selon le CCTP joint au règlement de consultation

Lieu d'exécution : Communauté de communes Millau Grands Causses

Délai d'exécution : 18 mois à compter de la notification du marché public

Je m'engage à réaliser les prestations dans un délai de mois ou semaines à compter de la notification du marché.

Forme du marché : Marché fractionné

Tranche ferme : reprenant les étapes décrites dans le point 4 des missions du bureau d'études du CCTP joint au présent règlement de consultation.

Tranche optionnelle : diagnostic des dispositifs de publicité existants sur les communes de Millau et de Creissels (cf. CCTP joint au présent règlement de consultation).

Conditions particulières d'exécution : Se référer aux dispositions du CCAG Prestations Intellectuelles (art 16 à 22)

Conditions particulières relatives aux droits d'utilisation des résultats et de la propriété intellectuelles : Se référer aux dispositions du CCAG Prestations Intellectuelles (art 23, 24 et 25)

Conditions de réception : Se référer aux dispositions du CCAG Prestations Intellectuelles (art 27)

3- Modalités de règlement

Conditions de règlement/échancier :

Les prestations du bureau d'études seront rétribuées de la façon suivante :

- 30% au démarrage de la mission,
- 50% à la remise du dossier complet de RLPi pour arrêt du projet et consultation des Personnes Publiques Associées,
- 20% à la remise du dossier complet définitif du RLPi approuvé.

Type de prix : Les prix sont fermes et non actualisables

Avance :

Une avance peut être prévue aux conditions du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016 (article 110).

Je renonce au bénéfice de l'avance : NON OUI
(Cocher la case correspondante.)

Conditions de paiement :

Le paiement est effectué par virement bancaire. Le délai de paiement est fixé à **30 jours** à compter de la réception de la facture ou mémoire. Le défaut de paiement à l'expiration du délai ouvre droit à intérêts moratoires dans les conditions fixées par les décrets n°2002-232 du 21 février 2002 et n° 2008-1550 du 31 décembre 2008.

Facturation :

Les factures ou mémoires devront être adressés en à l'adresse suivante :

Communauté de communes Millau Grands Causses
Pôle Aménagement – Cadre de Vie
1 place du Beffroi
CS 8043 – 12104 Millau Cedex

et comporter : la raison sociale du créancier, la date d'exécution des prestations, **le numéro du marché**, le décompte des sommes dues (nature, prix, quantité), et le cas échéant, la référence d'inscription au répertoire du commerce ou au répertoire des métiers, le numéro de SIREN ou de SIRET, et l'indication de la TVA.

Compte à créditer :

Zone à compléter par le candidat :

Titulaire	Etablissement	Agence	Compte	Banque	Guichet	RIB

4- Dispositions diverses

Pièces constitutives du marché :

- le présent acte d'engagement,
- la décomposition du prix global et forfaitaire,
- le cahier des clauses techniques particulières (CCTP) et ses annexes,
- le mémoire technique relatif à la mission,
- le CCAG Prestations Intellectuelles.

Pénalités pour retard :

Lorsque le délai contractuel d'exécution est dépassé, par le fait du titulaire, il sera fait application d'une pénalité telle que prévue au CCAG Prestations Intellectuelles (art 14).

Conditions de résiliation :

Les conditions de résiliation du marché sont définies aux articles 30 à 34 du CCAG Prestations Intellectuelles.

5- Propositions du candidat

Zones à compléter par le candidat :

Montant de la solution de base – tranche ferme

Montant hors TVA	€
Taux de TVA (%)	20,00%
Montant TVA incluse	€

Montant global TTC de la solution de base (en lettres)

.....
.....euros

Montant de la solution de base – tranche optionnelle

Montant hors TVA	€
Taux de TVA (%)	20,00%
Montant TVA incluse	€

Montant global TTC de la solution de base (en lettres)

.....
.....euros

Les variantes ne sont pas autorisées.

Décomposition par intervenants en cas de groupement conjoint :

Statut	Objet de la prestation	Part (%)	Montant TTC
Mandataire		%	€
Cotraitant 1		%	€
Cotraitant 2		%	€

Zone à compléter par le candidat :

A.....le.....

Signature du (des) prestataire(s)

6- Décision du pouvoir adjudicateur

La présente offre est acceptée :

Avec sa solution de base

Montant de la solution de base – tranche ferme

Montant hors TVA	€
Taux de TVA (%)	20,00%
Montant TVA incluse	€

Montant global TTC de la solution de base – tranche ferme (en lettres)

.....
.....euros

Montant de la solution de base – tranche optionnelle

Montant hors TVA	€
Taux de TVA (%)	20,00%
Montant TVA incluse	€

Montant global TTC de la solution de base - tranche optionnelle(en lettres)

.....
.....euros

A Millau, le

Le représentant du pouvoir adjudicateur,

7- Notification

Reçu l'avis de réception postal de la notification du marché,

Signé le par le titulaire, ou exemplaire remis sur place, ou coller l'avis de réception postal.

8- Nantissement ou cession de créance

Le montant maximal de la créance que je pourrai (nous pourrons) présenter en nantissement est de

..... euros TVA incluse

Copie délivrée en unique exemplaire pour être remise à l'établissement de crédit ou au bénéficiaire de la cession ou du nantissement de droit commun.

A , le

Le représentant du pouvoir adjudicateur,

,

Modifications ultérieures en cas de sous-traitance.

La part des prestations que le titulaire n'envisage pas de confier à des sous-traitants est ramenée/portée à :

Date	Montant HT	Signature
	€	
	€	
	€	



**EXTRAIT DU PROCES VERBAL DES DELIBERATIONS DU
CONSEIL DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES
DE MILLAU GRANDS CAUSSES**

L'an deux mille seize, le 28 septembre à 18 h 30, le Conseil de la Communauté s'est assemblé en session ordinaire à la Halle Viaduc, place de la Capelle à Millau, après convocation légale, sous la présidence de Monsieur Gérard PRETRE.

Objet : Prescription du Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPi) de Millau Grands Causses.
PJ : Charte signalétique.

Etaient présents : Joëlle ALVES, Gérard ARNAL, Sylvie AYOT, Christelle BALTRONS, Roland BELET, Denis BROUGNOUNESQUE, Anne-Marie CHEYPE, Esther CHUREAU, Claude CONDOMINES, Jérôme COSTECALDE, Max DALET, Daniel DIAZ, Paul DUMOUSSEAU, Michel DURAND, Achille FABRE, Richard FAYET, Didier GALTIER, Miguel GARCIA, Emmanuelle GAZEL, Simone GELY, Hubert GRANIER, Laaziza HELLI, Jacques MAURY, Daniel MAYET, Alain MONTROZIER, Alain NAYRAC, Alain NOUYRIGAT, Patricia PITOT, Elodie PLATET, Bernard POURQUIE, Gérard PRETRE, Guy PUEL, Philippe RAMONDENC, Alain ROUGET, Christophe SAINT-PIERRE, Bernard SAUVEPLANE, Jean-François SEGURET, Bernard SOULIE, Danièle VERGONNIER.

Etaient absents excusés : Claude ALIBERT, Claude ASSIER, Pascale BARAILLE, Nathalie FORT, Aimé HERAL, Christian JULIEN, Bérénice LACAN, Karine ORCEL, Mylène PEAUDEAU.

Les membres ci-après avaient respectivement délégué leurs mandats à :

- Claude ALIBERT à Michel DURAND,
- Pascale BARAILLE à Philippe RAMONDENC,
- Nathalie FORT à Christophe SAINT-PIERRE,
- Aimé HERAL à Jérôme COSTECALDE,
- Christian JULIEN à Alain ROUGET,
- Bérénice LACAN à Christelle BALTRONS.

Secrétaire de séance : Madame Patricia PITOT.

Christophe SAINT-PIERRE, rapporteur, expose à l'assemblée que la réglementation nationale en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes interdit la publicité et les pré-enseignes dans les Parcs naturels régionaux (PNR), à laquelle il est cependant possible de déroger dans le cadre d'un RLP(i), qui permet d'y introduire la publicité selon les articles L.581-7 et L.581-8, ses dispositions devant alors être compatibles avec les orientations et mesures de la charte du PNR article L.581.

Il précise que la Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE) modifie la procédure d'élaboration des documents de planification de l'affichage publicitaire dans les communes.

Dorénavant les règles d'élaboration du RLP devront être conformes à celles fixées par le PLU et l'ensemble de la procédure doit être menée à l'initiative du Président de l'EPCI (compétent en matière de PLU).

Il explique que le RLP est régi par les articles L.581-14-1 et L.581-14-3 du Code de l'environnement et s'élabore selon les mêmes dispositions que le PLU. La Communauté de communes ayant prescrit l'élaboration du PLUi le 1^{er} juillet 2015, le règlement local de publicité sera lui aussi établi à l'échelle intercommunale. Aussi l'élaboration du RLPi et celle du PLUi peuvent faire l'objet d'une procédure coordonnée et d'une même enquête publique. Le RLPi sera donc conduit simultanément avec le PLUi en cours.

Il indique que le territoire de l'intercommunalité Millau Grands Causses se situe entièrement dans le périmètre du Parc Naturel Régional des Grands Causses (PNRGC). Le prestataire du RLPI veillera à ce titre à mettre en place un partenariat étroit avec le PNRGC afin de respecter les actions déjà mises en œuvre par ce dernier auprès des collectivités locales.

Il souligne que la qualité exceptionnelle du patrimoine et du paysage des communes constituant le PLUI doit conduire à une réelle préservation du cadre de vie. Le RLPI devra intégrer la politique définie en matière de gestion de la publicité, des enseignes et pré-enseignes par le PNRGC.

Il précise que la Commune de Millau est dotée d'un RLP depuis 1995. Ce document est ancien et devenu inadapté voir obsolète au regard des récentes évolutions urbaines et touristiques du territoire mais aussi de la réglementation nationale (loi ENE).

1 - Motifs et objectifs de l'élaboration du RLPi

Il explique que ce document visera à préserver la qualité de vie et l'environnement pour les territoires et les populations. Il pourrait permettre de réintroduire de façon adaptée certains types de dispositifs publicitaires dans certains secteurs des agglomérations de la Communauté, éventuellement en complément de la Signalisation d'Information Locale déjà implantée depuis 2010 (charte signalétique Millau Grands Causses annexée en PJ). Il devra aussi veiller à prendre en compte les évolutions urbaines observées sur le territoire Millau Grands Causses. Le RLPi sera conduit concomitamment à la démarche du PLUi afin que les réflexions se nourrissent mutuellement.

Il ajoute que la prescription du RLPi porte sur l'ensemble des communes membres de l'intercommunalité de Millau Grands Causses.

Motifs :

- élaborer un RLPi intégrant les nouvelles dispositions du code de l'environnement en matière d'affichage publicitaire, telles que résultant de la loi portant engagement national pour l'environnement L.581-9 et L.581.10,
- intégrer dans le RLPI les recommandations et les fiches actions produites par le PNRGC pour ce territoire,
- disposer d'un RLP unique sur l'ensemble du territoire,
- éviter la caducité du RLP de Millau au 13 juillet 2020, ce qui entraînerait le retour aux règles nationales, ce qui se traduirait pas l'interdiction de toute publicité extérieure en et hors agglomération ainsi que le transfert du pouvoir de police du Maire au Préfet,
- répondre au délais de prescription demandé par l'État, qui pour encourager les EPCI à élaborer un RLPi a lancé un appel à projets, grâce auquel une aide de 8 000 € nous a été accordée pour financer les travaux nécessaires à l'établissement de ce règlement.

Objectifs :

- tenir compte de l'évolution du cadre législatif suite à la Loi du 12 juillet 2010,
- mettre en valeur l'attractivité de Millau Grands Causses par la préservation des paysages tout en apportant une réponse équitable et adaptée aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques du territoire,
- élaborer des prescriptions en matière d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs publicitaires et des enseignes afin de les rendre cohérentes avec la charte signalétique de Millau Grands Causses (SIL),
- encadrer la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans les zones commerciales et les entrées de villes, tout en anticipant les secteurs en développement, notamment au Nord du territoire, les zones d'activités Millau Viaduc 1 et 2,
- associer les institutionnels, les professionnels et les citoyens à l'élaboration du RLPI ainsi qu'à sa mise en œuvre : les services de l'État, la Région, le Département, les Maires, les Présidents des EPCI voisins, les représentants des chambres consulaires, les services du Parc Naturel Régional des Grands Causses, les associations d'usagers, les sociétés d'affichage et enseignistes, et plus généralement les acteurs économiques du territoire.

- **2 - Composition d'un RLPi :**

Il précise que le RLPi peut concerner différentes formes de publicités :

- publicité : constitue une publicité toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
- enseigne : constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- Pré-enseigne : constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Il souligne que la nouvelle réglementation exige un formalisme particulier, le RLPi doit être composé de :

- **un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et les objectifs de l'EPCI en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs,
- **un règlement**, qui comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L 581-9 du Code de l'environnement ; les prescriptions peuvent être générales sur l'ensemble du territoire ou être spécifiques selon un zonage,
- **un document graphique** faisant apparaître les zonages identifiés par le RLPi,
- **des annexes comprenant entre autres documents** : les limites d'agglomération fixées par les Maires sur un document graphique avec les arrêtés municipaux correspondants.

- **3 - Les modalités de concertation avec la population :**

Prévues avec la population, les associations locales, les partenaires extérieurs, les personnes publiques associées, tout au long des études et de l'élaboration du RLPi, il expose les modalités qui sont les suivantes :

- organisation de réunions publiques,
- mise à disposition d'un dossier de concertation du public contenant les éléments du projet de RLPi, lorsque celui-ci sera suffisamment avancé et d'un registre à la Communauté de communes et à l'accueil de chacune des mairies des communes membres,
- diffusion d'articles dans la presse locale et dans le bulletin d'information de Millau Grands Causses, aux étapes clés de la procédure,
- mise en ligne sur le site internet de la Communauté de communes de Millau Grands Causses du suivi et de l'avancement de la procédure.

Considérant qu'il y a lieu de :

- prescrire l'élaboration du RLPi de Millau Grands Causses,
- fixer les objectifs du RLPi de Millau Grands Causses,
- fixer les modalités de concertation publique liées à cette procédure.

Ouï cet exposé,

Après en avoir délibéré,

Le conseil de la Communauté, à l'unanimité des membres présents, conformément à l'avis de la commission aménagement et du Bureau :

- 1 - approuve la prescription de l'élaboration d'un RLPi sur le périmètre de Millau Grands Causses,
- 2 - approuve les objectifs de l'élaboration d'un RLPi sur le périmètre de Millau Grands Causses tels que définis ci-dessus,
- 3 - approuve les modalités de concertation publique telles que précédemment définies, conformément aux articles L.103-2 et L.103-3 du code de l'urbanisme et L.123-19 du Code de l'environnement,
- 4 - autorise Monsieur le Président à signer tout document à intervenir dans le cadre de l'exécution de la présente délibération,
- 5 - conformément aux articles L.132.7, L.132.9, L.153-11 et L.153-16 du Code de l'Urbanisme, la présente délibération sera notifiée à Monsieur le Préfet de l'Aveyron, à Madame la Présidente du Conseil Régional, à Monsieur le Président du Conseil Départemental et à Monsieur le Président du PNRGC.

Fait et délibéré à Millau,

Les jour, mois et an que dessus,

Pour copie conforme

Le Président,

Gérard PRETRE

MOTIFS DE NON CONFORMITE AU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

Dispositions relatives aux enseignes (suite)

- Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.
- Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.
-
- Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.
- Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.
- Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.
- La surface unitaire maximale des enseignes mentionnées à l'article R. 581-64 est de 6 mètres carrés. Elle est portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.
- Ces enseignes ne peuvent dépasser :
- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;
- 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Dispositions relatives aux préenseignes

- Les préenseignes prévues par le troisième alinéa de l'article L. 581-19, dites préenseignes dérogatoires peuvent être implantées :
- En dehors des agglomérations
- Au plus à 5 kilomètres de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent. Toutefois, cette distance est portée à 10 kilomètres pour les préenseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.
- Les préenseignes dérogatoires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol
- Leurs dimensions ne doivent pas excéder 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.
-
- Il ne peut y avoir plus de quatre préenseignes par monument, lorsque ces préenseignes signalent des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite. Deux de ces préenseignes lorsqu'elles indiquent la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, peuvent être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument.
- Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes par activité culturelle signalée. La commercialisation de biens culturels ne peut être regardée comme une activité culturelle au sens de l'article L. 581-19.
- Il ne peut y avoir plus de deux préenseignes pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.
-
- Arrêté du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires**
- La hauteur des préenseignes dérogatoires panneau inclus ne peut excéder une hauteur de 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol.
-
- Deux préenseignes dérogatoires au maximum peuvent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mât.
-
- Seuls les mâts mono-pieds sont autorisés, leur largeur ne pouvant excéder 15 cm.
-
- Les préenseignes dérogatoires ne peuvent être réalisées autrement que par des panneaux plats de forme rectangulaire.

Dispositions relatives aux enseignes et préenseignes temporaires

- Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :
- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois
- Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce
- Ces enseignes ou préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération
- Les enseignes temporaires sont régies par les dispositions de la présente sous-section et du deuxième alinéa de l'article R. 581-58, des deuxième à cinquième alinéas de l'article R. 581-59, du premier alinéa de l'article R. 581-60, des premier et deuxième alinéas de l'article R. 581-61, du dernier alinéa de l'article R. 581-62 et de l'article R. 581-64. Lorsqu'il s'agit d'enseignes mentionnées au 2° de l'article R. 581-68, leur surface unitaire maximale est de 12 mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol.
- Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants si leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation

COMMENTAIRES

Relevé effectué le :

FICHE D'IDENTIFICATION D'UN DISPOSITIF PUBLICITAIRE N°

FICHE D'IDENTIFICATION D'UN DISPOSITIF PUBLICITAIRE N°			
LOCALISATION		IDENTIFICATION	
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AFFICHEUR <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Société - adresse - téléphone	BENEFICIAIRE Société - adresse - téléphone
Localisation du dispositif Commune Coordonnées GPS			

TYPE DE DISPOSITIF

<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
---	--	--

CARACTERISTIQUES

TYPE – DIMENSIONS	IMPLANTATION	TYPE DE SUPPORT
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Largeur mètres Hauteur mètres <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Hauteur/ sol mètres	Distance limite propriété m Distance bord chaussée m Distance de l'activité km Nombre de dispositifs	

MOTIFS DE NON CONFORMITE AU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

Dispositions Générales

- Toute publicité est interdite :
- Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- Sur les arbres.
- Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Publicité en dehors des agglomérations

- En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite…

Publicité à l'intérieur des agglomérations

- I – A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :
- Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;
- Dans les secteurs sauvegardés ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Enseignes - Préenseignes

- Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.**
- Par dérogation à l'interdiction mentionnée au premier alinéa de l'article L. 581-7, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, peuvent être signalés de manière harmonisée par des préenseignes, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat :
 - 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 ;
 - à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement

Publicité non lumineuse

- Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, la publicité est interdite :
- Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- Sur les murs de cimetière et de jardin public.
- Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent.
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants…la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.
- Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.
- La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. La publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.
- Une publicité non lumineuse doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 0,25 mètre.
- Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L. 581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :
- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique et figurant sur un plan local d'urbanisme ou un plan d'occupation des sols.

MOTIFS DE NON CONFORMITE AU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

- Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Dans les autres agglomérations ces dispositifs sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, …les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés.

- Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

Publicité lumineuse

- La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.
- La publicité lumineuse ne peut :
- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Etre apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Etre apposée sur une clôture.
- La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.
- Lorsqu'un dispositif supportant une publicité lumineuse est situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, sa hauteur ne peut excéder :
- Un sixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum 2 mètres lorsque cette hauteur est inférieure ou égale à 20 mètres ;
- Un dixième de la hauteur de la façade du bâtiment et au maximum à 6 mètres lorsque cette hauteur est supérieure à 20 mètres
- Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 0,50 mètre.
- Les dispositifs publicitaires lumineux, lorsqu'ils sont scellés au sol, sont en outre soumis aux dispositions des articles R. 581-30, R. 581-31 et R. 581-33.
- Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 mètres carrés ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

- Le mobilier urbain …ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L. 581-8. Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R. 581-30, R. 581-31, R. 581-34, R. 581-35 et R. 581-41. Lorsqu'il supporte de la publicité numérique il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci…
- Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 mètres carrés. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.
- Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
- Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R. 581-31 et R. 581-32 et du premier alinéa de l'article R. 581-33.

Dispositions relatives aux enseignes

- Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.
- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit. Des enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre, devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie, enfin, sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport à lui.
- Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur. Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres. Ces enseignes ne peuvent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon.
- Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.
- Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.
- Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, la hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.