



**Millau Grands Causses**  
Communauté de Communes

# **Règlement Local de Publicité intercommunal**

## **Rapport de présentation**



# Sommaire

Introduction .....	4
1. Historique de la démarche .....	6
1- Diagnostic de la publicité extérieure .....	6
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité. ....	6
2. Contexte géographique et administratif .....	7
2.1. Localisation.....	7
2.2. Données chiffrées (INSEE) .....	8
2.3. Axes de communication .....	8
2.4. Activités économiques et industrielles.....	8
2.5. Sites protégés.....	8
3. Diagnostic .....	9
3.1. Objet du diagnostic .....	9
3.2. Problèmes identifiés .....	9
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	10
3.4. Synthèse statistique .....	11
4. Objectifs .....	14
5. Orientations .....	15
5.1. Les grandes orientations :.....	15
5.2. Orientations pour les préenseignes .....	16
5.3. Orientations pour les publicités.....	17
5.4. Orientations pour les enseignes.....	19
Conclusion.....	21

## Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLUi) peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLPi définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire intercommunal) où s'applique une réglementation éventuellement plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLPi est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLPi et l'élaboration, la révision ou la modification du PLUi peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'Environnement.

Le RLPi, une fois approuvé, est annexé au PLUi ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLPi, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation, remplacement ou modification d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la collectivité.

Les publicités et préenseignes non numériques doivent faire l'objet d'une déclaration préalable auprès du maire de la commune concernée, à l'aide d'un formulaire CERFA.

Le RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

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

- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.

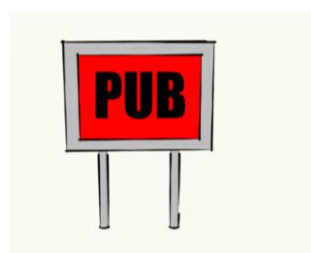
Les prescriptions du RLPi peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLPi et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par les maires de chaque commune en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité intercommunal.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLPi est mis à disposition sur le site internet de l'établissement public de coopération intercommunale. (Article R.581-79 du Code de l'Environnement)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité intercommunal réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



**Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à **informer** le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



**Enseigne** : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble\*** et relative à une activité qui s'y exerce. \*L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



**Préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée.

# 1. Historique de la démarche

La communauté de communes Millau Grands Causses a été créée par vote du 22 décembre 1999. La communauté de communes de Millau Grands Causses exerce de plein droit en lieu et place des communes membres la compétence obligatoire de l'aménagement de l'espace pour la conduite d'actions d'intérêt communautaire comme le PLU.

Suite au durcissement de la réglementation nationale depuis le Grenelle 2 de l'environnement, et considérant que la Communauté de communes Millau Grands Causses est en cours d'élaboration de son Plan local d'urbanisme intercommunal, il est devenu évident de le compléter en annexant un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Lors du conseil communautaire du 28 septembre 2016, après délibération, il a été décidé de prescrire l'élaboration d'un RLPi pour la communauté de communes Millau Grands Causses et d'appliquer ces prescriptions sur les 15 communes concernées.

L'adoption d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) permet d'adapter la réglementation nationale à son territoire composé de 15 communes. L'élaboration du RLPi constitue une réponse réglementaire aux objectifs et principes de protection du paysage et du cadre de vie du PLUi et de ses documents constitutifs (rapport de présentation et PADD).

La CCMGC s'est attaché les services d'un bureau d'étude spécialisé (le bureau d'étude Alkhos) dont la mission est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure.
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLPi.

## 1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le diagnostic identifie en outre les secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes.

Le diagnostic de la publicité extérieure est composé d'un rapport, d'une base de données des dispositifs de publicité extérieure et d'une cartographie de ces dispositifs. Le diagnostic s'est achevé le 7 mars 2018 par sa restitution.

## 2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil communautaire et les conseils municipaux des 15 communes membres de la CCMGC ont validé les objectifs et orientations du futur RLPi, lors du comité de pilotage du 29 mars 2018.

Dans le cadre de la concertation obligatoire, trois ateliers de concertation en direction, respectivement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage (13 février et 4 juin 2018 et une réunion publique le 28 juin 2018) en direction de tout public ont été organisées afin de recueillir leurs avis sur le futur RLPi.

Un nouveau débat lié aux objectifs et orientations du RLPi a eu lieu le 11 avril 2018 pour que le conseil communautaire et que chaque commune puisse s'exprimer sur le projet de RLPi.

## 2. Contexte géographique et administratif

### 2.1. Localisation

La communauté de communes Millau Grands Causses est située dans les départements du Lozère et de l'Aveyron, en région Occitanie.

Le territoire de la communauté de communes est composé des 15 communes suivantes :

- Aguessac
- Compeyre
- Comprégnac
- Creissels
- La Cresse
- Millau
- Mostuéjols
- Paulhe
- Peyreleau
- Rivière-sur-Tarn
- La Roque-Sainte-Marguerite
- Saint-André-de-Vézines
- Saint-Georges-de-Luzençon
- Veyreau
- Le Rozier



Les 15 communes appartenant à la CC Millau Grands Causses

## 2.2. Données chiffrées (INSEE)

---

Superficie de la communauté de communes : 509,7 km<sup>2</sup>.

Population en 2014 : 29 437 habitants.

Une seule commune de la CCMGC possède une agglomération de plus de 10 000 habitants. Il s'agit de l'agglomération principale située en rive droite du Tarn que l'on appellera « Millau centre ». Il s'agit donc de la seule agglomération de Millau soumise aux dispositions relatives aux agglomérations de plus de 10 000 habitants. Les agglomérations situées sur le banc communal, notamment en rive gauche du Tarn et séparées de l'agglomération principale ; Choisy, Cureplats, la Pomarède, Massebiau, Le Monna, sont soumises aux dispositions relatives aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, comme les agglomérations des autres communes du territoire.

## 2.3. Axes de communication

---

L'autoroute A75 est l'axe routier principal traversant le territoire de la communauté de communes Millau Grands Causses. Il relie la CCMGC à Clermont-Ferrand au Nord et Béziers au Sud.

La RD 809, la RD992 et la RD907 constituent les axes routiers secondaires traversant le territoire. Ces axes permettent une connexion avec l'autoroute A75 au niveau de l'échangeur n°11 notamment (au niveau du viaduc de Millau).

## 2.4. Activités économiques et industrielles

---

La communauté de commune Millau Grands Causses regroupe 2823 établissements inscrits au registre SIRENE en 2014.

Les principaux pôles d'activité économique et industrielle de la CC Millau Grands Causses, situés proche de l'axe A75 sont :

- La zone artisanale Millau Sud (superficie de 12 Ha environ)
- Le parc d'activités Millau – Larzac (superficie de 40 Ha environ)
- La zone commerciale Géant Casino
- Et la zone commerciale des Rivières

## 2.5. Sites protégés

---

La CCMGC compte un important patrimoine architectural et paysager avec **de nombreux monuments historiques** inscrits ou classés concentrés pour l'essentiel dans les villes et villages membres de l'intercommunalité.

La collectivité compte en outre **plusieurs sites classés et inscrits** (Gorges du Tarn et de la Jonte, gorges de la Dourbie, Causses...)

Un **site patrimonial remarquable** est en cours de préfiguration dans la commune de Millau. Surtout, l'ensemble du territoire communautaire (à l'exception de la commune du Rozier) appartient au **PNR des Grands Causses**.

**Dans ces secteurs, la publicité est interdite par défaut.** (Cf. liste exhaustive en annexes)

**Elle peut être cependant être réintroduite dans certains secteurs** (pas sur les monuments historiques ni dans un site classé) **par l'instauration d'un RLPi.**

L'installation des enseignes est soumise à autorisation dans un PNR. L'autorisation est soumise à l'accord de l'architecte des bâtiments de France sur et aux abords d'un monument historique classé ou inscrit et dans un site patrimonial remarquable.



## 3. Diagnostic

### 3.1. *Objet du diagnostic*

---

Le RLPi est élaboré selon la même procédure qu'un PLUi et nécessite une étape fondamentale pour permettre de mettre en place des adaptations réglementaires ciblées ; le diagnostic du territoire.

Le diagnostic a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le relevé de terrain a permis d'identifier de manière exhaustive les publicités et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement.

En ce qui concerne les enseignes, une sélection de dispositifs non conformes vis-à-vis du régime général ont été relevés.

Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation des règles locales.

Le diagnostic identifie en outre les secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes.

Les données chiffrées présentées ci-après ne concernent donc l'ensemble des 15 communes faisant partie de cette CCMGC.

### 3.2. *Problèmes identifiés*

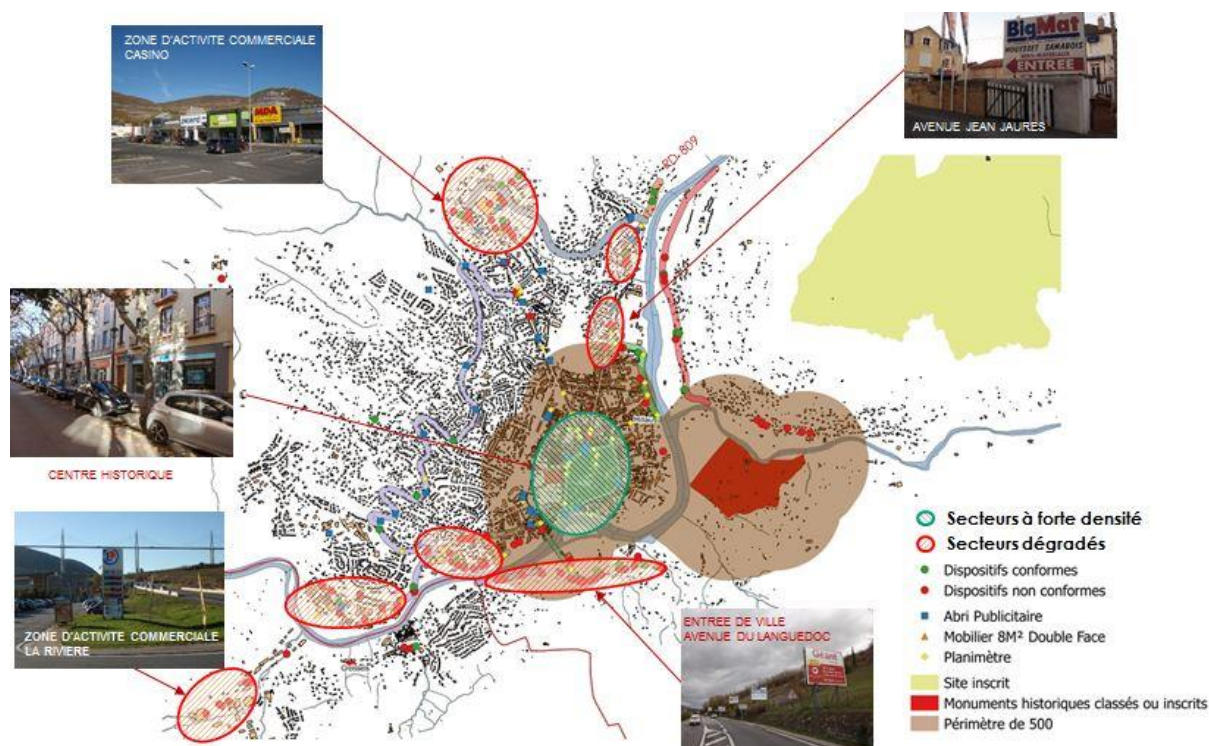
---

- **Les points noirs paysagers se situent au niveau des principales zones d'activités commerciales situées à Millau et Creissels, du fait du surnombre et des formats des enseignes et des publicités.**
- Des **enseignes de centres villes de qualité inégale.**
- Des **enseignes scellées au sol et sur toiture** au niveau des zones d'activité hors ou en agglomération **portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.**
- De la **publicité commerciale trop présente**, en particulier au niveau des entrées de ville et des principaux axes routiers de Millau.
- **Présence de signalétique normalisée mais souvent en surnombre et qui perd en efficacité. Dispositifs parfois qui plus est assimilable à des préenseignes illégaux.**
- Quasi absence de préenseignes non dérogatoires hors agglomération.
- A noter que le mobilier urbain en place support de publicité à Millau, ne respecte pas dans l'ensemble sa fonction accessoirement publicitaire.

L'enjeu du RLPi est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère et de valorisation de l'activité commerciale et industrielle attendus par la collectivité.

### 3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la CCMGC a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



#### **Pour les zones d'activité existantes et en devenir, les enjeux en matière de publicité extérieure sont les suivants :**

Les principaux points noirs paysagers de la Communauté de communes de Millau Grands Causses se situent au niveau des zones d'activité et artisanales et commerciales situées à la périphérie de Millau. En particulier, la zone commerciale nord centrée autour du Géant Casino, le parc d'activité des Rivières à Creissels, la zone d'activité de la Plaine Coste et les abords de l'avenue du Languedoc.

Un autre secteur à enjeu pour le territoire est la zone d'activité de Millau Viaduc, aujourd'hui peu dégradée mais amenée à se développer du fait de sa situation stratégique : à proximité de l'échangeur de l'A 75 et à l'intersection avec la D 911.

L'enjeu de maîtrise de la publicité extérieure et donc de la qualité et de la lisibilité de ces secteurs est d'autant plus fort qu'ils constituent des entrées de ville et influent sur l'image donnée par le territoire dans son ensemble. La lisibilité des entreprises qui les composent en dépend également.

#### **Pour le centre historique de Millau, les enjeux en matière de publicité extérieure sont les suivants :**

Le centre de Millau est le principal, pôle commercial urbain du territoire. L'immense majorité des commerces de type centre bourg s'y concentre.

L'enjeu est d'améliorer la qualité et l'efficacité de la signalisation des commerces pour renforcer l'attractivité de ce pôle et améliorer la mise en valeur architecturale du centre.

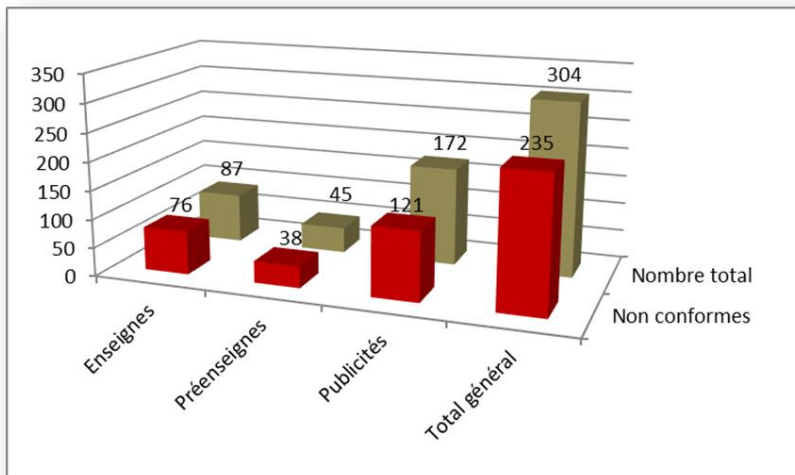
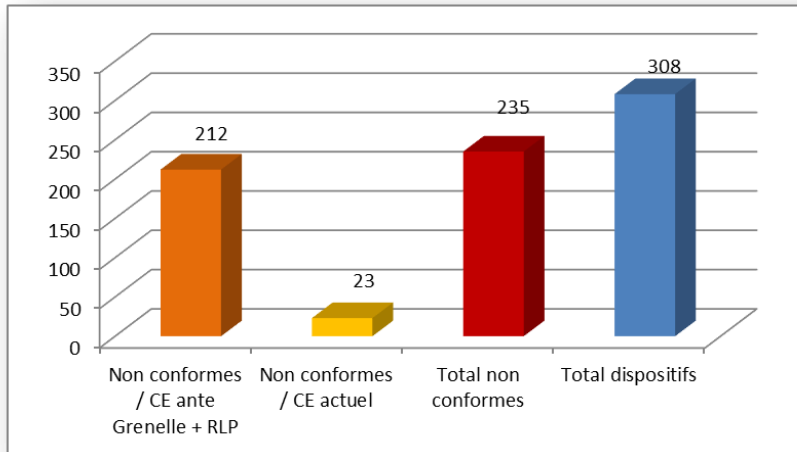
#### **Pour le reste du territoire et les sites naturels, les enjeux en matière de publicité extérieure sont les suivants :**

L'enjeu sur le reste du territoire est de maintenir l'état de préservation actuel, voire, même, de l'améliorer.

### 3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, **308** dispositifs de publicité extérieure ont été recensés dans la communauté de communes Millau Grands Causses (dont 4 dispositifs d'affichage libre) :

- 235 dispositifs sont non conformes au regard de la réglementation post Grenelle (on ne peut toutefois en déduire un pourcentage d'infraction, toutes les enseignes n'ayant pas été recensées).



Les publicités représentent la majorité des dispositifs relevés. Elles représentent plus de la moitié des dispositifs (56,6%).

Les enseignes représentent quant à elles, moins d'un tiers des dispositifs recensés (28,6%)

Les préenseignes représentent seulement 14,8 % du total.

Concernant les enseignes, il n'est pas possible de donner une proportion d'infraction, l'ensemble des dispositifs conformes n'ayant pas été relevés. Elle est cependant certainement supérieure à un tiers de dispositifs non conformes.

Les proportions de dispositifs non conformes par type de dispositif sont très contrastées.

84,4 % des préenseignes et 70% des publicités ne sont pas conformes avec les dispositions en vigueur.

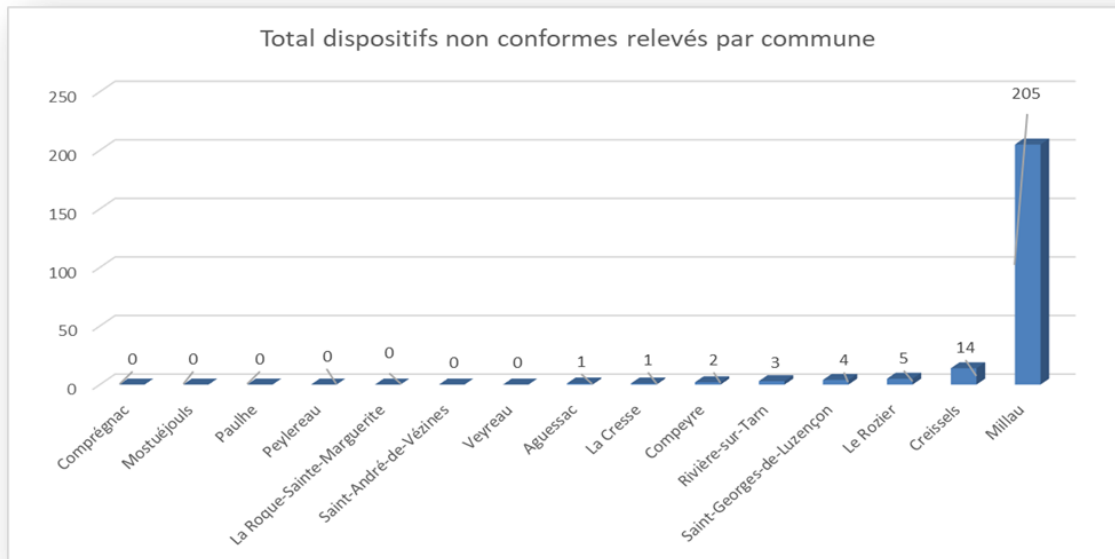
En l'absence du RLP actuel de Millau, ce sont 100% des publicités et préenseignes qui seraient non conformes avec le Code de l'Environnement (Parc Naturel Régional obligatoire).

La répartition des dispositifs selon les communes du territoire intercommunal est très inégale.

Nous n'avons recensé aucun dispositif non conforme, sur 7 des 15 communes que compte la CCMGC. Il s'agit de communes rurales qui ne sont traversées que par des axes routiers secondaires.

7 communes comptent moins de 15 dispositifs recensés et 12,7 % du total des dispositifs relevés.

La commune de Millau accueille à elle seule plus de 90% des dispositifs non conformes relevés.



Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que certaines enseignes conformes vis-à-vis de la réglementation nationale portent cependant un préjudice paysager au territoire et que la simple application de la réglementation nationale n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la collectivité.



Les enseignes scellées ou posées au sol hétéroclites ou type bâche plastique contribuent à déprécier l'image de l'activité.



Les enseignes sur clôture aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol.

Elles contribuent à déprécier l'image de l'établissement signalé.



Les enseignes scellées au sol peu qualitatives et /ou dont la hauteur excessive contribue à masquer les perspectives paysagères.



Les enseignes scellées ou posées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup> ne sont pas limitées en nombre.



Enseignes sur toiture ou sur façade surélevée portant préjudice aux paysages environnants



Enseignes mal positionnées sur la façade, nombreuses et occupant une surface importante portant préjudice à l'image de l'activité et du bâtiment support.

## 4. Objectifs

### **Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération initiale du 28 septembre 2016 prescrivant le futur RLPi :**

- Remplacer le RLP de Millau obsolète en tenant compte du nouveau cadre législatif suite à la loi du 12 juillet 2010.
- Réintroduire de manière modérée et dans des secteurs ciblés la publicité normalement interdite dans un Parc Naturel Régional.
- Affirmer l'identité et l'image du territoire pour améliorer l'attractivité touristique et le bien-être des habitants.
- Valoriser le patrimoine paysager visible notamment depuis les principaux axes du territoire (en particulier les perspectives sur la vallée du Tarn et les grands espaces des Causses).
- Valoriser le patrimoine architectural, en particulier du centre-ville de Millau, dans le futur site patrimonial remarquable et à proximité des sites et monuments historiques du territoire.
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale tout en maîtrisant la publicité extérieure, en particulier dans les zones commerciales existantes et en développement et les entrées de ville (Amélioration du positionnement, renforcement du qualitatif et de la lisibilité).
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable)
- Traiter la question de la signalisation des activités (notamment touristiques) en bord de route, en cohérence avec la charte signalétique de SIL.

## 5. Orientations

### 5.1. Les grandes orientations :

---

#### **Des objectifs généraux découlent les grandes orientations du RLPi :**

Le RLPi de la CCMCG concerne les 15 communes du territoire qui ont pour ambition conjointe de contribuer à valoriser le territoire dans son ensemble et à tendre vers une harmonisation des dispositions réglementant la publicité extérieure.

En cohérence avec les orientations du SCOT, du PLUi (auquel le RLPi sera annexé) et en tenant compte des sites protégés, le RLPi propose des règles spécifiques propres aux trois types de territoires à enjeux identifiés : les espaces ruraux, les zones d'activité et les villes ou villages.

Afin de tendre à l'amélioration de l'image du territoire communautaire dans son ensemble et à l'harmonisation des dispositions réglementaires, le RLPi va mettre en œuvre :

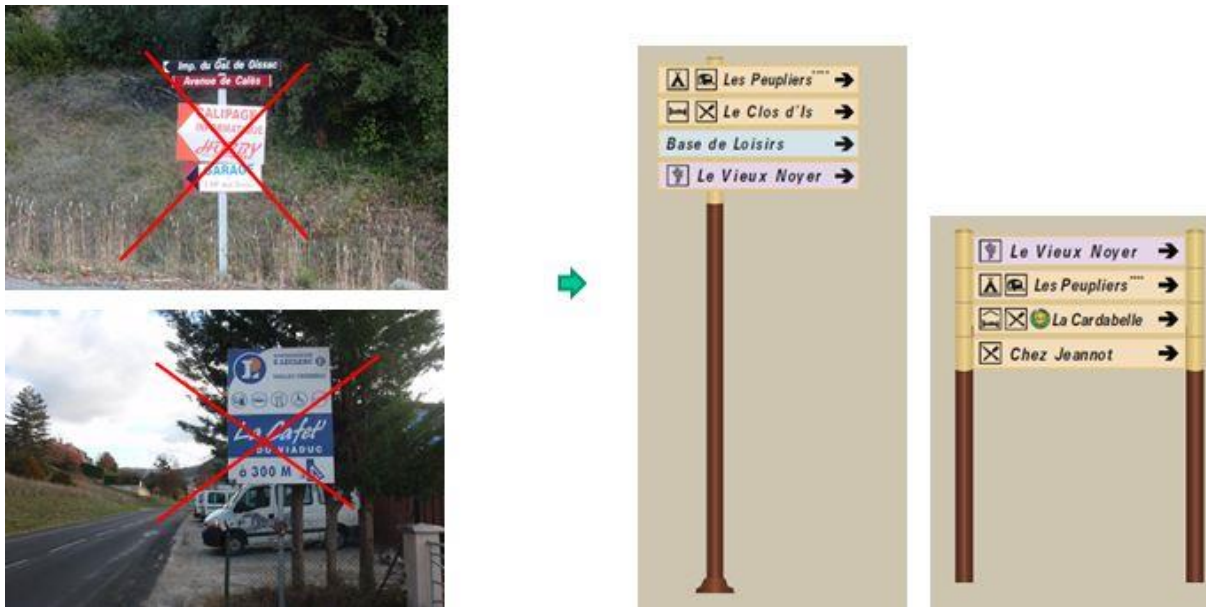
- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans les centres historiques.
- Réintroduire de manière modérée, dans la seule commune de Millau, la publicité normalement interdite dans un Parc naturel régional.
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies. Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable).
- Distinguer la commune de Millau, qui abrite la seule agglomération de plus de 10 000 habitants du territoire.

#### **Quatre niveaux de zonages pour le futur RLPi pour la communauté de communes Millau Grands Causses :**

- ZR1a et ZR1b : Centres historiques de haute qualité architecturale (Millau pour la ZR1a et les 14 autres communes pour la ZR1b).
- ZR2a et ZR2b : Autres secteurs à vocation principale d'habitat et d'équipements (Millau centre (seule agglomération de plus de 10 000 habitants du territoire) pour la ZR2a et les autres agglomérations de moins de 10 000 habitants pour la ZR2b).
- ZR3a et ZR3b : Zones d'activités commerciales, industrielles et artisanales (Millau pour la ZR3a et les 14 autres communes pour la ZR3b).
- ZR4 : Hors agglomération

## 5.2. Orientations pour les préenseignes

Remplacer les préenseignes illégaux en agglomération par de la signalisation d'information locale (SIL) et une signalétique de zones.



En alternative aux préenseignes dans les zones d'activité ou en centre-ville, mettre en place une signalétique de zone et des relais d'information service (RIS).





### 5.3. Orientations pour les publicités

#### ZR1 : Centre historique de haute qualité architecturale - Millau

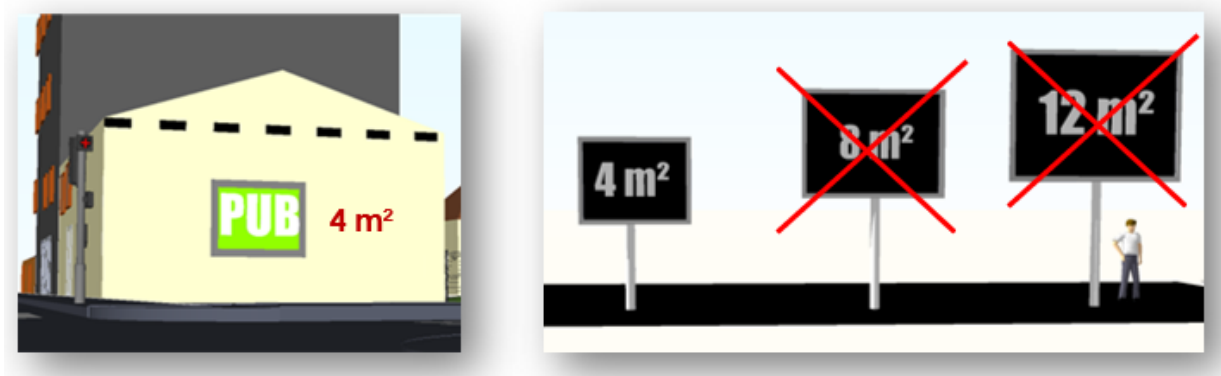
- Publicité sur mobilier urbain de type MUPI autorisée



Justification : Il s'agit du meilleur moyen de protéger le territoire, de préserver la qualité architecturale des centres historiques. La présence de MUPI publicitaire permet de maintenir les dispositifs en place sans revoir le contrat actuel.

#### ZR2a et ZR3a : Habitations, équipements et activités à Millau centre

- Format 4 m<sup>2</sup> maximum pour la publicité sur façade et format limité à 4 m<sup>2</sup> pour les publicités au sol en respectant les règles de densité et de protection des axes sensibles sur le territoire.



Justification : Réduction des formats publicitaires déjà présents à Millau. Le 4m<sup>2</sup> est adapté pour des messages longue conservation pour des entreprises locales

## Toutes zones : agglomérations de moins de 10 000 habitants

- Interdiction totale de la publicité dans un PNR et/ou dans un site classé ou inscrit maintenue.



Abris voyageur 2 m²



MUPI 2 m²

Justification : Il s'agit du meilleur moyen de protéger le territoire, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).

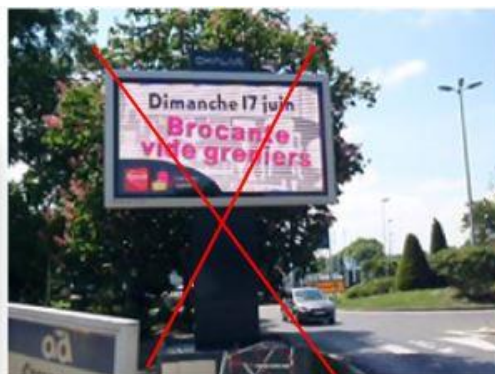
Une exception : la commune de Le Rozier n'appartient pas au Parc. La publicité sur façade y sera tolérée.

## Dispositions applicables à la publicité numérique

- Maintien de l'interdiction à Millau



Publicité numérique de 4 et 2 m²



Publicité numérique de 8 m²



Journal numérique d'information municipale non publicitaire de 4 m²

## 5.4. Orientations pour les enseignes

### Dispositions relatives aux enseignes sur façade en ZR1 et ZR2

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.



### Dispositions relatives aux enseignes sur façade et sur bâtiment à vocation d'activité (ZR2, ZR3 et ZR4)

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade). Introduire de surcroît une limitation du nombre d'enseignes par façade.



## Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol

Améliorer la lisibilité des activités en limitant le nombre d'enseignes scellées au sol, comme le prévoit la réglementation nationale et favoriser la qualité des dispositifs.



## Dispositions relatives aux enseignes sur toiture

Proscrire les enseignes sur toiture terrasse au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants et favoriser la qualité des secteurs commerciaux.



## Dispositions relatives aux enseignes numériques

Limitier ce type d'enseigne dans le territoire de la communauté de communes. Seule les zones d'activité de Millau pourront en avoir sur façade.



## Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la communauté de communes Millau Grands Causses a défini les objectifs et les orientations en matière de publicité extérieure sur le territoire des 15 communes qui composent cette intercommunalité.

Un document réglementaire adapte la réglementation nationale aux enjeux du territoire et traduit les orientations de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité intercommunal introduit par le présent rapport de présentation.