



RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
RAPPORT DE PRÉSENTATION

Janvier 2020





INTRODUCTION

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Il a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP. Les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP.

A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville de Roques est compétente pour élaborer un RLP puisque la communauté d'agglomération du Muretain Agglo à laquelle elle appartient ne détient pas la compétence en matière de PLU.

Les évolutions urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune, les modifications législatives et réglementaires, l'obsolescence du règlement datant du 12 juin 1997 ont conduit le conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 21 juin 2018, la révision de sa réglementation.



PARTIE 1

LES OBJECTIFS DU RLP DE ROQUES

La délibération du 16 janvier 2018 a fixé au RLP les objectifs suivants :

- adapter le règlement local de publicité adopté en 1997 aux évolutions législatives et réglementaires ;
- adapter le RLP au développement de la commune depuis 1997 : zones économiques (extension de la zone commerciale de Fraïxinet et création de la zone commerciale de la Côme), développement de l'habitat (création de nouveaux lotissement ou quartiers : Les Genêts, Lagrange, lotissements du Village et des Aigrettes), développement des zones naturelles (réserve naturelle de Lamartine), développement des équipements (groupe scolaire mutualisé, centre culturel, nouveaux équipements sportifs) ;

- doter la commune d'un outil de planification local de la publicité et des enseignes, afin d'assurer le nécessaire équilibre entre le droit à l'expression, la diffusion de l'information des acteurs économiques et la protection du cadre de vie et des paysages ;
- prendre en compte les dispositifs de publicité et des enseignes numériques ;
- encadrer les horaires d'extinction des publicités et enseignes lumineuses ;
- protéger les espaces naturels du territoire et leurs abords : berges et ramier de Garonne, réserve naturelle de Lamartine ...
- prendre en compte les RLP des communes voisines dans les zones limitrophes : Muret, Portet, Frouzins, Villeneuve.

PARTIE 2

LE CONTEXTE TERRITORIAL

2.1. SITUATION ET DESCRIPTION DE LA COMMUNE

Située à environ 15 kilomètres au sud-ouest de Toulouse, la ville de Roques s'est établie sur le long de la Garonne. Celle-ci constitue une frontière naturelle avec les communes voisines.

Avec une densité de 467 habitants au km², les 4557 habitants (INSEE, Janvier 2018) de la ville de Roques vivent sur un territoire d'une surface de 9,42 km².

L'établissement public de coopération intercommunale de la ville de Roques est la communauté d'agglomération « Le Muretain Agglo ». Depuis le 1er janvier 2017, cet EPCI réunit 26 communes.



© Cadre & Cité, Janvier 2019

2.2. LES AXES STRUCTURANTS

La ville s'étend le long de la route départementale 817 et de l'autoroute A64. Ces axes majeurs ont orienté l'évolution de l'espace urbanisé du nord au sud.

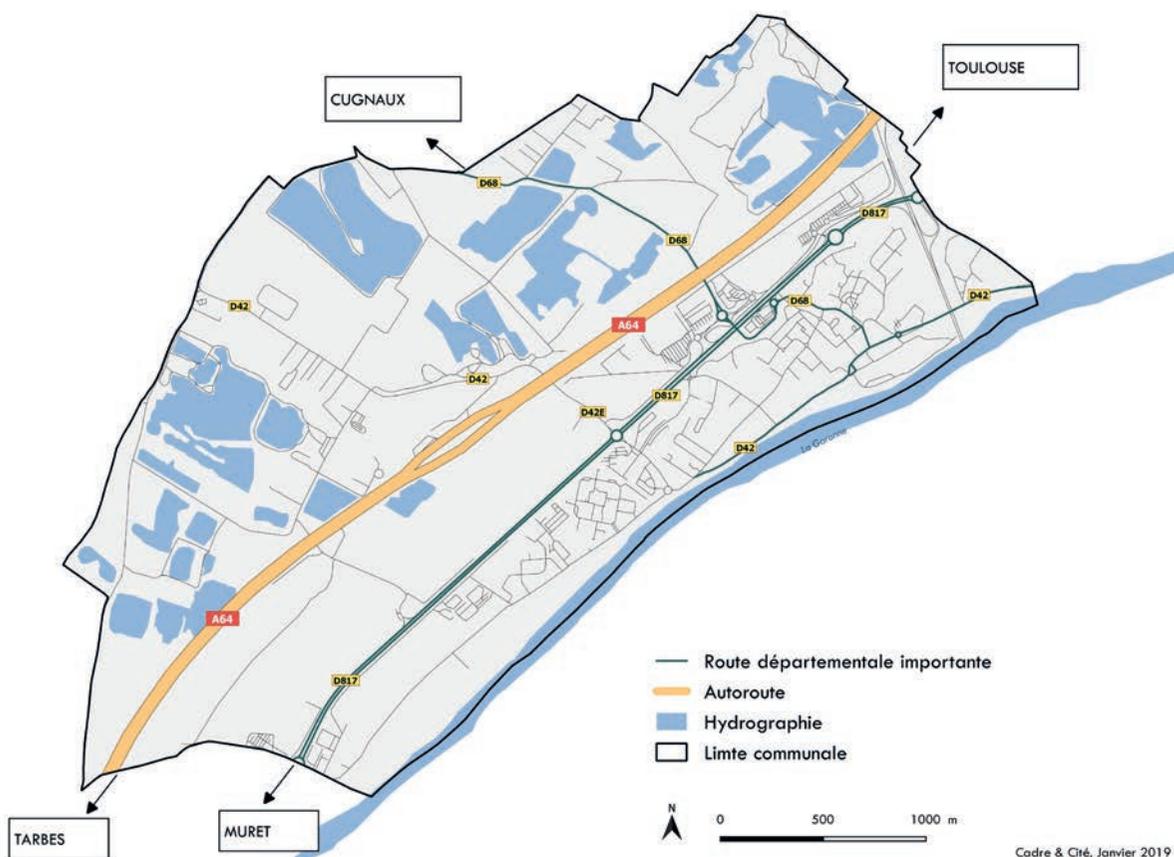
L'A64 permet un accès rapide vers Toulouse au nord ; au sud elle se dirige vers les Pyrénées et l'Espagne.

La RD 817 dessert les communes voisines, dont Muret au sud.

2.3. ANALYSE DE L'ORGANISATION DE LA VILLE

La ville de Roques présente 2 facettes très différentes. A l'est, une zone résidentielle orientée vers la Garonne. Au nord-ouest la réserve naturelle de Lamartine (zone des lacs), qui contraint l'urbanisation, agglomérée en petites parties le long des différents lacs.

La forte présence de l'eau sur la commune est un élément identitaire de la commune.





Le lac Lamartine

PARTIE 3

LES SECTEURS A ENJEUX POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE

3.1. LES SECTEURS NATURELS

La zone des lacs :

La réserve naturelle du lac Lamartine comporte cinq lacs qui s'intègrent dans un complexe de plans d'eau issus de l'exploitation de l'ancien lit de la Garonne. Elle est classée en zone naturelle d'intérêt écologique faunistique et floristique (ZNIEFF) de type I et II. La réserve naturelle est divisée en deux parties : l'une d'entre elles, fermée au public, répond à un objectif de protection de la nature. Elle assure le maintien de zones tranquilles, utilisées par des espèces d'oiseaux dont les hérons, lors de la nidification, de l'hivernage ou de haltes migratoires.



Les bords de la Garonne

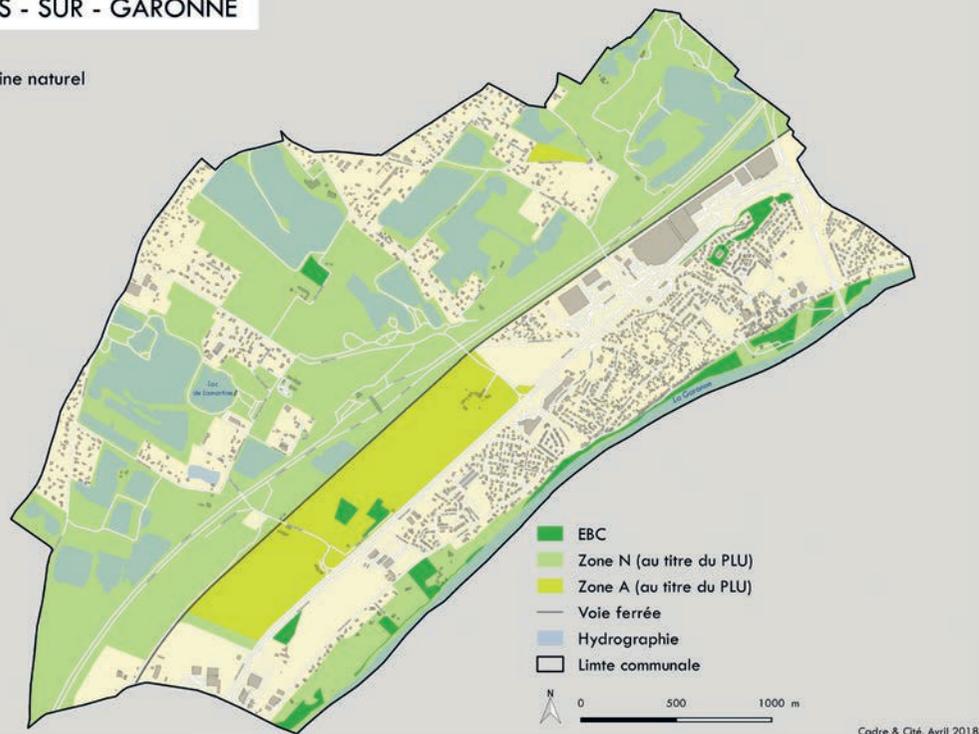
La Garonne et ses abords :

La Garonne longe tout l'est de la commune. Ses abords restés naturels sont protégés dans le cadre du PLU (zone N et EBC).

Ces deux secteurs sont également protégés au titre des zones Natura 2000.

ROQUES - SUR - GARONNE

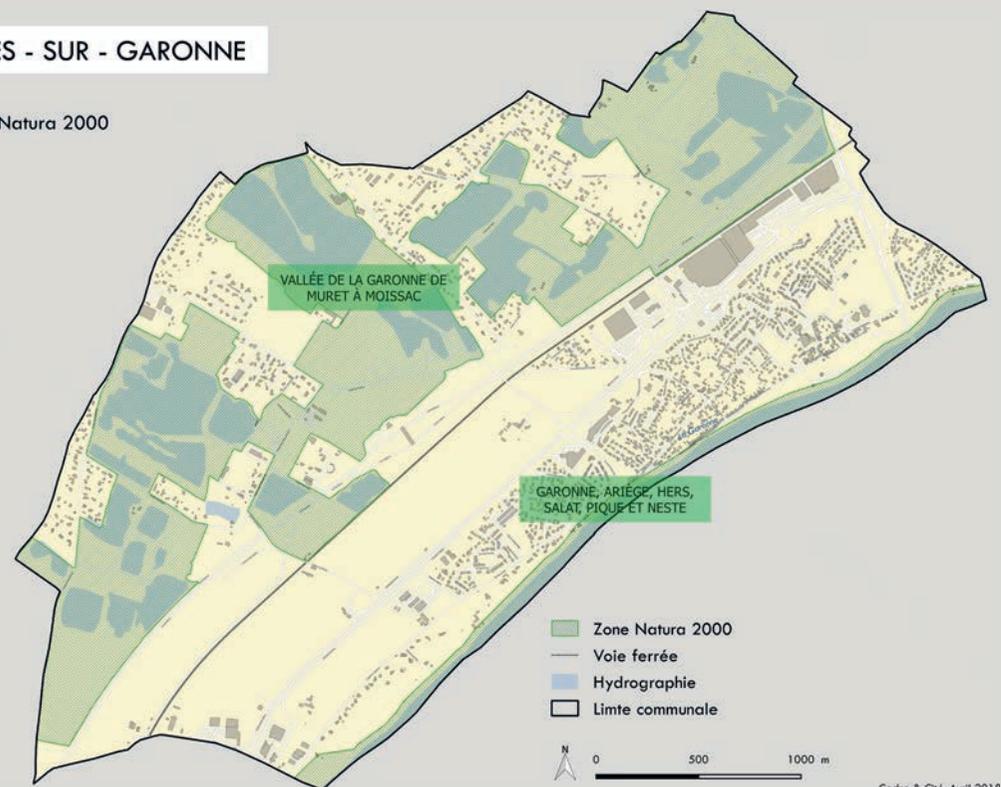
Le patrimoine naturel



Le patrimoine naturel

ROQUES - SUR - GARONNE

Les zones Natura 2000



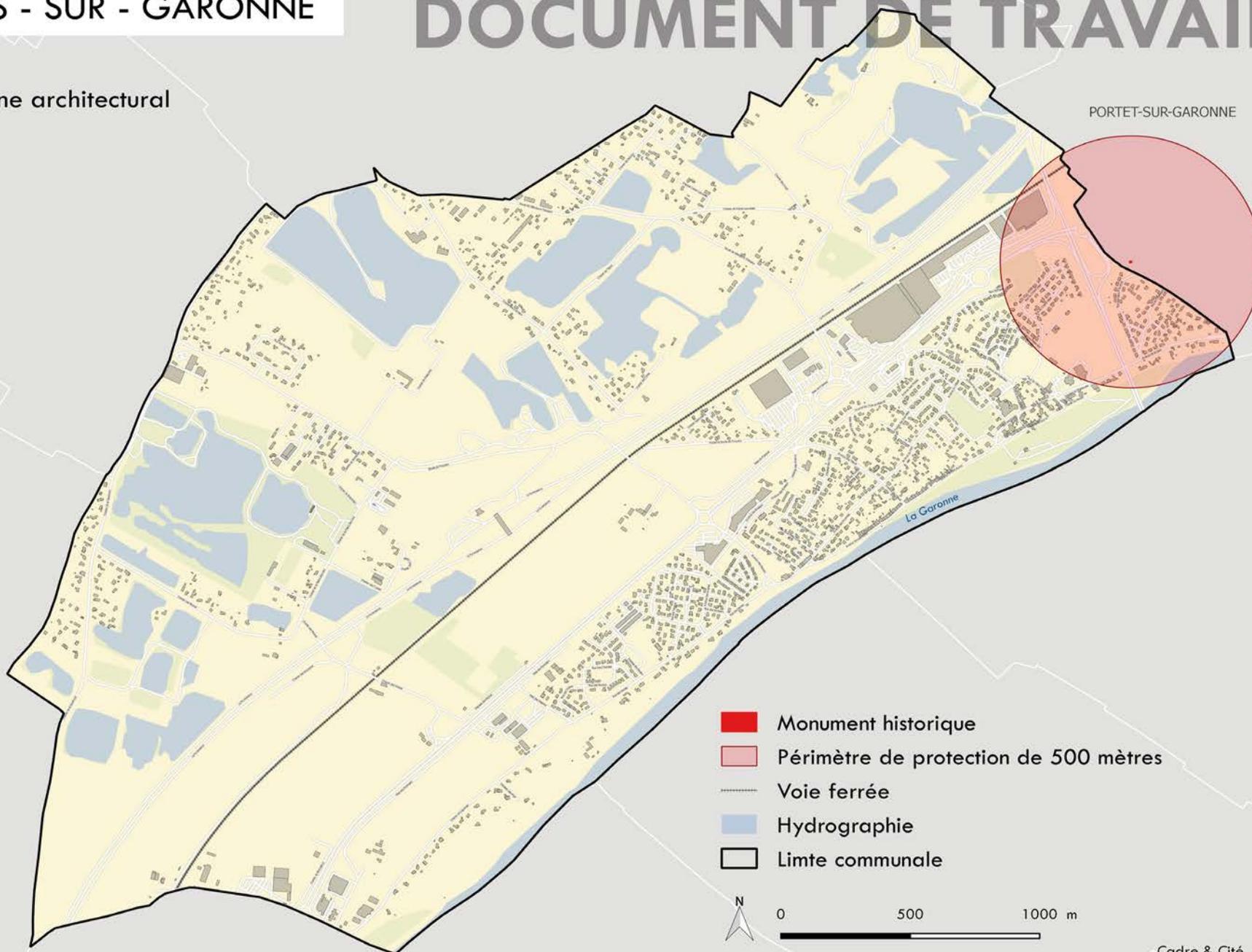
Les zones Natura 2000

3.2. LE CENTRE-VILLE

Aucun bâtiment n'est classé, mais le centre-ville de la commune conserve un caractère pittoresque notamment dans son architecture. En effet, de nombreux bâtiments sont construits avec des briques en terre cuite, typique de la région.



Le patrimoine architectural



3.3. LES ZONES D'ACTIVITÉS ET ÉCONOMIQUES

La commune de Roques a pour volonté d'assurer sur son territoire un potentiel d'activités économiques important.

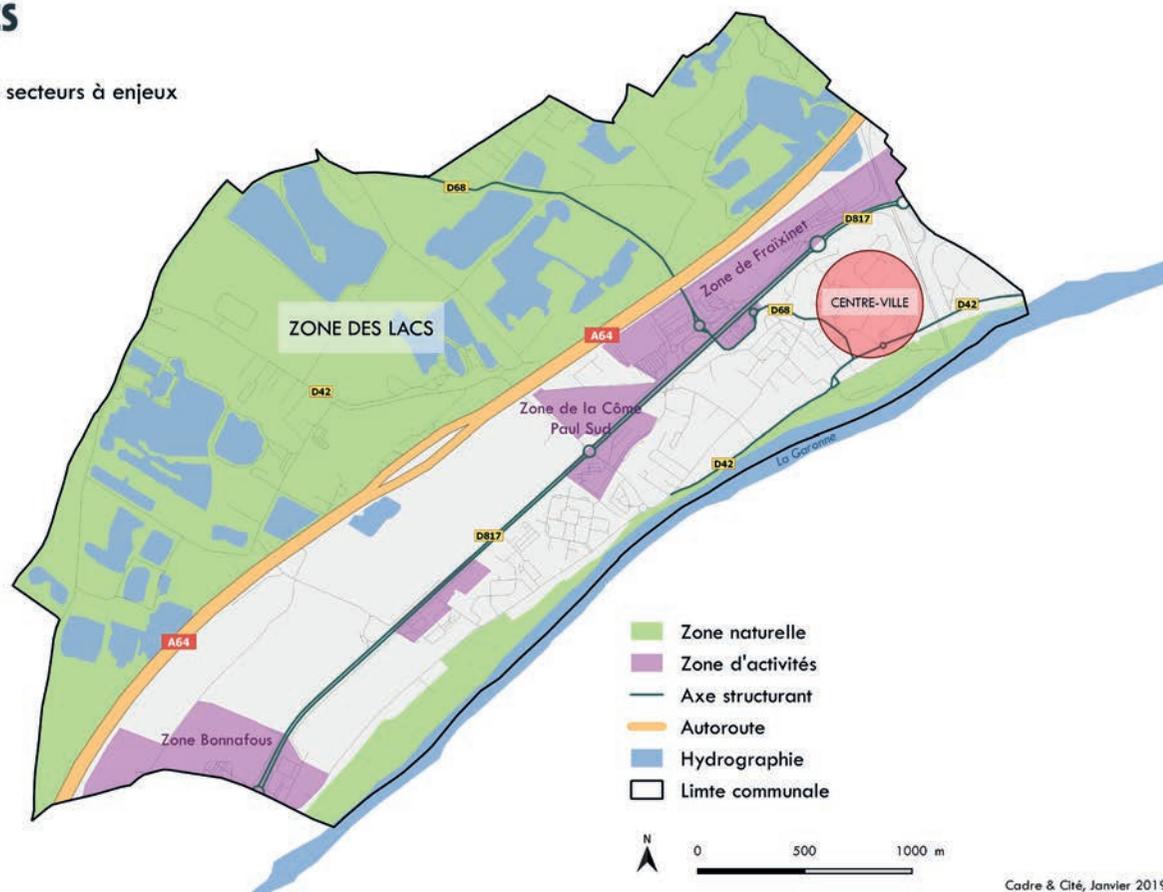
Les principaux secteurs d'activités sont :

- **La zone de Fraïxinet**, pôle commercial de dimension régionale qui accueille des activités de services, loisirs et commerces, parmi lesquels de très grands noms de la distribution : Ikea, Leclerc etc. Elle se positionne en entrée de ville, au croisement de deux grands axes routiers. Son développement est donc limité.

- **La Côte-Paul-Sud**, qui accueille principalement de l'artisanat. La zone voit son développement limité dans sa partie est par la zone pavillonnaire.

- **La zone Bonnafous** positionnée en entrée/sortie d'agglomération Murétaine, s'organise autour des deux zones artisanales et commerciales existantes de façon à les structurer et les faire évoluer.

Synthèse des secteurs à enjeux



Cadre & Cité, Janvier 2019

Les bords de la Garonne

3.4. SYNTHÈSE DES ENJEUX

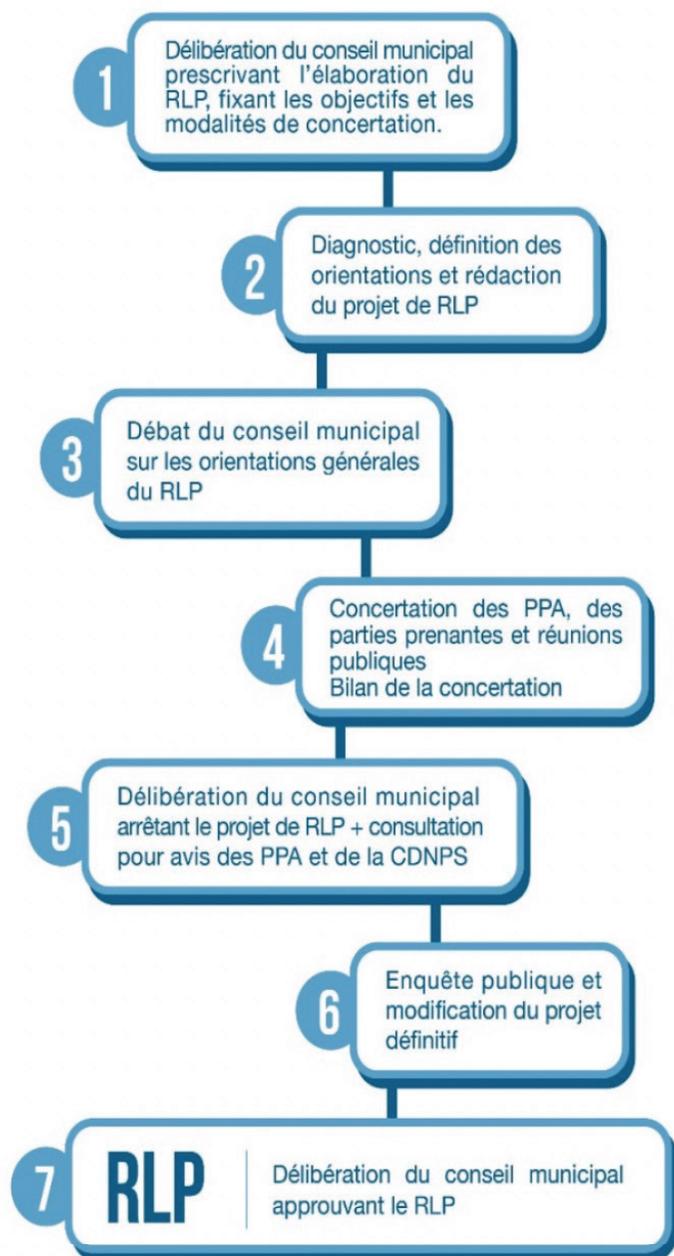
Le territoire communal se classe en secteurs distincts :

- les zones naturelles ;
- le centre-ville ;
- les secteurs résidentiels ;
- les lieux d'activité, dont les zones commerciales

PARTIE 4

LA PROCEDURE DE REVISION

4.1. LA PROCÉDURE ET LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP



Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique, etc.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

La partie réglementaire comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

4.2. LES DISPOSITIFS VISÉS

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du Code de l'environnement).

Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité.

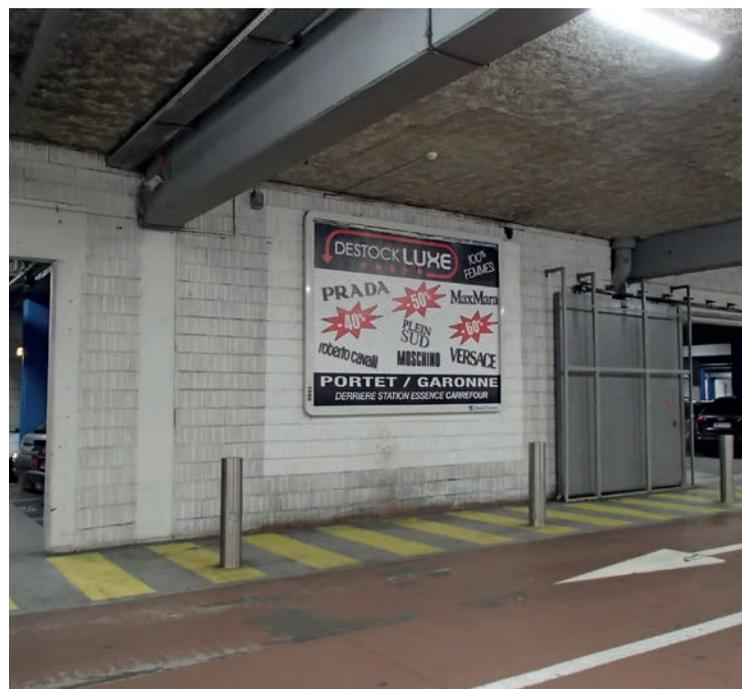
Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut

donc générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.



Publicité scellée au sol



Publicité sur mur



Publicité sur mobilier urbain

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce » (article L.581-3 du Code de l’environnement). Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d’implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes en toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



Enseigne à plat ou parallèle



Enseignes perpendiculaires



Enseignes scellées au sol



Enseigne lumineuse



Enseigne en toiture



Enseigne numérique



Une préenseigne sur mobilier urbain

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Elles se distinguent des publicités par le fait qu'elles signalent la proximité d'un établissement. Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier.



Une préenseigne sur mobilier urbain

Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.

Toutes les préenseignes situées hors agglomération signalant d'autres activités sont illégales depuis le 13 juillet 2015.



Le journal électronique d'information

Les dispositifs ne relevant pas du RNP

D'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La publicité apposée sur les véhicules de transport en commun ou les taxis, les dispositifs installés à l'intérieur des galeries marchandes n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement.

La signalisation d'information locale (SIL) relève du Code de la route. Les journaux électroniques d'information, qui ne diffusent que des informations pratiques, ne sont pas réglementés.

4.3. LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP l'arrêté municipal fixant les dites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'article R.110-2 du Code de la route définit l'agglomération : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

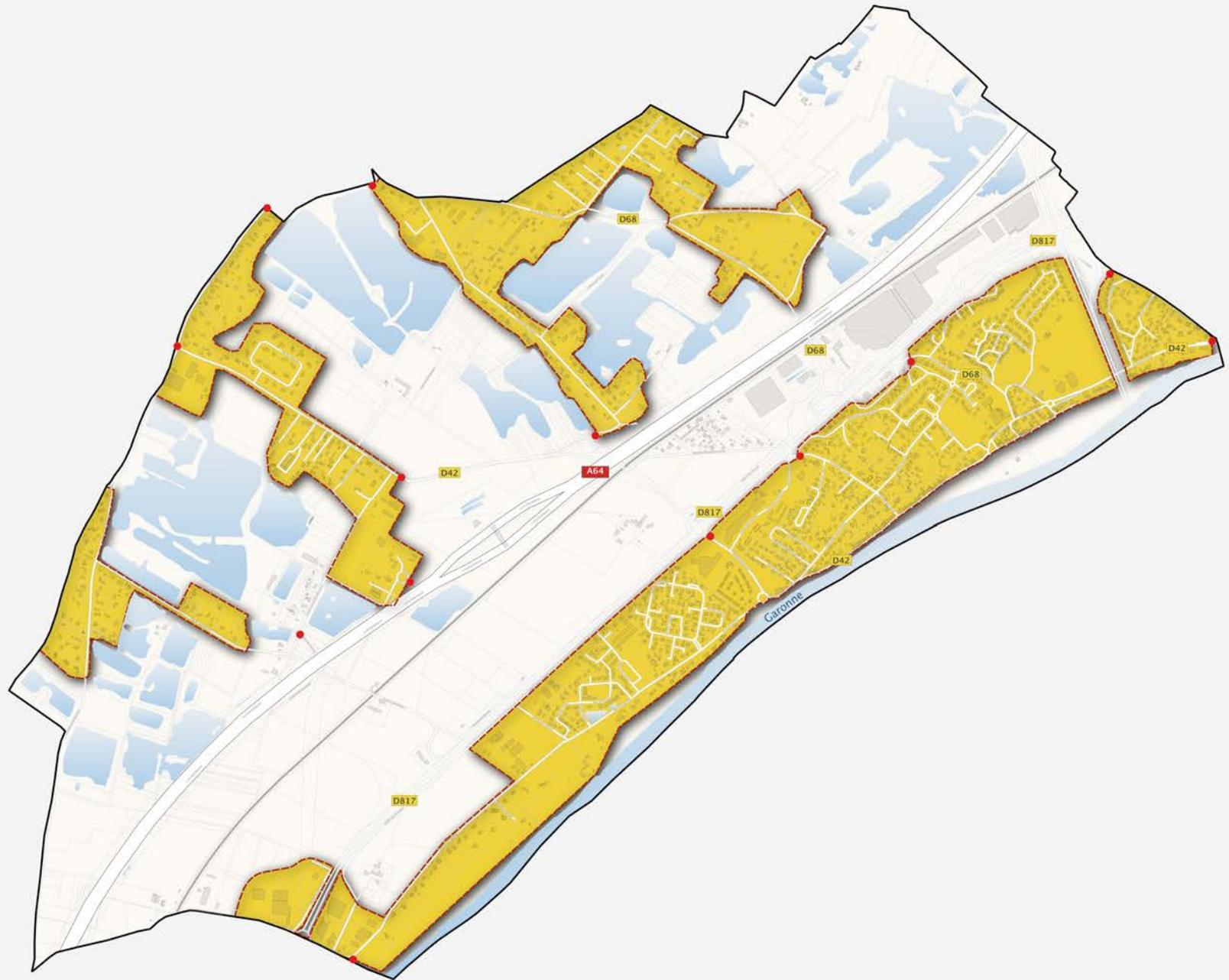
La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il a été vérifié que les panneaux étaient correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.



Panneaux d'entrée (EB 10) et de sortie (EB 20) d'agglomération

Territoire aggloméré

- Limite du territoire aggloméré
- Hors agglomération
- Réseau hydrographique
- Limite communale



PARTIE 5

LE DIAGNOSTIC

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Cette analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Elle s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public et en lien avec les orientations de la commune :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;
- l'impact des dispositifs lumineux et numériques s'il y a lieu.

5.1. MÉTHODE DE RECENSEMENT

5.1.1. Publicité (hors mobilier urbain)

Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée au territoire, la totalité de la surface agglomérée de Roques a été analysée.

Un recensement exhaustif de la publicité de surface supérieure à 1,5 m² a été réalisé, recueillant sur le terrain toutes les caractéristiques de l'affichage publicitaire :

- nature du dispositif ;
- nom de l'exploitant ou du bénéficiaire ;
- adresse du dispositif ;
- photo(s) ;
- dimensions ;
- éclairage ;

5.1.2. Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur l'agglomération en matière d'enseignes a été réalisé, mettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans l'environnement.

5.2. LES CHIFFRES DE LA PUBLICITÉ

Le recensement des publicités et préenseignes de plus de 1,5 m² s'est déroulé en janvier 2018. Le mobilier urbain n'est pas pris en compte.

Le nombre de dispositifs relevés s'élève à 10.

Ce recensement donne une connaissance parfaite de la structure de la publicité sous les aspects :

- typologie ;
- légalité ;
- qualité ;
- lieux d'implantation ;
- impact sur le cadre de vie.

Support		
Scellé au sol		Mural
9		1
Simple face	Double face	
3	6	

Parmi les 10 dispositifs publicitaires relevés 9 sont scellés au sol et sont d'une superficie de 12 m² (soit 4 x 3 m). 6 d'entre eux sont « double-face ». 1 dispositif est apposé sur un mur, sa superficie est de 8 m².

En outre 14 mobiliers urbains publicitaires de 2 m² ont été recensés.



Publicité sur un abri destiné au public

5.3. LES RÈGLES DU RNP APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE ROQUES

La population totale de la ville de Roques est de 4 557 habitants (INSEE, Janvier 2018). La commune appartient à la communauté d'agglomération du Muretain Agglo, mais pour le droit de la publicité, c'est l'appartenance à l'unité urbaine de Toulouse qui doit être prise en compte :

les règles applicables sur le territoire d'étude sont celles des communes appartenant à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants.

En matière de publicité :

La publicité est donc admise dans les conditions les plus larges de la réglementation nationale.

Les règles sont :

- surface limitée à 12 m² ;
- dispositifs scellés au sol admis ;
- publicité sur bâche admise ;
- publicité numérique autorisée.

En matière d'enseignes :

Tous les types d'enseignes peuvent être installés sous réserve de respecter les limites fixées par le RNP.

Ainsi, les enseignes en toiture doivent être en lettre découpées et ne doivent ni dépasser 3 mètres de haut, ni dépasser une surface maximale de 60 m².

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires à la façade qui les supportent ne doivent pas dépasser une superficie cumulée supérieure à 15 % de la superficie de ladite façade lorsque celle-ci est égale ou supérieure à 50 m² ou 25 % de la superficie de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m².

Les enseignes scellées au sol ont une surface limitée à 6 m². Une seule est autorisée par voie bordant l'établissement.



Non-respect du H/2 (D68)

5.3.1. La situation de la publicité au regard du RNP

Les 10 dispositifs recensés sont analysés au regard des prescriptions du RNP et les infractions sont au nombre de 2.

1 des dispositifs en infraction ne respecte pas la limite séparative du voisin : un dispositif doit être placé au minimum à la moitié de sa hauteur de la limite séparative de propriété (règle du H/2).

5.3.2. La situation des enseignes au regard du RNP

Dans les secteurs d'activités, diverses infractions ont été relevées



Enseignes scellées au sol en surnombre



Non-respect de la hauteur maximale autorisée (6,50 mètres) pour une enseigne scellée au sol



Les enseignes en toiture doivent composées de lettres ou signes découpés sans fond



Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées.

5.4. LES DISPOSITIONS DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE JUIN 1997

Zonage :

Le RLP existant comporte 2 zones de publicité restreinte (ZPR1 et ZPR2) et une zone de publicité autorisée (ZPA).

La ZPR 1 dit « le village » comprend le centre bourg ainsi que toute la zone pavillonnaire face à la Garonne.

Sont autorisés :

- la publicité et les préenseignes sur murs ou clôtures ;
- la publicité et les préenseignes sur mobilier urbain dont le nombre est limité à 14 ;
- la publicité et les préenseignes sur les abri bus susceptibles de supporter de la publicité (limité à 5 dispositifs).

La ZPR2, lieu-dit « la pointe », comprend une section de la RD 68 (cf. plan ci-après).

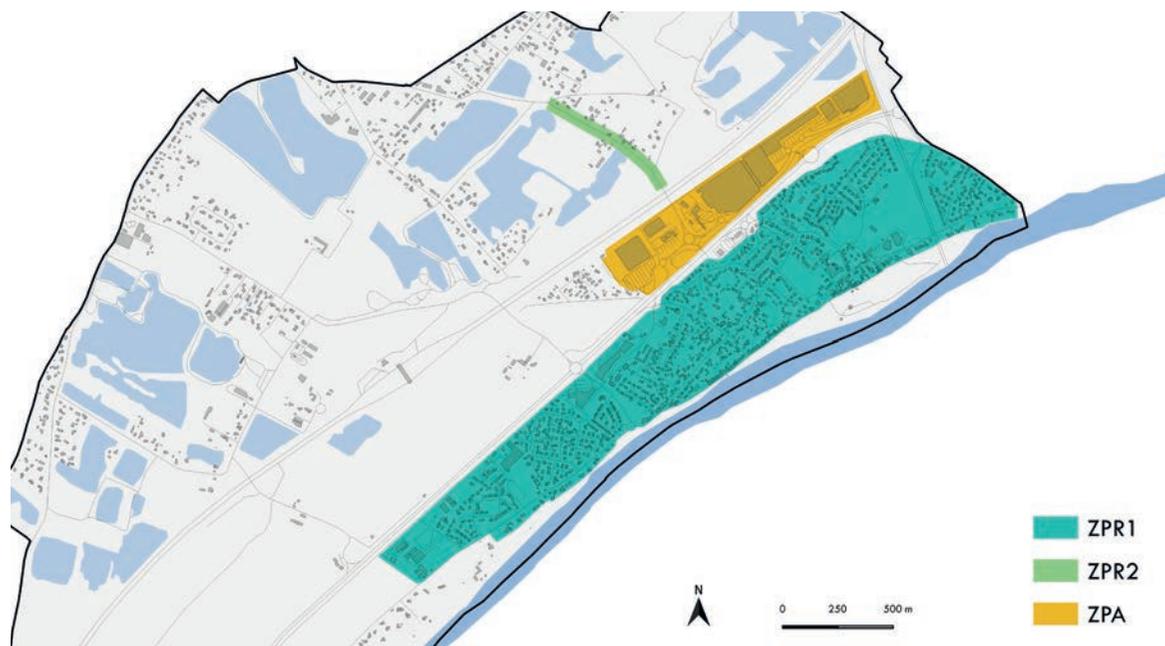
Les publicités sur portatifs sont autorisées aux conditions suivantes :

- sur mur ou clôture ;
- sur mobilier urbain ;
- sur portatif scellé au sol d'une surface maximale de 12 m² par panneau.

La ZPA comprend les parkings du centre commercial Leclerc et Ikea.

Sont autorisés :

- 4 enseignes sur portatifs scellés au sol et supportant des affiches de 6 m² et de 6 m de hauteur.
- 11 portatifs supportant des affiches de 2 m² et de 2 m de hauteur.



PLAN DE ZONAGE
DU RLP DE JUIN 1997

Publicité				
	ZPR 1		ZPR 2	ZPA
Murale	S < 4 m ² H < 4 m		RNP	Interdite
Scellée au sol	Interdite		S < à 12 m ² Plus de 5 m limites séparatives Armature panneaux en H Habillage du dos pour les SF	11 maximum S < à 2 m ² H < à 2 m non visibles hors agglomération
Mobilier urbain	5 abris maximum 14 2 m ² maximum S < à 2 m ²		RNP	Interdit
Lumineuse	Interdite		Interdite pour les scellés au sol	Interdite
Enseignes				
	ZPR 1 le long de la RN 117	Reste de la ZPR 1	ZPR 2	ZPA
Murale	RNP sous réserve de l'application de l'arrêté municipal du 30 mai 1996	RNP	RNP	RNP
Scellée au sol		1 apr activité et par établissement		4 double face-face possible S < à 6 m ² H < à 6 m
Toiture ou terrasse		Interdites		RNP

5.4.1. La situation de la publicité au regard du RLP de 1997

Les dispositifs scellés au sol, simple face, sont au nombre de 3 et sont tous en infraction. En effet, ils ne possèdent pas d'habillage au dos comme l'imposent les règles de la ZPR 2.

> Un dispositif en infraction a été relevé dans le parking de la zone commerciale de la Fraixinet où les dispositifs muraux sont interdits.



Absence d'habillage au dos des dispositifs simples faces



Dispositif mural interdit en ZPA



Accès au centre commercial de Fraixinet

5.5. AUTRES CONSTATS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

L'illégalité des préenseignes hors agglomération, signalée infra, concerne plusieurs dispositifs le long de la RD 817 ou des voies d'accès au centre commercial Fraixinet.

PARTIE 6

PRÉCONISATIONS

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, les orientations suivantes ont été fixées, tant en matière de publicité que d’enseigne.

En matière de publicité :

- Interdire toute forme de publicité sur les berges de la Garonne et dans les espaces de nature ;
- Limiter à 4 m² sur mur la publicité sur l’ensemble de la commune hors centre commercial ;
- Admettre la publicité sur mobilier urbain, surface 2 m² ;
- Définir les conditions d’implantation de la publicité dans le centre commercial (« périmètre » hors agglomération) ;
- Limiter la surface des publicités numériques dans le centre commercial ;
- Etendre la plage d’extinction nocturne.

En matière d’enseignes :

- Formaliser les règles qualitatives pour les enseignes dans le centre-ville et les quartiers ;
 - Limiter fortement les enseignes scellés au sol ;
 - Définir le régime des enseignes dans le centre commercial ;
 - Admettre les enseignes numériques uniquement dans la zone commerciale ;
 - Etendre la plage d’extinction nocturne.
-

PARTIE 7

L'EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux se rapportant à chaque lieu et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont été faits :

A. LE ZONAGE

Après avoir défini dans une première partie des règles générales applicables sur l'ensemble du territoire, le règlement local de publicité définit 3 types de zones en agglomération et un « périmètre » hors agglomération au sens de l'article L.581-7 du code de l'environnement.

La zone 1 recouvre le centre-ville, dont le caractère villageois nécessite une protection particulière ;

La zone 2 recouvre le centre commercial Bonnafous, au sud de de la commune, jouxtant Muret ;

La zone 3 recouvre les parties du territoire aggloméré non comprises dans les zones 1 et 2. Il s'agit essentiellement de zones résidentielles, et pour partie des zones d'activités qui ne sont pas des centres commerciaux.

Le centre commercial Fraïxinet, d'envergure régionale est situé hors agglomération. La publicité et les enseignes peuvent s'y exprimer, mais sont toutefois encadrées.

B. LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Une des caractéristiques de Roques est son inscription dans un vaste paysage

végétal et naturel. Celui-ci doit être totalement préservé et toute forme de publicité y est interdite.

Les murs de clôture et les clôtures sont des éléments structurants du paysage, qui ne doivent pas être dénaturés par l'apposition de publicités.

Le code de l'environnement interdit la publicité sur les arbres. Par symétrie, le RLP interdit les enseignes sur les arbres qui pourraient se trouver sur l'unité foncière d'un établissement.

Le principe d'interdiction des publicités sur clôture ou mur de clôture est étendu aux enseignes. Toutefois, une possibilité est laissée pour une enseigne inférieure à 1 m² afin de permettre la signalisation d'une activité installée en retrait de la voie, d'une entreprise artisanale etc. ; Le nombre est limité à une enseigne par établissement.

Les enseignes temporaires, utiles aux activités commerciales, sont limitées dans le temps, afin qu'une succession d'opérations exceptionnelles n'aboutisse à un déploiement de ces dispositifs toute l'année.

Dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, les horaires d'extinction nocturne des publicités sont fixés par le RLP. Une extinction de 23 heures à 7 heures a été retenue et étendue aux enseignes, afin de réaliser des économies d'énergie sans nuire à l'activité commerciale.

C. LES DISPOSITIONS PAR ZONE

1. La zone 1 : le centre-ville

La ville souhaite apporter un service aux usagers du domaine public en y installant des mobiliers urbains dont la vocation est :

- soit d'abriter les utilisateurs des transports en commun ;
 - soit d'informer le public (habitants et visiteurs) des manifestations culturelles et sportives, des animations sociales et de la vie des associations.
- Pour ce faire, le règlement local de publicité accepte les publicités sur mobilier urbain, dans les conditions prévues par les articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement. Une surface maximum de 2 m² a été arrêtée.

Hormis la publicité de petit format, apposée sur les devantures et les chevalets, éléments d'animation du commerce de proximité, aucune autre forme de publicité n'est admise. La publicité sur les palissades de chantier ne peut être interdite en application de l'article L.581-14 alinéa 4 du code de l'environnement.

La bonne qualité architecturale des lieux impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RNP est complété par les règles suivantes :

- il est posé en principe que l'enseigne doit respecter l'architecture du bâtiment : lignes de composition, décoration etc. Ainsi, l'instruction des demandes d'autorisation peut s'appuyer sur le respect des normes du RNP

et du RLP, mais peut aussi apprécier l'intégration du projet dans le cadre de vie.

- L'enseigne doit être cantonnée au rez-de-chaussée des établissements, afin de respecter les lignes horizontales de la composition de l'immeuble. Dans le cas des activités en étage, et toujours pour ne pas dénaturer les lignes directrices du bâtiment, l'enseigne s'inscrit dans la largeur des baies. Cette mesure concerne aussi bien les établissements dont l'activité ne s'exerce qu'en étage que ceux dont l'activité en rez-de-chaussée se poursuit en étage (un restaurant ayant une salle au premier étage par exemple) ;

- Le nombre d'enseignes perpendiculaires au mur est limité à 1 par établissement et par voie. Leur surface n'excède pas 0,70 m x 0,70 m. Les bureaux de tabac dont la carotte est obligatoire et qui offrent généralement plusieurs types de services ont droit à une deuxième enseigne.

- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont exceptionnelles dans ce type de lieux. Elles créent un obstacle visuel susceptible d'affecter les perspectives. Une seule enseigne peut être autorisée par établissement, dont la surface n'excède pas 2 m². Les enseignes inférieures à 1 m², non limitées en nombre par le RNP sont contingentées à 1 par établissement.

- Les enseignes en toiture sont interdites, incompatibles avec le caractère architectural des lieux.

2. La zone 2 : la zone commerciale Bonnafous

Située en limite de Muret, les prescriptions du RLP de cette ville ont été observées, afin que les mesures prises à Roques soient compatibles.

La publicité, admise par le RNP jusqu'à 12 m², est réduite à 8 m², à l'instar de nombreuses villes en France et de l'agglomération toulousaine.

8 m² est une appellation commerciale, les dispositifs mis en place par les sociétés d'affichage ayant une surface hors tout de 10,60 m², retenue dans le RLP.

Les très faibles possibilités d'installation de publicités ne justifient pas de modifier la règle de densité nationale.

Dans cette zone de petite taille, les dispositifs numériques n'ont pas leur place et sont interdits.

La règle de proportion entre la surface cumulée des enseignes par rapport à la façade ou la limitation des enseignes scellées au sol à 1 dispositif par voie ont renforcé en 2012 les prescriptions nationales et assurent dans les zones d'activités un niveau de protection satisfaisant.

Le RLP ajoute des prescriptions pour les enseignes scellées au sol et pour les enseignes en toiture, dont les conséquences sur le paysage sont démontrées. Dans le but de les harmoniser, les enseignes scellées au sol, limitées à 6 m² par le RNP, se voient imposer un gabarit : leur largeur ne peut excéder la moitié de leur hauteur.

Les enseignes en toiture sont limitées à 3 mètres par le règlement national, ce qui est excessif en regard de la hauteur des bâtiments de la zone 2. Elle est donc réduite au cinquième de la hauteur du bâtiment, avec un maximum de 2 mètres.

3. La zone 3 : les parties du territoire aggloméré qui ne sont comprises ni en zone 1 ni en zone 2.

La sérénité de ces secteurs résidentiels doit être garantie. Les habitants n'ont pas à subir l'intrusion de publicités ou d'enseignes démesurées.

Les mesures de protection sont identiques à la zone 1, avec quelques aménagements :

- La publicité est admise sur les murs des bâtiments (dans le respect du RNP). Sa surface est limitée à 4 m², correspondant dans l'esprit aux agglomérations de moins de 10 000 habitants ;

- La zone comprend des activités commerciales (garages notamment) qui ont des besoins de signalisation. Aussi les prescriptions nationales relatives aux enseignes s'appliquent-elles. Le principe de respect de l'architecture de la zone 1 est néanmoins reproduit ;

- Le gabarit des enseignes scellées au sol est identique à la zone 2, dans un souci d'homogénéité.

4. La zone 4 : Périmètre au sens de l'article L.581-7 du code de l'environnement, institué à proximité immédiate des établissements du centre commercial « Fraïxinet ».

Le RNP offre de larges possibilités aux publicités et enseignes dans les périmètres hors agglomération, que la ville souhaite juguler au travers des mesures suivantes :

- Comme en zone 2, la surface maximum de la publicité est limitée à 10,6 m² ;

- La règle de densité nationale, fondée sur la longueur des unités foncières en bordure d'une voie est inappropriée dans un centre commercial. Une mesure de restriction est ajoutée, qui prévoit, sur une même unité foncière, une distance minimum de 150 mètres entre dispositifs ;
- Les dispositifs numériques trouvent leur place dans l'univers contemporain des centres commerciaux. Néanmoins, la publicité numérique est limitée à 6 m² (8 m² pour le RNP) et les enseignes numériques scellées au sol sont proscrites. Sur un plan théorique, la possibilité laissée à chaque établissement de mettre en place une enseigne scellée au sol numérique entraînerait une confusion visuelle contre-productive.

- Les enseignes scellées au sol sont limitées à 6 m² et les activités installées sur une même unité foncière doivent se regrouper sur un unique dispositif.

- Les règles pour les enseignes en toiture sont les mêmes que dans la zone Bonnafous.

