

Département
de la Haute-Garonne



Commune de Roques

PLAN LOCAL D'URBANISME

5^{ème} Révision

5 - ANNEXES

5.8 - REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

5^{EME} REVISION :

Prescrite le :
26 septembre 2019

Arrêtée le :
15 décembre 2022

Approuvée le :
28 septembre 2023

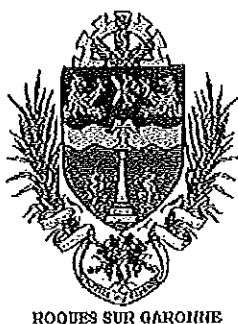
Vu pour être annexé à la délibération du Conseil Municipal en date du :

soletcité

- Atelier d'urbanisme et d'architecture -
Société coopérative et participative

23 route de Blagnac 31200 TOULOUSE
Tel : 05.61.57.86.43 - Fax : 05.61.57.97.78
Courriel : contact@soletcite.com - Site internet : soletcite.com

5.8



Envoyé en préfecture le 19/01/2018

Reçu en préfecture le 19/01/2018

Affiché le 19 JAN. 2018

ID : 031-213104581-20180116-02AG160118-DE

REPUBLIQUE FRANCAISE
DEPARTEMENT DE LA HAUTE GARONNE
ARRONDISSEMENT DE MURET

COMMUNE DE ROQUES-SUR-GARONNE

**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

Séance du 16 janvier 2018

**DELIBERATION 02 AG – Prescription de la révision du Règlement Local de Publicité
et définition des modalités de concertation**

Le Conseil Municipal, régulièrement convoqué le 9 janvier 2018, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances sous la présidence de M. le Maire.

Nombre de conseillers en exercice : 27

Présents : 25

Votants : 26

Absents : 2

Présents : M. ARBEY, M. BERNARD, M. BOUGUEMARI, Mme BOUISSOU, M. CHATONNAY, M. EYNARD, M. FEDERICI, M. GOZLAN, Mme GUEGUEN, Mme HUBERT, Mme LAVALADE, M. LERY, Mme LENOBLE, M. MABIRE, M. MICHON, M. MOLINIER, Mme MONFRAIX, Mme MORAND-CHAULIAC, M. PASQUET, M. PERROUD, Mme ROINEAU, M. ROUPIE, Mme ROUQUIE, M. TISSOT, M. TREPOUT

Absents : Mme NOURI, M. VIDAUX

Pouvoirs donnés : Mme MONFRAIX par M. VIDAUX

Secrétaire de séance : Mme MONFRAIX

D 02 AG – Prescription de la révision du Règlement Local de Publicité et définition des modalités de concertation

Vu le code général des collectivités territoriales, notamment l'article R.2121-10 ;

Vu le code de l'environnement, notamment les articles L.581-14 et suivants ;

Vu le code de l'urbanisme, notamment les articles L.153-11 et suivants et L.103-2

Considérant que la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes ;

Considérant que cette loi prévoit de nouvelles conditions et procédures pour l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité et confère à l'EPCI compétent en matière de PLU ou, à défaut, à la commune, la compétence pour élaborer un RLP ;

Considérant que la ville de Roques n'est pas membre d'un EPCI ayant compétence en matière de PLU ;

Considérant que le RLP de la commune doit être établi conformément à la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme ;

Considérant que le règlement de publicité de la ville de Roques prescrit en 1997, est obsolète au regard de la nouvelle réglementation telle qu'elle résulte de la loi du 12 juillet 2010 ;

Considérant que les règlements locaux antérieurs au 12 juillet 2010 doivent être révisés avant le 13 juillet 2020 à peine de caducité ;

Le conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité,

Article 1 : prescrit la révision du règlement local de publicité ;

Article 2 : définit les objectifs qui seront poursuivis :

- Adapter le Règlement Local de Publicité adopté en 1997 aux évolutions législatives et réglementaires,
- Adapter le Règlement Local de Publicité au développement de la commune depuis 1997 : Zones économiques (extension de la zone commerciale de Fraixinet et création de la zone commerciale de La Côme) , développement de l'habitat (création de nouveaux lotissements ou quartier : 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 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 d'enseigne numériques
- Encadrer les horaires d'extinction des publicités et enseignes lumineuse
- Protéger les espaces naturels du territoire et leurs abords : berges et ramier de Garonne, Réserve naturelle de Lamartine...
- Prendre en compte les Règlements Locaux de Publicité des communes voisines dans les zones limitrophes : Muret, Portet, Frouzins, Villeneuve

Article 3 : fixe les modalités de concertation suivantes :

- Parution dans les revues municipales
- Publication sur le site internet
- Une mise à disposition d'un registre à l'accueil de la mairie, sur la durée de la concertation
- Une réunion avec les personnes publiques associées et les sociétés d'affichage
- Une réunion publique

Cette concertation se déroulera pendant toute la durée des études nécessaires à la mise au point du projet de règlement de publicité, jusqu'à l'arrêt du projet.

Article 4 : donne l'autorisation à monsieur le maire de signer tout document se rapportant à cette affaire.

Article 5 : dit que la présente délibération sera notifiée :

- au préfet ;
- au président du conseil départemental de la Haute-Garonne
- au président de la région Occitanie Pyrénées-Méditerranée
- au président du Syndicat Mixte du SCOT du Grand-Toulouse
- au président du Muretain Agglomération, compétent en matière de PLH
- aux représentants de la chambre de commerce et d'industrie ;
- aux représentants de la chambre des métiers et d'agriculture ;
- au président du syndicat des transports ;
- aux maires des communes limitrophes ;

Article 6 : dit que, conformément aux articles R153-20 et R.153-21 du code de l'urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage en mairie durant un mois et d'une publication en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

Pour : 26

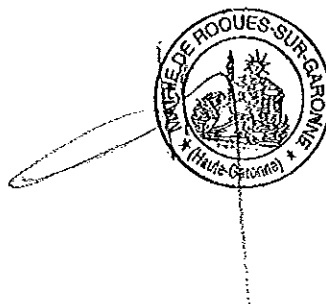
Contre :

Abstention :

Le 18 janvier 2018

Le Maire,

C. CHATONNAY



Envoyé en préfecture le 19/01/2018

Reçu en préfecture le 19/01/2018

Affiché le



ID : 031-213104581-20180116-02AG160118-DE



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
DÉPARTEMENT DE LA HAUTE GARONNE
ARRONDISSEMENT DE MURET

COMMUNE DE ROQUES

Envoyé en préfecture le 31/01/2020
Reçu en préfecture le 31/01/2020
Affiché le 31/01/2020
ID : 031-213104581-20200131-03AG24012020-DE



**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

Séance du 24 janvier 2020

DELIBERATION 03 AG – Approbation du Règlement Local de Publicité

Le Conseil Municipal, régulièrement convoqué le **16 janvier 2020**, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances sous la présidence de M. le Maire.

Nombre de conseillers en exercice : 26

Présents : 17

Votants : 24

Absents : 9

Présents : M. CHATONNAY, M. FEDERICI, M. EYNARD, Mme HUBERT, Mme LAVALADE, Mme LENOBLE, M. LERY, M. MABIRE, M. MICHON, M. MOLINIER, Mme MONFRAIX, Mme MORAND-CHAULIAC, Mme ROINEAU, M. ROUPIE, Mme ROUQUIE, M. TISSOT, M. TREPOUT

Absents : M. BERNARD, M. BOUGUEMARI, Mme BOUISSOU, Mme DEGUILHEM, M. GOZLAN, Mme GUEGUEN, Mme NOURI, M. PASQUET, M. VIDAUX

Pouvoirs donnés : M. ROUPIE par M. BERNARD
M. LERY par M. BOUGUEMARI
M. MABIRE par Mme DEGUILHEM
M. ROUQUIE par M. GOZLAN
M. MOLINIER par Mme GUEGUEN
Mme ROINEAU par M. PASQUET
Mme MONFRAIX par M. VIDAUX

Secrétaire de séance : Madame LAVALADE

DELIBERATION 03 AG – Approbation du Règlement Local de Publicité

Par délibération en date du 16 janvier 2018, le conseil municipal de Roques a décidé de prescrire la révision du règlement local de publicité (RLP) sur l'ensemble du territoire communal et d'organiser une concertation afin de recueillir les observations du public.

Les objectifs poursuivis par la révision du RLP étaient les 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 Fraixinet et création de la zone commerciale de la Côte), développement de l'habitat (création de nouveaux lotissements 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.

Dans cette délibération, le conseil municipal a défini les modalités de la concertation. Celle-ci s'est déroulée tout au long de la procédure d'élaboration du projet de RLP. Les observations formulées au cours de la concertation ont permis de nourrir les réflexions et de faire évoluer le projet.

Par délibération en date du 21 juin 2018, le conseil municipal a débattu sur les orientations générales du projet de RLP.

Par délibération en date du 18 avril 2019, le conseil municipal a tiré le bilan de la concertation préalable à l'élaboration du RLP et arrêté le projet de RLP.

Le projet arrêté a été soumis pour avis aux différentes personnes publiques associées, ainsi qu'à l'examen de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS).

A l'issue de ces consultations, le projet de RLP a été soumis à enquête publique du 9 octobre 2019 au 9 novembre 2019.

Le commissaire enquêteur, désigné par le tribunal administratif de Toulouse, a remis son rapport et ses conclusions le 4 décembre 2019, et émis un avis favorable au projet de RLP assorti de recommandations.

Les remarques des personnes publiques dans leurs avis et les conclusions du commissaire enquêteur ont nécessité quelques modifications du projet de RLP, sans que ne soient remises en cause les orientations générales du projet.

Ces adaptations mineures du projet de RLP sont détaillées en annexe.

VU le Code général des collectivités territoriales, notamment l'article L.2121-29 ;

VU les dispositions du chapitre 1^{er} Titre VIII du livre V du Code de l'environnement relatif à la publicité, au préenseignes et aux enseignes notamment ses articles L.581-14 et suivants ;

VU le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et au préenseignes ;

VU les dispositions du Code de l'urbanisme et notamment les articles L.153-11 et L.103-2 ;

VU la délibération du conseil municipal en date du 18 avril 2019 tirant le bilan de la concertation préalable à l'établissement du RLP et arrêtant le projet de RLP ;

VU le projet de RLP annexé à la présente délibération ;

CONSIDERANT les objectifs poursuivis par la commune dans le cadre de l'élaboration du RLP décrits dans le rapport de présentation ;

CONSIDERANT les conclusions et l'avis favorable du commissaire enquêteur, assorti de recommandations ;

CONSIDERANT que les modifications au projet de RLP arrêté ne remettent pas en cause l'économie générale du projet ;

CONSIDERANT que le règlement local de publicité, tel qu'il est présenté au conseil municipal est prêt à être approuvé conformément à l'article L.153-21 du Code de l'urbanisme ;

Sur proposition de Monsieur le Maire,

Le conseil municipal, après en avoir délibéré, à l'unanimité,

APPROUVE le règlement local de publicité tel qu'annexé à la présente délibération.

PRECISE que :

Conformément à l'article L.153-22 du Code de l'urbanisme, le règlement local de publicité sera tenu à la disposition du public en mairie, aux jours et heures habituels d'ouverture ;

Conformément à l'article R.581-79 du Code de l'environnement, le règlement local de publicité approuvé sera mis à disposition sur le site internet de la commune ;

Conformément à l'article L.581-14-1 du Code de l'environnement, le règlement local de publicité, une fois approuvé, sera annexé au plan local d'urbanisme ;

Conformément aux articles R.153-21 et R.153-22 du Code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée un mois en mairie ;

La présente délibération sera en outre publiée au recueil des actes administratifs mentionné à l'article R.2121-10 du Code général des collectivités territoriales ;

La délibération sera exécutoire à compter de l'accomplissement des mesures de publicité, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué, et à compter de sa transmission au représentant de l'état dans le département.

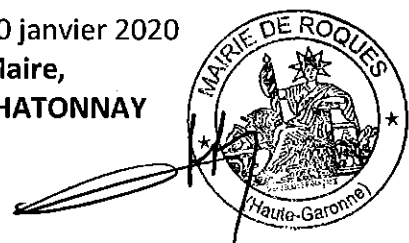
DIT que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif de Toulouse dans un délai de deux mois à compter de sa publication.

Pour : 24 - Contre : 0 - Abstention : 0

Le 30 janvier 2020

Le Maire,

C. CHATONNAY



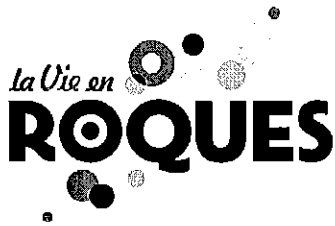
Envoyé en préfecture le 31/01/2020

Reçu en préfecture le 31/01/2020

Affiché le 31/01/2020



ID : 031-213104581-20200131-03AG24012020-DE



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
DÉPARTEMENT DE LA HAUTE GARONNE
ARRONDISSEMENT DE MURET

COMMUNE DE ROQUES

**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

Séance du 21 juin 2018

DELIBERATION 11 AG – Débat sur le Règlement Local de la Publicité

Le Conseil Municipal, régulièrement convoqué le **12 juin 2018**, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances sous la présidence de M. le Maire.

Nombre de conseillers en exercice : 27

Présents : 18

Votants : 25

Absents : 9

Présents : M. ARBEY, M. CHATONNAY, M. FEDERICI, M. EYNARD, M. GOZLAN, Mme GUEGUEN, Mme HUBERT, Mme LAVALADE, Mme LENOBLE, M. LERY, M. MABIRE, M. MICHON, Mme NOURI, M. PASQUET, Mme ROINEAU, M. ROUPIE, M. TISSOT, M. VIDAUX

Absents : M. BERNARD, M. BOUGUEMARI, Mme BOUISSOU, M. MOLINIER, Mme MONFRAIX, Mme MORAND-CHAULIAC, M. PERROUD, Mme ROUQUIE, M. TREPOUT

Pouvoirs donnés : M. LERY par M. BOUGUEMARI,
M. EYNARD par Mme BOUISSOU,
Mme GUEGUEN par M. MOLINIER,
M. VIDAUX par Mme MONFRAIX,
Mme ROINEAU par Mme MORAND-CHAULIAC,
Mme HUBERT par Mme ROUQUIE
M. ARBEY par M. TREPOUT

Secrétaire de séance : Monsieur ARBEY

DELIBERATION 11 AG - Débat sur le Règlement Local de la Publicité

- Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ;
- Vu le code de l'environnement, notamment l'article L.581-14-1 qui prescrit que les règlements locaux de publicité sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme ;
- Vu le code de l'urbanisme, notamment l'article L.153-12 qui prescrit qu'un débat au sein du conseil municipal sur les orientations du projet doit se tenir deux mois au plus tard avant l'examen du projet ;
- Vu la délibération en date du 16 janvier 2018 de la ville de Roques qui prescrit la révision du RLP, fixe les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;

Monsieur LERY présente le rapport suivant :

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir au sein du conseil municipal sur les orientations du règlement local de publicité (RLP) de Roques.

Un Règlement Local de la publicité édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression, ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

La procédure d'élaboration du RLP est identique à celle du PLU. Cela conduit à la tenue d'un débat sur les orientations du règlement en conseil municipal.

La révision du RLP de 1997 ayant été décidée par délibération du 16 janvier 2018, il est proposé aujourd'hui au conseil municipal de débattre sur les orientations générales du projet de RLP. Il s'agit d'un débat sans vote.

Objectifs du RLP

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 Règlement Local de Publicité au développement de la commune depuis 1997 : Zones économiques (extension de la zone commerciale de Fraixinet et création de la zone commerciale de la Côte), développement de l'habitat (création de nouveaux lotissements ou quartier : 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, 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 ;
- Prendre en compte les dispositifs de publicité et d'enseigne 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 Règlements Locaux de Publicité des communes voisines dans les zones limitrophes : Muret, Portet, Frouzins, Villeneuve.

Présentation du diagnostic :

Envoyé en préfecture le 28/06/2018

Reçu en préfecture le 28/06/2018

Affiché le 28/06/2018

ID : 031-213104581-20180621-11AG210618-DE



Le règlement local de publicité actuellement en vigueur (1997) n'admet la publicité en grand format (12 m²) que sur la RD68 ; il n'évoque pratiquement pas les enseignes.

Le diagnostic montre que la commune est dotée d'un patrimoine naturel et bâti de qualité, qui lui confère un cadre de vie très agréable. Les espaces de nature et les berges de Garonne sont des lieux remarquables dont le niveau de protection est nécessairement très élevé. Il en va de même pour les secteurs résidentiels où la publicité peut trouver sa place, mais de manière très restrictive.

Il subsiste une vingtaine de préenseignes dites dérogatoires situées hors agglomération, qui ne sont plus légales depuis le 13 juillet 2015. Une régularisation sera à envisager à l'occasion de la révision du RLP.

Les enseignes en centre-ville sont harmonieuses et relativement bien intégrées dans les façades commerciales.

Dans les zones d'activités, différents cas d'illégalité ont été observés : surface trop importante en pourcentage de la façade, dépassement des murs, nombre et surface des enseignes scellées au sol excessifs, enseignes en toiture avec panneau de fond. Par ailleurs, la surcharge de drapeaux, la mauvaise qualité du matériel ou les banderoles inesthétiques (sur clôture en particulier) donnent une mauvaise image des commerces et de la ville ;

La combinaison des objectifs, du diagnostic et du débat en conseil municipal, a permis de définir les orientations suivantes :

A) 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 limitée à 2 m² ;
- Définir les conditions d'implantation de la publicité dans les zones commerciales ("périmètre" hors agglomération) ;
- Limiter la surface des publicités numériques dans les zones commerciales ;
- Étendre la plage d'extinction nocturne.

B) Enseignes :

- Formaliser les règles qualitatives pour les enseignes dans le centre-ville et les quartiers ;
- Limiter les enseignes scellées au sol ;
- Définir le régime des enseignes dans les zones commerciales ;
- Autoriser les enseignes numériques uniquement dans les zones commerciales ;
- Étendre la plage d'extinction nocturne.

L'ensemble des orientations étant partagé par les élus,

Le conseil municipal, à l'unanimité des membres présents et représentés,

- PREND ACTE des orientations générales du projet de RLP et des termes du débat.

Le 26 juin 2018

Le Maire,

C. CHATONNAY



Envoyé en préfecture le 28/06/2018

Reçu en préfecture le 28/06/2018

Affiché le 28/06/2018



ID : 031-213104581-20180621-11AG210618-DE



Règlement local de publicité (RLP)

Le présent règlement complète et adapte le règlement national de publicité (RNP). Les dispositions du RNP non expressément modifiées par le présent règlement demeurent applicables.

En agglomération,

Le règlement local de publicité de Roques institue trois zones de publicité :

La zone 1 couvre le centre-ville ;

La zone 2 couvre la zone commerciale Bonnafous ;

La zone 3 couvre toutes les parties de l'agglomération qui ne sont comprises ni en zone 1 ni en zone 2.

Hors agglomération, un périmètre au sens de l'article R. 581-77 du Code de l'environnement, est institué à proximité immédiate des établissements du centre commercial « Fraixinet ». Il est nommé « zone 4 ».

Hors agglomération, et hors de la zone 4 les enseignes suivent les règles de la zone 3.

Conformément au Code de l'environnement, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités. En conséquence, les dispositions du présent règlement régissant la publicité s'appliquent également aux préenseignes, à l'exclusion des préenseignes dérogatoires et des préenseignes temporaires installées hors agglomération.

Sont annexés au présent règlement :

- le document graphique faisant apparaître les trois zones et le périmètre. Ce document a valeur réglementaire ;
- l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique.

Les mots suivis d'un * renvoient au lexique

Dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire

Article A : Publicité dans les zones naturelles et végétalisées

Toute forme de publicité est interdite dans les espaces boisés classés, dans les zones classées « N » au plan local d'urbanisme, ainsi que dans les zones naturelles et végétalisées repérées sur le plan de zonage annexé. L'ensemble de ces lieux est coloré en vert sur le plan.

Article B : Publicité sur les murs de clôtures et clôtures

La publicité est interdite sur les murs de clôtures et les clôtures.

Article C : Aspect extérieur des locaux

Tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que les enseignes, les publicités de petit format ou les préenseignes soit supprimées et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article D : Enseignes sur arbres et haies

Les enseignes fixées sur les arbres, les plantations arbustives ou les haies sont interdites.

Article E : Enseignes sur clôture

Une seule enseigne par établissement peut être autorisée. Sa surface n'excède pas un mètre carré. Lorsque plusieurs établissements sont implantés sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif.

Article F : Enseignes temporaires

Toutes les enseignes temporaires, parmi lesquelles les bâches temporaires, peuvent être apposées au maximum 14 jours avant l'événement qu'elles annoncent et retirées au maximum 3 jours après celui-ci. Les enseignes temporaires signalant des opérations immobilières sont admises pour la durée de l'opération à raison d'un dispositif scellé au sol ou mural, de format maximum 12 mètres carrés, par unité foncière.

Article G : Enseignes à faisceau de rayonnement laser

Elles sont interdites.

Article H. : Horaires d'extinction

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain. Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22 heures et 8 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.

Dispositions applicables en zone 1

Article 1.1 : Définition de la zone

Cette zone couvre le centre-ville de Roques. Elle est repérée en ocre sur le plan annexé.

Article 1.2 : Publicités sur palissade de chantier

Elles sont admises dans les conditions prévues par le règlement national de publicité.

Article 1.3 : Publicités sur mobilier urbain

Leur surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article 1.4 : Autres publicités, lumineuses ou non

Les publicités installées directement sur le sol, dites « chevalets » n'excèdent pas 0,70 mètre carré.

Les publicités de petit format* sont admises.

Toute autre forme de publicité est interdite.

Article 1.5: Enseignes numériques

Elles sont interdites.

Article 1.6 : Enseignes apposées sur les façades

Les enseignes ne peuvent être apposées que sur l'unité foncière, le bâtiment ou le niveau du bâtiment sur lequel s'exerce l'activité.

Les enseignes apposées sur les façades doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades. Aucune partie de l'enseigne ne doit masquer les corniches et les éléments de modénature.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'en rez-de-chaussée, les enseignes sont placées sous le niveau du plancher du premier étage.

Les établissements dont l'activité s'exerce en étage installent leur enseigne sur lambrequin.

Les enseignes à plat sont constituées de lettres découpées, auto-éclairantes ou non.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte sont limitées à un dispositif par établissement. Lorsque ce dernier dispose de plusieurs façades, un dispositif par façade est admis. Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte sont apposées en limite de propriété. Elles sont placées, sauf impossibilité, au minimum à 2,20 mètres du sol et dans l'alignement du bandeau. Leurs dimensions maximales sont de 0,70 mètre par 0,70 mètre, épaisseur de 0,15 mètre.

Les débits de tabac assurant d'autres services ou activités peuvent installer une deuxième enseigne perpendiculaire en complément de la « carotte » réglementaire.

Article 1.7 : Enseignes de surface supérieure à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, leur largeur ne peut excéder la moitié de leur hauteur, leur surface est inférieure ou égale à 2 mètres carrés.

Article 1.8 : Enseignes de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées à un dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité.

Article 1.9 : Enseignes sur toiture ou sur des terrasses en tenant lieu

Elles sont interdites.

Dispositions applicables dans la zone 2

Article 2.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond à la zone commerciale Bonnafous. Elle est repérée en rose sur le plan annexé.

Article 2.2 : Publicités sur palissade de chantier

Elles sont admises dans les conditions prévues par le règlement national de publicité.

Article 2.3 : Publicités sur mobilier urbain

Leur surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article 2.4 : Autres publicités, lumineuses ou non

Les publicités installées directement sur le sol, dites « chevalets » n'excèdent pas 0,70 mètre carré.

Toute autre forme de publicité est interdite.

Article 2.5 : Enseignes de surface supérieure à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

De forme libre, leur largeur ne peut excéder la moitié de leur hauteur ; leur surface est inférieure ou égale à 6 mètres carrés.

Article 2.6 : Enseignes de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées à trois dispositifs le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité.

Article 2.7 : Enseignes sur toiture ou sur des terrasses en tenant lieu

La hauteur des enseignes ne peut excéder le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 2 mètres.

Dispositions applicables en zone 3

Article 3.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond aux parties du territoire aggloméré qui ne sont comprises ni en zone 1 ni en zone 2. Elle est repérée en beige sur le plan annexé.

Article 3.2 : Publicités sur palissade de chantier

Elles sont admises dans les conditions prévues par le règlement national de publicité.

Article 3.3 : Publicités sur mobilier urbain

Leur surface est limitée à 2 mètres carrés.

Article 3.4 : Publicités sur les pignons et façades

Leur surface est limitée à 4 mètres carrés.

Article 3.5 : Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont interdites, à l'exception des publicités installées directement sur le sol, dites « chevalets », qui n'excèdent pas 0,70 mètre carré.

Article 3.6 : Publicités lumineuses autres que les publicités éclairées par projection ou transparence.

Elles sont interdites.

Article 3.7 : Enseignes numériques

Elles sont interdites.

Article 3.8 : Enseignes apposées sur les façades

Les enseignes apposées sur les façades doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades. Aucune partie de l'enseigne ne doit masquer les éléments de modénature.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte sont limitées à un dispositif par établissement. Lorsque ce dernier dispose de plusieurs façades, un dispositif par façade est admis.

Article 3.9 : Enseignes de surface supérieure à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées à un dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, leur largeur ne peut excéder la moitié de leur hauteur ; leur surface est inférieure ou égale à 6 mètres carrés.

Article 3.10 : Enseignes de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées à un dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité.

Article 3.11 : Enseignes sur toiture ou sur des terrasses en tenant lieu

Elles sont interdites.

Dispositions applicables dans la zone 4

Article 4.1 : Définition de la zone

Cette zone correspond à un périmètre au sens de l'article R. 581-77 du Code de l'environnement, institué à proximité immédiate des établissements du centre commercial « Fraixinet ».
Elle est repérée en jaune sur le plan annexé.

Article 4.2 : Publicités sur palissade de chantier

Elles sont admises dans les conditions prévues par le règlement national de publicité.

Article 4.3 : Publicités sur mobilier urbain

Leur surface est limitée à 10,6 mètres carrés.

Article 4.4 : Publicités sur les pignons et façades

Leur surface est limitée à 10,6 mètres carrés.

Article 4.5 : Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol

Leur surface est limitée à 10,6 mètres carrés.

Article 4.6: Densité des publicités

Sur une même unité foncière, deux publicités doivent être distantes de 150 mètres minimum.

Article 4.7 : Publicités numériques

Leur surface est limitée à 6 mètres carrés.

Article 4.8 : Enseignes apposées sur les façades

Elles se conforment au règlement national de publicité.

Article 4.9 : Enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont interdites, quelle que soit leur surface.

Article 4.10 : Enseignes de surface supérieure à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, leur largeur ne peut excéder la moitié de leur hauteur ; leur surface est inférieure ou égale à 6 mètres carrés.

Article 4.11 : Enseignes de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont limitées à trois dispositifs le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité.

Article 4.12 : Enseignes sur toiture ou sur des terrasses en tenant lieu

La hauteur des enseignes ne peut excéder le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 2 mètres.

Baie :

Toute ouverture de fonction quelconque pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.)
Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

Bandeau (de façade) :

Bande horizontale située entre le bord supérieur des ouvertures de la devanture et la corniche séparant le rez-de-chaussée du premier étage ou de l'entresol d'un immeuble.

Bâtiment d'habitation :

Tout bâtiment dans lequel 50 % de la surface au moins est destinée à l'habitation.

Chevalet :

Préenseigne ou publicité posée au sol généralement devant un magasin.

Clôture :

Construction non maçonnée destinée à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle :

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ajourée.

Clôture non aveugle :

Clôture non aveugle constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Corniche :

Ornement en saillie sur un mur destiné à protéger de la pluie.

Devanture :

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositif publicitaire :

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

Éléments architecturaux ou décoratifs :

Corniches, têtes de mur, pierres de harpage, bas-relief, etc.

Enseigne éclairée :

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection.

Enseigne lumineuse :

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...)

Face (d'un panneau publicitaire)

Surface plate verticale supportant l'affiche.

Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

Fixe :

Dispositif installé durablement et qui n'est pas lié à une opération ou un événement particulier. C'est le cas général des panneaux publicitaires ou des enseignes. S'oppose à « temporaire* » pour le Code de l'environnement

Lambrequin :

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle ajourée, disposé en partie supérieure des marquises, des baies*...
Il désigne également la partie tombante en partie basse d'un store de toile.

Mobilier urbain publicitaire :

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis.
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial.
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel.
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Modénature :

Ensemble des éléments de moulures et d'encadrement de la façade.

Mur de clôture :

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Palissade de chantier :

Clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé.

Projection ou transparence (éclairage par) :

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible.

Publicité de petit format :

Publicité intégrée dans les devantures commerciales au sens d'article L.581-8-III du Code de l'environnement.

Store :

Rideau de toile destiné à abriter une baie* du soleil ou des intempéries.

Support :

Toute construction (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptible de recevoir un dispositif publicitaire.

Temporaire :

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le Code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière. S'oppose à « fixe* » et ne concerne pas les dispositifs provisoirement installés en attente d'un dispositif définitif.

Toiture-terrasse :

Toiture dont la pente est inférieure à 15%.

Unité foncière :

Ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire.

Vitrine :

Baie* vitrée d'un local commercial.

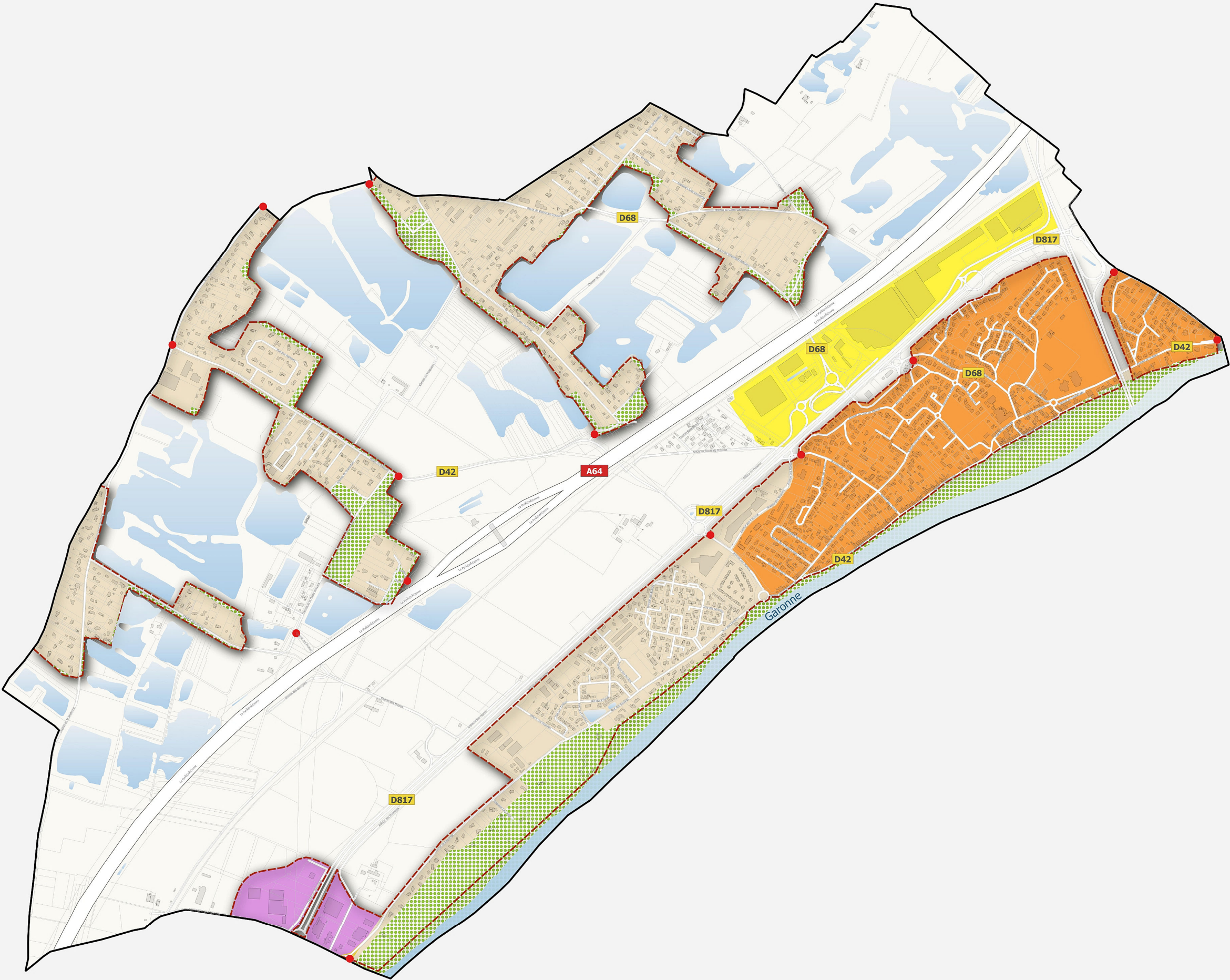
Espace aménagé derrière cette baie* où sont exposés les produits.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Plan de zonage

- ZONAGE RLP**
- Zones naturelles et végétalisées
 - Zone 1
 - Zone 2
 - Zone 3
 - Périmètre hors agglomération, Zone 4

- AUTRES ELEMENTS**
- Panneau d'entrée/de sortie d'agglomération
 - Limite du territoire aggloméré
 - Hors agglomération
 - Réseau hydrographique
 - Limite communale





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

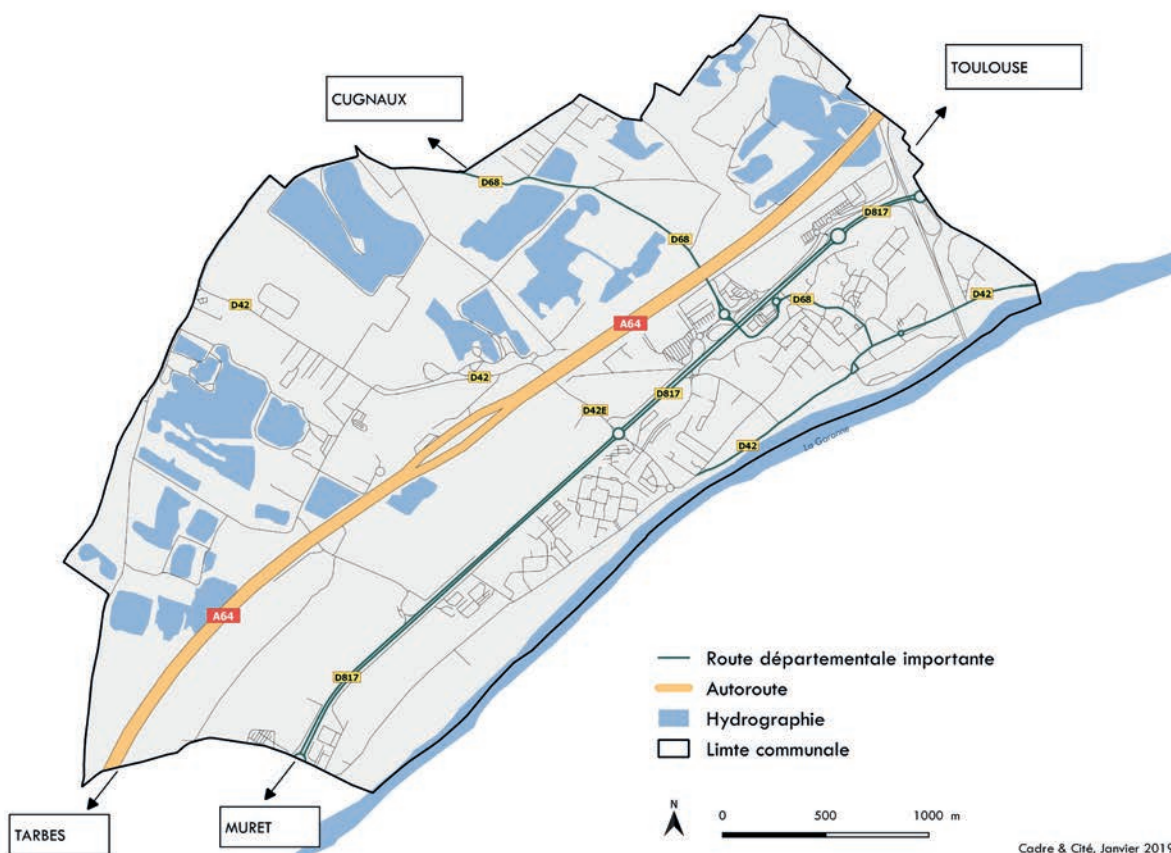
Située à environ 15 kilomètres au sud-ouest de Toulouse, la ville de Roques s'est établie sur le long de la Garonne. Celle-ci constitue une frontière naturelle avec les communes voisines.

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

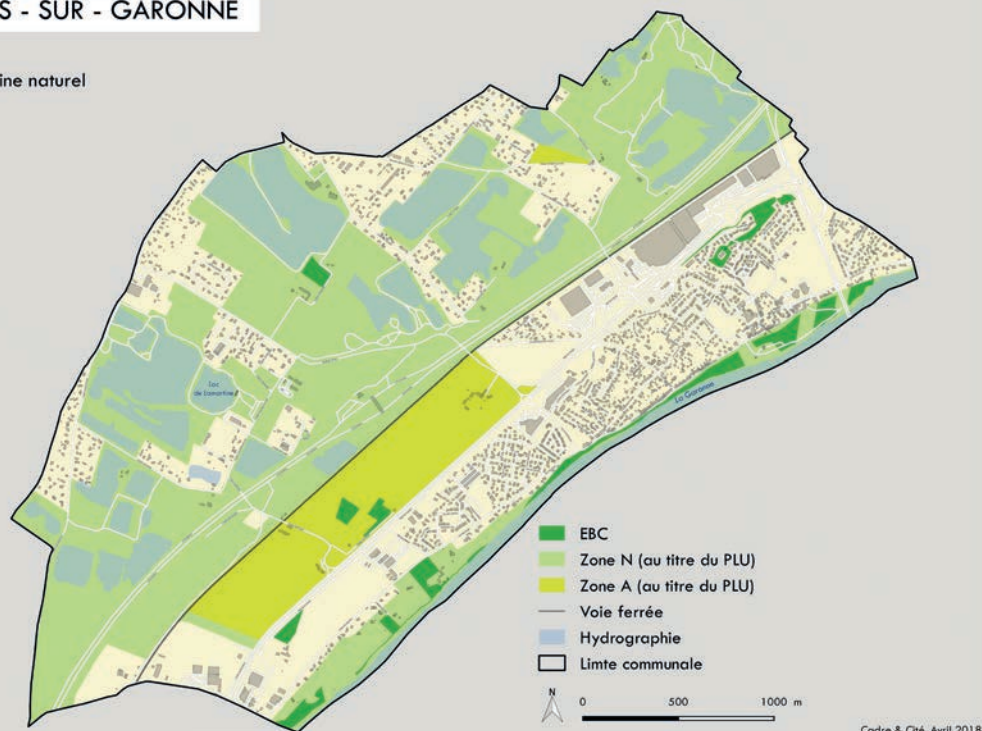
La Garonne et ses abords :

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

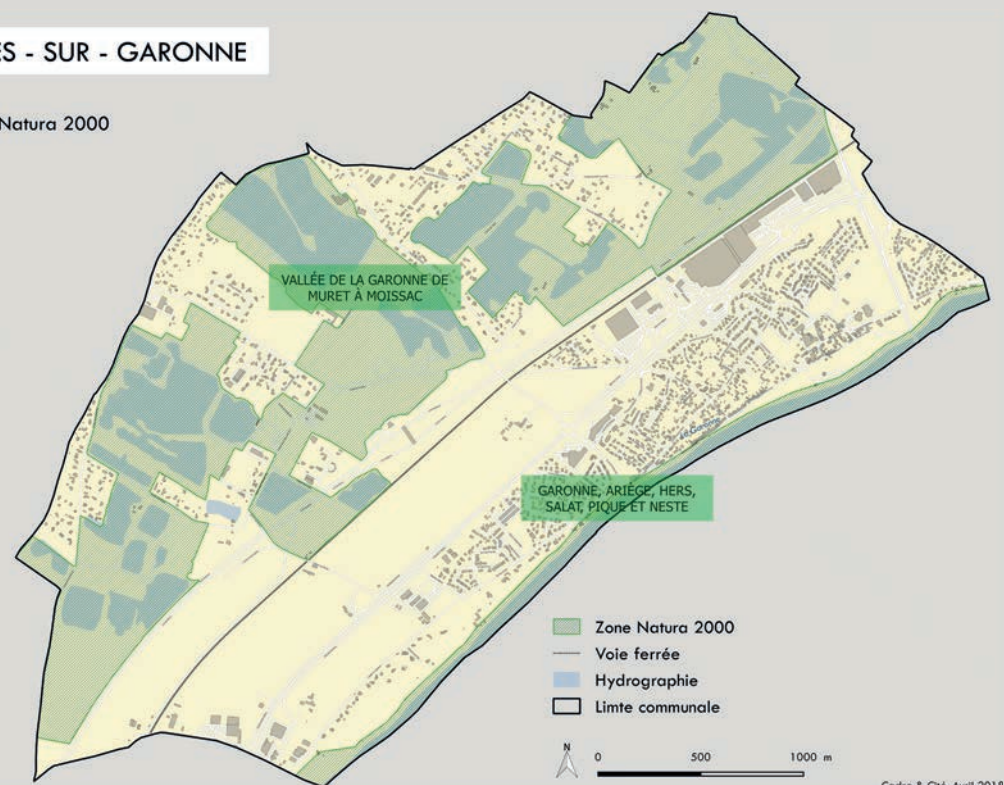
Le patrimoine naturel



Le patrimoine naturel

ROQUES - SUR - GARONNE

Les zones Natura 2000



Les zones Natura 2000

3.2. LE CENTRE-VILLE

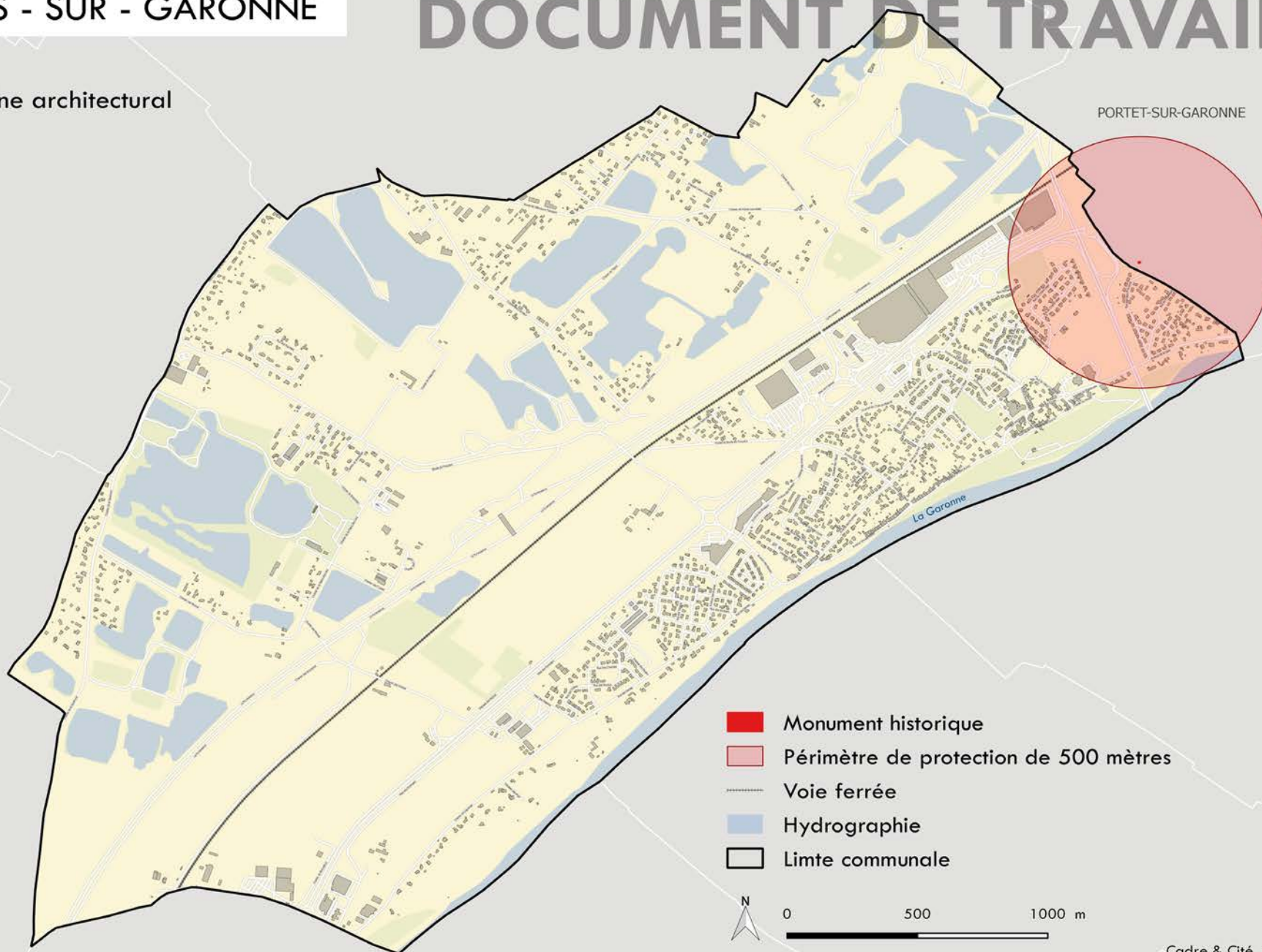
Aucun bâtiment n'est classé, mais le centre-ville de la commune conserve un caractère pittoresque notamment dans son architecture. En effet, de nombreux bâtiments sont construits avec des briques en terre cuite, typique de la région.



ROQUES - SUR - GARONNE

Le patrimoine architectural

DOCUMENT DE TRAVAIL



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.

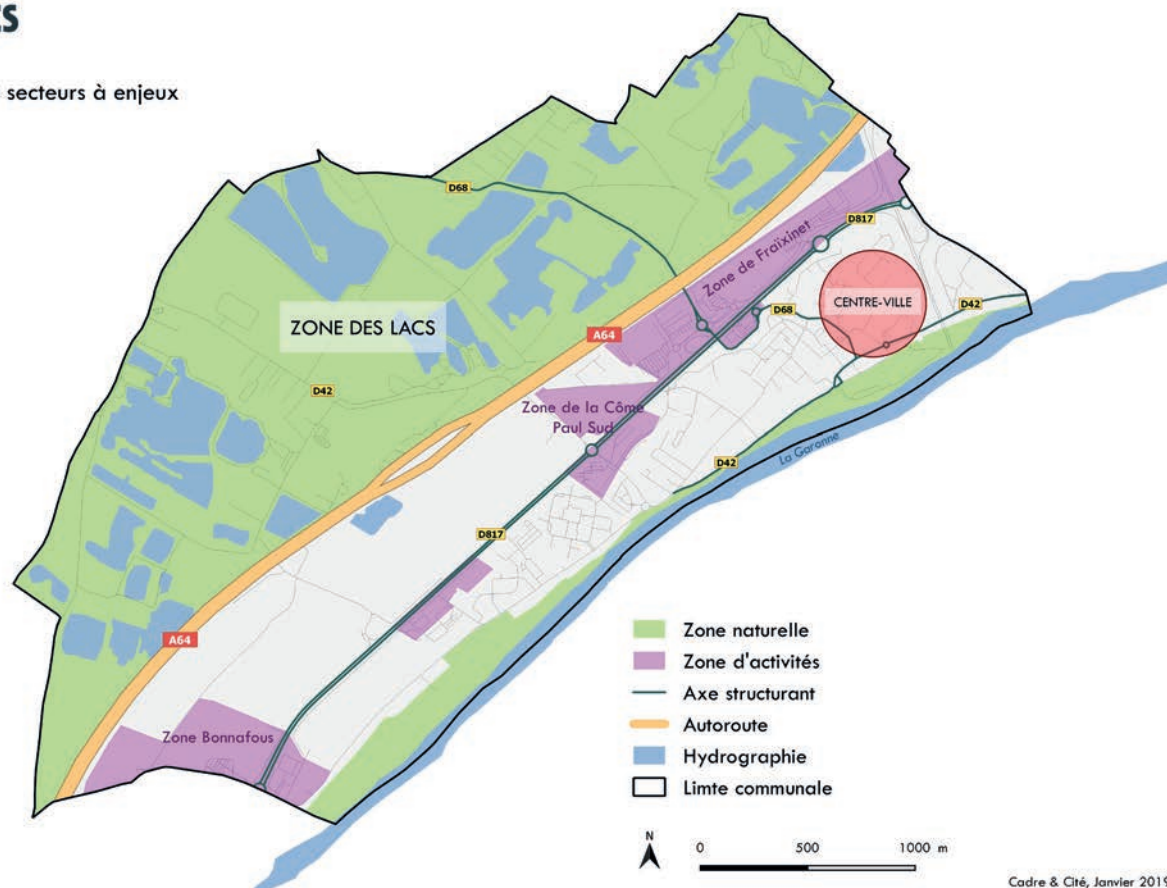
Les principaux secteurs d'activités sont :

- **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 : Ikéa, 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



Les bords de la Garonne

3.4. SYNTHÈSE DES ENJEUX

Le territoire communal se classifie 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 PROCEDURE ET LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

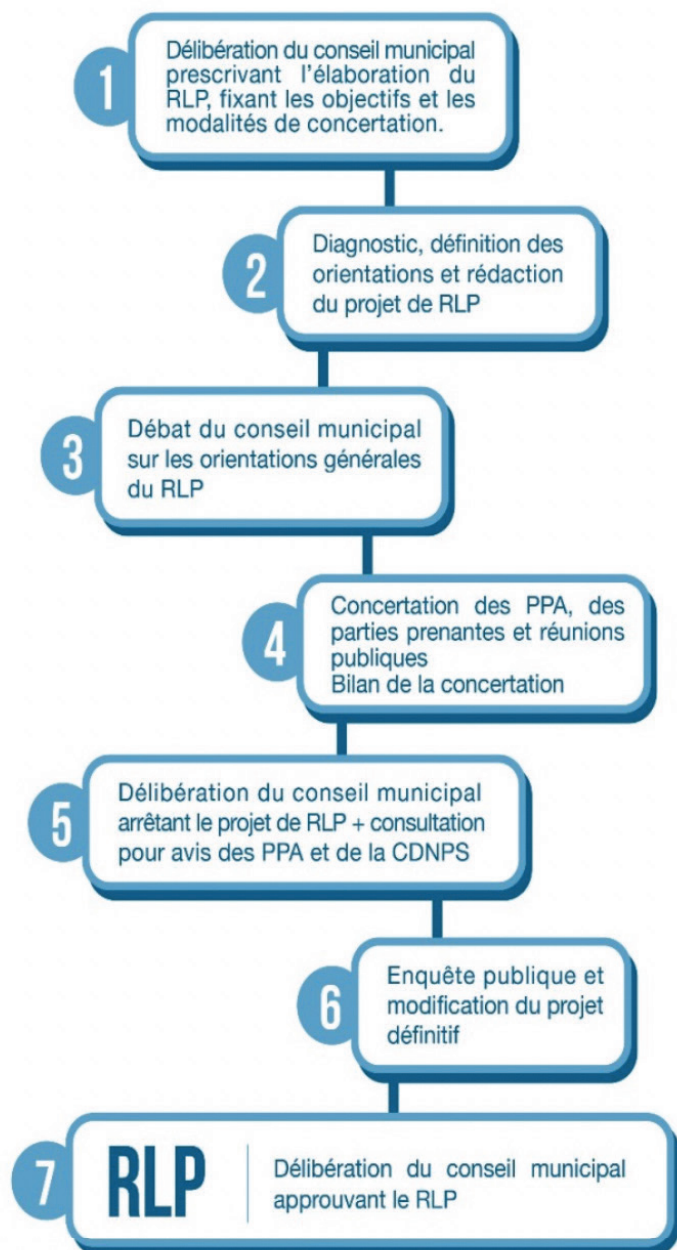
Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, lexique, etc.

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.

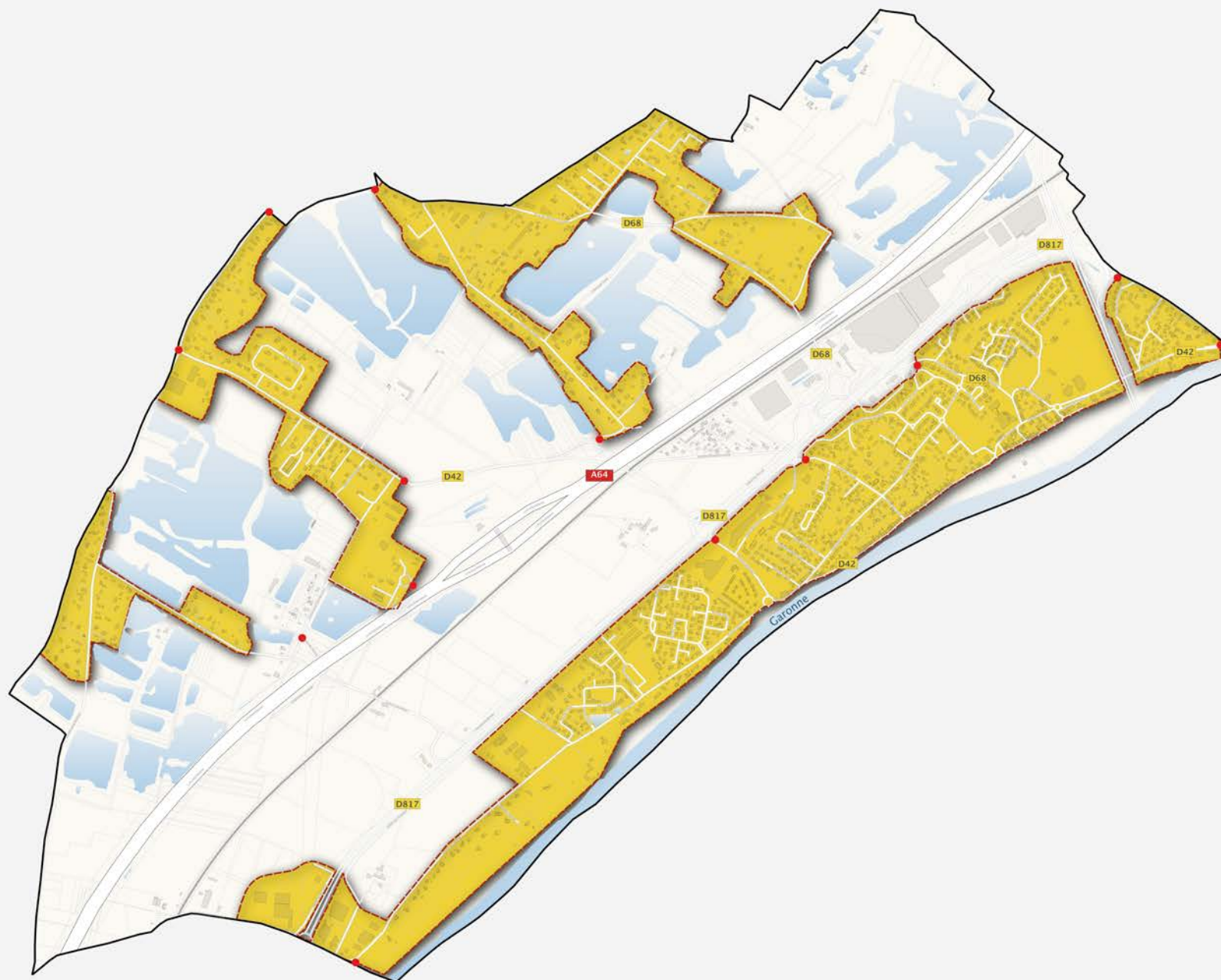
L'article R.110-2 du Code de la route définit l'agglomération : « Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

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

-  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).

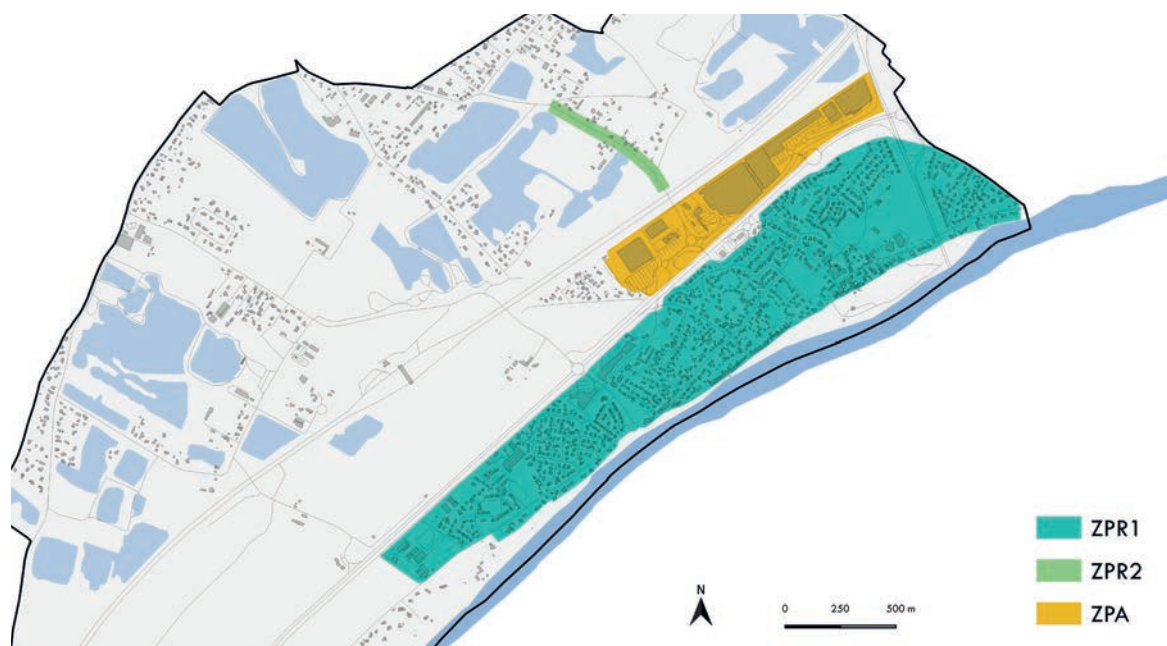
Les publicités sur portatifs sont autorisées aux conditions suivantes :

- 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.

