



Elaboration du Règlement Local de Publicité

Présentation du diagnostic – 30 mars 2022

Bureau d'études Go Pub Conseil



SOMMAIRE

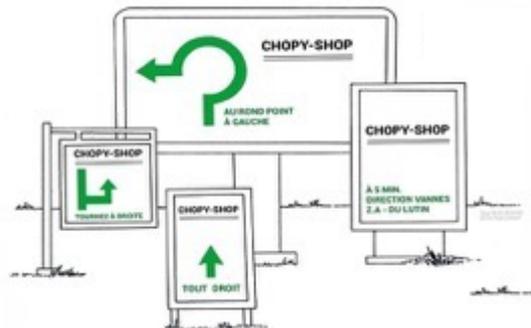
1. Définitions
2. Diagnostic des publicités et préenseignes
3. Diagnostic des enseignes
4. Orientations

Définitions

#01 Définitions

UNE PRÉ-ENSEIGNE

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



UNE PUBLICITÉ

Constitue, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

(article L581-3-1° du code de l'environnement)



Règlementées de la même manière

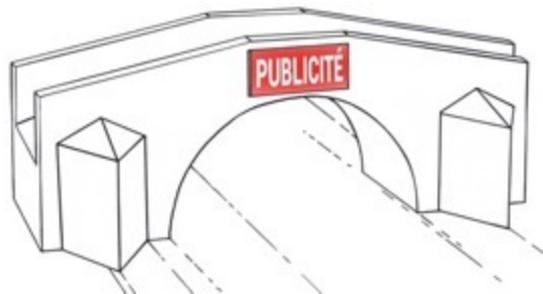


DIAGNOSTIC DES
PUBLICITES ET
PREENSEIGNES

#02 Interdictions absolues de publicité – dérogation impossible



Publicité (ou pré-enseigne)
sur un mur ou une clôture de
jardins publics et clôture non-
aveugle



sur les équipements publics
relatifs à la circulation



Sur les poteaux
de transport et
de distribution
d'électricité



Sur les murs de cimetières



Sur arbres et
plantations

#02 Interdiction absolue hors agglomération

- **Agglomération** = espace sur lequel sont groupés des bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.
- La réalité du bâti prévaut sur l'installation des panneaux d'entrée et de sortie (**jurisprudence CE, 02/03/1990**).
- Les limites d'agglomération sont fixées par arrêté du maire.



Hors agglomération, depuis le 13 juillet 2015, 4 dérogations subsistent pour les pré-enseignes qui signalent :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.



#02 La notion d'agglomération



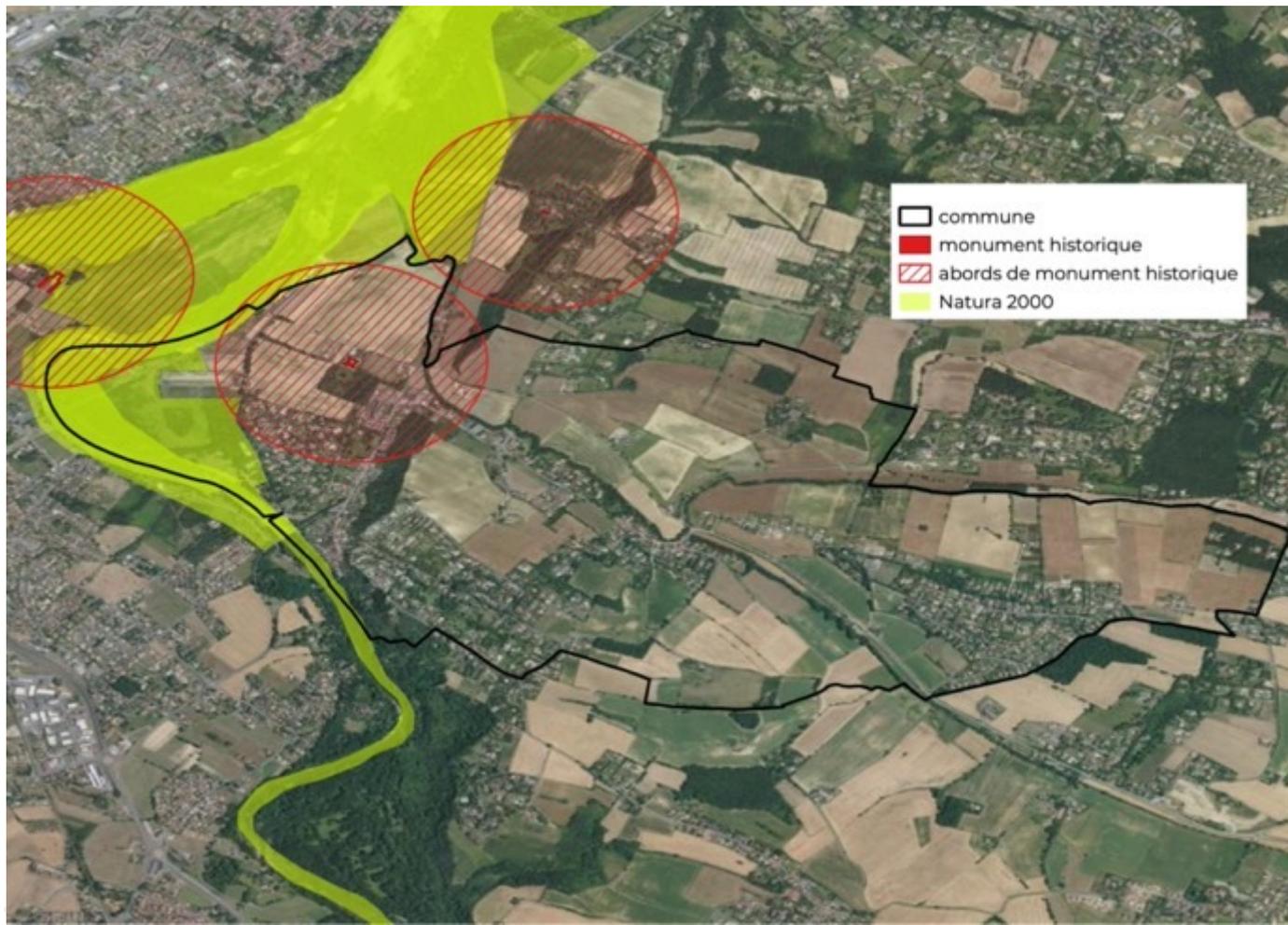
#02 Publicités et préenseignes – Principaux formats publicitaires

	Agglomération de moins de 10 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	RLP de 2002
Publicité (ou pré-enseigne) sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface \leq 4 m ² hauteur \leq 6 m	surface \leq 12 m ² hauteur \leq 7,5 m	surface \leq 4 m ² hauteur \leq 4 m
Publicité (ou pré-enseigne) scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse	INTERDITE	surface \leq 12 m ² hauteur \leq 6 m	INTERDITE
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface \leq 4 m ² hauteur \leq 6 m extinction entre 1h et 6h	Règles de la publicité non lumineuse extinction entre 1h et 6h*	surface \leq 4 m ² hauteur \leq 4 m
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (notamment numérique)	INTERDITE	surface \leq 8 m ² hauteur \leq 6 m extinction entre 1h et 6h*	surface \leq 4 m ² hauteur \leq 4 m

Lacroix-Falgarde

*extinction nocturne valable uniquement dans les unités urbaines < 800 000 habitants – décret en cours pour supprimer cette exception

#01 Les interdictions de publicités sur le territoire en lien avec le patrimoine



14 publicités et préenseignes inventoriées

Aucune publicité/préenseigne sur le mobilier urbain

Aucune publicité/préenseigne sur toiture

Aucune publicité numérique



#02 Publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

5 publicités/préenseignes scellées au sol

- Surface > 12 m² (un dispositif)
- Densité (quatre dispositif)
- Hors agglomération (un dispositif)

- **Enjeux** : Réduire la surface, la hauteur et la densité (voire interdire) de la publicité scellée au sol en revenant à des dispositions applicables hors de l'unité urbaine de Toulouse (et proche du RLP de 2002)



#02 Publicités et pré-enseignes sur mur et clôture

- **8 publicités sur clôture**
 - Sur clôture non aveugle (illégal)
- **Une publicité sur un mur :**
 - À moins de 50 cm du sol (illégal)
- **Enjeux** : Réduire la surface, la hauteur et la densité de la publicité sur mur ou clôture en revenant à des dispositions applicables hors de l'unité urbaine de Toulouse (et proche du RLP de 2002)



#02 Conclusion sur les publicités/préenseignes

- Un RLP datant de 2002 (caduc depuis janvier 2021) qui permettait de préserver en partie le territoire
- Une publicité presque absente du territoire communal lors de l'inventaire

MAIS

- Un risque important d'implantation de publicité de grand format du fait de l'appartenance à l'unité urbaine de Toulouse

RLP de 2002 sur la publicité :

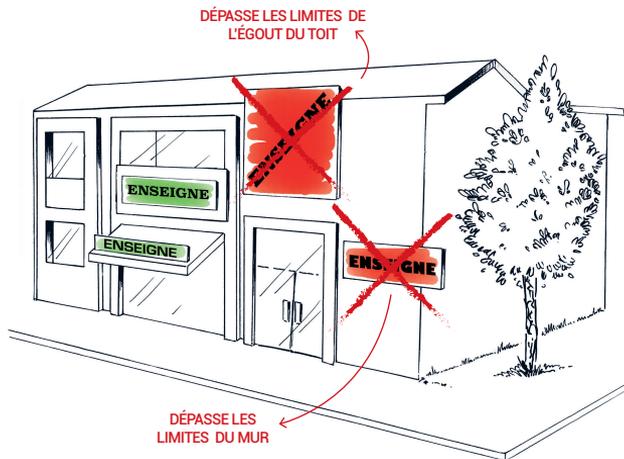
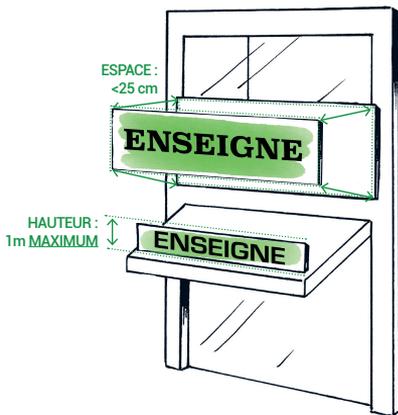
- une interdiction de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol ;
- une limitation de la publicité sur le mobilier urbain en particulier la surface sur les « sucettes » limitée à 2 mètres carrés ;
- une réduction de la surface à 4 mètres carrés et de la hauteur au sol à 4 mètres pour la publicité sur un mur ou une clôture aveugle.



LES ENSEIGNES

La règle

- Ne doit pas dépasser les limites du mur support ou les limites de l'égout du toit
- Saillie ≤ 25 cm



Les observations

- 140 enseignes de ce type sur le territoire
- Forme : diverses (panneau sur fond, lettres découpées, vitrophanie extérieure)
- 105 enseignes dont la surface < 2 m² (75%)
- Une vingtaine d'enseignes dépassent des limites du mur ou de l'égout du toit
- Enjeux
 - Maintenir les petits formats et la qualité globalement satisfaisantes hormis quelques enseignes en zone commerciale

#03

Enseignes parallèles au mur



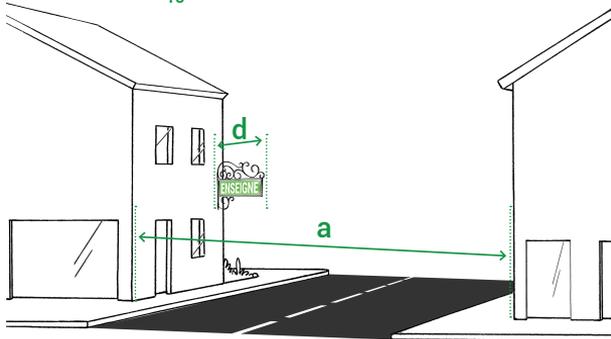
#03 Enseignes perpendiculaires au mur

La règle

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant 2 alignements de la voie publique dans la limite de 2m
- Interdit devant un balcon ou une fenêtre

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



Les observations

- Huit enseignes perpendiculaires
 - surfaces $< 1 \text{ m}^2$
 - saillie $< 1 \text{ m}$
 - enseigne de ce type par façade.
- L'impact paysager de cette catégorie d'enseignes demeure limité compte tenu de leur faible taille.



#03 Surface cumulée des enseignes en façade (parallèles + perpendiculaires)

La règle

Façade < 50 m²

25% d'enseignes

Façade ≥ 50 m²

15 % d'enseignes



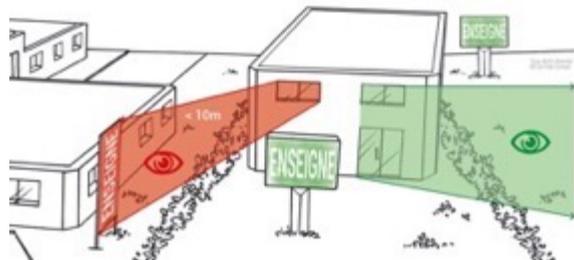
Les observations

Cinq activités ont une surface d'enseignes dépassant les seuils autorisés (Maison Lascours, CDM Cuisines, La Marinière, Fraîcheur et Saveur, La Plume Presse)

#03 Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La règle

- Une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Surface $\leq 6 \text{ m}^2$
- Hauteur maximale
 - 6,5 m si largeur $\geq 1 \text{ m}$
 - 8 m si largeur $< 1 \text{ m}$
- Pas de règle si l'enseigne mesure moins d'1m²



Les observations

- Neuf enseignes scellées ou posées au sol
- Huit enseignes dont la surface est inférieure à 1 mètre carré ; Une seule enseigne dont la surface dépasse 1 mètre carré.

Enjeux : Maintenir le faible impact de cette catégorie d'enseignes sur le territoire



#03 Enseignes sur clôture

La règle

- Pas de règles spécifiques dans le code de l'environnement

Les observations

- Une seule enseigne sur le territoire communal

Enjeux : Éviter une augmentation de ce type de dispositif en l'interdisant ou en le limitant fortement



#03 Enseignes sur toiture

La règle

- Surface cumulée totale $\leq 60 \text{ m}^2$
- Réalisée en lettres/logos découpés sans panneau de fond de plus de 50 cm

Les observations

- Huit enseignes sur toiture
- Dont trois en infraction car non réalisées en lettres et signes découpés

Enjeux : Interdire sur toute la commune ?



#03 Enseignes lumineuses

La règle

- Plage d'extinction nocturne de 1h à 6h

Les observations

- Quarantaine d'enseignes lumineuses
- Aucune enseigne numérique (intérieure et extérieure)

Enjeux : Limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergies / anticiper le développement du numérique



#03 Enseignes temporaires

Sont considérées comme **enseignes temporaires** :

1° Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



#03 Conclusion sur les enseignes

- Des enseignes globalement respectueuses du code de l'environnement

MAIS

- Une zone d'activités concentrant des implantations peu qualitatives voire non conformes en toiture ou encore en façade
- Une présence d'enseignes lumineuses qui peut générer des nuisances

RLP de 2002 sur les enseignes :

- une interdiction des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- une réduction de la surface à 2 mètres carrés pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Une seule enseigne par activité était autorisée.

Orientation n°1 : Limiter les possibilités d'implantation publicitaire compte tenu des paysages de la commune à dominante rurale et périurbaine en appliquant en partie les règles en matière de publicités et préenseignes des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Orientation n°2 : Ne pas instaurer de dérogation pour les publicités et les préenseignes situées aux abords du château de Lacroix-Falgarde

Orientation n°3 : Limiter l'impact des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses (notamment numériques)

#02 Propositions d'orientations – Volet enseignes

Orientation n°3 : Limiter l'impact des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses (notamment numériques)

Orientation n°4 : Améliorer l'intégration paysagère des enseignes sur façade avec un vigilance particulière aux abords du Château de Lacroix-Falgarde

Orientation n°5 : Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les encadrant lorsqu'elles font moins d'un mètre carré et en adaptant leur format aux caractéristiques territoriales lorsqu'elles dépassent un mètre carré

Orientation n°6 : Interdire certaines implantations d'enseignes peu qualitatives : sur clôture, sur toiture, sur auvent, sur marquise, sur les arbres, etc.

Orientation n°7 : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires



Merci pour votre
attention et votre
participation