



Note de présentation non technique relative au projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Lacroix-Falgarde

Objet : Enquête publique dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité

En élaborant son Règlement Local de Publicité, la commune a souhaité règlementer et harmoniser l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et pré-enseignes) afin d'assurer la préservation de son patrimoine bâti et naturel dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses habitants.

Par délibération en date du 14 décembre 2020, le conseil municipal de Lacroix-Falgarde s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Encadrer les possibilités de supports publicitaires aux abords de certaines voies ;
- Éviter l'implantation de panneaux publicitaires dans les secteurs sauvegardés et protégés ;
- Limiter la présence de ces dispositifs dans le champ de visibilité de certains sites ou monuments (exemple : le Château de Lacroix-Falgarde) ;
- Formuler des règles spécifiques pour les entrées de ville, les carrefours ainsi que les abords des établissements scolaires (groupe scolaire Le Cossignol) ;
- Éviter le phénomène dit « d'empilement » en renforçant les règles d'inter-distance entre les dispositifs ;
- Élaborer des prescriptions d'implantation, d'insertion et d'esthétique des dispositifs publicitaires ;
- Améliorer l'intégration des enseignes et pré-enseignes dans le paysage urbain (en particulier dans le centre commercial verte campagne et le centre-villageois historique)
- Limiter en nombre et en surface cumulée les enseignes signalant une activité déterminée ;
- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage disponibles ;
- Définir les heures d'extinction de la publicité/les restreindre pour les enseignes
- Définir des lignes architecturales pour les enseignes, principalement dans le champ de visibilité de certains sites ou monuments (exemple : Château de Lacroix-Falgarde) ;
- Clarifier le nombre et l'usage des dispositifs relatif à l'affichage d'opinion.

Afin de remplir ces objectifs, plusieurs orientations ont été débattues par le conseil municipal, à savoir :

- 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 pré-enseignes 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 pré-enseignes situées en agglomération aux abords du château de Lacroix-Falgarde et dans les sites Natura 2000
- Orientation n°3 : Limiter l'impact des publicités, pré-enseignes 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 les arbres, etc.
- Orientation n°7 : Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires

Ces orientations ont fait l'objet d'un débat en conseil municipal en mai 2022 soit plus de deux mois avant l'arrêt du RLP.

Les caractéristiques principales du projet

1) En matière de publicités et pré-enseignes

En matière de publicités et pré-enseignes, trois zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des zones agglomérées.

En matière de publicités et pré-enseignes, la commune a fait le choix de définir une unique zone de publicité couvrant l'ensemble des agglomérations, excepté la partie des abords du château de Lacroix-Falgarde située en agglomération ainsi que les zones Natura 2000 très partiellement situées en agglomération. En effet, les élus ont choisi de ne pas déroger à l'interdiction des publicités et pré-enseignes dans ces deux types de secteurs. Ce choix permet une protection complète du territoire communal.

La commune appartient à l'unité urbaine de Toulouse qui compte plus de 100 000 habitants. Ainsi, malgré le fait que l'agglomération de la commune comptent moins de 10 000 habitants, les règles nationales sont très souples. Par exemple, la publicité numérique est autorisée dans la limite de 8 mètres carrés et, la publicité scellée au sol de grand format dans la limite de 12 mètres carrés. Les règles nationales en matière de publicités et pré-enseignes sont donc pour la plupart peu adaptées au contexte local évoqué ci-dessus. La commune souhaite donc se donner des règles locales proches de celles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants mais situées en dehors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

C'est-à-dire d'interdire :

- Les publicités et pré-enseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités et pré-enseignes lumineuses, autre qu'éclairées par projection ou transparence (c'est-à-dire numériques le plus souvent) ;

Les publicités ou pré-enseignes sur clôture aveugle ;

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol.

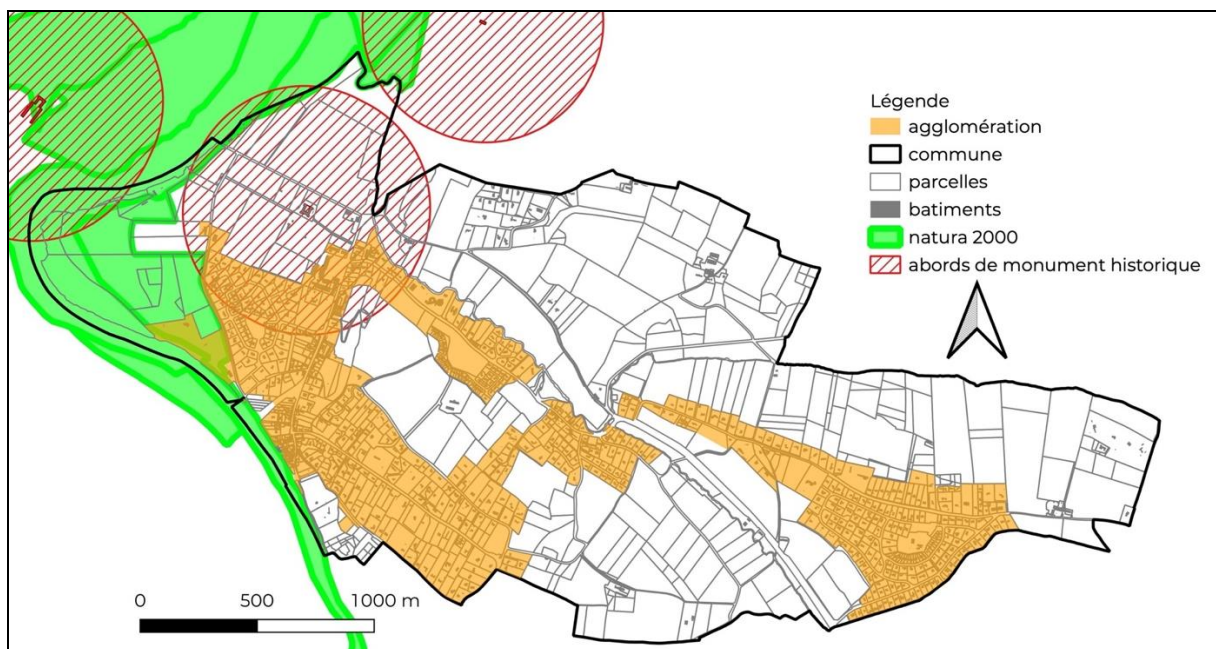
Pour les trois premières catégories, il s'agit d'une règle préventive qui vise à éviter une implantation sur la commune.

Pour les dispositifs scellés au sol, cinq dispositifs sont concernés sachant que tous sont déjà en infraction avec la réglementation nationale (voir diagnostic ci-dessus). Cette forme de publicité génère une fermeture des paysages dans un contexte de relief marqué.

La publicité sur le mobilier urbain demeure autorisée conformément au code de l'environnement.

La publicité apposée sur un mur aveugle, sera limitée en surface à 4 mètres carrés et en hauteur à 4 mètres au-dessus du niveau du sol (ce qui est proche des règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants en dehors d'une unité urbaine de 100 000 habitants et de l'ancien RLP de 2002). Cette catégorie de dispositif apparaît suffisante pour répondre aux besoins d'affichage existant sur la commune. Ce type de publicité sera limitée en densité à une par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique afin d'éviter que des murs soient saturés de publicités.

Enfin, les publicités lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 7 heures y compris lorsqu'elles se trouvent sur le mobilier urbain. Cela permettra de réduire la pollution lumineuse et ses nuisances pour les riverains, de faire des économies d'énergie et de préserver la biodiversité.



Plan de zonage du RLP

2) En matière d'enseignes

En matière d'enseignes, la commune a fait le choix d'une harmonisation des règles sur l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération.

L'inventaire a révélé la présence de quelques enseignes sur toiture, qui, pour partie ne respecte pas le code de l'environnement et, pour la plupart, ont un impact paysager notable (elles sont toutes localisées aux abords du château de Lacroix-Falgarde). La commune a donc choisi d'interdire ce type d'implantation d'enseignes. Le but est de préserver le patrimoine et de garantir un cadre de vie de qualité. Par ailleurs, les enseignes seront interdites sur les arbres et plantations ainsi que sur les clôtures. Cela évitera des dommages en termes de

biodiversité ou encore en termes de fermetures des paysages (enseignes sur clôture qui couvriraient une clôture).

Les interdictions ci-dessus seront également applicables aux enseignes temporaires afin d'éviter leur profusion à l'occasion d'opérations promotionnelles par exemple.

Les enseignes devront s'intégrer au mieux à leur environnement notamment aux abords du château mais de manière plus large sur l'ensemble de la commune. En particulier, les enseignes ne pourront pas dépasser le plancher du 1er étage lorsque l'activité s'exerce uniquement en rez-de-

chaussée afin de ne pas dénaturer les étages d'un immeuble ou d'occasionner des nuisances sur le voisinage.

Très peu d'enseignes perpendiculaires sont présentes sur le territoire. Elles seront limitées en nombre à une par façade d'un même établissement et leur hauteur ne pourra excéder 80 centimètres. L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne pourra excéder un mètre. Cela évitera de futures implantations peu qualitatives, trop hautes ou trop nombreuses.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol. Leur largeur sera inférieure à leur hauteur pour privilégier des formats de type « totem » plus adapté au contexte local. Ces règles permettront de préserver l'existant tout en évitant des implantations de grand format qui aurait un impact notable en termes de cadre de vie. Le nombre de faces sera limité à deux maximum afin d'éviter des enseignes en trois dimensions qui auraient un impact paysager plus important. D'autre part, ces enseignes seront implantées parallèlement à la façade du commerce afin de mieux s'insérer dans le cadre bâti (en particulier en zones d'activités).

Aucune règle nationale n'existe sur les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Afin d'en limiter l'impact sur le paysage, la commune a choisi d'en limiter le nombre à une placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, ce type d'enseigne ne pourra s'élever à plus de 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol afin de ne pas fermer des perspectives paysagères.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 7 heures sauf pour les activités qui sont ouvertes durant cette plage horaire. Cette plage d'extinction sera par ailleurs applicable aux enseignes lumineuses (y compris numériques) situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité. Les enseignes numériques seront interdites, excepté si elles signalent des services d'urgence ou si elles situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Cela permettra d'éviter un déploiement des enseignes numériques en extérieur (absentes à l'heure actuelle) qui pourrait dénaturer les paysages environnants et notamment les abords du château de Lacroix-Falgarde. Lorsqu'elles ne seront pas interdites (intérieur de la vitrine ou services d'urgence), la surface cumulée des enseignes numériques ne pourra excéder 2 mètres carrés pour une même activité. Cela évitera d'avoir une vitrine complètement occultée par un écran. L'ensemble de ces dispositions concernant les enseignes lumineuses (en particulier numériques) permettront de

faire des économies d'énergie, de limiter la pollution lumineuse et de préserver la biodiversité.

Les enseignes temporaires mentionnées au 2° alinéa de l'article R581-58 du code de l'environnement sont limitées à une seule par opération et ne peuvent excéder une surface maximale de 6 mètres carrés. Cela permettra de réduire la place des dispositifs utilisés pour certaines opérations immobilières notamment.

Conclusion

La population ainsi que les personnes publiques ont été associées à l'élaboration du RLP. Les personnes ont pu exprimer leurs observations et propositions permettant à présent de soumettre le projet à enquête publique, dans le respect de la procédure fixée par le code de l'environnement et le code de l'urbanisme.