



# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Rapport de présentation  
**Commune d'Éaunes (31)**

Vu pour être annexé à la délibération  
du Conseil Municipal arrêtant le RLP  
d'Éaunes

# SOMMAIRE

<b>PREAMBULE .....</b>	<b>8</b>
<b>I. Contexte législatif et réglementaire .....</b>	<b>9</b>
<b>II. Le contenu d'un RLP .....</b>	<b>10</b>
<b>DIAGNOSTIC .....</b>	<b>11</b>
<b>I. Diagnostic territorial .....</b>	<b>12</b>
I.1 - Contexte communal.....	12
I.2 - Contexte paysager .....	13
<i>a - Les entités paysagères.....</i>	<i>13</i>
<i>b - Le patrimoine naturel.....</i>	<i>16</i>
<i>c - Le patrimoine bâti .....</i>	<i>18</i>
<i>d - Les typologies urbaines.....</i>	<i>19</i>
I.3 - Le contexte viaire .....	22
<i>a - Usage de la voiture .....</i>	<i>22</i>
<i>b - Le réseau de transport en commun .....</i>	<i>24</i>
I.4 - Le contexte économique .....	24
<i>a - La dynamique économique du territoire.....</i>	<i>24</i>
<i>b - La structure économique du territoire.....</i>	<i>25</i>
<b>II. Diagnostic publicitaire .....</b>	<b>28</b>
II.1 - Dispositifs publicitaires réglementés par le RLP .....	28
<i>a - L'enseigne.....</i>	<i>28</i>
<i>b - La publicité ou préenseigne.....</i>	<i>29</i>
II.2 - Périmètres règlementaires à prendre en compte.....	29
<i>a - Les périmètres d'agglomération de la commune .....</i>	<i>29</i>
<i>b - Les périmètres d'interdiction « absolue » de publicité.....</i>	<i>30</i>
<i>c - Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité .....</i>	<i>31</i>
II.3 - Synthèse de la Règlementation Nationale de Publicité.....	33
<i>a - Les principales dispositions applicables aux enseignes.....</i>	<i>34</i>
II.4 - Méthodologie : une analyse quantitative complétée par une analyse qualitative .....	35
II.5 - Analyse statistique : les chiffres clefs du parc d'affichage extérieur .....	37
<i>a - Les chiffres-clefs du parc publicitaire .....</i>	<i>37</i>
<i>b - Les chiffres-clefs du parc des enseignes.....</i>	<i>47</i>

II.6 - Analyse sensible : quels impacts des dispositifs dans les paysages ?.....	50
a - Impact des publicités et préenseignes dans les paysages.....	50
b - Impact des enseignes sur le paysage .....	55

## **ORIENTATIONS.....60**

### **I. Préambule.....61**

### **II. Orientation générale : Maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages 62**

### **III. Orientation transversale n°1 : Encadrer l’affichage temporaire.....63**

### **IV. Orientation sectorielle n°1 : Préserver la qualité paysagère des axes principaux, notamment de l’avenue de la mairie .....63**

### **V. Orientation sectorielle n°2 : Contrôler l’affichage extérieur dans les tissus commerciaux, notamment dans la zone d’activité du Mandarin .....64**

### **VI. Orientation sectorielle n°3 : Permettre aux activités hors agglomération de se signaler .....65**

## **JUSTIFICATION DES CHOIX.....67**

### **I. Justification des périmètres d’agglomération .....68**

I.1 - Panneaux de début et de fin d’agglomération.....68

I.2 - Contours de la trame urbaine .....68

### **II. Justification de la délimitation des zones du RLP .....68**

II.1 - La Zone de Publicité n°1 : Les tissus commerciaux de proximité et le centre  
urbain.....70

II.2 - La Zone de Publicité n°2 : Les secteurs résidentiels .....71

II.3 - La Zone de Publicité n°3 : La zone d’activités du Mandarin .....72

II.4 - La Zone de Publicité n°4 : Les secteurs hors agglomération.....73

### **III. Justification des choix réglementaires relatifs aux publicités et aux préenseignes.....74**

III.1 - Prescriptions communes à l’ensemble des zones .....74

    a - Article P01. Dispositifs publicitaires interdits sur l’ensemble du territoire  
.....74

    b - Article P0.2. Dérogation à certaines interdictions légales de publicité..... 75

    c - Article P0.3. Format.....76

<i>d - Article P0.4. Dimensions</i> .....	76
<i>e - Article P0.5. Densité</i> .....	76
<i>f - Article P0.6. Habillage et accessoires annexes à la publicité</i> .....	77
<i>g - Article P0.7. Publicité sur mobilier urbain</i> .....	77
III.2 - Justification des dispositions particulières applicables aux zones en matière de publicité et de préenseignes.....	77
<i>a - Dispositions particulières à la ZP1 : Tissus commerciaux de proximité et centre urbain</i> .....	77
<i>b - Dispositions particulières à la ZP2 : Espaces résidentiels</i> .....	77
<i>c - Dispositions particulières à la ZP3 : Zone d'activités du Mandarin</i> .....	78
<i>d - Dispositions particulières à la ZP4 : Secteurs hors agglomération</i> .....	80
<b>IV. Justification des choix relatifs aux enseignes</b> .....	<b>81</b>
IV.1 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones.....	81
<i>a - Article E0.1. Interdiction d'enseignes</i> .....	81
<i>b - Article E0.2. Intégration architecturale de l'enseigne</i> .....	81
<i>c - Article E0.3. Surface cumulée des enseignes en façade</i> .....	81
IV.2 - Justification des dispositions particulières applicables aux zones en matière d'enseignes .....	82
<i>a - Dispositions particulières à la ZP1 : Tissus commerciaux de proximité et centre urbain</i> .....	82
<i>b - Dispositions particulières à la ZP2 : Espaces résidentiels</i> .....	84
<i>c - Dispositions particulières à la ZP3 : Zone d'activités du Mandarin</i> .....	85
<i>d - Dispositions particulières à la ZP4 : Secteurs hors agglomération</i> .....	87
IV.3 - Justification des choix relatifs aux dispositifs lumineux et numériques apposés derrière les baies commerciales .....	89
<i>a - Dispositions particulières à la ZP1 : Tissus commerciaux de proximité et centre urbain</i> .....	89
<i>b - Dispositions particulières aux ZP2, ZP3 et ZP4</i> .....	89

## TABLE DES CARTES

Carte 1 : Localisation de la commune d'Éaunes. / Source : Even Conseil.....	12
Carte 2 : Les unités paysagères présentes sur la commune d'Éaunes. / Source : Atlas des paysages de la Haute-Garonne, Even conseil.....	13
Carte 3 : Le patrimoine naturel d'Éaunes. / Source : Even Conseil.....	16
Carte 4 : Synthèse de la Trame Verte et Bleue de la commune d'Éaunes – PLU d'Éaunes...	17
Carte 5 : Les principales voies routières de la commune. / Even Conseil.....	23
Carte 6 : Les périmètres réglementaires dans la commune d'Éaunes. / Even Conseil.....	32
Carte 7 : Trajet effectué pour le recensement des dispositifs. / Source : Even Conseil.....	36
Carte 8 : Les dispositifs temporaires et permanents dans la commune d'Éaunes.....	39
Carte 9 : Taille des dispositifs publicitaires et des préenseignes présents dans la commune. / Source : Even Conseil.....	41
Carte 10 : Densité des dispositifs publicitaires recensés sur la commune / Source : Even Conseil.....	43
Carte 11 : Conformité des dispositifs publicitaires (publicités et préenseignes) relevés lors de recensement. / Source : Even Conseil.....	46
Carte 12 : Carte d'orientations du RLP d'Éaunes.....	66

## TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Les différentes typologies d'implantation des publicités et préenseignes dans la commune d'Éaunes / Source : Even Conseil.....	38
Figure 2 : Taille des dispositifs publicitaire dans la commune d'Éaunes.....	40
Figure 3 : Part des motifs de non-conformité à la Réglementation Nationale de Publicité sur le parc publicitaire d'Éaunes.....	44
Figure 4 : Schéma des grandes orientations de la commune d'Éaunes. / Source : Even Conseil.....	61

## TABLE DES PHOTOS

Photo 1 : Urbanisation linéaire le long de la route de Villate - StreetView.....	14
Photo 2 : Large parcelles agricoles depuis le chemin de Peymol - StreetView.....	15
Photo 3 : Collines agricoles depuis le chemin du Joulou – StreetView.....	15
Photo 4 : Monuments historiques de la commune d'Éaunes - Even Conseil.....	18

Photo 5 : Le tissu urbain discontinu - StreetView.....	20
Photo 6 : Le tissu à dominante de maison groupées - StreetView.....	20
Photo 7 : Le tissu résidentiel collectif - Even Conseil.....	21
Photo 8 : Le tissu d'activité - StreetView.....	22
Photo 9 : Commerces de la place de la Croix blanche, Google StreetView.....	26
Photo 10 : Commerces de la place Jean Mermoz, Google StreetView.....	26
Photo 11 : Commerces le long de l'avenue de la mairie, StreetView.....	26
Photo 12 : Zone d'activité du Mandarin, StreetView.....	27
Photo 13 : Une enseigne en bandeau dans l'avenue de la mairie / Source : EVEN Conseil..	28
Photo 14 : Une enseigne perpendiculaire rue Louisa Paulin / Source : Even Conseil.....	28
Photo 15 : une enseigne au sol dans la zone d'activité du Mandarin / Source : Even Conseil .....	28
Photo 18 : Une préenseigne au sol sur l'avenue de la mairie / Source : Even Conseil .....	29
Photo 18 : Une publicité sur clôture non aveugle (non conforme à la RNP) route d'Estantens / Source : Even Conseil.....	29
Photo 18 : Une publicité sur abribus au chemin de la plaine du Pitou / Even Conseil .....	29
Photo 19 : Préenseigne scellée au sol, localisée dans le Chemin de Cantoperdric / Source : Even Conseil.....	47
Photo 20 : Publicité sur clôture non aveugle route de Villate / Source : Even Conseil.....	47
Photo 21 : Enseigne en bandeau dans la zone d'activité du Mandarin / Source : Even Conseil .....	49
Photo 22 : Enseigne en toiture dans la zone d'activité du Mandarin / Source : Even Conseil .....	49
Photo 23 : Enseignes en bandeau et sur baie Avenue de la Mairie / Source : Even Conseil	49
Photo 25 : Affichages temporaire de travaux, avenue de la mairie / Source : Even Conseil	50
Photo 25 : Mobilier urbain dans le centre-ville supportant uniquement de l'information communale. / Source : Even Conseil .....	50
Photo 26 : Entrée de ville sur la D12. / Google StreetView .....	51
Photo 27 : Entrée de ville sur la RD 56 / Google StreetView.....	51
Photo 28 : Préenseigne scellée au sol et hors agglomération, chemin de Cantoperdric / Source : Even Conseil.....	52
Photo 29 : Préenseigne sur poteau et hors agglomération, chemin du Tucaut. / Source : Even Conseil.....	52
Photo 30 : Préenseigne sur un arbre au chemin du Pont Vieux. / Source : Even Conseil.....	52

Photo 31 : Publicité sur poteau route de Toulouse. / Source : Even Conseil.....	52
Photo 32 : Affichage de petit format le long de la Route de Lagardelle. / Source : Even Conseil .....	53
Photo 33 : Affichage de grand format sur le chemin du Tucaut. / Source : Even Conseil. ....	53
Photo 35 : Enseignes en bandeau dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.....	55
Photo 35 : Enseignes au sol dans la zone commerciale de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil.....	55
Photo 37 : Enseigne au sol et sur clôture dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.....	55
Photo 37 : Enseignes sur la place Clément Ader. / Source : Even Conseil.....	55
Photo 38 : Enseigne au sol dans la ZA du Mandarin. / Source : Even Conseil.....	56
Photo 39 : Enseigne en bandeau sur la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil. .....	56
Photo 40 : Vitrophanie sur une baie commerciale dans la zone commerciale de la place Jean Mermoz / Source : Even Conseil. ....	57
Photo 41 : Vitrophanie sur une baie commerciale dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.....	57
Photo 42 : Enseigne au sol sur la place Jean Mermoz. / Source : Even Conseil.....	58
Photo 43 : Enseigne sous auvent sur la place Jean Mermoz. / Source : Even Conseil .....	58
Photo 44 : Enseigne au sol sur la place de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil. ....	58
Photo 45 : Enseigne en toiture sur la place de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil .....	58



1

# **PREAMBULE**



## I. CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

La loi **n°79-1150 du 29 décembre 1979** relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle **permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.**

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art. L.581-1 à L.581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et est entrée en vigueur le 1er juillet de la même année. Ce décret vise à **protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure**, tout en permettant **l'utilisation de supports publicitaires nouveaux** (numériques, ...). Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une **règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux** le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en **particulier numérique**, est spécifiquement encadrée, tout comme la **publicité sur bâches**.

*Tableau 1 : Récapitulatif de la mise en vigueur de l'opposabilité de la RNP*

TYPE DE DISPOSITIF ET DATE D'INSTALLATION	OPPOSABILITE DE LA RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 <sup>er</sup> juillet 2012	1 <sup>er</sup> juillet 2018

La loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine a également fait évoluer la réglementation de l'affichage extérieur, en supprimant la notion de tampon de 100 mètres d'interdiction aux abords des Monuments Historiques pour lui **préférer l'extension de l'interdiction relative à la totalité des périmètres de protection et sous condition de covisibilité.**

Enfin, la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « loi Climat et Résilience » a apporté notamment la possibilité pour les Règlement Locaux de Publicité de s'emparer de la problématique de **l'affichage lumineux et numérique installé à l'intérieur des vitrines**, alors que jusqu'à

cette date, seuls les dispositifs extérieurs pouvaient être soumis à la réglementation de l'affichage prévue par le Code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit, de manière **plus restrictive que la règle nationale**, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire. C'est en luttant contre la pollution et les nuisances qu'il participe à l'amélioration du cadre de vie et à la sauvegarde du patrimoine et de l'environnement. Il permet en effet de **maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects**, voire de les **interdire** dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des **zones particulières** avec des prescriptions adaptées à chacune d'entre elles.

Lorsqu'une collectivité se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. **Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le régime général continue à s'appliquer.**

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée par le Code de l'Environnement. Cependant, les dispositifs d'affichage extérieur doivent prendre en compte d'autres réglementations, notamment celles du **Code de l'Urbanisme** et du **Code de la Route**.

A partir de l'entrée en vigueur du RLP, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de :

- 6 ans pour les enseignes ;
- 2 ans pour les publicités et préenseignes.

## II. LE CONTENU D'UN RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois pièces principales :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- **Des annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.



2

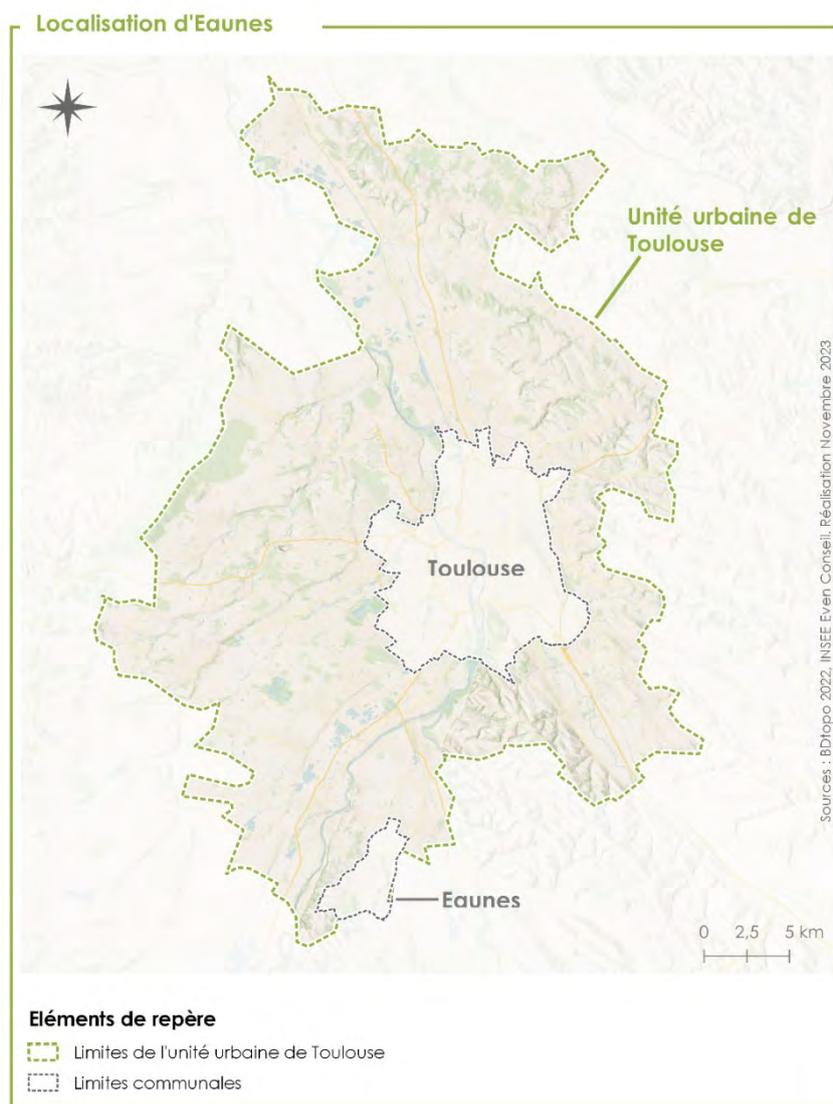


# DIAGNOSTIC

# I. DIAGNOSTIC TERRITORIAL

## I.1 - Contexte communal

Située à une trentaine de kilomètres de Toulouse dans le département de la Haute-Garonne, la commune d'Éaunes se trouve **dans le bassin d'emploi Toulousain**. Disposant d'une localisation stratégique à proximité de la métropole toulousaine et en bordure d'axes stratégiques (la A64 ou encore la D820), la commune d'Éaunes connaît une **croissance de population depuis la fin des années 60**. En 2019, la commune d'Éaunes comptait 6 349 habitants, répartis sur une superficie de 1 490 ha.



Carte 1 : Localisation de la commune d'Éaunes. / Source : Even Conseil

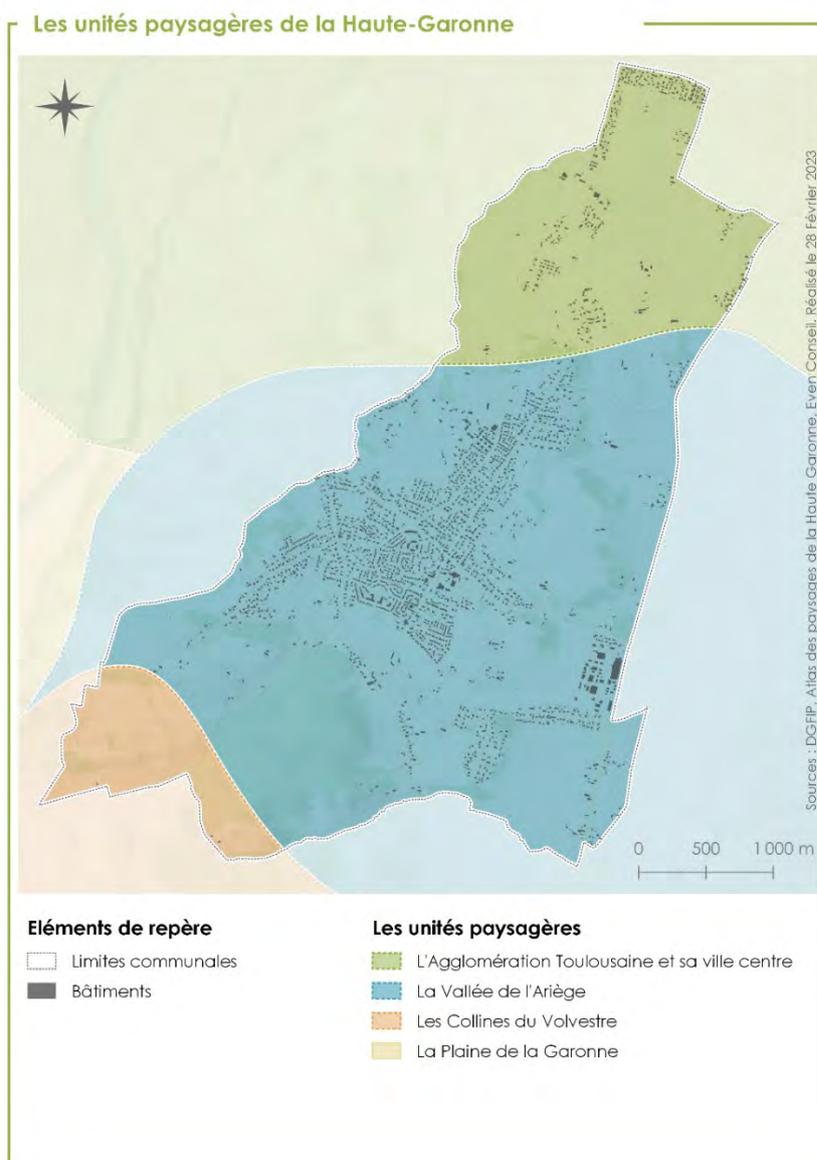
La commune appartient à **l'unité urbaine de Toulouse**, composée de 81 communes. Ce territoire regroupait **1 035 280 habitants** en 2019.

## I.2 - Contexte paysager

### a - Les entités paysagères

D'après l'Atlas des Paysages de la Haute-Garonne, le territoire se trouve à l'interface entre **trois unités paysagères** :

- **L'agglomération Toulousaine et sa ville centre** et plus spécifiquement dans la sous entité paysagère de la confluence de l'Ariège ;
- **La vallée de l'Ariège** ;
- **Les collines du Volvestre.**



Carte 2 : Les unités paysagères présentes sur la commune d'Eaunes. / Source : Atlas des paysages de la Haute-Garonne, Even conseil.

La commune d'Éaunes se localise partiellement dans l'entité paysagère de l'agglomération Toulousaine, et plus spécifiquement dans la sous entité paysagère de la **confluence de l'Ariège**. L'entité paysagère de l'agglomération de Toulouse est caractérisée par la **densité du bâti importante**.

Cette sous-entité est caractérisée par son **relief plat et dégagé** qui a permis l'accueil privilégié d'activités, d'infrastructures et d'habitat. L'urbanisation s'est organisée le long des routes. Des zones d'activités et commerciales se développent le long des grands axes routiers et les voies secondaires profitent à l'habitat résidentiel.

La sous-entité paysagère de la confluence de l'Ariège voit sa **population** augmenter entraînant des extensions urbaines. Cette urbanisation se réalise au profit de terres agricoles.



*Photo 1 : Urbanisation linéaire le long de la route de Villate - StreetView*

## LA VALLEE DE L'ARIEGE

---

Cette vallée s'installe entre les coteaux du Volvestre à l'Ouest et les collines du Lauragais à l'Est. Elle est **l'une des trois vallées structurantes du département de la Haute-Garonne**. Elle est **habitée, cultivée et exploitée**.

Cette vallée a très tôt mis en place des axes de communication avec la ville de Toulouse. Elle s'est développée le long d'axes structurants : la RD 820 à l'Est et la RD12 à l'Ouest. Son anthropisation se concentre majoritairement le long de la RD 820.

Les terres alluviales très riches de cette vallée ont bénéficié au **développement d'une activité agricole**. Cependant **l'urbanisation prend le pas sur cette agriculture**. L'agriculture reste cependant très présente en fond de vallée.

Cette vallée ne possède **pas de filière économique prépondérante** ce qui se répercute sur **le paysage** : cette absence de spécialisation crée un désordre avec des petites entreprises qui côtoient des grosses avec des variétés de formes et de couleurs importantes.

Les espaces agricoles du territoire ont connu un **remembrement** transformant la mosaïque de petites parcelles en grandes parcelles propices aux cultures céréalières.



*Photo 2 : Large parcelles agricoles depuis le chemin de Peymol - StreetView*

## LES COLLINES DU VOLVESTRE

---

L'unité paysagère des collines du Volvestre se localise entre la vallée de la Garonne à l'Ouest et la vallée de l'Ariège à l'Est. Le Volvestre correspond à un **territoire de collines agricoles**.

Le paysage est très marqué par l'activité agricole et notamment les formes d'habitat qui sont principalement sous la forme **de fermes isolées**.

L'économie première du Volvestre est l'agriculture avec des sols majoritairement exploités par les **grandes cultures céréalières**. De l'élevage est également présent, notamment en fond de vallée.



*Photo 3 : Collines agricoles depuis le chemin du Joulou – StreetView*

### DANS LE CADRE DU RLP

Eaunes se localise à l'interface de trois entités paysagères distinctes, créant des **ambiances urbaines distinctes** sur la commune. L'affichage extérieur devra donc s'adapter aux différentes ambiances paysagères présentes.

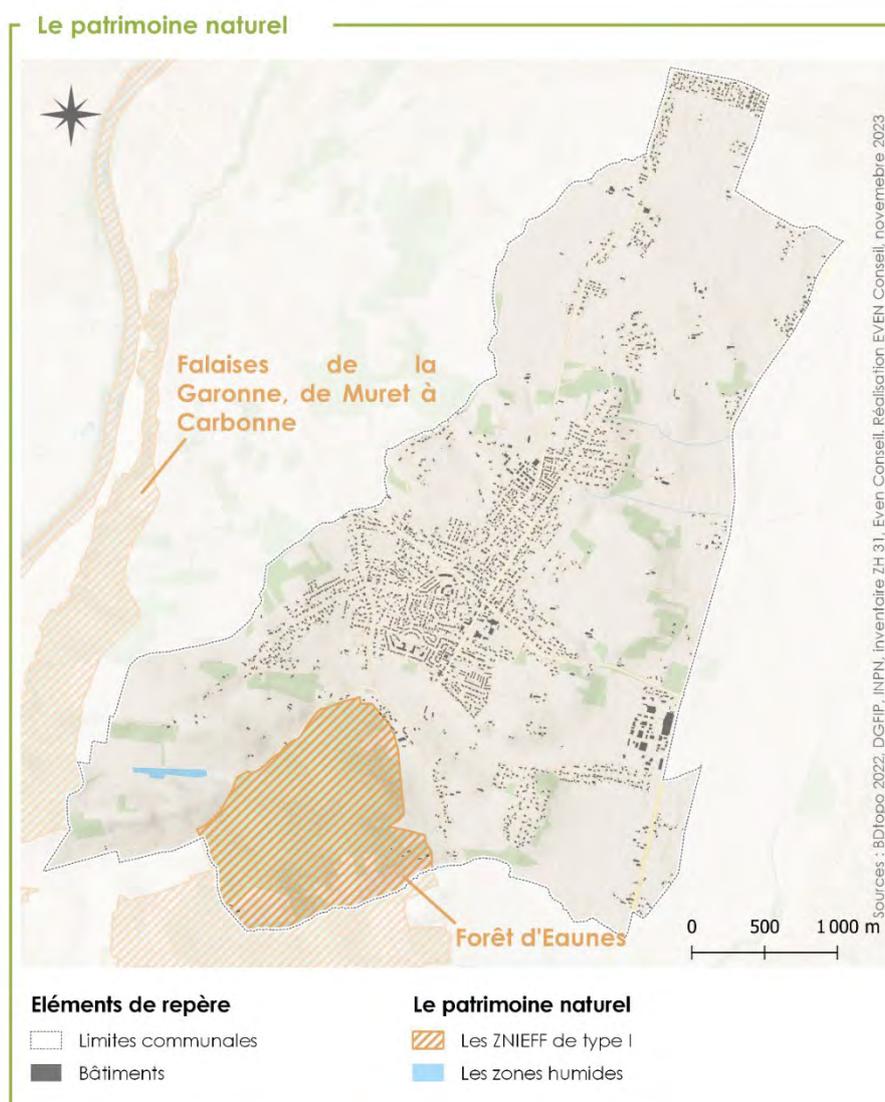
## b - Le patrimoine naturel

### PERIMETRES DE PROTECTION, D'INVENTAIRE ET DE GESTION DE LA BIODIVERSITE

L'occupation du sol de la commune d'Eaunes est largement marquée par les **espaces urbanisés**, qui occupent **42,2%** de sa surface totale. **43,9%** de la surface du territoire est cependant occupée par des **milieux agro-naturels** (espaces de grandes cultures, vergers, prairies, etc.). Ces espaces sont principalement présents au Nord et au Sud de la commune.

La commune d'Eaunes présente une **ZNIEFF de type I** présente au Sud de la commune qui est la ZNIEFF de la forêt d'Eaunes représentant 10,9% de la superficie du territoire.

Eaunes possède également **une zone humide** recensée dans le cadre de l'inventaire effectué à l'échelle de la Haute-Garonne.

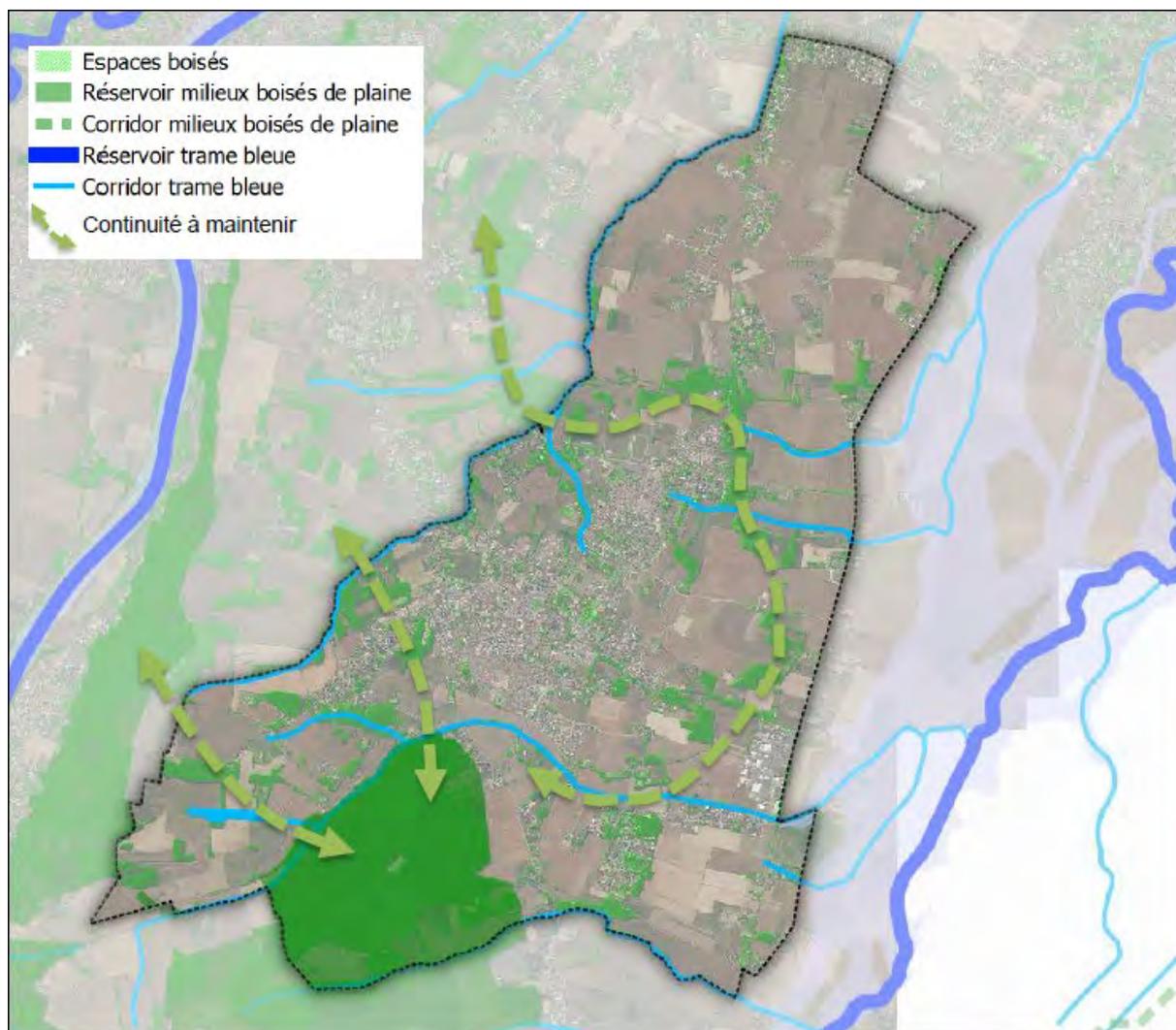


Carte 3 : Le patrimoine naturel d'Eaunes. / Source : Even Conseil

## LA TRAME VERTE ET BLEUE DE LA COMMUNE

---

Le PLU d’Eaunes, révisé en 2019, présente une déclinaison de la Trame Verte et Bleue. Celle-ci localise la forêt d’Eaunes comme réservoir de biodiversité à protéger. Elle identifie, de plus, trois corridors de milieux boisés de plaine, dont les continuités sont à maintenir.



*Carte 4 : Synthèse de la Trame Verte et Bleue de la commune d'Eaunes – PLU d'Eaunes*

## LA TRAME NOIRE DE LA COMMUNE

---

Une modélisation de la trame Noire à l'échelle de la région Occitanie a été menée en 2020-2021. Cette étude permet de mettre en évidence le niveau de pollution lumineuse dans les éléments de la Trame Verte et Bleue du SRCE. Ainsi, les corridors et réservoirs de biodiversité sont analysés selon la visibilité de la Voie Lactée à leur droit, les catégories allant d'« invisible » à « très détaillée ».

A l'échelle de la commune, le SRCE repère uniquement un réservoir de biodiversité, qui correspond à la forêt d'Eaunes. Ce réservoir de biodiversité apparaît en catégorie « à peine visible » et « visible au zénith ». Cette mauvaise visibilité du ciel nocturne est induite par la proximité de la trame urbaine d'Eaunes, source importante de pollution lumineuse.

## DANS LE CADRE DU RLP

La commune d'Éaunes présente des espaces agro-naturels, valorisés notamment par une ZNIEFF, et par la déclinaison d'une TVB à l'échelle communale. L'affichage extérieur devra donc **respecter** ces espaces dont la vocation première n'est pas l'économie.

La trame urbaine d'Éaunes constitue, de plus, une source de pollution lumineuse importante. Actuellement, **les publicités lumineuses ne sont soumises à aucune obligation d'extinction**. Ces modalités pourront être revus dans le cadre de l'élaboration du règlement du RLP.

### c - Le patrimoine bâti

La commune d'Éaunes possède **deux immeubles protégés au titre des Monuments Historiques** qui sont :

- **L'ancien prieuré** : les bâtiments abbatiaux et l'aire du cloître sont inscrits au titre des monuments historiques ;
- **L'église** : le chœur et le transept (à l'exclusion du clocher moderne) sont classés et les autres parties sont inscrites au titre des monuments historiques.



*Photo 4 : Monuments historiques de la commune d'Éaunes - Even Conseil.*

## DANS LE CADRE DU RLP

La commune d'Eaunes possède deux éléments inscrits au titre des monuments historiques. L'affichage publicitaire est strictement interdit sur ces bâtiments. Un **périmètre de 500m** s'établit autour dans lequel l'affichage publicitaire est soumis à une **interdiction relative** et, l'affichage d'enseigne à **l'avis de l'ABF**.

### d - Les typologies urbaines

La commune d'Eaunes a la particularité de **ne pas posséder de centre-bourg historique**. Les implantations anciennes se localisent dans plusieurs quartiers et sont de taille très réduite. Elles se localisent :

- Dans **le hameau de la Croix-Blanche**, au croisement des routes de Villate et de Lagardelle,
- Au niveau de **l'abbaye** ;
- Dans **les hameaux de Soulchières** (aujourd'hui Souligières) et de **Flaubans** (aujourd'hui les Flambants), le long de la RD4.

Ce plateau à l'origine très agricole comporte également de nombreuses fermes isolées.

Les extensions urbaines se sont développées dans les années 60-80 sur le parcellaire agricole. La majorité des tissus présents dans la commune correspondent à des **tissus résidentiels**. Trois type de tissus résidentiels se démarquent.

#### LES TISSUS PAVILLONNAIRES DISCONTINUS

---

La commune d'Eaunes est très majoritairement concernée par cette typologie de tissu. Implanté en peigne ou en ilot, ce tissu correspond à de **petites opérations d'habitat individuel**. Chaque maison possède un terrain privatif ce qui provoque une consommation d'espace importante dû à une densité peu importante. Les habitations sont implantées au centre du terrain, en retrait de la voirie.

Ce tissu urbain résulte de procédures de lotissement, ce qui se traduit par un **bâti standardisé** et **homogène** avec des **formes et tailles répétitives**, carrées ou rectangulaires. Ces bâtiments possèdent une hauteur faible, généralement de plain-pied, mais peuvent aller jusqu'au R+1.



*Photo 5 : Le tissu urbain discontinu - StreetView*

#### LE TISSU A DOMINANTE DE MAISONS GROUPEES

---

La commune d'Eaunes comporte quelques espaces urbains dominés par les **maisons groupées**. Ces maisons sont généralement mitoyennes par le garage et sont par groupe de deux ou plus. Comme pour le tissu pavillonnaire dispersé, ces opérations résultent de lotissements ce qui se traduit par une **standardisation des habitations**. En comparaison avec le tissu dispersé, ce type de tissu présente une **densité plus importante** et les hauteurs sont généralement du R+1.



*Photo 6 : Le tissu à dominante de maison groupées - StreetView.*

#### LES TISSUS RESIDENTIELS COLLECTIFS DU CENTRE BOURG

---

Construit postérieurement aux autres typologies de tissus résidentiels, ce type de tissu présente une **densité plus importante**. Il se localise au **centre de Eaunes** ce qui permet de renforcer la perception urbaine de **centralité**. Ces ensembles collectifs tournent autour du R+2. Comme pour les autres typologies de tissus, ces opérations résultent d'une procédure de lotissement ce qui induit une **banalisation et une standardisation du bâti**.



*Photo 7 : Le tissu résidentiel collectif - Even Conseil.*

### DANS LE CADRE DU RLP

Les tissus résidentiels représentent la quasi-totalité des espaces urbanisés de la commune. Les opérations résultant de procédures de lotissement participent à la **banalisation et à la standardisation des paysages**. L'affichage extérieur est donc à contrôler afin de préserver les ambiances paysagères apaisées de ces tissus résidentiels et de ne pas amplifier cette banalisation.

### LES ZONES D'ACTIVITES

La commune comporte un seul tissu urbain d'activité correspondant à la zone commerciale et d'activités du Mandarin. Celle-ci est localisée à proximité d'un axe structurant du territoire et dispose donc d'une position stratégique. Le bâti est très majoritairement sous forme d'hangars métalliques avec des hauteurs allant du R+1 au R+2. La taille du parcellaire est importante, permettant d'offrir pour chaque activité des offres en stationnement.

La localisation de ce site au sein d'espaces agro-naturels et l'organisation du bâti rend l'insertion paysagère de cette zone difficile.



Photo 8 : Le tissu d'activité - StreetView.

## DANS LE CADRE DU RLP

Cette zone d'activité et commerciale est peu intégrée dans le paysage et localisée à proximité d'un **axe majeur du territoire**. Ce site représente un endroit stratégique pour l'affichage extérieur, et notamment pour **l'affichage d'enseignes**, au vu de l'audience et des enjeux économiques. L'affichage extérieur doit s'adapter aux particularités morphologiques de ce secteur, afin de ne pas accentuer la fracture entre les ambiances agro-naturelles et cette zone d'activités.

## I.3 - Le contexte viaire

### a - Usage de la voiture

La commune possède une route principale, la **RD 4** longeant la commune à l'Est. Cette route départementale permet de rejoindre :

- Foix via la RD919 en 50min environ ;
- Toulouse via la RD820 puis l'A64 en 40min environ.

La commune présente également un réseau de routes secondaires denses :

- La **RD 56** traversant la commune du Nord au Sud et permettant de relier Eaunes aux communes voisines, notamment Pins-Justaret ;
- La **RD 19** longeant la frontière Nord de la commune reliant la commune à Muret et allant jusqu'au sud-est du département, au niveau de la frontière avec l'Aude ;
- La **RD 12** traversant le territoire d'Est en Ouest et permettant de relier la commune à Muret jusqu'au sud-est du département (Caujac), au niveau de la frontière avec l'Ariège.

## Les principales voies routières



Carte 5 : Les principales voies routières de la commune. / Even Conseil

La commune d'Éaunes est très dépendante de l'usage de la voiture car **91% des trajets domicile-travail sont effectués en voiture/fourgonnette/camion** contre 3,5% réalisés en transports en communs (source INSEE RP2019).

L'axe le plus emprunté du territoire est la D19 comptabilisant un trafic moyen journalier de 7 233 voitures/jour en 2017.

*Tableau 2 : Le trafic journalier moyen sur les principaux axes de la commune.*

	D19	D56	D4
<b>Trafic moyen journalier annuel des principaux axes</b>	7 233 (en 2017)	2 082 (en 2016)	9 341 (en 2018)

#### DANS LE CADRE DU RLP

Les principaux axes viaires constituent des lieux idéaux pour l'affichage extérieur au regard de la **visibilité** qu'ils offrent. L'affichage extérieur doit être réfléchi, afin de préserver les ambiances paysagères le long de ces axes stratégiques.

### b - Le réseau de transport en commun

La commune d'Éaunes possède **une offre en transport en commun en évolution** avec l'arrivée depuis 2018 de la ligne Tisséo 314 permettant de relier la **gare SNCF de Muret à la ZAC du Mandarin d'Éaunes**. Cette ligne emprunte donc la D12 avec 5 arrêts permettant de desservir plusieurs endroits de la commune. Au total, 12 passages sont réalisés dans chaque sens.

En plus de cette ligne, le réseau Arc en ciel, géré par le conseil départemental de la Haute-Garonne a mis en place deux lignes (la 325 et la 358) permettant de **relier Éaunes à Auterive et Muret** pour la ligne 325 et à Saint-Ybars et Toulouse pour la ligne 358.

## I.4 - Le contexte économique

### a - La dynamique économique du territoire

La commune d'Éaunes possède un caractère très résidentiel et concentre donc un très **faible taux de concentration d'emploi** (26,5% en 2019). Le taux de concentration d'emploi a diminué principalement à cause d'une augmentation du nombre d'actifs présents dans le territoire depuis 2008 (2 148 actifs en 2008 contre 3 347 en 2019). Au total, **88,1% des actifs du territoire travaillent hors de leur commune de résidence** (données INSEE RP 2019).

Située à proximité de la métropole Toulousaine, la commune d'Eaunes concentre de nombreux flux domicile-travail sortant, principalement en direction de la métropole.

#### DANS LE CADRE DU RLP

Les flux domicile-travail importants sortant de la commune, génère des possibilités d'audiences conséquentes pour l'affichage extérieur.

#### b - La structure économique du territoire

Les emplois de la commune sont majoritairement en lien avec **le commerce, les transports et les services divers**, qui représentent 55,4% des emplois en 2019. Le deuxième employeur du territoire est l'état avec 22,3% des emplois issus de la sphère publique au sens large.

Au total, **444 entreprises** sont présentes dans le territoire et sont majoritairement des **commerces de gros et de détail, des transports, des hébergements et restauration** ; ces activités représentent 24,8 % des entreprises de la commune. De nombreuses entreprises sont créés par an (81 en 2021) mais **78% sont des entreprises individuelles**, créant donc peu d'emplois sur la commune.

L'activité commerciale du territoire est répartie entre la zone d'activité du Mandarin et le centre du village.

#### DANS LE CADRE DU RLP

Ces secteurs économiques présentent des besoins de visibilité pouvant potentiellement impacter les paysages et le cadre de vie du territoire.

#### LE TISSU COMMERCIAL DE PROXIMITÉ

Sur la commune, le tissu commercial de proximité est organisé en trois pôles :

- **La place de la croix blanche** située au carrefour entre l'avenue de la mairie et la RD12. Cette place offre quelques commerces de proximité, principalement alimentaires.



*Photo 9 : Commerces de la place de la Croix blanche, Google StreetView*

- **La place Jean Mermoz** se trouvant le long de la RD12. Cette place accueille plusieurs commerces principalement non alimentaires.



*Photo 10 : Commerces de la place Jean Mermoz, Google StreetView*

- **Le cœur de ville, correspondant à la place Clément Ader et l'avenue de la mairie**, contient quelques commerces. Cependant, le cœur de ville connaît un difficile maintien des commerces existants.



*Photo 11 : Commerces le long de l'avenue de la mairie, StreetView.*

## DANS LE CADRE DU RLP

La déclinaison du RLP sur le territoire permettra de trouver un équilibre entre la visibilité des activités constituant ce tissu commercial et la préservation du cadre paysager et des ambiances urbaines.

### LES SECTEURS A VOCATION ECONOMIQUE

La commune d'Éaunes possède une **zone d'activité intercommunale** : la zone d'activité du **Mandarin**. Cette zone dispose d'une localisation stratégique le long de la RD4 qui lui offre une position vitrine le long d'un axe de transit.

Cette zone s'étend sur 14,5 ha et regroupe une cinquantaine d'entreprises représentant environ 200 emplois.



*Photo 12 : Zone d'activité du Mandarin, StreetView.*

## DANS LE CADRE DU RLP

Secteurs à enjeux en ce qui concerne l'affichage extérieur, les zones d'activités peuvent être l'objet d'une concentration de nombreux dispositifs, notamment d'enseignes. La zone d'activité d'Éaunes se localise le long d'un axe routier structurant pour la commune ce qui accentue la forte perception par les usagers de l'affichage extérieur. Cette dynamique contraste avec les espaces agro-naturels environnants.

### L'AGRICULTURE

L'agriculture ne représente que **0,6% des emplois de la commune** mais occupe une superficie importante dans le territoire. Au total, 16 exploitations agricoles sont présentes dans la commune d'Éaunes (données AGRESTE 2020).

La surface agricole utile est de 545 ha ce qui représente 36% de la superficie du territoire. L'orientation technico-économique des exploitations agricole (OTEX) dominante d'Éaunes sont les céréales et/ou les oléo protéagineux

Aucun point de vente direct n'est recensé sur le territoire communal.

## II. DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE

### II.1 - Dispositifs publicitaires réglementés par le RLP

Trois catégories de dispositifs identifiés par le code de l'environnement font l'objet de règles spécifiques :



Les publicités



Les préenseignes



Les enseignes

#### a - L'enseigne

D'après l'article L.581-3 du CE : « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur une immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. »

Il s'agit d'un dispositif pouvant être installé sur une façade commerciale ou sur l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription. L'enseigne concerne les chevalets au sol lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant...).



Photo 13 : Une enseigne en bandeau dans l'avenue de la perpendiculaire rue Louisa dans la zone d'activité du mairie / Source : EVEN Conseil



Photo 14 : Une enseigne sur la façade de la perpendiculaire rue Louisa dans la zone d'activité du mairie / Source : Even Conseil



Photo 15 : une enseigne au sol dans la zone d'activité du mairie / Source : Even Conseil

## b - La publicité ou préenseigne

D'après l'article L.581-3 du CE :

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

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

Il s'agit de panneaux publicitaires installés à distance du lieu de l'activité ou de l'évènement. Il indique la proximité de celle-ci ou fait la promotion d'un produit en lien avec l'activité ou de l'évènement.

Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique c'est-à-dire des voies publiques ou privées qui peuvent être empruntées librement, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.



Photo 18 : Une publicité sur abribus au chemin de la plaine du Pitou / Even Conseil



Photo 18 : Une publicité sur clôture non aveugle (non conforme à la RNP) route d'Estantens / Source : Even Conseil



Photo 18 : Une préenseigne au Source : Even Conseil

## II.2 - Périmètres réglementaires à prendre en compte

### a - Les périmètres d'agglomération de la commune

D'après l'article L.581-7 du CE, :

« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. »

D'après l'article R.110-2 du Code de la Route, la notion d'agglomération, au sens du Code de la Route constitue :

*« Un espace sur lequel sont groupés des immeubles 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. »*

Dans le Règlement Local de Publicité, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle. Elle peut correspondre aux espaces bâtis caractérisés par (doctrine administrative) :

- Un espacement entre bâtiments de moins de 50m ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une longueur d'au moins 400 mètres ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone habitée vers une zone habitée.

La commune d'Eaunes comporte **deux agglomérations** englobant le centre-ville et les espaces périphériques et les abords de la RD19 et RD56.

## **b - Les périmètres d'interdiction « absolue » de publicité**

D'après l'article L.581-4 du CE, en agglomération toute publicité est interdite :

*« 1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des **monuments historiques***

*2° Sur les monuments naturels et dans les **sites classés** ;*

*3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*

*4° Sur les **arbres**. »*

Également, d'après l'article L.581-30 du CE :

*« Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :*

*1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du code de l'urbanisme ;*

*2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols. »*

Enfin d'après l'article L.581-31 du CE, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : *« si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »*

La commune d'Eaunes est concernée par la présence de **2 immeubles protégés au titres des monuments historiques** (source *data.culture-gouv.*).

### c - Les périmètres d'interdiction « relative » de publicité

D'après l'article L.581-8 du CE, à l'intérieur des agglomérations la publicité est interdite :

1° Aux **abords des monuments historiques** mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le **périmètre des sites patrimoniaux remarquables** mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les **parcs naturels régionaux** ;

4° Dans les **sites inscrits** ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des **parcs nationaux**.

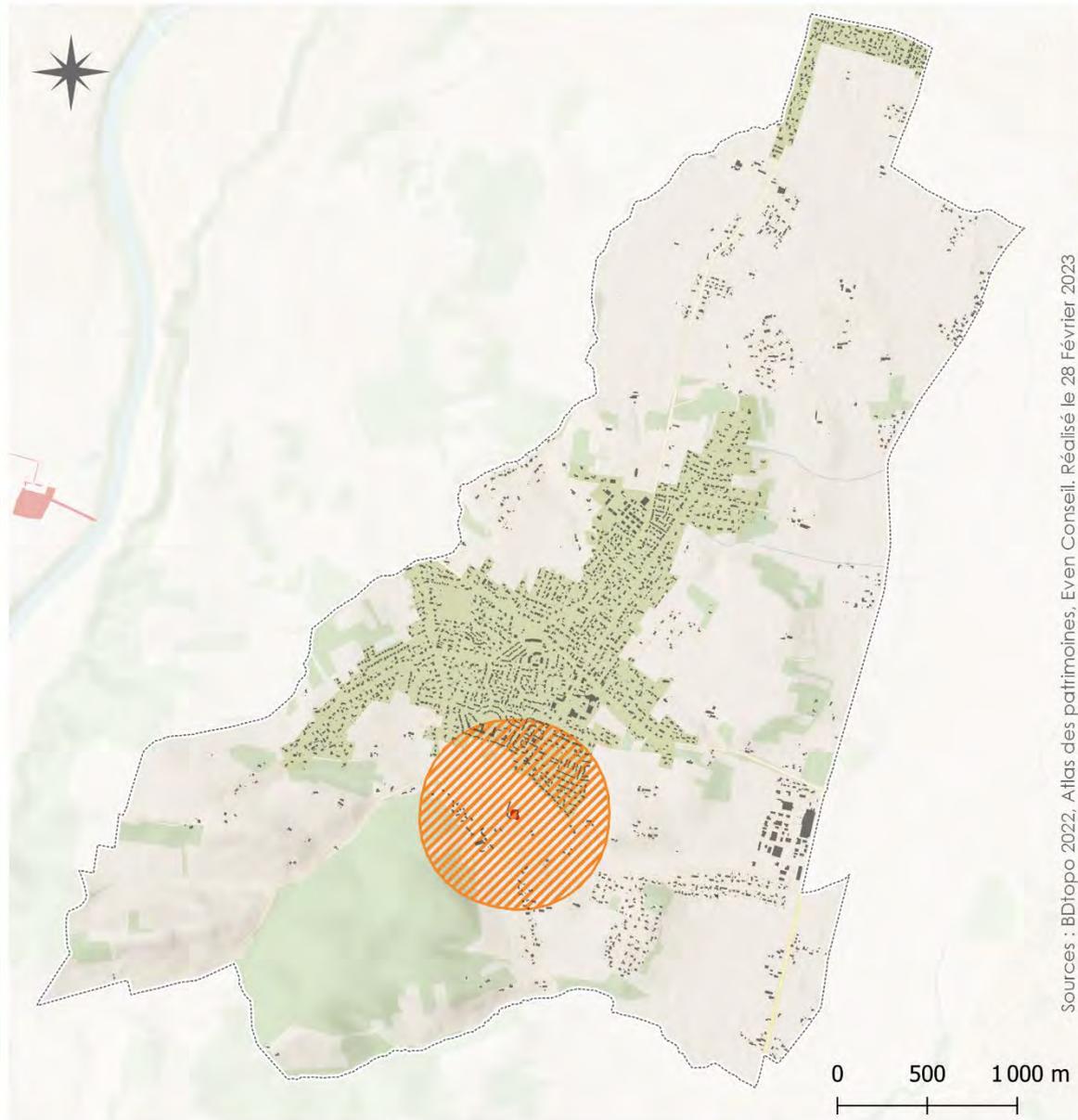
8° Dans les **zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales** mentionnées à l'article L. 414-1.

La commune d'Eaunes est concernée par un **périmètre d'interdiction relative correspondant aux abords de 500 mètres autour des 2 monuments historiques**.

Une dérogation à ces interdictions est possible dans le cadre de l'élaboration du RLP, en agglomération.

Il s'agit d'interdictions applicables aux publicités et préenseignes. Les enseignes ne sont pas concernées par ces périmètres d'interdiction. Leur implantation est néanmoins soumise à l'avis de l'ABF au sein des secteurs de protection patrimoniale.

## Les périmètres réglementaires



Sources : BDtopo 2022, Atlas des patrimoines, Even Conseil. Réalisé le 28 février 2023

### Éléments de repère

- ▭ Limites communales
- Bâtiments

### Périmètres réglementaires

- ▭ Périmètres d'agglomération
- Monuments historiques : interdiction absolue
- ▨ Abords des monuments historiques : interdiction relative

Carte 6 : Les périmètres réglementaires dans la commune d'Eaunes. / Even Conseil.

## II.3 - Synthèse de la Règlementation Nationale de Publicité

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
Publicités murales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE MAXIMALE</u> : 12 m<sup>2</sup></li> <li>• <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 7,5 m</li> <li>• <u>SAILLIE MAXIMALE</u> : 0,25 m</li> <li>• <u>DENSITE SUR UNITE FONCIERE</u> : <b>2 dispositifs muraux sur un support par unité foncière ≤ 80m<sup>2</sup>, un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80m</b></li> <li>• <u>DENSITE SUR MOBILIER URBAIN</u> :</li> </ul>
Publicités scellées ou apposées au sols	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE MAXIMALE</u> : 12 m<sup>2</sup></li> <li>• <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 6 m</li> <li>• <u>DENSITE SUR UNITE FONCIERE</u> : <b>2 dispositifs muraux sur un support par unité foncière ≤ 80m<sup>2</sup>, un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80m</b></li> <li>• <u>DENSITE SUR MOBILIER URBAIN</u> :</li> </ul>
Publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	<b>Même réglementation que pour publicité non lumineuse</b>
Publicité lumineuse numérique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE MAXIMALE</u> : 8 m<sup>2</sup> (2,1 m<sup>2</sup> si la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel)</li> <li>• <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 6 m (3 m si la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel)</li> </ul>
Autres publicités lumineuses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE MAXIMALE</u> : 8 m<sup>2</sup></li> <li>• <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 6 m</li> </ul>
<b>PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>DENSITE SUR DOMAINE PUBLIC</u> :</li> </ul>	
Abris destinés au public	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2 m<sup>2</sup></li> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 2 m<sup>2</sup> + 2 m<sup>2</sup> par tranche entière de 4,5 m<sup>2</sup> de surface abritée au sol</li> </ul>
Kiosques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2m<sup>2</sup></li> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 6 m<sup>2</sup></li> </ul>
Colonnes porte-affiches	<b>INTERDIT</b>
Mâts porte-affiche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2 m<sup>2</sup> recto, 2 m<sup>2</sup> verso</li> </ul>

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non-publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : <b>12 m<sup>2</sup></b></li> </ul>
Bâches comportant de la publicité	<b>INTERDIT</b>
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle	<b>INTERDIT</b>
Affichage de petit format (Art. R.581-57 du CE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE MAXIMALE</u> &lt; <b>1 m<sup>2</sup></b></li> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> &lt; <b>2m<sup>2</sup> et 1/10<sup>e</sup> de la surface de la devanture commerciale</b></li> </ul>
Publicité sur véhicule terrestre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : <b>12 m<sup>2</sup></b></li> </ul>
Publicité sur voie navigable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : <b>8 m<sup>2</sup></b></li> <li>• <u>LARGEUR MAXIMALE</u> : <b>5m dans la limite de 1/10<sup>e</sup> de la longueur hors tout du bâtiment</b></li> <li>• <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : <b>0,75m sans pouvoir s'élever à plus d'1m au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou à défaut du point le plus bas du bordé fixe.</b></li> </ul>

### a - Les principales dispositions applicables aux enseignes

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
<b>ENSEIGNES EN FACADE</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : <b>25% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface &lt; 50m<sup>2</sup>.</b> <b>15% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface ≥ 50m<sup>2</sup>.</b></li> </ul>
Enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SAILLIE MAXIMALE</u> : <b>0,25m</b></li> </ul>
Enseigne à plat sur auvent ou marquise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>SAILLIE MAXIMALE</u> : <b>0,25m</b></li> </ul>
Enseigne à plat sur balconnet ou baie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autorisée uniquement si elle ne s'élève pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie</li> </ul>

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
Enseigne à plat sur balcon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• . Autorisé sur le garde-corps d'un balcon si elle ne dépasse pas les limites de celui-ci et si elle ne constitue pas une saillie &gt; 0,25 par rapport à lui.</li> </ul>
Enseigne perpendiculaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SAILLIE MAXIMALE : 1/10e de la distance séparant les deux alignements de la voie publique dans la limite de 2m.</b></li> </ul>
Enseigne sur toiture	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HAUTEUR MAXIMALE :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>3m si la hauteur de la surface ≤ 15m ;</b></li> <li>○ <b>1/5e de la hauteur de la façade dans la limite de 6m si la hauteur de la façade &gt; 15m.</b></li> </ul> </li> <li>• <b>SURFACE CUMULEE MAXIMALE : 60 m<sup>2</sup></b></li> </ul>
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>SURFACE MAXIMALE : 6 m<sup>2</sup></b></li> <li>• <b>HAUTEUR MAXIMALE :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Si la largeur de l'enseigne ≥ 1m, alors hauteur maximale = 6.5m</b></li> <li>○ <b>Si la largeur de l'enseigne &lt; 1m, alors hauteur maximale = 8m.</b></li> </ul> </li> <li>• <b>DENSITE MAXIMALE : si surface maximale &gt; 1m<sup>2</sup>, alors densité maximale = 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.</b></li> </ul>
Enseignes lumineuses	Se reporter au type d'enseigne correspondant.
Enseignes temporaires	Sous conditions.
Enseigne à faisceau de rayonnement laser	-

## II.4 - Méthodologie : une analyse quantitative complétée par une analyse qualitative

L'élaboration du Règlement Local de Publicité d'Euaines suppose de disposer d'un état des lieux de la situation actuelle du territoire en termes d'affichage extérieur.

Le recensement des dispositifs a été réalisé par le bureau d'étude Even Conseil en février 2023. L'inventaire s'est concentré sur les zones à enjeux en matière d'affichage extérieur : les axes majeurs de la commune, la zone d'activité, le centre-ville, les abords de monuments historiques et les abords de stade.

## Tracé effectué pour le recensement des dispositifs



Sources : BDtopo 2022, Even Conseil. Réalisé le 28 Février 2023

### Éléments de repère

- ▭ Limites communales
- Batiments

### Rcensement des dispositifs

- Trajet effectué pour le recensement des dispositifs

Carte 7 : Trajet effectué pour le recensement des dispositifs. / Source : Even Conseil

L'inventaire réalisé par le bureau d'étude Even conseil a permis de dégager des statistiques pour les publicités et préenseignes. Les statistiques concernant les enseignes nécessitent des études plus approfondies et du matériel plus adapté (relevé vidéo géoréférencé) au vu du nombre de dispositifs présent. Ces statistiques portent sur :

- Le type de dispositif ;
- La taille des dispositifs : le bureau d'étude n'étant pas équipé pour obtenir une taille précise des supports, une tranche de taille a été déterminée ;
- La localisation du dispositif ;
- La conformité du dispositif.

Le second temps d'analyse (approche dite « sensible ») s'attache à caractériser la place de l'affichage extérieur dans le paysage et son influence sur le cadre de vie, tout en tenant compte des besoins du tissu économique local. Une partie sera consacrée à l'impact des publicités et préenseignes dans le paysage et une deuxième à l'impact des enseignes.

## II.5 - Analyse statistique : les chiffres clefs du parc d'affichage extérieur

### a - Les chiffres-clefs du parc publicitaire

Lors du recensement de dispositif, 88 publicités et préenseignes ont été recensés avec une majorité de publicités.

#### TYPES D'IMPLANTATION SUR LE TERRITOIRE

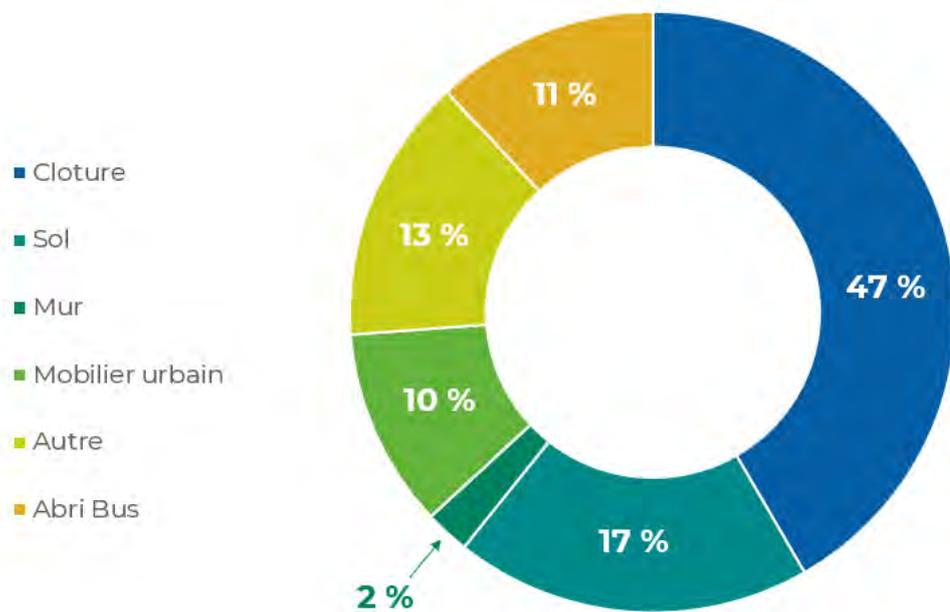
---

Le parc de publicités et préenseigne de la commune est majoritairement constitué de **dispositifs en clôture**, qui représentant **47% des dispositifs recensés** (soit 41 publicités et préenseignes au total). Il est à noter que très peu de dispositifs muraux sont présent dans le territoire.

Ces dispositifs sont à **95%** des cas apposées sur une **clôture non aveugle** et sont dans **27%** des cas des **bâches**.

#### DANS LE CADRE DU RLP

Les dispositifs muraux sont un moyen permettant de promouvoir et signaler les activités, tout en limitant l'impact sur le paysage. En effet contrairement aux dispositifs apposés sur le sol, ce type de dispositifs ne créent pas de volume supplémentaire.



*Figure 1 : Les différentes typologies d'implantation des publicités et préenseignes dans la commune d'Eaunes / Source : Even Conseil*

#### RAPPEL DE LA RNP

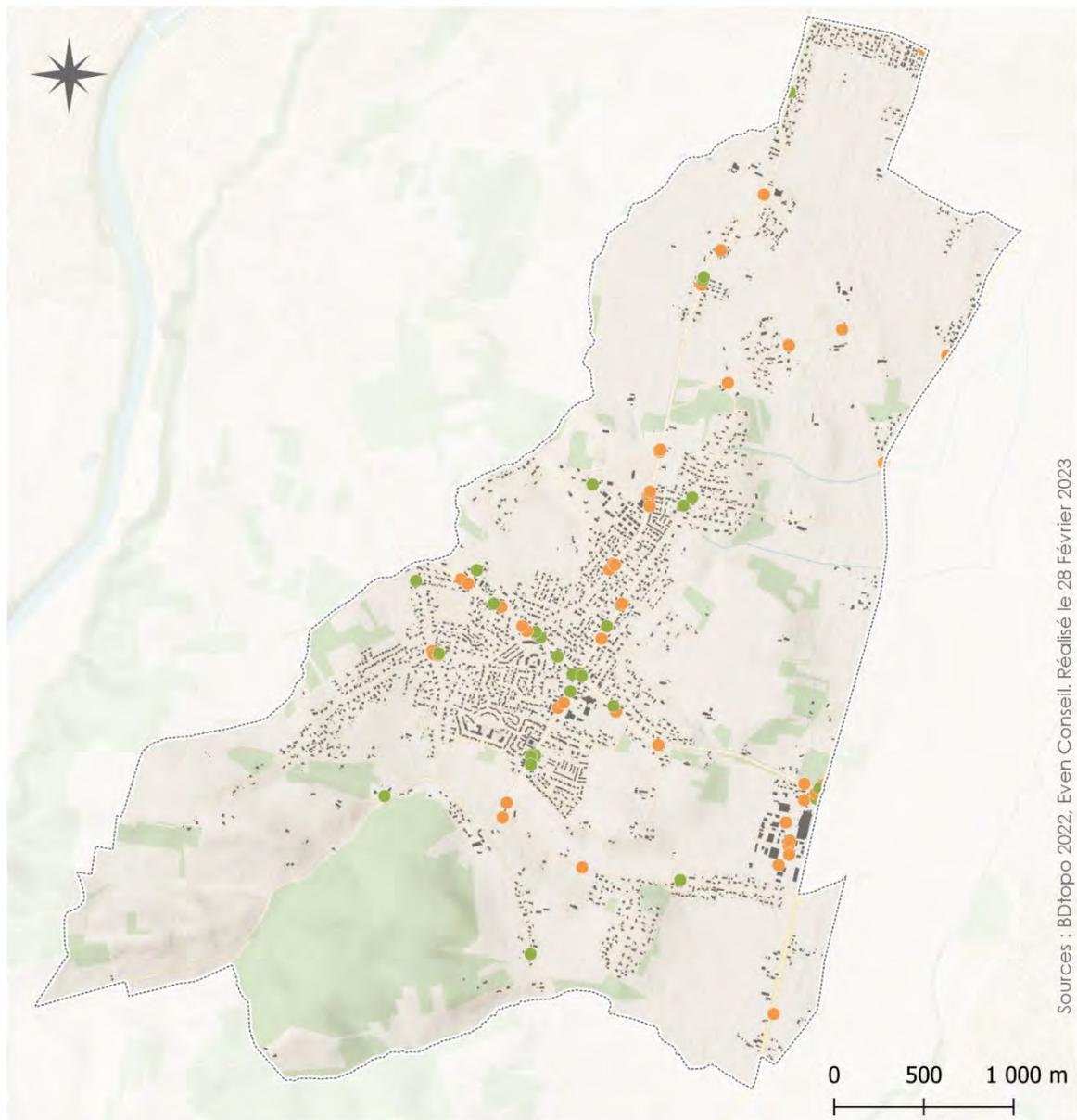
Les dispositifs publicitaires apposés sur des clôtures non aveugles sont **illégaux**, conformément à **l'article R581-22 alinéa 3 du code de l'environnement**. Ces dispositifs représentent une part importante des dispositifs publicitaires du territoire et doivent donc être mis en conformité.

De plus, certains de ces dispositifs sont apposés **sur bâche** et sont donc **non conformes à la réglementation nationale de publicité**, car illégaux dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, conformément à **l'article R581-53 alinéa II du code de l'environnement**.

La part importante de dispositifs apposés en clôture est liée aux besoins pour de **l'affichage temporaire**, induits notamment par le dynamisme immobilier de la commune. En effet, **40% des dispositifs publicitaires recensés sont temporaires**.

Les publicités et préenseignes temporaires correspondent à un affichage en lien avec une manifestation temporaire (travaux etc.). Ces dispositifs publicitaires sont souvent **non conformes** et **peu intégrés** dans le paysage.

## Les dispositifs temporaires



Sources : BDtopo 2022, Even Conseil. Réalisé le 28 Février 2023

### Éléments de repère

- ▭ Limites communales
- Batiments

### Publicités et préenseignes temporaires et non temporaires

- Temporaire
- Non temporaire

Carte 8 : Les dispositifs temporaires et permanents dans la commune d'Eaunes.

La majorité des dispositifs du territoire sont de petit format car **56,5%** sont **inférieurs à 2 m<sup>2</sup>**. Cette valeur s'explique par la présence de nombreux petits dispositifs temporaires présents sur les chantiers et par un décret mis en place par la commune interdisant les dispositifs publicitaires de 12 m<sup>2</sup>. Cependant, des dispositifs de très grands format (12m<sup>2</sup>) et temporaires sont présents sur les chantiers.

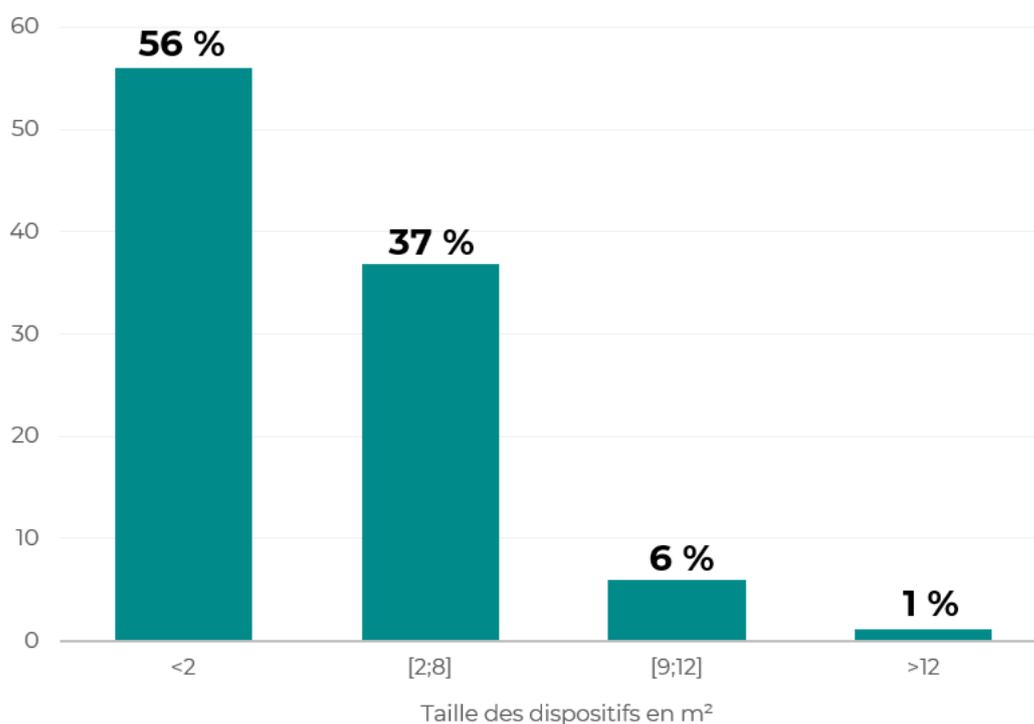
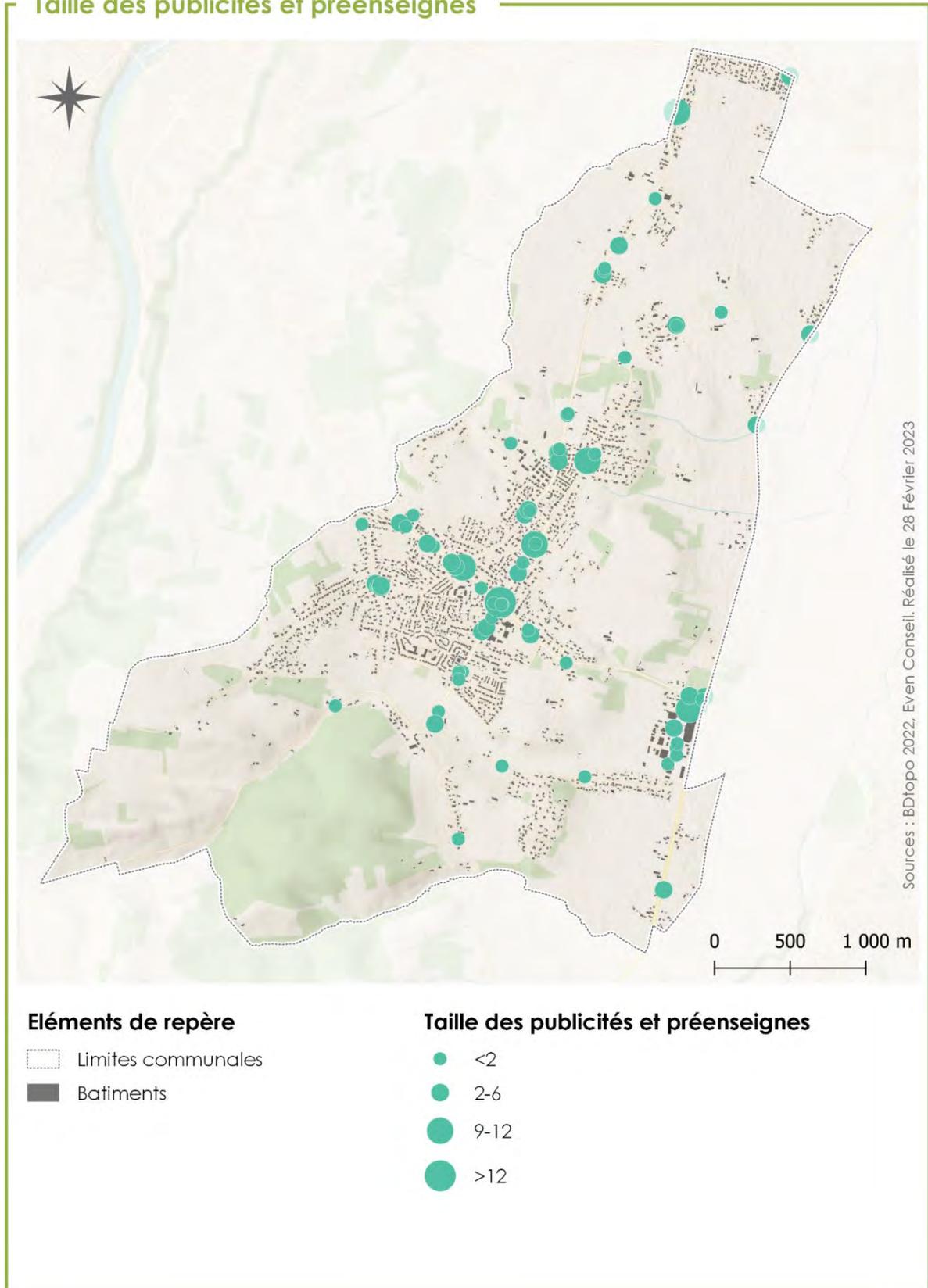


Figure 2 : Taille des dispositifs publicitaire dans la commune d'Eaunes.

### DANS LE CADRE DU RLP

La mise en place d'un RLP peut être une opportunité pour limiter ces dispositifs de très grand formats présents sur les chantiers, afin d'adapter l'affichage extérieur aux ambiances urbaines apaisées de la commune. Cependant, ces dispositifs restent très minoritaires.

## Taille des publicités et préenseignes

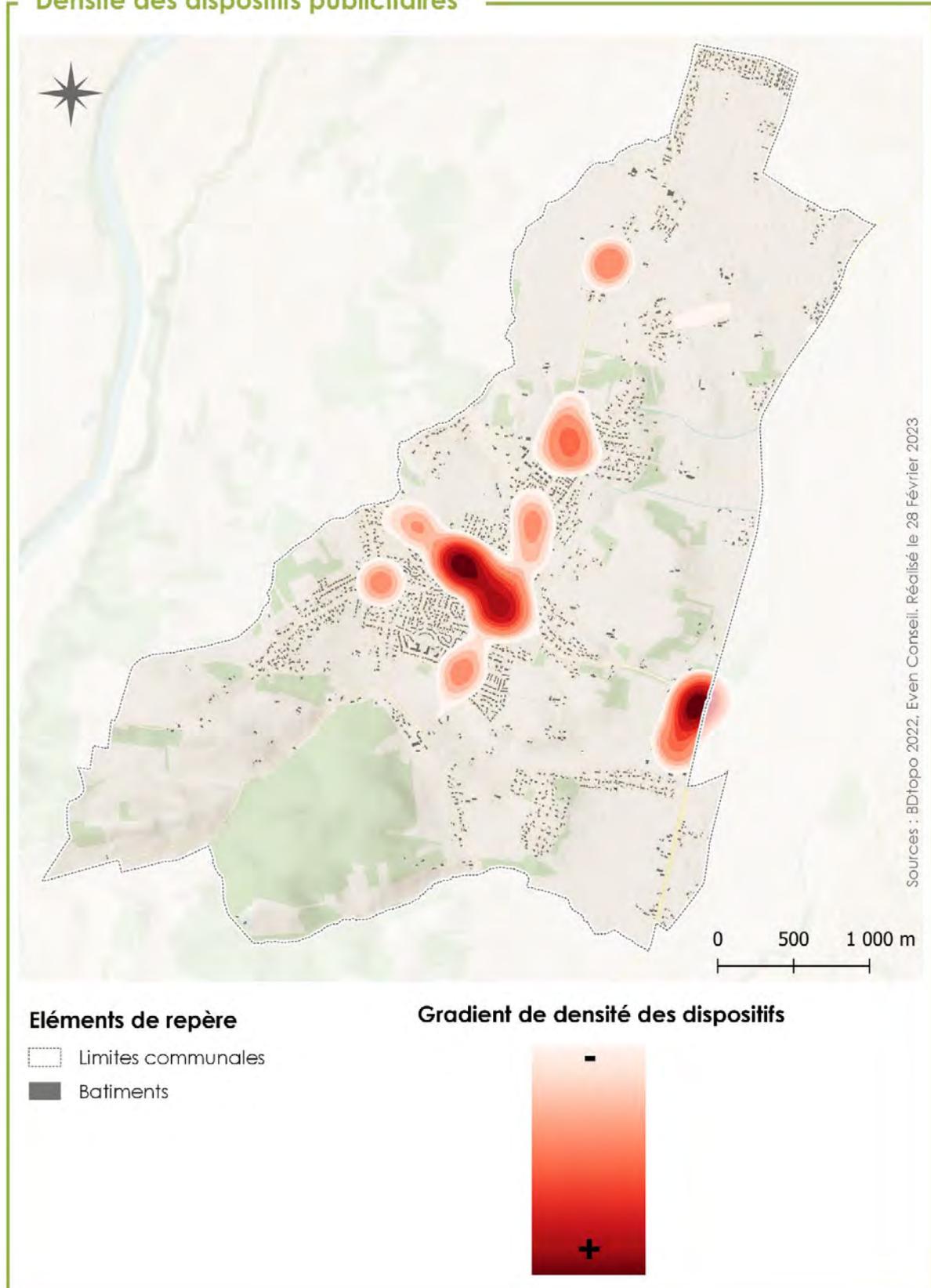


Carte 9 : Taille des dispositifs publicitaires et des préenseignes présents dans la commune. / Source : Even Conseil

Certaines zones de la commune semblent être privilégiées pour l'affichage publicitaire. Les principaux secteurs concernés par l'affichage publicitaire sont :

- La route de Lagardelle particulièrement au niveau des intersections avec la route de Villate et avec le chemin de la Plaine du Pitou. ;
- La zone d'activité du Mandarin ;
- Le long de la route de Villate.

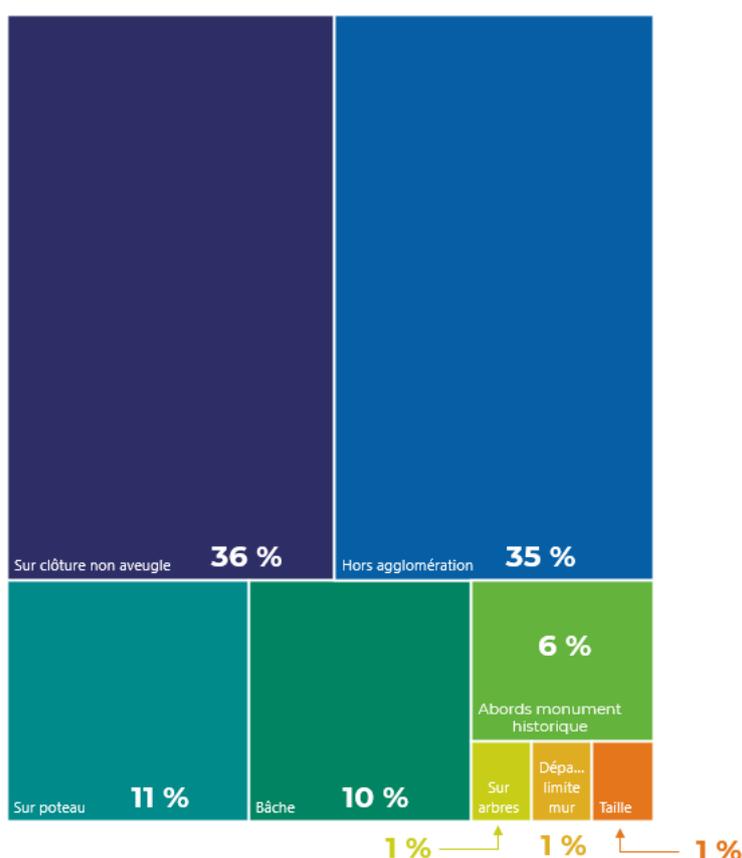
## Densité des dispositifs publicitaires



Carte 10 : Densité des dispositifs publicitaires recensés sur la commune / Source : Even Conseil

L'analyse de la conformité des dispositifs publicitaires met en évidence que **76% des dispositifs recensés possèdent au moins un motif de non-conformité à la Réglementation Nationale de Publicité.**

La figure ci-dessous présente les principaux motifs de non-conformité par rapport à la totalité des infractions recensées. A noter qu'un dispositif peut cumuler plusieurs critères de non-conformité.



*Figure 3 : Part des motifs de non-conformité à la Réglementation Nationale de Publicité sur le parc publicitaire d'Euaines.*

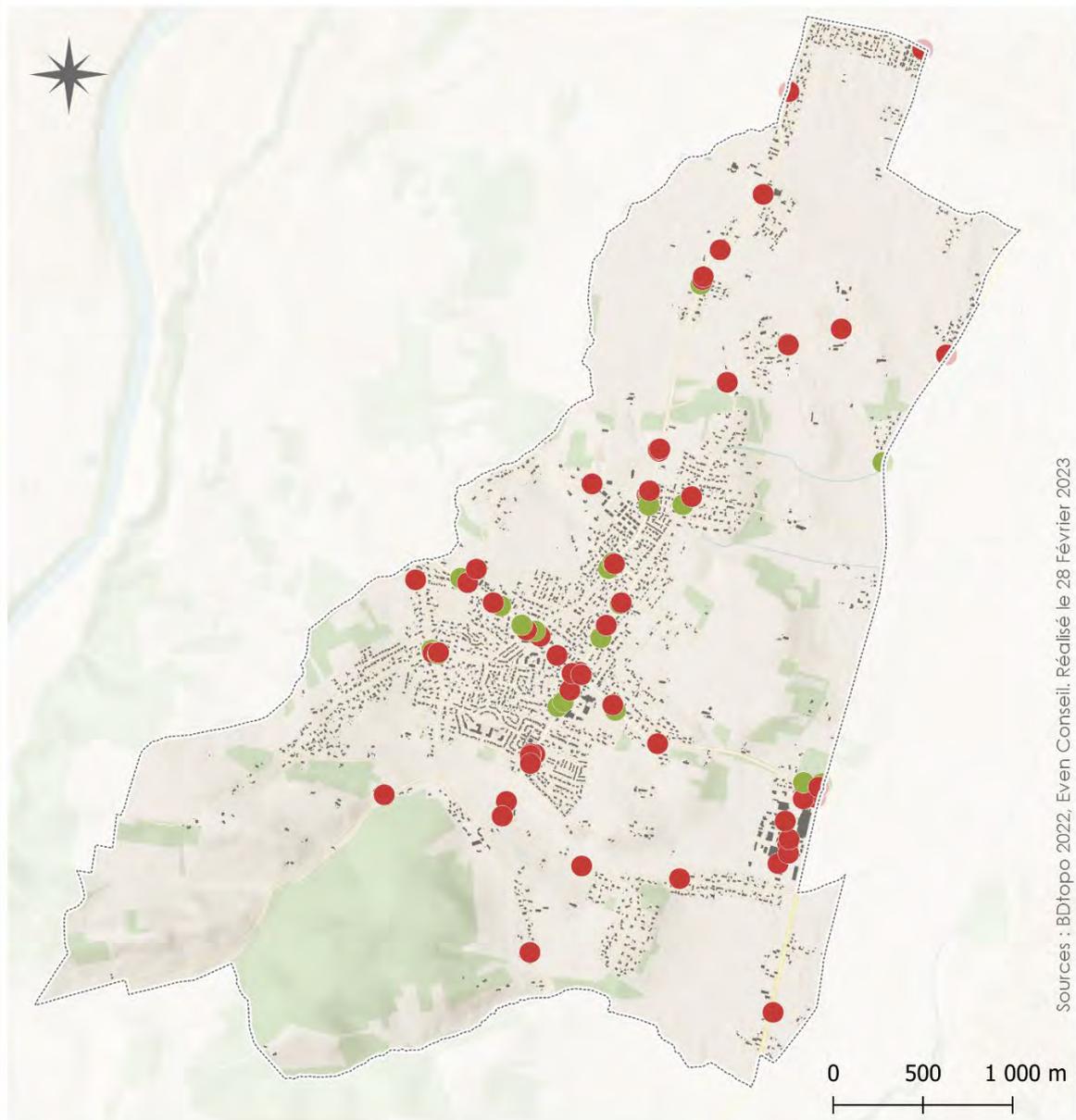
Les principaux motifs de non-conformité dans la commune d'Euaines sont :

- La localisation géographique des dispositifs car **35%** des dispositifs sont localisés **hors agglomération** et **6%** dans le **périmètre d'interdiction relative aux abords des monuments historiques** ;
- L'implantation des dispositifs car **36%** des dispositifs sont localisés sur **une clôture non aveugle**.

#### RAPPEL DE LA RNP

Les **abribus du territoire** supportent tous de l'affichage d'intérêt général. Cet affichage est autorisé en agglomération et hors agglomération. Trois abribus pouvant supporter de la publicité sont présents hors agglomération. La mise en place de publicité sur ces supports impliquerait une non-conformité à la Réglementation Nationale de Publicité.

## Conformité des publicités et préenseignes



Sources : BDtopo 2022, Even Conseil. Réalisé le 28 Février 2023

### Éléments de repère

- ▭ Limites communales
- Batiments

### Conformité des publicités et préenseignes relevés

- Dispositif conforme à la réglementation nationale
- Dispositif non conforme à la réglementation nationale

*Carte 11 : Conformité des dispositifs publicitaires (publicités et préenseignes) relevés lors de recensement. / Source : Even Conseil*



*Photo 19 : Préenseigne scellée au sol, localisée dans le Chemin de Cantoperdric / Source : Even Conseil*

**Art. L581-7 :** En dehors des lieux qualifiés d'agglomération, toute publicité est interdite.

⇒ **Dispositif localisé hors agglomération**



*Photo 20 : Publicité sur clôture non aveugle route de Villate / Source : Even Conseil*

**Art. R581-22 :** La publicité est interdite sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.

⇒ **Dispositif localisé sur une clôture non aveugle.**

## b - Les chiffres-clefs du parc des enseignes

Les enseignes sont présentes sur **l'ensemble des secteurs économiques du territoire**, dès lors qu'une activité y siège. A la différence des publicités et préenseignes dont les formats font l'objet de standards, les enseignes présentent des **formats, aspects, couleurs** ou **modes d'implantation très variés**, dans la mesure où elles sont spécifiques à l'activité concernée.

L'impact visuel des enseignes est lié à leur **nombre**, à leur **dimension**, dans l'absolu et par rapport au support, à l'environnement ou aux perspectives, à leur **hauteur**, leurs **couleurs** ou **formes** et **localisations**.

Dans ce contexte, un dénombrement exhaustif des enseignes n'est pas envisageable sur ce territoire. Également, un échantillonnage ne permettrait pas de dégager des tendances

représentatives de celles en place sur le territoire. C'est pourquoi une **approche qualitative** des enseignes a été privilégiée. Elle s'attache à dégager les caractéristiques des dispositifs observables sur le territoire ainsi que les conséquences sur les ambiances urbaines concernées.

#### ANALYSE DE LA CONFORMITE AU REGARD DE LA REGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITE

Même si un recensement exhaustif n'a pas pu être réalisé pour les enseignes, le diagnostic a permis de relever des motifs de non-conformité concernant les enseignes.



Photo 21 : Enseigne en bandeau dans la zone d'activité du Mandarin / Source : Even Conseil

**Art. R581-60** : Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent **pas dépasser les limites de ce mur** ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'éégout du toit.

⇒ **Le dispositif est situé au dessus des limites de l'éégout du toit**



Photo 22 : Enseigne en toiture dans la zone d'activité du Mandarin / Source : Even Conseil

**Art. R581-62** : Les enseignes en toiture doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

⇒ **Les supports sont visibles.**



Photo 23 : Enseignes en bandeau et sur baie Avenue de la Mairie / Source : Even Conseil

**Art. R581-63** : Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.

⇒ **Ici, le cumul des enseignes en façade est supérieur à 25% de la surface totale de la façade commerciale.**

## II.6 - Analyse sensible : quels impacts des dispositifs dans les paysages ?

### a - Impact des publicités et préenseignes dans les paysages

#### UN CENTRE-VILLE RELATIVEMENT PRESERVE DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Le centre-ville d’Eaunes est globalement **bien préservé** de l’affichage extérieur. Peu de dispositifs publicitaires sont présents permettant de respecter les ambiances paysagères apaisées de ce centre.

Les dispositifs présents correspondent majoritairement à des **dispositifs temporaires sur clôture de chantier**. Ces dispositifs, souvent non conformes, sont de petite taille mais peuvent impacter les ambiances paysagères notamment par leur densité.

Une partie importante du centre-ville se localise dans le **périmètre de protection aux abords de monuments historiques** ce qui permet de limiter l’affichage publicitaire dans ce secteur.

#### RAPPEL DE LA RNP

La Réglementation Nationale de Publicité interdit la publicité aux abords des monuments historiques (dans un rayon de 500 mètres) conformément à l’article **L581-8** du code de l’environnement. Cependant, le RLP peut réintroduire la publicité dans ces secteurs.



Photo 25 : Affichages temporaire de travaux, avenue de la mairie / Source : Even Conseil



Photo 25 : Mobilier urbain dans le centre-ville supportant uniquement de l’information communale. / Source : Even Conseil

## ENJEUX

- La préservation des ambiances apaisées du centre-ville ;
- La préservation des ambiances apaisées aux abords des monuments historiques ;
- Le contrôle de l’affichage temporaire de chantier.

### DES ENTREES DE VILLE PRESERVEES DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR

Les entrées de ville, considérées comme des lieux stratégiques pour l’affichage publicitaire, peuvent être le siège **d’affichages peu qualitatifs**. Cependant, sur la commune d’Eaunes, les entrées de ville sont **très préservées** de l’affichage extérieur. Le maintien de la qualité des entrées de ville représente un enjeu afin de mettre en valeur cet espace vitrine.



*Photo 26 : Entrée de ville sur la D12. / Google StreetView*



*Photo 27 : Entrée de ville sur la RD 56 / Google StreetView.*

## ENJEUX

- La préservation de la qualité des entrées de ville.

**35%** des dispositifs publicitaires recensés sont localisés **hors agglomération** et sont donc **non conformes** à la Réglementation Nationale de Publicité.

Ces dispositifs hors agglomération sont souvent de **petite taille** et **peu qualitatifs**, impactant les milieux naturels. Certains dispositifs, de taille plus importante, créent des points noirs ponctuels dans les perceptions paysagères de la commune.



*Photo 28 : Préenseigne scellée au sol et hors agglomération, chemin de Cantoperdric / Source : Even Conseil*



*Photo 29 : Préenseigne sur poteau et hors agglomération, chemin du Tucaut. / Source : Even Conseil*



*Photo 30 : Préenseigne sur un arbre au chemin du Pont Vieux. / Source : Even Conseil*



*Photo 31 : Publicité sur poteau route de Toulouse. / Source : Even Conseil.*

## ENJEUX

- La mise en conformité des dispositifs hors agglomération pour préserver les espaces agro-naturels de la commune ;
- De nombreuses préenseignes dérogatoires ou des préenseignes faisant échos à un besoin d'affichage et de balisage d'activités pouvant être isolées hors agglomération. Le RLP ne peut répondre à ce besoin qui nécessite une réflexion complémentaire via le report sur une Signalisation d'Information Locale (SIL).

### UN AFFICHAGE TEMPORAIRE TRÈS PRÉSENT IMPACTANT LES AMBIANCES PAYSAGÈRES

La commune d'Eaunes comporte un nombre important de chantiers sur lesquels l'affichage extérieur est **très présent**. Cet affichage de chantier est présent dans **toute la commune**. Cet affichage est la majorité du temps de petit format mais peut présenter ponctuellement de grande surface.

Ces dispositifs sont régulièrement sur des **clôtures non aveugles** et sur **bâches** et sont donc **non conformes à la réglementation nationale de publicité**. L'affichage présent sur ces chantiers au niveau du centre-ville ou le long des axes principaux peut impacter ces paysages fréquentés et donner l'impression d'un affichage non maîtrisé. De plus, les dispositifs de très grand format, souvent présents dans les secteurs résidentiels peuvent provoquer des **rapports d'échelles déséquilibrés**.



*Photo 32 : Affichage de petit format le long de la Route de Lagardelle. / Source : Even Conseil*



*Photo 33 : Affichage de grand format sur le chemin du Tucaut. / Source : Even Conseil.*

## RAPPEL DE LA RNP

L'affichage temporaire peut être rangé dans plusieurs catégories :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- Les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

D'après l'article R.581-53 du code de l'environnement, la publicité sur bâche est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. **Les bâches de chantier sont donc interdites sur la commune d'Éaunes.**

En agglomération, l'affichage temporaire doit respecter les règles déclinées pour les publicités et les préenseignes. **Ainsi, l'affichage temporaire sur clôture non aveugle est illégal.**

## ENJEUX

- La maîtrise de l'affichage temporaire de chantier en nombre et en format.

## b - Impact des enseignes sur le paysage

### UNE SURABONDANCE DE DISPOSITIFS ENTRAINANT UNE PERTE DE LISIBILITE

Certains commerces de la commune comportent de nombreux dispositifs, parfois avec des typologies différentes. Ces densités d'enseignes importantes peuvent surcharger le paysage et faire perdre en lisibilité. Ces problématiques de surabondance se retrouvent principalement dans la zone d'activité, ou l'assiette foncière plus importante ainsi que les bâtiments plus imposants, permet aux commerces la mise en place de nombreux dispositifs.



Photo 35 : Enseignes en bandeau dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.



Photo 35 : Enseignes au sol dans la zone commerciale de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil



Photo 37 : Enseignes sur la place Clément Ader. / Source : Even Conseil.



Photo 37 : Enseigne au sol et sur clôture dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.

#### ENJEUX

- Le contrôle de la densité des dispositifs pour ne pas surcharger d'informations.

Certains commerces présents dans le centre bourg ou dans la zone d'activité, présentent des enseignes de taille très importante. Ces dispositifs importants s'intègrent difficilement dans l'architecture du bâtiment, et les surcharges d'informations, parfois non essentielles.

Ces volumes importants concernent toutes les typologies d'enseignes : les enseignes en bandeau, au sol ou encore la vitrophanie.

### DANS LE CADRE DU RLP

La vitrophanie, lorsqu'elle est apposée à l'extérieur, peut être réglementée par le RLP.

### ENJEUX

- Limiter les dispositifs de gros formats surchargeant les paysages et s'intégrant mal dans l'architecture des bâtiments.



Photo 38 : Enseigne au sol dans la ZA du Mandarin. / Source : Even Conseil.



Photo 39 : Enseigne en bandeau sur la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.



*Photo 40 : Vitrophanie sur une baie commerciale dans la zone commerciale de la place Jean Mermoz / Source : Even Conseil.*



*Photo 41 : Vitrophanie sur une baie commerciale dans la zone d'activité du Mandarin. / Source : Even Conseil.*

## DES ENSEIGNES AJOUTANT DES VOLUMES SUPPLEMENTAIRES DANS LES ZONES COMMERCIALES DE LA PLACE DE LA CROIX BLANCHE ET DE LA PLACE JEAN MERMOZ

La commune d'Éaunes présente au sein de son tissu aggloméré trois zones commerciales de proximité et notamment la zone commerciale de la Croix Blanche et celle de Jean Mermoz, qui sont les deux principales.

Dans ces zones, très peu d'enseignes en bandeau sont présentes. La zone commerciale de la Croix blanche possède un grand nombre d'enseignes en toiture non-conformes à la réglementation nationale de publicité car elles ne sont pas réalisées avec des lettres découpées. Les panneaux de fond créent des volumes supplémentaires et encombrant le paysage, faisant perdre en lisibilité pour les activités.

Concernant la zone commerciale de la place de Jean Mermoz, les enseignes présentes sont des enseignes au sol et sous auvent. Ces formats d'enseignes créent également des volumes supplémentaires car elles possèdent toutes des panneaux de fond.

### DANS LE CADRE DU RLP

Les enseignes composées de lettres et signes découpées sont généralement plus respectueuses de l'architecture puisqu'elles la masquent moins.

Les enseignes

### ENJEUX

- Limiter les dispositifs ajoutant des volumes supplémentaires dans les zones commerciales de proximité, afin de ne pas encombrer le paysage et assurer une lisibilité des activités présentes.



Photo 42 : Enseigne au sol sur la place Jean Mermoz. / Source : Even Conseil



Photo 43 : Enseigne sous auvent sur la place Jean Mermoz. / Source : Even Conseil



Photo 44 : Enseigne au sol sur la place de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil.



Photo 45 : Enseigne en toiture sur la place de la Croix Blanche. / Source : Even Conseil

## VERS DE NOUVEAUX TYPES D'ENSEIGNES

Une seule enseigne numérique a été recensée sur la commune. Ces dispositifs émergents interrogent quant à leur impact sur les ambiances urbaines, la biodiversité (trame noire), la sécurité routière (ces dispositifs pouvant éblouir les conducteurs la nuit), et sur les consommations énergétiques au regard du contexte climatique actuel.

### DANS LE CADRE DU RLP

La loi Climat et Résilience donne aux élus locaux la possibilité de prescriptions techniques à respecter pour les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial via leur RLP.

#### RAPPEL DE LA RNP

Concernant les dispositifs lumineux, la RNP ne prévoit pas de règles d'extinction dans les communes appartenant aux des aires urbaines de plus de 800 000 habitants, ce qui est le cas de la commune de Eaunes. La mise en place d'un RLP est un moyen de limiter les dépenses énergétiques liées aux enseignes lumineuses afin de préserver la trame noire.



3



# ORIENTATIONS

## I. PREAMBULE

Afin de protéger le cadre de vie, le Code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité. C'est le choix qu'a fait la commune d'Eaunes en prescrivant l'élaboration de son RLP.

Pour répondre aux enjeux propres au territoire et à leur importance mise en exergue dans le diagnostic, la collectivité fixe des orientations synthétisées dans le schéma ci-contre.

**Une orientation transversale** et **trois orientations sectorielles** autour d'une **orientation sectorielle**.



Figure 4 : Schéma des grandes orientations de la commune d'Eaunes. / Source : Even Conseil

## II. ORIENTATION GENERALE : MAINTENIR LA QUALITE DU CADRE DE VIE ET DES PAYSAGES

Cette orientation générale vise à préserver la qualité des paysages et les ambiances paysagères de la commune. Elle est à mettre en lien avec le projet de territoire fixé par le PADD du PLU de la commune, et en particulier avec :

**AXE 3 DU PADD : LE MAINTIEN DE LA QUALITE DU CADRE DE VIE AU CŒUR DU PROJET COMMUNAL**

**A.** Maintenir l'équilibre territorial et valoriser les éléments identitaires

Cependant, la maîtrise de l'affichage extérieur ne doit pas nuire au développement des activités économiques, en lien avec l'axe 2 du PADD :

**AXE 2 DU PADD : UN DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ADAPTE A LA SITUATION D'EAUNES.**

Le projet de RLP devra trouver un équilibre entre préservation du paysage et lisibilité des activités économiques. **L'adaptation de l'affichage extérieur aux différentes ambiances urbaines** constitue un enjeu majeur afin de préserver les espaces de vie quotidiens et d'améliorer la lisibilité des activités économiques. La commune d'Eaunes présentant un tissu résidentiel très important, **la conservation d'un cadre de vie apaisé par le respect de rapports d'échelles équilibrés et en limitant la prolifération de dispositifs**, permettra de participer à la valorisation du cadre de vie.

En plus de l'adaptation des typologies et des densités des supports, l'encadrement du développement des dispositifs numériques et lumineux représente également un enjeu sur la commune. Ces dispositifs émergents interrogent quant à leur impact sur les ambiances urbaines, la biodiversité, les consommations énergétiques et la sécurité routière. La mise en place du RLP devra donc **participer à la création de paysages nocturnes apaisés** en encadrant le recours à des dispositifs lumineux et numériques, afin de limiter les incidences de l'affichage publicitaire sur la trame noire et les consommations énergétiques induites par ce type de dispositif.

**OBJECTIF 1 :** Adapter l'affichage extérieur aux différentes ambiances urbaines.

**OBJECTIF 2 :** Conserver un cadre de vie apaisé en respectant des rapports d'échelles équilibrés et en limitant la prolifération de dispositifs.

**OBJECTIF 3 :** Œuvrer à des paysages nocturnes apaisés.

### III. ORIENTATION TRANSVERSALE N°1 : ENCADRER L’AFFICHAGE TEMPORAIRE

La commune d’Eaunes est particulièrement concernée par la présence d’opérations immobilières, sources de l’affichage de nombreux dispositifs plus ou moins temporaires. Cet affichage s’intègre peu dans le paysage urbain, notamment à cause de densités et de formats souvent très importants. Le RLP devra donc permettre **d’encadrer l’affichage temporaire notamment lié aux opérations immobilières sur la commune** en se saisissant du cadre réglementaire.

D’une autre part, cette orientation a pour objectif de **soutenir le dynamisme du tissu associatif local** en dédiant des espaces pour l’expression citoyenne. La rationalisation de l’affichage permet d’assurer une bonne lisibilité de l’information tout en limitant la prolifération d’affichage sauvage pouvant impacter les perceptions paysagères.

**OBJECTIF 4 :** Encadrer l’affichage temporaire notamment en lien avec les opérations immobilières, en format et en nombre.

**OBJECTIF 5 :** Soutenir le dynamisme du tissu associatif local en dédiant des espaces pour l’expression citoyenne.

### IV. ORIENTATION SECTORIELLE N°1 : PRESERVER LA QUALITE PAYSAGERE DES AXES PRINCIPAUX, NOTAMMENT DE L’AVENUE DE LA MAIRIE

L’avenue de la mairie constitue l’axe central de la commune et offre de nombreuses opportunités d’affichage. Un encadrement spécifique de l’affichage extérieur peut permettre de **concilier la lisibilité des activités économiques avec l’attractivité du centre-ville**. La qualité esthétique de l’affichage doit, dans cette zone particulièrement, être travaillée afin de s’intégrer dans le cadre bâti et limiter les nuisances visuelles. La mise en place de dispositifs harmonieux permettra une valorisation du cœur urbain tout en favorisant la lisibilité paysagère.

Les nombreuses opérations immobilières en cours sur l’avenue de la Mairie auront pour conséquence de créer de nouvelles façades commerciales, représentant un enjeu fort pour le RLP. Celui-ci doit **anticiper l’arrivée de ces nouvelles façades commerciales** en fixant un cadre réglementaire permettant le développement de dispositifs qualitatifs, intégrés dans ce paysage de centre bourg.

En plus de l’avenue de la mairie, plusieurs axes d’importance sont présents dans la commune comme la route de Muret et la route de Villate. Ces axes constituent des lieux

privilegiés pour l'affichage extérieur, en lien avec l'audience qu'ils offrent. Ils sont plus particulièrement concernés par des problématiques d'accumulation de dispositifs, dégradant ces espaces vitrines. L'objectif est de **mettre en cohérence l'affichage extérieur sur ces principaux axes, avec les différentes ambiances urbaines.**

**OBJECTIF 6 :** Concilier la lisibilité des activités économiques avec l'attractivité du centre-ville

**OBJECTIF 7 :** Anticiper l'arrivée des nouvelles façades commerciales dans le centre-ville.

**OBJECTIF 8 :** Mettre en cohérence l'affichage extérieur sur les principaux axes, avec les différentes ambiances urbaines.

## V. ORIENTATION SECTORIELLE N°2 : CONTROLER L’AFFICHAGE EXTERIEUR DANS LES TISSUS COMMERCIAUX, NOTAMMENT DANS LA ZONE D’ACTIVITE DU MANDARIN

Du fait de sa position stratégique le long d'un axe principal du territoire, la zone d'activité du Mandarin possède une importance allant au-delà des limites communales. Comme toute zone d'activités, ce secteur constitue un lieu privilégié pour l'affichage extérieur, et plus particulièrement pour les enseignes. Le paysage commercial dans cette zone d'activité peut être peu lisible et confus du fait de la multiplication de dispositifs entraînant un cumul d'informations. Le RLP devra **faciliter la lecture et améliorer la qualité paysagère des paysages publicitaires, tout en garantissant la bonne visibilité des acteurs économiques.** Au sein de ces espaces, la recherche d'une intégration qualitative des enseignes en favorisant une cohérence d'implantation, de gabarit, etc. dans une logique d'harmonisation entre l'affichage extérieur et l'architecture du bâtiment sera visée tout en laissant une marge de manœuvre en termes d'identité visuelle.

Cette orientation veut **encourager, lorsque cela est possible, la mutualisation des dispositifs, permettant de limiter le cumul d'information.**

Le centre-ville d'Éaunes possède des tissus commerciaux de proximité, concernés par des problématiques similaires, dans des rapports d'échelles différents. Les objectifs restent donc sensiblement les mêmes, n'auront pas la même traduction réglementaire.

**OBJECTIF 9** : Faciliter la lecture et améliorer la qualité paysagère des paysages publicitaires, tout en garantissant l'expression des acteurs économiques

**OBJECTIF 10** : Encourager, lorsque cela est possible, la mutualisation des dispositifs, permettant de limiter le cumul d'informations

## VI. ORIENTATION SECTORIELLE N°3 : PERMETTRE AUX ACTIVITES HORS AGGLOMERATION DE SE SIGNALER

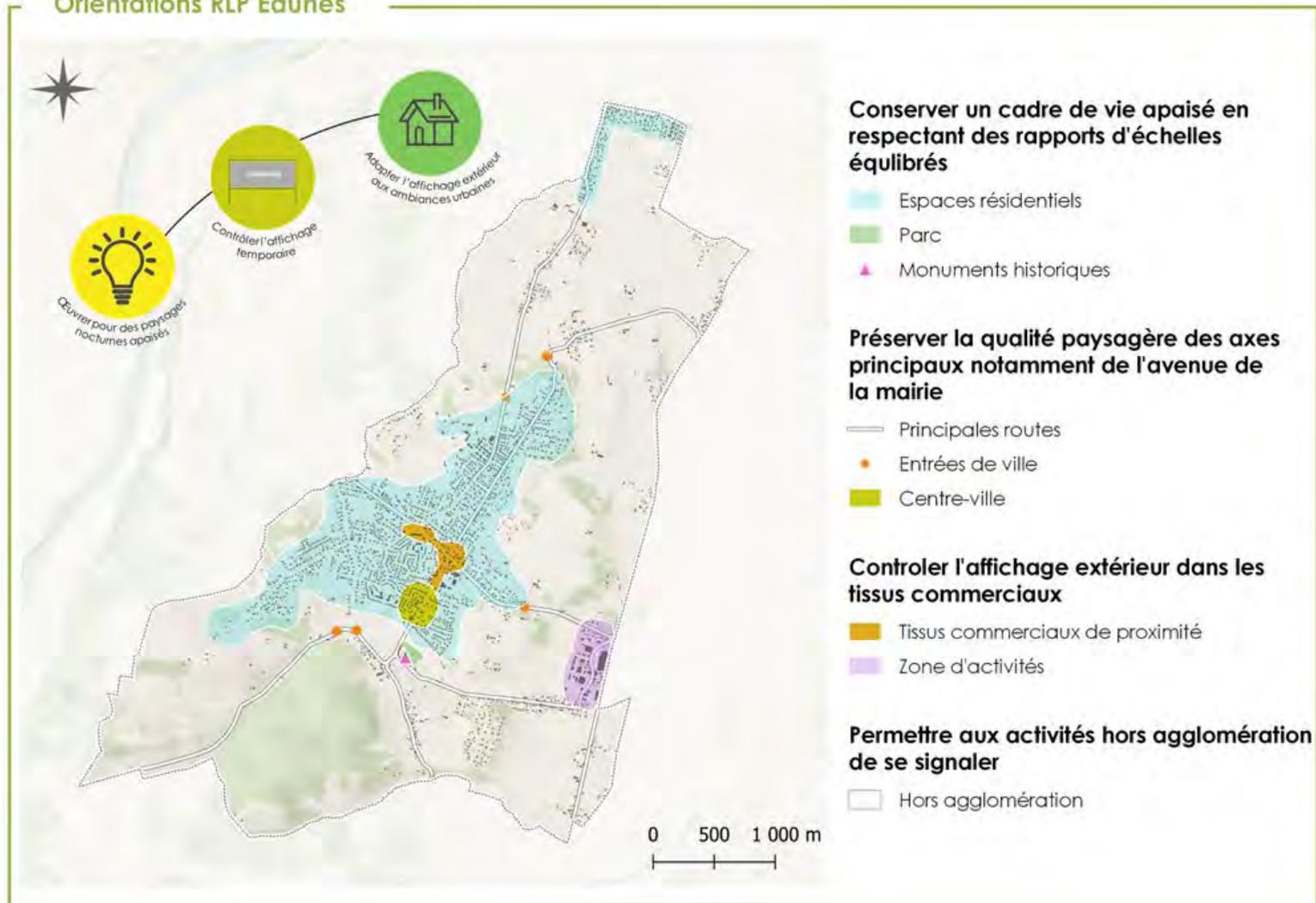
Les secteurs hors agglomération de la commune sont concernés par la présence d'affichage extérieur, et notamment de publicités et préenseignes. L'affichage de publicités et de préenseignes hors agglomération est non conforme à la Réglementation Nationale de Publicité car celles-ci impactent la qualité paysagère de ces espaces naturels. Cette orientation a donc pour objectif de **mettre en conformité ces dispositifs afin de préserver les ambiances paysagères et le cadre naturel**. La présence de dispositifs publicitaires et de préenseignes sur ce secteur met en évidence la nécessité pour certaines activités de se signaler hors agglomération.

Cette orientation a également pour objectif de qualifier et **maitriser l'affichage d'enseignes afin de limiter les nuisances visuelles tout en procurant un apaisement de l'espace, permettant de valoriser ces espaces naturels**.

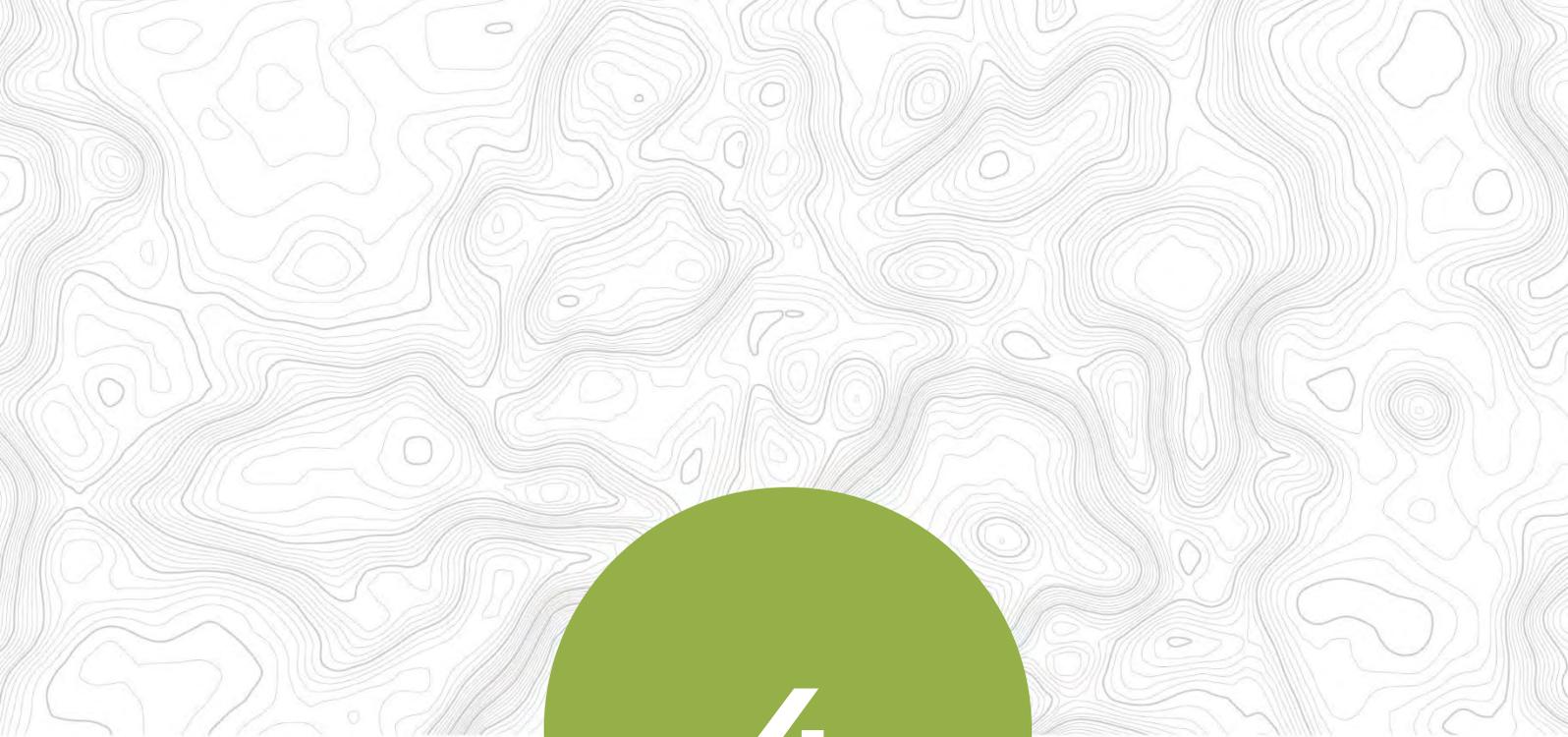
**OBJECTIF 11** : Mettre en conformité les dispositifs hors agglomération afin de préserver les ambiances paysagères et le cadre naturel

**OBJECTIF 12** : Maitriser l'affichage d'enseignes afin de limiter les nuisances visuelles tout en procurant un apaisement de l'espace, permettant de valoriser ces espaces naturels.

## Orientations RLP Eaunes



Carte 12 : Carte d'orientations du RLP d'Eaunes



4



# JUSTIFICATION DES CHOIX

# I. JUSTIFICATION DES PERIMETRES D'AGGLOMERATION

Les périmètres d'agglomération de la commune d'Eaunes ont été déterminé sur la base :

- De la localisation des panneaux de début d'agglomération et des panneaux de fin d'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant leur localisation sont annexés au présent document ;
- Des contours de la trame urbaine.

## I.1 - Panneaux de début et de fin d'agglomération

Les arrêtés municipaux des, 13 août 1990, 14 novembre 1996, 8 octobre 2013, 30 avril 2021, 6 septembre 2022, 26 décembre 2022 ; portant sur les limites d'agglomération des voies communales et départementales positionnent les panneaux de début et fin d'agglomération sur la commune d'Eaunes.

## I.2 - Contours de la trame urbaine

Les contours de la trame urbaine ont été réalisés en formalisant une zone tampon de 50m autour des bâtiments existants au moment de la réalisation du Règlement Local de Publicité, dans le but de matérialiser une interdistance maximale de 100 mètres. Cette zone tampon a ensuite été confrontée avec le positionnement des panneaux de limites d'agglomération et avec le zonage du PLU actuellement en vigueur sur la commune. La mise en place de cette zone tampon a permis d'identifier les parcelles appartenant à l'agglomération : cette limite d'agglomération suit le parcellaire de la commune afin de faciliter l'instruction du Règlement Local de Publicité.

Cette méthode a permis d'identifier une agglomération principale regroupant la majorité de la commune et une agglomération secondaire le long de la RD 19 et RD 56.

Concernant l'agglomération au titre du code de la route des Flambrants, celle-ci n'a pas été intégrée comme telle au titre du code de l'environnement car la densité du bâti est trop faible et la distance entre les différents bâtiments trop importante.

# II. JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLP

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été classés en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies, afin de répondre aux enjeux identifiés localement. Les

quatre zones de publicité instituées permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée. Au total, 4 zones de publicités ont été définies :

- La Zone de Publicité n°1 (ZP1) : Les tissus commerciaux de proximité et le centre urbain ;
- La Zone de Publicité n°2 (ZP2) : Les espaces résidentiels
- La Zone de Publicité n°3 (ZP3) : La zone d'activité du Mandarin
- La Zone de Publicité n°4 (ZP4) : Les secteurs hors agglomération.

## II.1 - La Zone de Publicité n°1 : Les tissus commerciaux de proximité et le centre urbain

### LIEN AVEC LES ORIENTATIONS

**ORIENTATION GENERALE** : Maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages

**ORIENTATION TRANSVERSALE N°1** : Encadrer l'affichage temporaire

- Objectif 4 : Encadrer l'affichage temporaire notamment en lien avec les opérations immobilières, en format et en nombre ;
- Objectif 5 : Soutenir le dynamisme du tissu associatif local en dédiant des espaces pour l'expression citoyenne.

**ORIENTATION SECTORIELLE N°1** : Préserver la qualité paysagère des axes principaux, notamment de l'avenue de la mairie

- Objectif 6 : Concilier la lisibilité des activités économiques avec l'attractivité du centre-ville ;
- Objectif 7 : Anticiper l'arrivée des nouvelles façades commerciales dans le centre-ville ;
- Objectif 8 : Mettre en cohérence l'affichage extérieur sur les principaux axes, avec les différentes ambiances urbaines.

**ORIENTATION SECTORIELLE N°2** : Contrôler l'affichage extérieur dans les tissus commerciaux, notamment dans la zone d'activité du Mandarin

- Objectif 9 : Faciliter la lecture et améliorer la qualité paysagère des paysages publicitaires, tout en garantissant l'expression des acteurs économiques ;
- Objectif 10 : Encourager, lorsque cela est possible, la mutualisation des dispositifs, permettant de limiter le cumul d'information.

La commune d'Eaunes a la particularité de ne pas posséder de centre-bourg historique. Ce centre-ville est structuré autour de l'avenue de la mairie et de la route de Muret et est caractérisé par un tissu résidentiel plus dense, cohabitant avec des surfaces commerciales de proximité : la place de la croix blanche, la place Jean Mermoz et le cœur de ville correspondant à la place Clément Ader. De ce fait, le centre urbain et les surfaces commerciales s'entremêlent et ne forment qu'une entité. Il a donc été décidé de regrouper sous une même zone de publicité le centre urbain ainsi que les surfaces commerciales.

Le périmètre de la ZP1 inclus donc :

- La place Jean Mermoz, constituant la limite nord-ouest de la zone,
- La place de la Croix-Blanche constituant la limite est de la zone ;
- La place Clément Ader, constituant la limite sud de cette zone.

Ces secteurs sont reliés en appliquant une bande tampon de 50 mètres de part et d'autre de la route de Muret et de l'avenue de la mairie, permettant d'assurer une continuité entre ces secteurs, et d'anticiper l'arrivée de nouvelles façades commerciales sur l'avenue de la mairie.

La zone de Publicité n°1 a donc pour objectif d'assurer la lisibilité des activités commerçante tout en intégrant une préservation des paysages urbains centraux, afin de valoriser le cadre de vie.

## II.2 - La Zone de Publicité n°2 : Les secteurs résidentiels

### LIEN AVEC LES ORIENTATIONS

**ORIENTATION GENERALE** : Maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages

**ORIENTATION TRANSVERSALE N°1** : Encadrer l'affichage temporaire

- Objectif 4 : Encadrer l'affichage temporaire notamment en lien avec les opérations immobilières, en format et en nombre.

**ORIENTATION SECTORIELLE N°1** : Préserver la qualité paysagère des axes principaux, notamment de l'avenue de la mairie

- Objectif 8 : Mettre en cohérence l'affichage extérieur sur les principaux axes, avec les différentes ambiances urbaines.

La commune d'Eaunes est caractérisée par une surface de tissus résidentiels très importante. Trois tissus résidentiels se démarquent :

- Le tissu pavillonnaire discontinu ;
- Le tissu à dominante de maison groupées ;
- Le tissu résidentiel collectif du centre bourg.

Le tissu résidentiel collectif du centre-bourg s'entremêle avec les surfaces commerciales et possède une densité plus dense que les autres typologies de tissus. Il est donc caractérisé en zone de publicité n°1.

Les deux autres tissus résidentiels, le tissu pavillonnaire discontinu et le tissu à dominante de maison groupées, sont des tissus moins denses, où les ambiances paysagères sont apaisées. Dans une volonté d'unité et de cohérence des espaces perçus, une unique zone a été définie pour caractériser ces espaces, constituant la zone de publicité n°2. Cette zone concerne tous les espaces en agglomération ne correspondant pas à des tissus commerciaux ou des tissus du centre urbain.

Dans ce cadre, l'affichage publicitaire sera limité en favorisant au mieux l'insertion paysagère des dispositifs, afin de maintenir une ambiance apaisée et cohérente avec ces espaces majoritairement résidentiels, et où le bien-être et la qualité du cadre de vie sont primordiaux.

## II.3 - La Zone de Publicité n°3 : La zone d'activités du Mandarin

### LIEN AVEC LES ORIENTATIONS

**ORIENTATION GENERALE** : Maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages

**ORIENTATION TRANSVERSALE N°1** : Encadrer l'affichage temporaire

- Objectif 4 : Encadrer l'affichage temporaire notamment en lien avec les opérations immobilières, en format et en nombre ;
- Objectif 5 : Soutenir le dynamisme du tissu associatif local en dédiant des espaces pour l'expression citoyenne.

**ORIENTATION SECTORIELLE N°2** : Contrôler l'affichage extérieur dans les tissus commerciaux, notamment dans la zone d'activité du Mandarin

- Objectif 9 : Faciliter la lecture et améliorer la qualité paysagère des paysages publicitaires, tout en garantissant l'expression des acteurs économiques ;
- Objectif 10 : Encourager, lorsque cela est possible, la mutualisation des dispositifs, permettant de limiter le cumul d'information.

Cette Zone de Publicité 3 couvre la zone d'activités intercommunale du Mandarin, au sein desquelles les dispositions réglementaires sont moins restrictives que dans les autres zones de publicité, au regard de la vocation économique de ces espaces et donc, des besoins (plus importants) identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes.

Cette zone d'activité présente un enjeu économique où l'affichage extérieur doit permettre d'assurer une bonne lisibilité aux activités implantées tout en prenant en compte les enjeux paysagers afin que cette zone ne soit pas dépréciée par la multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur, parfois de format relativement important. Au-delà de l'aspect paysager, ces paramètres ont tendance à altérer la lecture des messages figurant sur ces dispositifs. De plus, cette zone de passage, permet ensuite de rejoindre l'agglomération par le chemin de Cantoperdric.

Ainsi, au sein de la Zone de Publicité n°3, le RLP s'engage dans un objectif de maîtrise de la densité et du cumul des dispositifs.

## II.4 - La Zone de Publicité n°4 : Les secteurs hors agglomération

### LIEN AVEC LES ORIENTATIONS

**ORIENTATION GENERALE** : Maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages

**ORIENTATION TRANSVERSALE N°1** : Encadrer l'affichage temporaire

- Objectif 4 : Encadrer l'affichage temporaire notamment en lien avec les opérations immobilières, en format et en nombre ;

**ORIENTATION SECTORIELLE N°3** : Permettre aux activités hors agglomération de se signaler

- Objectif 11 : Mettre en conformité les dispositifs hors agglomération afin de préserver les ambiances paysagères et le cadre naturel ;
- Objectif 12 : Maitriser l'affichage d'enseignes afin de limiter les nuisances visuelles tout en procurant un apaisement de l'espace, permettant de valoriser ces espaces naturels.

Cette zone est dédiée aux espaces « hors agglomération », où toute publicité est interdite par la réglementation nationale, et qui ne vise donc que les règles relatives aux enseignes.

Le règlement de cette zone s'attache à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages à caractère rural ou naturel prégnant, tout en assurant une visibilité des quelques activités économiques présentes de façon ponctuelle.

La Zone de Publicité n°4 encadre de manière plus restrictive les enseignes, afin d'assurer une harmonisation des dispositifs, et de réduire leur impact paysager sur ces paysages ruraux.

### III. JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX PUBLICITES ET AUX PREENSEIGNES

Le règlement du RLP d'Éaunes a été conçu dans une recherche d'équilibre entre préservation/valorisation des paysages et liberté d'expression. Le règlement vise également un équilibre dans les supports autorisés. En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer les formats maximums et les typologies autorisées, et limiter la densité dans une certaine mesure.

#### III.1 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones

##### a - Article P01. Dispositifs publicitaires interdits sur l'ensemble du territoire

La commune d'Éaunes présente une agglomération comptant moins de 10 000 habitants mais appartient à l'unité urbaine de Toulouse, comportant plus de 100 000 habitants. D'après la Réglementation Nationale de Publicité sont donc interdits sur le territoire :

- **La publicité sur bâche**
- **La publicité de dimensions exceptionnelle.**

Ces interdictions ont donc été retranscrites dans le règlement.

La commune d'Éaunes est caractérisée par des ambiances urbaines apaisées, en lien avec des formes urbaines peu denses. L'installation de certaines typologies de dispositifs moins qualitatifs pourrait dégrader la qualité des paysages urbains. Le règlement prévoit donc l'interdiction des dispositifs ci-dessous :

- **Les publicités et préenseignes**, exceptées les préenseignes temporaires, sur tout type de **clôture**, aveugle ou non. En effet, la commune comporte très peu de publicité apposée sur clôture de manière conforme et ces dispositifs sont souvent peu qualitatifs ;
- **La publicité murale.** La commune d'Éaunes ne possède aucun dispositif publicitaire mural conforme à la réglementation nationale. En effet, les formes urbaines de la commune offrent peu de possibilité d'implantation de dispositif publicitaire mural. Afin de limiter l'implantation de dispositifs muraux peu qualitatifs, ces dispositifs sont donc interdits sur l'ensemble de la commune.
- **La publicité et les préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.** Cette typologie de dispositif est interdite sur l'ensemble de la commune car elle dégraderait les ambiances paysagères apaisées actuellement visibles.

## b - Article P0.2. Dérogation à certaines interdictions légales de publicité

### RAPPEL : Article L581-8 du code de l'environnement

*« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :*

*1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;*

*2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;*

*3° Dans les parcs naturels régionaux ;*

*4° Dans les sites inscrits ;*

*5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;*

*6° (abrogé)*

*7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*

*8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.*

*Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »*

Le RLP d'Éaunes vient déroger à l'interdiction stricte de publicité :

- 1° Aux **abords des monuments historiques** mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine. Plus spécifiquement, le RLP permet de déroger à l'interdiction relative de publicité dans les périmètres de protection de l'ancien prieuré (inscrit au titre des monuments historiques) et de l'église (classé au titre des monuments historiques).

La dérogation concerne les dispositifs recensés ci-dessous :

- **La publicité supportée par le mobilier urbain** dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones de publicité. Conformément au Code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à la diffusion d'informations municipales ou intercommunales. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver une possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux. Ainsi l'incidence sur les

paysages par rapport à la situation actuelle ne serait pas dégradée et la collectivité reste maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain.

- **Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif**, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du même code. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît donc indispensable de conserver des dispositifs dans ce périmètre couvrant une partie importante du centre-urbain.

### c - Article P0.3. Format

Afin de limiter la présence des dispositifs dans les paysages urbains, le règlement stipule **qu'un dispositif ne peut excéder deux faces et doit être installé sur un pied unique.**

Dans cette même optique de désencombrement du champ visuel, **aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre du dispositif**, y compris les dispositifs d'éclairage, lorsque le règlement spécifique à la zone publicitaire les autorise.

### d - Article P0.4. Dimensions

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des **surfaces « hors-tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement.**

La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que **les deux faces d'un dispositif publicitaire « sont rigoureusement de même dimension, alignées et placées dos à dos, sans espace visible entre les deux faces »**. Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi la qualité du parc d'affichage extérieur.

### e - Article P0.5. Densité

Toujours en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que lorsqu'elle est autorisée, **la publicité scellée au sol doit être localisée sur des unités foncière de 40 mètres ou plus et que sur les unités foncières mesurant entre 40 et 80 mètres, un seul dispositif publicitaire est autorisé.** Cela permet de réduire la superposition ou la juxtaposition de dispositifs. Sur une **unité de plus de 80 mètres de long, le règlement autorise 2 dispositifs publicitaires, qui doivent se localiser à une interdistance de 40 mètres minimums**, toujours dans un objectif de limiter la superposition ou la juxtaposition de dispositifs.

#### f - Article P0.6. Habillage et accessoires annexes à la publicité

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise un certain nombre de **critères d'esthétique à respecter** (carter de protection dissimulant la structure, accessoires de sécurité amovibles).

#### g - Article P0.7. Publicité sur mobilier urbain

Le RLP de la commune d'Eaunes autorise sur l'ensemble du territoire la **publicité sur mobilier urbain, dans les conditions définies par la réglementation nationale**. En effet, le RLP souhaite privilégier l'affichage publicitaire sur cette typologie de dispositif, faisant l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge leur gestion, leur entretien et le remboursement des dégradations. En ce sens, ces dispositifs permettent un affichage publicitaire sur des supports plus qualitatifs. Également, ils permettent à la commune de contrôler les lieux d'implantation de ces dispositifs, limitant les incidences sur les paysages.

### III.2 - Justification des dispositions particulières applicables aux zones en matière de publicité et de préenseignes

#### a - Dispositions particulières à la ZP1: Tissus commerciaux de proximité et centre urbain

La commune d'Eaunes a la particularité de **ne pas posséder de centre-bourg historique**. Cependant, le centre urbain est caractérisé par des ambiances paysagères apaisées. Afin de préserver ces ambiances paysagères, le règlement **interdit les publicités scellées au sol** permettant **d'éviter l'implantation de nouveaux volumes dans la scénographie urbaine** pouvant dénoter avec l'ambiance apaisée de ces secteurs.

Dans une optique de préservation et de valorisation des façades, **les dispositifs muraux sont également interdits** (cf. dispositions générales). **La publicité sur mobilier urbain est toutefois admise dans ce secteur, dans les conditions de la réglementation nationale**, permettant de conserver des surfaces dédiées aux activités économiques dans cette zone, tout en permettant un contrôle de la commune sur les lieux d'implantation.

Enfin, les **publicités et préenseignes lumineuses, dont numériques, sont interdites** dans cette zone de publicité. En effet, ces dispositifs peuvent impacter les ambiances urbaines, la biodiversité, les consommations énergétiques et la sécurité routière et leur interdiction dans le centre-ville permettra de conserver la qualité du cadre de vie de la commune.

#### b - Dispositions particulières à la ZP2 : Espaces résidentiels

Cette zone regroupe les tissus urbains à vocation d'habitat, possédant des densités plus faibles que la zone de publicité n°1, et des ambiances plus apaisées.

Les choix réglementaires opérés, en matière de publicité et de préenseignes, sont **les mêmes que ceux réalisés dans la zone de publicité n°1**. En ce sens, les dispositifs scellés au sol sont interdits, permettant de d'éviter l'implantation de nouveaux volumes dans la scénographie urbaine pouvant dénoter dans l'ambiance apaisée de ces secteurs. Les **publicités et préenseignes lumineuses, dont numériques, sont interdites** afin de conserver la qualité du cadre de vie de ces secteurs résidentiels.

Cependant, **l'affichage publicitaire sur mobilier urbain reste autorisé**, dans les conditions de la réglementation nationale, permettant de conserver des surfaces dédiées à l'affichage extérieur, contrôlée par la collectivité.

### c - Dispositions particulières à la ZP3 : Zone d'activités du Mandarin

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur, puisqu'elles concentrent une partie non négligeable de l'affichage du territoire, du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant.

De plus, les zones d'activités économiques et commerciales sont souvent localisées en entrée de territoire et sont ainsi associées à la première et dernière image perçue de la commune. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d'entrée de zone commerciale), aussi bien que la disproportion du rapport d'échelle entre le dispositif et le tissu urbain, nuisent à la bonne visibilité de chaque activité et complique l'orientation de l'usager, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Ce constat met en évidence le problème d'image des zones d'activités et commerciales : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc.

Au regard de l'importance économique intercommunale de la zone d'activité du Mandarin, le RLP d'Éaunes **autorise les dispositifs publicitaires scellés au sol** ainsi que **la publicité sur mobilier urbain**.

Afin d'optimiser la lisibilité des activités et des informations dans ce secteur à enjeux, le RLP **encadre plus strictement les formats des dispositifs scellés au sol**. Il a été choisi d'autoriser les **dispositifs scellés au sol dans la limite de 8m<sup>2</sup>**, permettant d'assurer un équilibre entre la lisibilité des messages publicitaires, tout en permettant une réduction du format d'affichage maximal autorisé par la réglementation nationale de publicité. Cette réduction des surfaces maximales autorisées s'accompagne d'un **encadrement de la densité**, permettant de réduire la juxtaposition de dispositifs (*cf.* dispositions communes à l'ensemble des zones III.1.e).

Enfin, le projet **autorise la publicité lumineuse et numérique, dans les conditions fixées par la réglementation nationale de publicité**. Il s'agit de l'unique zone du RLP où les publicités lumineuses et numériques sont autorisées. Ce choix se justifie par la volonté forte du territoire de s'inscrire dans la dynamique actuelle de développement des nouvelles technologies. D'autre part, l'ouverture du numérique au sein de la ZP3 a également été

motivée par la possibilité que laisse le numérique de dédensifier via un report sur un seul support de plusieurs publicités, permettant de répondre au besoin plus conséquent d'affichage des secteurs d'activités économiques et commerciales, tout en cherchant à limiter le nombre de dispositifs et la multiplication d'informations verticales induites.

## d - Dispositions particulières à la ZP4 : Secteurs hors agglomération

### RAPPEL

*Hors agglomération, toute publicité ou préenseigne est interdite. Seules les préenseignes dérogatoires codifiées par l'arrêté du 23 mars 2015 fixant « certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires » et certaines préenseignes temporaires sont autorisées.*

*Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires sont :*

- *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 ;*
- *À titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.*

*Les préenseignes temporaires peuvent être implantées hors agglomération si celles-ci signalent :*

- *Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;*
- *Pour plus de trois mois des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente.*

*Les préenseignes dérogatoires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent, et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.*

*Leurs dimensions ne peuvent excéder un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur. Aucune hauteur maximum par rapport au sol n'est fixée par les textes*

*Le nombre maximum de préenseignes est de quatre pour les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite (deux d'entre elles pouvant être installées à moins de cent mètres ou dans la zone de protection de ce monument) et pour les préenseignes temporaires. Le nombre maximum de préenseignes est de deux pour les activités culturelles et pour une entreprise locale que son activité principale conduit à fabriquer ou vendre des produits du terroir.*

## IV. JUSTIFICATION DES CHOIX RELATIFS AUX ENSEIGNES

### IV.1 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones

#### a - Article E0.1. Interdiction d'enseignes

Le RLP d'Eaunes interdit **plusieurs dispositifs** sur l'ensemble de la commune, **dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative** :

- Sur clôture non-aveugle ;
- Sur bâche ;
- A faisceaux lumineux.

#### b - Article E0.2. Intégration architecturale de l'enseigne

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne.

Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que :

- L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, **ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée**, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- **L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade** ;
- Le choix des **matériaux et couleurs** des enseignes apposées sur façade se fasse en **harmonie avec celle-ci** et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.
- Lorsque l'activité a cessé, **l'enseigne doit être supprimée** et les lieux doivent être remis en état dans les **trois mois suivant la cessation de l'activité**.

#### c - Article E0.3. Surface cumulée des enseignes en façade

Afin de préserver des rapports d'échelles équilibrés, **la règle de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface commerciale a été revue**. Le règlement indique que : « La surface cumulée des enseignes apposées sur une même façade ne doit pas excéder :

- 20% de la surface commerciale si celle-ci présente une surface inférieure ou égale à 50 m<sup>2</sup> ;
- 15% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface strictement supérieure à 50 m<sup>2</sup>. »

**La réduction des surfaces cumulées** permettra tout d'abord de préserver la lisibilité des petites façades commerciales dans la zone de publicité n°1 mais aussi, de limiter l'apposition d'enseigne de grande taille sur les façades commerciales conséquentes, présentes dans la zone de publicité n°3.

Ce calcul inclut les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur, les enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et baies, les enseignes perpendiculaires, les enseignes sur store et les enseignes en vitrophanie.

## IV.2 - Justification des dispositions particulières applicables aux zones en matière d'enseignes

### a - Dispositions particulières à la ZP1: Tissus commerciaux de proximité et centre urbain

Le centre urbain d'Eaunes est caractérisé par la présence de pôles de commerces de proximité. Dans cette zone, une vigilance particulière a été apportée à l'équilibre entre la préservation du cadre de vie apaisée et la visibilité des activités économiques présentes. Afin de limiter l'impact de certains dispositifs sur la qualité du cadre de vie, les enseignes sur clôture, jugées souvent peu qualitatives, sont interdites dans cette zone.

Tout d'abord, afin de limiter l'accumulation de dispositifs sur les façades, le RLP **fixe des règles d'implantation et d'intégration limitant les possibilités pour les enseignes**. En effet sont autorisées :

- Les **enseignes en bandeau** dans la limite de **deux dispositifs par voie ouverte à la circulation**. Cette restriction permet de limiter l'accumulation de petits dispositifs pouvant ponctuer les façades commerciales ;
- **Les enseignes perpendiculaires**, tout en réglementant leur nombre (1 par voie ouverte à la circulation), leurs dimensions, et la saillie par rapport au support, afin de préserver les perspectives offertes à l'échelle des rues et d'y apporter un rythme harmonieux. Également, leur hauteur est réglementée à la limite du premier étage lorsque l'activité est localisée uniquement au rez-de-chaussée. Enfin, afin d'éviter l'accumulation de nombreux dispositifs perpendiculaires qui peuvent impacter les percées visuelles le long des voies de circulation, la mutualisation d'enseignes doit être privilégiée lorsque cela est possible.
- **Les enseignes sur store** uniquement sur le tombant du store et en interdisant les doublons de message avec l'enseigne en bandeau, permettant de limiter l'accumulation de messages similaires sur une façade.
- **Les enseignes collées ou appliquées sur baies vitrées (vitrophanie)** tout en édictant une **règle de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface des baies : elles ne devront pas dépasser 15% de la surface totale de la baie**. En effet, les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un

impact important sur la perception des commerces, et donc des paysages urbains. La mise en place d'une règle de proportionnalité permet de limiter l'opacification complète des baies.

- **Les enseignes sur balcon, balconnet, auvent, marquise sont autorisées uniquement sur auvent ou balcon**, en limitant ces dispositifs à deux par activité, à condition que ces dispositifs comportent des messages différents. Également, le règlement impose l'alignement des dispositifs dans un même plan, favorisant leur intégration paysagère dans l'architecture de la façade. Ces typologies de dispositifs sont très représentées sur ce secteur, notamment ceux sur auvent. Le règlement met en place des règles d'intégration paysagère, tout en ne contraignant pas les activités économiques déjà présentes.

Le RLP permet également d'encadrer les enseignes scellées ou installées directement sur le sol, permettant de maîtriser leur esthétique. Le règlement différencie les enseignes scellées ou apposées sur le sol :

- **Les enseignes scellées au sol** sont autorisées uniquement si elles sont apposées sur l'armature de l'auvent, ou dans le cadre d'une mutualisation permettant de signaler plusieurs activités présentes sur une même unité foncière. Les enseignes apposées sur l'armature de l'auvent sont relativement nombreuses dans la commune et ont été catégorisées comme enseignes « scellées au sol » car elles sont directement fixées sur les piliers de fixation reliés au sol, et ne sont pas nécessairement reliées au baldaquin de l'auvent. Dans le cas d'une enseigne scellée au sol permettant de signaler plusieurs activités localisées sur une même unité foncière, la hauteur et la largeur de l'enseigne ont été réglementées à 2 mètres par 1 mètre, permettant de limiter la création de volume supplémentaire dans ces zones déjà concernée par la présence d'affichage extérieur, et offrant une audience relativement importante.
- **Les enseignes apposées sur le sol** sont également autorisées, uniquement sous forme de chevalet ou d'oriflamme. Les dimensions de ces dispositifs sont limitées à 2 mètres de haut et 1 mètre de largeur, permettant de limiter l'apposition de dispositif de taille trop importante.

La **densité des enseignes au sol** est également limitée à **un dispositif par activité**, permettant de limiter l'accumulation d'enseignes au sol de moins d'un mètre carré, pouvant brouiller la lisibilité des messages et impacter les ambiances paysagères apaisées du territoire.

Également, le RLP encadre les **enseignes temporaires, en limitant leur surface à 4m<sup>2</sup>**. Cette mesure permet notamment de réduire l'apposition d'enseignes temporaires de grande taille, notamment celles signalant des opérations immobilières ou des travaux en cours. En effet, ces dispositifs présents en grand nombre et de taille importante impactent fortement les paysages et le cadre de vie de la commune.

**Concernant les enseignes lumineuses** autre que numériques, celles-ci sont autorisées et l'éclairage doit se réaliser par une rampe ou par transparence et uniquement pour les

dispositifs parallèles à la façade, permettant de réduire le nombre de dispositifs lumineux, tout en permettant aux activités d'assurer leur visibilité. **Les enseignes numériques sont également autorisées dans la limite de 4m<sup>2</sup>**, permettant d'offrir aux acteurs économiques l'opportunité de se signaler à l'aide de ces dispositifs, permettant de répondre à un besoin plus conséquent d'affichage. Enfin, dans la mesure où la ZP1 couvre les centralités, cœurs de vie de chaque commune, le choix a été fait **d'agrandir la plage horaire d'obligation d'extinction de 23h à 6h**, contre 1h à 6h, dans la réglementation nationale, permettant de mettre en cohérence l'éclairage avec le rythme de vie de ces secteurs.

### b - Dispositions particulières à la ZP2 : Espaces résidentiels

Cette zone couvre l'ensemble des espaces à dominante résidentielle du territoire et ne présentant pas d'enjeux patrimoniaux spécifiques, mais possédant des ambiances urbaines apaisées en lien avec la présence de très peu d'activités économiques sur ce secteur. Cependant, quelques activités peuvent ponctuellement présenter un besoin d'affichage.

L'objectif du RLP est donc d'encadrer les typologies de dispositifs afin de permettre d'assurer un dynamisme à ces activités présentes, tout en garantissant une intégration cohérente avec le paysage habité de proximité. En ce sens, le **RLP interdit certaines typologies d'enseignes**, permettant une maîtrise des typologies et de leur esthétisme général, en favorisant une homogénéisation des différents dispositifs. Ainsi sont interdits :

- Les enseignes perpendiculaires ;
- Les enseignes sur store ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les enseignes lumineuses et numériques.

Toujours dans un objectif d'homogénéisation et d'encadrement de l'esthétisme général, **le RLP encadre les autres typologies d'enseignes**. Concernant les enseignes en façades, uniquement les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, collées ou appliquées sur baies vitrées ou sur auvent et balcon sont autorisées dans les conditions suivantes ;

- Concernant **les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, celles-ci sont autorisées dans la limite d'un dispositif par activité**, permettant de limiter l'apposition de nombreuses enseignes en bandeau de petite taille pouvant surcharger les façades et s'intégrant peu dans l'architecture du bâtiment.
- Les enseignes collées ou apposées sur baies vitrées sont autorisées tout en édictant une **règle de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface des baies : elles ne devront pas dépasser 10% de la surface totale de la baie**. En effet, les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces, et donc des paysages urbains. La mise en place d'une règle de proportionnalité permet de limiter l'opacification complète des baies.

- Les **enseignes apposées à plat sur auvent ou balcon sont limitées à un dispositif par activité** et sont autorisées **uniquement si l'architecture du bâtiment ne permet pas l'implantation d'une enseigne en bandeau**. Ces dispositifs, plus impactant que les enseignes en bandeau car rajoutant des volumes supplémentaires, sont autorisés afin de s'adapter aux différentes formes urbaines présentes sur la commune qui ne permettent pas toujours l'apposition d'enseignes en bandeau sur la façade.

Afin de préserver les ambiances apaisées de ce secteur, **les enseignes scellées ou apposées directement au sol sont autorisées dans la limite de 2m<sup>2</sup> et uniquement pour les activités possédant un retrait supérieur à 5 mètres de la voirie**. Cette mesure permet d'une part de restreindre l'emprise de ces dispositifs (qui peuvent venir se cumuler aux dispositifs publicitaires sur mobilier urbain présents) et donc limiter l'impact qu'ils pourraient occasionner sur le cadre de vie, tout en permettant aux activités n'ayant pas la possibilité de se signaler à l'aide de dispositifs en façade d'être visibles depuis les voies ouvertes à la circulation. Également, le format de ces dispositifs a été défini afin de prendre en compte les activités souhaitant apposer un dispositif derrière leur clôture, visible depuis la voie de circulation. Le PLU autorisant l'apposition de clôture dans la limite de 1,6m ou 1,8m en fonction des typologies de zones urbaines, le RLP limite la hauteur des enseignes au sol à 3 mètres et leur superficie à 2m<sup>2</sup> afin de limiter la création de volume supplémentaire pouvant être engendrée par ces dispositifs plus impactant.

Toujours dans une logique de permettre la signalisation des activités localisées en retrait de la voirie, le RLP autorise l'apposition des **enseignes sur clôture, dans la limite d'un dispositif par activité, tout en limitant leur surface à 1,5m<sup>2</sup>**. Si plusieurs activités souhaitent mutualiser leurs dispositifs, la surface de l'enseigne sur clôture pourra être portée à 3 mètres. Cette mesure permet d'encourager la mutualisation de dispositifs et donc de limiter le nombre de dispositif dans cette zone peu concernée par l'affichage extérieur.

Enfin, le RLP **encadre les enseignes temporaires, en limitant leur surface à 2m<sup>2</sup>**. Cette mesure permet notamment de réduire l'apposition d'enseigne temporaire de grande taille, notamment celles signalant des opérations immobilières ou des travaux en cours. En effet, ces dispositifs présents en grand nombre et de taille importante impactent fortement les paysages et le cadre de vie de la commune.

### c - Dispositions particulières à la ZP3 : Zone d'activités du Mandarin

Au sein des zones d'activités économiques et commerciales, l'affichage extérieur, et plus particulièrement l'apposition d'enseigne, représente un enjeu majeur afin d'assurer la lisibilité des activités et de maintenir un dynamisme économique. Les enseignes observées sont souvent très diverses, sans nécessairement respecter l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives visuelles autour du lieu. Ainsi, dans les zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLP d'Eaunes porte une attention particulière à la réglementation des enseignes dans cette zone.

Tout d'abord le règlement permet d'encadrer l'apposition d'enseignes en façade :

- Concernant les **enseignes en bandeau**, celles-ci sont autorisées dans les conditions définies par la réglementation nationale de publicité. En effet, ces enseignes, lorsqu'elles sont bien réalisées, représentent une opportunité d'affichage efficace pour les activités, qui n'impacte que peu les paysages. En ce sens, cette typologie de dispositif devra être favorisée.
- Les **enseignes perpendiculaires** sont autorisées dans la limite **d'un dispositif par voie ouverte à la circulation**, permettant de limiter un surchargement des différentes percées visuelles le long des voies de circulation, et notamment le long du boulevard de la Lèze, pouvant offrir une audience relativement importante. Également, **leurs dimensions** et plus particulièrement celle **de la saillie** sont réglementées (60 cm de hauteur et 60 cm de saillie maximum).
- Comme pour la zone de publicité n°1, les **enseignes sur store** sont autorisées **uniquement sur le tombant du store** et les **doublons de message avec l'enseigne en bandeau sont interdits**, permettant de limiter l'accumulation de messages similaire sur une façade.
- Les **enseignes collées ou appliquées sur baies vitrées** (vitrophanie) sont autorisées, tout réglementant **la proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface des baies : elles ne devront pas dépasser 20% de la surface totale de la baie**. En effet, les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces, et donc des paysages urbains. La mise en place d'une règle de proportionnalité permet de limiter l'opacification complète des baies.
- Également comme la zone de publicité n°1, **Les enseignes sur balcon, balconnet, auvent, marquise sont autorisés uniquement sur auvent ou balcon**, en limitant ces dispositifs à deux par activité, à condition que ces dispositifs comportent des messages différents. Également, le règlement impose l'alignement des dispositifs dans un même plan, favorisant leur intégration paysagère dans l'architecture de la façade.

Bien que ces dispositifs soient plus impactant, le RLP autorise les **enseignes sur toiture** dans la zone d'activité, afin de permettre aux activités économiques qui le souhaitent d'utiliser ce type de dispositif pour se signaler. Cependant, le RLP **réglemente les dimensions de ces dispositifs** : leur hauteur ne devra pas excéder 1,5 mètres et leur superficie 30 m<sup>2</sup>, permettant de **réduire de moitié la superficie autorisée en comparaison avec la réglementation nationale**.

Les activités présentes possèdent pour beaucoup une assiette foncière importante, pouvant générer de manière ponctuelle une accumulation de dispositifs scellés au sol, potentiellement impactante pour la lisibilité des activités. Pour cela, le **RLP encadre la densité des dispositifs scellés ou apposés sur le sol de moins de 1m<sup>2</sup>** en autorisant au maximum 3 dispositifs par activité. Concernant les dispositifs de plus de 1m<sup>2</sup>, leur densité n'est pas contrôlée (la réglementation nationale s'applique donc et un dispositif est autorisé

par voie ouverte à la circulation) mais **leur format l'est afin de réduire l'apposition de volumes supplémentaires** dans ces paysages déjà très concernés par l'affichage extérieur. La hauteur de ces dispositifs ne pourra excéder 6 mètres de hauteur et 2 mètres de largeur.

Le RLP autorise également les enseignes sur clôture, pour permettre aux activités localisées en retrait de la voirie de se signaler. Ces dispositifs sont autorisés dans la limite d'un dispositif par activité et leur surface ne pourra excéder 2m<sup>2</sup>.

Également, le RLP a fait le choix d'encadrer les **enseignes temporaires, en limitant leur surface à 6m<sup>2</sup>**. Cette mesure permet notamment de réduire l'apposition d'enseignes temporaires de grande taille, notamment celles signalant des opérations immobilières ou des travaux en cours. En effet, ces dispositifs présents en grand nombre et de taille importante impactent fortement les paysage et le cadre de vie de la commune.

**Concernant les enseignes numériques**, celles-ci sont autorisées si elles sont scellées au sol sur mât ou en bandeau, à condition qu'elles soient parallèles à la façade. Afin de réduire l'impact sur les paysages et le cadre de vie de ces dispositifs, le RLP encadre la surface des enseignes numériques en bandeau, en indiquant qu'elles ne pourront excéder :

- 5% de la surface commerciale, si celle-ci présente une surface totale supérieure ou égale à 200m<sup>2</sup>, dans la limite de 6m<sup>2</sup> ;
- 10% de la surface commerciale si celle-ci présente une surface inférieure à 200m<sup>2</sup>, dans la limite de 4m<sup>2</sup>.

Concernant les **enseignes numériques scellées au sol, celles-ci sont autorisées dans les conditions fixées par la réglementation nationale de publicité**. Ces enseignes sont autorisées afin de permettre aux acteurs économiques de bénéficier de l'opportunité de se signaler à l'aide de ces dispositifs qui répondent à un besoin plus conséquent d'affichage.

Cependant, afin de réduire les impacts de ces dispositifs sur les consommations énergétiques et la trame noire, il a été décidé **d'agrandir la plage horaire d'obligation d'extinction de 23h à 6h**, contre 1h à 6h, dans la réglementation nationale.

#### d - Dispositions particulières à la ZP4 : Secteurs hors agglomération

Cette zone couvre les espaces agro-naturels situés hors agglomération pouvant abriter de manière temporaire des activités nécessitant des besoins de visibilité. Ces secteurs possèdent des besoins d'affichage relativement similaire à la zone de publicité n°2 : le règlement des enseignes est donc proche de celui défini dans la ZP2.

L'objectif du RLP est donc d'encadrer les typologies de dispositifs afin de permettre d'assurer un dynamisme à ces activités présentes, tout en garantissant une intégration paysagère cohérente. En ce sens, le **RLP interdit certaines typologies d'enseignes**, permettant une maîtrise de l'esthétisme général de ces dispositifs, tout en favorisant une homogénéisation de ceux-ci. Ainsi sont interdits :

- Les enseignes perpendiculaires ;

- Les enseignes sur store ;
- Les enseignes sur toiture ;
- Les enseignes lumineuses et numériques.

Toujours dans un objectif d'homogénéisation et d'encadrement de l'esthétisme général, **le RLP encadre les autres typologies d'enseignes**. Concernant les enseignes en façades, seules les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, collées ou appliquées sur baies vitrées ou sur auvent et balcon sont autorisées dans les conditions suivantes :

- Concernant **les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, celles-ci sont autorisées dans la limite d'un dispositif par activité**, permettant de limiter l'apposition d'enseignes en bandeau de petite taille pouvant surcharger les façades en s'intégrant peu dans l'architecture du bâtiment.
- Les enseignes collées ou apposées sur baies vitrées sont autorisées tout en édictant une **règle de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface des baies : elles ne devront pas dépasser 10% de la surface totale de la baie**. En effet, les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces, et donc des paysages. La mise en place d'une règle de proportionnalité permet de limiter l'opacification complète des baies.
- Les **enseignes apposées à plat sur auvent ou balcon sont limitées à un dispositif par activité** et sont autorisées **uniquement si l'apposition d'une enseigne sur clôture ou en bandeau n'est pas possible**. Ces dispositifs, plus impactant que les enseignes en bandeau car rajoutant des volumes supplémentaires, sont autorisés afin de s'adapter aux différentes formes urbaines présentes sur la commune qui ne permettent pas toujours l'apposition d'enseignes en bandeau ou sur clôture. En ce sens, les enseignes en bandeau et sur clôture sont privilégiées.

Afin de préserver les ambiances apaisées de ce secteur, **les enseignes scellées ou apposées directement au sol sont autorisées dans la limite de 2m<sup>2</sup> et uniquement si l'apposition d'enseigne sur clôture non aveugle ou murale n'est pas possible**. Cette mesure permet d'une part de restreindre l'emprise de ces dispositifs (qui peuvent venir se cumuler aux dispositifs publicitaires sur mobilier urbain présents) et donc limiter l'impact qu'ils pourraient occasionner sur le cadre de vie, tout en permettant aux activités n'ayant pas la possibilité de se signaler de manière qualitative, d'être visibles depuis les voies ouvertes à la circulation. Également, le format de ces dispositifs a été défini afin de prendre en compte les activités souhaitant apposer un dispositif derrière leur clôture, visible depuis la voie de circulation. Également, si plusieurs activités sont localisées sur la même unité foncière, les enseignes scellées au sol devront obligatoirement être mutualisées, permettant de limiter la création de volumes supplémentaires induit par la mise en place de plusieurs dispositifs sur une même unité foncière.

Toujours dans une logique de permettre la signalisation des activités localisées en retrait de la voirie, le RLP autorise l'apposition des **enseignes sur clôture**, dans la limite **d'un dispositif par activité, tout en limitant leur surface à 1,5m<sup>2</sup>**. Si plusieurs activités

souhaitent mutualiser leurs dispositifs, la surface de l'enseigne sur clôture pourra être portée à 3 mètres. Cette mesure permet d'encourager la mutualisation de dispositifs et donc limiter le nombre de dispositif dans cette zone peu concernée par l'affichage extérieur.

Enfin, le RLP a fait le choix **d'encadrer les enseignes temporaires, en limitant leur surface à 4m<sup>2</sup>**. Cette mesure permet notamment de réduire l'apposition d'enseigne temporaire de grande taille, notamment celles signalant des opérations immobilières ou des travaux en cours. En effet, ces dispositifs présents en grand nombre et de taille importante impactent fortement les paysage et le cadre de vie de la commune.

### **IV.3 - Justification des choix relatifs aux dispositifs lumineux et numériques apposés derrière les baies commerciales**

Depuis l'adoption de la loi dite Climat et Résilience d'août 2021, le RLP a la possibilité d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses installées derrière les baies commerciales.

#### **a - Dispositions particulières à la ZP1: Tissus commerciaux de proximité et centre urbain**

La zone de publicité n°1 est concernée par la présence de pôles de commerces de proximité, où certaines activités sont localisées en bordure de voirie. La commune a donc fait le choix d'autoriser via le RLP les **dispositifs numériques apposés derrière une baie commerciale**, dans la limite d'un dispositif par activité, qui ne pourra excéder 115 cm x 65 cm (soit un écran de 50 pouces). Ces dispositifs devront être éteints maximum 1 heure après la fermeture du commerce.

#### **b - Dispositions particulières aux ZP2, ZP3 et ZP4**

Afin de préserver les paysages nocturnes et de réduire les consommations énergétiques, le projet de RLP **interdit les dispositifs numériques apposés derrière les baies commerciales**.



# CITADIA



[www.citadia.com](http://www.citadia.com) • [www.citadiavision.com](http://www.citadiavision.com)