

Enquête publique

Réalisée du 16 septembre au 16 octobre 2024

Ref. TA : E24000090/31 - Arrêté municipal n°2024-121

CONCLUSIONS MOTIVEES et AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR (2/2)

Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)

Mairie de Eaunes (31)



Le présent document est adressé à :

- à Monsieur le Maire de Eaunes
- à Madame la Présidente du Tribunal Administratif de TOULOUSE

Fait à Toulouse, le 16 novembre 2024

Karine Fragonas
Commissaire enquêteur

Sommaire

I.	L'objet de l'enquête	3
II.	Justification du projet	3
III.	Cadre juridique	4
IV.	Avis général sur le déroulement et le bilan de l'enquête	5
1.	Le dossier d'enquête mis à disposition	5
2.	L'information du public.....	6
3.	Echanges avec le porteur du projet	6
4.	Le recueil des observations du public	6
V.	Conclusions motivées et avis.....	7

LE RAPPORT d'ENQUETE FAIT l'OBJET D'UN DOCUMENT SEPARÉ (document 1/2)

Préambule

Il est important de rappeler le contexte et la portée de ce document :

- ✓ Le Commissaire enquêteur conduit l'enquête de manière à permettre au public de prendre une connaissance complète du projet, plan ou programme, et de participer effectivement au processus de décision en lui permettant de présenter ses observations et propositions.
- ✓ Le Commissaire enquêteur examine les observations consignées ou annexées au registre et entend toute personne qu'il lui paraît utile de consulter.
- ✓ Le Commissaire enquêteur rédige des conclusions motivées après examen du dossier et des observations, en précisant si elles sont favorables ou non à l'opération. L'avis peut être favorable, favorable avec réserves ou défavorable. Le Commissaire enquêteur peut toutefois, tout en approuvant, émettre des recommandations découlant de son analyse personnelle qui lui semblent pertinentes pour améliorer le projet sans porter atteinte à l'économie générale de celui-ci.
- ✓ Le Commissaire enquêteur transmet le dossier avec ses conclusions à l'Autorité organisatrice ainsi qu'au Tribunal Administratif (TA) dans un délai d'un mois à compter de l'expiration du délai d'enquête.
- ✓ L'insuffisance ou le défaut de motivation peuvent justifier l'intervention du président du TA afin que le Commissaire enquêteur complète ses conclusions sous 15 jours.

Ainsi, dans le rapport de l'enquête partie I et II, j'ai présenté l'objet et le cadre de l'enquête publique le contenu du dossier soumis à enquête, l'organisation et le déroulement de l'enquête, les observations du public ainsi que les miennes et les réponses apportées par l'Autorité organisatrice. Cela constitue un premier document.

Ce deuxième document présente les « conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur »

I. L'objet de l'enquête

L'enquête porte sur l'élaboration d'un règlement local de publicité « dit RLP » de la commune de Eaunes (31).

La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes s'inscrit dans les objectifs de protection de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations. La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) et le décret du 30 janvier 2012 ont réformé la réglementation applicable en la matière afin de répondre aux enjeux environnementaux et de garantir la liberté d'expression. Cette dernière ne peut en effet être restreinte que pour des motifs d'intérêt général et des enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie. Le code de l'environnement porte sur la forme matérielle de la présentation de messages situés sur la voie publique ou sur une voie privée visible depuis une voie publique, le contenu des messages étant encadré par d'autres réglementations.

Un Règlement National de Publicité (RNP) est applicable mais les collectivités peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP). Ce RLP est annexé au Plan Local d'Urbanisme (PLU), le maire ayant la compétence police de la publicité.

La Commune de Eaunes dispose de la compétence en matière de PLU. A ce titre, elle dispose également de la compétence pour l'élaboration et la révision de son Règlement Local de Publicité

II. Justification du projet

Par délibération du 16 février 2023, la Commune de Eaunes s'est engagée dans l'élaboration d'un règlement local de publicité afin de répondre aux évolutions réglementaires, aux enjeux de l'économie locale, à la protection des paysages, du patrimoine bâti et du cadre de vie. Le projet a été arrêté en conseil municipal le 11 Avril 2024.

Les objectifs que j'ai retenus sont les suivants :

- Préserver le cadre de vie à la suite des importants travaux dans le centre bourg qui ont été entrepris depuis 2 ans
- Préserver les entrées d'agglomérations notamment celles liées à la zone économique du Mandarin, d'une publicité non maîtrisée en limitant la prolifération des dispositifs,
- D'établir un outil pédagogique à l'attention des acteurs économiques de la ville
- Préserver le cadre rural de cette ville en couronne de l'agglomération toulousaine
- Adapter l'affichage extérieur aux différentes ambiances urbaines,
- œuvrer pour obtenir des paysages nocturnes apaisés,
- Encadrer l'affichage temporaire, notamment en lien avec les opérations immobilières, en superficie et densité,

- Soutenir le dynamisme du tissu associatif local, en choisissant des espaces pour l'expression citoyenne,
- Traiter la lisibilité des activités économiques sur les zones commerciales périphériques avec la même qualité que celle du centre-ville et anticiper l'arrivée de nouvelles activités en leur sein.
- Faciliter la lecture et améliorer les qualités paysagères des secteurs de publicité, tout en garantissant auprès des porteurs de projets, le droit à l'expression des acteurs économiques,
- Encourager, lorsque cela est possible, la mutualisation des dispositifs,
- Maîtriser l'installation d'enseignes afin de préserver les qualités architecturales, protéger le patrimoine bâti et maintenir un espace public apaisé,

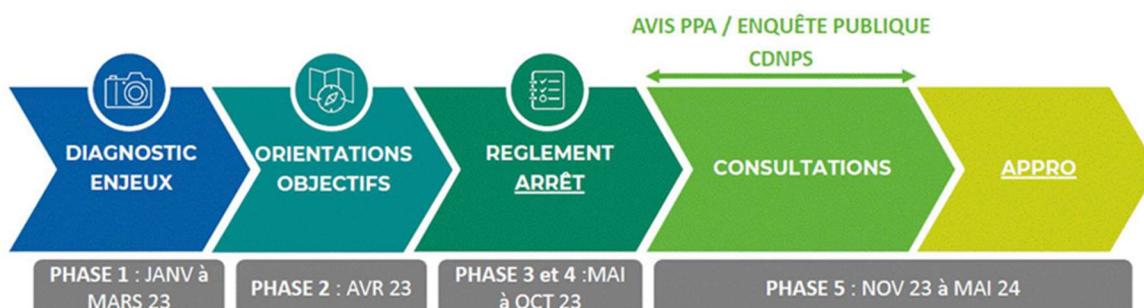
Afin d'atteindre les objectifs listés ci-dessus, il a été fixé les orientations suivantes parmi lesquelles je retiens particulièrement :

- ✓ Limiter les possibilités d'implantation publicitaire, compte-tenu de la qualité de la Commune à dominante rurale,
- ✓ Renoncer à l'introduction d'un dispositif de dérogation, au-delà des dérogations prévues par la réglementation nationale,
- ✓ Limiter l'impact des dispositifs lumineux,
- ✓ Améliorer l'intégration paysagère des enseignes sur façade commerciale, principalement en abord du monument historique répertorié sur cette Commune,
- ✓ Limiter la place des dispositifs d'enseigne scellés au sol ou installés directement sur le sol, dès lors qu'ils présentent une superficie de moins d'un mètre carré et adapter le format de ceux dont la surface dépasse un mètre carré,
- ✓ Interdire les implantations peu qualitatives,
- ✓ Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires.

En conclusion, j'estime que le projet est présenté à du sens au vu du contexte de la Commune, de sa volonté de concilier préservation de son cadre de vie et dynamisme économique.

III. Cadre juridique

Afin d'élaborer son règlement de publicité local, la commune de Eaunes a mené une concertation des parties intéressées tout le long de son processus de diagnostics et de définition de ces objectifs. Les modalités de concertation suivantes ont été prescrites dans la délibération du Conseil Municipal du 16 février 2023 :



Par suite du diagnostic préalable mené par la Mairie de Eaunes assisté du Bureau d'études Even Conseil, le projet de Règlement Local de Publicité de la commune d'Eaunes a été arrêté lors du Conseil Municipal en date du 11 Avril 2024.

La Présidente du Tribunal administratif de Toulouse, par décision n° E21000094/31 en date du 5 juillet 2024, a désigné madame Karine Fragonas en qualité de commissaire enquêteur pour conduire l'enquête publique.

Le Maire de Eaunes Alain Sottil a pris le 8 août 2024 l'arrêté n°2024-121 portant sur l'ouverture de l'enquête. La durée prévue de l'enquête publique est de 30 jours entière et consécutive, du mercredi 16 septembre 2024 à 08 h 30 au vendredi 16 octobre 2024 inclus à 15 h 30. La Mairie est désignée comme siège de l'enquête.

En conclusion le cadre juridique de l'enquête a été respecté

IV. Avis général sur le déroulement et le bilan de l'enquête

1. Le dossier d'enquête mis à disposition

Le dossier fourni pour l'enquête par la Commune de Eaunes, établi par le bureau d'études « Even Conseil », répondait bien aux textes en vigueur, et comportait ainsi 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 documents graphiques annexes faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP. Les limites de l'agglomération fixées par le Maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Le dossier soumis à l'enquête publique (rapport de présentation, règlement, documents cartographiques annexes) est clair, structuré et cohérent.

Cependant quelques remarques ont été formulées lorsque par exemple il est fait référence à un renvoi à la réglementation nationale sans la citer clairement ou lorsque par des contributions ou observations, il a été demandé de préciser certains points.

Ces remarques ne remettent pas en question de façon fondamentale la compréhension et la lisibilité du RLP d'autant que via l'enquête publique ces points vont être précisés (cf. avis ci-dessous).

C'est pourquoi, il serait souhaitable que les documents relatifs du RLP soient prolongés par l'élaboration d'un document d'information à l'attention du public et des entreprises locales destiné à expliciter les nouvelles règles issues du RLP.

En conclusion, j'estime le dossier mis à l'enquête apparaît conforme aux prescriptions contenues dans le code de l'urbanisme, de l'environnement et de la route et apporte les informations nécessaires à la bonne compréhension du projet.

2. L'information du public

Les dispositions suivantes ont été prises :

- ✓ Une publicité par affichage a été réalisée et maintenue pendant toute la durée de l'enquête en 7 points dans la Commune dont un affichage sur l'entrée de la Mairie,
- ✓ Les publications légales ont été faites dans 2 journaux (la Dépêche du Midi et le petit JOURNAL), 15 jours avant le début de l'enquête et répétées dans les 8 premiers jours de celle-ci,
- ✓ Le dossier papier était à la disposition du public en mairie aux jours et heures d'ouverture de celle-ci,
- ✓ Le même dossier était consultable en ligne et téléchargeable sur le site de la Mairie,
- ✓ Une communication complémentaire a été réalisée sur sa page facebook et dans la newsletter et un courriel a été envoyé aux acteurs économiques de la Commune.

En conclusion, j'estime que les moyens d'information ont permis au public d'avoir connaissance de l'enquête et du projet.

3. Echanges avec le porteur du projet

L'organisation de l'enquête a été réalisée en collaboration avec le service urbanisme, assisté d'un bureau d'études et des Elus de références en la personne de Monsieur le Maire et de son adjoint du développement économique et la commune de Eaunes. Ils ont répondu rapidement à toutes mes sollicitations et sont investis dans ce projet de la Commune.

J'ai adressé par courriel le 22 octobre 2024 un procès-verbal de synthèse desdites observations.

Un mémoire de réponse m'a été transmis par courriel le 31 octobre 2024.

Ces observations ainsi que les miennes sont reprises dans le rapport d'enquête, Partie II. (Cf. document1/2)

Les échanges avec le porteur de projet étaient constructifs.

En définitive, Je conclus au bon déroulement de l'enquête publique.

4. Le recueil des observations du public

Le public a pu déposer les observations sur le registre d'enquête ouvert à cet effet à la mairie, par voie postale ou sur l'adresse courriel spécifique enquête. publique@marieaunes.fr

J'ai tenu deux permanences à la mairie d'Eaunes. J'ai choisi des plages horaires permettant au mieux au public et aux acteurs économiques de pourvoir s'y rendre, à savoir un mercredi lundi après-midi et mercredi après -midi.

3 Observations ont été déposées sur le registre papier pendant les permanences avec à chaque fois des rendez-vous avec de longs échanges.

Parmi lesquelles, 2 contributions d'acteurs économiques majeurs de la zone du Mandarin très concernés par ce projet de règlement. Leurs souhaits étaient de faire clarifier certaines dispositions par rapport à leurs dispositifs existants.

Il est à noter la contribution par courriel de UPE (Union de la Publicité Extérieure) qui est revenu lors de la deuxième perméance pour redéposer sa contribution sur le registre et échanger avec moi.

Ils ont remis un rapport constitué de 6 points (cf annexe au rapport d'enquête document 1/2). 2 points sont des précisions apportées au règlement pour plus de clarté et qui seront intégrés dans la version finale du règlement. Les 4 autres points constituent des demandes de modifications au projet de RLP. Dans son courrier de réponse, la Commune a donné une suite favorable sur la densité dans la zone ZP3 et sur les dispositifs numériques en zone ZP3. Cependant, elle reste sur ces positions concernant les formats des panneaux d'affichages en ZP3 qu'elle souhaite limiter en taille et sur les affichages muraux en zone ZP3 qu'elles souhaite interdire.

La commune a argumenté ces choix en les mettant en perspectives le diagnostic existant et les objectifs qui sont les siens. C'est pourquoi, j'estime que la position de la Mairie est équilibrée.

Je retiens une remarque importante et pertinente de l'UPE. Elle sera l'objet d'une recommandation. L'UPE estime en effet qu'il est important avant de surlégiférer, de faire respecter la loi. En effet, beaucoup de dispositifs qui polluent le paysage actuel dans les Communes avoisinantes et qui inquiètent la commune de Eaunes et la motive à mettre en place des règles locales, sont des dispositifs qui ne respectent pas la réglementation nationale. Ainsi il est important de mettre en œuvre des moyens de contrôles qui vont participer efficacement à la maîtrise du cadre de vie sans devoir, sauf nécessité, mettre en place de nouvelles règles à venir dans l'éventualité future d'une révision de ce RLP.

Aucun courrier postal n'a été reçu. Une contribution d'un particulier a été réalisée sur le registre pendant les heures d'ouverture en mairie. Elle est favorable au projet.

Concernant ces contributions, des réponses à chacun des points soulevés ont été apportées par le responsable de projet et commentées par mes soins (voir document rapport d'enquête 1/2).

En conclusion, l'ensemble des mesures ont été mise en œuvre pour permettre la participation du public. J'observe que l'enquête publique a mobilisé des acteurs économiques et les professionnelles de la publicité permettant par leur contribution de faire amender le projet.

V. Conclusions motivées et avis

- Au vu de la constitution du dossier d'enquête et de son déroulement dans le respect de la législation et la réglementation en vigueur
- Au vu du rapport d'enquête (cf. document 1/2),
- Au vu des observations du public, et des avis des personnes publiques associées
- Au vu des échanges lors des permanences,
- Au vu du procès-verbal des observations adressé à l'autorité organisatrice et de son mémoire de réponse (cf. Partie II du document 1/2),
- Au vu des échanges avec l'autorité organisatrice,
- Au vu des visites terrains ponctuelles durant l'enquête pour mieux appréhender le contexte du Projet,

Je constate que les avantages du dossier sont les suivants :

- ✓ Le nouveau règlement local de publicité correspond aux objectifs et orientations qui ont été arrêtés par le conseil municipal de la commune de Eaunes en février 2023 à savoir répondre aux évolutions réglementaires, aux enjeux de l'économie locale, à la protection des paysages, du patrimoine bâti et du cadre de vie.
- ✓ Le projet présenté me paraît bien construit et réfléchi, de nature à améliorer et protéger l'image de la ville et le cadre de vie de ses habitants. Il définit 4 zones de publicité et une zone d'interdiction stricte qui correspond aux spécificités du territoire à savoir un centre bourg, des zones pavillonnaires, une zone commerciale et d'activité principale, la zone hors agglomération et la zone d'interdiction autour des 2 monuments historiques. Ce zonage n'a pas fait l'objet de remarques.
- ✓ Le nouveau RLP se base sur un diagnostic détaillé et bien mené de la publicité qui a été réalisé en 2023 par le Bureau d'études Even conseil et qui permet de bien appréhender la situation actuelle. Pour rappel 76% des dispositifs recensés possèdent au moins un motif de non-conformité à la Réglementation Nationale de Publicité.
- ✓ La prise en considération des contributions du public (acteurs économiques et professionnels). En effet, la Commune s'est déclarée favorable pour intégrer dans la rédaction du rapport final un certain nombre de demandes de modifications et/ou de précisions. Ces points seront repris dans mon avis et feront ainsi l'objet de réserves et recommandations de ma part.

Je constate également les inconvénients ou plutôt les faiblesses suivant(e)s à ce projet :

- ✓ Même si elle est favorable au projet, il est regrettable qu'avoir eu une seule contribution du public en dehors des professionnels et acteurs économiques.
- ✓ Il est regrettable de ne pas avoir eu de retour officiel de la délibération de la Commission de la nature, des paysages et des sites qui en tant que Partie Intéressée aurait pu apporter un éclairage supplémentaire au projet.
- ✓ De la même façon, aucun aucune association ne s'est prononcée sur le projet.

Compte tenu de l'ensemble des éléments figurant dans le dossier d'enquête et de son analyse,

**Je donne un avis favorable
pour l'élaboration du règlement local de publicité de la commune de Eaunes (31)**

Cet avis est assorti de 3 réserves :

Réserve 1 : Intégrer dans la rédaction finale du règlement comme la Commune s'est engagée dans son mémoire de réponse aux observations, la modification suivante : le règlement encadre les dispositifs numériques apposés sur la façade commerciale en fonction de la surface de celle-ci. Pour plus de clarté, le règle sera modifié comme elle suit :

« Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques 2/ Les enseignes numériques en bandeau ne peuvent excéder

- 5% de la surface de la façade commerciale, si celle-ci présente une surface totale Supérieure ou égale à 200m², dans la limite de 8m² ;
- 10% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface Inférieure à 200m², dans la limite de 4m². »

Réserve 2 : Intégrer dans la rédaction finale du règlement comme la Commune s'est engagée dans son mémoire de réponse aux observations : « L'article P0.5 du règlement écrit sera modifié afin de l'appliquer uniquement pour les zones de publicité 1 et 2. La densité de la zone publicitaire numéro 3 ne sera pas encadrée. La réglementation nationale s'appliquera donc. »

Réserve 3 : Intégrer dans la rédaction finale du règlement comme la Commune s'est engagée dans son mémoire de réponse aux observations la proposition suivante : « L'article P0.5 du règlement écrit sera modifié afin de l'appliquer uniquement pour les zones de publicité 1 et 2. La densité de la zone publicitaire numéro 3 ne sera pas encadrée. La réglementation nationale s'appliquera donc. »

Il est à noter que ces réserves ne remettent pas en cause la portée du projet ni son équilibre financier.

Cet avis est également assorti de 3 recommandations :

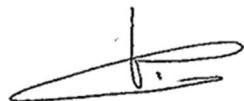
Recommandation 1 : de faire préciser dans la rédaction finale du règlement les dispositions dans le règlement sur les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) en remplaçant « les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique » par « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Recommandation 2 : de faire préciser dans la rédaction finale du règlement de modifier pour une meilleure compréhension à l'article Article P0.3. Format et ainsi de remplacer 1/ Un dispositif ne peut excéder deux faces par « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum »

Recommandation 3 : dès l'approbation de ce règlement, de mettre en place un outil de communication pédagogique afin d'informer les acteurs économiques et plus largement les habitants de la Commune de ce nouveau dispositif afin dans un premier temps d'accompagner sa mise en œuvre et aussi dans un deuxième temps de le faire contrôler afin de faire appliquer les règles sur le territoire.

Le 16 novembre 2024,

*La Commissaire enquêteur
Karine Fragonas*



Enquête publique

Réalisée du 16 septembre au 16 octobre 2024

Ref. TA : E24000090/31 - Arrêté municipal n°2024-121

RAPPORT D'ENQUETE (1/2)

Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)

Mairie de Eaunes (31)



Karine Fragonas

Commissaire Enquêteur

Sommaire

Partie 1: le rapport d'Enquête	2
I. L'objet et le cadre juridique de l'enquête	3
1. L'objet de la présente enquête	3
2. Identification de l'Autorité organisatrice de l'enquête publique.....	3
3. Cadre général du projet de règlement local de publicité	4
4. Cadre juridique de l'enquête	5
5. Le projet de règlement de publicité local soumis à l'enquête	7
II. L'enquête publique.....	9
1. Organisation de l'enquête publique	9
2. Déroulement de l'enquête.....	13
PARTIE 2 : L'analyse des observations	15
I. Observations du public	16
II. Les observations des parties publiques intéressées.....	22
III. Les observations de la Commissaire enquêteur.....	22
IV. Annexes	26
Annexe 1 : Désignation du Commissaire enquêteur	
Annexe 2: Désignation du Commissaire enquêteur	
Annexe 3 : Annonces presse	
Annexe 4 : procès-verbal de synthèse de la Commissaire enquêteur	
Annexe 5 :la réponse au procès-verbal de synthèse de la Commune	

**LES CONCLUSIONS MOTIVÉES ET L'AVIS DE LA COMMISSAIRE ENQUÊTEUR FONT PARTIES
D'UN DOCUMENT SEPARÉ (document 2/2)**

Partie 1: le rapport d'Enquête

I. L'objet et le cadre juridique de l'enquête

1. L'objet de la présente enquête

L'enquête publique porte sur l'établissement du Règlement Local de Publicité de la commune de Eaunes.

L'enquête publique a pour objet d'assurer l'information et la participation du public ainsi que la prise en compte des intérêts des tiers lors de l'élaboration des décisions susceptibles d'affecter l'environnement mentionnées à l'article L. 123-2.

Les observations et propositions recueillies au cours de l'enquête sont prises en considération par le Maître d'ouvrage et par l'Autorité compétente pour prendre les décisions de mise en œuvre. Le présent rapport concerne l'organisation et le déroulement de cette enquête publique. Il est complété par des conclusions et un avis portant sur l'élaboration du règlement proposé (cf. document (2/2)).

Ce n'est qu'à l'issue de l'enquête publique que le règlement Local pourra être approuvé et deviendra ainsi opposables aux tiers.

2. Identification de l'Autorité organisatrice de l'enquête publique

Le Maître d'ouvrage du présent dossier est la ville de Eaunes dans le département de la Haute -Garonne et qui fait partie de la Communauté d'Agglomération du Muretain.

À 30 kilomètres du centre de Toulouse et à 5 kilomètres de Muret, Eaunes est une ville péri-urbaine qui s'étend sur 1 496 hectares et compte 6 256 habitants (chiffre INSEE).

Les espaces urbanisés occupent 42 % de sa surface totale. 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.

La commune d'Eaunes possède deux éléments inscrits au titre des monuments historiques : l'église et l'ancien prieuré.

Des espaces agro-naturels s'étendent sur 43 % du territoire au Nord et au Sud. Sur ce plateau à l'origine très agricole comporte également de nombreuses fermes isolées.

444 entreprises sont présentes dans le territoire et sont majoritairement des commerces de gros et de détail, des transports, des hébergements et restauration.

L'activité commerciale du territoire est répartie entre la zone d'activité du Mandarin et le centre du village. La zone du Mandarin est implantée sur un axe de circulation principal RD 4, en limite communale avec Lagardelle-sur-Lèze, voie importante de la vallée de la Lèze, ayant une fonction d'accès transit. 3 autres axes desservent la ville. Ce type de voies constitue un espace privilégié pour l'affichage publicitaire.

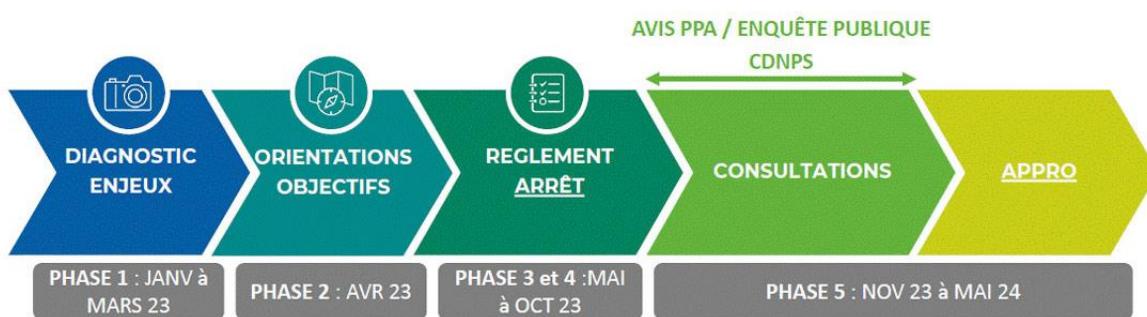
3. Cadre général du projet de règlement local de publicité

On attend par publicité :

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 ;	une enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;	une préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Pour être complet, les préenseignes suivent le régime applicable à la publicité.
--	---	---

La commune d'Eaunes a fait le choix de mettre en place un Règlement Local de Publicité (RLP) afin de protéger le cadre de vie de sa Commune et faisant suite à d'importants travaux d'aménagements de la Commune menés ces dernières années.

Le RLP qui est l'expression du projet de la collectivité en matière d'affichage publicitaire, a été prescrit par délibération du Conseil Municipal en date du 16 février 2023. Le projet de règlement local de publicité de la commune d'Eaunes a été arrêté lors du Conseil Municipal en date du 11 Avril 2024 après une période de concertation.

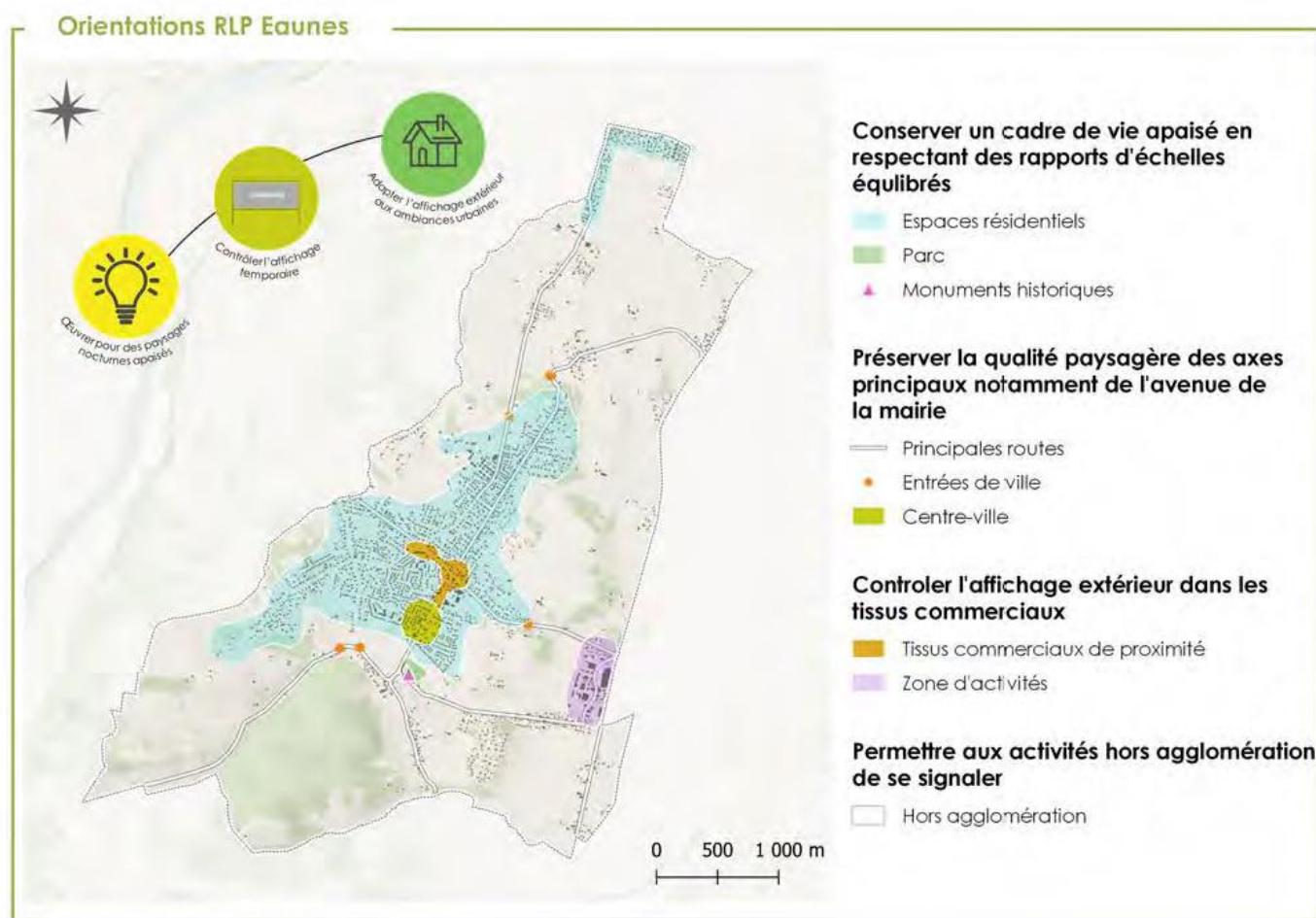


Phasage initial prévu extrait du site internet de la Commune

En effet, Le règlement national issu de la loi du 12 juillet 2010 a pour objectif de concilier la protection du cadre de vie des habitants et la volonté des acteurs économiques d'être le plus visible possible. Toutefois, les Communes ou les intercommunalités peuvent adapter ces dispositions nationales afin de les adapter aux spécificités locales d'un territoire.

Aussi, l'adaptation d'un règlement local de publicité permet, à partir de son volet diagnostic, d'identifier la sensibilité paysagère des différents sites d'un territoire et ainsi d'adapter la réglementation nationale à ces caractéristiques.

Les orientations retenues par la ville afin de maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages sont les suivantes :



Extrait du rapport de présentation joint au dossier de l'enquête

4. Cadre juridique de l'enquête

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, les articles L 581-1 et suivants du code de l'Environnement fixent les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

La réglementation du Code de l'Environnement a été considérablement modifiée par la Loi Grenelle 2 n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant l'Engagement National pour l'Environnement (dites loi ENE), ainsi par les décrets n°2012-118 du 30 janvier 2012 et n°2013-606 du 9 juillet 2013.

La Réglementation Nationale de la Publicité (RNP), issue du décret du 30 janvier 2012, est applicable à l'ensemble du territoire national. Une adaptation locale est prévue par la loi, en cas d'élaboration d'un règlement local de publicité (RLP) permettant d'adapter les règles nationales aux besoins spécifiques du de vie des territoires grâce au zonage du RLP. Cette réglementation doit être plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le RLP est un document d'urbanisme annexé au PLU de la Commune. Il peut être élaboré à l'échelle intercommunale par un EPCI pour une cohérence et une homogénéisation des pratiques sur un même territoire. Son élaboration doit suivre les règles fixées pour les PLU et l'ensemble de la procédure doit être menée à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétente en matière de PLU.

Il constitue donc un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage. Les compétences en matière de police de la publicité et d'instruction des demandes d'autorisation reviennent au maire, au nom de la Commune, lorsque cette dernière dispose d'un RLP. Il est à noter que depuis janvier 2024, même si la commune n'a pas élaboré de RLP, la compétence de police de la publicité est dorénavant exercé par le Maire.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée par les textes L. 581-9 et L. 581-10 du 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.

Référence sur l'obligation d'enquête publique

Le projet de RLP arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II, du livre I du code de l'environnement par le président de l'EPCI ou le maire (Art. L. 153-19 du code de l'urbanisme).

Référence sur la composition du dossier

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.

Référence sur l'organisation de l'enquête

L'organisation de l'enquête suit les dispositions du code de l'environnement :

Titre II : Information et participation des citoyens

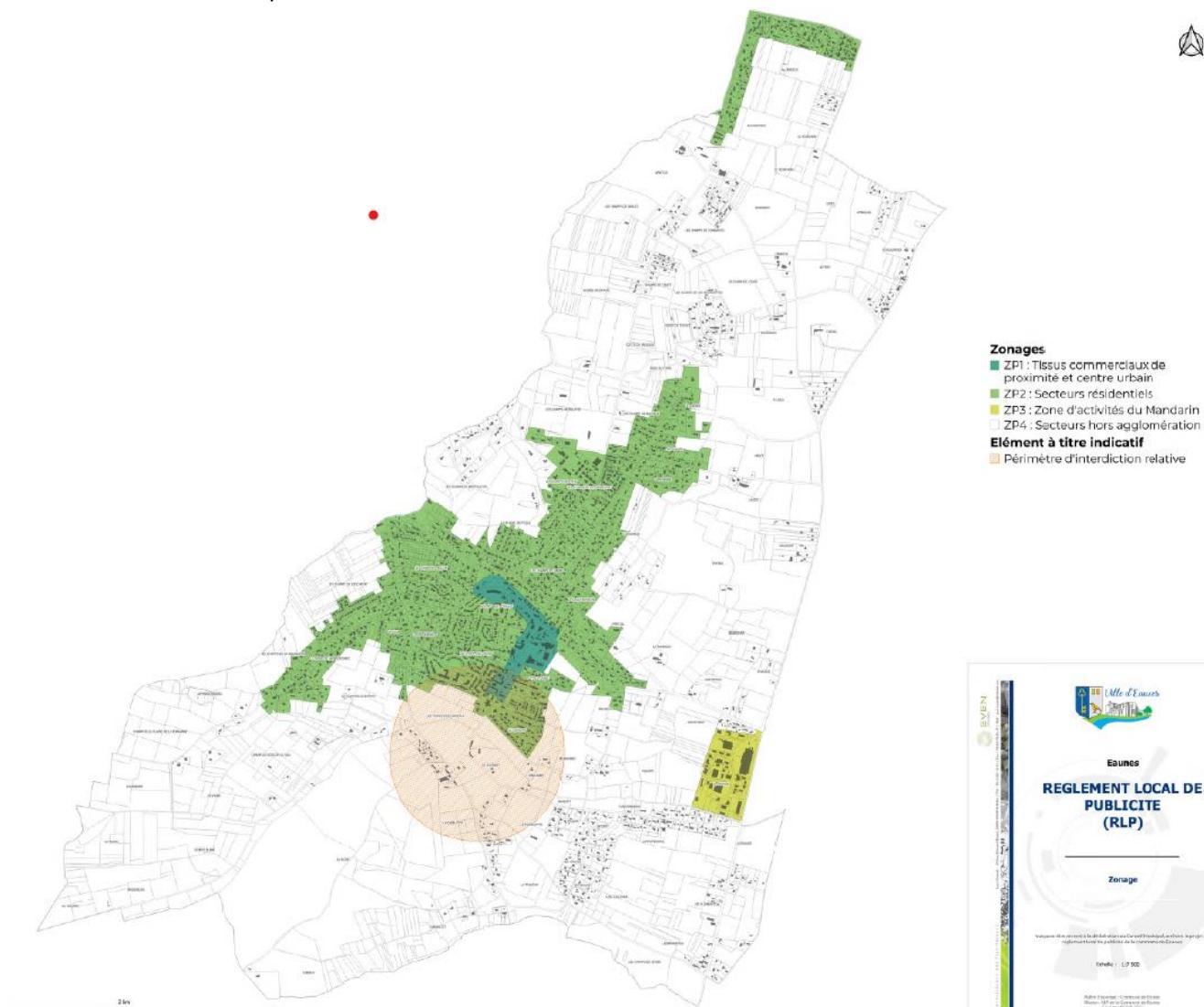
Chapitre III : Participation du public aux décisions ayant une incidence sur l'environnement (Article L123-1-A)

5. Le projet de règlement de publicité local soumis à l'enquête

Comme décrit dans le dossier de présentation du RLP, la commune de Eaunes a retenu, à l'issu de l'état des lieux du territoire et de son diagnostic, 4 zones. En effet, chaque secteur présente 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 retenues 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.

Il est à noter également une zone d'interdiction autour des monuments classés ci-dessous en orange et conformément à l'article L. 621-30 du code du patrimoine qui stipule que la publicité est interdite aux abords des monuments historiques.



La zone de Publicité n°1 : Les tissus commerciaux de proximité et le centre urbain (ZP1)

Cette zone est essentiellement couverte par le centre-ville structuré autour de l'avenue de la mairie et de la route de Muret.

Selon les décisions et les justifications de la commune de Eaunes, Le règlement prévoit que :

- ✓ Les publicités scellées au sol sont interdites permettant d'éviter l'implantation de nouveaux volumes dans la scénographie urbaine pouvant dénoter avec l'ambiance apaisée de ces secteurs.
- ✓ Les dispositifs muraux sont interdits dans une optique de préservation et de valorisation des façades,
- ✓ 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.
- ✓ 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. Leur interdiction dans le centre-ville permettra de conserver la qualité du cadre de vie de la Commune.

La Zone de Publicité n°2 : Les secteurs résidentiels (ZP2)

Cette zone est composée des secteurs résidentiels pavillonnaires discontinus et des secteurs de maisons regroupées. Il est à noter que le secteur collectif du centre-ville est régi par le ZP1 car il est plus dense et s'entremêle avec les surfaces commerciales.

Les choix réglementaires opérés, en matière de publicité et de préenseignes, sont les mêmes que ceux réalisés dans la zone de publicité n°1.

La Zone de Publicité n°3 : Zone d'activités du Mandarin (ZP3)

Il s'agit de la zone activité et commerciale principale de Eaunes (en dehors du centre bourg) implantée en entrée de territoire. Cette zone constitue un secteur à enjeux forts en matière d'affichage extérieur à la fois du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant. Des problématiques y sont souvent rencontrées de lisibilité complexifiée des messages, de formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, de localisation "sauvage" ...

Selon les décisions et les justifications de la commune de Eaunes, le règlement prévoit que notamment que:

- ✓ les dispositifs scellés au sol sont autorisés dans la limite de 8m², 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)
- ✓ la publicité lumineuse et numérique, dans les conditions fixées par la réglementation nationale de publicité 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.

- ✓ L'interdiction des affiches muraux

II. L'enquête publique

1. Organisation de l'enquête publique

Désignation du Commissaire enquêteur (Cf. annexe 1)

La Présidente du Tribunal Administratif de Toulouse, dans sa décision du 5 juillet 2024, a désigné Madame Karine Fragonas en qualité de Commissaire enquêteur pour mener l'enquête publique relative à « l'élaboration du règlement local de publicité de la ville de Eaunes ».

Arrêté portant sur l'ouverture de l'enquête (Cf. annexe 2)

Le Maire de Eaunes Alain Sottil a pris le 8 août 2024 l'arrêté n°2024-121 portant sur l'ouverture de l'enquête. La durée prévue de l'enquête publique est de 30 jours entière et consécutive, du mercredi 16 septembre 2024 à 08 h 30 au vendredi 16 octobre 2024 inclus à 15 h 30.

La Mairie est désignée comme siège de l'enquête.

La mission du Commissaire enquêteur

Dans ce cadre, la mission du Commissaire enquêteur consiste ainsi principalement à :

- ✓ Prendre connaissance du dossier d'enquête publique établi par l'autorité organisatrice de l'enquête, lui faire apporter tout complément ou précision qu'elle juge utile pour permettre une bonne compréhension et information du public ;
- ✓ Veiller à ce que les formalités de publicité destinées à prévenir le public soient conformes à la loi et à demander tout complément qu'elle jugera utile en fonction de l'importance du projet soumis à enquête ;
- ✓ Recevoir le public, lui expliciter l'objet et les objectifs du projet, recueillir ses appréciations, suggestions et contre-propositions et y répondre ;
- ✓ Rédiger, en toute indépendance, un rapport factuel du déroulé de l'enquête (notamment les observations du public) et d'établir, dans un document séparé, ses conclusions personnelles et motivées sur le projet.

Le rapport et ces conclusions, qui sont destinés à éclairer la décision que prendra l'autorité organisatrice, sont consultables par le public pendant un an.

Le dossier d'enquête – constitution

Le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

1. Arrêté municipal 2024-121
2. Rapport de présentation
3. Règlement
4. Annexes incluant :
 - ✓ Zonage du RLP
 - ✓ Carte des limites d'agglomération
 - ✓ Arrêtés municipaux portant sur les limites d'agglomération des voies communales et départementales
 - ✓ Carte des périmètres d'interdiction absolue et relative
5. Plan A0 du zonage :
 - ✓ 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.
6. Avis des Personnes publiques associées
 - ✓ Chambre des métiers de l'artisanat de la Haute-Garonne
 - ✓ Smeat (Syndicat mixite pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territorial de la Grande Agglomération Toulousaine)
7. Les avis de publicité dans la dépêche et dans le petit journal

Appréciation du Commissaire enquêteur sur la forme du dossier d'enquête

Un seul changement a été demandé en cours d'enquête à la demande de la Commissaire enquêteur :

- Dans le règlement intérieur, page 2-, Article E3.1 du paragraphe III.4. Dispositions particulières applicables à la zone de la publicité n°3, il a été demandé de mentionner explicitement les conditions autorisées et non de faire un simple renvoi à un article du code de l'environnement

Le rapport de présentation présente comme attendu le diagnostic établi par la Mairie qui s'est adjoint les services d'un bureau d'études spécialisé. Il définit les orientations et les objectifs et explique les choix retenus de la collectivité.

La Commissaire enquêteur juge le dossier conforme et complet

Lieux de consultation du dossier et du registre d'enquête

Afin que chacun puisse prendre connaissance du dossier d'enquête, les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête ont été déposés à la Mairie de Eaunes du mercredi 16 septembre 2024 à 08 h 30 au vendredi 8 octobre 2024 inclus à 15 h 30.

Le dossier de l'enquête publique a pu également être consulté et téléchargé sur le site de la mairie <https://www.mairie-eaunes.fr>

Les observations éventuelles ont pu ainsi être :

- Consignées sur le registre d'enquête ouvert à cet effet à la mairie de Eaunes
- Envoyées sur l'adresse spécialement ouverte enquete.publique@marieaunes.fr
- Envoyées par courrier à l'adresse de la mairie de Eaunes

Les jours et heures d'ouverture de la mairie de Eaunes au public sont les suivantes :

Lundi : Fermé	Vendredi : 9h00-12h30 / 14h-17h30
Mardi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	Samedi : 9h00-12h00
Mercredi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	Dimanche : Fermé
Jeudi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	

Permanences du Commissaire enquêteur

La commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public, conformément à l'article 5 de l'arrêté d'ouverture d'enquête, avec des permanences effectuées à l'adresse suivante 1 place des champs des Vignes avenue de la mairie 31600 EAUNES, dans une salle de la mairie spécialement mise à disposition le :

- Lundi 23 septembre 2024 de 13 h 30 à 15 h 30
- Mercredi 16 octobre 2024 de de 13 h 30 à 15 h 30

Information du public

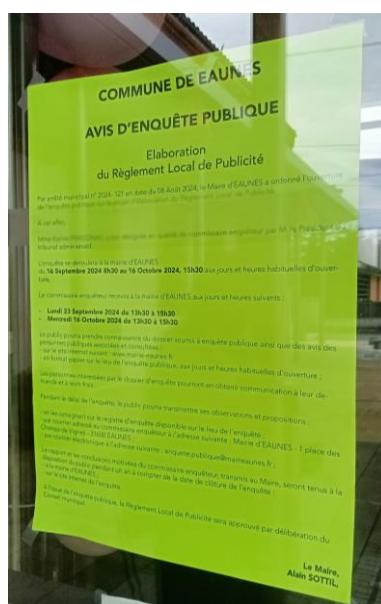
Conformément à l'article 13 de l'arrêté prescrivant l'ouverture de l'enquête publique, La commune de Eaunes a fait procéder à la publication de l'avis d'enquête dans deux journaux diffusés dans le département (cf. annexe 3) :

- La Dépêche du Midi du 2 septembre 2024
- La Dépêche du Midi du 16 septembre 2024
- Le petit JOURNAL du 5 septembre 2024
- Le petit JOURNAL du 19 septembre 2024

Un affichage permanent de l'avis d'enquête a été réalisé, 15 jours avant l'enquête et pendant la durée de l'enquête, sur 7 emplacements dans la Commune.



Lieux d'affichage de l'avis de l'enquête



Affiche avis d'enquête - porte de la Mairie

Une information relative à l'enquête publique a également été réalisée sur le site internet de Eaunes et maintenue en page d'actualités pendant tout le déroulé de l'enquête.

La commune de Eaunes a complété ce dispositif en communiquant également sur sa page facebook et dans sa newsletter. De plus, un courriel a été envoyé aux acteurs économiques de la Commune.



Enquête publique sur le Règlement Local de Publicité

Du lundi 16 septembre au **mercredi 16 octobre**
Nous vous informons que l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité (RLP) se déroulera du 16 septembre au 16 octobre.

Arrêté de prescription disponible [ici](#).

Extrait newsletter septembre 2024

La commissaire-enquêteur a pu constater la réalité, la bonne tenue et la visibilité de l'affichage à l'occasion de ses permanences et déplacements dans la Commune.

2. Déroulement de l'enquête

Rencontres avec les intervenants et ouverture de l'enquête

À la suite de sa nomination par le tribunal administratif, la Commissaire enquêteur a pris contact avec la commune de Eaunes. Une première réunion de contact a été organisée en mairie le 2 août 2024 en présence de Monsieur le Maire Alain Sottil, de Monsieur l'Adjoint au Maire Thierry GUILLEMIN, Délégué au développement économique, de la Responsable du service urbanisme, Madame Elodie Marty et de la Chargée d'études de Even Conseil, Madame Romane Guillon qui a assisté la mairie dans la constitution de l'élaboration du projet.

Cela a permis :

- ✓ De présenter le contexte et les motivations du projet
- ✓ De présenter et remettre le dossier au Commissaire enquêteur
- ✓ De mettre au point l'arrêté d'ouverture de l'enquête ainsi que le dossier qui sera soumis à la consultation du public

Afin de s'assurer de l'ensemble des dispositions avant l'ouverture de l'enquête, une deuxième réunion s'est tenue le 4 septembre à la mairie de Eaunes en présence de la Responsable du service urbanisme. C'est à cette occasion que la Commissaire enquêteur a réalisé une visite de l'ensemble de la Commune et particulièrement des 4 zones de publicités.

Préalablement à l'ouverture de l'enquête, la Commissaire enquêteur a :

- Paraphé toutes les pages du registre d'enquête publique
- Vérifié que le registre était établi sur des feuillets non mobiles
- Authentifié le dossier d'enquête

- S'est assurée le dossier d'enquête était disponible en téléchargement sur le site internet de la Commune.

Résumé comptable des observations du public

Support	Nombre observations
Courriers postaux	0
Courriels	1
Sur registre aux heures d'ouverture de la mairie	1
Sur registre pendant les permanances	4

Il est à noter que la contribution par courriel a été redéposée sur le registre lors de la deuxième permanence.

L'enquête s'est déroulée sans incidents et dans un climat serein

Clôture de l'enquête et procès-verbal des observations

L'enquête publique a été clôturée par la Commissaire enquêteur le 16 octobre 2021 à 15 h 30.

La Commissaire enquêteur a clos et récupéré le registre afin d'établir le procès-verbal des observations.

Le procès-verbal comprend les observations du public ainsi que les observations du Commissaire enquêteur (cf. annexe 4).

Le procès-verbal des observations a été adressé le 22 octobre 2024, par mail, à :

- Madame Elodie Marty, Responsable du service Urbanisme de la mairie de Eaunes
- Madame Carole Pratx, Directrice Générale des services
- Madame Romane Guillon, Chargée d'études Even Conseil

Mémoire en réponse

Madame Elodie Marty , pour le compte de la mairie de Eaunes a adressé le mémoire en réponse par courriel le 31 octobre 2024 (cf annexe 5).

PARTIE 2 : L'analyse des observations

La mairie de Eaunes , en tant qu'autorité organisatrice, a répondu dans son mémoire de réponse en date du 31 octobre 2024 à l'ensemble des observations du public et de la Commissaire enquêteur. Le Maître d'ouvrage a apporté des réponses claires et précises aux questions posées.

La Commissaire enquêteur précise que c'est bien en considérant l'ensemble du dossier et des réponses aux observations du public et des siennes que l'avis motivé sur le projet de règlement a été établi. (Cf. document 2/2 : conclusions motivées et avis de la Commissaire enquêteur).

I. Observations du public

Contribution I (registre) : Monsieur Robert-Verd Sébastien, PDG Super U Eaunes

Observations Ia :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée pour l'affichage de sa banderole au vu du futur règlement sur son terrain au le rond-point de la zone du Mandarin sachant que les dimensions sont de 7m sur 80cm. Il précise que ces affichages concernent des promotions du magasin mais aussi des informations sur la vie associative et les animations de la Commune.



Réponse de la Commune :

La règle appliquée pour ces banderoles dépend du message qu'elle contient :

- Lorsque la banderole comporte des informations sur la vie associative et les Animations de la Commune c'est-à-dire que celle-ci comporte des informations qui n'ont pas de rapport avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain, la Banderole est considérée comme étant de l'affichage publicitaire. La Commune d'Eaunes comportant moins de 10 000 habitants, l'apposition de bâches publicitaires est interdite par la réglementation nationale de publicité.
- Lorsque la banderole est apposée sur le terrain de l'activité et qu'elle comporte des informations en lien avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain, celle-ci est considérée comme une enseigne. Le Règlement Local de Publicité, dans son article E.0.I, interdit l'apposition d'enseigne sous forme de bâche, car leur installation sont jugées souvent très peu qualitatives.

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 2a :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée au vu du futur règlement sur les vitres de la façade du bâtiment.



Réponse de la Commune :

Le Règlement Local de Publicité d'Eaunes permet d'encadrer la vitrophanie en zone de publicité n°3 en indiquant que sa superficie ne devra pas dépasser 20% de la surface totale de la baie. Cependant, cette règle s'applique uniquement sur les dispositifs apposés en dehors de la baie. En effet, les dispositifs apposés à l'intérieur des baies ne sont pas réglementés par la réglementation nationale de publicité.

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 2c :

Monsieur Robert-Verd souhaite savoir si les panneaux directionnels et l'affichage sur le parking du magasin sont concernés par le règlement.



Réponse de la Commune :

Ces panneaux sont apposés sur l'assiette foncière de l'activité et sont en lien avec l'activité s'exerçant sur le terrain. En ce sens, ce dispositif est considéré comme étant une enseigne scellée au sol et sera donc réglementé par l'article E.3.7 du Règlement Local de Publicité. En ce sens, ces typologies de dispositifs sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (article R.581-64 du code de l'environnement) et ses dimensions ne pourront excéder 6m de hauteur et 2m de largeur (article E.3.7 du Règlement Local de Publicité).

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Contribution 2 (registre) : Monsieur Bohbot Benjamin, Directeur société MPEP, 11 impasse de la bigorre 31600 Eaunes

Monsieur Bohbot Benjamin souhaite qu'on modifie la surface des enseignes lumineuses en façades prévues dans le règlement intérieur soumis à l'enquête. Il souhaiterait porter cette surface à 8 m² contre 6 m² actuellement.



Réponse de la Commune :

Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. Cependant, les dispositifs numériques représentent un moyen efficace de se signaler pour les activités économiques. Le règlement écrit sera modifié afin de limiter l'impact de ces dispositifs numériques, tout en permettant le développement de l'activité économique. En ce sens, le règlement encadre les dispositifs numériques apposés sur la façade commerciale en fonction de la surface de celle-ci. Pour plus de clarté, le règle sera modifié comme elle suit :

« Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques 2/ Les enseignes numériques en bandeau ne peuvent excéder

- 5% de la surface de la façade commerciale, si celle-ci présente une surface totale supérieure ou égale à 200m², dans la limite de 8m² ;
- 10% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface inférieure à 200m², dans la limite de 4m². »

Avis Commissaire enquêteur : il est pris acte de la réponse de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Contribution 3 (registre) : signature non lisible

Trouve l'étude très bien faite et intéressante, et en accord avec l'objectif d'harmoniser et limiter la publicité comme proposé dans le règlement.

Réponse Commune : sans réponse

Avis Commissaire Enquêteur : sans commentaires

Contribution 4 (registre + courriel avec dossier argumenté fourni et joint dans son intégralité en annexe) : Madame Charlotte Villard, représentante de l'Union de la Publicité extérieur

L'Union de la Publicité souhaite apporter des modifications au règlement proposé telles que :

Observation 4a :

Demande de passer au format 8m2 d'affiche en précisant un format de 10.5 m2 hors tout.

Article P0.4. Dimensions

1/ A l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones de publicité correspondent au format « hors-tout » du dispositif, à savoir le format de l'affiche ou de l'écran et des éléments d'encadrement et de fonctionnement.

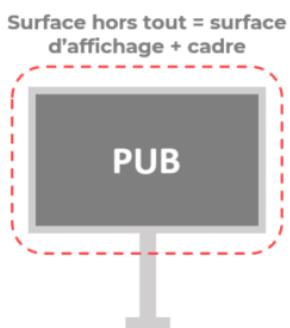


Figure 1: Schéma explicatif de la surface hors tout (schéma indicatif et non opposable)

Réponse de la Commune :

La Commune a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité afin de réglementer l'affichage publicitaire et souhaite notamment contrôler la taille des dispositifs publicitaires. Les dispositifs de 10,5m² ne sont pas représentés sur la Commune. En ce sens, la Commune ne souhaite pas autoriser un affichage publicitaire de 10,5 m² hors-tout.

Avis Commissaire Enquêteur : cette question du format est fréquente dans l'élaboration des RLP et leurs révisions. D'après les professionnels de la publicité, les formats usuels sont de 4 m² et 8m² d'affichage. Interdire les 10, 5 m² hors tout revient pour eux à quasi interdire l'affiche publicitaire sur panneaux considérant que le format 4m² sera peu sollicité car considéré comme peu intéressant. La Commune maintient sa position et fait valoir son droit à limiter ce type de dispositifs (cf. réponse observations 4 Commissaire enquêteur ci-après).

Observation 4b :

Demande d'autoriser la publicité murale en zone ZP3 considérant qu'ils ne créent pas d'obstacles visuels supplémentaires et ne peuvent être que sur des murs aveugles. De plus, demande de ne pas imposer de linéaire minimum de façade requis pour ces dispositifs muraux.

Réponse de la Commune :

En lien avec les formes urbaines et la typologie des bâtiments commerciaux, la zone de publicité n°3 n'est pas concernée par la présence de dispositifs publicitaires muraux. Peu de possibilités d'implantation de dispositifs muraux sont présentes au sein de cette zone. En ce sens, la Commune souhaite favoriser l'implantation de dispositifs au sol. Pour ces raisons, la Commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans la zone de publicité n°3.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 4c :

En zone ZP3, demande de passer de 40m à 80m linéaire de façade minimum pour être autoriser à installer un dispositif de publicité à 30m à 80m linéaire de façade.

Réponse de la Commune :

L'article P0.5 du règlement écrit sera modifié afin de l'appliquer uniquement pour les zones de publicité 1 et 2. La densité de la zone publicitaire numéro 3 ne sera pas encadrée. La réglementation nationale s'appliquera donc.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4d :

Demande d'autoriser des écrans numériques en zone ZP3, de modifier leur taille 2 m² maximum ou 20 % maximum de la surface vitrée au lieu de 115 cm * 65 cm et de préciser l'extinction à 23 h 00 à 7 h le matin au lieu d'une heure après la fermeture du commerce.

Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4e :

Demande de modifier les dispositions dans le règlement sur les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) en remplaçant « les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique » par « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».



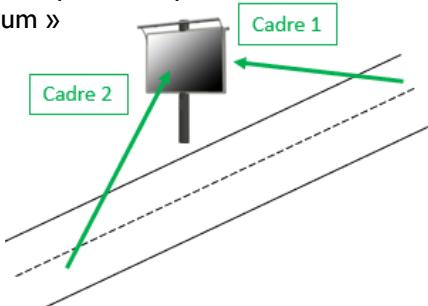
Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris note de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4f :

Demande de faire modifier pour une meilleure compréhension à l'article Article P0.3. Format et ainsi de remplacer I/ Un dispositif ne peut excéder deux faces par « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum »



Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris note de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

II. Les observations des parties publiques intéressées

Il est à noter que l'élaboration d'un règlement local de publicité n'est pas soumis à une évaluation environnementale.

2 avis ont été transmis dans le cadre de la procédure et joint au dossier d'enquête :

- ✓ Avis favorable de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat d'Occitanie du 21 juin 2024
- ✓ Avis favorable Syndicat Mixite pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territoriale de la Grande Agglomération Toulousaine

La mairie de Eaunes a également sollicité l'avis de la Commission de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). Conformément à l'article L.581-14- précité, la Commission s'est réunie le 9 juillet 2024. Contactée par la Commissaire enquêteur, la Direction Départementale des Territoires de Haute-Garonne informe qu'avis favorable serait à la signature. Cependant, Aucun document n'est reçu à la date de remise de ce rapport.

III. Les observations de la Commissaire enquêteur

Observation 1 :

Concernant la zone ZP3 Article E3.1 relatif aux E3.1. Enseignes en bandeau, quelle est la règle explicite qui s'applique ?

Réponse de la Commune :

L'installation d'enseignes en bandeau est encadrée par les articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement indiquant :

« Article 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'égout du toit. [...] »

« Article 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. Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture. »

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte des précisions apportées

Observation 2 :

Concernant la vitrophanie, pouvez-vous confirmer qu'il faut comprendre qu'un adhésif apposé sur la vitre côté extérieur est réglementé mais que lorsqu'il est apposé côté intérieur alors il n'est pas réglementé ?

Réponse de la Commune :

Le code de l'environnement encadre uniquement les dispositifs apposés à l'extérieur du bâtiment commercial. Ainsi, des dispositifs adhésifs apposés dans le commerce, même s'ils sont visibles depuis l'extérieur, ne sont pas réglementés par le code de l'environnement et ne peuvent donc pas être encadrés par le règlement local de publicité. Le règlement écrit comporte un glossaire dans lequel est mentionnée la définition de la vitrophanie.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte des précisions apportées

Observation 3 :

Concernant Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques qui régit la règle en zone ZP3, est-ce qui a motivé le choix de limiter à 6m² ? Le passage à 8m² comme demandé dans la contribution 2 est-il envisageable ? Si non, quelle en est la justification ?

Réponse de la Commune :

Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. La Commune a donc la volonté d'encadrer l'implantation des dispositifs numériques, tout en permettant le développement des activités économiques. Le règlement écrit sera modifié, comme mentionné dans la réponse à l'observation 4d.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4 :

Concernant Article P3.1. Dispositifs scellés ou apposés au sol, il est précisé que les publicités scellées ou apposées au sol sont autorisées dans la limite de 8m² hors tout comme précisé dans l'article P0.4. Dimensions. Sachant que d'après les professionnels cette disposition aurait pour conséquence d'interdire à la majorité des sociétés de publicité extérieure d'exploiter ce format. En effet, ce format d'après eux, ne correspond pas au standard de la profession (par rapport notamment aux matériels existants et aux imprimeurs dont les machines sont prévues pour délivrer un format d'affiche en 8m²). Ainsi, si la Mairie de Eaunes souhaite maintenir cette disposition en zone ZP3, quelle en est la justification ?

Réponse de la Commune :

La commune d'Eaunes est concernée par le régime de publicité le moins strict, car celle-ci est localisée dans l'unité urbaine de Toulouse (+800 000habitants). En ce sens, les surfaces maximales autorisées pour les dispositifs publicitaires dans la Réglementation Nationale s'élèvent à 10,5m², ce qui semble peu adapté aux formes urbaines et ambiances paysagères de cette Commune majoritairement concernée par un tissu pavillonnaire et par un tissu urbain peu dense. La Commune souhaite diminuer les surfaces maximales d'affichage publicitaire, afin de préserver les ambiances paysagères apaisées, tout en permettant aux activités économiques locales de se signaler. En ce sens, le règlement de la zone de publicité n°3 autorise les publicités et préenseignes scellées au sol, dans la limite de 8m², permettant d'offrir des surfaces d'affichages conséquentes aux activités souhaitant se signaler.

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte des précisions apportées et de la décision de la Commune

Observation 5 :

Est-ce qui a motivé le choix d'interdire l'affiche mural en zone ZP3 ? Pourrait-il être envisagé dans cette zone ?

Réponse de la Commune :

La zone d'activité du Mandarin n'est pas concernée par de la publicité murale, en lien avec les formes urbaines (peu de murs aveugles sont présents). Il a été choisi d'inscrire le règlement dans cette dynamique en interdisant les dispositifs muraux.

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte de la décision de la Commune

Observation 6 :

Concernant l'article P05 densité, est-ce qui a justifié le choix de 40m linéaire comme limite pour implanter un dispositif publicitaire ?

Sur la zone ZP3, combien de parcelles sont concernées par un linéaire de plus de 40m ?

Réponse de la Commune :

Afin de permettre l'affichage publicitaire dans ce secteur à enjeux pour l'activité économique, la règle de densité pour l'affichage publicitaire est supprimée pour la zone de publicité n°3. La densité des dispositifs publicitaire dans cette zone de publicité sera encadré par la réglementation nationale de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

Observations 7 :

Concernant l'article P0.6. Habillement et accessoires annexes à la publicité, les dispositions relatives aux échelles et passerelles ne semblent pas conformes aux règles des professionnels en termes de sécurité de mise en œuvre. Est-ce qui a justifié un tel choix dans le règlement tel que présenté ?

Réponse de la Commune :

Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

Observations 8 :

Concernant l'Article BC1.1 : Dispositifs apposés derrière les baies commerciales, le format retenu est de 115 cm x 65 cm maximum. Est-ce qui a justifié ce choix de format maximum ?

Réponse de la Commune :

Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

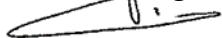
FIN DE LA PARTIE RAPPORT

*LES CONCLUSIONS MOTIVÉES ET L'AVIS DE LA COMMISSAIRE ENQUÊTEUR FONT
D'UN DOCUMENT SEPARE*

Le 16 novembre 2024

Le Commissaire enquêteur

Karine Fragonas



Partie 3 : Annexes

Annexe 1 : Désignation du Commissaire enquêteur

Annexe 2 : Arrêté d'ouverture de l'enquête publique

Annexe 3 : Annonces presse

Annexe 4 : procès-verbal de synthèse de la Commissaire enquêteur

Annexe 5 :la réponse au procès-verbal de synthèse de le Commune

Annexe I : Désignation du Commissaire enquêteur (1 page)

DECISION DU
05/07/2024

N° E24000090 /31

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE TOULOUSE

→ 05/07/24

La présidente du tribunal administratif

Décision désignation commission ou commissaire du 05/07/2024

Vu enregistrée le 28/06/2024, la lettre par laquelle M. le Maire de la Commune d'Eaunes demande la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet :

l'élaboration du règlement de publicité de la commune d'Eaunes ;

Vu le code de l'environnement et notamment ses articles L. 123-1 et suivants ;

Vu le code de l'urbanisme ;

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2024 ;

Vu la délégation du 27 juin 2024 de la présidente du tribunal administratif de Toulouse ;

DECIDE

ARTICLE 1 : Madame Karine FRAGONAS est désignée en qualité de commissaire enquêteur pour l'enquête publique mentionnée ci-dessus.

ARTICLE 2 : Monsieur Christian LOPEZ est désigné en qualité de commissaire enquêteur suppléant pour l'enquête publique mentionnée ci-dessus.

ARTICLE 3 : Pour les besoins de l'enquête publique, le commissaire enquêteur est autorisé à utiliser son véhicule, sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance, par la législation en vigueur.

ARTICLE 4 : La présente décision sera notifiée à M. le Maire de la Commune d'Eaunes, à Madame Karine FRAGONAS et à Monsieur Christian LOPEZ.

Fait à Toulouse, le 05/07/2024

La magistrate déléguée



Florence HERY



Annexe 2 : Arrêté d'ouverture de l'enquête publique (2pages)

Par : Alain GOTTE
Document certifié conforme à l'original
<https://public.tousdocumentpublics.fr/0364>

Département de la Haute-Garonne
Arrondissement de MURET

COMMU

Envoyé en préfecture le 08/08/2024

Reçu en préfecture le 08/08/2024

Publié le

ID : 031-213101652-20240606-2024_121-AR



ARRETE N°2024 - 121

PRESCRIVANT L'OUVERTURE D'ENQUETE PUBLIQUE SUR LE PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP).

Vu le Code de l'Environnement et notamment les articles L581-14 et suivants et R 581-72.

Vu le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L.153-11 et R.153-8 ;

Vu le Code de l'Environnement et notamment ses articles L123-1 et suivants, et R.123-1 à R 123-27 ;

Vu la délibération n°2023-05-05 du 16 Février 2023 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et définissant les modalités de la concertation

Vu la délibération n°2024-01-20 du 11 Avril 2024 arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Eaunes

Vu la décision N° E24000090/31 en date du 05 Juillet 2024 de M. le Président du tribunal administratif de TOULOUSE désignant Mme Karine FRAGONAS en qualité de commissaire enquêteur

Vu les pièces du dossier soumis à enquête publique.

A R R E T E

Article 1^{er}. Il sera procédé à une enquête publique sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de EAUNES.

Le Règlement Local de Publicité permet d'adapter à réglementation nationale de la publicité extérieure aux spécificités du territoire communal en adoptant des dispositions plus restrictives que ce dernier.

Article 2. Madame Karine FRAGONAS, Chef de Projet chez DECOSET, a été désignée en qualité de commissaire-enquêteur par M. le Président du tribunal administratif.

Article 3. L'enquête publique se déroulera pendant une durée de 31 jours consécutifs, du lundi 16 Septembre 2024 8h30 au mercredi 16 Octobre 2024 15h30.

Article 4. Le dossier de projet de RLP et les pièces qui l'accompagnent, ainsi que les avis des personnes publiques associées et consultées, seront disponibles :

- sur le site internet suivant www.mairie-eaunes.fr
- en format papier à la mairie d'EAUNES aux jours et heures habituels d'ouverture du lundi au vendredi de 8h30 à 12h00 et de 13h30 à 17h30 ;

Article 5. Le commissaire-enquêteur recevra à la mairie d'EAUNES aux jours et heures suivants :

- Lundi 23 Septembre de 13h30 à 15h30
- Mercredi 16 Octobre de 13h30 à 15h30

Article 6. Pendant la durée de l'enquête publique, le public pourra émettre ses observations et propositions :

- sur le registre d'enquête disponible en mairie ;

Chaîne d'intégrité du document : A8 87 30 5E 3E 42 83 1F 8B 3C BC 8C BE 01 C5 45
Publié le : 08/08/2024
Par : Alain BOTTE
Document certifié conforme à l'original
<https://public.t.fr/documentPublic/904384>

Envoyé en préfecture le 08/08/2024
Reçu en préfecture le 08/08/2024
Publié le : 08/08/2024
ID : 031-213101652-20240808-2024_121-AR
Berner Légalité

- par courrier électronique à l'adresse suivante : enquete.publique@mairie-eaunes.fr ;
- par courrier adressé au commissaire enquêteur à l'adresse suivante : Mairie de Eaunes, 1 Place des Champs de Vignes - 31600 EAUNES ;

Article 7. Le dossier d'enquête publique est communicable à toute personne sur sa demande et à ses frais, avant l'ouverture de l'enquête publique ou pendant celle-ci ;

Article 8. A l'expiration du délai de l'enquête prévu à l'article 2, le registre sera clos et signé par le commissaire enquêteur qui disposera d'un délai de 30 jours pour transmettre au maire de la commune d'EAUNES le dossier avec son rapport et ses conclusions motivées ;

Article 9. Le rapport et les conclusions motivées du commissaire-enquêteur seront tenus à la disposition du public :

- sur le site internet de l'enquête publique ;
- sur support papier, à la mairie où s'est déroulée l'enquête publique aux jours et heures habituels d'ouverture.

Cette mise à disposition durera pendant une année à compter de la date de clôture de l'enquête publique par le commissaire enquêteur ;

Article 10. A l'issue de l'enquête publique, le projet de Règlement Local de Publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du publics et du rapport du commissaire enquêteur, est approuvé par le Conseil municipal.

Article 11 Toute information sur le projet pourra être obtenue auprès du Service Urbanisme, 1 Place des champs de Vignes, EAUNES 31600.

Article 12 Le commissaire enquêteur et le Maire de la commune de Eaunes sont chargés, chacun en ce qui les concerne de l'exécution du présent arrêté. Le présent arrêté fera l'objet d'un affichage en Mairie quinze jours au moins avant la date d'ouverture de l'enquête publique et pendant toute la durée de celle-ci.

Une copie du présent arrêté sera adressée :

- Au Préfet du département de la Haute-Garonne
- Au commissaire enquêteur
- Au Président du Tribunal Administratif de Toulouse.

Fait à EAUNES le 08/08/2024

Pour le Maire
L'adjoint délégué,
F PROUDHOM



ATTESTATION DE PARUTION

Cette annonce est commandée pour paraître, sous réserve de conformité à son usage, dans :

Référence annonce :

LPJ159305, N°55653

Nom du support :

Le Petit Journal - Toulousain

Département :

31

Date de parution :

05/09/2024

Objet :

Enquêtes publiques / Enquête publique

Cette attestation est produite, sous réserve d'incidents techniques et/ou de cas de force majeure

Le 30 Août 2024

**SARL ARC EN CIEL
"LE PETIT JOURNAL"**
1300 Avenue d'Arduz BP 386
F-31003 MONTAUBAN CEDEX
Tél. 05 63 20 80 00 Fax 05 63 20 80 01
http://www.arcenueil.com

Bon pour accord



JOURNAL HABILITE A PUBLIER LES ANNONCES LEGALES ET JUDICIAIRES*

Aude - Ariège - Aveyron - Gers - Toulousain - Comminges - Landes - Lot-et-Garonne

Lot - Hérault - Hautes-Pyrénées - Pyrénées-Orientales - Tarn-et-Garonne

1300, Av. d'Arthus - BP 386 - 82003 MONTAUBAN - Tél. 05 63 20 80 00 - Fax. 05 63 20 80 01 - legale@lepetitjournal.net - marches-publics@lepetitjournal.net

ATTESTATION DE PARUTION

Cette annonce est commandée pour paraître, sous réserve de conformité à son usage, dans :

Référence annonce : LPJ159306, N°55654
Nom du support : Le Petit Journal - Toulousain
Département : 31
Date de parution : 19/09/2024
Objet : Enquêtes publiques / Enquête publique

Cette attestation est produite, sous réserve d'incidents techniques et/ou de cas de force majeure.

Le 30 Août 2024



AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

COMMUNE DE EAUNES

Révision du Règlement Local de Publicité

Par arrêté municipal n° 2024-121 en date du 06 Août 2024, Monsieur le Maire d'EAUNES a ordonné l'ouverture de l'enquête publique sur le projet d'Elaboration du Règlement local de Publicité.

A cet effet, Madame Karine FRAGONAS a été désigné en qualité de commissaire enquêteur par M. le Président du tribunal administratif de Toulouse.

L'enquête se déroulera à la mairie d'EAUNES du Lundi 16 Septembre 2024 8h30 au Mercredi 16 Octobre 2024, 15h30 aux jours et heures habituelles d'ouverture.

Le commissaire enquêteur recevra à la mairie d'EAUNES aux jours et heures suivants :

Le Lundi 23 Septembre 2024 de 13h30 à 15h30
Le Mercredi 16 Octobre 2024 de 13h30 à 15h30

Le public pourra prendre connaissance du dossier soumis à enquête publique ainsi que des avis des personnes publiques associées et consultées :

- sur le site internet : www.mairie-eaunes.fr

- en format papier sur le lieu de l'enquête publique, aux jours et heures habituelles d'ouverture ;

Les personnes intéressées par le dossier d'enquête pourront en obtenir communication à leur demande et à leurs frais.

Pendant le délai de l'enquête, le public pourra transmettre ses observations et propositions :

- en les consignant sur le registre d'enquête disponible sur le lieu de l'enquête ;

- par courrier adressé au commissaire enquêteur à l'adresse suivante : Mairie d'EAUNES - 1 place des Champs de Vignes - 31600 EAUNES ;

- par courrier électronique à l'adresse suivante : hyperlink_mairie.enquete_publicite@eaunes.fr

Le rapport et les conclusions motivées du commissaire enquêteur, transmis au Maire, seront tenus à la disposition du public pendant un an à compter de la date de clôture de l'enquête.

- à la mairie d'EAUNES ;

- sur le site internet de l'enquête.

À l'issue de l'enquête publique, le projet de Règlement Local de Publicité sera approuvé par délibération du Conseil municipal.

Le Maire, Alain SOTTIL..

Bon pour accord

SARL ARC EN CIEL
"LE PETIT JOURNAL"
1300, Av. d'Arthus, BP 386
31600 MONTAUBAN CEDEX
Tél. 05 63 20 80 00 Fax 05 63 20 80 01

LE PETIT JOURNAL SARL ARC EN CIEL s'autorise à ne pas publier toute annonce ne respectant pas l'organisation éditoriale du support et ne respectant pas les conditions générales de vente. La mise en page de l'annonce, située sur la présente attestation est donnée à titre indicatif. Elle ne saurait présager de la mise en page effective dans le support concerné.



SARL ARC-EN-CIEL - legale@lepetitjournal.net - marches-publics@lepetitjournal.net

Société à Responsabilité Limitée - Capital 8010 euros - Siret 344 572300 00046
Code APE 5814Z - N° TVA FR 37 572 300 - RCS MONTAUBAN 344 572 300

**Annexe 4 : Procès-verbal de synthèse de la Commissaire enquêteur
(44 pages)**

Enquête publique

Réalisée du 16 septembre au 16 octobre 2024

Ref. TA : E24000090/31 - Arrêté municipal n°2024-121

PROCES-VERBAL DES OBSERVATIONS

Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)

Mairie de Eaunes (31)



Ville d'Eaunes



Karine Fragonas

Commissaire Enquêteur

I. RAPPEL DE LA PROCEDURE

A la fin de la concertation menée en 2023, Alain Sottil, Maire d'Eaunes a décidé par arrêté en date du 8 août 2024 l'ouverture d'une enquête publique sur sa commune relative à l'élaboration d'élaboration du règlement local de publicité.

Préalablement, par décision du juillet 2021, la Présidente du Tribunal Administratif de Toulouse a désigné Karine Fragonas comme commissaire-enquêteur chargée de conduire cette enquête.

Une enquête publique s'est déroulée du mercredi 16 septembre 2024 au vendredi 16 octobre 2024 inclus afin de recueillir les avis du public sur le projet d'élaboration du règlement local de publicité.

L'enquête s'est déroulée sans incident notable sur une durée de 31 jours entiers et consécutifs.

Un registre en mairie a été ouvert. Le public pouvait venir en mairie pour consulter le dossier et inscrire des observations. Une adresse mail enquete.publique@marieaunes.fr était à disposition ainsi que la possibilité d'écrire directement à la commissaire-enquêteur à l'adresse de la mairie.

La commissaire-enquêteur s'est tenu à la disposition du public, conformément à l'article 5 de l'arrêté susvisé, avec des permanences effectuées dans une salle de la mairie de Eaunes spécialement mise à disposition le :

- Lundi 23 septembre 2024 de 13 h 30 à 15 h 30
- Mercredi 16 octobre 2024 de 13 h 30 à 15 h 30

II. RESUME COMPTABLE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC

1. Registre d'enquête papier :

Un registre d'enquête a été mis à la disposition du public dans la mairie d'Eaunes aux heures et jours d'ouverture de la mairie.

La commissaire-enquêteur a clos le registre le dernier jour de l'enquête et a emporté le registre à la fin de sa dernière permanence.

4 contributions ont été consignées sur le registre.

2. Observations orales :

Pas d'observations orales

3. Courriers postaux :

Aucun courrier n'a été adressé au commissaire enquêteur à la mairie de Eaunes, siège de l'enquête.

4. Courriels :

Une adresse mail enquête.publique@marieaunes.fr était a été ouverte.

1 contribution a été déposée ; elle a été également redéposée sur le registre.

III. LES OBSERVATIONS DU PUBLIC

Elles sont annexées dans leur intégralité.

Contribution 1 (registre) : Monsieur Robert-Verd Sébastien, PDG Super U Eaunes

Observations 1a :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée pour l'affichage de sa banderole au vu du futur règlement sur son terrain au le rond-point de la zone du Mandarin sachant que les dimensions sont de 7m sur 80cm. Il précise que ces affichages concernent des promotions du magasin mais aussi des informations sur la vie associative et les animations de la commune.



Observation 2a :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée au vu du futur règlement sur les vitres de la façade du bâtiment.



Observation 2c :

Monsieur Robert-Verd souhaite savoir si les panneaux directionnels et l'affichage sur le parking du magasin sont concernés par le règlement.



Contribution 2 (registre) : Monsieur Bohbot Benjamin, Directeur société MPEP, 11 impasse de la bigorre 31600 Eaunes

Monsieur Bohbot Benjamin souhaite qu'on modifie la surface des enseignes lumineuses en façades prévues dans le règlement intérieur soumis à l'enquête. Il souhaiterait porter cette surface à 8 m² contre 6 m² actuellement.



Contribution 3 (registre) : signature non lisible

Trouve l'étude très bien faite et intéressante, et en accord avec l'objectif d'harmoniser et limiter la publicité comme proposé dans le règlement.

Contribution 4 (registre + courriel avec dossier argumenté fourni et joint dans son intégralité en annexe) : Madame Charlotte Villard, représentante de l'Union de la Publicité extérieur

L'Union de la Publicité souhaite apporter des modifications au règlement proposé telles que :

Observation 4a :

Demande de passer au format 8m² d'affiche en précisant un format de 10.5 m² hors tout.

Article P0.4. Dimensions

1/ A l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones de publicité correspondent au format « hors-tout » du dispositif, à savoir le format de l'affiche ou de l'écran et des éléments d'encadrement et de fonctionnement.

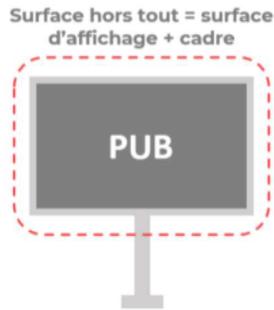


Figure 1 : Schéma explicatif de la surface hors tout (schéma indicatif et non opposable)

**Observation 4b :**

Demande d'autoriser la publicité murale en zone ZP3 considérant qu'ils ne créent pas d'obstacles visuels supplémentaires et ne peuvent être que sur des murs aveugles. De plus, demande de ne pas imposer de linéaire minimum de façade requis pour ces dispositifs muraux.

Observation 4c :

En zone ZP3, demande de passer de 40m à 80m linéaire de façade minimum pour être autoriser à installer un dispositif de publicité à 30m à 80m linéaire de façade.

**Observation 4d :**

Demande d'autoriser des écrans numériques en zone ZP3, de modifier leur taille 2 m² maximum ou 20 % maximum de la surface vitrée au lieu de 115 cm * 65 cm et de préciser l'extinction à 23 h 00 à 7 h le matin au lieu d'une heure après la fermeture du commerce.

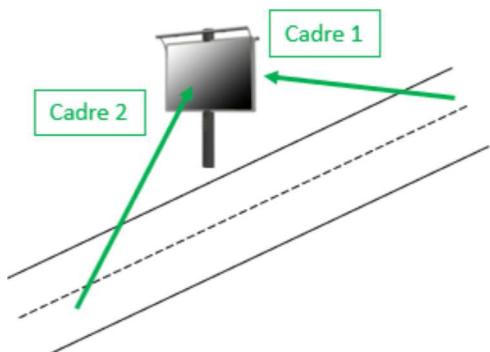
Observation 4e :

Demande de modifier les dispositions dans le règlement sur les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) en remplaçant « les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique » par « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».



Observation 4f :

Demande de faire modifier pour une meilleure compréhension à l'article Article P0.3. Format et ainsi de remplacer 1/ Un dispositif ne peut excéder deux faces par « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum »



IV. LES OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Observation 1 :

Concernant la zone ZP3 Article E3.1 relatif aux E3.1. Enseignes en bandeau, quelle est la règle explicite qui s'applique ?

Observation 2 :

Concernant la vitrophanie, pouvez-vous confirmer qu'il faut comprendre qu'un adhésif apposé sur la vitre côté extérieur est réglementé mais que lorsqu'il est apposé côté intérieur alors il n'est pas réglementé ?

Observation 3 :

Concernant Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques qui régit la règle en zone ZP3, est-ce qui a motivé le choix de limiter à 6m² ? Le passage à 8m² comme demandé dans la contribution 2 est-il envisageable ? Si non, quelle en est la justification ?

Observation 4 :

Concernant Article P3.1. Dispositifs scellés ou apposés au sol, il est précisé que les publicités scellées ou apposées au sol sont autorisées dans la limite de 8m² hors tout comme précisé dans l'article P0.4. Dimensions. Sachant que d'après les professionnels cette disposition aurait pour conséquence d'interdire à la majorité des sociétés de publicité extérieure d'exploiter ce format. En effet, ce format d'après eux, ne correspond pas au standard de la profession (par rapport notamment aux matériels existants et aux imprimeurs dont les machines sont prévues pour délivrer un format d'affiche en 8m²).

Ainsi, si la Mairie de Eaunes souhaite maintenir cette disposition en zone ZP3, quelle en est la justification ?

Observation 5 :

Est-ce qui a motivé le choix d'interdire l'affiche mural en zone ZP3 ? Pourrait-il être envisagé dans cette zone ?

Observation 6 :

Concernant l'article P05 densité, est-ce qui a justifié le choix de 40m linéaire comme limite pour implanter un dispositif publicitaire ?

Sur la zone ZP3, combien de parcelles sont concernées par un linéaire de plus de 40m ?

Observations 7 :

Concernant l'article P0.6. Habillage et accessoires annexes à la publicité, les dispositions relatives aux échelles et passerelles ne semblent pas conformes aux règles des professionnels en termes de sécurité de mise en œuvre. Est-ce qui a justifié un tel choix dans le règlement tel que présenté ?

Observations 8 :

Concernant l'Article BC1.1 : Dispositifs apposés derrière les baies commerciales, le format retenu est de 115 cm x 65 cm maximum. Est-ce qui a justifié ce choix de format maximum ?

La commissaire-enquêteur

Karine Fragonas

Le 22 octobre 2024

Annexes

- Registre
- Dossier annexe à la contribution de l'Union de la Publicité Extérieure

DÉPARTEMENT D Haute-Garonne

COMMUNE D Eauze

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

OBJET : Enquête publique
Projet de Règlement local de publicité (RLP)

arrêté municipal n° 2024-121

Modèle 542130 - 12/09



87500 Saint-Yrieix

Nos imprimés sont produits par Fabrègue imprimeur adhérent IMPRIM'VERT®

DÉPARTEMENT

Haute-Garonne

COMMUNE

de Eauves

REGISTRE D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Le présent registre, contenant 16 pages, a été coté et paraphé
par nous, M Karine FRAGONAS

commencé le 16 septembre 8H30
pour une durée de 30 jours

A Eauves, le 16 septembre 2024

Signature



Modèle 542130 - 12/09



87500 Saint-Yrieix

2 KF

le 23 Septembre 2024

J' ROBERT-VERGÉS SABLÉ

TDA SUPER U Fauves

Pouvez vous me dire sur la règle des banderoles sur notre terrain vers le rond point de la zone du Jardarin 7 mètres sur 80 mètres

Concernant nos affichages promo , vie associative et animatis de la commune

Affichage sur vitres de la façade du bâtiment quelle règle (sur n^e façade ou total bâtiment)

Panneaux directionnels et affichage sur le parking du magasin.

le 23/09/2024.

BOUBET Benjamin

Directeur Scté MPPB

11 Impasse de la Biçorne
31600 BAUNES

Nous souhaitons un recours sur la surface des enseignes lumineuses en intégration sur nos façades.

Sur 8m² scellé alors que le bandeau lumineux doit être de 6m². Il faudrait de 8m² sur façade en enseigne lumineuse.

Cordialement .

Re 07 octobre 2024

Je trouve l'étude très bien faite et intéressante.

Je suis d'accord pour harmoniser et limiter la

publicité tel que proposé dans cette étude.

Cordialement - Ch. Sharrock

le 16/10/2026

Charlotte VIALARD

Représentante de l'UPE

Union de la publicité extérieure

of Rapport transmis par email le 15/10/2026

*Sujets abordés :

- format 8m² affiche, 10,5m² hors tout
- autorisation publicitaire murale ZP3
- assouplissement linéaire à 30m ≠ 60m
- écrans numériques baies commerciales en ZP3 + 2m² en format
- passerelles rebattables voies ouvertes à la circulation publique



Elodie Marty

De: Charles-Henri DOUMERC <ch.doumerc@upe.fr>
Envoyé: jeudi 10 octobre 2024 16:27
À: enquete publique@mairieaunes.fr
Objet: Enquête publique - élaboration du règlement local de publicité - à l'attention de
Madame la Commissaire-enquêtrice
Pièces jointes: Eaunes - Projet de RLP - Enquête publique - Courrier UPE - 10 octobre 2024.pdf;
Eaunes - Projet de RLP - Enquête publique - Contribution UPE - 10 octobre 2024.pdf

Importance: Haute

Paris, le 10 octobre 2024

Madame la Commissaire-enquêtrice,

Dans le cadre de l'enquête publique portant sur le projet d'élaboration du règlement local de publicité (RLP) de la ville d'Eaunes, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint (deux documents) les observations de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE).

Je vous en souhaite une bonne réception.

Veuillez agréer, Madame la Commissaire-enquêtrice, l'expression de mes salutations distinguées.

Charles-Henri DOUMERC
Responsable juridique
Union de la Publicité Extérieure
Tél : 01.47.42.89.92
Email : ch.doumerc@upe.fr
2, rue Sainte-Lucie - 75015 PARIS

Madame la Commissaire-enquêtrice
Mairie d'Eaunes
1, place des Champs de Vignes
31600 Eaunes

Paris, le 10 octobre 2024

À l'attention de Madame Karine FRAGONAS

Objet : élaboration du règlement local de publicité
Enquête publique

Madame la Commissaire-enquêtrice,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune d'Eaunes arrêté en séance du Conseil municipal le 11 avril 2024 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet de RLP est manifestement contraire à l'obligation de conciliation auquel tout RLP doit répondre et qui est pourtant imposée par le code de l'environnement. Un RLP est à la fois un acte administratif réglementaire et un acte prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignistes. A cet effet, il doit concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux dans le strict respect de la liberté d'expression et d'affichage.

Or, les règles associées à chacune des zones ont un impact considérable à l'encontre du média de la communication extérieure « grand format », en raison notamment d'un format non adapté aux dispositifs publicitaires.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet une présentation, jointe au présent courrier, détaillant nos différentes propositions.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Madame la Commissaire-enquêtrice, mes salutations distinguées.


Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



Octobre 2024

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité (RLP)

Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage événementiel.

<http://www.upe.fr/>

Ville d'Eaunes

Ville d'Eaunes

Le présent document a pour objectif de :

- I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLP ;
- II. Rappeler les grands principes applicables aux RLP ;
- III. Contribuer à la procédure d'élaboration du RLP initiée par la ville d'Eaunes.

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la World Federation of Advertisers. Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance que d'emplois.

Synthèse

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général.

Autrement dit, **1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.**

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.



Illustration hors territoire

La communication extérieure : un média particulièrement réglementé

La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement.

Son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.

Depuis 2006, 37 lois et ordonnances ainsi que plus de 35 décrets sont intervenus, impactant directement et indirectement le média.

C'est le seul média dont la réglementation nationale est souvent complétée par une réglementation locale.

A la différence de la publicité sur Internet, la communication extérieure est donc un média déjà particulièrement réglementé, le règlement national de publicité (RNP) étant très souvent complété par une réglementation locale (RLP(i)).

La communication extérieure : un média particulièrement réglementé

« Le Comité Economique et Social Européen pense que toute entrave aux modèles publicitaires européens risque de bénéficier aux dispositifs de publicité numérique, essentiellement possédés par les GAFA alors que ceux-ci échappent encore largement aux dispositifs fiscaux européens. » (AVIS du Comité économique et social européen du 20 octobre 2021 – Publicité / consommation moderne et responsable « La publicité au service d'une consommation moderne et responsable » [avis d'initiative] INT/948.)

Le Conseil d'Etat a rappelé que « toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services » (AVIS SUR UN PROJET DE LOI portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 40193)

La communication extérieure : un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITÉ EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE

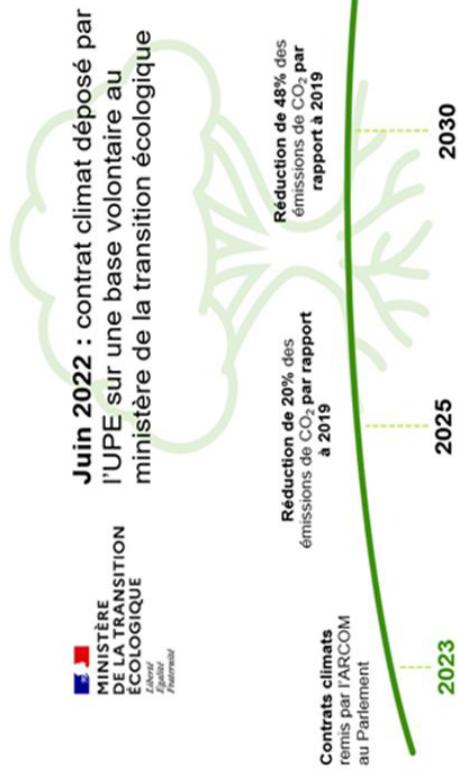
La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, la **communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années** et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : <http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=127>

La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.



La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

Le 8 mars 2022, l'UPE met en ligne, en toute transparence, son calculateur d'empreinte carbone des campagnes publicitaires, **une première dans l'univers des médias en France.**



AdOOHC (Advertising Out Of Home Calculateur Carbone) permet d'évaluer les émissions de CO₂ des campagnes print et digitales, sur l'ensemble de leur cycle de vie et ainsi en mesurer rapidement l'impact carbone d'un plan média en communication extérieure : <http://carbone-calculateur-adoohc.upe.fr/>

INFO
"Sobriété" sur les publicités lumineuses : gares et aéroports vont aussi s'y mettre



Les adhérents de l'UPE mettent en œuvre **les leviers d'action suivants :**

- Réduction de la consommation énergétique moyenne des dispositifs lumineux grâce à la poursuite du remplacement des éclairages néons par des **éclairages LED** ;
- Réduction de la consommation énergétique moyenne des publicités numériques grâce au remplacement progressif des dispositifs par la nouvelle génération de matériaux plus performants ;
- **Mobilisation des investissements** nécessaires à l'équipement des publicités lumineuses en dispositifs de programmation et/ou de pilotage à distance pour permettre l'extinction de 1 heure à 6 heures partout en France ;
- Augmentation de la part **d'électricité d'origine renouvelable** consommée par les publicités lumineuses pour les contrats de fourniture d'électricité gérés en propre par les opérateurs.

LABELS FSC ET PEFC

Nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.

IMPRESSIONS

Nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.

RECYCLAGE

Les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.

Les exploitants de gares, stations de métro et aéroports français se sont engagés le 27 mars 2023, sous l'égide de l'Etat, à éteindre d'ici à la fin de l'année les publicités lumineuses quand ces lieux sont fermés au public. Les opérateurs de ces infrastructures et les régies publicitaires ont signé le 27 mars 2023 une "charte d'engagement", en marge d'une réunion organisée par les ministère de la Transition énergétique et des Transports pour faire le point sur les efforts de sobriété du secteur.

Ville d'Eaunes

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

- La publicité permet également de promouvoir **des opérations et entreprises vertueuses** et de contribuer ainsi à leur développement.
- Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.



La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



La communication extérieure représente

- **0,028 %** de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ;
- **0,4 %** de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La communication extérieure est :

- **6 X** plus sobre en énergie que le digital (1) ;
- **17 X** plus sobre en énergie que la télévision (1).
(1) rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée

Document complet disponible :
https://www.upe.fr/fichiers/20230209_KPMG_GSC_Note_Publicite_Exterieure\FFF.pdf

Ville d'Eaunes

La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



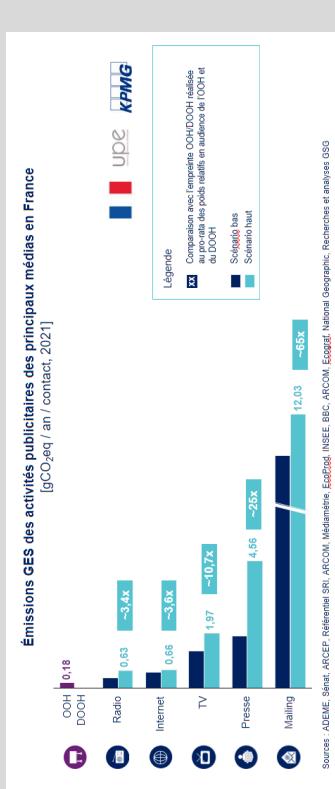
Une deuxième analyse menée par KPMG met en évidence que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion minime des émissions de CO2 de la France :

- **0,01%** émissions de CO2 totales du pays ;
- **0,44%** des émissions de CO2 du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs...);
- **Entre 2,6 et 3,6%** des émissions de CO2 des activités publicitaires du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

<https://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=147>

L'étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, pour un même public touché par les messages publicitaires, le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias :

- Entre 2,0 et 3,4 fois moins émetteur de CO2 que la publicité à la radio
- Entre 3,0 et 3,6 fois moins émetteur de CO2 que la publicité sur Internet
- Entre 7,1 et 10,7 moins émetteur de CO2 que la publicité à la télévision
- Entre 10,1 et 25,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité dans la presse
- Entre 57,0 et 65,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité par mailing

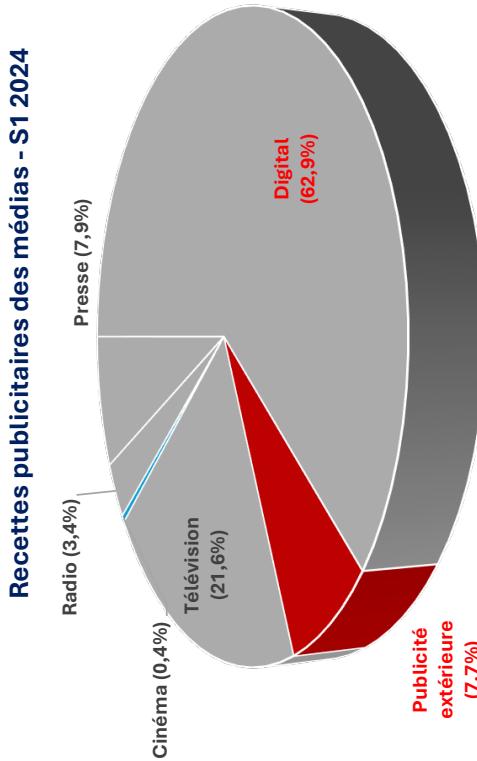


Sources : ADEME, Sénat, ARCEP, Référenciel SRI, ARCOM, Médiamétrie, Ecoprod, INSEE, BBR, ARCOM, Egard, National Geographic, Recherches et analyses GSO

Seules la publicité extérieure et la presse écrite s'engagent à réduire leur empreinte carbone au cours des prochaines années.

La communication extérieure – un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser la pluralité des médias



- ✓ **Internet** est le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente en 2023, **près de 60% du marché publicitaire en France** et 65% du marché publicitaire aux Etats-Unis. **En 2030, 65 % des recettes publicitaires en France seront captées par Internet, selon les prévisions de l'ARCOM et du ministère de la Culture.***
- ✓ Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM (Géants de l'internet) sur le marché publicitaire.
- ✓ Or, la publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services.

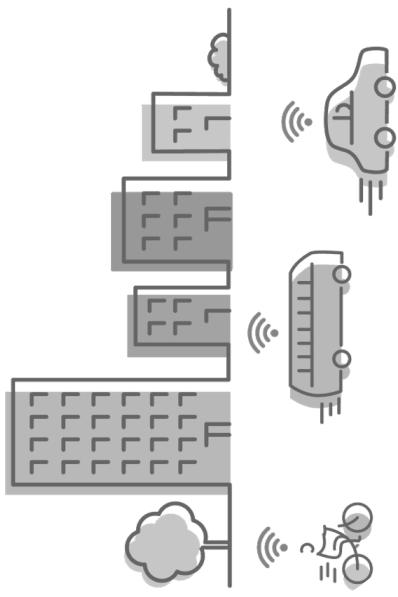
77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

- <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Perspectives-d-evolution-du-marche-publicitaire-francais-a-l-horizon-2030-publication-d'une-étude-et-ouverture-d'une-consultation-publique>

La communication extérieure : un média moderne et indispensable

Une mobilité en croissance

- +39 min passées hors domicile en 10 ans
(Source : TGI-Kantar)
- 70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans
(Source : Enquête UTP 2018)



Une urbanisation en croissance

- +9 millions de français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : Insee)
- 80% des Français vivent en ville, 86% d'ici 2050 (Source : Insee)

D'où une progression de l'audience
de la communication extérieure

- La ville est un territoire actif,
le plus grand réseau social du
monde réel

La communication extérieure : un outil de communication locale et régionale

- ✓ La communication extérieure est un **mass-média**, tout particulièrement sur les marchés locaux. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics.**
- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic dans les magasins, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.
- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure est un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**
- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXI^e siècle, est une innovation majeure pour notre média.



Réseau Digital
Out-Of-Home
(DOOH) : note
relative aux
enjeux du secteur

DOOH
DOOH
DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

DOOH

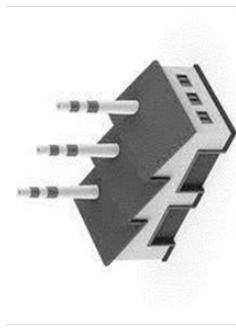
DOOH

DOOH

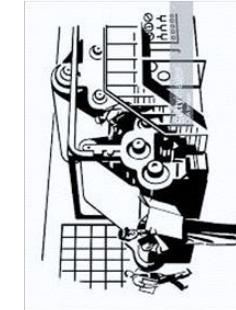
Ville d'Eaunes

La communication extérieure : une activité économique locale et multiple

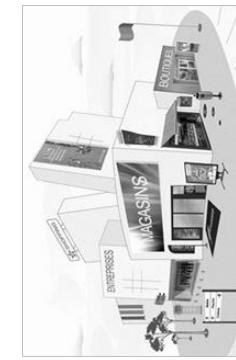
La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et près de 15 000 salariés, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.



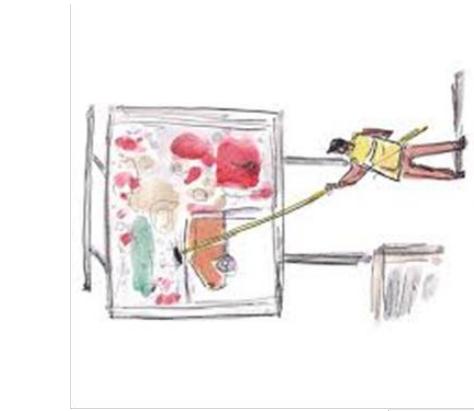
FABRICANTS DE MATERIEL



IMPRIMEURS



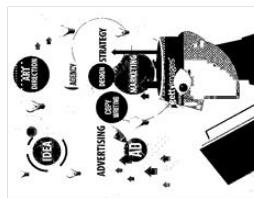
COMMERCANTS



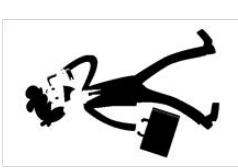
AGENTS DE TERRAIN



ADMINISTRATIFS



AGENCES DE PUBLICITÉ



COMMERCIAUX



MONTEURS

L'efficacité d'une implantation : L'AUDIENCE

La communication extérieure est le plus ancien média. **Les annonceurs souhaitent bénéficier d'audiences, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.**

Mobimétrie fournit un nombre moyen de contacts (CRP) à partir d'une analyse des flux de déplacement de la population, qui permet de connaître un taux de couverture et de fréquences d'ODV pour chaque plan d'affichage.

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être:

- **La couverture** : nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
 - **La répétition** : nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.



L'**ODV** ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une **occasion de contact**.

Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée.

Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité

La cartographie est un outil essentiel à la construction et au respect des engagements clients.

Une densification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers Internet (média non impacté par les réglementations à ce jour).

L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

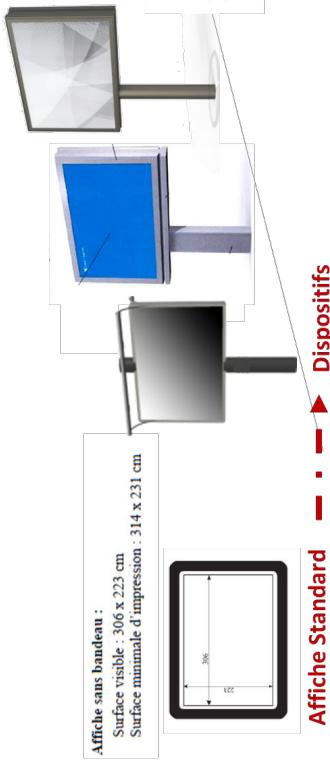
Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le **média recourt à une chaîne logistique** qui ne peut exister que par des **processus standardisés** (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts...).

Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format réel d'affiche d'environ 6,70 m². Le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encaissement à 10,50 m².

Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLP afin d'appréhender la **très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour.**

A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m² (format repris par le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 – articles R.581-26 et -32 du Code de l'environnement).

Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration page suivante).



Tous ces dispositifs supportent le même format d'affiche dit commercialement « 8 m² ». Le design et les techniques de chaque opérateur portent le format du dispositif jusqu'à 10,50 m².



Ne pas reconnaître au sein du RLP ce format standard reconnu nationalement et ne pas tenir compte de la réalité terrain est un non-sens économique et écologique.

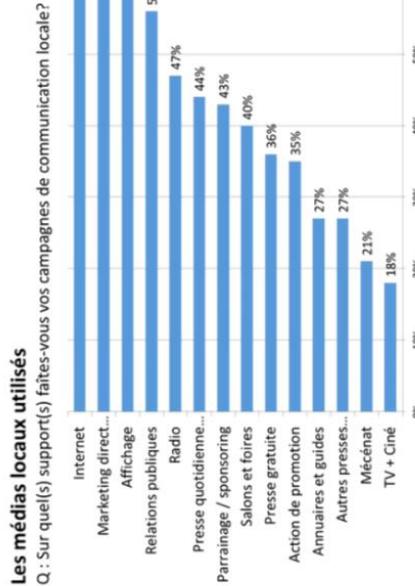
Un média aux côtés des acteurs locaux

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES LOCAUX REPRÉSENTENT 10,2 MDS € EN 2022, SOIT 31,2% DU MARCHÉ GLOBAL

Etude réalisée en octobre 2023 par l'association « les Relocalisateurs »



Taux de pénétration par famille de supports



Légende
L'affichage figure parmi les supports pour lesquels les investissements locaux sont majoritaires.

Les investissements publicitaires locaux pèsent pour près d'un tiers du marché français

* Les Relocalisateurs est une association loi 1901 dont les membres sont : COSPIRIT GROUPE, JCDecaux, France.TV Publicité, Radio France Publicité, Cityz Media, CMI MEDIA, MEDIAPOSTE, 366, Publicis Media, Altice Media Ads & Connect, Dentsu France, NRJ Global, France Pub.

LES OBJECTIFS d'un RLP

Le RLP donne la possibilité d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux enjeux locaux, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.

Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLP peut ainsi s'avérer être un outil pour **réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité.

Le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies**.

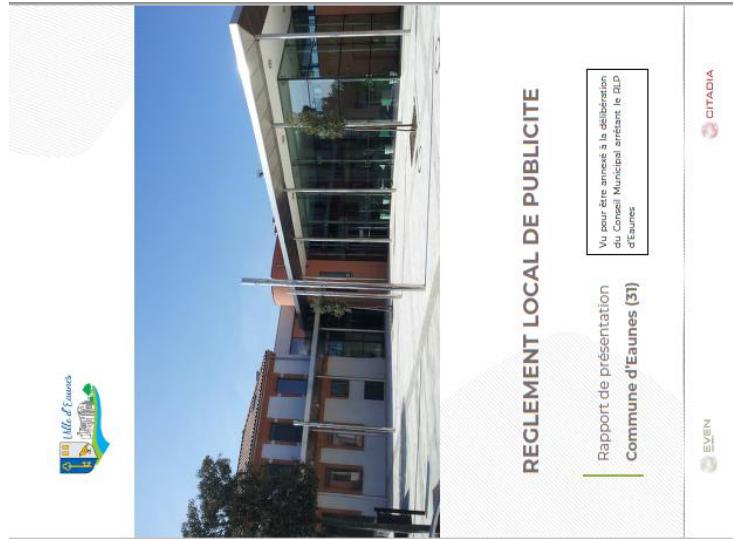
Le RLP doit être lisible et source de **sécurité juridique**. Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

Propositions de l'UPE

Etude du projet de RLP arrêté par le Conseil
municipal le 11 avril 2024 et présenté en
enquête publique



Sur les dispositions générales

P0. Prescriptions communes à l'ensemble des zones

Article P0.1. Interdiction de publicité

Sont interdites :

- 1/ Les publicités et préenseignes, exceptées les préenseignes temporaires, sur tout type de clôture, aveugle ou non ;
- 2/ La publicité murale.

Justifications apportées dans le rapport de présentation (page 74). « La commune d'Eaunes 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. »

- Un RLP se doit de concilier liberté d'expression et d'affichage et protection du cadre de vie.
- De plus, même si les possibilités peuvent être rares d'implanter des publicités murales dans le territoire de la commune d'Eaunes, nous nous étonnons d'une telle interdiction de principe.
- Par ailleurs, nous rappelons qu'un dispositif sur support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel.
- C'est pourquoi, nous préconisons, en ZP3, de réintroduire la possibilité d'implanter des dispositifs muraux, dans un format maximal de 10,50 m² (8m² de surface d'affichage), dans le respect des règles prévues au RNP (règlement national de publicité).

Sur les dispositions générales

Article P0.3. Format

1/ Un dispositif ne peut excéder deux faces.

2/ A l'exception du pied sur lequel repose le dispositif publicitaire, aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre du dispositif, y compris les éclairages.

RLP de la commune d'Eaunes / Règlement écrit

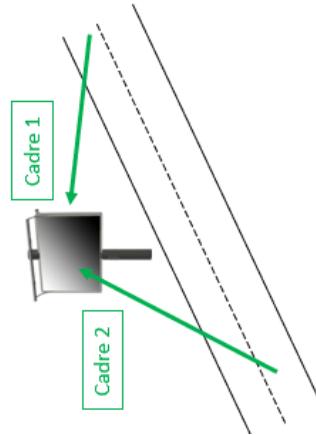
Version darrêt 9

- À l'égard d'un dispositif visible des deux côtés de la voie, le terme utilisé pour désigner l'un ou l'autre des côtés est, dans le vocabulaire usuel utilisé par les sociétés de communication extérieures, « le cadre ».

- Un cadre peut disposer de plusieurs faces, notamment pour les dispositifs dits « déroulants ».

- En effet, un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité.

- Afin de parfaire la bonne compréhension du futur RLP, nous suggérons la modification suivante :
« Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum. »



Sur les dispositions générales

Sur le format en ZP3 :

II.3 - Dispositions particulières applicables à la zone de Publicité n°3

Article P3.1 Dispositifs scellés ou apposés au sol

IV Les publicités scellées ou apposées au sol sont autorisées dans la limite de 8m².

Justifications apportées dans le rapport de présentation (page 78) :

Dispositions particulières à la ZP3 : Zone d'activités du Mandarin
« 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 8m². »

Article P0.4 Dimensions
I/A l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones de publicité correspondent au format « hors-tout » du dispositif, à savoir le format de l'affiche ou de l'écran et des éléments d'encaissement et de fonctionnement.

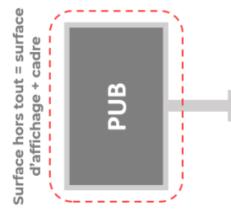


Figure 1 : Schéma explicatif de la surface hors tout (schéma indicatif et non opposable)

- Comme exposé précédemment et afin de prendre en compte les **formats d'affiche standards**, il est indispensable que le format standard national de 10,50m², « encadrement inclus », soit repris dans le futur RLP.

- Le **respect des formats standards** utilisés par les professionnels de l'affichage est une **condition sine qua non** pour notre média.
- En effet, une modification de format (qui ne concerne que quelques centimètres) ne tenant pas compte de la réalité terrain serait un non-sens économique et écologique.
- Il n'existe pas à ce jour de dispositif standardisé d'un format hors tout de 8m².

Sur les dispositions générales

Sur le format en ZP3 :

- Le choix d'un format à 8 m² hors tout aurait pour conséquence d'interdire à la majorité des sociétés de publicité extérieure d'exploiter ce format. En effet, ce format ne correspond pas au standard de la profession (par rapport notamment aux matériels existants et aux imprimeurs dont les machines sont prévues pour délivrer un format d'affiche en 8m²).
- Dans le cas contraire, de très nombreux dispositifs seraient ainsi mis au rebut alors qu'ils sont pourtant conformes à la réglementation nationale (format hors tout de 10,50m² et 8m² d'affiche). Il s'agirait alors d'une démarche manifestement contraire aux politiques publiques actuelles de développement durable et d'économie circulaire.
- **Pour toutes ces raisons, nous souhaitons que le format autorisé soit de 10,50 m², encadrement compris, avec un format d'affiche de 8m² en ZP3.**

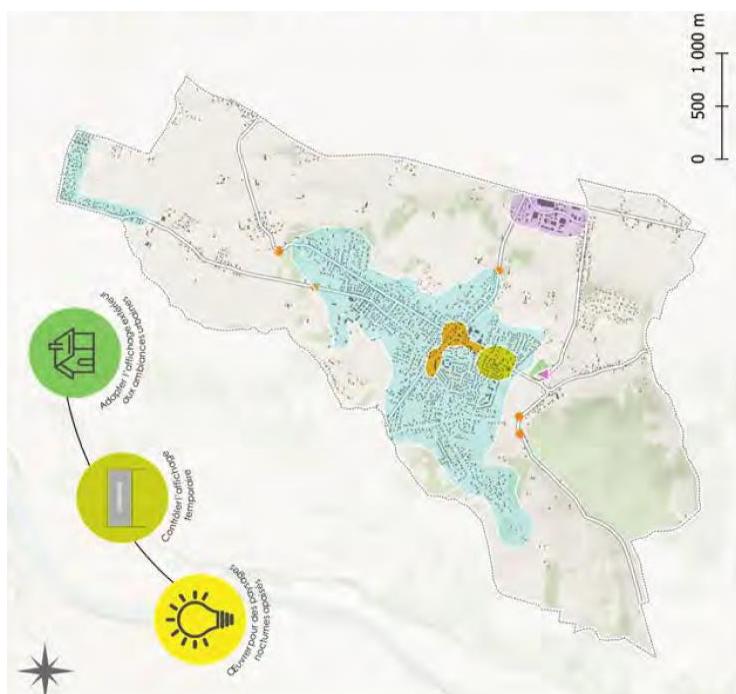
Sur les dispositions générales

Article P05. Densité

En ce qui concerne la densité :

- 1/ Lorsqu'elle est autorisée, la publicité scellée au sol doit être localisée dans des unités foncière de 40m de long ou plus ;**
- 2/ Sur une unité foncière de 40 à 80m de long, seul un dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé ;**
- 3/ Sur une unité foncière de plus de 80m de long, deux dispositifs publicitaires scellés au sol pourront être apposés ;**
- 4/ Les dispositifs publicitaires scellés au sol doivent présenter une inter distance minimale de 40m.**
-
- Le linéaire imposé pour autoriser l'installation de dispositifs publicitaires scellés au sol nous paraît trop important et non adapté au regard des réalités du terrain et de l'environnement urbain.
- C'est pourquoi, nous souhaitons que ce linéaire minimal soit ramené à 30 mètres et proposons la modification suivante :
« *1/ Lorsqu'elle est autorisée, la publicité scellée au sol doit être localisée sur des unités foncière de 30 mètres ou plus ;*
- 2/ Sur les unités foncières mesurant entre 30 et 80 mètres, seul un dispositif publicitaire est autorisé.* »

Sur le zonage



- 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.

Sur le zonage

Compte tenu de la taille restreinte de la ZP3, seule zone autorisée aux dispositifs publicitaires scellés au sol à ce jour, et du faible nombre de possibilités d'implantations, nous souhaiterions, pour cette zone, l'application des mesures suivantes :

- **1 dispositif publicitaire autorisé** par unité foncière de 30 m de linéaire de façade, 2 dispositifs maximum possibles sur les unités foncières ayant un linéaire sur voie de plus de 80 mètres ;
- Interdiction de tout dispositif scellé au sol si le linéaire de façade sur rue est inférieur à 30 mètres ;
- Pas de linéaire minimum de façade requis pour les dispositifs muraux (car ils ne créent pas d'obstacles visuels supplémentaires) et ne peuvent être que sur des murs aveugles.



Ville d'Eaunes

Sur les dispositifs lumineux et numériques apposés derrière les baies commerciales

Au regard de notre propre diagnostic, nous tenons à apporter les précisions suivantes :

- L'article L581-14-4 du code de l'environnement permet aux RLP de réglementer les publicités et les enseignes lumineuses en vitrine selon quatre items : horaires d'extinction, surface, consommation énergétique et prévention des nuisances lumineuses. **Il est acquis que cet article ne permet pas aux RLP de proscrire les publicités et les enseignes lumineuses en vitrine (interdictions directes ou déguisées)** – en ce sens, cf. page 98 du Guide pratique de la réglementation publique publié par le Ministère et disponible sous ce lien : https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/documents/Guide_pratique_La%20r%C3%A9glementation_de_la_publicit%C3%A9%20externe.pdf)

- Les dispositifs numériques en vitrine ne connaissent pas un développement sur dimensionné. Ils sont effectivement présents en centre-ville car ils répondent à une **communication de magasin de proximité**.
Il est notable que leur présence se dilue en fonction de l'éloignement du centre.

- La très grande majorité de ces écrans ont un format se situant **entre 0,80m² et 1 m²**, quelques-uns avec un format **2 m²** pour répondre à un format standard national, avec généralement des **efforts d'intégration** au sein de l'espace vitrine.

- Les écrans de haute qualité situés dans les vitrines des commerces se distinguent des simples écrans d'ordinateur ou des tablettes. Il est nécessaire que le format retenu soit adapté aux besoins de communication des commerçants. Aussi, le format retenu par le projet de RLP n'est pas adapté aux outils de communication déployés par les commerçants.

- Il n'y a généralement **qu'un seul dispositif numérique par enseigne** (mais parfois complété par de nombreux dispositifs éclairés).

- Par ailleurs, ce type de dispositifs a toute sa place en ZP3 s'agissant d'une zone commerciale. Il est à noter qu'en sus, ces écrans sont soumis aux règles d'extinction nocturne.

IV.1 - Dispositions particulières applicables à la zone de Publicité n°1

Article BC1.1: Dispositifs apposés derrière les baies commerciales
✓ Les dispositifs numériques apposés derrière une baie commerciale sont autorisés dans la limite d'un dispositif par activité.
2/ La taille de ces dispositifs ne pourra pas excéder 115 cm x 65 cm (soit un écran de 50 pouces).
3/ Ces dispositifs doivent être éteint maximum une heure après la fermeture du commerce.

IV.2- Dispositions particulières applicables aux zones de Publicité n°2,3 et 4

Article BC2.1 : Dispositifs apposés derrière les baies commerciales
✓ Les dispositifs numériques apposés derrière les baies commerciales sont interdits.

Sur les dispositifs lumineux et numériques apposés derrière les baies commerciales

Pour toutes les raisons exposées précédemment, nous proposons pour les dispositifs lumineux et numériques apposés derrière les baies commerciales en toutes zones les dispositions suivantes :

- un unique dispositif numérique autorisé par vitrine ;
- encombrement limité à 20% de la surface vitrée et maximum de 2 m² unitaire par écran ;
- extinction entre 23 h et 7 h du matin, lorsque l'activité de l'établissement a cessé.

Observations complémentaires

2/ Les accessoires de sécurité (échelles, passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles, escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent être mis en place ou déployés que pendant les interventions d'affichage, d'entretien ou de maintenance.

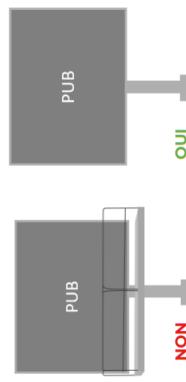
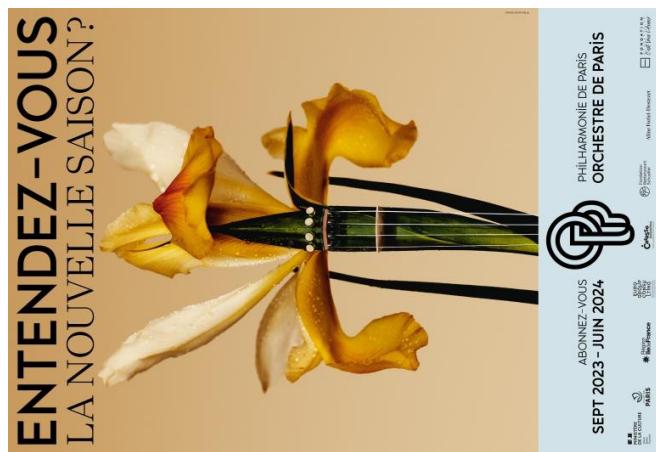


Figure 3 : Schéma explicatif relatif à l'affichage et aux accessoires annexes à la publicité (schéma indicatif et non opposable).

- Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »
 - Dans ces conditions, afin de tenir compte des obligations légales et réglementaires en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :
 - « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »
- De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.



Celio
Lauréat du Grand Prix
Communication Extérieure 2024



Mention
Grand Prix de la Communication
Extérieure 2024

UPE
UNION de la
PUBLICITE EXTERIEURE

Annexe 5 : Mémoire en réponse de la commune de Eaunes
(6 pages)



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Réponse au procès-verbal des observations

Commune d'Eaunes 31

I. REPONSE AUX OBSERVATIONS DU PUBLIC

Contribution 1 (registre) : Monsieur Robert-Verd Sébastien, PDG Super U Eaunes

Observation 1a : Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée pour l'affichage de sa banderole au vu du futur règlement sur son terrain au rond-point de la zone du Mandarin sachant que les dimensions sont de 7m sur 80cm. Il précise que ces affichages concernent des promotions du magasin mais aussi des informations sur la vie associative et les animations de la commune.

Réponse de la commune : La règle appliquée pour ces banderoles dépend du message qu'elle contient :

- Lorsque la banderole comporte des informations sur la vie associative et les animations de la commune c'est-à-dire que celle-ci comporte **des informations qui n'ont pas de rapport avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain**, la banderole est considérée comme étant de l'affichage publicitaire. La commune d'Eaunes comportant moins de 10 000 habitants, **l'apposition de bâches publicitaires est interdite par la réglementation nationale de publicité**.
- Lorsque la banderole est apposée sur le terrain de l'activité et qu'elle **comporte des informations en lien avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain**, celle-ci est considérée comme une enseigne. Le Règlement Local de Publicité, dans son article E.0.1, **interdit l'apposition d'enseigne sous forme de bâche**, car leur installation sont jugées souvent très peu qualitatives.

Observation 2a : Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée au vu du futur règlement sur les vitres de la façade du bâtiment.

Réponse de la commune : Le Règlement Local de Publicité d'Eaunes permet d'encadrer la vitrophanie en zone de publicité n°3 en indiquant que **sa superficie ne devra pas dépasser 20% de la surface totale de la baie**. Cependant, cette règle s'applique uniquement sur les dispositifs apposés en dehors de la baie. En effet, les dispositifs apposés à l'intérieur des baies ne sont pas réglementés par la réglementation nationale de publicité.

Observation 2c : Monsieur Robert-Verd souhaite savoir si les panneaux directionnels et l'affichage sur le parking du magasin sont concernés par le règlement.

Réponse de la commune : Ces panneaux sont apposés sur l'assiette foncière de l'activité et sont en lien avec l'activité s'exerçant sur le terrain. En ce sens, ce dispositif **est considéré comme étant une enseigne scellée au sol** et sera donc réglementé par **l'article E.3.7** du Règlement Local de Publicité. En ce sens, ces typologies de dispositifs sont limitées à **un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique** (article R.581-64 du code de l'environnement) et ses dimensions ne pourront excéder **6m de hauteur et 2m de largeur** (article E.3.7 du Règlement Local de Publicité).

Contribution 2 (registre) : Monsieur Bohbot Benjamin, directeur société MPEP, 11 Impasse de la bigorre, 31600 Eaunes.

Monsieur Bohbot Benjamin souhaite qu'on modifie la surface des enseignes lumineuses en façades prévues dans le règlement intérieur soumis à l'enquête. Il souhaiterait porter cette surface à 8m² contre 6m² actuellement.

Réponse de la commune : Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. Cependant, les dispositifs numériques représentent un moyen efficace de se signaler pour les activités économiques. Le règlement écrit sera modifié afin de limiter l'impact de ces dispositifs numériques, tout en permettant le développement de l'activité économique. En ce sens, le règlement encadre les dispositifs numériques apposés sur la façade commerciale en fonction de la surface de celle-ci. Pour plus de clarté, la règle sera modifiée comme elle suit :

« Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques

2/ Les enseignes numériques en bandeau ne peuvent excéder

- 5% de la surface **de la façade** commerciale, si celle-ci présente une surface totale supérieure ou égale à 200m², dans la limite de **8m²**;
- 10% de la surface **de la façade** commerciale si celle-ci présente une surface inférieure à 200m², dans la limite de 4m². »

Contribution 3 (registre): signature non lisible. Trouve l'étude très bien faite et intéressante, et en accord avec l'objectif d'harmoniser et limiter la publicité comme proposé dans le règlement.

Réponse de la commune : /

Contribution 4 (registre + courriel avec dossier argumenté fourni et joint dans son intégralité en annexe) : Madame Charlotte Villard, représentante de l'Union de la Publicité extérieur.

L'Union de la Publicité souhaite apporter des modifications au règlement proposé telles que :

Observation 4a : Demande de passer au format 8m² d'affiche en précisant un format de 10,5 m² hors tout.

Réponse de la commune : La commune a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité afin de réglementer l'affichage publicitaire et souhaite notamment contrôler la taille des dispositifs publicitaires. Les dispositifs de 10,5m² ne sont pas représentés sur la commune. En ce sens, la commune **ne souhaite pas autoriser un affichage publicitaire de 10,5 m² hors-tout**.

Observation 4b : Demande d'autoriser la publicité murale en zone ZP3 considérant qu'ils ne créent pas d'obstacles visuels supplémentaires et ne peuvent être que sur des murs aveugles. De plus, demande de ne pas imposer de linéaire minimum de façade requis pour ces dispositifs muraux.

Réponse de la commune : En lien avec les formes urbaines et la typologie des bâtiments commerciaux, la zone de publicité n°3 n'est pas concernée par la présence de dispositifs publicitaires muraux. Peu de possibilités d'implantation de dispositifs muraux sont présentes au sein de cette zone. En ce sens, la commune souhaite favoriser l'implantation de dispositifs au sol. Pour ces raisons, **la commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans la zone de publicité n°3**.

Observation 4c: En zone ZP3, demande de passer de 40m à 80m linéaire de façade minimum pour être autoriser à installer un dispositif de publicité 30m à 80m linéaire de façade.

Réponse de la commune: L'article P0.5 du règlement écrit sera modifié afin de l'appliquer uniquement pour les zones de publicité 1 et 2. La densité de la zone publicitaire numéro 3 ne sera pas encadrée. La réglementation nationale s'appliquera donc.

Observation 4d: Demande d'autoriser des écrans numériques en zone ZP3, de modifier leur taille 2m² maximum ou 20% maximum de la surface vitrée au lieu de 115cm * 65cm et de préciser l'extinction à 23h00 à 7h le matin au lieu d'une heure après la fermeture du commerce.

Réponse de la commune: Concernant les écrans numériques apposés derrière les baies commerciales, le règlement sera modifié de la sorte :

« Dispositions applicables à toutes les zones : Article BC1.1 : Dispositifs apposés derrière les baies commerciales

1/ Les dispositifs numériques apposés derrières les baies commerciales sont admis dans la limite de 2 mètres carrés.

2/ Les dispositifs numériques apposés derrière les baies commerciales doivent être éteint de 23h à 6h, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre 22h et 7h du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumée une heure avant la reprise de cette activité. »

Observation 4e: Demande de modifier les dispositions dans le règlement sur les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) en remplaçant « les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique » par « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser »

Réponse de la commune: Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Observation 4f: Demande de modifier pour une meilleure compréhension à l'article P0.3. Format et ainsi remplacer 1/ Un dispositif ne peut excéder deux faces par « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum »

Réponse de la commune: Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

II. LES OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Observation 1 : Concernant la zone ZP3 Article E3.1 relatif aux E3.1 Enseignes en bandeau, quelle est la règle explicite qui s'applique ?

Réponse de la commune : L'installation d'enseignes en bandeau est encadrée par les articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement indiquant :

« Article 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'égout du toit. [...] »

« Article 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.

Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture. »

Observation 2 : Concernant la vitrophanie, pouvez-vous confirmer qu'il faut comprendre qu'un adhésif apposé sur la vitre côté extérieur est réglementé mais que lorsqu'il est apposé côté intérieur alors il n'est pas réglementé ?

Réponse de la commune : Le code de l'environnement encadre uniquement les dispositifs apposés à l'extérieur du bâtiment commercial. Ainsi, des dispositifs adhésifs apposés dans le commerce, même s'ils sont visibles depuis l'extérieur, ne sont pas réglementés par le code de l'environnement et ne peuvent donc pas être encadrés par le règlement local de publicité. Le règlement écrit comporte un glossaire dans lequel est mentionnée la définition de la vitrophanie.

Observation 3 : Concernant l'article E3.10 Enseignes lumineuses et numériques qui régit la règle en zone ZP3, est-ce qui a motivé le choix de limiter à 6m² ? Le passage à 8m² en contribution 2 est-il envisageable ? Si non, quelle en est la justification ?

Réponse de la commune : Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. La commune a donc la volonté d'encadrer l'implantation des dispositifs numériques, tout en permettant le développement des activités économiques. **Le règlement écrit sera modifié, comme mentionné dans la réponse à l'observation 4d.**

Observation 4 : Concernant l'article P3.1 Dispositifs scellés ou apposés au sol, il est précisé que les publicités scellés ou apposées au sol sont autorisés dans la limite de 8m² hors tout comme précisé dans l'article P0.4 Dimensions. Sachant que d'après les professionnels cette disposition aurait pour conséquence d'interdire à la majorité des sociétés de publicité

extérieure d'exploiter ce format. En effet, ce format d'après eux, ne correspond pas au standard de la profession (par rapport notamment aux matériels existants et aux imprimeurs dont les machines sont prévues pour délivrer un format d'affiche de 8m²).

Ainsi, si la mairie de Eaunes souhaite maintenir cette disposition en zone ZP3, quelle en est la justification ?

Réponse de la commune : La commune d'Eaunes est concernée par le régime de publicité le moins stricte, car celle-ci est localisée dans l'unité urbaine de Toulouse (+800 000 habitants). En ce sens, les surfaces maximales autorisées pour les dispositifs publicitaires dans la Réglementation Nationale s'élèvent à 10,5m², ce qui semble peu adapté aux formes urbaines et ambiances paysagères de cette commune majoritairement concernée par un tissu pavillonnaire et par un tissu urbain peu dense. La commune souhaite diminuer les surfaces maximales d'affichage publicitaire, afin de préserver les ambiances paysagères apaisées, tout en permettant aux activités économiques locales de se signaler. En ce sens, le règlement de la zone de publicité n°3 autorise les publicités et préenseignes scellées au sol, dans la limite de 8m², permettant d'offrir des surfaces d'affichages conséquentes aux activités souhaitant se signaler.

Observation 5 : Est-ce qui a motivé le choix d'interdire l'affichage mural en zone ZP3 ? Pourrait-il être envisagé dans cette zone ?

Réponse de la commune : La zone d'activité du Mandarin n'est pas concernée par de la publicité murale, en lien avec les formes urbaines (peu de murs aveugles sont présents). Il a été choisi d'inscrire le règlement dans cette dynamique en interdisant les dispositifs muraux.

Observation 6 : Concernant l'article P05 densité, est-ce qui a justifié le choix de 40m linéaire comme limite pour implanter un dispositif publicitaire ?

Sur la zone ZP3, combien de parcelles sont concernées par un linéaire de plus de 40m ?

Réponse de la commune : Afin de permettre l'affichage publicitaire dans ce secteur à enjeux pour l'activité économique, la règle de densité pour l'affichage publicitaire est supprimée pour la zone de publicité n°3. La densité des dispositifs publicitaire dans cette zone de publicité sera encadré par la réglementation nationale de publicité.

Observation 7 : Concernant l'article P0.6. Habillage et accessoires annexes à la publicité, les dispositions relatives aux échelles et passerelles ne semblent pas conformes aux règles des professionnels en termes de sécurité de mise en œuvre. Est-ce qui a justifié un tel choix dans le règlement tel que présenté ?

Réponse de la commune : Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Observation 8 : Concernant l'Article BC1.1: Dispositifs apposés derrière les baies commerciales, le format retenu est de 115 cm x 65 cm maximum. Est-ce qui a justifié ce choix de format maximum ?

Réponse de la commune : Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Enquête publique

Réalisée du 16 septembre au 16 octobre 2024

Ref. TA : E24000090/31 - Arrêté municipal n°2024-121

RAPPORT D'ENQUETE (1/2)

Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP)

Mairie de Eaunes (31)



Karine Fragonas

Commissaire Enquêteur

Sommaire

Partie 1: le rapport d'Enquête	2
I. L'objet et le cadre juridique de l'enquête	2
1. L'objet de la présente enquête	2
2. Identification de l'Autorité organisatrice de l'enquête publique.....	3
3. Cadre général du projet de règlement local de publicité	3
4. Cadre juridique de l'enquête	5
5. Le projet de règlement de publicité local soumis à l'enquête	6
II. L'enquête publique.....	9
1. Organisation de l'enquête publique	9
2. Déroulement de l'enquête.....	13
PARTIE 2 : L'analyse des observations	15
I. Observations du public	16
II. Les observations des parties publiques intéressées.....	22
III. Les observations de la Commissaire enquêteur.....	22
IV. Annexes	25
Annexe 1 : Désignation du Commissaire enquêteur	
Annexe 2: Désignation du Commissaire enquêteur	
Annexe 3 : Annonces presse	
Annexe 4 : procès-verbal de synthèse de la Commissaire enquêteur	
Annexe 5 :la réponse au procès-verbal de synthèse de la Commune	

**LES CONCLUSIONS MOTIVÉES ET L'AVIS DE LA COMMISSAIRE ENQUÊTEUR FONT PARTIES
D'UN DOCUMENT SEPARÉ (document 2/2)**

Partie 1: le rapport d'Enquête

I. L'objet et le cadre juridique de l'enquête

1. L'objet de la présente enquête

L'enquête publique porte sur l'établissement du Règlement Local de Publicité de la commune de Eaunes.

L'enquête publique a pour objet d'assurer l'information et la participation du public ainsi que la prise en compte des intérêts des tiers lors de l'élaboration des décisions susceptibles d'affecter l'environnement mentionnées à l'article L. 123-2.

Les observations et propositions recueillies au cours de l'enquête sont prises en considération par le Maître d'ouvrage et par l'Autorité compétente pour prendre les décisions de mise en œuvre. Le présent rapport concerne l'organisation et le déroulement de cette enquête publique. Il est complété par des conclusions et un avis portant sur l'élaboration du règlement proposé (cf. document (2/2)).

Ce n'est qu'à l'issue de l'enquête publique que le règlement Local pourra être approuvé et deviendra ainsi opposables aux tiers.

2. Identification de l'Autorité organisatrice de l'enquête publique

Le Maître d'ouvrage du présent dossier est la ville de Eaunes dans le département de la Haute -Garonne et qui fait partie de la Communauté d'Agglomération du Muretain.

À 30 kilomètres du centre de Toulouse et à 5 kilomètres de Muret, Eaunes est une ville péri-urbaine qui s'étend sur 1 496 hectares et compte 6 256 habitants (chiffre INSEE).

Les espaces urbanisés occupent 42 % de sa surface totale. 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.

La commune d'Eaunes possède deux éléments inscrits au titre des monuments historiques : l'église et l'ancien prieuré.

Des espaces agro-naturels s'étendent sur 43 % du territoire au Nord et au Sud. Sur ce plateau à l'origine très agricole comporte également de nombreuses fermes isolées.

444 entreprises sont présentes dans le territoire et sont majoritairement des commerces de gros et de détail, des transports, des hébergements et restauration.

L'activité commerciale du territoire est répartie entre la zone d'activité du Mandarin et le centre du village. La zone du Mandarin est implantée sur un axe de circulation principal RD 4, en limite communale avec Lagardelle-sur-Lèze, voie importante de la vallée de la Lèze, ayant une fonction d'accès transit. 3 autres axes desservent la ville. Ce type de voies constitue un espace privilégié pour l'affichage publicitaire.

3. Cadre général du projet de règlement local de publicité

On attend par publicité :

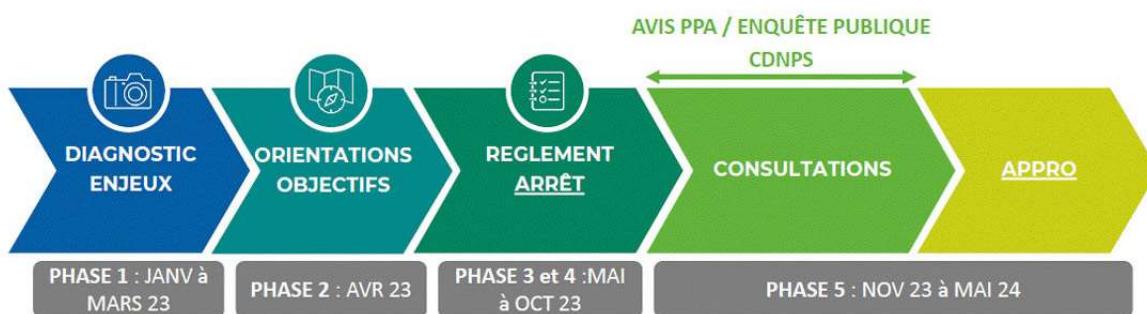
une publicité : à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

une enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;

une préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Pour être complet, les préenseignes suivent le régime applicable à la publicité.

La commune d'Eaunes a fait le choix de mettre en place un Règlement Local de Publicité (RLP) afin de protéger le cadre de vie de sa Commune et faisant suite à d'importants travaux d'aménagements de la Commune menés ces dernières années.

Le RLP qui est l'expression du projet de la collectivité en matière d'affichage publicitaire, a été prescrit par délibération du Conseil Municipal en date du 16 février 2023. Le projet de règlement local de publicité de la commune d'Eaunes a été arrêté lors du Conseil Municipal en date du 11 Avril 2024 après une période de concertation.

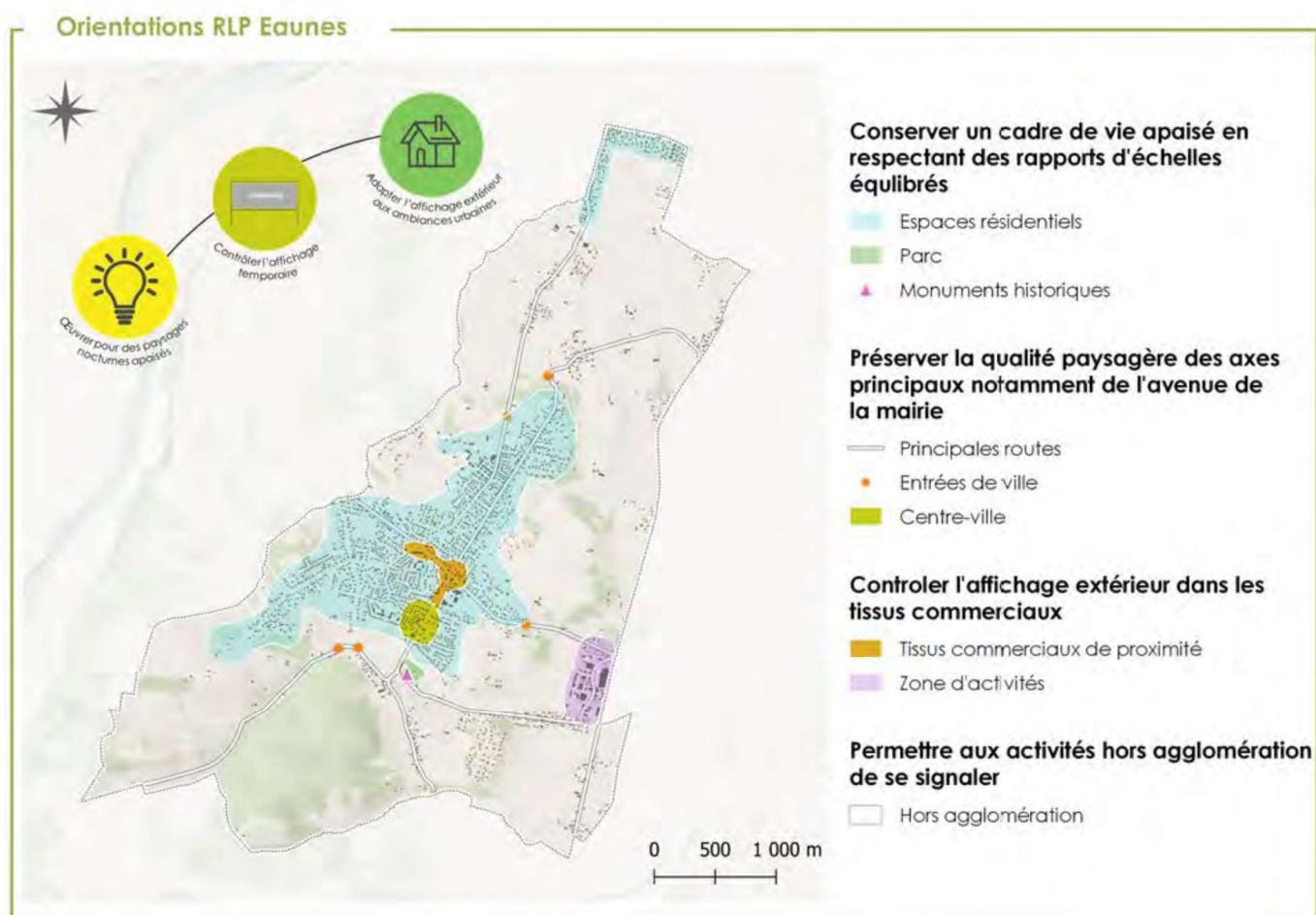


Phasage initial prévu extrait du site internet de la Commune

En effet, Le règlement national issu de la loi du 12 juillet 2010 a pour objectif de concilier la protection du cadre de vie des habitants et la volonté des acteurs économiques d'être le plus visible possible. Toutefois, les Communes ou les intercommunalités peuvent adapter ces dispositions nationales afin de les adapter aux spécificités locales d'un territoire.

Aussi, l'adaptation d'un règlement local de publicité permet, à partir de son volet diagnostic, d'identifier la sensibilité paysagère des différents sites d'un territoire et ainsi d'adapter la réglementation nationale à ces caractéristiques.

Les orientations retenues par la ville afin de maintenir la qualité du cadre de vie et des paysages sont les suivantes :



Extrait du rapport de présentation joint au dossier de l'enquête

4. Cadre juridique de l'enquête

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, les articles L 581-1 et suivants du code de l'Environnement fixent les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

La réglementation du Code de l'Environnement a été considérablement modifiée par la Loi Grenelle 2 n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant l'Engagement National pour l'Environnement (dites loi ENE), ainsi par les décrets n°2012-118 du 30 janvier 2012 et n°2013-606 du 9 juillet 2013.

La Réglementation Nationale de la Publicité (RNP), issue du décret du 30 janvier 2012, est applicable à l'ensemble du territoire national. Une adaptation locale est prévue par la loi, en cas d'élaboration d'un règlement local de publicité (RLP) permettant d'adapter les règles nationales aux besoins spécifiques du de vie des territoires grâce au zonage du RLP. Cette réglementation doit être plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le RLP est un document d'urbanisme annexé au PLU de la Commune. Il peut être élaboré à l'échelle intercommunale par un EPCI pour une cohérence et une homogénéisation des pratiques sur un même territoire. Son élaboration doit suivre les règles fixées pour les PLU et l'ensemble de la procédure doit être menée à l'initiative du maire ou du président de l'EPCI compétente en matière de PLU.

Il constitue donc un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage. Les compétences en matière de police de la publicité et d'instruction des demandes d'autorisation reviennent au maire, au nom de la Commune, lorsque cette dernière dispose d'un RLP. Il est à noter que depuis janvier 2024, même si la commune n'a pas élaboré de RLP, la compétence de police de la publicité est dorénavant exercé par le Maire.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée par les textes L. 581-9 et L. 581-10 du 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.

Référence sur l'obligation d'enquête publique

Le projet de RLP arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II, du livre I du code de l'environnement par le président de l'EPCI ou le maire (Art. L. 153-19 du code de l'urbanisme).

Référence sur la composition du dossier

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.

Référence sur l'organisation de l'enquête

L'organisation de l'enquête suit les dispositions du code de l'environnement :

Titre II : Information et participation des citoyens

Chapitre III : Participation du public aux décisions ayant une incidence sur l'environnement (Article L123-1-A)

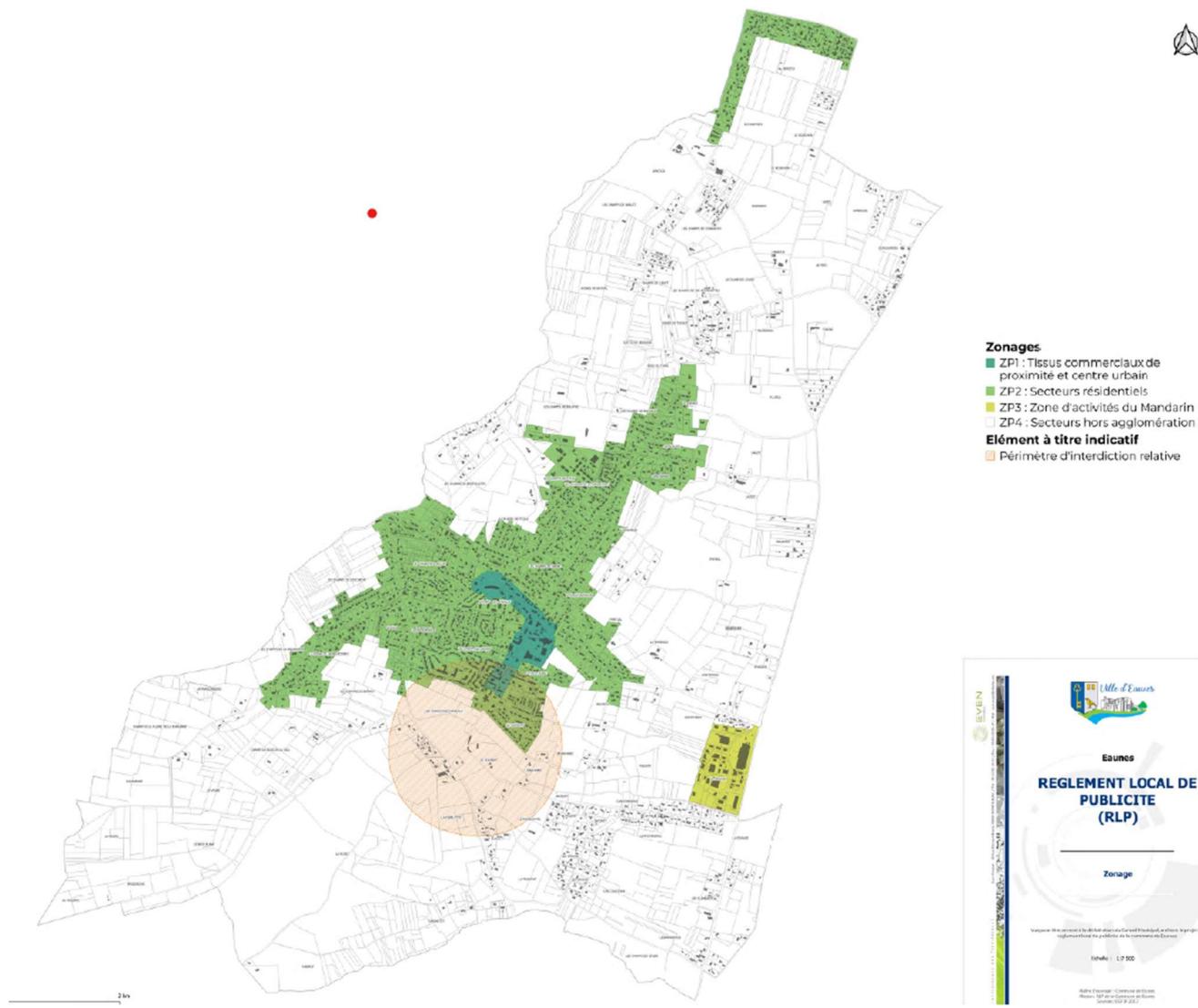
5. Le projet de règlement de publicité local soumis à l'enquête

Comme décrit dans le dossier de présentation du RLP, la commune de Eaunes a retenu, à l'issu de l'état des lieux du territoire et de son diagnostic, 4 zones. En effet, chaque secteur présente 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 retenues 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.

Il est à noter également une zone d'interdiction autour des monuments classés ci-dessous en orange et conformément à l'article L. 621-30 du code du patrimoine qui stipule que la publicité est interdite aux abords des monuments historiques.



La zone de Publicité n°1 : Les tissus commerciaux de proximité et le centre urbain (ZP1)

Cette zone est essentiellement couverte par le centre-ville structuré autour de l'avenue de la mairie et de la route de Muret.

Selon les décisions et les justifications de la commune de Eaunes, Le règlement prévoit que :

- ✓ Les publicités scellées au sol sont interdites permettant d'éviter l'implantation de nouveaux volumes dans la scénographie urbaine pouvant dénoter avec l'ambiance apaisée de ces secteurs.
- ✓ Les dispositifs muraux sont interdits dans une optique de préservation et de valorisation des façades,
- ✓ 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.
- ✓ 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. Leur interdiction dans le centre-ville permettra de conserver la qualité du cadre de vie de la Commune.

La Zone de Publicité n°2 : Les secteurs résidentiels (ZP2)

Cette zone est composée des secteurs résidentiels pavillonnaires discontinus et des secteurs de maisons regroupées. Il est à noter que le secteur collectif du centre-ville est régi par le ZP1 car il est plus dense et s'entremêle avec les surfaces commerciales.

Les choix réglementaires opérés, en matière de publicité et de préenseignes, sont les mêmes que ceux réalisés dans la zone de publicité n°1.

La Zone de Publicité n°3 : Zone d'activités du Mandarin (ZP3)

Il s'agit de la zone activité et commerciale principale de Eaunes (en dehors du centre bourg) implantée en entrée de territoire. Cette zone constitue un secteur à enjeux forts en matière d'affichage extérieur à la fois du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant. Des problématiques y sont souvent rencontrées de lisibilité complexifiée des messages, de formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, de localisation "sauvage" ...

Selon les décisions et les justifications de la commune de Eaunes, le règlement prévoit que notamment que:

- ✓ les dispositifs scellés au sol sont autorisés dans la limite de 8m², 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)
- ✓ la publicité lumineuse et numérique, dans les conditions fixées par la réglementation nationale de publicité 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.

- ✓ L'interdiction des affiches muraux

II. L'enquête publique

1. Organisation de l'enquête publique

Désignation du Commissaire enquêteur (Cf. annexe 1)

La Présidente du Tribunal Administratif de Toulouse, dans sa décision du 5 juillet 2024, a désigné Madame Karine Fragonas en qualité de Commissaire enquêteur pour mener l'enquête publique relative à « l'élaboration du règlement local de publicité de la ville de Eaunes ».

Arrêté portant sur l'ouverture de l'enquête (Cf. annexe 2)

Le Maire de Eaunes Alain Sottil a pris le 8 août 2024 l'arrêté n°2024-121 portant sur l'ouverture de l'enquête. La durée prévue de l'enquête publique est de 30 jours entière et consécutive, du mercredi 16 septembre 2024 à 08 h 30 au vendredi 16 octobre 2024 inclus à 15 h 30.

La Mairie est désignée comme siège de l'enquête.

La mission du Commissaire enquêteur

Dans ce cadre, la mission du Commissaire enquêteur consiste ainsi principalement à :

- ✓ Prendre connaissance du dossier d'enquête publique établi par l'autorité organisatrice de l'enquête, lui faire apporter tout complément ou précision qu'elle juge utile pour permettre une bonne compréhension et information du public ;
- ✓ Veiller à ce que les formalités de publicité destinées à prévenir le public soient conformes à la loi et à demander tout complément qu'elle jugera utile en fonction de l'importance du projet soumis à enquête ;
- ✓ Recevoir le public, lui expliciter l'objet et les objectifs du projet, recueillir ses appréciations, suggestions et contre-propositions et y répondre ;
- ✓ Rédiger, en toute indépendance, un rapport factuel du déroulé de l'enquête (notamment les observations du public) et d'établir, dans un document séparé, ses conclusions personnelles et motivées sur le projet.

Le rapport et ces conclusions, qui sont destinés à éclairer la décision que prendra l'autorité organisatrice, sont consultables par le public pendant un an.

Le dossier d'enquête – constitution

Le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

1. Arrêté municipal 2024-121
2. Rapport de présentation
3. Règlement
4. Annexes incluant :
 - ✓ Zonage du RLP
 - ✓ Carte des limites d'agglomération
 - ✓ Arrêtés municipaux portant sur les limites d'agglomération des voies communales et départementales
 - ✓ Carte des périmètres d'interdiction absolue et relative
5. Plan A0 du zonage :
 - ✓ 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.
6. Avis des Personnes publiques associées
 - ✓ Chambre des métiers de l'artisanat de la Haute-Garonne
 - ✓ Smeat (Syndicat mixite pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territorial de la Grande Agglomération Toulousaine)
7. Les avis de publicité dans la dépêche et dans le petit journal

Appréciation du Commissaire enquêteur sur la forme du dossier d'enquête

Un seul changement a été demandé en cours d'enquête à la demande de la Commissaire enquêteur :

- Dans le règlement intérieur, page 2-, Article E3.1 du paragraphe III.4. Dispositions particulières applicables à la zone de la publicité n°3, il a été demandé de mentionner explicitement les conditions autorisées et non de faire un simple renvoi à un article du code de l'environnement

Le rapport de présentation présente comme attendu le diagnostic établi par la Mairie qui s'est adjoint les services d'un bureau d'études spécialisé. Il définit les orientations et les objectifs et explique les choix retenus de la collectivité.

La Commissaire enquêteur juge le dossier conforme et complet

Lieux de consultation du dossier et du registre d'enquête

Afin que chacun puisse prendre connaissance du dossier d'enquête, les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête ont été déposés à la Mairie de Eaunes du mercredi 16 septembre 2024 à 08 h 30 au vendredi 8 octobre 2024 inclus à 15 h 30.

Le dossier de l'enquête publique a pu également être consulté et téléchargé sur le site de la mairie <https://www.mairie-eaunes.fr>

Les observations éventuelles ont pu ainsi être :

- Consignées sur le registre d'enquête ouvert à cet effet à la mairie de Eaunes
- Envoyées sur l'adresse spécialement ouverte enquete.publique@mairieeaunes.fr
- Envoyées par courrier à l'adresse de la mairie de Eaunes

Les jours et heures d'ouverture de la mairie de Eaunes au public sont les suivantes :

Lundi : Fermé	Vendredi : 9h00-12h30 / 14h-17h30
Mardi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	Samedi : 9h00-12h00
Mercredi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	Dimanche : Fermé
Jeudi : 9h00-12h30 / 14h-17h30	

Permanences du Commissaire enquêteur

La commissaire enquêteur s'est tenu à la disposition du public, conformément à l'article 5 de l'arrêté d'ouverture d'enquête, avec des permanences effectuées à l'adresse suivante 1 place des champs des Vignes avenue de la mairie 31600 EAUNES, dans une salle de la mairie spécialement mise à disposition le :

- Lundi 23 septembre 2024 de 13 h 30 à 15 h 30
- Mercredi 16 octobre 2024 de de 13 h 30 à 15 h 30

Information du public

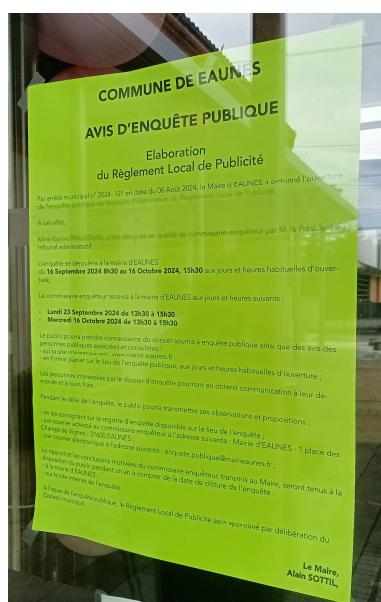
Conformément à l'article 13 de l'arrêté prescrivant l'ouverture de l'enquête publique, La commune de Eaunes a fait procéder à la publication de l'avis d'enquête dans deux journaux diffusés dans le département (cf. annexe 3) :

- La Dépêche du Midi du 2 septembre 2024
- La Dépêche du Midi du 16 septembre 2024
- Le petit JOURNAL du 5 septembre 2024
- Le petit JOURNAL du 19 septembre 2024

Un affichage permanent de l'avis d'enquête a été réalisé, 15 jours avant l'enquête et pendant la durée de l'enquête, sur 7 emplacements dans la Commune.



Lieux d'affichage de l'avis de l'enquête



Affiche avis d'enquête - porte de la Mairie

Une information relative à l'enquête publique a également été réalisée sur le site internet de Eaunes et maintenue en page d'actualités pendant tout le déroulé de l'enquête.

La commune de Eaunes a complété ce dispositif en communiquant également sur sa page facebook et dans sa newsletter. De plus, un courriel a été envoyé aux acteurs économiques de la Commune.



Enquête publique sur le Règlement Local de Publicité

Du lundi 16 septembre au **mercredi 16 octobre**

Nous vous informons que l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité (RLP) se déroulera du 16 septembre au 16 octobre.

Arrêté de prescription disponible [ici](#).

Extrait newsletter septembre 2024

La commissaire-enquêteur a pu constater la réalité, la bonne tenue et la visibilité de l'affichage à l'occasion de ses permanences et déplacements dans la Commune.

2. Déroulement de l'enquête

Rencontres avec les intervenants et ouverture de l'enquête

À la suite de sa nomination par le tribunal administratif, la Commissaire enquêteur a pris contact avec la commune de Eaunes. Une première réunion de contact a été organisée en mairie le 2 août 2024 en présence de Monsieur le Maire Alain Sottil, de Monsieur l'Adjoint au Maire Thierry GUILLEMIN, Délégué au développement économique, de la Responsable du service urbanisme, Madame Elodie Marty et de la Chargée d'études de Even Conseil, Madame Romane Guillon qui a assisté la mairie dans la constitution de l'élaboration du projet.

Cela a permis :

- ✓ De présenter le contexte et le motivations du projet
- ✓ De présenter et remettre le dossier au Commissaire enquêteur
- ✓ De mettre au point l'arrêté d'ouverture de l'enquête ainsi que le dossier qui sera soumis à la consultation du public

Afin de s'assurer de l'ensemble des dispositions avant l'ouverture de l'enquête, une deuxième réunion s'est tenue le 4 septembre à la mairie de Eaunes en présence de la Responsable du service urbanisme. C'est à cette occasion que la Commissaire enquêteur a réalisé une visite de l'ensemble de la Commune et particulièrement des 4 zones de publicités.

Préalablement à l'ouverture de l'enquête, la Commissaire enquêteur a :

- Paraphé toutes les pages du registre d'enquête publique
- Vérifié que le registre était établi sur des feuillets non mobiles
- Authentifié le dossier d'enquête

- S'est assurée le dossier d'enquête était disponible en téléchargement sur le sur le site internet de la Commune.

Résumé comptable des observations du public

Support	Nombre observations
Courriers postaux	0
Courriels	1
Sur registre aux heures d'ouverture de la mairie	1
Sur registre pendant les permanances	4

Il est à noter que la contribution par courriel a été redéposée sur le registre lors de la deuxième permanence.

L'enquête s'est déroulée sans incidents et dans un climat serein

Clôture de l'enquête et procès-verbal des observations

L'enquête publique a été clôturée par la Commissaire enquêteur le 16 octobre 2021 à 15 h 30.

La Commissaire enquêteur a clos et récupéré le registre afin d'établir le procès-verbal des observations.

Le procès-verbal comprend les observations du public ainsi que les observations du Commissaire enquêteur (cf. annexe 4).

Le procès-verbal des observations a été adressé le 22 octobre 2024, par mail, à :

- Madame Elodie Marty, Responsable du service Urbanisme de la mairie de Eaunes
- Madame Carole Pratx, Directrice Générale des services
- Madame Romane Guillon, Chargée d'études Even Conseil

Mémoire en réponse

Madame Elodie Marty , pour le compte de la mairie de Eaunes a adressé le mémoire en réponse par courriel le 31 octobre 2024 (cf annexe 5).

PARTIE 2 : L'analyse des observations

La mairie de Eaunes , en tant qu'autorité organisatrice, a répondu dans son mémoire de réponse en date du 31 octobre 2024 à l'ensemble des observations du public et de la Commissaire enquêteur. Le Maître d'ouvrage a apporté des réponses claires et précises aux questions posées.

La Commissaire enquêteur précise que c'est bien en considérant l'ensemble du dossier et des réponses aux observations du public et des siennes que l'avis motivé sur le projet de règlement a été établi. (Cf. document 2/2 : conclusions motivées et avis de la Commissaire enquêteur).

I. Observations du public

Contribution I (registre) : Monsieur Robert-Verd Sébastien, PDG Super U Eaunes

Observations I a :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée pour l'affichage de sa banderole au vu du futur règlement sur son terrain au le rond-point de la zone du Mandarin sachant que les dimensions sont de 7m sur 80cm. Il précise que ces affichages concernent des promotions du magasin mais aussi des informations sur la vie associative et les animations de la Commune.



Réponse de la Commune :

La règle appliquée pour ces banderoles dépend du message qu'elle contient :

- Lorsque la banderole comporte des informations sur la vie associative et les Animations de la Commune c'est-à-dire que celle-ci comporte des informations qui n'ont pas de rapport avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain, la Banderole est considérée comme étant de l'affichage publicitaire. La Commune d'Eaunes comportant moins de 10 000 habitants, l'apposition de bâches publicitaires est interdite par la réglementation nationale de publicité.
- Lorsque la banderole est apposée sur le terrain de l'activité et qu'elle comporte des informations en lien avec l'activité commerciale s'exerçant sur le terrain, celle-ci est considérée comme une enseigne. Le Règlement Local de Publicité, dans son article E.0.I, interdit l'apposition d'enseigne sous forme de bâche, car leur installation sont jugées souvent très peu qualitatives.

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 2a :

Monsieur Robert-Verd souhaite qu'on lui précise la règle qui sera appliquée au vu du futur règlement sur les vitres de la façade du bâtiment.



Réponse de la Commune :

Le Règlement Local de Publicité d'Eaunes permet d'encadrer la vitrophanie en zone de publicité n°3 en indiquant que sa superficie ne devra pas dépasser 20% de la surface totale de la baie. Cependant, cette règle s'applique uniquement sur les dispositifs apposés en dehors de la baie. En effet, les dispositifs apposés à l'intérieur des baies ne sont pas réglementés par la réglementation nationale de publicité.

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 2c :

Monsieur Robert-Verd souhaite savoir si les panneaux directionnels et l'affichage sur le parking du magasin sont concernés par le règlement.



Réponse de la Commune :

Ces panneaux sont apposés sur l'assiette foncière de l'activité et sont en lien avec l'activité s'exerçant sur le terrain. En ce sens, ce dispositif est considéré comme étant une enseigne scellée au sol et sera donc réglementé par l'article E.3.7 du Règlement Local de Publicité. En ce sens, ces typologies de dispositifs sont limitées à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique (article R.581-64 du code de l'environnement) et ses dimensions ne pourront excéder 6m de hauteur et 2m de largeur (article E.3.7 du Règlement Local de Publicité).

Avis Commissaire enquêteur : Il est pris acte de la réponse de la Commune

Contribution 2 (registre) : Monsieur Bohbot Benjamin, Directeur société MPEP, 11 impasse de la bigorre 31600 Eaunes

Monsieur Bohbot Benjamin souhaite qu'on modifie la surface des enseignes lumineuses en façades prévues dans le règlement intérieur soumis à l'enquête. Il souhaiterait porter cette surface à 8 m² contre 6 m² actuellement.



Réponse de la Commune :

Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. Cependant, les dispositifs numériques représentent un moyen efficace de se signaler pour les activités économiques. Le règlement écrit sera modifié afin de limiter l'impact de ces dispositifs numériques, tout en permettant le développement de l'activité économique. En ce sens, le règlement encadre les dispositifs numériques apposés sur la façade commerciale en fonction de la surface de celle-ci. Pour plus de clarté, le règle sera modifié comme elle suit :

« Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques 2/ Les enseignes numériques en bandeau ne peuvent excéder

- 5% de la surface de la façade commerciale, si celle-ci présente une surface totale supérieure ou égale à 200m², dans la limite de 8m² ;
- 10% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface inférieure à 200m², dans la limite de 4m². »

Avis Commissaire enquêteur : il est pris acte de la réponse de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Contribution 3 (registre) : signature non lisible

Trouve l'étude très bien faite et intéressante, et en accord avec l'objectif d'harmoniser et limiter la publicité comme proposé dans le règlement.

Réponse Commune : sans réponse

Avis Commissaire Enquêteur : sans commentaires

Contribution 4 (registre + courriel avec dossier argumenté fourni et joint dans son intégralité en annexe) : Madame Charlotte Villard, représentante de l'Union de la Publicité extérieur

L'Union de la Publicité souhaite apporter des modifications au règlement proposé telles que :

Observation 4a :

Demande de passer au format 8m2 d'affiche en précisant un format de 10.5 m2 hors tout.

Article P0.4. Dimensions

1/ A l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain, les dimensions maximales autorisées dans chacune des zones de publicité correspondent au format « hors-tout » du dispositif, à savoir le format de l'affiche ou de l'écran et des éléments d'encadrement et de fonctionnement.

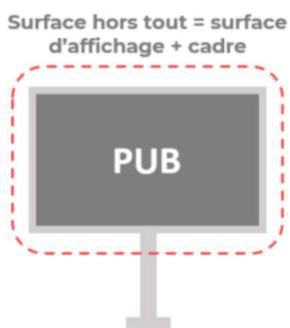


Figure 1: Schéma explicatif de la surface hors tout (schéma indicatif et non opposable)

Réponse de la Commune :

La Commune a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité afin de réglementer l'affichage publicitaire et souhaite notamment contrôler la taille des dispositifs publicitaires. Les dispositifs de 10,5m² ne sont pas représentés sur la Commune. En ce sens, la Commune ne souhaite pas autoriser un affichage publicitaire de 10,5 m² hors-tout.

Avis Commissaire Enquêteur : cette question du format est fréquente dans l'élaboration des RLP et leurs révisions. D'après les professionnels de la publicité, les formats usuels sont de 4 m² et 8m² d'affichage. Interdire les 10, 5 m² hors tout revient pour eux à quasi interdire l'affiche publicitaire sur panneaux considérant que le format 4m² sera peu sollicité car considéré comme peu intéressant. La Commune maintient sa position et fait valoir son droit à limiter ce type de dispositifs (cf. réponse observations 4 Commissaire enquêteur ci-après).

Observation 4b :

Demande d'autoriser la publicité murale en zone ZP3 considérant qu'ils ne créent pas d'obstacles visuels supplémentaires et ne peuvent être que sur des murs aveugles. De plus, demande de ne pas imposer de linéaire minimum de façade requis pour ces dispositifs muraux.

Réponse de la Commune :

En lien avec les formes urbaines et la typologie des bâtiments commerciaux, la zone de publicité n°3 n'est pas concernée par la présence de dispositifs publicitaires muraux. Peu de possibilités d'implantation de dispositifs muraux sont présentes au sein de cette zone. En ce sens, la Commune souhaite favoriser l'implantation de dispositifs au sol. Pour ces raisons, la Commune ne souhaite pas autoriser les dispositifs muraux dans la zone de publicité n°3.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la réponse de la Commune

Observation 4c :

En zone ZP3, demande de passer de 40m à 80m linéaire de façade minimum pour être autoriser à installer un dispositif de publicité à 30m à 80m linéaire de façade.

Réponse de la Commune :

L'article P0.5 du règlement écrit sera modifié afin de l'appliquer uniquement pour les zones de publicité 1 et 2. La densité de la zone publicitaire numéro 3 ne sera pas encadrée. La réglementation nationale s'appliquera donc.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4d :

Demande d'autoriser des écrans numériques en zone ZP3, de modifier leur taille 2 m² maximum ou 20 % maximum de la surface vitrée au lieu de 115 cm * 65 cm et de préciser l'extinction à 23 h 00 à 7 h le matin au lieu d'une heure après la fermeture du commerce.

Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4e :

Demande de modifier les dispositions dans le règlement sur les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) en remplaçant « les accessoires de sécurité (échelles ou passerelles) ne sont admis que s'ils sont amovibles escamotables ou non visibles d'une voie ouverte à la circulation publique » par « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».



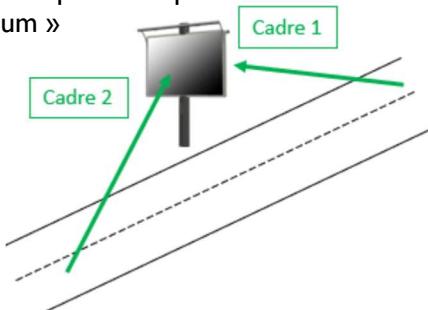
Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris note de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4f :

Demande de faire modifier pour une meilleure compréhension à l'article Article P0.3. Format et ainsi de remplacer I/ Un dispositif ne peut excéder deux faces par « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum »



Réponse de la Commune :

Le règlement de publicité sera modifié afin d'intégrer cette proposition.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris note de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans de l'avis de la Commissaire enquêteur

II. Les observations des parties publiques intéressées

Il est à noter que l'élaboration d'un règlement local de publicité n'est pas soumis à une évaluation environnementale.

2 avis ont été transmis dans le cadre de la procédure et joint au dossier d'enquête :

- ✓ Avis favorable de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat d'Occitanie du 21 juin 2024
- ✓ Avis favorable Syndicat Mixite pour entreprendre et mettre en œuvre le Schéma de Cohérence Territoriale de la Grande Agglomération Toulousaine

La mairie de Eaunes a également sollicité l'avis de la Commission de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). Conformément à l'article L.581-14- précité, la Commission s'est réunie le 9 juillet 2024. Contactée par la Commissaire enquêteur, la Direction Départementale des Territoires de Haute-Garonne informe qu'avis favorable serait à la signature. Cependant, Aucun document n'est reçu à la date de remise de ce rapport.

III. Les observations de la Commissaire enquêteur

Observation 1 :

Concernant la zone ZP3 Article E3.1 relatif aux E3.1. Enseignes en bandeau, quelle est la règle explicite qui s'applique ?

Réponse de la Commune :

L'installation d'enseignes en bandeau est encadrée par les articles R581-60 et R581-63 du code de l'environnement indiquant :

« Article 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'égout du toit. [...] »

« Article 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. Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.

Le présent article ne s'applique pas aux activités culturelles et aux établissements ou catégories d'établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture. »

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte des précisions apportées

Observation 2 :

Concernant la vitrophanie, pouvez-vous confirmer qu'il faut comprendre qu'un adhésif apposé sur la vitre côté extérieur est réglementé mais que lorsqu'il est apposé côté intérieur alors il n'est pas réglementé ?

Réponse de la Commune :

Le code de l'environnement encadre uniquement les dispositifs apposés à l'extérieur du bâtiment commercial. Ainsi, des dispositifs adhésifs apposés dans le commerce, même s'ils sont visibles depuis l'extérieur, ne sont pas réglementés par le code de l'environnement et ne peuvent donc pas être encadrés par le règlement local de publicité. Le règlement écrit comporte un glossaire dans lequel est mentionnée la définition de la vitrophanie.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte des précisions apportées

Observation 3 :

Concernant Article E3.10. Enseignes lumineuses et numériques qui régit la règle en zone ZP3, est-ce qui a motivé le choix de limiter à 6m² ? Le passage à 8m² comme demandé dans la contribution 2 est-il envisageable ? Si non, quelle en est la justification ?

Réponse de la Commune :

Les enseignes numériques sont considérées comme étant des dispositifs impactant pour les paysages, le cadre de vie, les consommations énergétiques et la trame noire. La Commune a donc la volonté d'encadrer l'implantation des dispositifs numériques, tout en permettant le développement des activités économiques. Le règlement écrit sera modifié, comme mentionné dans la réponse à l'observation 4d.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté de l'avis de la Commissaire enquêteur

Observation 4 :

Concernant Article P3.1. Dispositifs scellés ou apposés au sol, il est précisé que les publicités scellées ou apposées au sol sont autorisées dans la limite de 8m² hors tout comme précisé dans l'article P0.4. Dimensions. Sachant que d'après les professionnels cette disposition aurait pour conséquence d'interdire à la majorité des sociétés de publicité extérieure d'exploiter ce format. En effet, ce format d'après eux, ne correspond pas au standard de la profession (par rapport notamment aux matériels existants et aux imprimeurs dont les machines sont prévues pour délivrer un format d'affiche en 8m²). Ainsi, si la Mairie de Eaunes souhaite maintenir cette disposition en zone ZP3, quelle en est la justification ?

Réponse de la Commune :

La commune d'Eaunes est concernée par le régime de publicité le moins strict, car celle-ci est localisée dans l'unité urbaine de Toulouse (+800 000habitants). En ce sens, les surfaces maximales autorisées pour les dispositifs publicitaires dans la Réglementation Nationale s'élèvent à 10,5m², ce qui semble peu adapté aux formes urbaines et ambiances paysagères de cette Commune majoritairement concernée par un tissu pavillonnaire et par un tissu urbain peu dense. La Commune souhaite diminuer les surfaces maximales d'affichage publicitaire, afin de préserver les ambiances paysagères apaisées, tout en permettant aux activités économiques locales de se signaler. En ce sens, le règlement de la zone de publicité n°3 autorise les publicités et préenseignes scellées au sol, dans la limite de 8m², permettant d'offrir des surfaces d'affichages conséquentes aux activités souhaitant se signaler.

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte des précisions apportées et de la décision de la Commune

Observation 5 :

Est-ce qui a motivé le choix d'interdire l'affiche mural en zone ZP3 ? Pourrait-il être envisagé dans cette zone ?

Réponse de la Commune :

La zone d'activité du Mandarin n'est pas concernée par de la publicité murale, en lien avec les formes urbaines (peu de murs aveugles sont présents). Il a été choisi d'inscrire le règlement dans cette dynamique en interdisant les dispositifs muraux.

Avis Commissaire Enquêteur : Il est pris acte de la décision de la Commune

Observation 6 :

Concernant l'article P05 densité, est-ce qui a justifié le choix de 40m linéaire comme limite pour implanter un dispositif publicitaire ?

Sur la zone ZP3, combien de parcelles sont concernées par un linéaire de plus de 40m ?

Réponse de la Commune :

Afin de permettre l'affichage publicitaire dans ce secteur à enjeux pour l'activité économique, la règle de densité pour l'affichage publicitaire est supprimée pour la zone de publicité n°3. La densité des dispositifs publicitaire dans cette zone de publicité sera encadré par la réglementation nationale de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

Observations 7 :

Concernant l'article P0.6. Habillement et accessoires annexes à la publicité, les dispositions relatives aux échelles et passerelles ne semblent pas conformes aux règles des professionnels en termes de sécurité de mise en œuvre. Est-ce qui a justifié un tel choix dans le règlement tel que présenté ?

Réponse de la Commune :

Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

Observations 8 :

Concernant l'Article BC1.1 : Dispositifs apposés derrière les baies commerciales, le format retenu est de 115 cm x 65 cm maximum. Est-ce qui a justifié ce choix de format maximum ?

Réponse de la Commune :

Le règlement écrit sera modifié afin d'intégrer les demandes des professionnels de publicité.

Avis Commissaire Enquêteur : il est pris acte de la décision de la Commune. Ce point sera reporté dans l'avis de la Commissaire enquêteur

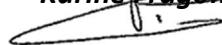
FIN DE LA PARTIE RAPPORT

*LES CONCLUSIONS MOTIVÉES ET L'AVIS DE LA COMMISSAIRE ENQUÊTEUR FONT
D'UN DOCUMENT SEPARE*

Le 16 novembre 2024

Le Commissaire enquêteur

Karine Fragonas



Partie 3 : Annexes

Annexe 1 : Désignation du Commissaire enquêteur

Annexe 2 : Arrêté d'ouverture de l'enquête publique

Annexe 3 : Annonces presse

Annexe 4 : procès-verbal de synthèse de la Commissaire enquêteur

Annexe 5 :la réponse au procès-verbal de synthèse de le Commune