

- COPIE orientations et objectifs



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) DE LA CC GRAND OUEST TOULOUSAIN

26/01/2024

# INTRODUCTION

---

1

**RAPPEL DU PRECEDENT COPIL**

2

**RAPPEL DES ENJEUX ISSUS DU DIAGNOSTIC**

3

**PRESENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS**

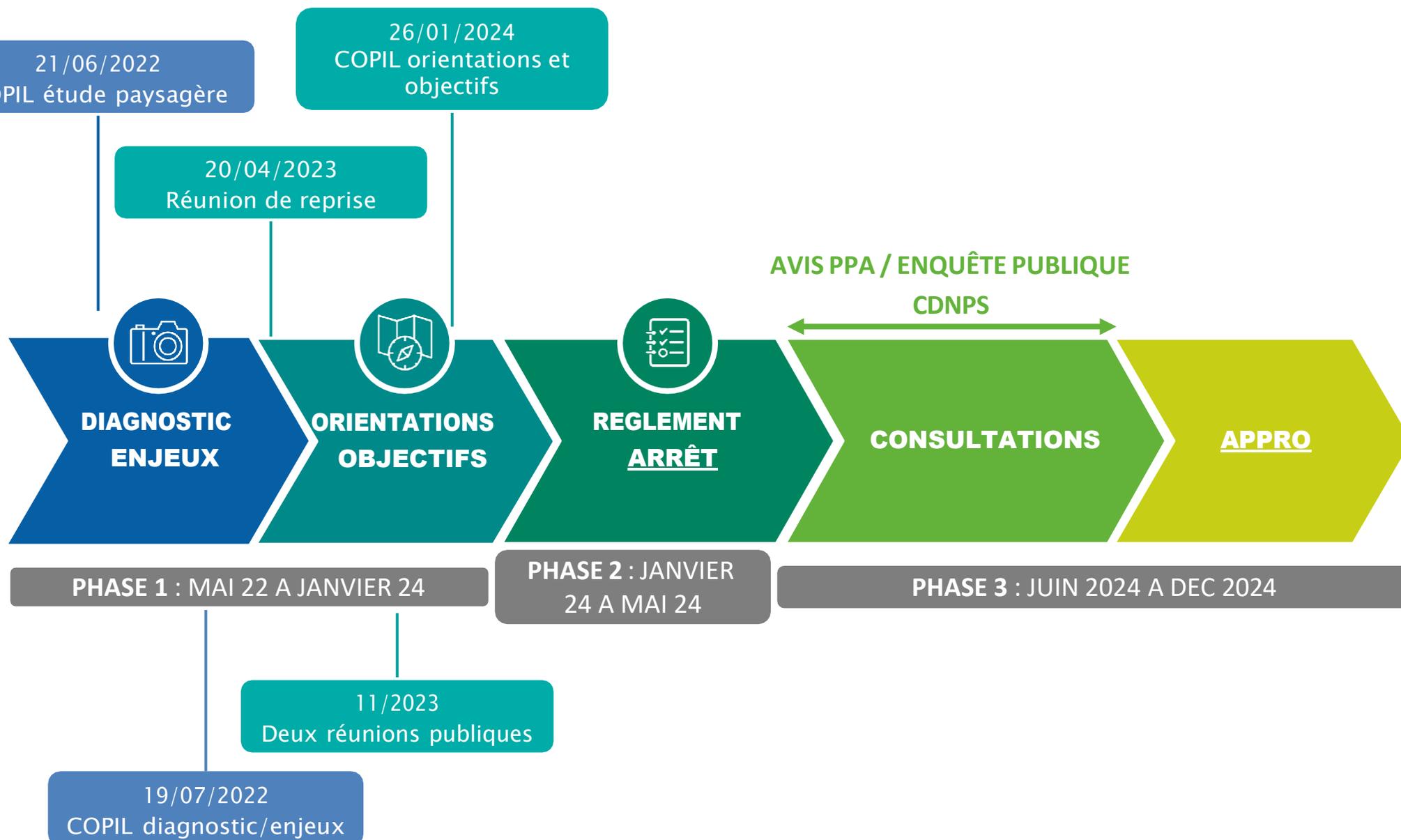
4

**PREMIERE APPROCHE DU ZONAGE**

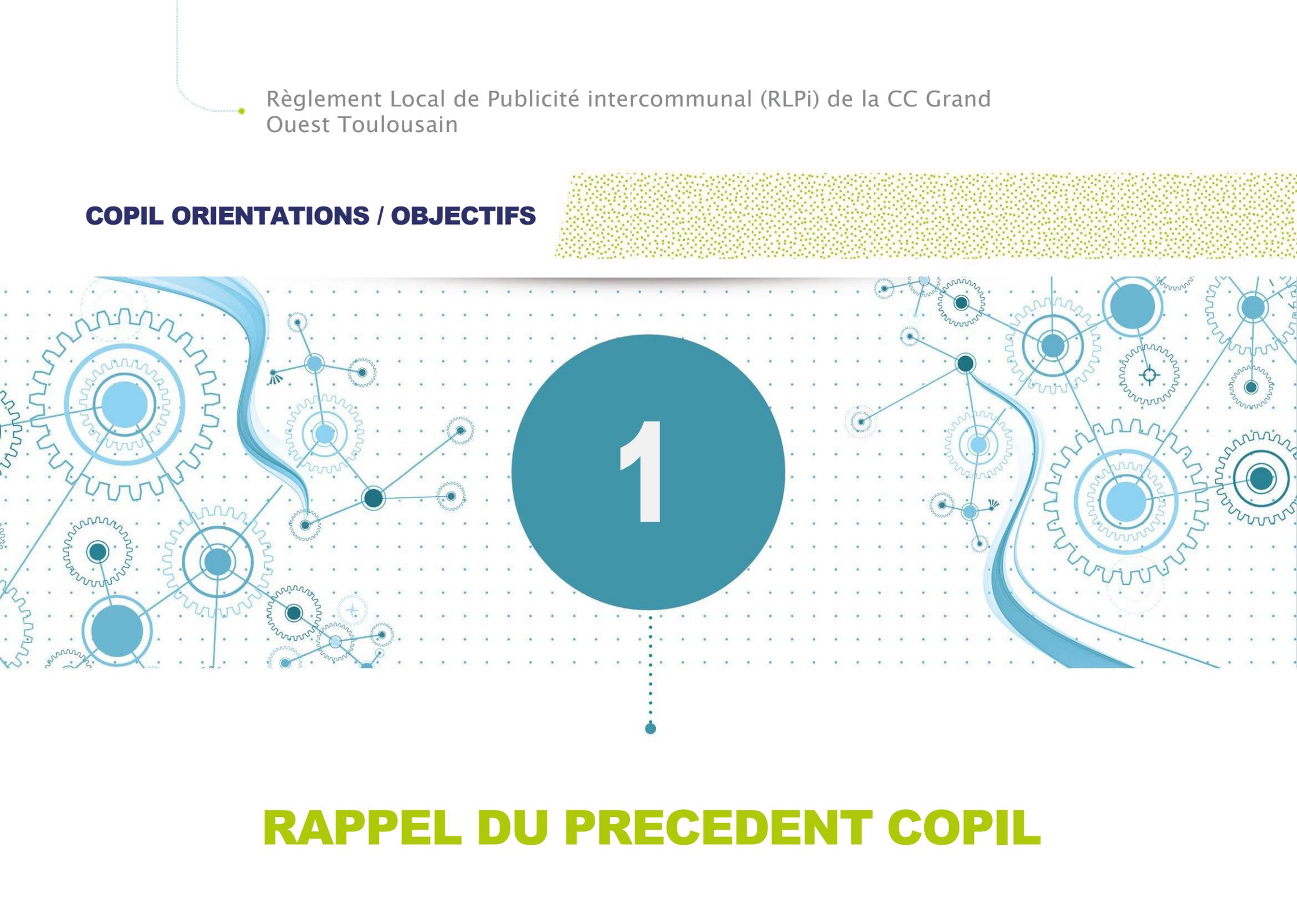
5

**LES PROCHAINES ÉTAPES**

# INTRODUCTION



## **COPIL ORIENTATIONS / OBJECTIFS**



1

**RAPPEL DU PRECEDENT COPIL**

# RAPPEL DU PRECEDENT COPIL

## 1 Temps de plénière

- Rappel de la procédure de RLPi ;
- Rappel du cadre réglementaire ;
- Présentation du diagnostic

## 2 Atelier scénario

- Base de travail pour constituer les orientations et objectifs ;
- 4 sujets traités :
  - La lisibilité
  - La qualité
  - L'éclairage
  - Les dispositifs numériques

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DU GRAND OUEST TOULOUSAIN

QUELLES AMBITIONS POUR LA LISIBILITE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ?

LEVIERS POTENTIELLEMENT MOBILISABLES : taille dispositifs, densité dispositifs

CENTRE-VILLE ESPACES RESIDENTIELS ZONES D'ACTIVITES

double des dispositifs Attention à la couleur des dispositifs Diminuer la taille des dispositifs Plaque de signalisation dans la zone d'activité et en particulier l'éclairage Plaque de signalisation plus grande

CONCLUSION : CONCLUSION : CONCLUSION :

QUELLES AMBITIONS POUR LA QUALITE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ?

LEVIERS POTENTIELLEMENT MOBILISABLES : lettres découpées, esthétisme, typologie de support, favorisé

CENTRE-VILLE ESPACES RESIDENTIELS ZONES D'ACTIVITES

Utilisation de lettres découpées sans plaque ou bâche sur toute la surface Pas de tâche dans la zone d'activité

CONCLUSION : CONCLUSION : CONCLUSION :

QUELLES AMBITIONS POUR L'ECLAIRAGE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ?

LEVIERS POTENTIELLEMENT MOBILISABLES : autorisation des dispositifs lumineux, plage d'extinction

CENTRE-VILLE ESPACES RESIDENTIELS ZONES D'ACTIVITES

Sur et le territoire. Réguler l'éclairage avec celui des espaces publics et de l'éclairage des vitrines. Dispositifs aux activités qui peuvent être à l'intérieur de la plage horaire

CONCLUSION : CONCLUSION : CONCLUSION :

QUELLES AMBITIONS POUR LES DISPOSITIFS NUMERIQUES ?

LEVIERS POTENTIELLEMENT MOBILISABLES : Autorisation ou pas, plage d'extinction

CENTRE-VILLE ESPACES RESIDENTIELS ZONES D'ACTIVITES

Numérique trop de messages. Pas à être dans les centres villes et dans les agglomérations. Interdiction d'être dans les espaces de centre ville et de agglomération. Question sur les messages numériques à l'intérieur de la zone

CONCLUSION : CONCLUSION : CONCLUSION :

Photographie du support rempli lors de l'atelier scénario

### **Synthèse de l'atelier :**

#### **1 LISIBILITÉ**

Globalement sur tout le territoire, la possibilité d'afficher du 12m<sup>2</sup> est trop large. Il faudrait réduire ces tailles (8m<sup>2</sup> ?) et éviter de mettre deux dispositifs côte à côte.

#### **2 QUALITÉ**

Eviter certaines typologies de dispositifs (enseignes sur toitures, bâche en zone d'activités). Favoriser une qualité des enseignes tout en permettant aux activités de conserver leur harmonie.

### **Synthèse de l'atelier :**

#### **3 ECLAIRAGE**

Harmoniser extinction dispositifs, y compris ceux à l'intérieur des baies commerciales, en adaptant la règle pour les activités qui ouvrent ou ferment en dehors de ces plages horaires. RLP de Plaisance constitue une bonne base de travail sur cette thématique.

#### **4 NUMÉRIQUE**

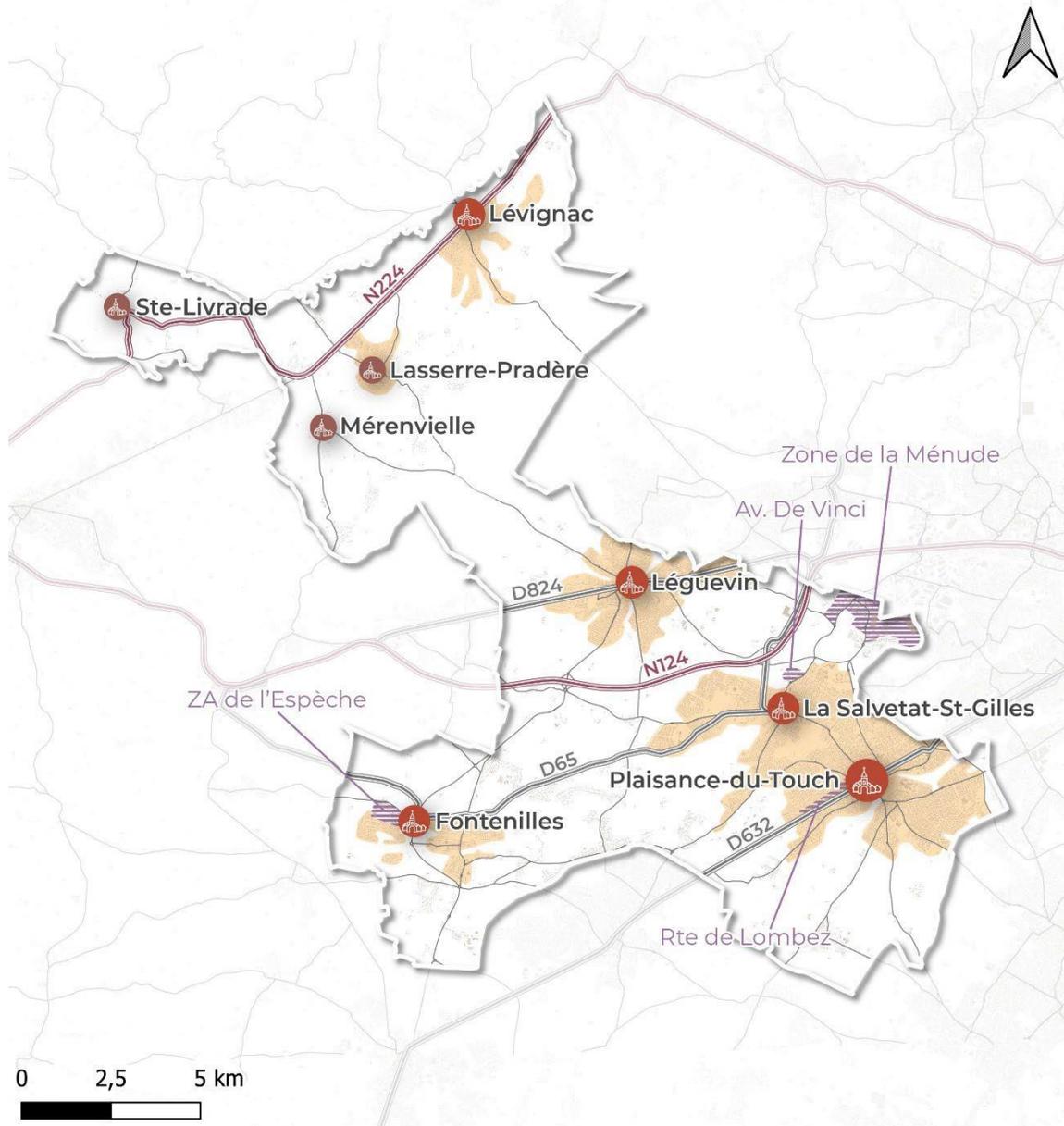
Ces dispositifs sont à éviter (ou à interdire), dans les espaces de centres-villes, centres-bourgs et dans les espaces résidentiels, car ils engendrent trop de nuisances.

**COPIL ORIENTATIONS / OBJECTIFS**

2

**RAPPEL DES ENJEUX ISSUS DU  
DIAGNOSTIC**

# RAPPEL DES ENJEUX ISSUS DU DIAGNOSTIC



## SPATIALISATION DES ENJEUX



### Sur les plus petits bourgs :

La limitation du développement des dispositifs publicitaires  
L'anticipation des potentiels besoins d'affichage d'enseignes



### Sur les autres centres urbains :

Le contrôle de l'implantation de dispositifs publicitaires  
La mise en place d'enseignes qualitatives  
La limitation des enseignes au sol



### Sur les zones d'activité :

Le conciliation de la qualité paysagère et de la mise en valeur de l'activité économique  
Le contrôle des densités des enseignes, sur façade comme au sol



### Dans les zones résidentielles :

La conservation d'un cadre de vie de proximité qualitatif par un équilibre entre contrôle strict des dispositifs publicitaires et affichages des activités économiques ponctuelles



### Sur les abords des axes de circulation du territoire :

Le respect de la RNP (pas de publicités et de préenseignes hors agglomération, sauf dispositifs dérogatoires).

### Sur le reste du territoire :

La suppression des dispositifs non-conformes pour mettre en avant les affichages dérogatoires  
L'encadrement de l'affichage afin de conserver et de valoriser les paysages du territoire

## **COPIL ORIENTATIONS / OBJECTIFS**



3

# **PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS**

### LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

- Une des parties du **rapport de présentation** ;
- Découlent des **enjeux** issus du diagnostic ;
- Document politique permettant de mettre en évidence les **ambitions** du territoire en matière d'affichage extérieur et de préservation des paysages ;
- S'apparente au **PADD** dans la procédure de PLUi.

- 
- ▶ **Débat en conseil communautaire minimum 2 mois avant l'arrêt du document ;**
  - ▶ **Le projet de règlement doit être compatible avec les orientations et objectifs fixés.**

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

---

## LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP DE PLAISANCE-DU-TOUCH :

### ORIENTATION EN MATIERE DE PUBLICITE :

- **Orientation n°1** : Limiter le type de publicités acceptables dans le périmètre du SPR (ex ZPPAUP) ;
- **Orientation n°2** : Fixer une surface maximum adaptée au cadre de vie de Plaisance-du-Touch ainsi que des règles esthétiques visant à harmoniser les dispositifs ;
- **Orientation n°3** : Fixer les horaires d'extinction nocturne ;
- **Orientation n°4** : Réglementer les publicités numériques.



### Nos CONSEILS :

- Volonté politique hors du SPR (ex ZPPAUP), notamment dans les zones d'activités, les espaces résidentiels et les secteurs stratégiques (entrées de villes, principaux axes de circulation).
- Question de la densité

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

---

## LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP DE PLAISANCE-DU-TOUCH :

### ORIENTATION EN MATIÈRE D'ENSEIGNES :

- **Orientation n°1** : Fixer en centre-ville des règles en cohérence avec l'existence du SPR (ex ZPPAUP) ;
- **Orientation n°2** : Encadrer strictement les enseignes sur toiture ;
- **Orientation n°3** : Réglementer les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol ;
- **Orientation n°4** : Réglementer les enseignes lumineuses, notamment numériques.



### Nos CONSEILS :

- Volonté politique au sein des zones d'activités ;
- Question de l'intégration paysagère, de l'harmonisation et des densités de dispositifs.

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

---

## NOTRE PROPOSITION :

### 1 orientation transversale + 4 orientations sectorielles



# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## ORIENTATION TRANSVERSALE : PRESERVER LA QUALITE PAYSAGERE DU TERRITOIRE DE LA CC GRAND OUEST TOULOUSAIN

- **T.1.** Sur tout le territoire, et notamment en secteur hors agglomération, contrôler l’affichage des dispositifs temporaires, afin de limiter la multiplication de dispositifs de petite taille.
- **T.2.** Contrôler strictement le développement des dispositifs numériques (publicitaires et des enseignes) numériques, sur tout le territoire, et également à l’intérieur des vitrines commerciales :
  - Limiter le développement des publicités et des enseignes numériques dans les secteurs de centre-ville et de zones résidentielles, et, plus globalement, limiter le développement des enseignes numériques sur tout le territoire
  - Harmoniser la plage horaire d’extinction des dispositifs publicitaires et des enseignes lumineux avec celle de l’éclairage public, pour plus de cohérence.

## ORIENTATION N°1 : VALORISER LES CENTRES URBAINS DES COMMUNES DU TERRITOIRE

- **1.1.** Conserver une publicité limitée sur les espaces de centre-ville en maintenant préférentiellement des possibilités d’affichage sur mobilier urbain, voire sur supports existants (affichage mural).
- **1.2.** Favoriser l’implantation d’enseignes qualitatives afin d’améliorer la lisibilité du tissu commercial de proximité : privilégier l’utilisation de lettres découpées, la mutualisation des dispositifs, l’implantation d’enseignes scellées au sol ou posées au sol aux formats sobres, encadrement des enseignes sur des éléments architecturaux, etc. tout en permettant l’identité propre à chaque activité.
- **1.3.** Contrôler l’image perçue de la commune par les entrées de ville et les axes structurants traversant les tissus urbains.

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

---

## ORIENTATION N°2 : PRÉSERVER LE CADRE DE VIE DE PROXIMITÉ DANS LES ZONES RESIDENTIELLES

- **2.1.** Limiter la densité, ainsi que les tailles des dispositifs publicitaires et des enseignes, afin de mettre en cohérence le parc publicitaire avec le tissu urbain du territoire.

## ORIENTATION N°3 : METTRE EN AVANT LE TISSU ÉCONOMIQUE DANS LES ZONES D'ACTIVITÉS

- **3.1.** Autoriser un affichage publicitaire moins restrictif que sur le reste du territoire tout en assurant une cohérence globale : réduction des tailles et des densités par rapport à la RNP, limitation de l'affichage sur bâche ;
- **3.2.** Harmoniser l'aspect, la qualité, les types et les densités des enseignes dans ces secteurs, dans le but d'améliorer la lisibilité des façades commerciales (notamment sur les ZA de la Ménude et/ou de l'Espèche) et la qualité paysagère des abords des axes routiers (notamment sur la ZA de Bourgogne).

## ORIENTATION N°4 : ACCOMPAGNER LE SIGNALÉMENT D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ISOLÉES TOUT EN PRÉSERVANT LA QUALITÉ DES GRANDS PAYSAGES DU TERRITOIRE

- **4.1.** Appliquer strictement la RNP afin de mettre en valeur les dispositifs publicitaires autorisés hors agglomération à savoir les préenseignes pour : les activités de fabrication ou de vente de produits du terroir, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite.
- **4.2.** Limiter les typologies d'enseignes à implanter afin de ne pas créer de points noirs paysagers ponctuels : éviter les enseignes sur toiture, contrôler le format des enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol, maintenir une vigilance accrue sur l'affichage sur clôture, etc.

## **COPIL ORIENTATIONS / OBJECTIFS**

**4**

**LE PRINCIPE DE ZONAGE**

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## PROPOSITION D'UN PRINCIPE DE ZONAGE :

### ► 4 zones de publicités



#### ZP1 : Les cœurs urbains

- Equivalent de la zone 1 du RLP de Plaisance-du-Touch.
- Centres-villes de Plaisance, Fontenille, La Salvetat, Léguevin et Lévignac



#### ZP2 : Les espaces résidentiels et mixtes

- Equivalent de la zone 3 du RLP de Plaisance-du-Touch.
- Tous les espaces résidentiels et les centres de Mérenvielle, Sainte-Livrade et Lasserre-Pradère.



#### ZP3 : Les zones d'activités

- Equivalent de la zone 2 et 3 la Ménude du RLP de Plaisance-du-Touch.
- Toutes les zones d'activités.



#### ZP4 : Les espaces hors agglomération

- Equivalent de la zone 4 du RLP de Plaisance-du-Touch.
- Tous les espaces hors agglomération.

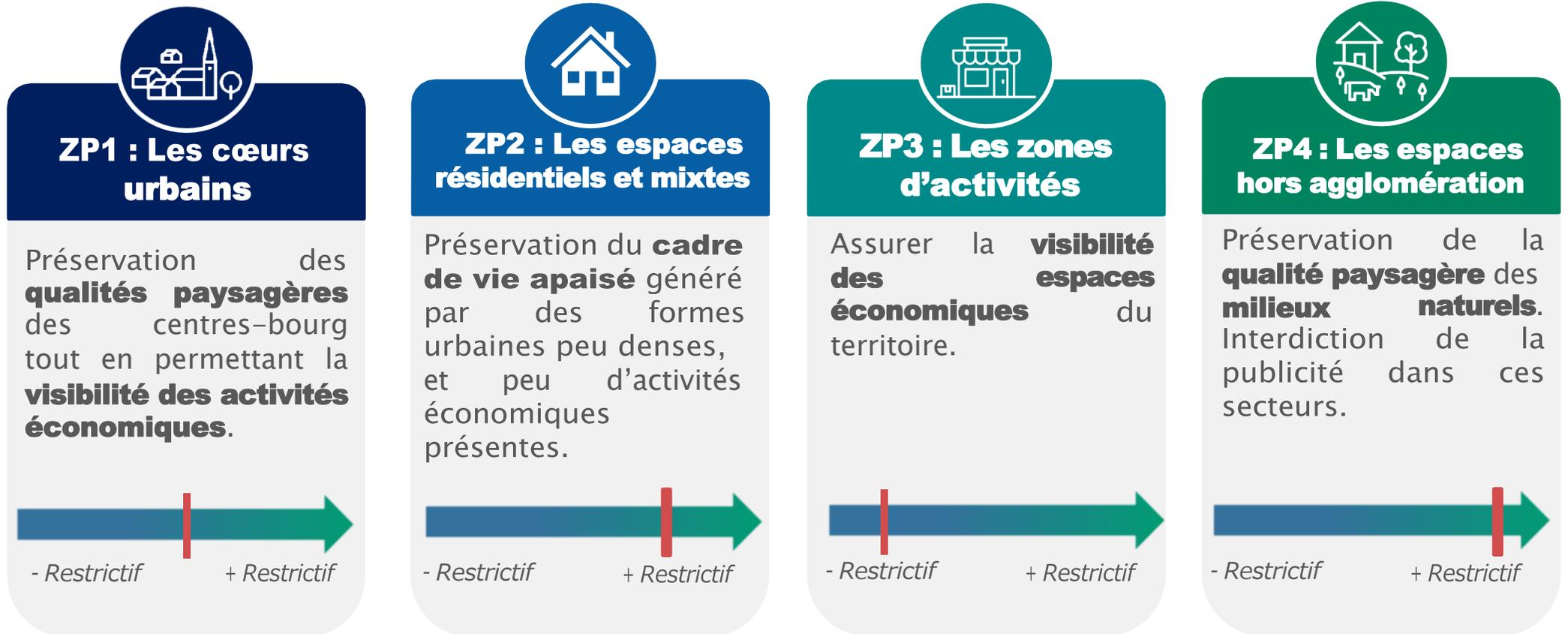


#### Les principales entrées de villes et les principaux axes de circulations

- Non traduit dans le RLP de Plaisance-du Touch mais représente un secteur à enjeux en matière d'affichage extérieur car il concentre de nombreux dispositifs.
- Principalement la N124, la N224, La RD632,

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## PROPOSITION D'UN PRINCIPE DE ZONAGE :



**Cas des centres-villes de Mérenvielle, Sainte-Livrade et Lasserre-Pradère** : peuvent être considérés en ZP1 ou ZP2 en fonction volonté des communes en termes d'affichage extérieur. (secteurs possédant peu de surfaces commerciales)

→ **3 COPIL permettront de travailler sur la définition des règles pour chaque zone.**

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## LA ZONE DE PUBLICITE N° 1 : LES CŒURS URBAINS

Possibilité de créer 2 sous-secteurs :

- ▶ **Sous-secteur 1** : secteur présentant un intérêt patrimonial (SPR de Plaisance, abords de monuments historiques)
- ▶ **Sous-secteur 2** : autres cœurs urbains



### QUEL INTERET :

- Permet d'être plus restrictif sur les secteurs patrimoniaux afin de préserver la qualité paysagère,
- Partie à co-construire avec ABF



*Centre-ville de Plaisance-du-Touch*



*Centre-ville de Léguevin*

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## LA ZONE DE PUBLICITE N° 2 : LES ESPACES MIXTES ET RESIDENTIELS



### QUEL INTERET :

- Préserver le cadre apaisé offert par ces secteurs possédant des formes urbaines peu denses ainsi que les petits centres-bourgs possédant peu de surfaces commerciales.



*Espace résidentiel à Léguevin*



*Espace résidentiel de La Salvetat-Saint-Gilles*

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## LA ZONE DE PUBLICITE N° 3 : LES ZONES D'ACTIVITES

Possibilité de créer 2 sous-secteurs :

- ▶ **Sous-secteur 1** : Les zones d'activités au sein du tissu urbain (centre commercial de Bernadet)
- ▶ **Sous-secteur 2** : Les zones d'activités excentrées du tissu urbain (ZA de La Ménude, ZA de l'Espèche, etc.)



### QUEL INTERET :

- Différencier le règlement des publicités et des enseignes dans ces zones qui n'ont pas le même contexte.



*Zone d'activités de la Ménude à Plaisance*



*Zone d'activités le long de la route de Lombez à Plaisance*

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## LA ZONE DE PUBLICITE N° 4 : LES ESPACES HORS AGGLOMERATION



### QUEL INTERET :

- Encadrer les enseignes dans ces secteurs pour les activités isolées.



*Secteur hors agglomération à Fontenilles*



*Secteur hors agglomération à Lévignac*

# PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

## LES PRINCIPALES ENTREES DE VILLE ET AXES DE CIRCULATION

Deux possibilités :

- Mise en place d'une **zone spécifique** sur ces secteurs à enjeux :

+ Permet d'être plus restrictif sur les dispositifs

- Réglemente tous les axes même manière

- Mise en place d'une trame : se superpose au zonage (équivalent aux prescriptions dans le PLUi)

+ Se superpose au zonage : adaptabilité des règles en fonction des secteurs

- Instruction plus difficile.



*Secteur de commerces de proximité à Lévignac*



*Secteur d'entrée de ville à Plaisance*

## **COPIL ORIENTATIONS / OBJECTIFS**

**5**

**LES PROCHAINES ÉTAPES**

## LES PROCHAINES ÉTAPES

### FEVRIER :

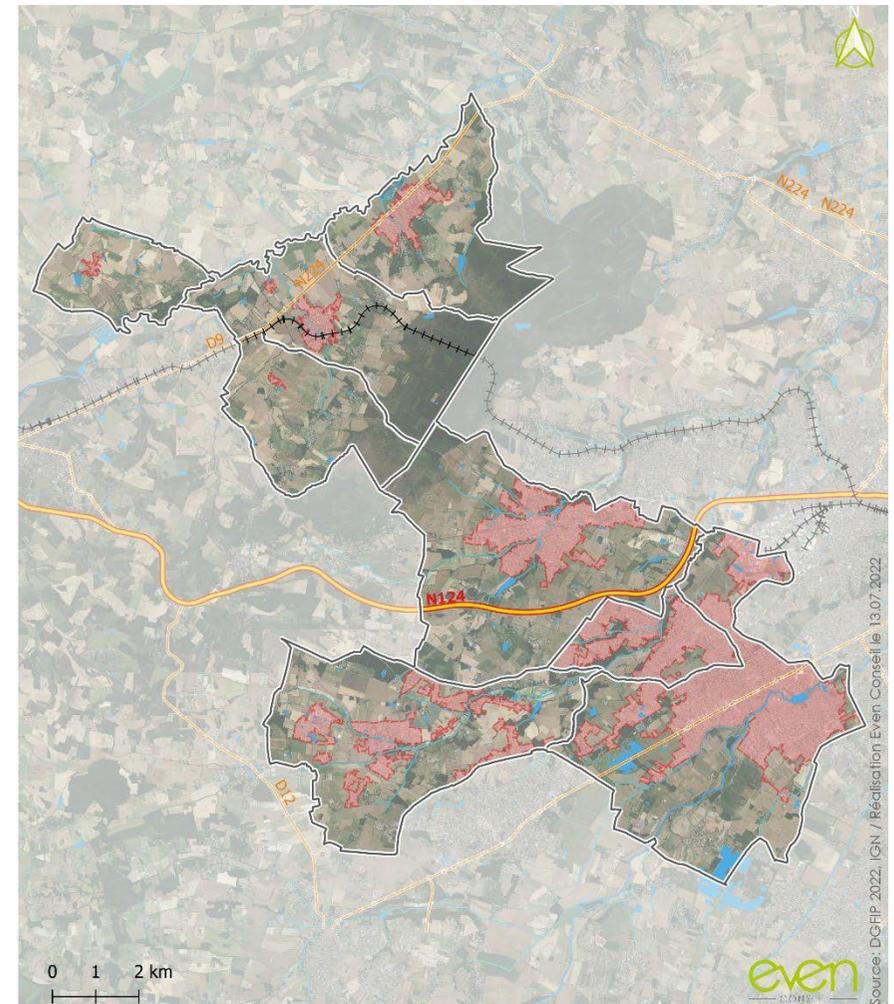
Travail sur le zonage, s'appuyant sur les limites d'agglomérations.



- **Validation des limites d'agglomération avant de commencer le zonage**
- **Validation du principe de zonage**

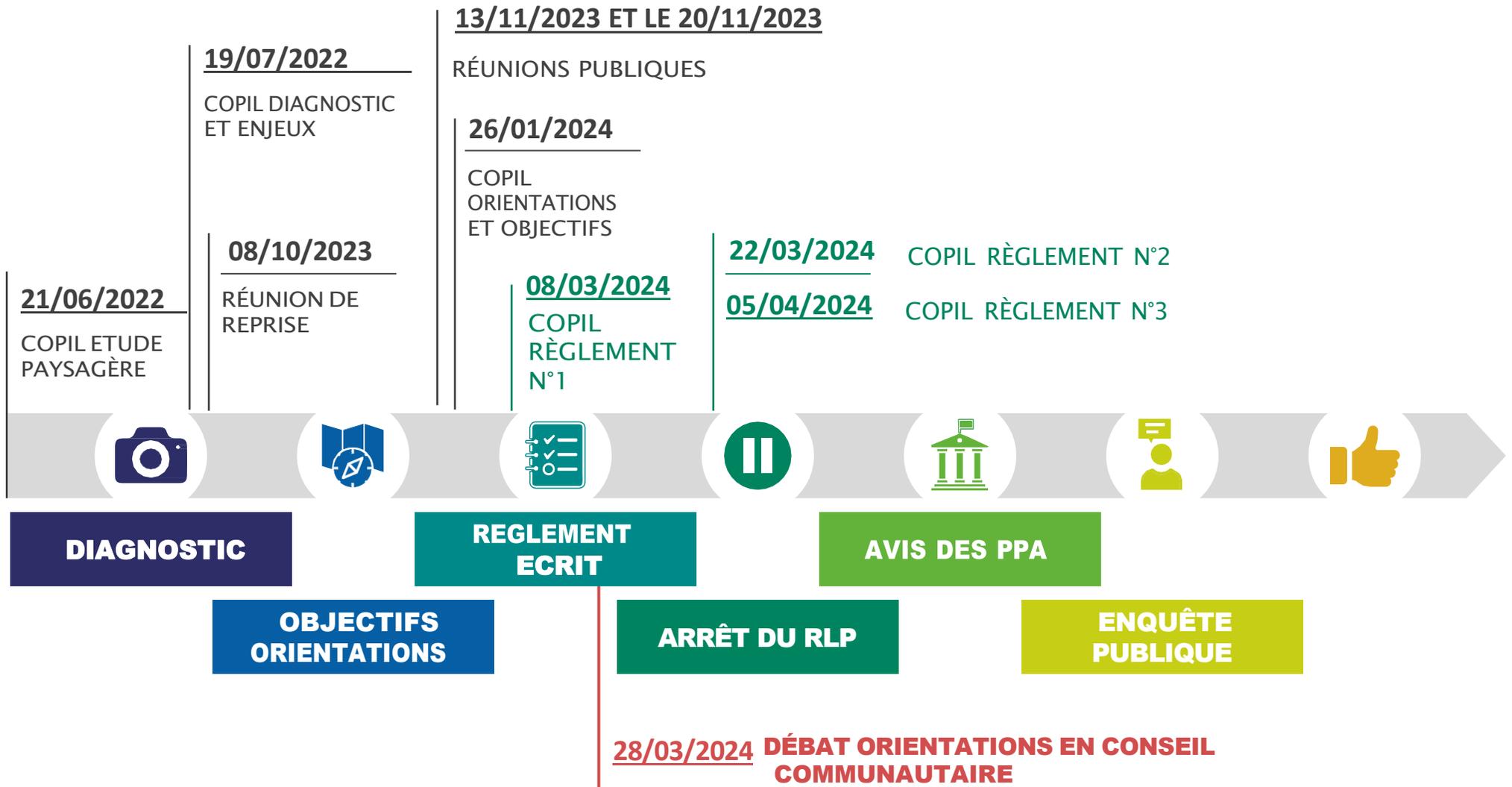
### MARS :

Travail sur le règlement écrit.



Limites communale	<b>Réseaux de transport</b>
Périmètre des agglomérations	Réseau ferré
<b>Hydrographie</b>	Réseau routier
Cours d'eau	Autoroute
Surfaces en eau	Départementales
	Réseau routier secondaire

# LES PROCHAINES ÉTAPES



# MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Suivi technique de la mission :

Aurélie DUCRUET  
Grand Ouest Toulousain  
[aurelie.ducruet@grandouesttoulousain.fr](mailto:aurelie.ducruet@grandouesttoulousain.fr)  
06.25.80.92.82

Tout renseignement complémentaire  
peut être obtenu auprès de :

Mélissa ARCHIPCZUK  
EVEN CONSEIL  
12 rue E. Branly  
82 000 MONTAUBAN  
[marchipczuk@citadia.com](mailto:marchipczuk@citadia.com)