

• COPIL Règlement n°1

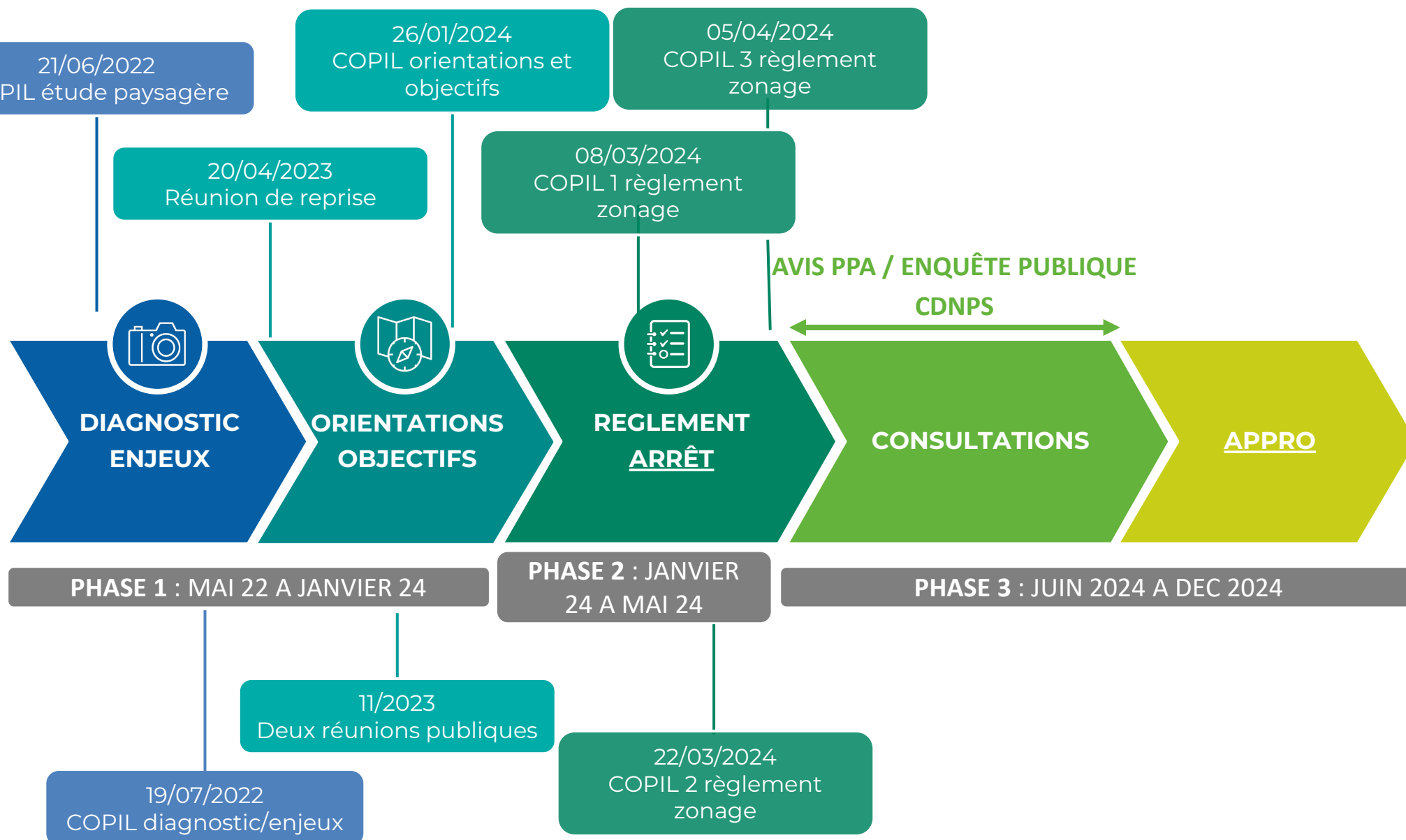


RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) DE LA CC GRAND OUEST TOULOUSAIN

08/03/2024

- 1 ORGANISATION DES 3 COPIL**
- 2 RAPPEL DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS**
- 3 SYNTHÈSE DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITÉ**
- 4 SYNTHÈSE DU RLP DE PLAISANCE-DU-TOUCH**
- 5 ATELIERS SUR TABLE**

INTRODUCTION



COPIL REGLEMENT 1



1

ORGANISATION DES 3 COPILS

COPIL N°1 : TRAVAIL SUR LES PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Ateliers sur table permettant de réfléchir sur les typologies et les tailles de dispositifs autorisés.

COPIL N°2 : TRAVAIL SUR LES ENSEIGNES

Ateliers sur table permettant de réfléchir sur les typologies, les tailles et les densités des enseignes

COPIL N°3 : RESTITUTION DES ATELIERS ET TRADUCTION RÉGLEMENTAIRE

Présentation des règles établies en lien avec les 2 ateliers et validation/discussions sur certains points.

COPIL REGLEMENT 1

2

**RAPPEL 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.**

NOTRE PROPOSITION :

1 orientation transversale + 4 orientations sectorielles



PRÉSENTATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

ORIENTATION TRANSVERSALE : PRÉSERVER LA QUALITÉ PAYSAGÈRE 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 RÉSIDENTIELLES

- **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 SIGNALLEMENT 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 REGLEMENT 1

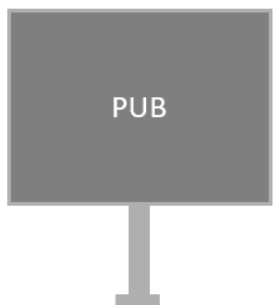
3

SYNTHÈSE DE LA RNP

LE RLPI, QUEL CONTENU, QUELLE DEMARCHE ?

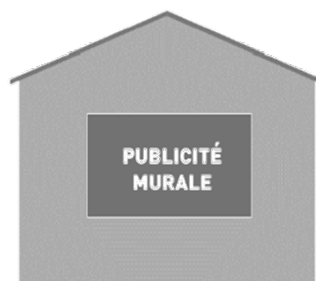


Agglo de -10 000 hab n'appartenant pas à une uu de +100 000 hab



PUBLICITE AU SOL

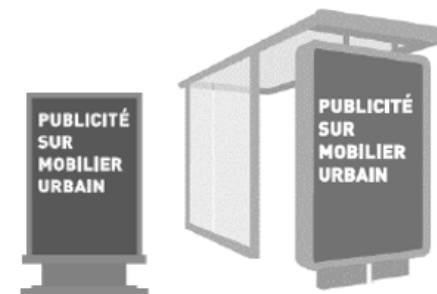
INTERDIT



PUBLICITE MURALE

AUTORISE

Limité à 4,7m² et 6m de hauteur



MOBILIER URBAIN

AUTORISE

Limité à une surface unitaire de 10,5m²



PUBLICITE SUR BACHE

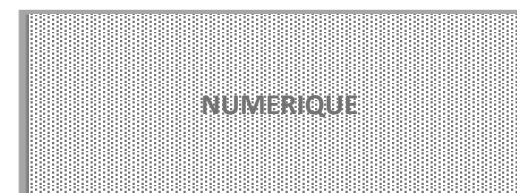
INTERDIT



PUBLICITE LUMINEUSE

AUTORISE UNIQUEMENT EN MURAL

Limité à 4,7m² et 6m de hauteur



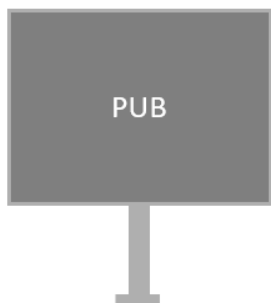
PUBLICITE NUMERIQUE

INTERDIT

LE RLPI, QUEL CONTENU, QUELLE DEMARCHE ?



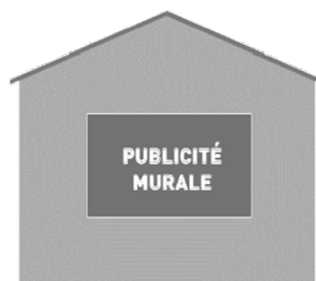
Agglo de -10 000 hab appartenant pas à une uu de +100 000 hab ou agglo + 10 000 hab



PUBLICITE AU SOL

AUTORISE

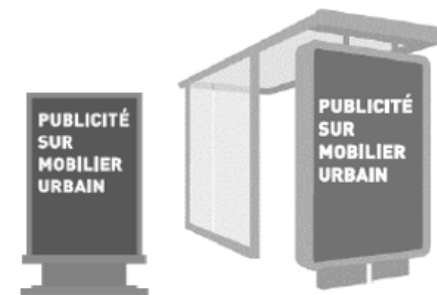
Limité à 10,5m² et 6m de hauteur



PUBLICITE MURALE

AUTORISE

Limité à 10,5m² et 7,5m de hauteur



MOBILIER URBAIN

AUTORISE

Limité à une surface unitaire de 2m²



PUBLICITE SUR BACHE

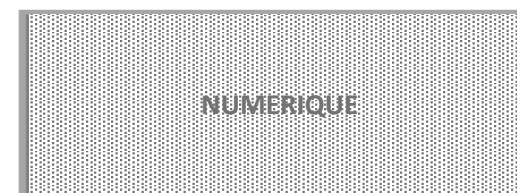
AUTORISE uniquement à Plaisance



PUBLICITE LUMINEUSE

AUTORISE

Limité à 4,7m² et 7,5 ou 6m de hauteur



PUBLICITE NUMERIQUE

AUTORISE

Limité à 8m² et 6m de hauteur

COPIL REGLEMENT 1

3

SYNTHÈSE RLP PLAISANCE

SYNTHESE DU RLP DE PLAISANCE-DU-TOUCH

4 Zones de Publicités :



ZP1 : Site patrimonial remarquable



ZP2 : Zone d'activité ouest



ZP3 : Secteurs habitats + secteurs commerciaux



ZP4 : Les espaces hors agglomération



	ZP1 : Site patrimonial remarquable	ZP2 : Zones d'activité ouest	ZP3 : Secteurs d'habitats + quelques secteurs commerciaux
Publicité murale 	INTERDIT	<u>SURFACE MAXIMALE : 10,6m²</u> <u>HAUTEUR MAXIMALE : 5m</u>	INTERDIT
Publicité scellée au sol 	INTERDIT	<u>SURFACE MAXIMALE : 10,6m²</u> <u>HAUTEUR MAXIMALE : 5m</u>	INTERDIT
Publicité sur mobilier urbain 	<u>SURFACE MAXIMALE : 2 m²</u> 12 dispositifs maximum	<u>SURFACE MAXIMALE : 2 m²</u>	<u>SURFACE MAXIMALE : 2 m²</u> <u>HAUTEUR MAXIMALE : 6m</u>
Publicité sur bâche 	INTERDIT	INTERDIT	INTERDIT

COPIL REGLEMENT 1

4

ATELIER SUR TABLE

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Suivi technique de la mission :

Aurélie DUCRUET
Grand Ouest Toulousain
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