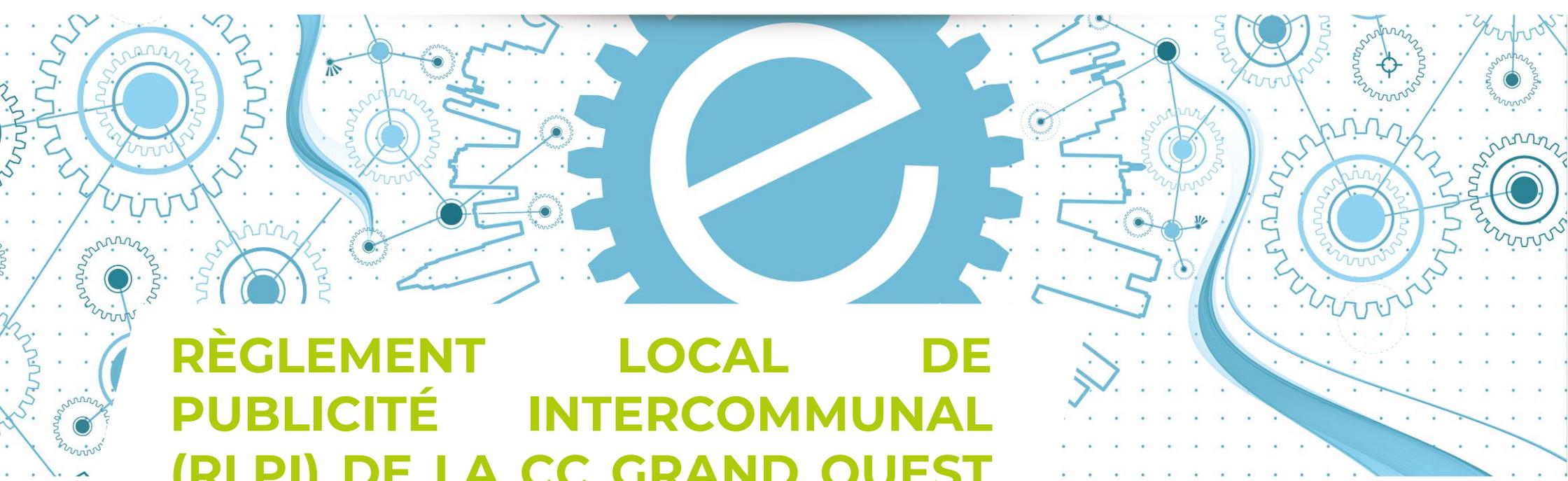


- Réunion de lancement



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

31/05/2022

- 1 PRÉSENTATION DU GROUPEMENT ET DE L'ÉQUIPE**
- 2 LA DEMARCHE RLPI : ENJEUX, CONTENU, PHASAGE**
- 3 LA RÉGLEMENTATION NATIONALE**
- 4 MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE**
- 5 PREMIERS ENJEUX / PREMIERS ÉCHANGES**

## REUNION DE LANCEMENT



1

# PRESENTATION DU GROUPEMENT ET DE L'EQUIPE

# PRESENTATION DE L'EQUIPE



- **Société de conseil et d'ingénierie en environnement**
- **Nos compétences :**
  - Volet environnement/paysage de PLU et SCoT
  - Règlements Locaux de Publicité
- **Mission : accompagnement technique et juridique de la CC Grand Ouest Toulousain dans l'élaboration de son RLPi :**
  - Pilotage de la mission ;
  - Rédaction des pièces réglementaires ;
  - Formalisation du dossier de RLPi ;
  - Accompagnement juridique ;
  - Pilotage réunions de travail et de validation / concertation.
- **Spécialistes de l'inventaire publicitaire et de l'ingénierie géomatique**
- **Mission : géoréférencement des publicités et préenseignes sur les axes principaux du territoire**
  - Géoréférencement par vidéo embarquée,
  - Production d'une base de données géographiques SIG par saisie de points sur les images acquises



**Mélissa ARCHIPCZUK**

- ▶ Chef de projet en copilotage
- ▶ Ingénieure paysagiste

## REUNION DE LANCEMENT

2

**LA DEMARCHE RLPI : ENJEUX,  
CONTENU, PHASAGE**

# Règlement Local de Publicité Intercommunal

- Un document de **planification de l'affichage publicitaire** sur le territoire communal pour les prochaines années ;
- L'expression du **projet de la collectivité** en matière d'affichage publicitaire.

### ▶ UN PROJET QUI S'INSCRIT DANS UN CADRE INSTITUTIONNEL ET RÉGLEMENTAIRE

- Le RLPI adapte la réglementation nationale de l'affichage extérieur au contexte, aux ambitions et aux enjeux locaux ;
- Il ne peut être que plus restrictif que la réglementation nationale.

### ▶ UN OUTIL OPÉRATIONNEL :

- Pour la collectivité, les acteurs économiques du territoire (commerçants, artisans, etc.), les particuliers et les professionnels de l'affichage.

### ▶ UNE PROCÉDURE SIMILAIRE AU PLU

## QUE REGLEMENTE UN RLPI ?

- Constitue une **PUBLICITE**, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toutes inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositions dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités (*Art. L. 581-3 du CE*).



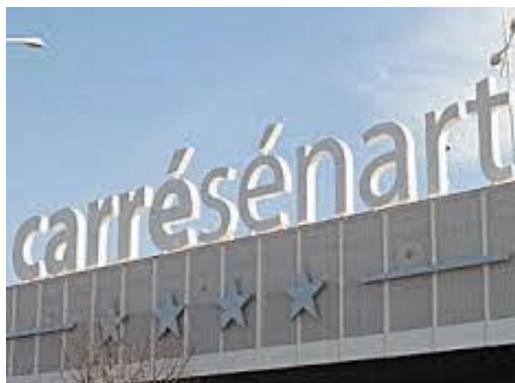
## QUE REGLEMENTE UN RLPI ?

- Constitue une **PRÉENSEIGNE**, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée (Art. L. 581-3 du CE).



## QUE REGLEMENTE UN RLPI ?

- Constitue une **ENSEIGNE** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (Art. L.581-3 du CE).



## SUR TOITURE

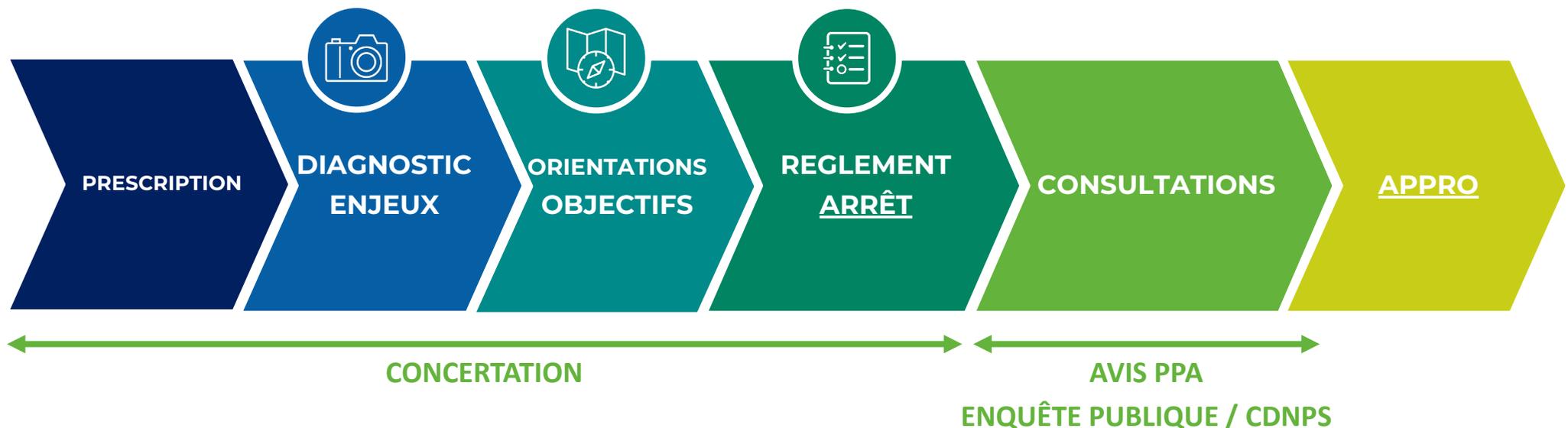


# LE RLPI, QUEL CONTENU, QUELLE DEMARCHE ?

## 3 PIÈCES CONSTITUTIVES :

1. Diagnostic, enjeux, orientations et objectifs ;
2. Règlement écrit ;
3. Annexes : règlement graphique, arrêtés municipaux des limites d'agglomération, atlas cartographique des limites d'agglomération.

## UNE PROCÉDURE D'ÉLABORATION SIMILAIRE À CELLE D'UN PLAN LOCAL D'URBANISME



## REUNION DE LANCEMENT

3

**LA REGLEMENTATION NATIONALE ET  
LA SITUATION DU TERRITOIRE**

### NOTION GEOGRAPHIQUE DE L'AGGLOMERATION :

#### La réglementation interdit l'implantation de publicités hors agglomération.

- Agglomération : espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.



### NOTION DEMOGRAPHIQUE DE L'AGGLOMERATION :

**Le régime de publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée.**

#### **AGGLOS DE -10 000 HAB N'APPARTENANT PAS A UNE UU DE +100 000 HAB**

- Lasserre-Pradère ;
- Lévigac ;
- Mérenvielle ;
- Sainte-Livrade.

#### **AGGLOS DE -10 000 HAB APPARTENANT A UNE UU DE +100 000 HAB OU AGGLOS DE +10 000 HAB**

- Léguevin ;
- Plaisance-du-Touch ;
- La Salvetat-Saint-Gilles ;
- Fontenilles.

- ▶ **DIFFÉRENCE DE SUPPORTS AUTORISÉS**
- ▶ **DIFFÉRENCE DE SURFACES AUTORISÉES**

### SOUSSION DE LA PUBLICITE A AUTORISATION PREALABLE OU DECLARATION PREALABLE

#### DECLARATION PREALABLE

- Dispositifs non lumineux,
- Publicité scellées au sol ou installées directement sur le sol,
- Publicité sur support existant (murs, clôtures, bâtiments), sur portatifs et sur mobilier urbain.

#### AUTORISATION PREALABLE

##### PUBLICITE

- Publicité numérique, mobilier urbain supportant de la publicité lumineuse,
- Bâches comportant de la publicité,
- Dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelles

##### ENSEIGNES

- Enseignes installées dans des périmètres d'interdiction relative,
- Enseignes à faisceau laser

▶ **SI RLP : INSTRUCTION PAR LE MAIRE – POLICE DU MAIRE**

▶ **SI ABSENCE DE RLP : INSTRUCTION PAR LE PRÉFET**

▶ **APRES APPROBATION DU RLPI : INSTRUCTION PAR LES MAIRES, POSSIBILITÉ DE CONFIER CETTE MISSION AU SERVICE INSTRUCTEUR DE LA CC**

## LA REGLEMENTATION NATIONALE ET LA SITUATION DU TERRITOIRE

---

### CERTAINES COMMUNES ACTUELLEMENT CONCERNEES PAR UN RLP :

#### **PLAISANCE-DU-TOUCH**

Approbation de la révision du RLP le 27/05/2021

#### **CADUCS AU 13/07/2022**

#### **LA SALVETAT-SAINT-GILLES**

Approbation du RLP le 03/07/2006

#### **LEGUEVIN**

Approbation du RLP le 02/04/2003

- Application de la réglementation nationale
- Instruction par le préfet jusqu'à approbation du RLPi

#### **FONTENILLES**

Concernée par la procédure l'élaboration du RLPi de la CC Gascogne Toulousaine – actuellement RNP

#### **AUTRES COMMUNES**

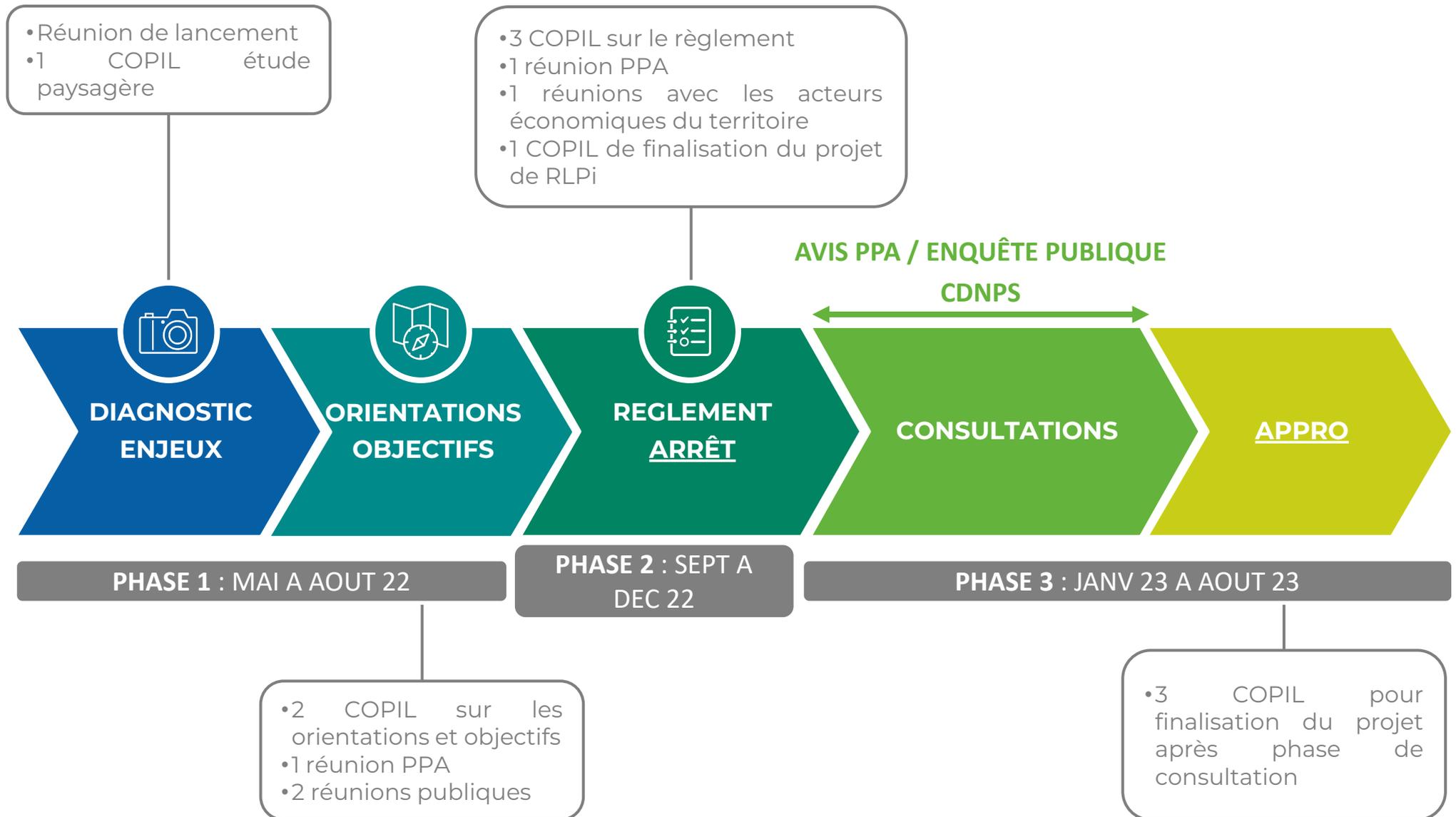
Soumises à la RNP

## REUNION DE LANCEMENT

4

**METHODOLOGIE DE L'ETUDE**

# LE RLPI, QUEL CONTENU ?



## PHASE 1 : DIAGNOSTIC, ORIENTATIONS ET OBJECTIFS // MAI A AOUT 2022

1

### CONTEXTE INTERCOMMUNAL

Paysage, voirie, tissu urbain, tissu économique, etc.

2

### CONTEXTE REGLEMENTAIRE

Synthèse de la RNP, synthèse des RLP actuellement en vigueur

3

### RECENSEMENT DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Par SOGEFI

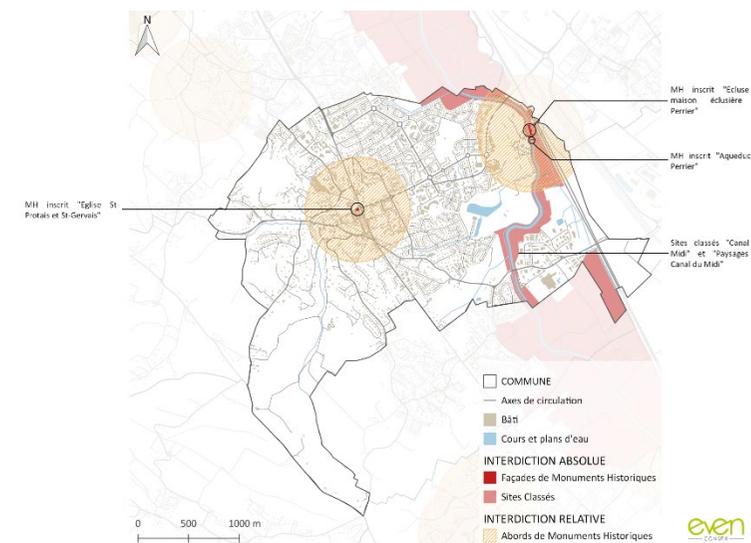
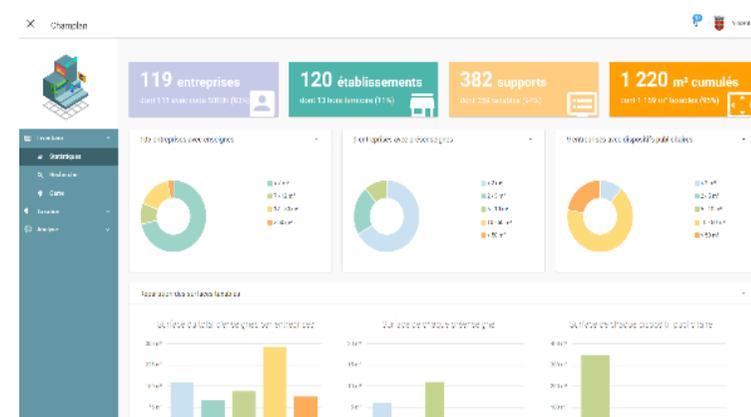
4

### IDENTIFICATION DES ENJEUX

5

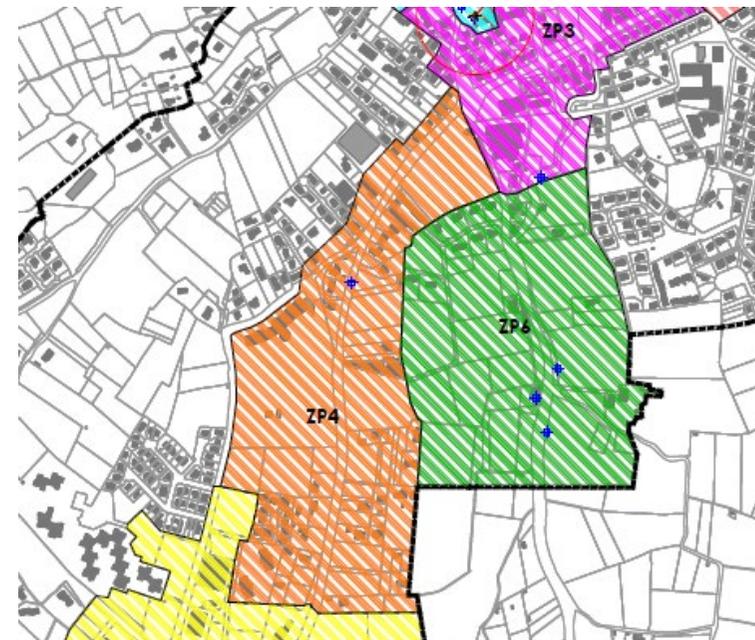
### RÉDACTION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Sur la base de plusieurs scénarios



## PHASE 2 : TRADUCTION REGLEMENTAIRE ET ARRET // SEPTEMBRE A DECEMBRE 2022

- 1 **PRÉZONAGE DU PROJET**  
Travail sur un tableau de travail
- 2 **TRAVAIL SUR LE RÈGLEMENT ÉCRIT**  
Rédaction du document
- 3 **TRAVAIL SUR LE ZONAGE**



	ZP1 : COEUR HISTORIQUE	ZP2 : CENTRALITES HISTORIQUES ET COMMERCANTES	ZP3 : QUARTIERS RESIDENTIELS	ZP4 : AXES VIAIRES STRUCTURANTS	ZP5 : ZONES D'ACTIVITES	ZP6 : ABORDS DU CANAL DU MIDI
PUBLICITES ET PREENSEIGNES						
<b>PUBLICITE MURALE</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>AUTORISE</b>	<b>AUTORISE</b>	
Surface maximum = 12m <sup>2</sup> Hauteur maximale du dispositif = 7,5m sous la limite formée par l'égout du toit Hauteur minimale par rapport au sol = 0,50m Densité = 2 dispositifs muraux dans l'unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 80m à la condition d'être superposées ou juxtaposées. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80m. Si l'unité foncière présente plusieurs murs supports, implantation possible sur seulement un d'entre eux. Saillie = 0,25m				Surface maximum : - 6m <sup>2</sup> sur un bâtiment Densité : - 1 panneau tous les 150m dès lors que l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique présente un linéaire de plus de 40m.	Surface maximum : - 6m <sup>2</sup> sur un bâtiment Densité : - 1 panneau tous les 150m dès lors que l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique présente un linéaire de plus de 40m.	
<b>PUBLICITE SCLEE AU SOL</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>INTERDIT</b>	<b>AUTORISE</b>	<b>INTERDIT</b>	
Surface maximum = 12m <sup>2</sup> Hauteur maximale du dispositif = 6m Recul minimum de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie Recul minimal // limites séparatives = hauteur totale du panneau/2 Densité sur unités foncières = un dispositif dans l'unité foncière dont la longueur est inférieure ou égale à 40m. Deux dispositifs entre 40m et 80m. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80m. Densité sur le domaine public = un dispositif par tranche de 80m au droit de l'unité foncière attenante.				Surface maximum : - 6m <sup>2</sup> Densité : - 1 panneau tous les 150m dès lors que l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique présente un linéaire de plus de 40m.		

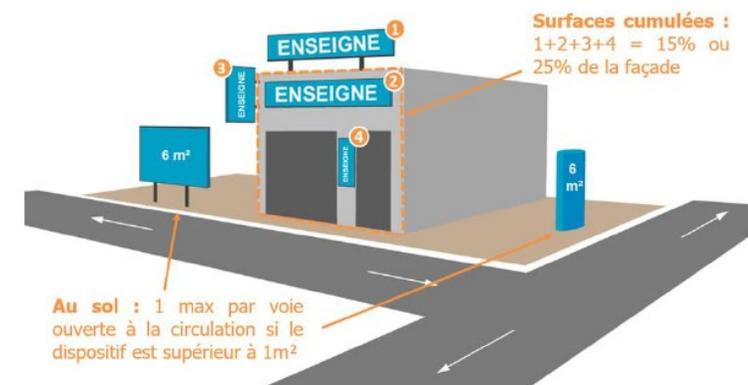
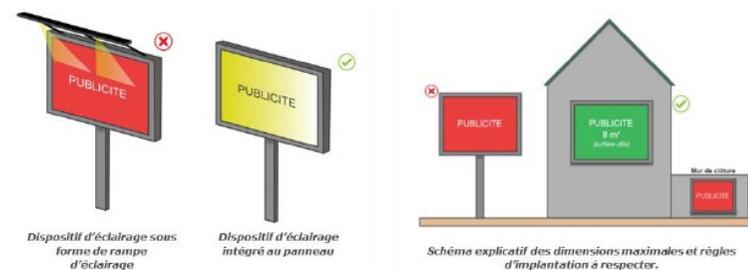
## PHASE 3 : PHASE ADMINISTRATIVE // JANVIER A AOUT 2023

**1** CONSULTATION DES PPA ET ENQUÊTE PUBLIQUE

**2** ANALYSE DES REMARQUES

**3** MODIFICATION DU PROJET DE RLPI ET APPROBATION PAR LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE

**4** MISE EN ŒUVRE DU RLPI



## REUNION DE LANCEMENT

5

**PREMIERS ENJEUX / PREMIERS  
ECHANGES**

# PREMIERS ENJEUX

## ENSEIGNES EN CENTRES-BOURGS / CENTRES-VILLES



▲ Enseigne en façade dans le centre de Lasserre-Pradère – EVEN Conseil



▲ Enseigne parallèle, Lévigac.



▲ Enseignes mutualisées au sol dans le centre de La Salvetat-Saint-Gilles – EVEN Conseil



▲ Enseignes en façade dans le centre de Plaisance-du-T – EVEN Conseil

- Des centres au patrimoine architectural important
- Commerces et services de proximité.

- ▶ TYPE D'ENSEIGNES À PRIVILÉGIER ?
- ▶ DENSITÉ DES ENSEIGNES EN FAÇADE ?
- ▶ QUALITÉ DES ENSEIGNES AUTORISÉES ?

## PREMIERS ENJEUX

### PUBLICITES EN CENTRES-BOURGS / CENTRES-VILLES



▲ Publicités murales à Lévigac.

- Des centres au patrimoine architectural important
- Pôles commerciaux de proximité
- Très peu de dispositifs publicitaires dans les centres



▲ Publicité sur mobilier urbain à La Salvetat-St-G.



▲ Publicité sur mobilier urbain à Léguévin – EVEN Conseil

- ▶ INTERDICTION TOTALE DE LA PUBLICITÉ DANS LES SECTEURS DE CENTRE-VILLE ?
- ▶ AUTORISATION DE CERTAINS TYPES DE PUBLICITÉS ?

## PREMIERS ENJEUX

### PUBLICITES EN ENTREES DE VILLE/ABORDS DE VOIES STRUCTURANTES



▲ Publicités scellées au sol sur la commune de Lège-Église, rte de Toulouse.

- Porte d'entrée du territoire
- ▶ CERTAINS DISPOSITIFS ACTUELLEMENT NON-CONFORMES À LA RNP
- ▶ QUEL TYPE DE PUBLICITÉ SUR CE SECTEUR ?



▲ Publicités scellées au sol sur la commune de Plaisance-du-Touch, rte de Colomiers, entrée de ville de La Salvetat-St-Gilles – EVEN Conseil

# PREMIERS ENJEUX

## ENSEIGNES EN ZONES D'ACTIVITES



▲ Enseignes en façade et enseigne au sol sur, ZA de l'Espèche à Fontenilles – EVEN Conseil



▲ Enseignes en bandeau, centre commercial Bernadet à Plaisance-du-T.



▲ Enseignes sur façades et sur clôture non aveugle, ZA de l'Espèche à Fontenilles – EVEN Conseil



▲ Enseignes en façade et au sol, ZAC la Ménude à Plaisance-du-Touch – EVEN Conseil

- Des espaces aux paysages plus dégradés
- Des bâtiments aux volumes importants induisant la présence d'enseignes aux surfaces imposantes

- ▶ TYPE D'ENSEIGNES À PRIVILÉGIER ?
- ▶ DENSITÉ ET SURFACES DES ENSEIGNES EN FAÇADE ?

# PREMIERS ENJEUX

## PUBLICITE EN ZONE D'ACTIVITES



▲ Publicités scellées au sol et sur mobilier urbain à La Salvetat-Saint-Gilles, av. De Vinci – EVEN Conseil



▲ Publicité scellées au sol et enseigne scellée au sol, ZAC la Ménude à Plaisance-du-Touch – EVEN Conseil



▲ Publicité scellée au sol, rte de Lombez à Plaisance-du-Touch – EVEN Conseil

- Des espaces aux paysages plus dégradés
- Des bâtiments aux volumes importants induisant la présence d'enseignes aux surfaces imposantes

- ▶ TYPE DE PUBLICITÉ À PRIVILÉGIER ?
- ▶ DENSITÉ DES PUBLICITÉS AU SOL AVEC LES ENSEIGNES AU SOL ?
- ▶ HAUTEUR ET SURFACE MAXIMALE DES PUBLICITÉS ?

# PREMIERS ENJEUX

## AFFICHAGE DANS LES ESPACES RESIDENTIELS



▲ Enseigne scellée au sol, rue de la Neste à Salvetat-Saint-Gilles



▲ Publicité temporaire à Plaisance-du-T., rue de l'Ousseau



▲ Enseigne sur bâche, rte de Saint-Lys à Léguevin

- Tissu urbain pavillonnaire, peu dense, beaucoup d'espaces verts
- Cadre de vie de proximité
- Activités isolées

▶ TYPE D'ENSEIGNES À PRIVILÉGIER ?

# PREMIERS ENJEUX

## AFFICHAGE DANS LES ESPACES HORS AGGLOMERATION



▲ Enseigne sur clôture non-aveugle, écuries d'En Cayla, Lasserre-Pradère



▲ Enseignes au sol, activité isolée à Lasserre-Pradère (chemin Saint-Jean)



▲ Préenseigne pour une activité isolée à Léguevin (chemin de Mader)



▲ Enseignes sur clôture pour une activité isolée à Mérenvielle (rte de Bellevue).

- Espaces ou la publicité et les préenseignes sont globalement interdites
- Besoins ponctuels d'affichage, notamment pour des activités isolées

▶ **TYPE D'ENSEIGNES À PRIVILÉGIER ?**

▶ **QUALITÉ DES ENSEIGNES AUTORISÉES ?**

## SPATIALISATION DES PREMIERS ENJEUX



**Sur les bourgs de la vallée de la Save :**  
Valeur patrimoniale forte, pas ou très peu de commerces et de services de proximité, pas de supports publicitaire.

**Quelles possibilités d'affichage pour les enseignes ?**

**Réintroduction de dispositifs publicitaires ?**



**Sur les autres centres urbains :**

Valeur patrimoniale forte, pôles de commerces et de services de proximité, très peu de supports publicitaires.

**Type d'enseignes autorisées, densité en façade, possibilité au sol, qualité ?**

**Limitation/introduction des types de dispositifs publicitaires ?**



**Sur les zones d'activité :**

Pôles économiques structurants, paysages souvent peu qualitatifs, situés en entrée de ville

**Type d'enseignes autorisées, densité en façade, possibilité au sol, qualité ?**

**Gestion des dispositifs publicitaires ?**



**Dans les zones résidentielles :**

Tissu urbain pavillonnaire, peu dense, cadre de vie de proximité

**Quelle signalisation possible pour les activités ?**



**Sur les abords de voies structurantes :**

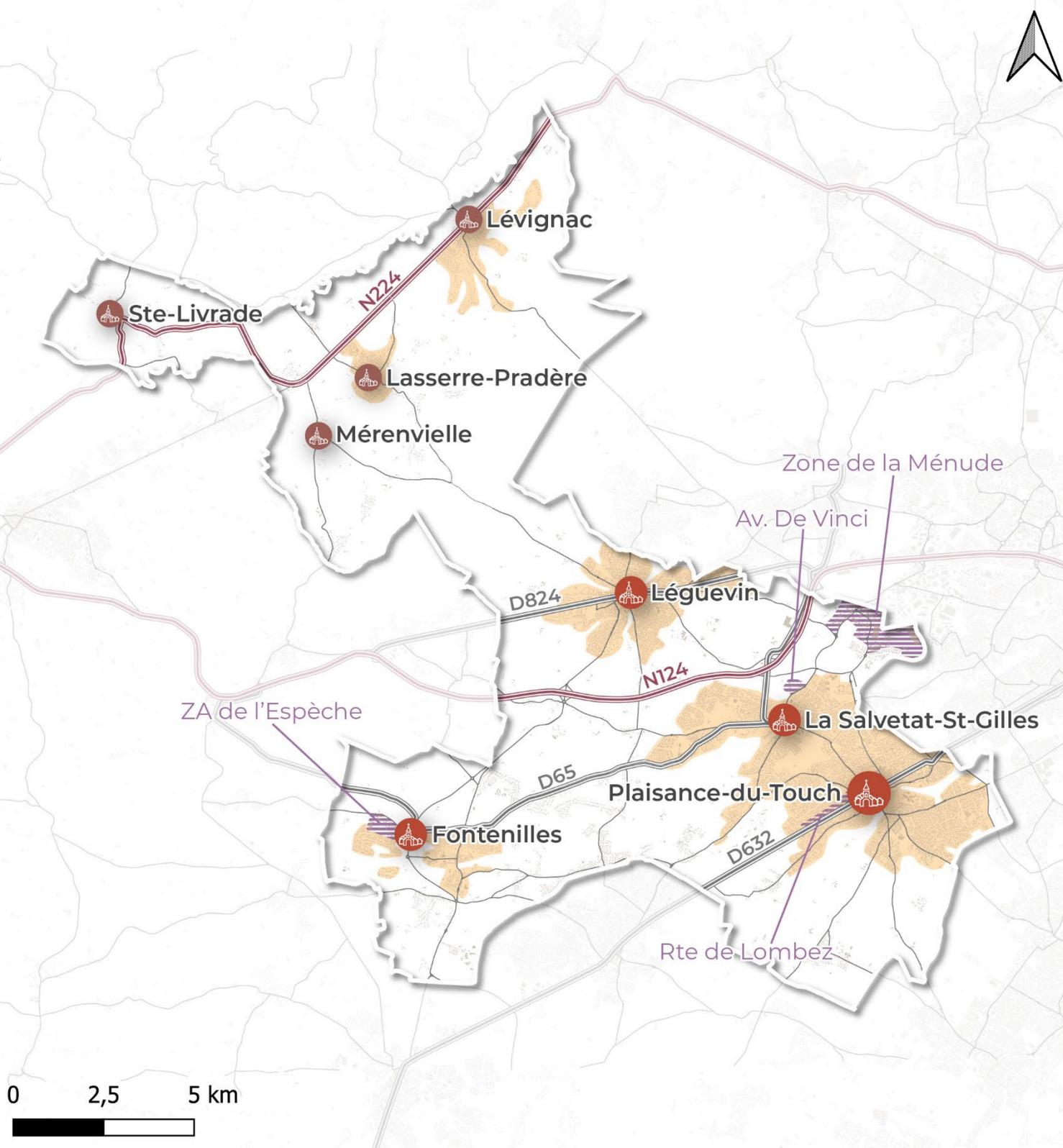
Lieu de passage important, porte d'entrée du territoire

**Gestion des dispositifs publicitaires ?**

**Sur le reste du territoire :**

Dispositifs publicitaires interdits.

**Quelle signalisation possible pour les activités isolées ?**



0 2,5 5 km

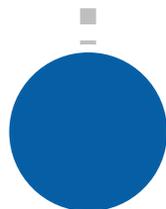
## REUNION DE LANCEMENT

6

**PROCHAINES ECHEANCES**

## PROCHAINES ECHEANCES

---



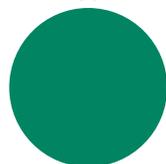
### **COPIL 2 - 21 JUIN 2022 // 9H-12H**

COPIL PAYSAGE



### **COPIL 3 – DATE A CALER EN JUILLET**

ECHANGES SUR LES ENJEUX ISSUS DU DIAGNOSTIC ET SUR LES PREMIÈRES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS



### **REUNION PPA – DATE A CALER EN JUILLET**



### **COPIL 4 – DATE A CALER EN SEPTEMBRE**

CHOIX DU SCENARIO D'ORIENTATIONS ET D'OBJECTIFS ET FORMALISATION DU PROJET



### **REUNIONS PUBLIQUE – DATES A CALER EN SEPTEMBRE**

### PROPOSITION D'ORGANISATION DU COPIL PAYSAGE

**TEMPS 1.** Présentation des grandes caractéristiques paysagères du territoire : entités paysagères, éléments d'intérêt identitaires, etc.

**TEMPS 2.** Présentation différentes formes de publicité et d'enseignes présentes sur le terrain

**TEMPS 3.** Illustration du temps 2 par une déambulation dans le centre de Léguevin

**TEMPS 4.** Travail sur photographies et sur cartes : identification de bons et de mauvais exemples de dispositifs d'affichage publicitaire pris par les élus



Pour chaque élu, sur sa commune, photographie de deux dispositifs publicitaires jugés qualitatifs et de deux dispositifs publicitaires jugés peu qualitatifs.

Transmission des photos à Mme Ducruet avant le **MARDI 7 JUIN**

CONTACT



**Agence ÎLE-DE-FRANCE**

71, rue du Faubourg Saint-Martin,  
75010 PARIS  
01.53.46.65.05.

**Agence GRAND-OUEST**

18 rue de Rennes,  
49000 ANGERS  
09.65.10.52.24.

**Agence ATLANTIQUE**

45 rue Sainte-Colombe,  
33000 BORDEAUX  
05.57.99.69.28.

**Agence RHÔNE-ALPES**

Immeuble le Dauphiné Part Dieu,  
78, rue de la Villette, 69003 LYON  
09.72.46.52.02.

**Agence PROVENCE-LANGUEDOC**

120 rue Jean Dausset - Immeuble Technicité,  
AGROPARC, 84000 AVIGNON  
04.84.94.00.94.

**Agence MÉDITERRANÉE**

45, rue Gimelli,  
83000 TOULON  
04.94.18.97.18.

**Agence SUD-OUEST**

12 rue Edouard Branly,  
82000 MONTAUBAN  
05.63.92.11.41.

 [www.facebook.com/citadiaconseil](http://www.facebook.com/citadiaconseil)

 [twitter.com/Citadia](https://twitter.com/Citadia)

Tout renseignement complémentaire  
peut être obtenu auprès de :

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

 **CITADIA**  
CONSEIL

 **even**  
CONSEIL

 **Aire**  
Publique

**MERC/AT**

 **C:|:C**  
CITADIA DESIGN

**CITADIA**

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