

RLPi

ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

DOSSIER DE CONCERTATION
CAHIER N°1 / AVRIL 2015

**LANCEMENT DE
LA PROCÉDURE**



toulouse
métropole

Aujourd'hui, la réalité de l'urbanisation des territoires et leur organisation font de l'intercommunalité l'échelle la plus pertinente pour coordonner les politiques d'aménagement, d'habitat et de déplacements et veiller aux équilibres du territoire, entre développement urbain et promotion du cadre de vie.

Toulouse Métropole s'engage aujourd'hui dans l'élaboration de deux documents d'urbanisme à l'échelle des 37 communes : Le Plan local d'urbanisme intercommunal tenant lieu de Programme local de l'Habitat et le Règlement local de publicité intercommunal.

Ces deux démarches sont à mener en concertation avec l'ensemble des acteurs du territoire et suivent un calendrier répondant aux mêmes étapes d'élaboration.

Un Règlement Local de Publicité pour Toulouse Métropole

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement a transféré à Toulouse Métropole (en tant qu'autorité compétente en matière de Plan local d'urbanisme) la compétence pour élaborer un Règlement local de publicité (RLP).

Toulouse Métropole doit assurer l'harmonisation des règlements de publicité (Décret du 22 septembre 2014 portant création de Toulouse Métropole).

Le RLP est un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des préenseignes à un contexte local afin de protéger le cadre de vie, le patrimoine et les paysages.

Le Conseil de la Métropole a décidé d'engager l'élaboration d'un Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) par délibération du 9 avril 2015. Toulouse Métropole définira dans son RLPi les règles spécifiques les mieux adaptées aux territoires de ses 37 communes membres.

Les principaux objectifs de Toulouse Métropole sont les suivants :

- Préserver l'attractivité de la Métropole tout en luttant contre la pollution visuelle
- Renforcer l'identité métropolitaine et harmoniser la réglementation locale
- Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et la renforcer
- Intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 et réduire la consommation énergétique de certains dispositifs.

Un certain nombre de communes sont déjà couvertes par un RLP communal. Ils resteront en vigueur jusqu'à l'approbation du RLPi envisagée fin 2018.

L'élaboration du RLPi se déroulera en collaboration étroite avec l'ensemble des 37 communes de Toulouse Métropole.

Afin d'associer les habitants, les associations locales et plus généralement toute personne intéressée, Toulouse Métropole organise une concertation pendant toute la durée d'élaboration de ce projet.

SOMMAIRE

P. 3/4 LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU DROIT DE LA PUBLICITÉ

1. La réglementation de l'affichage : protection du cadre de vie et liberté d'expression - Un peu d'histoire...
2. Quels sont les dispositifs visés ?
3. Pourquoi adapter la réglementation nationale à l'échelle locale ?
4. Le RLP : quel contenu ?
5. Comment élaborer un RLP ?
6. Schéma d'élaboration d'un RLP

P. 6/9 LA DÉMARCHE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ POUR TOULOUSE MÉTROPOLE

1. Quelle est la situation actuelle sur le périmètre de Toulouse Métropole ?
2. Quels sont les enjeux pour Toulouse Métropole d'instituer un RLPi ?
3. Les objectifs attendus d'un RLPi pour Toulouse Métropole
4. Les grandes étapes de l'élaboration du RLPi pour Toulouse Métropole

P. 9/11 LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : UN PROJET PARTAGÉ ET CONCERTÉ AVEC LES CITOYENS

1. La concertation, une étape essentielle pour la réussite d'un projet
- Élaborons ensemble le RLPi de Toulouse Métropole :
2. Pour s'informer...
 3. Pour échanger et débattre...
 4. Pour s'exprimer...
 5. Et maintenant...

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DU DROIT DE LA PUBLICITÉ

1

LA RÉGLEMENTATION DE L'AFFICHAGE : PROTECTION DU CADRE DE VIE ET LIBERTÉ D'EXPRESSION – UN PEU D'HISTOIRE...

Tout commence au début du XX^e siècle. À l'origine, il s'agissait de protéger le patrimoine historique, artistique, culturel de l'apposition de "panneaux-réclames". Le législateur a institué pour la première fois une réglementation spécifique de l'affichage comme support de publicité, par la loi du 27 janvier 1902.

Les évolutions législatives ultérieures ont progressivement élargi cet objectif à la protection du patrimoine naturel identifié (comme les sites classés) en même temps qu'elles intégraient les enseignes (affiches situées sur les commerces).

L'actuel droit de la publicité extérieure, issu de la loi du 29 décembre 1979, reflète cette aspiration plus large que la seule protection du patrimoine remarquable. Et c'est bien dans le but d'assurer

la protection du cadre de vie, que les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes ont été établies.

L'édifice législatif a été parachevé plus de trente ans plus tard avec la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi Grenelle II, complétée par le décret du 30 janvier 2012. Cette réforme s'est inscrite dans un ensemble plus vaste de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de la facture énergétique nationale.

La réglementation sur la publicité extérieure, codifiée dans le code de l'environnement, définit les conditions d'implantation et de format des dispositifs sans se préoccuper du message contenu sur le support.

2

QUELS SONT LES DISPOSITIFS VISÉS ?

◉ La publicité

Il s'agit de toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Tous les dispositifs dont l'objet principal est de recevoir ces inscriptions, formes ou images, sont assimilés à de la publicité.

Exemple : Publicité pour indiquer une promotion sur un article

Soumise à **déclaration** préalable.

(sauf les bâches, les publicités lumineuses et les publicités de dimensions exceptionnelles qui sont soumises à autorisation préalable)

◉ La préenseigne

Il s'agit de toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Exemple : le nom d'un commerce sur un panneau indiquant la direction à suivre

Soumise à **déclaration** préalable

◉ L'enseigne

Il s'agit de toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Exemple : le nom d'un magasin au dessus d'un pas de porte

Soumise à **autorisation** préalable



3

POURQUOI ADAPTER LA RÉGLEMENTATION NATIONALE À L'ÉCHELLE LOCALE ?

La loi permet l'adaptation des règles nationales à un contexte local à travers un document de planification locale de la publicité : Le Règlement local de publicité (RLP).

Le RLP peut être institué par des communes ou des Établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de Plan local d'urbanisme (PLU).

Son adoption doit répondre à des motifs de protection du cadre de vie et à la volonté d'adapter la réglementation nationale aux spécificités du territoire.

Il s'agira d'apporter, notamment grâce au zonage du RLP, une réponse adaptée au patrimoine architectural, paysager ou naturel qu'il convient de

protéger même lorsque le territoire ne présente pas de caractère remarquable. Il peut aussi s'agir d'exprimer un besoin d'anticipation et de réglementation de la publicité dans les projets urbains.

Le RLP ne peut pas créer de nouvelles règles. Il peut uniquement rendre plus restrictives celles existantes dans la réglementation nationale. Ces règles plus restrictives seront instaurées en fonction de la singularité de la zone.

Pour autant, lorsqu'il existe un RLP, cela ne signifie pas que la réglementation nationale cesse complètement de s'appliquer. Pour les règles que le RLP ne modifie pas, la réglementation nationale s'applique.

4

LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ : QUEL CONTENU ?

Le Règlement local de publicité (RLP) est un instrument de planification locale de la publicité pour des motifs de protection du cadre de vie.

La nouvelle réglementation issue du décret du 30 janvier 2012 exige un formalisme particulier. Le RLP doit être composé au minimum d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes.

Le rapport de présentation

- Il doit s'appuyer sur un diagnostic
- Il doit définir les objectifs et les orientations en matière de publicité extérieure
- Il explique les choix et les règles retenus ainsi que les motifs de la délimitation des zones.

Le règlement

Les dispositions du RLP doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie dont bénéficient les acteurs économiques et la protection du cadre de vie.

Les annexes

Elles sont constituées des documents graphiques (zonage, périmètres) ainsi que les arrêtés municipaux fixant les limites des communes.

5

COMMENT ÉLABORER UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ ?

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement a entièrement refondu l'élaboration du RLP. Il est désormais élaboré conformément aux dispositions qui régissent l'élaboration des PLU.

La procédure d'élaboration d'un RLP est identique à la procédure d'élaboration d'un PLU.

C'est un processus long, rythmé par plusieurs décisions de l'assemblée délibérante de la collectivité :

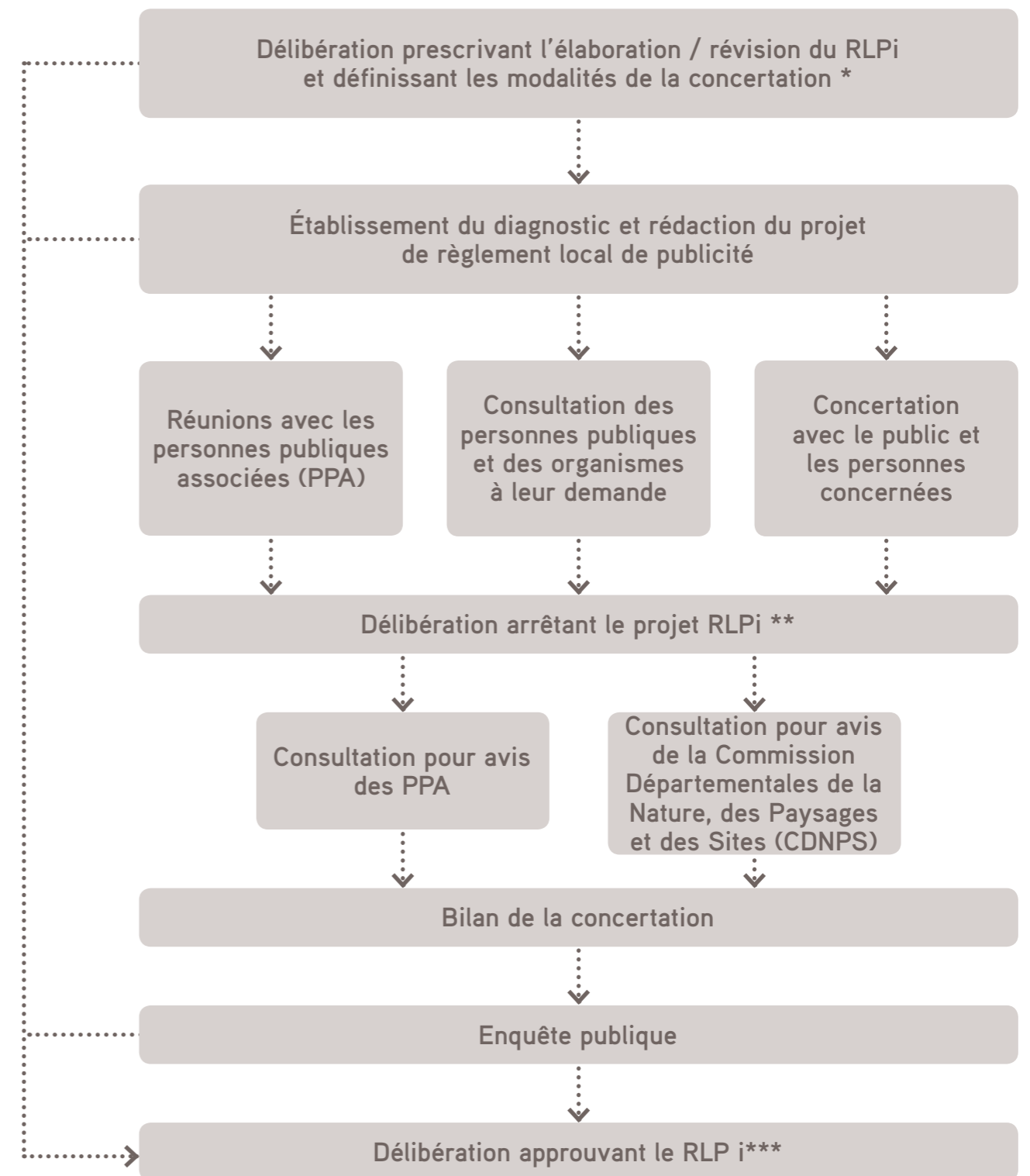
- La prescription de l'élaboration du RLP
- Le débat sur les orientations générales du RLP
- Le bilan de la concertation qui a été organisée avec le public et l'arrêt du projet de RLP
- L'approbation du RLP, à la suite de la tenue d'une Enquête Publique.

Ce temps de procédure doit permettre d'associer pleinement les partenaires institutionnels (les communes, l'État...) ainsi que les associations, les habitants et plus généralement, toutes les personnes concernées par l'élaboration du RLP.

6

SCHÉMA D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

(Art. L. 123-6 à L. 123-13 du code de l'urbanisme et Art. L. 581-14-1)



* Dans le cas d'un RPLi, le projet doit être établi en collaboration avec toutes les communes membres de l'EPCI dans le cadre de conférences intercommunales.

** Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-18 du code de l'urbanisme

*** Les modalités de publicité de cette délibération sont fixées par l'article R.123-25 du code de l'urbanisme

Source Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure - Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Énergie.

LA DÉMARCHE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ POUR TOULOUSE MÉTROPOLE

1

QUELLE EST LA SITUATION ACTUELLE SUR LE PÉRIMÈTRE DE LA MÉTROPOLE ?

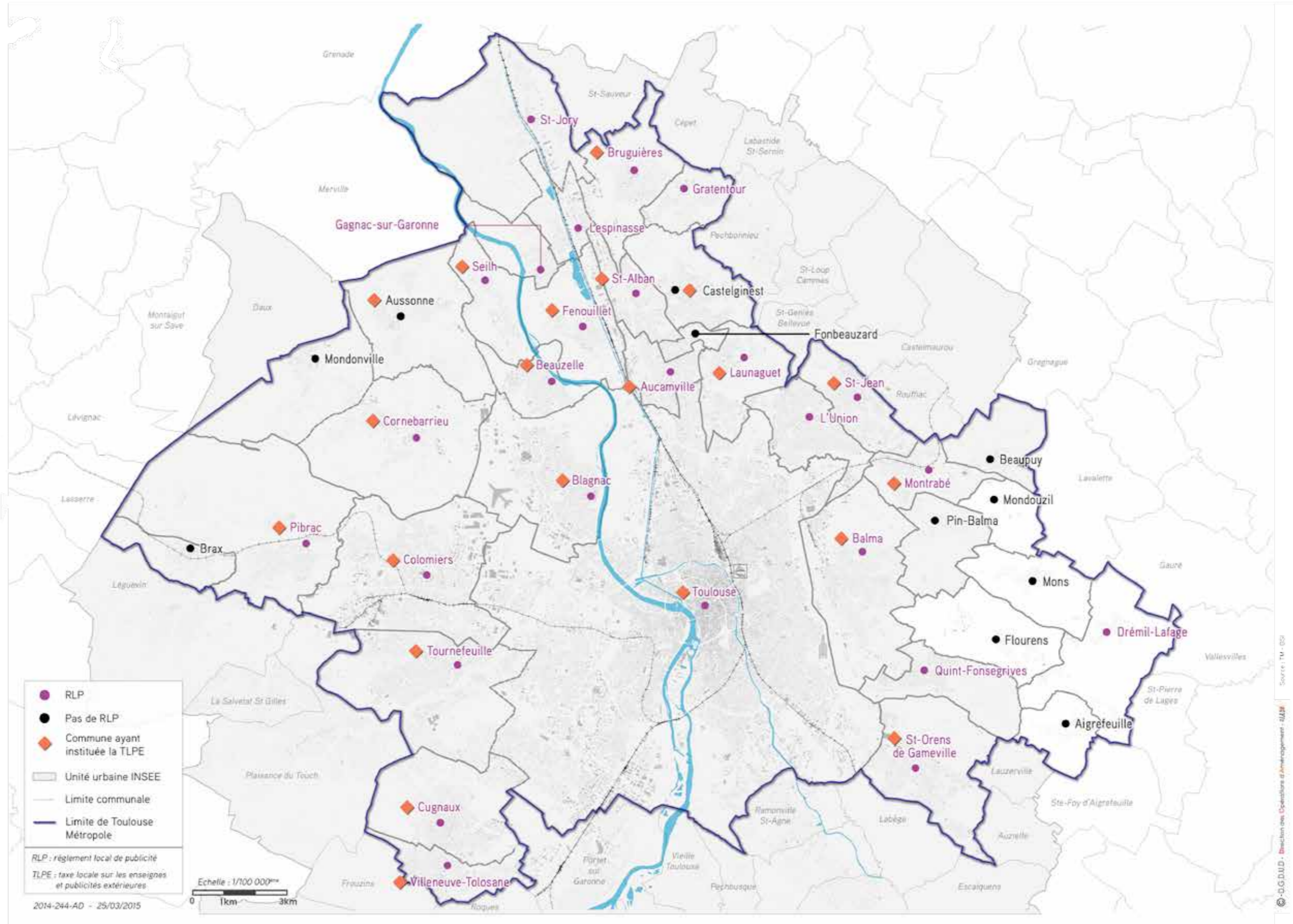
Toulouse Métropole regroupe **37 communes** sur **46 000 hectares** et compte au 1^{er} janvier 2015, **738 142 habitants**.

26 communes sur **37** sont actuellement dotées d'un Règlement local de publicité.

Nombreux d'entre eux sont cependant anciens et inadaptés aux récentes évolutions urbaines des territoires qui composent la métropole toulousaine.

Ces réglementations locales resteront applicables jusqu'à l'entrée en vigueur du RLPi de Toulouse Métropole et au maximum jusqu'au 13 juillet 2020 (délai légal).

Sur les **37 communes membres de Toulouse Métropole**, **21 communes** ont institué la Taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE).



2

QUELS SONT LES ENJEUX POUR TOULOUSE MÉTROPOLE D'INSTITUER UN RLPi ?

À court terme, l'enjeu pour Toulouse Métropole est d'éviter la caducité des règlements communaux au 13 juillet 2020, ce qui aurait deux conséquences :

- Le retour à la réglementation nationale, et donc, la disparition des règles restrictives et adaptées au territoire couvert par le règlement communal,
- Le transfert au Préfet du pouvoir d'instruction des autorisations et du pouvoir de police en matière de publicité.

À long terme, il s'agit de planifier la publicité à l'échelon métropolitain en assurant un nécessaire équilibre entre le droit à l'expression, à la diffusion d'informations des agents économiques et la protection du cadre de vie.

Le RLPi doit constituer une des réponses réglementaires aux objectifs de protection et de valorisation du cadre de vie et des paysages déclinés dans le Plan local d'urbanisme intercommunal - Habitat (PLUi-H) dont l'élaboration a été prescrite par le Conseil de la Métropole le 9 avril 2015. Dans un souci de cohérence, l'élaboration de ces deux documents (PLUi-H et RLPi) sera menée conjointement.

Dès l'entrée en vigueur du RLPi qui doit couvrir l'intégralité du territoire de Toulouse Métropole, tous les maires des communes membres auront la compétence d'instruction des autorisations et déclarations préalables et devront exercer le pouvoir de police de la publicité sur leur territoire.

La Taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE) restera communale.

3

LES OBJECTIFS ATTENDUS D'UN RLPi POUR TOULOUSE MÉTROPOLE

Préserver l'attractivité de la Métropole par la mise en valeur de l'activité économique en apportant une réponse équitable et adaptée aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques tout en **luttant contre la pollution visuelle**.

Renforcer l'identité métropolitaine et **harmoniser la réglementation locale** sur l'ensemble de son territoire en tenant compte des spécificités des communes et des acquis des 26 règlements de publicité existants.

Adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire et **la renforcer** :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie
- Protéger le patrimoine bâti et naturel
- Assurer la protection des centres villes et des sites à valeur patrimoniale
- Préserver et valoriser la qualité des espaces à valeur paysagère (Vallée de la Garonne et canaux, Coteaux du Lauragais et ses cours d'eau, vallée de l'Hers et les coteaux du Nord Est, les terrasses de l'Ouest...)

- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité
- Anticiper les secteurs en développement (au nord, les territoires traversés par le BUN, à l'ouest, le secteur du PEX, de Francazal, les abords de la VCSM, à l'est, le site de Toulouse Montaudran Aérospace...)
- Encadrer la publicité, les enseignes et préenseignes dans les zones commerciales
- Adapter les règles pour réguler les implantations, garantir une bonne insertion paysagère des dispositifs et s'assurer de la qualité

Intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 sur le territoire métropolitain, notamment, en adoptant des règles d'extinction nocturne des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses.

Associer les institutionnels, les professionnels et les citoyens à l'élaboration du document.

4

LES GRANDES ÉTAPES DE L'ÉLABORATION DU RLPi POUR TOULOUSE MÉTROPOLE

Année 2015

➔ Premier semestre 2016

- Conseil de la Métropole du 9 avril 2015 : prescription de l'élaboration du RLPi
- Réalisation des études préalables : Inventaire, diagnostic, enjeux, orientations générales et préconisations
- Co-Construction avec les communes
- Concertation avec le public, les professionnels, les associations...

2^e semestre 2016

➔ Année 2017

- Mise en débat des orientations générales du RLPi
- Traduction du projet de RLPi : élaboration du zonage, du règlement et rédaction des pièces constitutives du RLPi (rapport de présentation, règlement, annexes...)

- Poursuite de la co-construction avec les communes et de la concertation auprès du public
- Bilan de la concertation
- Arrêt du projet de RLPi
- Consultations sur le projet arrêté de RLPi

Année 2018

- Enquête publique
- Évolution du projet suite à l'Enquête Publique
- Approbation du RLPi
- Diffusion et partage du RLPi

LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : UN PROJET PARTAGÉ ET CONCERTÉ AVEC LES CITOYENS

1

LA CONCERTATION, UNE ÉTAPE ESSENTIELLE POUR LA RÉUSSITE D'UN PROJET

Qu'est ce que la concertation préalable ?

Il s'agit d'une démarche qui a pour objet d'instituer un échange avec les citoyens en amont de la phase de conception d'un projet de manière à les associer à son élaboration.

La concertation permet de présenter les enjeux, les objectifs de ce projet et de recueillir l'avis de la population pour sa définition.

Il s'agit d'un droit : le principe de la concertation préalable est encadré par l'article L 300-2 du Code de l'urbanisme qui prévoit que l'élaboration du Plan local d'urbanisme (PLU), et donc aussi du Règlement local de publicité, doit faire l'objet "...d'une concertation associant, pendant toute

la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées".

En pratique...

La concertation du public sera ouverte pendant toute la durée d'élaboration du projet.

Elle associera le plus largement possible les habitants, les associations locales, mais également, compte tenu de la nature du RLPi, les représentants des afficheurs, des enseignants, les utilisateurs des supports publicitaires (commerçants, les grandes enseignes...) et les associations locales de protection de l'environnement et des paysages.

2

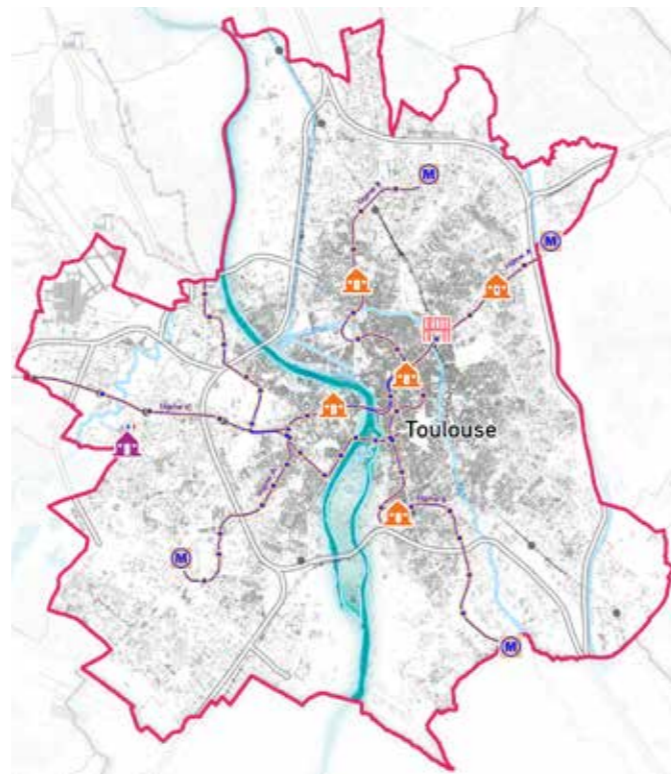
ÉLABORONS ENSEMBLE LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : POUR S'INFORMER...



Vous pouvez consulter :

- Sur internet, la page dédiée au RLPi sur le site de Toulouse Métropole (www.toulouse-metropole.fr). Vous trouverez les documents permettant de prendre connaissance de la procédure, de l'avancement des études, des dates des réunions publiques... La page sera complétée au fur et à mesure de l'avancement du projet.
- Le dossier de concertation qui sera complété au fur et à mesure de l'avancée de la procédure et qui est consultable sur place :
 - > **Au siège de Toulouse Métropole**, 6, Rue René-Leduc à Toulouse
 - > **À Toulouse, dans les cinq maisons de la citoyenneté (MDC) :**
 - **Secteur 1** : MDC Centre Mériel, 5, Rue Paul-Mériel

- **Secteur 2** : MDC Rive Gauche Saint-Cyprien, 20, Place Jean-Diébold
- **Secteur 3** : MDC Nord Minimes, 4, Place du marché aux Cochons
- **Secteur 4** : MDC Est Roseraie, 8 bis, Avenue du Parc
- **Secteur 5** : MDC Sud-Est Niel, 81, Rue Saint-Roch
- **et à la mairie de quartier de Lardenne**, 2, Place Sauvegrain
- > **Dans les Mairies des 36 autres communes de la Métropole.**



3

ÉLABORONS ENSEMBLE LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : POUR ÉCHANGER ET DÉBATTRE...



• Réunions publiques : prenez la parole !

- Des réunions publiques de présentation et d'échange se tiendront à différentes échelles du territoire :
- A Toulouse Métropole,
 - Et en tant que de besoin, dans les pôles territoriaux.

Ces réunions seront proposées aux grandes étapes de la procédure :

- Au stade du diagnostic, des enjeux et des orientations générales
- Au stade de la traduction réglementaire des orientations

Elles pourront être générales ou thématiques et s'adresser à différents publics (Habitants, associations, professionnels...)

4

ÉLABORONS ENSEMBLE LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : POUR S'EXPRIMER...



• Sur internet

Un registre d'observations dématérialisé sera accessible sur le site de Toulouse Métropole : www.toulouse-metropole.fr

• Par courrier

En adressant un courrier à l'attention de Monsieur le Président de Toulouse Métropole, Direction Générale déléguée aux Espaces Publics, service de la réglementation urbaine, 6, Rue René Leduc, BP 35821 - 31 505 Toulouse Cedex 5, en précisant en objet "Concertation préalable RLPi".

• Sur les registres papier

En consignat vos observations sur les registres papier qui sont mis à disposition du public **au siège de Toulouse Métropole** (6, rue René Leduc à Toulouse) et **dans toutes les mairies des 36 communes de la Métropole.**

Pour Toulouse, un registre papier est mis à disposition dans les 5 maisons de la citoyenneté (MDC) et à la mairie de quartier de Lardenne pour le secteur 6 qui n'en dispose pas à ce jour.

- > **Secteur 1** : MDC Centre Mériel, 5, Rue Paul Mériel
- > **Secteur 2** : MDC Rive Gauche Saint-Cyprien, 20, Place Jean Diebold
- > **Secteur 3** : MDC Nord Minimes, 4, Place du Marché aux Cochons
- > **Secteur 4** : MDC Est Roseraie, 8 bis, Avenue du Parc
- > **Secteur 5** : MDC Sud-Est Niel, 81, Rue Saint Roch
- > **Secteur 6** : Mairie de quartier de Lardenne, 2, Place Sauvegrain

5

ÉLABORONS ENSEMBLE LE RLPi DE TOULOUSE MÉTROPOLE : ET MAINTENANT...

• Toulouse Métropole va lancer les études préalables du RLPi :

Un bureau d'études en charge de l'élaboration du RLPi sera désigné courant octobre 2015.

La première mission du prestataire sera d'établir un état des lieux et un diagnostic à partir d'un recensement des dispositifs existants sur le territoire métropolitain, notamment, sur les entrées de ville, les axes structurants, les principales zones de développement économiques existantes...



• Toulouse Métropole organise un appel à photos de mai à fin septembre 2015 :

Participez au diagnostic ! Photographiez et faites vos commentaires !

Photographiez des panneaux publicitaires, enseignes ou préenseignes installés sur le territoire de la Métropole et commentez-les !

Précisez en quoi les dispositifs que vous avez choisis sont gênants, occasionnent une "Pollution visuelle" ou tout au contraire, sont de bons exemples, bien intégrés au paysage et ne dénaturent pas le cadre de vie de la Métropole.

Envoyez vos photos accompagnées de vos commentaires :

- **par mail à** : photospub@toulouse-metropole.fr
- **par courrier à** : Toulouse Métropole, Direction Générale Déléguée aux Espaces Publics, service de la réglementation urbaine, en précisant en objet : "RLPi, photospub" 6, Rue René Leduc, BP 35821 - 31505 Toulouse Cedex 5.

Vos avis nous intéressent et doivent nourrir la réflexion sur l'élaboration des règles du futur RLPi.

À VENIR :

CAHIER N°2 / PRINTEMPS 2016
DIAGNOSTIC ET
ORIENTATIONS DU RLPi

CAHIER N°3 / AUTOMNE 2016
RÈGLEMENT

toulouse
métropole

6, rue René-Leduc - BP 35821
31505 Toulouse Cedex 5
Tél. 05 81 91 72 00

contact@toulouse-metropole.fr
www.toulouse-metropole.fr