



Délibération n°DEL-17-0813

**Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI)  
de Toulouse Métropole : Arrêt du projet**

L'an deux mille dix-sept le mardi trois octobre à neuf heures, sous la présidence de Jean-Luc MOUDENC, Président, le Conseil s'est réuni à Espaces Vanel - Arche Marengo - Toulouse.

**Participants**

Afférents au Conseil :	134
Présents :	102
Procurations :	30
Date de convocation :	27 septembre 2017

**Présents**

Aucamville	Mme Roseline ARMENGAUD
Aussonne	Mme Lysiane MAUREL, M. Francis SANCHEZ
Balma	M. Laurent MERIC
Beauzelle	M. Patrice RODRIGUES
Blagnac	M. Joseph CARLES, Mme Monique COMBES, M. Bernard KELLER, Mme Danielle PEREZ
Brax	M. François LEPINEUX
Castelginest	M. Grégoire CARNEIRO, Mme Béatrice URSULE
Colomiers	M. Patrick JIMENA, M. Damien LABORDE, M. Guy LAURENT, Mme Elisabeth MAALEM, Mme Josiane MOURGUE, M. Arnaud SIMION, Mme Karine TRAVAIL-MICHELET
Cornebarrieu	Mme Dominique BOISSON, M. Daniel DEL COL
Cugnaux	M. Michel AUJOULAT, Mme Pascale LABORDE
Drémil-Lafage	Mme Ida RUSSO
Flourens	Mme Claudette FAGET
Fonbeauzard	M. Robert GRIMAUD
Gagnac	M. Michel SIMON
Launaguet	M. Michel ROUGE
Lespinasse	M. Bernard SANCE
L'Union	Mme Nadine MAURIN, M. Marc PERE, Mme Nathalie SIMON-LABRIC
Mondonville	M. Edmond DESCLAUX
Mondouzil	M. Robert MEDINA
Mons	Mme Véronique DOITTAU
Pibrac	M. Bruno COSTES
Pin-Balma	M. Jacques DIFFIS
Saint-Alban	M. Raymond-Roger STRAMARE
Saint-Jean	M. Michel FRANCES
Saint-Jory	M. Thierry FOURCASSIER
Saint-Orens	M. Marc DEL BORRELLO, Mme Dominique FAURE
Scilh	M. Guy LOZANO
Toulouse	M. Christophe ALVES, M. Jean-Marc BARES-CRESCENCE, M. Franck BIASOTTO, Mme Catherine BLANC, M. Jean-Jacques BOLZAN, Mme Charlotte BOUDARD PIERRON, M. Maxime BOYER, M. Frédéric BRASILES, M. François BRIANCON, M. Sacha BRIAND, M. Joël CARREIRAS, Mme Marie-Pierre CHAUMETTE, M. Pierre COHEN, Mme Hélène COSTES-DANDURAND, Mme Martine CROQUETTE, M. Jean-Claude DARDELET,

	M. Henri DE LAGOUTINE, M. Jean-Baptiste DE SCORRAILLE, Mme Ghislaine DELMOND, Mme Marie DEQUE, Mme Monique DURRIEU, Mme Christine ESCOULAN, Mme Julie ESCUDIER, M. Emilion ESNAULT, M. Pierre ESPLUGAS-LABATUT, M. Régis GODEC, M. Francis GRASS, M. Samir HAJJE, Mme Isabelle HARDY, Mme Laurence KATZENMAYER, M. Pierre LACAZE, Mme Florie LACROIX, M. Djillali LAHIANI, Mme Annette LAIGNEAU, M. Jean-Michel LATTES, Mme Marthe MARTI, M. Antoine MAURICE, Mme Marie-Hélène MAYBUX-BOUCHARD, Mme Nicole MIQUEL-BELAUD, M. Jean-Luc MOUDENC, Mme Evelyne NGBANDA OTTO, M. Romuald PAGNUCCO, M. Jean-Louis REULAND, Mme Françoise RONCATO, M. Daniel ROUGE, Mme Sylvie ROUILLON VALDIGUIE, M. Bertrand SERP, Mme Martine SUSSET, Mme Claude TOUCHEFEU, M. Pierre TRAUTMANN, Mme Gisèle VERNIOL, Mme Jacqueline WINNEPENNINCKX-KIESER, M. Aviv ZONABEND
Tournefeuille	Mme Mireille ABBAL, Mme Danielle BUYS, M. Daniel FOURMY, M. Jacques TOMASI
Villeneuve-Tolosane	Mme Martine BERGES, M. Dominique COQUART

### Conseillers ayant donné pouvoir

	Pouvoir à
Mme Brigitte CALVET	Dominique COQUART
M. Gérard ANDRE	Patrice RODRIGUES
Mme Sophie LAMANT	Henri DE LAGOUTINE
M. Vincent TERRAIL-NOVES	Damien LABORDE
M. Maurice GRENIER	Robert MEDINA
M. Bernard LOUMAGNE	Ida RUSSO
M. Philippe PLANTADE	Romuald PAGNUCCO
M. Michel ALVINERIE	Guy LAURENT
M. Philippe GUERIN	Monique COMBES
M. Patrick DELPECH	Robert GRIMAUD
Mme Aline FOLTRAN	Michel ROUGE
M. Jacques SEBI	Lysiane MAUREL
Mme Anne BORRIELLO	Djillali LAHIANI
M. Bernard SOLERA	Béatrice URSULE
Mme Marie-Dominique VEZIAN	Michel FRANCES
Mme Laurence ARRIBAGE	Laurence KATZENMAYER
M. Olivier ARSAC	Emilion ESNAULT
Mme Sophia BELKACEM GONZALEZ DE CANALES	Evelyne NGBANDA OTTO
Mme Michèle BLEUSE	Antoine MAURICE
M. François CHOLLET	Sacha BRIAND
M. Romain CUJIVES	François BRIANCON
Mme Vincentella DE COMARMOND	Pierre COHEN
Mme Marie-Jeanne FOUQUE	Pierre TRAUTMANN
M. Jean-Luc LAGLEIZE	Marthe MARTI
M. Laurent LESGOURGUES	Julie ESCUDIER
Mme Brigitte MICOULEAU	Aviv ZONABEND
Mme Dorothée NAON	Charlotte BOUDARD PIERRON
Mme Elisabeth TOUTUT-PICARD	Jacqueline WINNEPENNINCKX-KIESER
M. Patrick BEISSEL	Nadine MAURIN
M. Claude RAYNAL	Karine TRAVAL-MICHELET

### Conseillers excusés

Fenouillet	M. Gilles BROQUERE
Toulouse	Mme Cécile RAMOS

## Délibération n° DEL-17-0813

# Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Toulouse Métropole : Arrêt du projet

### Exposé

#### Contexte réglementaire et métropolitain

En application de la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) du 12 juillet 2010, Toulouse Métropole, compétente en matière de Plan Local d'urbanisme (PLU), a prescrit par délibération du Conseil de la Métropole du 9 avril 2015, l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble de son territoire.

Le RLPi est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

Le Conseil de la Métropole, dans sa délibération de prescription, a fixé les objectifs poursuivis par le RLPi qui se déclinent de la manière suivante :

- 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 de la loi ENE et réduire la consommation énergétique de certains dispositifs.

Cette même délibération a également défini les modalités de collaboration avec les 37 communes membres de Toulouse Métropole, ainsi que les modalités de concertation avec le public.

La concertation s'est déroulée du 9 avril 2015 au 31 mai 2017. Elle a fait l'objet d'un bilan présenté au Conseil de la Métropole dans une délibération spécifique.

Cette démarche s'inscrit dans le projet de territoire de Toulouse Métropole qui a prescrit en cette même séance du 9 avril 2015, l'élaboration de son Plan Local d'Urbanisme intercommunal tenant lieu de Programme Local d'Habitat (PLUi-H).

Le RLPi est élaboré conformément à la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme et deviendra une annexe du PLUi-H, une fois qu'il aura été approuvé.

Les 26 règlements locaux de publicité communaux en vigueur continueront à s'appliquer jusqu'à l'opposabilité du RLPi.

Les orientations du RLPi, s'appuyant sur le diagnostic réalisé à l'échelle de la Métropole au printemps 2016, ont été débattues au sein des 37 Conseils Municipaux de Toulouse Métropole en septembre et octobre 2016, puis en Conseil de la Métropole le 15 décembre 2016.

Ces orientations ont guidé l'élaboration des pièces réglementaires.

Aujourd'hui, les travaux d'élaboration du projet de RLPi arrivent à leur terme. Ils ont fait l'objet d'une large concertation pendant toute la durée d'élaboration et le moment est venu, au cours de cette séance, d'arrêter le projet de RLPi.

Avant de détailler de manière synthétique le contenu du dossier de RLPi soumis à l'arrêt et d'éclairer le respect des objectifs définis dans la délibération de prescription du 9 avril 2015 à travers les orientations débattues et les outils réglementaires proposés, la présente délibération retrace le processus de collaboration mis en place pour les communes membres de la métropole, ainsi que pour les Personnes Publiques Associées et Consultées à l'élaboration du projet.

### **1. Collaboration avec l'ensemble des communes membres de Toulouse Métropole et partenariat avec les Personnes Publiques Associées et Consultées (PPA – PPC)**

Conformément à la délibération de prescription, le RLPi a été élaboré en étroite collaboration avec les 37 Communes membres de la Métropole. En outre, les Personnes Publiques Associées (PPA) ont été associées à l'élaboration des documents tout le long de la procédure ainsi que les Personnes Publiques Consultées (PPC) qui en ont fait la demande lors de la prescription.

Pour construire et échanger techniquement sur le diagnostic, les enjeux, les orientations générales du projet et le travail réglementaire, diverses réunions thématiques et comités techniques en présence du bureau d'études ont jalonné tout le processus d'élaboration du projet. Ces travaux ont ensuite été partagés avec les élus communaux et métropolitains.

#### **1.1 - Collaboration politique avec les communes membres :**

Des rencontres individuelles avec chaque Commune ont eu lieu aux étapes clés du projet :

- De mars à mai 2016 en phase d'élaboration du diagnostic ;
- En février et mars 2017 sur le projet de règlement et son zonage.

Le Comité de Pilotage du RLPi, présidé par le Président de Toulouse Métropole ou son représentant et composé de 6 Vice-président(e)s délégués (A l'urbanisme, à l'environnement, au développement économique, à l'aménagement et politique foncière, aux déplacements et transports, et à l'habitat) et des 6 Président(e)s de commissions correspondantes, s'est réuni à 4 reprises, aux étapes clés du projet pour définir la stratégie, piloter et valider les grandes orientations du projet.

Le Comité de Pilotage restreint du RLPi, émanation du Comité de Pilotage, et composé de quatre membres, s'est réuni autant que de besoin tout au long du projet pour procéder aux validations qui s'inscrivaient dans la stratégie définie par le Comité de Pilotage.

Trois séminaires sous la forme d'assemblée plénière ont été organisés avec les élus de l'ensemble des Communes aux étapes clefs de la procédure, pour prendre connaissance, partager et valider les éléments du projet de RLPi :

- Le 15 juin 2015 pour partager et échanger autour du diagnostic et des orientations du RLPi ;
- Le 6 décembre 2016 pour travailler les premières préconisations réglementaires et de zonage ;
- Le 3 mai 2017 pour partager l'avancée du travail réglementaire et valider les principales dispositions réglementaires et de zonage du futur RLPi.

La Conférence Métropolitaine réunit, à l'initiative de Monsieur le Président de Toulouse Métropole, l'ensemble des Maires des communes de la Métropole, les Vices Présidents et les Présidents des commissions. Pour leur permettre de suivre le projet et de s'exprimer, le RLPi a été inscrit à l'ordre du jour de cette instance à trois reprises :

- Le 26 mars 2015 pour définir les modalités de la collaboration politique entre Toulouse Métropole et les communes membres ;
- Le 1er décembre 2016, préalablement au débat sur les orientations du RLPi ;
- Le 22 septembre 2017 avant l'arrêt du dossier de RLPi.

Avis des communes sur le projet de RLPi avant son arrêt :

La délibération de prescription du RLPi prévoit un avis de la part des Conseils Municipaux des Communes sur les principales dispositions réglementaires qui les concernent, avant l'arrêt du projet de RLPi en Conseil de la Métropole.

Les 37 Communes ont ainsi délibéré entre le 8 juin et le 11 juillet 2017. Toutes ont émis un avis favorable et pour 15 d'entre elles, sans réserve. 22 communes ont émis un avis favorable avec réserves, dont 17 avec des réserves simples consistant en des adaptations de zonage aux contextes locaux et / ou portant sur le choix du format des dispositifs de publicité muraux et scellés au sol en zone résidentielle péri-urbaine (Z5). 5 communes ont émis des réserves nécessitant un arbitrage en Comité de Pilotage.

Au titre des prises en compte, et de manière synthétique, on peut citer :

- En matière de publicité :

Toutes les adaptations de zonage aux contextes communaux sont intégrées au projet de RLPi.

Pour les communes dont une partie du territoire résidentiel se trouve couvert par un zonage péri-urbain (Z5), le choix formulé sur les formats de la publicité murale et scellée au sol figure explicitement dans le projet de RLPi.

L'intégration d'une précision rédactionnelle s'agissant de la publicité sur les palissades de chantier : Le projet de RLPi laisse libre l'implantation de la publicité sur les palissades de chantier, mais rappelle que dès lors qu'elles font l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public, chaque commune peut prévoir des mesures particulières visant à encadrer, voire interdire la publicité.

En zone de centralités et cœurs de quartier (Z3), considérant que ces secteurs accueillent des commerces de proximité qui utilisent entre autre des chevalets pour se signaler, il a été jugé opportun d'autoriser ces dispositifs, au plus près de l'établissement qu'ils signalent, sous réserve de l'obtention d'une autorisation de voirie, en les limitant en nombre, et en taille. Précision faite que les chevalets restent interdits en zone patrimoniale (Z2) et dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Toulouse (Z2r).

En zone d'activités économiques et commerciales (Z7), et dans les communes comprises dans l'unité urbaine, il a été jugé opportun de limiter la superficie de la publicité sur bâches à 8 m<sup>2</sup>.

- En matière d'enseignes :

Le projet de RLPi intègre une disposition selon laquelle, lorsqu'elles signalent plus de 3 activités exercées sur une même unité foncière, la surface des enseignes scellées au sol, pourra être portée à 4 m<sup>2</sup>.

Le projet de RLPi propose, lorsque la configuration architecturale de la façade de l'immeuble le permet, que plusieurs enseignes puissent être autorisées sur justification du demandeur.

En matière d'enseigne lumineuse, le RLPi prévoit une disposition qui permettra lors de l'instruction de l'autorisation, de veiller à ce que l'intensité lumineuse soit réduite afin de limiter ses nuisances visuelles.

En revanche, certaines demandes des communes, après arbitrage, n'ont pu être prises en compte parce qu'elles contreviennent aux objectifs et aux orientations du RLPi. Les principaux sujets concernent :

- L'interdiction de la publicité numérique et/ou des enseignes numériques sur tout le territoire communal : Une telle disposition aussi générale n'est pas compatible avec les orientations du RLPi qui préconisent d'encadrer le numérique (Et non de l'interdire) et contreviendrait à l'objectif d'harmonisation de la réglementation locale sur le territoire métropolitain.

- L'interdiction des enseignes en toiture en zones d'activités économiques : ici encore, une telle disposition viendrait en contradiction avec les orientations du RLPi qui ne préconisent pas une interdiction générale, mais en tenant compte des caractéristiques urbaines des secteurs concernés. Ainsi, le projet de RLPi propose que les enseignes en toiture soient interdites partout, sauf en zone 7 où la hauteur des lettres découpées ne doit pas dépasser 3 mètres et en Z8 (Zone aéroportuaire) 6 mètres.
- La demande de réduction en zone d'activités économiques (Z7) aux abords des carrefours à sens giratoires du rayon d'interdiction des dispositifs publicitaires pour le porter à 20 mètres au lieu de 30 mètres. Cette mesure n'a pas été jugée opportune au regard de l'objectif d'amélioration de l'environnement et de la qualité du cadre de vie dans ces secteurs d'activités.
- Enfin, la réduction du format des enseignes scellées au sol dans certaines zones n'est pas parue opportune au regard des caractéristiques des zones en question et de l'absence de cohérence qui en aurait résulté.

Les principales dispositions réglementaires et de zonage ont reçu un accueil favorable de la part des communes membres.

### **1.2 - Partenariat avec les Personnes Publiques Associées (PPA) et Consultées :**

Le Code de l'urbanisme et le Code de l'environnement définissent le partenariat à mettre en œuvre en précisant les modalités (Association, consultation, demande d'avis...) et les personnes ou organismes concernés. Ce partenariat est détaillé dans la délibération de prescription du RLPi. Les Personnes Publiques Associées (PPA) ont été associées à l'élaboration du RLPi. Les Personnes Publiques Consultées également, dès lors qu'elles en ont fait la demande.

Le « Porter à connaissance » de l'État a été transmis par Monsieur le Préfet le 29 février 2016. Il a été mis à disposition du public et pris en compte dans l'élaboration du RLPi.

Tous les partenaires ont reçu des informations et des documents tout au long de la procédure pour leur laisser la possibilité d'alimenter le diagnostic et de participer à la construction du projet de RLPi.

C'est ainsi qu'un premier document « Diagnostic », construit en étroite collaboration avec les communes, a été adressé aux différents partenaires le 8 juin 2016 afin de recueillir leurs observations.

Le projet de règlement et de zonage a également été transmis dans leurs différentes phases d'évolution (En décembre 2016 et en mai 2017).

Des réunions de travail ont rythmé l'élaboration du RLPi aux étapes clés du processus :

- 2 réunions avec les PPA, dont l'une en phase de diagnostic (Le 22 juin 2016) et une, en phase réglementaire (16 décembre 2016) ;
- 2 réunions avec les PPC (Communes et intercommunalités limitrophes) à l'occasion des mêmes étapes (27 septembre 2016 et 10 janvier 2017) ;
- 1 réunion commune PPA et PPC le 3 mai 2017 pour partager les principales dispositions réglementaires et de zonage du futur RLPi.

Cette collaboration a été renforcée avec certaines Personnes Publiques Associées par des échanges et des réunions complémentaires avec les services de l'État, notamment la DDT 31, la DREAL et l'ABF.

En outre, les chambres consulaires (Chambre de commerce et d'industrie de Toulouse et chambre des métiers et de l'artisanat de la Haute-Garonne) ont été conviées à participer aux 3 ateliers qui se sont tenus sur le RLPi avec les acteurs socio-professionnels et les représentants associatifs, aux étapes clés du projet : En phase de diagnostic (le 29 juin 2016) et en phase réglementaires (les 13 décembre 2016 et 5 mai 2017).

## **2. Présentation synthétique du dossier de RLPi soumis à l'arrêt**

Le projet de RLPi est constitué du rapport de présentation, du règlement et des annexes.

## 2.1 - Rapport de présentation :

Il s'appuie sur un diagnostic, définit les objectifs et les orientations en terme d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement, explique les choix, les motifs de délimitation des zonages et les règles retenues.

### Le diagnostic :

Il a été réalisé sur le territoire de la Métropole au printemps 2016 et a fait l'objet de trois types d'analyse :

- En premier lieu, **une analyse urbaine et paysagère du territoire** a permis d'identifier des enjeux en matière de publicité et d'enseigne.
- En second lieu, **l'aspect réglementaire** a été étudié sous l'angle de la réglementation nationale applicable sur le territoire métropolitain, mais aussi de l'expertise des 26 règlements locaux de publicité (RLP) communaux existants.
- Enfin, **une analyse de terrain quantitative** (exhaustive sur les axes principaux) **et qualitative de la situation de la publicité extérieure sur le territoire de la Métropole** a été effectuée.

Les conclusions du diagnostic ont permis de définir 10 orientations pour le RLPi.

### Les orientations :

Elles ont fait l'objet d'un débat dans chaque Conseil Municipal des 37 communes membres à l'automne 2016, puis en Conseil de la Métropole le 15 décembre 2016.

### En matière de publicité :

1. Maintenir et généraliser la préservation des lieux remarquables. Protéger les centre-ville.
2. Supprimer la publicité dans les zones naturelles situées en secteur aggloméré
3. Harmoniser les dispositifs existants en fixant le format publicitaire maximum à 8 m<sup>2</sup>
4. Assurer une meilleure insertion paysagère des dispositifs publicitaires
5. Garantir la qualité des matériels employés
6. Encadrer les publicités numériques

### En matière d'enseignes :

7. Réduire l'impact des enseignes scellées au sol
8. Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centre ville et mieux les encadrer dans les pôles commerciaux.
9. Interdire les enseignes en toiture en tenant compte des caractéristiques urbaines des secteurs concernés
10. Encadrer le développement des enseignes numériques

Au regard de la formulation des objectifs, ces orientations ont constitué le socle commun à partir duquel ont été travaillées les propositions réglementaires et de zonage qui sont justifiées dans la partie « Explication des choix » du rapport de présentation.

## 2.2 - Règlement et zonage :

Le règlement s'organise en deux parties, la première définissant des règles communes applicables quel que soit le lieu d'implantation du dispositif visé, et la seconde, des règles spécifiques applicables à ces dispositifs en fonction des zones instituées par le RLPi où ils sont implantés.

**Les règles communes** à toutes les zones visent à répondre à certains objectifs du RLPi :

- Garantir l'insertion des dispositifs dans leur environnement par des prescriptions en matière de publicité et en matière d'enseignes. A ce titre, on peut citer à titre d'exemple, l'interdiction de la publicité d'une surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> (A l'exclusion des colonnes porte-affiches qui restent autorisées) aux abords des carrefours à sens giratoire dans un rayon de 50 mètres (Rayon ramené à 30 mètres en zone 7) et à certaines intersections identifiées sur une liste figurant en annexe

du projet de RLPi ; L'interdiction de la publicité scellée au sol (A l'exclusion des mobiliers urbains supportant de la publicité) aux abords du tramway dans une bande de 30 mètres, l'interdiction de la publicité sur les clôtures. En matière d'enseigne, il s'agira d'interdire les enseignes sur les arbres, de réglementer les enseignes temporaires, ou encore, d'interdire les enseignes d'une surface supérieure à 1 m<sup>2</sup> sur les clôtures.

- Garantir la qualité des dispositifs publicitaires en prévoyant des prescriptions en matière d'habillage du dos des dispositifs scellés au sol ou s'agissant des accessoires de sécurité qui doivent être amovibles et non visibles de la voie publique ; en imposant un pied unique pour les dispositifs scellés au sol...
- Réduire la facture énergétique en introduisant une obligation d'extinction nocturne de 23 heures à 7 heures pour la publicité et les enseignes lumineuses et veiller à ce que l'intensité lumineuse des dispositifs ne soit pas préjudiciable au cadre de vie.

#### **Le zonage et les règles spécifiques à chacune des zones :**

Dès lors que la publicité n'est admise qu'en agglomération et interdite hors agglomération, le zonage de la publicité du RLPi couvre uniquement la partie agglomérée du territoire. Les enseignes échappent à cette distinction, de sorte que le projet de RLPi fixe des règles applicables aux enseignes hors agglomération.

Le zonage reprend les différentes typologies de lieux présentes sur le territoire de Toulouse Métropole et identifiées dans le diagnostic.

Il établit 8 types de zones sur le territoire aggloméré de Toulouse Métropole et un périmètre hors agglomération situé à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et qui concerne la commune de Flourens.

Le règlement est articulé en deux parties : L'une consacrée au régime de la publicité et des préenseignes, l'autre à celui des enseignes, étant précisé que les pré-enseignes ne font pas l'objet d'un traitement particulier puisque, conformément au code de l'environnement, elles sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Les règles obéissent à un principe de degré de sévérité dégressive depuis la zone 1 (Espaces de nature) qui recouvre des secteurs qui doivent bénéficier d'une protection renforcée et donc, où les règles sont les plus sévères, jusqu'à la zone 7 (Zones d'activités et/ou commerciales) où les règles sont plus permissives, tout en restant plus contraignantes que la réglementation nationale. La zone 8 (Zone aéroportuaire) renvoie quant à elle, à la réglementation nationale, tant en matière de publicité que d'enseignes.

Le projet de RLPi prévoit 5 zones thématiques et 3 zones résidentielles en fonction des caractéristiques des communes :

#### Les zones thématiques :

**-Zone 1 : Les espaces de nature.** Ils ont tous en commun d'être particulièrement sensibles à la présence publicitaire. Ils regroupent les sites naturels inscrits ou classés, les espaces boisés classés, les espaces verts protégés, les zones naturelles et les zones agricoles identifiés au PLUi-H ainsi que les bases de loisirs, jardins et parcs publics.

Compte-tenu de la destination de cette zone visant à préserver les espaces naturels de la Métropole, toute forme de publicité, y compris sur mobilier urbain y est interdite. En dehors des sites classés, une exception concerne toutefois les dispositifs publicitaires installés directement sur le sol que sont les chevalets. Ils sont réglementés en nombre, en taille et ne peuvent être implantés qu'au plus près de l'établissement qu'ils signalent. En matière d'enseigne, les dispositions prises visent à en limiter l'impact dans les espaces de nature. Ainsi, les plus imposantes et les plus attentatoires au paysage sont interdites comme les enseignes en toiture ou les enseignes numériques. Les enseignes scellées au sol sont limitées à 2 m<sup>2</sup>.

**- Zone 2 et zone 2 renforcée (Z2R) de patrimoine bâti :** Ces zones traduisent une des orientations majeures du RLPi, à savoir la protection du patrimoine bâti de la Métropole. La zone Z2 est constituée des abords des monuments historiques (Classés ou inscrits) dans un rayon de 500 mètres. La zone 2 renforcée (Z2R) recouvre le périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Toulouse.

L'objectif de préservation des édifices présentant des qualités architecturales, ainsi que leurs abords conduit à l'adoption de mesures d'implantation restrictives de la publicité. En zone 2, quatre catégories de publicité sont admises à l'exclusion de toute autre : La publicité sur mobilier urbain est admise sous réserve qu'elle ne dépasse pas une surface dédiée à l'affiche de 8 m<sup>2</sup> et lorsque ces mobiliers peuvent supporter de la publicité numérique, le format est ramené à 2 m<sup>2</sup>. Une deuxième catégorie profite à un type particulier de publicité installée directement sur le sol : les porte-menus des établissements de restauration. Ils ont une surface très limitée (0,25 m<sup>2</sup>) et leur implantation est conditionnée par l'existence ou non d'une terrasse où s'exerce l'activité. Une troisième catégorie concerne la publicité de petit format apposée sur les baies commerciales dont la surface est limitée de manière à ne pas surcharger les baies. Enfin, une dernière catégorie profite à la publicité sur les bâches d'échafaudage qui permet de faire participer les annonceurs publicitaires au financement de travaux de restauration. Le projet de RLPi permet son implantation dans les conditions de la réglementation nationale. En Zone 2 R, compte tenu de l'ambition de la ville de Toulouse de voir reconnaître son classement au patrimoine mondial de l'UNESCO, le Site Patrimonial Remarquable (SPR) est considéré comme un des éléments majeurs de sa candidature et le RLPi doit renforcer les outils de protection et de mise en valeur de ce patrimoine. Cet objectif se traduit, au-delà des dispositions de la zone 2, par des mesures plus strictes comme l'interdiction de la publicité de petit format, la réduction du format de la publicité sur mobilier urbain (2 m<sup>2</sup>), l'interdiction de la publicité numérique et une règle d'interdistance de 50 mètres imposée entre les mobiliers urbains qui accueillent à la fois de la publicité et des informations institutionnelles afin de limiter l'encombrement de ces dispositifs sur l'espace public. En matière d'enseigne, les dispositions applicables en zone 2 sont identiques à celles prévues en zone 1. En revanche, la zone 2 R se voit appliquer des mesures d'intégration plus contraignantes de nature à renforcer l'insertion des dispositifs dans leur environnement architectural. A titre d'exemple, les enseignes perpendiculaires sont interdites sur certains lieux comme les zones piétonnes et les aires de rencontre dont la liste figure en annexe du projet de RLPi.

- **Zone 3 : Les centralités.** Cette zone regroupe les centres bourgs, les centres commerciaux de proximité, les cœurs de quartiers de la Ville de Toulouse. Un des objectifs du RLPi est d'assurer la protection des centres-villes. Ce zonage dédié permet de proposer un régime spécifique pour la publicité dans ces secteurs d'animation qui bénéficient aussi pour certains de qualité architecturale. Ils ont donc vocation à recevoir de la publicité, mais de manière raisonnée.

Par conséquent, en comparaison avec les dispositions de la zone 2, les règles de la zone 3 sont donc un peu plus souples. C'est ainsi que les préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles sont admises et encadrées. En outre, les chevalets, y compris les porte-menus peuvent être autorisés aux abords des établissements commerciaux. En matière d'enseigne, parce qu'elles sont adaptées à la destination des lieux couverts par la zone 3, les règles d'implantation sont les mêmes que celles de la zone 2.

- **Zone 7 : Les zones d'activités économiques et/ou commerciales.** Cette zone est constituée par les zones d'activités dont les zones commerciales en agglomération et recouvre le périmètre hors agglomération à vocation uniquement commerciale situé sur la commune de Flourens. Ces secteurs recouvrent des domaines d'activité variés mais du point de vue de la publicité et des enseignes, elles ne nécessitent pas un traitement distinct en fonction de leur destination. Ce zonage dédié répond à l'objectif du RLPi de mieux encadrer la publicité et les enseignes dans ces secteurs. Toutefois, la vocation de cette zone fait de la publicité un élément d'animation des lieux conduisant à ce qu'elle soit soumise à des prescriptions plus permissives que dans les autres zones. Les dispositions adoptées tiennent compte du fait que certaines communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Toulouse sont couvertes en partie par la zone 7. Il convient donc d'appliquer un régime distinct à ces communes : interdiction de la publicité scellée au sol, surface de la publicité murale limitée à 4 m<sup>2</sup>. Sont ainsi reprises des dispositions de la réglementation nationale avec toutefois l'adoption d'une règle de densité plus restrictive. Dans les communes comprises dans l'unité urbaine de Toulouse, la surface de la publicité est limitée à 8 m<sup>2</sup> qu'elle soit murale, scellée au sol, numérique, sur bâche ou sur mobilier urbain. La règle de densité, moins contraignante que dans les précédentes zones, l'est cependant plus que la règle nationale afin de limiter les nuisances visuelles attachées à une présence top marquée des dispositifs publicitaires. S'agissant des enseignes, les dispositions adoptées tiennent compte de la destination de la zone.

Les enseignes en toiture sont désormais autorisées sous réserve que la hauteur des lettres ne dépasse pas 3 mètres. Les enseignes scellées au sol ne doivent pas dépasser une surface de 6 m<sup>2</sup> et avoir des proportions figurant un totem pour une meilleure intégration. Les enseignes numériques, procédé d'animation des zones commerciales et/ou d'activités sont autorisées sous réserve de ne pas dépasser 6 m<sup>2</sup> lorsqu'elles sont scellées au sol et 8 m<sup>2</sup> lorsqu'elles sont murales.

**- Zone 8 : L'emprise aéroportuaire Toulouse-Blagnac.** Cette zone est constituée par l'emprise des bâtiments et parkings de l'Aéroport de Toulouse-Blagnac situé en agglomération. L'importance de l'activité commerciale et la fréquentation particulièrement intense de l'aéroport justifie un zonage spécifique et un régime de la publicité et des enseignes dédié.

Les publicités implantées dans l'emprise de l'aéroport ne peuvent prétendre au régime dérogatoire particulièrement permissif prévu par la réglementation nationale dès lors que cet équipement, bien qu'accueillant plus de 8 millions de passagers annuels, est situé en agglomération. Toutefois, le projet de RLPi a tenu compte de ces particularités en soumettant la publicité à un régime plus souple que les autres zones, à savoir, à celui de la réglementation nationale non dérogatoire en matière de surface (12 m<sup>2</sup>) pour la publicité murale, scellée au sol ou sur mobilier urbain et 8 m<sup>2</sup> pour la publicité numérique. Étant précisé que les bâches publicitaires y sont également autorisées. Dans le même esprit, les enseignes, quel que soit leur procédé d'implantation, sont soumises aux prescriptions de la réglementation nationale.

Les zones résidentielles en fonction des caractéristiques des communes :

Au delà des cinq catégories de zones thématiques, et afin de soumettre la publicité à des règles plus restrictives que la réglementation nationale sur l'ensemble du territoire aggloméré de la Métropole, le RLPi a fait le choix de couvrir d'un zonage les territoires agglomérés restants. Ces entités urbaines recouvrent des quartiers résidentiels de la Métropole dont les formes urbaines sont variées (Pavillonnaire, habitat collectif...). Le projet de RLPi ne traite pas ces zones de manière uniforme, mais recherche une harmonisation des régimes en fonction de leurs caractéristiques conformément à l'objectif assigné dans la délibération de prescription. Pour ce faire, le projet de RLPi identifie trois catégories de zones. Il convient de préciser que certaines communes ont souhaité qu'une partie de leur territoire situé en zone résidentielle puisse relever de deux zonages, au regard de leurs caractéristiques. Ces cas particuliers concernent 5 communes.

**- Zone 4 : Les zones résidentielles des communes à ambiance rurale.** Cette zone est constituée des quartiers résidentiels des communes à ambiance rurale. Y figurent les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie de l'unité urbaine de Toulouse ainsi que celles faisant partie de l'unité urbaine de Toulouse qui comportent moins de 10 000 habitants et qui présentent des caractéristiques urbaines comparables. Sont concernées les communes qui sont globalement situées en seconde couronne de la Métropole. Cette zone concerne 17 communes.

Les procédés publicitaires particuliers (Chevalets, porte-menus, publicité de petit format) peuvent être autorisés dans cette zone au regard de l'objectif de protection du cadre de vie. La publicité murale est désormais admise, à l'exclusion de la publicité scellée au sol, dans la limite d'une surface de 4 m<sup>2</sup>. Une règle de densité beaucoup plus restrictive que la règle nationale est instituée visant à limiter drastiquement la publicité dans les quartiers résidentiels dont la vocation n'est pas d'y accueillir de la publicité. Ainsi, les unités foncières doivent avoir un linéaire de façade sur les voies ouvertes à la circulation publique d'au moins 40 mètres. En deçà, aucune publicité n'est admise. Dans cet esprit, la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 m<sup>2</sup> et la publicité numérique, ainsi que que la publicité sur bâches, y compris sur échafaudage, sont interdites. En matière d'enseignes, les dispositifs en toiture, de même que les numériques sont interdits. Les règles d'implantation des enseignes murales reprennent celles des zones 1, 2 et 3 car elles paraissent adaptées aux caractéristiques des lieux considérés.

Une différence concerne toutefois les enseignes scellées au sol dont la surface est portée à 6 m<sup>2</sup> conformément à la réglementation nationale qui s'applique dans les communes de moins de 10 000 habitants.

- **Zone 5 : Les zones résidentielles des communes à ambiance péri-urbaine.** Cette zone est constituée des quartiers résidentiels des communes à ambiance péri-urbaine. Ces communes accueillent une densité urbaine plus forte et sont globalement situées en première couronne de la Métropole. Cette zone concerne 12 communes.

L'urbanisation de la zone 5 étant plus dense que celle de la zone 4, les règles en matière d'implantation publicitaire y sont un peu plus permissives. Ainsi, la publicité murale et scellée au sol y est admise, mais de manière raisonnée, par application de la même règle de densité que la zone 4. Dès lors qu'il s'agit d'une zone intermédiaire entre la zone 4 et la zone 6, les communes concernées ont souhaité faire un choix en matière de surface maximale de la publicité murale (4 m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup>) et de publicité scellée au sol (4 m<sup>2</sup> ou 8 m<sup>2</sup>). La liste des communes ayant fait ces différents choix figure en annexe du projet de RLPi. La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface maximale de 8 m<sup>2</sup> et si elle est numérique, elle n'est admise que sur mobilier urbain sous réserve de ne pas dépasser 2 m<sup>2</sup>. La publicité sur bâches d'échafaudage est admise dans les conditions fixées par la réglementation nationale, mais les bâches publicitaires restent interdites. S'agissant des enseignes, les règles applicables sont quasiment identiques à celles instituées en zone 4, considérant qu'elles sont adaptées au secteur résidentiel péri-urbain. Toutefois, les enseignes numériques, lorsqu'elles sont murales, sont admises au format de 2 m<sup>2</sup>, tandis que l'enseigne scellée au sol demeure interdite.

- **Zone 6 : Les zones résidentielles des communes à ambiance urbaine.** Cette zone est constituée des quartiers résidentiels des communes à ambiance urbaine, situées au cœur de la Métropole et accueillant une forte densité urbaine. Cette zone concerne 3 communes.

Les formes urbaines plus denses permettent d'accueillir des dispositifs dans des conditions qui ne portent pas atteinte au cadre de vie des habitants. C'est pourquoi la surface maximale de la publicité y est portée à 8 m<sup>2</sup>, qu'elle soit murale, scellée au sol, sur mobilier urbain ou numérique. La règle de densité, plus tolérante que celle de la zone 5 est toutefois plus restrictive que la règle nationale. Les bâches publicitaires autre que sur échafaudage peuvent être autorisées dans les conditions fixées par la réglementation nationale. En matière d'enseignes, la configuration des lieux autorise l'implantation d'enseignes scellées au sol d'une surface de 6 m<sup>2</sup> avec la même exigence de proportions que dans les autres zones. Les enseignes en toiture demeurent interdites, alors que les enseignes numériques sont admises dès lors que leur surface n'excède pas 2 m<sup>2</sup> et qu'elles sont murales.

Globalement, le projet de RLPi s'avère plutôt strict sur la publicité au motif principal de la protection du patrimoine qu'il soit naturel, paysager, architectural, urbain et de la préservation du cadre de vie résidentiel. Il se révèle plutôt souple sur les enseignes pour lesquelles il s'agit surtout de veiller à une bonne insertion aux façades, à l'architecture des bâtiments, aux sites, mais aussi de mieux encadrer les dispositifs les plus impactants sur le paysage urbain comme les enseignes scellées au sol et les enseignes numériques.

### 2.3 - Annexes :

Les annexes du projet de RLPi comprennent :

- Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération
- La carte de la zone agglomérée
- L'analyse des différents RLP communaux
- Les cartes de zonage communales
- Les entretiens communaux
- La liste des intersections où la servitude de reculement des dispositifs publicitaires scellés au sol de plus de 2 m<sup>2</sup> s'applique
- La liste des zones piétonnes et des aires de rencontre où s'appliquent des dispositions particulières en matière d'enseigne dans la zone de patrimoine bâti 2 R
- La liste des communes comprises dans les différentes zones
- La liste des choix des communes en matière de surface publicitaire en zone 5 (Zones résidentielles des communes à ambiance péri-urbaine)
- Le tableau de synthèse des règles applicables (Réglementation nationale et RLPi)
- Les abréviations et le lexique

### 3. Étapes de la procédure

#### 3.1 - Transmission pour avis du projet de RLPi arrêté

Le projet de RLPi arrêté sera transmis pour avis à l'État, aux autres personnes publiques associées à son élaboration (Conseil Régional Occitanie, Conseil Départemental de la Haute-Garonne, Chambre du Commerce et de l'Industrie de Toulouse, Chambre des métiers et de l'artisanat de la Haute-Garonne, chambre d'agriculture, autorité organisatrice des transports urbains, au syndicat mixte d'études de l'agglomération Toulousaine (SMEAT) chargé du SCOT), aux communes et intercommunalités limitrophes.

En application de l'article L 153-15 du code de l'urbanisme, le projet arrêté sera soumis pour avis aux conseils municipaux des communes membres.

Le projet de RLPi est également soumis pour avis à la Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysages et de sites (CDNPS) en application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement.

#### 3.2 - Modalités de consultation du dossier « Projet de RLPi arrêté »

Le dossier « Projet de RLPi arrêté » sera consultable en version papier auprès du domaine de la planification et de la programmation de la Délégation à l'aménagement, Direction Générale Déléguée aux Espaces Publics de Toulouse Métropole et en version numérique sur le site de Toulouse Métropole.

#### 3.3 - Enquête publique et approbation

Le projet de RLPi sera ensuite soumis à enquête publique. A l'issue de cette enquête, conformément à la délibération de prescription, il sera demandé à chaque Commune de délibérer pour avis sur la prise en compte par Toulouse Métropole des éventuelles réserves et recommandations de la commission d'enquête et sur le projet de RLPi prêt à être soumis à approbation. Le dossier, éventuellement modifié pour prendre en compte les avis et les recommandations de la Commission d'Enquête, sera présenté au Conseil de la Métropole pour approbation, à la suite de quoi il sera tenu à disposition du public.

#### 3.4 - Application du RLPi

Lorsque le RLPi approuvé sera entré en vigueur après l'accomplissement des formalités de publicité requises, il se substituera aux 26 règlements locaux de publicité existants. Les dispositifs publicitaires installés antérieurement et qui ne respectent pas ses prescriptions disposeront d'un délai de 2 ans pour s'y conformer. Les enseignes non conformes disposeront quant à elles d'un délai de mise en conformité de 6 ans.

## Décision

---

Le Conseil de la Métropole,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de l'environnement, et notamment, les articles L 581-1 et suivants, L 581-14-1 et suivants,

Vu le Code de l'Urbanisme, et notamment ses articles L 153-14 et suivants,

Vu les 26 règlements locaux de publicité actuellement en vigueur sur le territoire métropolitain,

Vu la délibération du Conseil de la Métropole du 9 avril 2015 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Toulouse Métropole, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de collaboration avec les Communes membres ainsi que les modalités de la concertation auprès du public,

Vu les délibérations des Conseils Municipaux des Communes membres de la Métropole, portant débat sur les orientations du RLPi,

Vu la délibération du Conseil de la Métropole en date du 15 décembre 2016 débattant des orientations du RLPi,

Vu les délibérations des Conseils Municipaux des Communes membres prises entre le 8 juin 2017 et le 11 juillet 2017 portant avis sur les principales dispositions du projet de règlement et de zonage avant l'arrêt du projet de RLPi,

Vu l'avis de la Commission Urbanisme et Projets Urbains en date du 12 septembre 2017,

Vu la Conférence Métropolitaine du 22 septembre 2017,  
 Vu la délibération en date du 3 octobre 2017 arrêtant le bilan de la concertation de la procédure d'élaboration du RLPi,  
 Vu le projet de RLPi annexé à la présente délibération prêt à être arrêté,  
 Considérant les objectifs poursuivis par Toulouse Métropole dans le cadre de l'élaboration du RLPi,  
 Considérant que les travaux de co-construction avec les communes et les différents partenaires ainsi que la concertation menée auprès du public ont permis d'élaborer un RLPi qui répond aux objectifs assignés en conciliant protection du cadre de vie et liberté d'expression ;  
 Considérant que le projet de RLPi va permettre de préserver l'attractivité de la Métropole tout en limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie et le paysage, d'harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités des communes au vu, notamment, des acquis des 26 règlements locaux existants, mais aussi d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire métropolitain et de la renforcer,  
 Entendu l'exposé de Monsieur le Président, après en avoir délibéré,  
 Décide :

**Article 1**

D'arrêter le projet de RLPi de Toulouse Métropole tel qu'annexé à la présente délibération.

**Article 2**

De soumettre pour avis le projet de RLPi arrêté aux Communes membres conformément à l'article L153-15 du Code de l'Urbanisme, aux Personnes Publiques Associées et Consultées, ainsi qu'à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des sites (CDNPS), conformément à l'article L 581-14-1 du Code de l'environnement.

**Article 3**

De mettre à disposition du public le dossier projet de RLPi arrêté sur le site de Toulouse Métropole.

**Article 4**

D'autoriser Monsieur le Président de Toulouse Métropole à prendre tous les actes nécessaires à la poursuite du projet d'élaboration du RLPi de Toulouse Métropole.

**Article 5**

D'informer que la présente délibération sera affichée pendant un mois au siège de Toulouse Métropole et dans les mairies des communes membres concernées conformément à l'article R153-3 du Code de l'Urbanisme.

**Article 6**

De rappeler que la présente délibération sera adressée à Monsieur le Préfet de la Haute-Garonne et publiée au recueil des actes administratifs de Toulouse Métropole.

**Résultat du vote :**

Pour	132
Contre	0
Abstentions	0
Non participation au vote	0

Publiée par affichage le **11 OCT. 2017**

Reçue à la Préfecture le **11 OCT. 2017**

Ainsi fait et délibéré les jour, mois et an que dessus,  
 Au registre sont les signatures,  
 Pour extrait conforme,  
 Le Président,

*Jean-Luc Moudenc*



Jean-Luc MOUDENC