



Règlement Local de Publicité Intercommunal du Grand Albigeois

BILAN DE LA CONCERTATION



SOMMAIRE

Préambule	3
I. Mieux appréhender le contexte général d'élaboration du RLPi.....	4
a. Elaborer un RLPi en cohérence avec les autres outils mis en œuvre au sein de l'agglomération albigeoise.....	4
b. Un RLP intercommunal pour harmoniser les règles à l'échelle de la communauté d'agglomération de l'Albigeois.....	4
c. Quelles modalités de concertation pour ce projet ?.....	7
II. Les outils de la concertation mobilisés	7
a. Les moyens d'information.....	7
b. Les moyens d'expression.....	9
III. Le bilan des modalités de concertation	12
a. Les observations inscrites dans les registres papiers et électroniques, ainsi que les courriers reçus.....	12
b. Réunion publique du 20 juin 2019	12
c. Les comités techniques avec les acteurs économiques	12
Bilan.....	14
Annexes.....	15

Préambule

En application de la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) du 12 juillet 2010, la communauté d'agglomération, compétente en matière de Plan Local d'urbanisme (PLU), a prescrit par délibération du Conseil communautaire du 27 mars 2017, 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 pré enseignes 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.

Ce document visera à répartir de façon harmonieuse l'ensemble des dispositifs publicitaires sur l'agglomération et aux portes des zones urbanisées tout en respectant le patrimoine architectural, paysager et environnemental (en cohérence avec le plan de sauvegarde et de mise en valeur d'Albi et le plan paysage de l'Agglomération).

La procédure d'élaboration d'un RLPi suit les mêmes étapes que la procédure d'élaboration ou de révision d'un PLU(i).

Ainsi, conformément à l'article L103-3 du code de l'urbanisme, une concertation publique doit avoir lieu durant toute la durée de l'élaboration d'un RLPi.

La concertation publique est une démarche qui vise à associer la population à une prise de décision publique. Elle doit donc permettre au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables, et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'agglomération.

Elle doit alors associer pendant la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

En ce qui concerne le domaine de la publicité extérieure, les personnes concernées sont notamment les commerçants, les enseignistes et les sociétés d'affichage.

Ainsi, le présent document a pour but de faire état de l'ensemble des modalités de concertation qui ont été mises en place durant toute la période d'élaboration du RLPi du Grand albigeois.

I. Mieux appréhender le contexte général d'élaboration du RLPi

a. Elaborer un RLPi en cohérence avec les autres outils mis en œuvre au sein de l'agglomération albigeoise

L'Agglomération albigeoise s'est dotée en termes d'aménagement du territoire d'outils compétitifs, exigeants et innovants. Ainsi après le SCOT, le PDU et le PLH, mais également le PLUI en cours d'élaboration, c'est dans une démarche tout à fait volontariste que le Grand Albigeois s'est lancé dans l'élaboration d'un Plan Paysage.

De plus, le paysage apparaît comme une ressource et un levier pour le développement local. En ce sens, le Plan Paysage est un outil de valorisation du paysage, au service des élus et des habitants pour renforcer l'attractivité du territoire et améliorer leur cadre de vie.

Le travail réalisé lors de la conception du Plan Paysages a montré la forte implication des élus et leur attachement à prendre en compte la dimension paysagère dans les projets d'aménagement du territoire.

Le SCOT aujourd'hui approuvé et le PLUI arrêté ont mis en lumière la pertinence à traiter de cette question à l'échelle intercommunale et de pouvoir intervenir sur de grandes échelles de paysages qui dépassent le niveau communal.

Le PLUI s'est attaché à traduire le Plan Paysages dans son Projet d'Aménagement et de Développement Durable. En effet, le PADD fixe diverses orientations comme « Préserver et mettre en valeur les paysages du Grand Albigeois », « Préserver et mettre en valeur les espaces naturels et espaces de nature » ou encore « Conforter et améliorer l'attractivité et le rayonnement de l'agglomération ».

Afin de préserver les paysages, les espaces naturels et conforter l'attractivité et le rayonnement de l'agglomération albigeoise, la collectivité s'est engagée à traduire un certains nombres d'orientations dans le projet de PLUI comme par exemple mettre en valeur le petit patrimoine bâti et paysager, reconquérir la rivière Tarn, préserver l'écrin de la cité épiscopale et la silhouette des bourgs, préserver les principales caractéristiques des entités paysagères, revaloriser les entrées de ville et entrées dans la ville par une recherche d'équilibre entre qualité architecturale, paysagère et viabilité des activités, élaborer un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) portant une cohérence d'ensemble sur le territoire de l'Agglomération ...

Le projet de RLPi faisait donc partie des objectifs du processus d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunal, et s'inscrit dans le cadre de la démarche de mise en valeur du territoire tout comme l'a porté le Plan Paysages.

b. Un RLP intercommunal pour harmoniser les règles à l'échelle de la communauté d'agglomération de l'Albigeois

A ce jour, trois communes sur 16 sont dotées d'un RLP : Albi, Le Séquestre et Lescure d'Albigeois possèdent leur propre règlement. La ville d'Albi était dotée d'un RLP depuis déjà vingt ans lorsqu'elle a décidé en 2006 de le réviser. Cinq zones de publicité restreinte ont été créées afin de diminuer le nombre et la densité des panneaux publicitaires.

Suite à l'approbation du RLP d'Albi, un bilan a été tiré dès que le délai de mise en conformité a été écoulé : 55% de surface publicitaire en moins sur le territoire de la ville d'Albi.



Figure 1 : Avant / Après Route de Cordes - Albi

De plus, la ville d'Albi a engagé depuis plusieurs années une politique volontariste de mise en valeur et de requalification de ses espaces publics. Souhaitant poursuivre cette démarche, une charte de qualité urbaine a été créée afin de guider les intervenants dans leurs actions sur les façades commerciales du secteur sauvegardé d'Albi (création, réfection des devantures, enseignes) et ainsi concourir à l'attractivité touristique et commerciale. En outre, le traitement de la façade commerciale doit alors concilier la liberté d'expression du commerce et la nécessité de conserver et de mettre en



Figure 2 : Avant / Après Rue Sainte-Cécile – Albi

valeur le patrimoine architectural et urbain.

Ce bilan positif a alors incité la commune du Séquestre à se doter d'un Règlement Local de Publicité en 2011. Deux zones de publicités autorisées ont été créées le long de la rocade et une zone de publicité restreinte recouvre le reste de la commune.

Le bilan est également très positif. Cependant, la commune du Séquestre se retrouve aujourd'hui confrontée à des problématiques d'enseignes numériques.



Figure 3 : Avant / Après Avenue des Maranes – Le Séquestre

Enfin, Lescure d'Albigeois dispose d'un RLP datant de 1998. Six zones de publicité autorisée ont été délimitées. Certaines de ces zones autorisent l'implantation de panneaux publicitaires scellés au sol de 12 m². Ce type de dispositifs est désormais interdit au sein des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants comme Lescure d'Albigeois. Ce RLP très ancien montre aujourd'hui ses limites..



Figure 4 : Etat actuel de la RN88 à Lescure d'Albigeois, envahissement de panneaux publicitaires le long de la RN 88 en entrée d'Albi par le nord

Les autres communes qui composent l'agglomération albigeoise sont soumises au règlement national de publicité. Cependant, la réglementation nationale ne permet pas d'encadrer suffisamment l'installation des dispositifs et, selon les secteurs ou le contexte bâti, elle n'est pas assez stricte dans le sens où elle ne permet pas de suffisamment respecter les points de vue, les dégagements ou encore alourdit le paysage urbain et rural.

En ce qui concerne la réglementation à appliquer sur la communauté d'agglomération de l'Albigeois, le territoire est aujourd'hui soumis à deux régimes. En effet, seule la ville d'Albi dépasse les

10 000 habitants. Avec ce seuil défini par la loi, le RLPi du Grand Albigeois sur l'affichage publicitaire impactera plus fortement la ville centre alors que les autres communes dépendront de la réglementation nationale.

c. Les modalités de concertation choisies pour ce projet

La concertation ne constitue pas une étape spécifique dans le processus d'élaboration du RLPi, mais se déroule tout au long de la procédure. La mise en œuvre de la concertation peut être réalisée par le biais de différents outils comme les réunions publiques, les expositions, des ateliers...

Les modalités de concertation se doivent d'être consignées dans la délibération lors de la prescription du projet d'élaboration. Puis, lors de l'arrêt de la concertation, un bilan récapitulatif doit être tiré. C'est l'objet de ce présent document.

Ainsi par délibération du 27 mars 2017, la communauté d'agglomération de l'albigeois a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLPi), a fixé les objectifs poursuivis et à déterminer les modalités de concertation.

Il a été proposé le dispositif suivant :

- Mise à disposition d'un dossier de concertation du public dans toutes les mairies des communes membres de la communauté d'agglomération de l'Albigeois.
- Information du public par voie de presse locale et/ou dans le magazine Grand A aux étapes clés de la procédure.
- Mise en ligne sur le site internet du Grand Albigeois du suivi et de l'avancement de la procédure (site www.grandalbigeois.fr).

La concertation a été conduite sur l'ensemble de la démarche. Des outils de concertation ont été mis en œuvre et ont marqué les différentes phases de l'élaboration du RLPi. Afin de construire un projet le plus partagé possible, différents moyens d'information et d'expression ont été offerts à l'ensemble des acteurs du territoire.

II. Les outils de la concertation mobilisés

Conformément aux modalités de concertation fixées dans la délibération de prescription, plusieurs outils permettant l'information et l'expression des acteurs du territoire ont été mis en place.

a. Les moyens d'information

La communication joue un rôle essentiel dans la concertation du public. Ainsi, durant toute la durée de l'élaboration du document RLPi et notamment à ses étapes clés, l'agglomération a facilité l'accès à l'information.

La communication et la diffusion d'information, de l'agglomération vers les habitants, associations, professionnels et personnes concernées se sont effectuées par le biais de différents canaux : bulletins communaux, voie de presse et site internet.

- Les documents annexés aux registres

Des registres de concertation ont été mis à la disposition du public dans les 16 mairies de l'agglomération et au siège de la communauté d'agglomération de l'albigeois durant l'ensemble de la phase de concertation. A ce registre étaient annexés plusieurs documents comme :

- un registre d'observations ;
- la délibération de prescription ;
- un calendrier prévisionnel de la procédure.

- Le site internet

Le site internet de la communauté d'agglomération de l'albigeois a également été un support permettant la diffusion d'information auprès de la population, associations, acteurs économiques... La rubrique du RLPi a permis au plus grand nombre de prendre connaissance de l'actualité de la procédure.



Figure 5 : Visuel de la page dédiée au RLPi sur le site internet du grand albigeois

- La réunion publique

Une réunion publique s'est tenue le 20 juin 2019. Lors de cette réunion publique, une présentation du projet de RLPi a pu être faite. Ainsi, le bureau d'études en charge de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal a débuté par un exposé des objectifs à atteindre, tout en précisant les besoins et les attentes de la collectivité face à ce document. Dans un deuxième temps, la trame réglementaire (écrite et graphique) a été présentée. Puis, la réunion publique s'est clôturée par un échange avec l'assemblée.

- Les supports presse et annonces légales

Afin d'informer la population de l'avancée de la procédure, des publications dans la presse ont été effectuées à différents stades de la procédure. Une dernière annonce a été publiée le samedi 15 juin dans le quotidien la Dépêche pour annoncer la réunion publique du 20 juin avant l'arrêt du projet.



AVIS AU PUBLIC

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
INTERCOMMUNAL (RLPI) DU GRAND ALBIGOIS

Le public est informé que par délibération en date du 27 mars 2017, le conseil communautaire a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal sur le périmètre du Grand Albigeois.

La délibération portant sur cette procédure est tenue à la disposition du public au siège administratif de la Communauté d'Agglomération - Parc François Mitterrand à Saint-Juéry - aux jours et heures habituels d'ouverture.

Le président de la
communauté d'agglomération
de l'Albigeois

Philippe BONNECARRERE

AVIS AU PUBLIC

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DE L'ALBIGOIS

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPI) DU GRAND ALBIGOIS

Le public est informé que par délibération en date du 27 mars 2017, le conseil communautaire a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal sur le périmètre du Grand Albigeois.

La délibération portant sur cette procédure est tenue à la disposition du public au siège administratif de la Communauté d'Agglomération - Parc François Mitterrand à Saint-Juéry - aux jours et heures habituels d'ouverture.

Le président de la communauté d'agglomération
de l'Albigeois
Philippe BONNECARRERE

avis presse le Dépeche

- Les affichages en communes

Les différents avis au public informant notamment de la prescription du projet et la tenue de la réunion publique ont été affichés dans les 16 mairies et au siège de la communauté d'agglomération de l'albigeois.

b. Les moyens d'expression

La concertation ne consiste pas uniquement en de l'information. Elle doit également permettre d'offrir à la population la possibilité de s'exprimer. Ainsi, plusieurs moyens ont été mis à la disposition du public afin qu'il puisse formuler des observations et des propositions.

- Les registres de la concertation

Un registre de concertation et son dossier ont été mis à la disposition du public au sein des 16 communes de l'agglomération et au siège de la communauté d'agglomération de l'albigeois à Saint-Juéry. Ces 17 registres ont été ouverts le 27 mars 2017, puis clôturés le 2 juillet 2019. Les particuliers, associations et acteurs économiques ont ainsi eu la possibilité de déposer leurs remarques pendant près de deux ans et demi.

- Le site internet

Outre les registres papiers, le site internet de l'agglomération a également été un support d'expression. En effet, un espace dédié à la concertation liée à la démarche d'élaboration du RLPi du Grand Albigeois a été mis en place. La plateforme a été ouverte dès le début de la démarche de concertation puis clôturé à l'arrêt du projet, tout comme les registres papiers.

Accueil > Nos compétences > Urbanisme > Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) > Contacter le RLPi

Contacteur le RLPi

Si vous souhaitez nous faire parvenir vos remarques et autres observations concernant le RLPi... écrivez-nous!

* Champs obligatoires

Mes coordonnées

Nom *

Prénom *

Email *

Téléphone

Adresse postale

Mon message

Captcha antispam

Pour des questions de sécurité, merci de résoudre l'opération suivante : 15 + 18 *

Figure 6 : Formulaire de contact sur le site internet du Grand Albigeois

- La réunion publique

Une réunion publique a eu lieu le 20 juin à 18h à l'hôtel d'entreprise Albi Innoprod.

La réunion s'est déroulée en trois temps :

- Présentation des objectifs et orientations ;
- Présentation de la trame réglementaire écrite et graphique ;
- Temps d'échanges avec l'assemblée.

Ce temps d'échanges a été une nouvelle occasion pour le public de s'exprimer et donner son avis sur le projet de RLPi.

- Les réunions techniques et ateliers avec les professionnels

Tout au long de la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, diverses réunions techniques et ateliers ont été organisées. L'ensemble de ces réunions a permis d'enrichir le projet de RLPi tout au long du processus à partir d'une contribution active de l'ensemble des partenaires.

En effet, que ce soit avec les élus, les techniciens, les communes, les associations, les services de l'Etat ou bien encore les acteurs économiques, les réunions ont offert la possibilité à l'ensemble des participants de s'exprimer et de donner leur avis sur les différentes thématiques et questions qui leur ont été proposées.

La succession de ces rencontres ont également permis de fédérer les participants autour de ce projet et de le co-construire.

L'ensemble des comptes rendus de ces réunions sont présents en annexe de ce document.

Il est important de noter que tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, les services de la préfecture et de la DDT ont été très mobilisés. En effet, les services de l'environnement de la préfecture, le bureau juridique de la DDT, l'ABF et l'UDAP ont été à plusieurs reprises invités à participer aux groupes de travail et notamment aux rencontres avec les acteurs économiques.

Les Personnes Publiques Associées ont ainsi pu participer aux échanges et discussions qui se sont tenues dans les phases clés de la procédure d'élaboration du RLPi.

En voici le bilan dans le tableau qui suit

Etape	Réunion	Ordre du jour	Participant
Comprendre la démarche RLPi	Réunion de lancement	Présentation de la démarche, de la méthode et du calendrier prévisionnel	Elus de la communauté d'agglomération de l'Albigeois
	Comité de suivi	Présentation de la démarche, retour d'expérience du RLP d'Albi	Elus communautaires et techniciens
Déterminer les objectifs et les orientations du document	Réunion spécifique	Affichage sauvage et affichage d'opinion	Elus ville d'Albi et techniciens
	Comité technique	Présentation des éléments de diagnostic et recueils des attentes	Elus communautaires, instructeurs des RLP en vigueur sur le territoire, ABF/UDAP, service patrimoine de la ville d'Albi et référents préfecture et DDT
	Comité technique (acteurs économiques)	Présentation des éléments de diagnostic et recueils des attentes	Elus communautaires, afficheurs publicitaires et référents préfecture et DDT
	Comité technique (acteurs économiques)	Présentation des éléments de diagnostic et recueils des attentes	Elus communautaires, associations des commerçants du territoire, enseignants et référents préfecture et DDT
	Réunion technique	Point d'étape et définition des orientations stratégiques	Technicien de l'agglomération
Approfondir et préciser le règlement écrit et graphique du RLPi	Comité technique	Présentation des orientations et des grands fondements de zonage et de règlement	Elus communautaires, instructeurs des RLP en vigueur sur le territoire, ABF, service patrimoine de la ville d'Albi et référent préfecture et DDT
	Comité de suivi	Présentation des premiers principes réglementaire écrit et graphique	Elus communautaires et techniciens
	Bureau communautaire	Présentation des premiers principes réglementaire écrit et graphique	Elus communautaires
	Comité technique (acteurs économiques)	Présentation des premiers principes réglementaire écrit et graphique	Elus communautaires, afficheurs publicitaires et référents préfecture et DDT

Figure 7 : Récapitulatif des réunions et ateliers avec les professionnels

III. Le bilan des modalités de concertation

La concertation a permis d'informer les habitants, les professionnels, les associations et de recueillir leurs observations sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de la Communauté d'Agglomération de l'Albigeois.

a. Les observations inscrites dans les registres papiers et électroniques, ainsi que les courriers reçus

Les registres papiers mis à dispositions dans les 16 communes du territoire albigeois et au siège de l'agglomération n'ont fait l'objet d'aucune remarque.

Tout comme les registres papiers, le registre électronique accessible depuis le site internet de l'agglomération albigeoise n'a été le support d'aucune observation.

Cependant, un courrier a été reçu de la part de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) le 21 avril 2016. L'UPE demande en effet à ce que certaines sociétés d'affichage soient associées aux travaux d'élaboration du règlement de publicité.

Ce courrier a été annexé au registre de concertation.

b. Réunion publique du 20 juin 2019

Une réunion publique présentant le projet de RLPi de l'agglomération albigeoise s'est tenue le 20 juin 2019 à 18h. Son objectif était de recueillir les observations du public sur le projet avant son arrêt. Cette présentation a réuni une dizaine de personnes qui n'a pas formulé d'observation sur le dossier.

c. Les comités techniques avec les acteurs économiques

La concertation a permis d'informer les professionnels et les associations afin de recueillir leurs observations sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de l'agglomération albigeoise.

Ils ont été associés à deux étapes clés de la phase d'élaboration du RLPi :

- Diagnostic
- Règlement écrit et graphique

Ainsi, le 15 octobre 2018 des élus communautaires et les techniciens de l'agglomération en charge de l'élaboration du RLPi ont reçu de manière individuelle tous les afficheurs publicitaires implantés sur le territoire albigeois. Lors de ces rencontres, l'objectif était de recueillir les attentes des afficheurs concernant la démarche RLPi au regard de leur domaine d'intervention.

Différentes questions ont pu être posées à chacun d'entre eux afin d'ouvrir à la discussion :

- Comment avez-vous intégré le règlement d'Albi ? Quelles incompréhensions ou difficultés ?
- Quelles nouvelles demandes en termes de supports, de communication ou de publicité ?
- Comment est gérée la publicité promotionnelle ? Quelle stratégie ?
- Quelles sont relations contractuelles avec les propriétaires fonciers ?

Le 16 octobre 2018 s'est tenu un deuxième atelier réunissant des élus communautaires, les associations de commerçants du territoire et les enseignants afin de leur présenter les éléments de diagnostics et de recueillir leurs attentes face au projet de RLPi. En effet, l'objectif de cette rencontre était d'échanger avec les représentants des acteurs économiques albigeois afin de saisir les attendus des entreprises en matière d'enseignes dans le cadre de la réglementation à venir.

Quelques questions ont été posées pour ouvrir les échanges :

- Comment concilier l'attractivité des commerces, la qualité du paysage et du cadre de vie, la qualité d'accueil du client, comment rendre plus lisible, plus soigné, plus qualitatif? multiplicité des supports / brouhahas visuels / sécurité routière
- Comment gérer la « petite » publicité toujours plus nombreuse ? drapeaux, banderoles, promotionnelle, totem, ...
- Comment avez-vous intégré le règlement d'Albi ?
- Quelles nouvelles demandes en termes de communication / publicité ?
- Quelles sont les stratégies actuelles de communication promotionnelle ?

Une deuxième série d'atelier s'est tenue le 20 mai 2019. A cette occasion, les principes réglementaires écrits et graphique ont été exposés aux acteurs économiques du territoire albigeois. Son objectif était à nouveau de recueillir les observations des professionnels sur le projet.

Durant ces rencontres plusieurs points ont été abordés de manière récurrente à savoir :

- Le format 8m² ;
- La publicité numérique ;
- Les enseignes numériques ;
- L'équité entre l'implantation du mobilier urbain et les dispositifs publicitaires ;
- La nécessité d'avoir un règlement précis, compréhensible et réalisable.

Bilan

Pour cet exercice d'élaboration du RLPi, une démarche de concertation a été initiée à l'échelle de l'agglomération.

La consultation a eu lieu auprès du grand public, des élus et des techniciens des communes, et également auprès des partenaires professionnels.

Quatre niveaux de participation ont pu se dégager :

- une information continue avec l'outil numérique, à savoir le site internet, a facilité l'accès à l'information.
- une consultation permanente a été effectuée au travers des registres de concertation disponibles sur toutes les communes et au siège de l'Agglomération de l'Albigeois, ainsi que via le site internet.
- une présentation et un temps d'échanges avec la population lors de la réunion publique est venu renforcer le dispositif.
- de nombreuses réunions techniques et ateliers avec les professionnels, qui a permis une collaboration efficace, gage d'une bonne acceptation du règlement à venir.

Ainsi, les modalités de concertation ont été bien prises en compte et l'Agglomération peut donc considérer que la concertation relative au projet d'élaboration du RLPi de l'agglomération de l'Albigeois s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L.103-2 du Code de l'Urbanisme et aux modalités définies dans la délibération de prescription du 27 mars 2017 définissant les modalités de la concertation.

Annexes

- 0- Demande participation au RLPI - Union Pub Extérieure
- 1- CR Réunion de cadrage 07.04.17
- 2- CR_COSUI du 16.05.17_RLPi.
- 3- CR Réunion 26.09.2018 Maire d'Albi
- 4- CR Cotech n°1_instructeurs
- 5- CR Cotech n°2_afficheurs
- 6- CR Cotech n°3_commerçants
- 7- CR Réunion technique 31.01.19
- 8- CR Cotech 21.02.19
- 9- CR CoPil 14.03.19
- 10- Présentation RLPi_bureau_com_16.04.19
- 11- CR-atelier du 21.05.19 afficheurs
- 12- Présentation réunion publique du 20.06.19

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE L'ALBIGEOIS	
n° enregistrement :	2016-03364
	21 AVR. 2016
Suivi :	ACD
Information :	AN. Rose SAM. PELT



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
 Reçu en préfecture le 08/07/2019
 Affiché le 08/07/2019
 ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Monsieur le Président
 Communauté d'agglomération de l'Albigeois
 Parc François Mitterrand
 81160 SAINT JUERY

Paris, le 14 avril 2016

Objet : Participation Elaboration du Règlement de Publicité Intercommunal

Monsieur le Président,

Vous envisagez de procéder à l'élaboration d'un règlement de publicité intercommunal. En application des nouvelles dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est désormais élaboré conformément à la procédure du plan local d'urbanisme. Cette procédure prévoit notamment, en vertu de l'article L.300-2 du code de l'urbanisme, la présence obligatoire des professionnels de la publicité extérieure, en tant que « personnes concernées », pendant toute la phase d'élaboration du règlement, et ce dès le début de la procédure.

Je me permets donc de vous proposer, au nom de l'Union de la Publicité Extérieure, d'associer aux travaux d'élaboration du règlement de publicité les sociétés d'affichage suivantes, qui représenteront l'ensemble de nos adhérents :

- Monsieur Camille MALIDIN ou son représentant
Société Clear Channel France
 ZI de Fieuzal / 11, rue Dejean – BP 4 / 33522 Bruges cedex
- Monsieur Stéphane TILLARD ou son représentant
Société MPE-Avenir
 94, rue Achard – 33300 Bordeaux

Il convient de préciser que l'UPE est l'organisation représentative de la profession puisque ses adhérents locaux, régionaux et nationaux totalisent plus de 75% du chiffre d'affaires de notre secteur d'activité. Pour accomplir ses missions, l'UPE a mis en place un réseau de délégués départementaux, qui siègent notamment dans les commissions départementales de la nature, des sites et des paysages. Au niveau national, elle dispose de services compétents dans les domaines juridiques et patrimoniaux. Pour toute information relative à la réglementation de publicité, vous pouvez contacter Mme Laure SORLOT (01 47 42 16 28 ; l.sorlot@upe.fr), chargée du secrétariat général de l'UPE.

En espérant que nous apporterons une contribution utile à l'élaboration du nouveau règlement local de publicité, je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.


 Stéphane DOTTÉLONDE
 Président

Un RLPi est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal, permettant à la collectivité d'exprimer son projet en la matière. Il constitue un outil opérationnel. Le Règlement Local de Publicité Intercommunal du Grand Albigeois vise à protéger le cadre de vie des grands albigeois, à répartir de façon harmonieuse l'ensemble des dispositifs publicitaires sur l'agglomération et aux portes des zones urbanisées tout en respectant le patrimoine architectural, paysager et environnemental (en cohérence avec le plan de sauvegarde et de mise en valeur d'Albi). La réglementation du RLPi sera donc plus restrictive que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que :

- les centres villes et milieux urbanisés dense et abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération,
- les ensembles urbains ou architecturaux tels que le centre ancien de la ville centre
- les axes d'entrée de ville et/ou accueillants des zones d'activités économiques

Objectifs de l'élaboration du RLPi du Grand Albigeois :

- Mettre en application les orientations et objectifs de qualité paysagère définis dans le Plan Paysage
- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti,
- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville,
- Suivre autant que possible les réflexions engagées dans le cadre de l'élaboration du PLUI,
- Adopter des règles d'extinction nocturne des publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses,
- Adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie applicables à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et mobiliers urbains,
- Adapter les règles nationales aux caractéristiques du territoire intercommunal et la renforcer,
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité,
- Valoriser les parcours et les sites touristiques
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication,
- Associer les citoyens,

Approche méthodologique

Cinq types d'affichages ont été identifiés comme « à traiter » sur l'agglomération du Grand Albigeois

1. Publicité
2. Enseignes et pré-enseignes
3. Mobilier urbain
4. Affichage « sauvage »
5. Affichage lumineux / numérique

Ces différentes formes de publicité seront ainsi analysées sur l'ensemble de l'agglomération.

Une deuxième analyse sera faite à l'échelle de l'édifice selon la typologie suivante :

- Bâtiment « mixte » (activité et habitation) en zone urbaine
- Bâtiment d'activité en zone urbaine
- Bâtiment d'activité en zone d'activité

Cette typologie permettra de traiter différemment la publicité, enseignes et pré-enseignes selon la qualité architecturale du bâti, son usage et sa localisation. Ces analyses croisées permettront d'identifier systématiquement les enjeux selon les secteurs géographiques en vue d'un zonage, de comprendre les défaillances des règlements actuels ou les difficultés à les faire appliquer.

COPIL 1 – 16 mai 2017 à 18h

- *Présentation de la démarche de RLPI – Elément de cadrage et réglementaires*
- *Retour d'expérience – l'impact du RLP d'Albi sur la commune (cf : Bérangère BIAU et Mathilde MULLER)*
- *Présentation de la méthode et du calendrier de travail*

Questionnements

Quid de l'instruction des enseignes ?

Communes sans RLP : instruction par la préfecture sauf bâche et dispositif de dimensions exceptionnelles lié à un événement temporaire qui relève toujours de la compétence des maires.

Communes avec RLP : si l'enseigne est intégrée au projet/permis de construire = instruction ADS
Sinon instruction par les communes elles-mêmes

Les difficultés rencontrées par l'ADS / Service économie / Service voirie ?

- ➔ *Offrir la possibilité lors du premier COTECH de faire une rapide présentation de chaque service pour ensuite échanger sur les difficultés et attentes des services sur le RLPI – définir ce qui fonctionne ou ne fonctionne pas pour savoir ce que l'on souhaite ou ne souhaite en matière de règles.*

Proposer à l'ABF d'intervenir un COTECH pour nous fournir un « porter à connaissance »

- Elus référents des 6 communes concernées (Albi, Lescure, Le Séquestre, St-Juéry, Marssac s/ Tarn, Puygouzon)

Mme Murielle ROQUES-ETIENNE
Mme Laurence PUJOL
Mr Francis SALABERT
Mr Gérard POUJADE/Mr BALARDY
Mr Jean-Paul RAYNAUD/Mr SOULAT
Mme Anne-Marie ROSE
Mr Thierry DUFOUR

- Elu en charge de l'économie
Elus intéressés par la démarche de RLPI ? Communes rurales ?

Mr Robert GAUTIER

- DGA/DGS – communauté d'agglomération
- Directrice ADS – communauté d'agglomération
- Service « Economie » – communauté d'agglomération
- Service voirie - communauté d'agglomération
- Référent RLP – ville d'Albi
- Référent instruction des enseignes – ville d'Albi
- Référent mobilier urbain – ville d'Albi
- DGS Le Séquestre
- Responsable urbanisme
- Service « Mission Territoire » – communauté d'agglomération

- Bureau d'études

Mme DAMPIERRE/Mme ESTIVALS
Mme Cathy MAZEL
Mr Laurent TANTOT / Mr Angel CONDE
Mr Stéphane GLORIES
Mme Bérangère BIAU
Mme Mathilde MULLER
Mr Nicolas ROULLET
Mme Aurèle JEGO
Mme Séverine LAVABRE
Mr Denis RAYSSEGUIER
Mme Flavie LAULANIE
Mr Jean-Yves PUYO

Membres du COSUI RLPI

Personnes associées à la démarche lors des réunions de concertation et/ou COTECH

- Service ADS - communauté d'agglomération
- Service communication
- Service domaine public – communauté d'agglomération
- Responsable UNESCO – ville d'Albi
- Référent tourisme et commerces de centre-ville
- ABF
- Représentants des afficheurs UPE/SNPE – autres
 - Société Clear Channel
 - Société MPE-Avenir
 - Société FUTURIS
 - Syndicat d'enseignes SYNAFEL
 - INSERT
- Associations des commerçants
- Associations de préservation des paysages/environnement
- Chambre des Métiers et de l'Artisanat
- Chambre des Commerces et de l'Industrie
- Préfecture

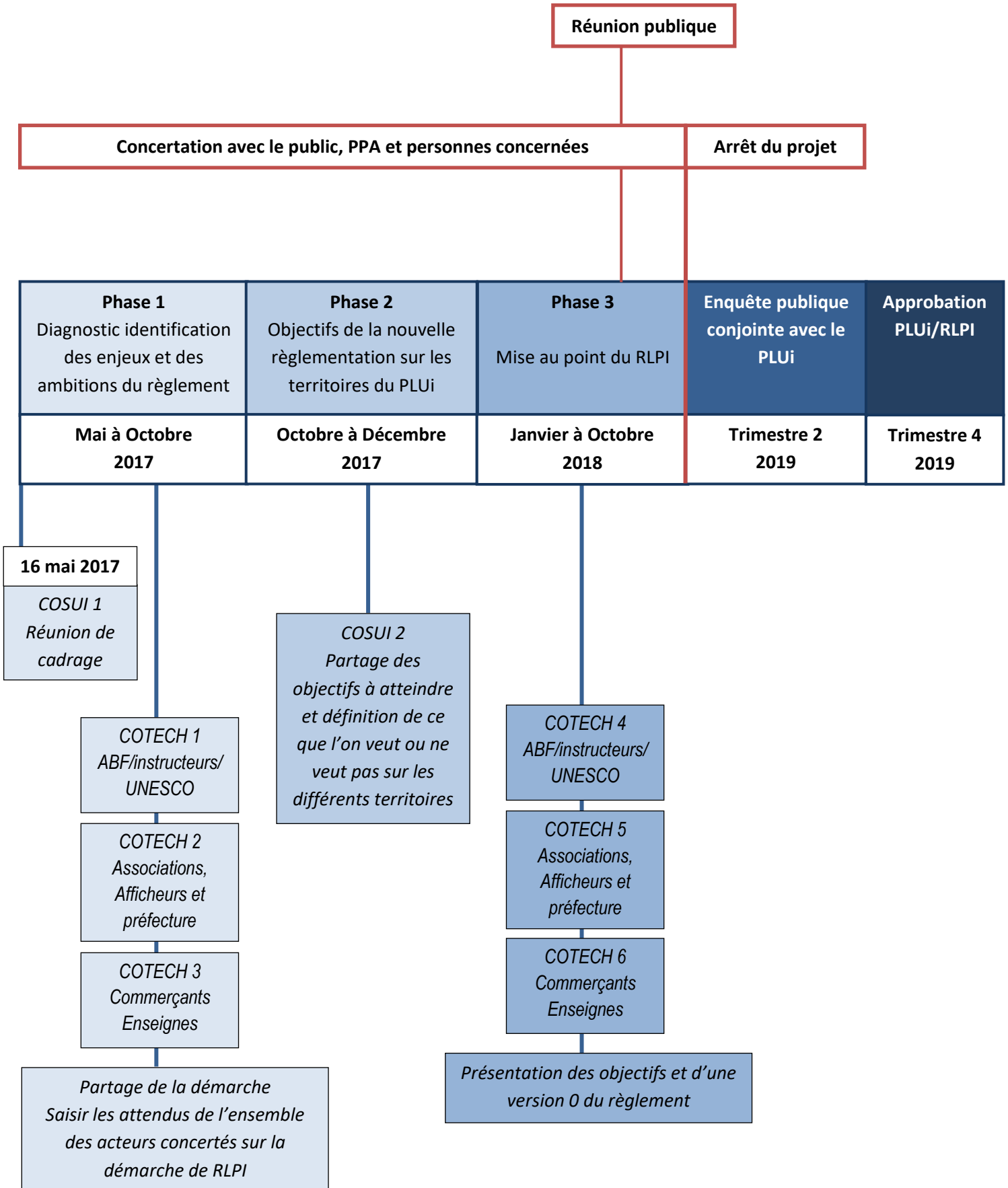
Mr Pierre LAGUARRIGUE
Mme Marie-Françoise DELCAYRE

Mr Grégory MARQUES
Mme CORTES
Mr Philippe MALLE
Mr GIRONET

Mr Camille MALIDIN
Mr Stéphane TILLARD
Mr ROLLAND

Mme/ Mr ?
Mme/Mr ?
Mr PEISERT

CALENDRIER - REGLEMENT DE PUBLICITE LOCAL INTERCOMMUNAL



Etude du Règlement Local de Publicité Intercommunal

Communauté d'agglomération de l'Albigeois

COMPTE-RENDU COSUI n°2

Mardi 16 mai 2017

ORDRE DU JOUR :

- > Présentation de la démarche de RLPI – Elément de cadrage et réglementaires
- > Retour d'expérience – l'impact du RLP d'Albi sur la commune
- > Attentes des communes pour fixer les grandes orientations du RLPI du Grand Albigeois.

Nom	Qualité	Mail	Présent
Mme PUJOL	Maire d'Albi		X
M. Gérard Poujade	Maire du Séquestre	cm-lesequestre@wanadoo.fr	X
M. Francis Salabert	Maire de Lescure	francis.salabert@mairie-lescure.fr	X
M. Thierry Dufour	Maire de Puygouzon	maire@puygouzon.fr	
M. Jean-Paul Raynaud	Maire de Saint-Juéry	jean-paul.raynaud81@orange.fr	X
Mme Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac	rose.a-marie@orange.fr	X
M. Robert Gauthier	Vice-Président délégué au développement économique	robert.gauthier@orange.fr	
Mme Bérangère Biau	Chargée de mission ville d'albi	berangere.biau@mairie-albi.fr	X
Mme Mathilde Muller	Chargée de mission ville d'albi	mathilde.muller@mairie-albi.fr	X
Mme Aurelle Jégo	DG le Séquestre	sg@lesequestre.fr	X
Mme Séverine Lavabre	Commune de Lescure		
M. Denis Raysseguier	Chef de projet RLPI CA Albigeois	denis.raysseguier@grand-albigeois.fr	
Mme Flavie Laulanié	Chargée de mission CA Albigeois	flavie.laulanie@grand-albigeois.fr	X
M. Jean-Yves Puyo	Architecte-Urbaniste	jy.puyo@sfr.fr	X
Mme Mathilde Chesneaux	Urbaniste	Chesneaux.mathilde@gmail.com	X

I. Présentation du Règlement Local de Publicité Intercommunal

1. Les objectifs

JY Puyo Architecte urbaniste rappelle **les objectifs** du RLPi. L'étude du Règlement Local de Publicité Intercommunal doit :

- > Maîtriser les matériels et dispositifs publicitaires sur les différentes entrées de l'agglomération et des centres urbains
- > S'appuyer sur un diagnostic mettant en évidence les **infractions, les points noirs paysagers** et les **lieux à protéger**
- > Un **diagnostic** et des **objectifs partagés** / paysages urbains ou ruraux
- > Aussi élargir la **sensibilisation**, la fierté du classement UNESCO
- > Intégrer les réflexions engagées dans le cadre de l'élaboration du **PLUI**
- > Une sensibilisation, une **concertation** avec les **services instructeurs, les acteurs locaux**
- > Harmoniser la réglementation locale pour renforcer l'identité de notre territoire
- > Aboutir à un outil réglementaire mais **avant tout pédagogique et partagé**

2. Le projet RLPi

JY Puyo précise qu'un RLPi est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal, permettant à la collectivité d'exprimer **son projet** en la matière. Il constitue **un outil opérationnel**. Le RLPi du Grand Albigeois vise à **protéger le cadre de vie des grands albigeois**, à répartir de façon harmonieuse l'ensemble des dispositifs publicitaires sur l'agglomération et aux portes des zones urbanisées tout **en respectant le patrimoine architectural, paysager et environnemental** (en cohérence avec le plan de sauvegarde et de mise en valeur d'Albi). La réglementation du RLPi sera donc plus restrictive que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que :

- > les centres villes et milieux urbanisés denses et abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération,
- > les ensembles urbains ou architecturaux tels que le centre ancien de la ville centre
- > les axes d'entrée de ville et/ou accueillants des zones d'activités économiques.

La démarche proposée par le bureau d'études de JY Puyo consiste à identifier **3 typologies d'édifices** :

- > Les bâtiments « mixtes » (activités+habitation) en secteur urbain
- > Les bâtiments d'activités en secteur urbaine
- > Les bâtiments d'activités en zone d'activités

Ainsi que **5 types d'affichages « à traiter »** sur l'agglomération du Grand Albigeois

- > Publicité
- > Enseignes et pré-enseignes
- > Mobilier urbain (abris-bus, sucette...)
- > Affichage « sauvage » ou liés à des événements

> Affichage lumineux / numérique

La publicité, les enseignes et les pré-enseignes seront analysées selon la qualité architecturale du bâti, de ses fonctions, de sa situation.

3. La démarche

Pour mener à bien cette démarche, un partenariat sera établi entre les communes, les techniciens, les instructeurs, l'ABF, l'UNESCO, l'Etat, les afficheurs, les commerçants et les associations. L'équipe d'étude cherchera à être pédagogue et à avancer progressivement l'étude avec l'ensemble des acteurs. 3 phases sont proposées :

Phase 1 – Diagnostic identification des enjeux et des ambitions du règlement

Réunion de cadrage

→ Comité de pilotage/Equipe technique/ABF/...

Visite de terrain pour partager les points noirs et les bons exemples

→ Services urbanisme, développement économique, élus

Matinée de concertation avec les services instructeurs

Concertation avec les commerçants, hôteliers, activités ... et leurs représentants de l'agglomération

Concertation avec les maires des communes rurales

Concertation avec les acteurs locaux louant des emplacements, posant de la publicité le long des voies.

Phase 2 – Objectifs de la nouvelle réglementation sur les territoires du PLUi

Réunion de travail pour partager les objectifs à atteindre, ce que l'on veut et que l'on ne veut pas ... selon les secteurs ou les territoires

→ Comité de pilotage/Equipe technique/ABF/...

Phase 3 – Mise au point du RLPI

Réunion de travail pour évaluer le pré-règlement et le pré-zonage

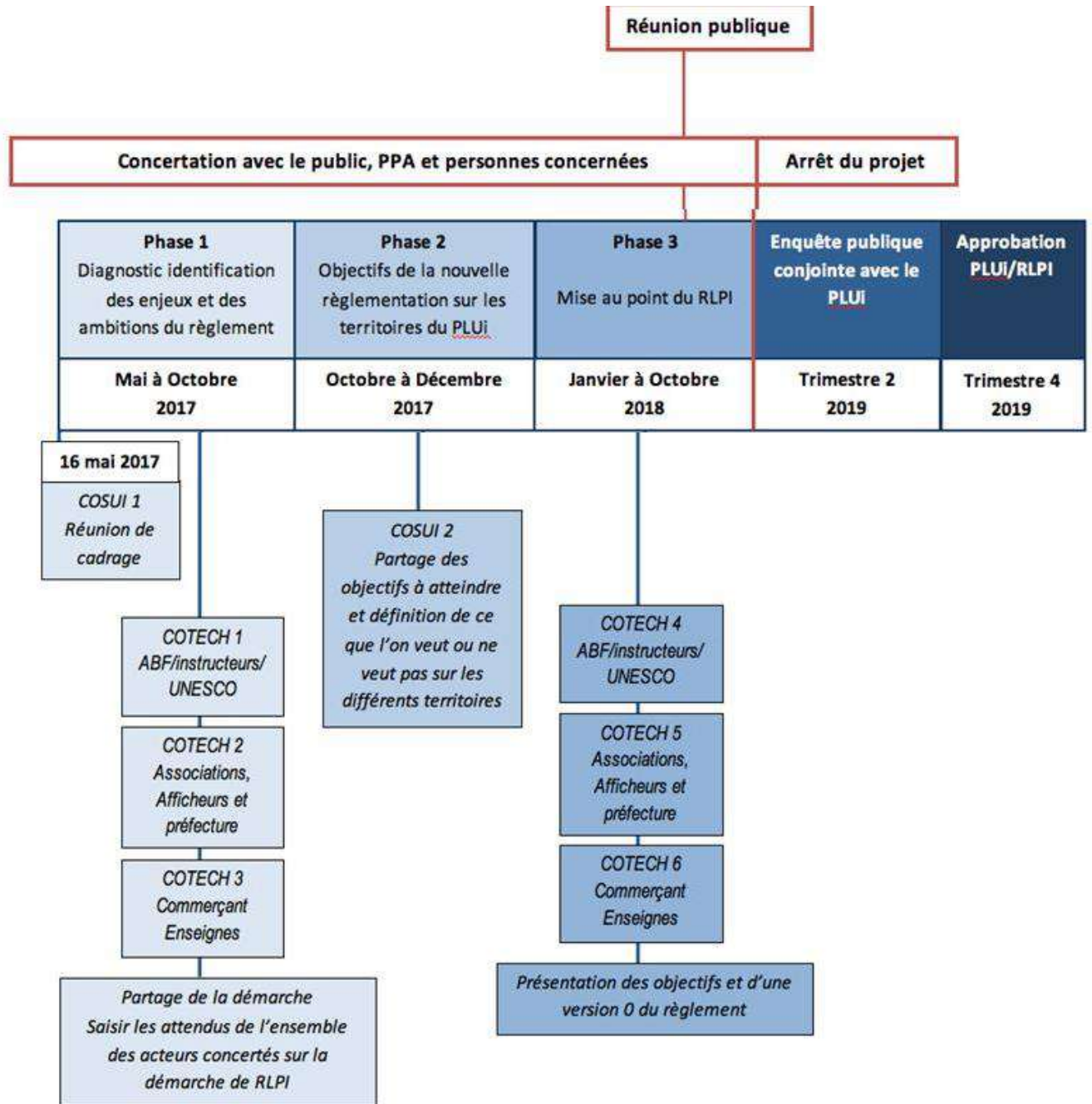
→ Services urbanisme, développement économique, élus

Réunion de travail pour tester le règlement et le zonage auprès des services ADS puis représentants des commerçants, hôteliers, et autres acteurs locaux

Réunion de validation du nouveau RLPI

→ Comité de pilotage/Equipe technique/ABF/...

Réunion de publique de présentation des principes du nouveau RLPI



II. Présentation du Règlement de Local de Publicité de la ville d'Albi

Mathilde Muller et Bérangère Biau, chargées de mission RLP à la ville d'Albi, présentent la démarche menée par la Ville d'Albi et ses résultats, illustrations très probantes à la clé. Il s'agit d'un travail sérieux et de longue allène qui démontre l'importance de la gestion de la publicité en terme de qualité du paysage urbain, de la sécurité routière, de l'attractivité touristique et économique.

1. Historique

1986 :

Premier règlement local de la publicité, pour gérer les enseignes et pré enseignes ;

Oct 2006-déc 2007 :

Révision de la partie relative aux publicités et pré-enseignes ; volonté de diminution de la pollution visuelle et à terme, de diminuer la surface publicitaire de - 50%

État du parc 2016 (base taxe TLPE) :

- 300 faces publicitaires/pré-enseignes soit 2 200 m² de publicité (hors mobilier urbain).
- 183 établissements commerciaux disposent d'enseignes (au delà de 12 m²) soit 5 580 m²

2. Le RLP d'Albi

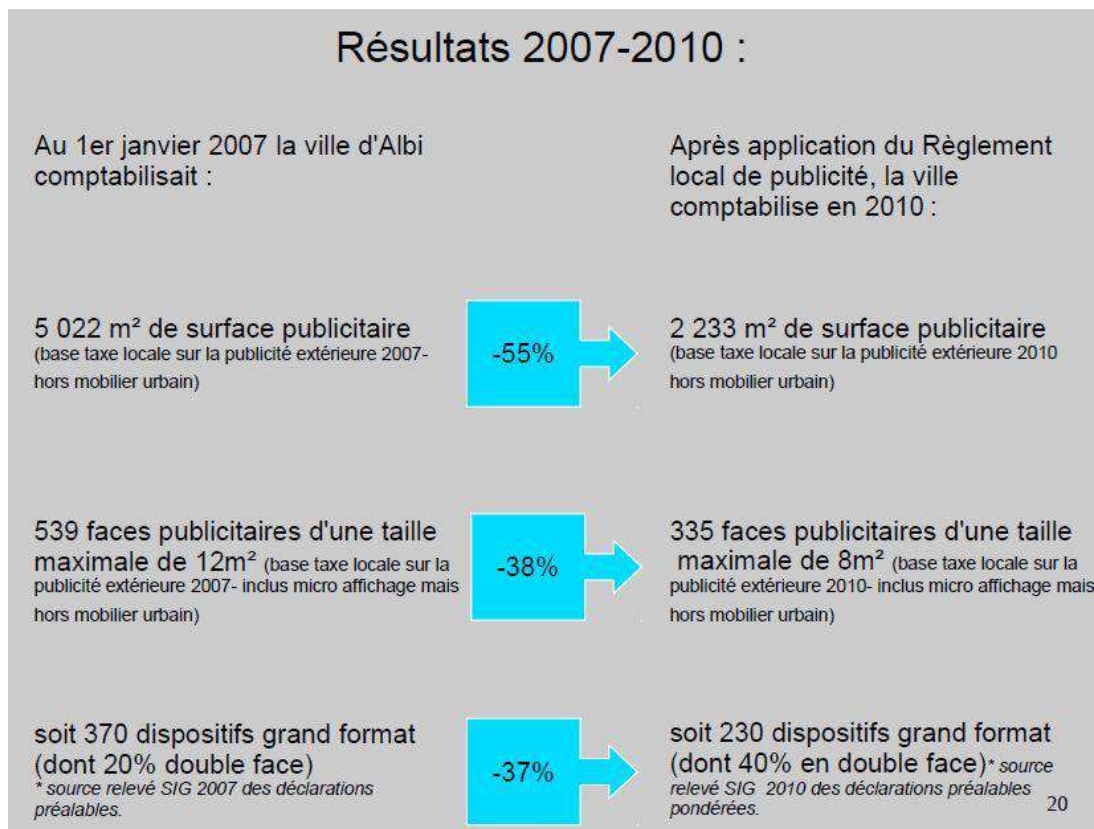
Le zonage protecteur est constitué de 5 zones de publicité restreinte : le secteur sauvegardé et ses abords, des carrefours paysagers (sécurisation et mise en place de rayon afin de gérer au mieux la publicité), Grands axes / entrée de ville (seuil et densité de panneaux/parcelle), le domaine ferroviaire et le reste de la zone.

La Taxe Locale de Publicité ne s'applique qu'aux panneaux de 12m² et plus = TLP est ainsi perçu comme un outil pour limiter la taille des enseignes sans contraindre par la règle.

Le parc publicitaire est suivi par SIG.

Une charte de qualité urbaine a été réalisée apportant ainsi des préconisations sur le format, les matériaux, les couleurs pour les enseignes. <http://www.mairie-albi.fr/kiosque/charte-qualit%C3%A9-urbaine>. Bien que n'ayant aucune valeur juridique, elle a été co-construite avec l'ABF et lui permet de juger les enseignes.

Sont présentés les résultats visuels de cette démarche ainsi que ceux chiffrés :



De nouveaux enjeux sont à relever :

- > Poursuivre la démarche notamment sur certains secteurs : route de Castres, abords de la rocade, ...
- > Améliorer l'interface entre publicités et enseignes au sol
- > Prendre en compte et réglementer l'impact des technologies numériques (impact visuel, sécurité routière...).
- > Mise en place de mobilier urbain non publicitaire pour l'information en temps réel
- > Prendre en compte l'évolution des périmètres de protection des abords de monuments historiques

Sur la publicité :

- > Actualiser par rapport au contexte législatif
- > Prendre en compte les limites d'agglomération
- > Diagnostiquer

Sur les enseignes

- > Optimiser l'esthétique des enseignes
- > Réglementer les enseignes promotionnelles et les enseignes en vitrine – quelle piste d'actions ? outils ?
- > ...

III. Echanges, attentes des communes

Les personnes présentes à la réunion ont exprimé leur point de vue sur le projet de RLPi en lien avec leur commune et les enjeux qu'ils ont repérés.

Albi

La commune d'Albi a mené un travail fin pour réduire la publicité et les enseignes grâce à l'élaboration d'un règlement de publicité. Ainsi, entre 2006 et 2007, la surface publicitaire a été réduite de 50%.

Une attention particulière a été portée sur les axes structurants et les ronds-points stratégiques afin de limiter le nombre de panneaux et de réduire leur taille (de 12m² à 8m²). Des supports publicitaires identiques ont été mis en place sur l'ensemble de la ville. Afin de parvenir à ce résultat, la mairie a rencontré chaque propriétaire ayant dans son jardin un/des panneau(x) a pour présenter la démarche et trouver des solutions.

De plus, une charte de qualité urbaine a été réalisée apportant ainsi des préconisations sur le format, les matériaux, les couleurs pour les enseignes. <http://www.mairie-albi.fr/kiosque/charte-qualit%C3%A9-urbaine>

Aujourd'hui, Albi cherche à poursuivre ce travail et rencontre des difficultés sur l'encadrement des enseignes en vitrine (exemple : solde, promotion, liquidation, ...), des sites encore soumis à de nombreuses publicités, ...

Lescure d'Albigeois

La commune est coupée en deux par la RN88. D'un côté, le village avec les commerces où l'on y trouve des affichages, de l'info, ... ; et de l'autre, le long de la RN88, les grands commerces sont accompagnés de leurs panneaux publicitaires et enseignes.

Il est important de prendre en compte le projet du nouveau centre commercial qui sera sur 2 communes : Lescure et Albi. Il est nécessaire d'avoir un règlement de publicité commun pour être cohérent sur l'ensemble de cette zone. Beaucoup de préenseignes.

St Juéry

Aujourd'hui, il existe une charte communale de publicité indiquant que des supports (sucette, panneaux, banderole, ..) sont dédiés à l'affichage des associations et à l'annonce d'évènements et que tout autre affichage "sauvage" sera retiré. Ce système fonctionne plutôt bien et a permis de rendre la "ville plus propre ». Il n'y a pas pour le moment de réflexion sur les enseignes et la publicité des commerces.

Les enjeux soulevés pour Saint-Juéry : limiter l'affichage sauvage, création de sucettes publicitaires.

Le séquestre

Un Règlement Local de Publicité, inspiré de celui d'Albi, a permis de réduire de 80% la publicité. Une attention particulière a été portée concernant les abords du circuit et de la rocade. Une procédure a été gagnée contre l'afficheur local et des procédures de mise en demeure peuvent être appliquées pour ceux qui ne respectent pas le RLP.

Marssac

Il n'y a aujourd'hui pas de règlement mais des problèmes d'affichages sauvages sont fréquents.

IV. Suites à donner

- > Un questionnaire sera transmis à chaque commune pour mieux connaître vos attentes et les difficultés que vous rencontrez en termes de publicité, d'enseignes et d'affichage.
- > Visite du terrain prévu début Juillet 2017
- > Présentation d'un 1^{er} diagnostic en Octobre 2017.

Compte rendu réunion 26 Septembre 2018 – Mairie d'Albi

Présents :

Mme Le Maire	
Mme Cathy Lagarde Mazel	DGA ALbi
M. Jean Luc Bordenave-	DGS
M. Serge Labordore	
M. Patrick Astuguevialle	Communication
Mme Mathilde Muller	Domaine public
Mme Clarisse Rouquette	Domaine public
Mme Bérengère Biau	Patrimoine
M. Denis Raysseguier	RLPi
Mme Pauine Mata	RLPi
J-Yves Puyo	Architecte Urbaniste BE RLPi
Mathilde chesneaux	Urbaniste BE RLPi

Ordre du jour :

- Point d'étape sur la démarche RLPi
- Gestion de l'affichage sauvage

1. RLPi

Mme le Maire souhaite impliquer l'ensemble des élus sur cette démarche.

Aujourd'hui, plusieurs niveaux d'implication sont perçus selon les communes et les élus. Un besoin de pédagogie et d'explication sera nécessaire. D'ici 2020, le RLP d'Albi prendra fin. Besoin d'un RLPi applicable avant cette date.

Besoin d'un point d'étape avec l'ensemble des élus pour partager les objectifs de la démarche et les associer à l'élaboration du RLPi.

En Octobre trois ateliers sont prévus :

- Cotech 1 : ABF, instructeur et pétitionnaires
 - Cotech 2 : Afficheurs et associations
 - Cotech 3: Enseigne et commerçants
- ➔ **Faire une note au bureau des élus communautaires pour les communes périphériques.**

2. Affichage sauvage

Cet été, le cabinet du Maire a fait décrocher tous les affichages sauvages jusqu'à ce qu'il y ait des problèmes avec le salon des antiquaires. Suite à cela, Mme le Maire demande qu'il y ait un temps de réflexion et un travail nécessaire pour résoudre ces problématiques.

On distingue différents types d'affichage avec des enjeux et problématiques distinctes.

1. Affichage d'expression libre

- Appelé également « Affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ».
- Sur Albi, le nombre de panneaux d'affichage libre est insuffisant (au regard de la loi, il devrait y en avoir : 12 m² + 5m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.). Aussi, les festivals et concerts utilisent ces panneaux pour leur communication.
- Les lieux d'affichage sont de mauvaise qualité, inesthétiques et leur localisation non connue par les services de la mairie
- Tant que cette situation n'est pas régularisée, la ville d'Albi ne peut verbaliser les affichages sauvages. La mairie d'Albi souhaite donc faire l'état des lieux de l'existant et ajouter le nombre de panneaux nécessaire.
- Mme Mathilde Muller demande à son équipe de mettre à jour la liste de lieux d'affichage libre et d'en faire un état de lieu. Ces données seront transmises à l'équipe d'étude RLPi.
- A partir de cette cartographie (SIG) et avec les comités de quartier, les emplacements de panneaux d'affichage seront définis.
- M. Puyo sera force de proposition sur le mobilier qui pourra être employé à cet effet (à voir en concertation avec le service chargé de l'espace public et la ligne de mobilier de la collectivité).

2. Affichage pour les manifestations culturelles, sportives et caritatives

- Les colonnes Maurice sont aujourd'hui en mauvais état et il en manque
- A l'image de la commune de St Juéry, des supports pourraient être organisés afin d'éviter une confusion : panneaux de déviation, panneaux d'affichage,
- La ville d'Albi met à disposition des sucettes pour l'affichage
- Pour les associations caritatives (don du sang...) : l'affichage est encadré (lieux, date, ...)

3. Affichage commerciale

- Refuser tout affichage commercial sauvage, retirer les panneaux et verbaliser.

4. Affichage institutionnel

- A terme, la ville souhaiterait avoir 3 lieux d'affichage. Besoin d'affichage numérique pour informer en temps réel les habitants (notamment en cas de crise...).
 - Réfléchir à l'articulation entre ces affichages numériques et la règle imposée aux commerçants (notamment sur les enseignes lumineuses)
 - Besoin d'un affichage sur le ciné des cordeliers – information culturelle
 - Besoin de construire un cahier des charges (charte d'utilisation) afin d'encadrer son usage et éviter les débordements (publicité, ...)
- ➔ Besoin d'un lexique détaillé pour être tous d'accord sur les termes employés.

3. Sujets divers

- Dans la volonté de soutenir les commerces du centre-ville et d'avoir une ville vivante, des dérogations ont été faites : une oriflamme par commerçant, un chevalet sur la terrasse, ...
- Un écran numérique à la Mairie pour la Maison du Projet. Quelle réaction des autres commerçants ? Comment ensuite interdire les écrans dans leur vitrine ?
Gérer une charte graphique et luminosité restreinte pour limiter les impacts.
- Réglementation de l'affichage numérique → article de loi sur la sécurité routière mais si affichage municipale numérique > quelle cohérence ?
- Comment restreindre la distribution de tracts en ville ? (ce n'est le code de l'environnement qui régit le tractage)
- Contacter le gestionnaire du Parc Expo Yannick Pons (nombreux affichages liés à sa programmation)
- Quels produits acceptables pour Albi-Unesco ? Besoin de fixer un cahier des charges pour verrouiller l'outil et le type d'affichage.

Les échanges du RLPi – 15 Octobre 2018

Cotech n°1 – ABF, UNESCO et instructeurs

Présents :

Stéphanie Guiraud-Chaumeil	Présidente de la Communauté d'Agglomération de l'Albigeois	
Laurence Pujol	Elue Commerce à la ville d'Albi	
Jean-Paul Raynaud	Maire de Saint-Juéry	
Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac-sur-Tarn	Présente
Bérengère Biau	Direction de la culture, du patrimoine et relations internationales	Présente
Marie-Eve Cortes	Directrice de la culture, du patrimoine et relations internationales	Présente
Anne Jacquod	Pôle Ouest ADS	Présente
Pierre Novella	ABF	Présent
Aurette Jeggo	DGS à la ville du Séquestre	Présente
Pierre Lagarrigue	Pôle Est ADS	Présent
Séverine Lavabre	Service urbanisme à la ville de Lescure	Présente
Philippe Mallet	Service tourisme et commerce à la ville d'Albi	Présent
Grégory Marques	Service domaine public de la CAA	Excusé
Cathy Mazel	DGA à la ville d'Albi	Excusée
Julie Moral	Service communication à la ville d'Albi	
Mathilde Muller	Service droit de place	Présente
Jacques Peisert	Référent préfecture	Présent
Clarisse Rouquette	Instruction des enseignes à la ville d'Albi	Présente
Sylvie Thomas	DDT	Présente
Mathilde Chesneaux	Bureau d'Etudes	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'Etudes	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPi	Excusé
Pauline Mata	Chargée de mission RLPi	Présente

Aurelle JEGGO

- De nombreux efforts pour réduire les publicités sur la commune. Satisfaction de voir que les efforts ont porté leurs effets.
- Aujourd'hui, les problématiques sont la gestion des enseignes lumineuses (Sofia, Intermarché, HyperFrais, ...), il n'y a pas de réglementation... et les véhicules publicitaires stationnés sur des parkings, espaces de covoiturage, ...

ABF

- Il est important de se référer au Plan Paysage
- Dans les centre bourgs, il faut travailler pour préserver la qualité architecturale et paysagère. Ailleurs, il est nécessaire de réduire la surabondance dans les centres commerciaux et les traversées de villes, notamment dans les villages de taille moyenne (Marssac, ...)
- Ce qui a bien marché sur Albi peut être harmonisé sur le reste de l'agglo.

Préfecture

- A la DDT un spécialiste du paysage peut nous aider sur cette thématique
- D'un point de vue de la sécurité routière à Lescure et Puygouzon, il y a une densité de panneaux plus forte qu'autorisée. A quel moment ces panneaux seront retirés ? aujourd'hui des panneaux sont en infraction ...
- Quand est ce que sera transmis le tracé routier sur centre commercial de Lescure?
- Attention à la prise en compte de la sécurité routière dans le cadre des dispositifs lumineux.
- Sur Albi, agglo de plus de 10 000 habitants, certains dispositifs ne sont pas autorisés du fait du RNP (bâches, ..)
- Attention aux délais de la démarche, afin que le RLP soit prêt avant la date de péremption du RLP d'Albi. Il faut prendre en compte le temps de l'enquête publique.

Pauline MATA

- Ce délai est connu, la démarche est calée en fonction.
- L'enquête publique est prévue pour l'été 2019 / septembre 2019.

DDT

- En cas de repérage d'enseignes en infraction, une procédure est mise en place et les communes concernées sont averties. (code de la route et de l'environnement)
- Selon le type de route, la distance entre panneaux et route est spécifiée.
- Règle proposée : limiter la luminance / quel contrôle ensuite ?
-

PUBLICITE LUMINEUSE

Présidente

- On pourrait interdire la publicité lumineuse pour des questions pour limiter la consommation d'énergie, de limiter les impacts visuels pour les habitants, de réduire la pollution lumineuse, ...
- Si on laisse ouvert une réglementation ouverte, il est plus difficile à gérer ensuite. Il est important d'avoir des règles que l'on puisse appliquer.
Interdire les panneaux lumineux serait cohérent avec le PLUi.
Il faudrait en discuter avec les acteurs...

Mathilde MULLER

Tous les élus ne sont pas favorables à l'interdiction des panneaux lumineux.

Elaboration du RLPi – CoTech n °1 – 15 Octobre 2018



Service Culture – Albi

- Dans le cadre de la labellisation « Grand Site », on incite à développer des outils numériques d'information.
- Quelle articulation avec les enseignes lumineuses ?
- Comment faire comprendre et légitimer le principe que l'on intègre des panneaux numériques (pédagogique, information, communication institutionnelle, office du tourisme, ...) dans le centre UNESCO et que l'on interdise les panneaux lumineux publicitaires ?

La présidente

- Est-ce que c'est un objectif que l'on souhaite atteindre ?

Bérengère BIAU

- Les afficheurs utilisent des arguments fallacieux pour convaincre les élus : outils utiles pour les moments de crise (terroristes, ..) et moins polluants. Le métier d'encollleur est un emploi non délocalisable.

APPLICATION DES REGLES

- Comment vérifier la règle d'extinction lumineuse ?
- Possibilité de faire un procès verbal quand il s'agit du code de l'environnement qui est transmis au procureur de la république puis la DDT fait un arrêté.

PATRIMOINE

- Les périmètres de protection des monuments historiques passent de 100m à 500m pour les enseignes et les publicités (Loi LCAP). Il n'y a pas de prise en compte de la co-visibilité. Comment anticiper ce changement ?
- Le RLP prend-il le relais de cette loi ?

DIFFICULTE DE CONTROLE

- Aucune demande d'enseigne. La commune n'a pas les moyens de contrôle...
Le maire de Lescure a la volonté de profiter des travaux de la RN 88 et la mise en place du RLPi pour mettre en règle les choses.

LES ENESIGNES

- Aujourd'hui, le RLP d'Albi ne régleme pas les enseignes. Seulement Lescure gère les enseignes pour la zone Ux.
- De manière générale, les élus sont plus « frileux » à s'attaquer à des enseignes (petits commerçants) qu'à des publicitaires.
- Jusqu'à présent, les permis ne gèrent pas les enseignes. Mais, une piste pour encadrer ces dispositifs serait de faire évoluer les permis de construire notamment l'article 11 pour pouvoir mieux encadrer les mises en œuvre. Il serait important de travailler avec le PLUi qui est en cours d'élaboration.
- Certains grands groupes ont réussi à adapter leur charte au contexte local (banque populaire passe du bleu au doré). Ce sont des exemples à montrer lorsque des groupes souhaitent s'installer sur l'agglomération (capacité d'adaptation).

L’AFFICHAGE SAUVAGE

- Chaque commune est gênée par ce phénomène... c’est interdit mais difficile à gérer.
- Même si les dispositifs sont retirés régulièrement, il n’y a pas de progrès observés d’une année à l’autre.
- Serait-il nécessaire de définir des lieux où il serait autorisé d’afficher ?
- Par le code de l’environnement, il est possible de faire facturer la dépose, mais aucune dérogation n’est possible.
- Certaines associations installent leurs affiches dans des espaces privés (champs, ...), ce qui est difficile à gérer.

AUTRE SECTEURS A PRESERVER

- Dans les centres bourgs, est-il nécessaire de réglementer ? (dans le RNP, pour les communes de moins de 10 000 habitants pas de publicité scellée admise). Il faut prendre en compte les risques de « répercussion » sur d’autres sites du fait du nouveau règlement plus restrictif.
- Il est important de soigner les entrées de ville d’Albi, les circuits touristiques, ... → prolonger le zonage du règlement d’Albi.
- Lorsque le RLP d’Albi a été mis en place, il a été difficile de faire déposer les panneaux.
- La démarche procéder par étapes :
 1. Enlever tout ce qui est illégal
 2. Travailler en amont avec les afficheurs, anticiper, ...
 3. Attendre les délais légaux,
 4. Faire déposer ...astreinte jusqu’à 15 000€.

Les échanges du RLPI – 15 Octobre 2018

COTECH N°2 – RENCONTRES AVEC LES AFFICHEURS

Gérard Poujade	Maire de la commune du Séquestre	Présent
Laurence Pujol	Elue commerce à la ville d'Albi	Présente
Anne-Marie Rosé	Maire de la commune de Marssac	Présente
Francis Salabert	Maire de la commune de Lescure	Présent
Bérengère Biau	Service culture patrimoine et relations internationales à la ville d'albi	Présente
Mathilde Muller	Service droit de place à la ville d'Albi	Présente
Peisert Jacques	Référent préfecture	Présent
Clarisse Rouquette	Instruction des enseignes à la ville d'Albi	Présente
Sylvie Thomas	DDT	Présente
Didier Brunel et Bernard Rollad	FUTURIS	Présent
Alexandre Chabbert	Exterion média	Présent
Samuel Leveque	IMPACT	Présent
Jérémy Planes	Vediaud	Présent
Patrick Tregou	JC Decaux	Présent
Thierry Berlanda	INSERT	Présent
Mathilde Chesneaux	Bureau d'Etudes	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'Etudes	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPi	Excusé
Pauline Mata	Chargée de mission RLPi	Présente

Quelques questions ont guidé les échanges ...

- ◇ Comment avez-vous intégré le règlement d'Albi ? Quelles incompréhensions ou difficultés ?
- ◇ Quelles nouvelles demandes en termes de supports, de communication ou de publicité ?
- ◇ Comment est gérée la publicité promotionnelle ? Quelle stratégie ?
- ◇ Quelles relations contractuelles avec les propriétaires fonciers ?
- ◇ Si le règlement d'Albi est appliqué à l'ensemble du territoire, comment l'intégrerez-vous dans vos futures pratiques ?

FUTURIS affichage – Didier Brunel & Bernard Rolland

- Historique

Futuris est une entreprise locale dont la clientèle est à 95% locale. Elle comporte 9 salariés.

Chaque semaine, les affiches sont changées.

Futuris travaille sur l'agglomération d'Albi (Albi, Le Sequestre et Lescure) et de Castres et a quelques panneaux sur certains villages ruraux, petits panneaux 4m² sur murs aveugles.

Lors de l'élaboration du RLP, la ville d'Albi a demandé à Futuris d'anticiper le changement de réglementation en adaptant l'ensemble de son équipement au nouveau format. En anticipant, Futuris a pu prendre de nouvelles implantations et est devenu 1^{er} afficheur de l'agglomération albigeoise. Du fait du changement de matériel, l'entreprise a connu un déficit pendant 3 ans.

- Point de vue / attentes :

Un point d'équilibre semble atteint à Albi entre l'offre et la demande des grands formats publicitaires. (50 offres de plus ne se vendraient peut-être pas...).

Le format de 12 m² serait à abandonner, selon lui, un seul format pour l'ensemble de l'agglomération serait plus cohérent.

Sur certains secteurs (comme la route de Castres), la publicité serait à dé-densifier.... « on n'est pas visible ».

- Le mobilier urbain :

Sur certains ronds-points, des grands formats sont retirés et remplacés par des « sucettes » ce qui n'améliore pas forcément la qualité du site. Aujourd'hui, il n'y a pas de réglementation spécifique pour les sucettes. Elles sont de moins en moins informatives et comportent souvent 2 faces de publicité.

- Affichage numérique :

Il y a des demandes pour les affichages numériques, mais selon Futuris, à Albi, il n'est pas essentiel de développer ce dispositif.

Aujourd'hui sur l'agglomération, le numérique est interdit. Si l'agglomération l'autorise, il faut réussir à le maîtriser pour la publicité comme pour les enseignes. Par exemple à Castres, la municipalité a été débordée par l'installation de panneaux numériques et est maintenant en difficulté pour les gérer.

- Evolution

Depuis le nouveau RLP et la réduction du nombre de panneaux, le prix de location pour l'implantation de dispositif publicitaire a été rehaussé. Aujourd'hui, les prix se sont stabilisés. Selon Futuris, il y a peu d'évolution possible sur l'agglomération car l'ensemble des terrains possibles sont utilisés.

- Questions

Au Séquestre, on observe des panneaux numériques alors qu'il s'agit d'une commune de moins de 10 000 habitants (donc selon le RNP, l'affichage numérique est interdit). Cela crée de l'ambiguïté dans les règles, des incompréhensions...

EXTERION MEDIA (Giraudy) – Alexandre CHABBERT

- Historique :

Giraudy est une entreprise nationale qui a 100 ans et est présente sur Albi en grand format depuis des années. Elle gère une quarantaine de faces publicitaires (8m²) sur Lescure et Albi
Giraudy est un acteur économique local. Aujourd'hui, il y a 2 afficheurs (un affichage par semaine). Ils travaillent essentiellement avec des acteurs locaux / commerçants.

- Vision du RLPi

« Notre volonté, c'est continuer à exister. » Lorsqu'il y a eu le 1^{er} RLP, Giraudy a perdu 50% de son « patrimoine ».

Selon Giraudy, Albi a été précurseur en utilisant du format 8m². Ce format est bien adapté et est à conserver. Le choix d'imposer des dispositifs de couleur neutre et de forme esthétique est importante, Giraudy s'y est adapté car à l'origine ces dispositifs étaient jaunes...

Selon Giraudy, il n'y a pas de sur-densité de publicités sur les entrées de ville, aujourd'hui la règle de densité est déjà bien contraignante. Il est vrai que sur certaines entrées de ville, les publicités et enseignes sont très présentes et peuvent être confondues. Il faut aussi réglementer la question de l'enseigne et de la pré-enseigne qui prennent de la place dans le paysage urbain.

- Besoin et attentes

Giraudy exprime un besoin d'un règlement précis et facile à lire et organiser par zonage (comme pour le RLP d'Albi).

Aujourd'hui sur les ronds-points, le règlement est très restrictif (le diamètre de protection est très étendu par rapport à d'autres RLP). Ce diamètre de protection pourrait être adapté selon les ronds points et les contextes ?

Selon lui, interdire la publicité sur des axes pénétrants ne sert à rien : la suppression entraîne une autre forme de communication.

- Evolution à venir ?

Le media publicitaire extérieur va rester un média très puissant. En France, c'est réglementé et peu digitalisé. Aujourd'hui, Giraudy n'exploite pas le digital et observe sur son développement. Le digital est un investissement (1 panneau numérique neuf = 75 000€). Sur l'agglomération albigeoise, on n'observe pas de forte demande pour l'affichage numérique, les clients recherchent des panneaux traditionnels.

- Divers

UPE / SNPE sont des syndicats de inter-professionnels qui peuvent être contactés pour participer à des temps de concertation pour l'élaboration du règlement.

Comment allez-vous légiférer autour de la RN 88 ? Un certain nombre des panneaux vont disparaître.

IMPACT – Samuel LEVEQUE

- La société

La société dispose de 3 panneaux sur Albi + Lescure. Un panneau vient d'être déposé sur la commune de St Juéry.

- Les attentes, les besoins

Selon lui, le règlement aujourd'hui n'est pas trop contraignant.

Il faut privilégier le format 8m² sur les grands axes extérieurs et les centres commerciaux.

Dans les centres villes, cela devient compliqué de mettre des emplacements publicitaires. Il pourrait être intéressant de permettre de petits panneaux de 2m² dans certains lieux.

- L'affichage numérique

Le digital est une technique intéressante, mais les clients ne sont pas si demandeurs. Cela a un coût, et les messages ne sont pas bien vus (déroulement rapide, journée ensoleillée le panneau est très clair). Sur Avignon, une quinzaine de panneaux numériques ont été installés en un an... la Mairie a rapidement stoppé ! Pour les afficheurs, cela a un coût : entre 2 000 et 5 000€ de consommation électrique par an, pour les jours ensoleillés il faut une forte luminosité (et donc une surconsommation électrique).

VEDIAU – Jérémie PLANES

- La société

16 agences en France qui gère l'affichage sur mobilier urbain notamment sur les sucettes, les abris-bus et colonnes Maurice. Aujourd'hui, sur l'agglomération, Vediau détient le monopole de ce marché et gère 165 abris bus et sucettes. Le changement d'affiches s'effectue chaque semaine.

Sur les sucettes, il y a une face informative (plan de ville, communication institutionnelle, culture ...) et une face publicitaire

Aujourd'hui, Vediau a appris à travailler avec le règlement local et connaît bien les acteurs locaux. Il ne rencontre pas de difficulté particulière à exercer leur activité.

- Gestion du mobilier urbain

Dans le contrat avec l'agglomération albigeoise, Vediau gère 52 implantations de mobiliers urbains avec un delta de +/- 10%. En effet, il peut y avoir des modifications de mobiliers lors de travaux, modification de voiries, ... Dans ce cas, Vediau dépose son mobilier.

Les abris bus et les sucettes sont gérés par un même prestataire ce qui permet la cohérence des implantations des mobiliers urbains et facilite leurs entretiens. Ce mobilier urbain peut être doté d'une affiche ou de déroulé composé de 3 affiches.

- Evolution

Certains secteurs pourraient être dotés de plus de mobiliers urbains comme la route de Millau ou Albert Thomas, ...

Pour offrir de nouveaux services dans les abris-bus, de nouvelles technologies peuvent être développées : abris bus en wifi service, raccordement électrique, possibilité de mettre des panneaux photovoltaïques.

JC DESCAUX – Patrick TREGOU

- La société

JCDecaux est un groupe industriel français (multi national) spécialisé dans la publicité urbaine. L'activité majeure du groupe est d'équiper les villes en mobilier urbain équipé d'affichage publicitaire, cela concerne les vélos en libre-service, les abris bus, les mats de jalonnement, Ces équipements permettent de toucher les centres-villes où les possibilités d'affichage grand format sont autrement limitées. Les villes conservent une partie des faces publicitaires pour leur propre communication. Ces équipements sont donc financés par la publicité.

JC DEscaux cherche à développer des services pour améliorer le mobilier urbain : smallcells (réseau complémentaire, relais d'antenne de diffusion aux opérateurs téléphoniques, ...), wifi, ...

- Sur l'agglomération Albigeoise

JC Descaux a été présent sur Albi pendant une trentaine d'années, puis, au renouvellement d'un contrat, la ville d'Albi a demandé le raccordement des équipements ce qui n'était pas possible pour JC Descaux : le contrat n'a pas été renouvelé. Aujourd'hui, sur Albi, la filiale « AVENIR » intervient et gère une trentaine de panneaux publicitaires.

- Son point de vue

La ville d'Albi n'est aujourd'hui pas une ville polluée par la publicité, (davantage dans les villes voisines). Mais il y a une confusion entre les enseignes et pré-enseignes.

Selon lui, l'objectif du RLP, c'est de trouver un bon équilibre entre commercial et cadre de vie.

Le RLP d'Albi cherche à réduire la publicité par une limitation du nombre de panneaux par unité foncière ce qui peut entraîner une multiplicité des panneaux aux carrefours.

Il rappelle que la publicité est le seul média qui permet aux acteurs locaux d'être visibles. Aussi, la publicité est un média qui est visible par tous, tout public confondu.

- Conseils de JC Descaux pour l'élaboration d'un RLPi

- ◇ Le numérique est à traiter / LED ou digitaux
- ◇ Des murs peints et bâches de chantiers (monuments)... mais ce n'est pas à l'échelle d'albi.
- ◇ Réfléchir aux formats souhaités, et encadrements à ne pas banaliser pour que chaque designer puisse y apporter sa touche.
- ◇ Il faut être vigilant à la cohérence et aux spécificités entre ville-centre et villes secondaires.
- ◇ Pour les voies ferrées, un traitement global prenant en compte les deux cotés de la voie est nécessaire.
- ◇ Il ne faut pas traiter des cas particuliers, mais chercher à construire des règles générales.

- Les évolutions à venir

L'affichage est le dernier support de masse média.

Les villes auront toujours besoin d'abris, de sanitaires, ... et de communiquer sur ces projets.

La France est un marché particulier car très réglementé. C'est pourquoi, il faut garder une certaine souplesse dans la règle pour être adaptable.

Le numérique / digital viendra de toute manière.

Les communes ont besoin d'un prestataire qui puisse entretenir et investir sur les équipements pour faire face aux restrictions budgétaires.

➔ *Envoi du doc à l'ensemble des participants*

INSERT – Thierry Berlanda

- La société

Insert est diffuseur des micro-affichages.

Le micro-affichage se traduit par des panneaux installés sur la porte de magasins de proximité (pressing, boulangerie, tabac, ...). Il s'agit de publicités destinées aux piétons : petit format et installé dans les centres villes ou rues piétonnes.

Le commerçant est rémunéré pour l'accueil de panneaux, il loue sa vitrine. Les panneaux peuvent valoriser un site de la vitrine (arrière de frigo, ...). Chaque semaine, l'affiche est renouvelée par un professionnel. Le petit format est l'avenir de la publicité, bien intégré dans le paysage urbain.

Plus la ville est dense, plus le format publicitaire doit être petit. « Une publicité qui murmure »

32 devantures des commerces à Albi (env. 1, 5m²).

- Les évolutions

A Paris, se développe des dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines.

Aujourd'hui, Insert travaille à développer un mobilier urbain numérique de petits formats avec affichage en 1m² auquel seraient associés des services : achat de places de spectacles, message ville (qualité de l'air, crise, ...).

Pour Albi INSERT : c'est un format « papier » qui restera papier.

Le RLP ne prend pas en compte le micro affichage, trop petite surface.

- Les attentes

INSERT souhaiterait pouvoir intégrer du micro-affichage dans le secteur sauvegardé. Cet affichage est destiné aux piétons, donc les espaces piétonniers, cœur de ville. En contre partie, INSERT serait prêt à réduire les affichages dans d'autres parties de la ville. Ce qui pourrait être une manière d'éviter d'autres afficheurs d'entrer sur ces espaces centraux.

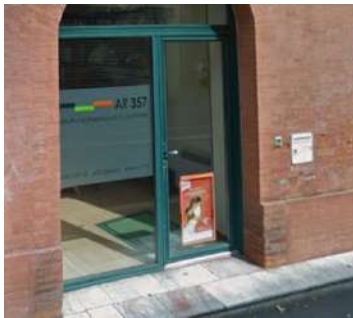
Quelques grandes idées partagées par les afficheurs :

- L'affichage publicitaire extérieur est un média vu par tout public et ayant un rôle important pour les acteurs économiques locaux.
- Le numériques ne semble pas à avoir sa place sur l'agglomération Albigeoise.
- Le format 8m² est apprécié des afficheurs et il serait pertinent de le généraliser sur l'ensemble de l'agglomération.
- Il y a souvent une confusion entre enseigne, pré-enseigne et publicité, ce qui nuit à la lecture du paysage.
- Les afficheurs sont intéressés pour participer à un autre atelier pour l'élaboration du RLPi.

PETIT GLOSSAIRE :



Colonne Morris : De forme cylindrique, elle sert principalement de support à la promotion des spectacles et des films.



Micro-affichage : le micro-affichage est de plus en plus utilisé : il s'agit d'un affichage de format réduit, au moyen de dispositifs d'une surface inférieure à un mètre carré, à destination des piétons, apposés sur les devantures commerciales des cafés, des restaurants ou encore des tabacs presse en tant qu'enseigne ou publicité.



Sucette ou Planimètre : Mobilier urbain pour affichage publicitaire,

RNP : Règlement National de Publicité

RLP : Règlement Local de Publicité

Les échanges du RLPI – 16 Octobre 2018

COTECH N°3 – RENCONTRES AVEC LES COMMERCANTS

Thierry Duffour	Maire de la commune de Puygouzon	Présent
Robert Gauthier	Maire de la commune de Castelnau de Lévis	Présent
Laurence Pujol	Elue commerce à la ville d'Albi	Présente
Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac-sur-Tarn	Présente
Francis Salabert	Maire de Lescure d'Albigeois	Présent
Loïc Borie	Gérant d'Ibis Style le Théatro	Présent
Thierry Decomps	Chambre des Métiers et de l'Artisanat	
Léonard Finaldi	Président de l'association De l'autre côté du Vigan	
Pierre Novella	ABF	Présent
Yohan Homs	Gestionnaire du Parc des Exposition de la ville d'Albi	Présent
Stéphane Kuntz	Président des Vitrites d'Albi	
Grégory Lafon	Président de l'association des commerçants de Puygouzon	
Baptiste Laplaze	Département	
Philippe Mallet	Service tourisme et commerce à la ville d'Albi	
Mathilde Muller	Service Droit de place à la ville d'Albi	Présente
Jacques Peisert	Référent préfecture	Présent
Agnès Poulain	CCI	
Pascal Quintin	Président de l'association des commerçants et artisans du Séquestre	Présent
Clarisse Rouquette	Instruction des enseignes à la ville d'Albi	Présente
Sylvie Thomas	DDT	Présente
Eric et Robin Vezes	Atelier Vèzes publicité Albi	Présents
Mathilde Chesneaux	Bureau d'études	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'études	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPI	Excusé
Pauline Mata	Chargée de mission RLPI	Présente

Quelques questions pour ouvrir les échanges :

- ◇ Comment concilier l'attractivité des commerces, la qualité du paysage et du cadre de vie, la qualité d'accueil du client, comment rendre plus lisible, plus soigné, plus qualitatif ?
multiplicité des supports / brouhahas visuels / sécurité routière
- ◇ Comment gérer la « petite » publicité toujours plus nombreuse ?

- drapeaux, banderoles, promotionnelle, totem, ...*
- ◇ Comment avez-vous intégré le règlement d'Albi ?
 - ◇ Quelles nouvelles demandes en termes de communication / publicité ?
 - ◇ Quelles sont les stratégies actuelles de communication promotionnelle ?

1. PRESENTATION DES PARTICIPANTS ET LEURS PROBLEMATIQUES

Les Ateliers Vezes – Enseigniste Albigeois – M Eric et Robin Vezes

Les Ateliers Vezes est une entreprise locale en charge de la fabrication d'enseignes non lumineuses et lumineuses (néon, lettre éclairées, caisson lumineux, ..).

Aujourd'hui, très peu de chevalets sont vendus sur l'agglomération, mais on note une forte demande d'oriflammes (pratique, léger, pas très cher, adaptable à l'extérieur et à l'intérieur, promotion, ..).

Les oriflammes sont très demandés en centre ville pour augmenter la visibilité du magasin ou pour les salons.

Globalement, les commerçants ont compris le message du RLP, le nombre d'enseignes se réduit. En général, pour un nouveau magasin en zone d'activité ou en périphérie, l'équipement de base (si le budget le permet) se compose d'un totem, d'une enseigne et d'un caisson drapeau.

Pour chaque magasin, les enseignes sont adaptées aux besoins et au contexte, chaque projet est différent.

Pour des magasins plus anciens : il y a souvent beaucoup d'enseignes. Même en cas de reprise, les nouveaux repreneurs doivent faire avec l'ensemble des enseignes : dépose ou actualisation (sachant que la dépose a également un coût).

Les Ateliers Vezes fabrique des enseignes mais ne sont pas responsables du lieu commercial et des déposes.

Sur les bâtiments, il est rappelé la réglementation, la procédure à faire et les techniciens des ateliers Vezes peuvent aider à remplir les CERFA.

M. Yohann HOMS - Parc des expositions d'Albi

Pour la communication événementielle du parc des expositions, une enseigne au format (4X3m) est aujourd'hui en place, mais ne répond plus aux normes du RLP. Pour la communication du parc expo, il est essentiel d'avoir un affichage publicitaire bien visible. Le RLP exige un format de 6m², mais pour cela les affiches doivent être imprimées sur mesure ce qui représente des frais supplémentaires.

Il existe le format 4m² mais celui-ci n'est pas suffisant et ne se voit pas.

Le gestionnaire du Parc Expo aimerait conserver le 8m² dont seulement 2 faces sont visibles de la route. Il rappelle que le parc Expo, ayant une vocation commerciale et culturelle, draine sur l'année 200 000 visiteurs, 1 millions de personnes touchées par la communication.

M. Loïc BORIE - Gérant de l'Ibis Style le Theatro

M. Borie rappelle que le nombre de panneaux signalétiques est défini au nombre de 3 pour les hôtels, ce qui est insuffisant selon lui à l'échelle d'une ville de la taille d'Albi pour bien orienter ses clients. Pour compenser ce manque, il est nécessaire que les enseignes hôtelières soient bien visibles.

Mathilde Muller, technicienne à la Ville d'Albi, rappelle que certaines des enseignes des hôtels Ibis ne sont pas conformes au RLP.

M. Borie signale l'apparition d'enseignes d'hôteliers non professionnels (par exemple Airbnb) dans certaines villes sous forme de plaques apposées en pied d'immeuble.

M. Pascal QUINTIN – Président de l'Association des commerçants et artisans du Séquestre

- Origine de l'association

L'association des commerçants et artisans du Séquestre est composée de 105 adhérents et existe depuis 3 ans. L'association recouvre la Baute, l'autre coté de la rocade et la route de Marszac.

Il s'agit de la plus grosse association des commerçants du Tarn. Elle a été créée pour améliorer l'espace commercial et la qualité d'accueil des clients. Une étude a été faite récemment et a mis en évidence que l'accueil était bon commercialement, mais que les espaces publics étaient dégradés voire dangereux. Cette zone commerciale a besoin d'améliorations car elle « a pris un coup de vieux », face à la construction du nouveau Leclerc.

L'association a fait appel à des partenaires extérieurs pour un appui ou échanges de compétences. Notamment, les Ateliers Vezes a aidé pour trouver des solutions pour améliorer la visibilité des commerces en apportant un appui technique pour comprendre la réglementation.

- Premières actions

L'association a cherché « comment pouvons-nous intervenir pour améliorer l'accueil ? », plusieurs actions sont en cours :

- ◇ Création d'une charte
- ◇ Définition d'une couleur unique pour les façades.

Aujourd'hui, pour que les commerçants soient motivés à améliorer leurs commerces, il faut que cela suive au niveau de la voirie et des stationnements (les interventions sont complexes car il y a plus de 150 propriétaires distincts....)

- Besoin en termes d'enseigne :

Cette zone commerciale a besoin d'outils pour mieux orienter ses clients :

- ◇ un totem d'entrée pour indiquer les différents commerces. On note qu'il est difficile de gérer ce type de dispositif car il y a beaucoup de changements de commerces.
- ◇ Des panneaux directionnels (SIL), mais ce n'est pas évident car ce n'est pas accessible à tous les types de commerçants
- ◇ Ces différents outils permettraient de limiter la multiplicité de panneaux sur les ronds points.

Aujourd'hui, de nombreux recommandés sont envoyés par la mairie demandant de mettre les enseignes aux normes. Les commerces se remettront aux normes leurs enseignes quand il y aura les réfections de façades ce qui se fait au fur et à mesure.

2. THEMATIQUES ABORDEES

Qualité des enseignes

La charte de qualité urbaine encadre les enseignes et apporte des solutions pour faciliter leur intégration dans le paysage tout en préservant leur « efficacité ». Il est important que l'ensemble des enseignes réponde à ces critères car si une enseigne est par exemple, plus grande, elle défavorise les enseignes avoisinantes. Il est important que les enseignes soient déposées après autorisation de la mairie.

En bord d'autoroute, on note une démultiplication des dispositifs d'enseignes.

Capacité d'adaptation des enseignes

Il faut réussir à trouver un équilibre entre les besoins économiques et la qualité de paysage urbain. Il est important de faire la différence entre les quartiers piétons ou les quartiers « circulés en voiture » : la signalétique et les enseignes doivent s'adapter au contexte. Les entreprises recherchent

une bonne efficacité des enseignes et craignent de ne plus être visibles dans certains cas trop contraignants.

Quelques pistes pour mieux se repérer dans des zones commerciales :

- ◇ Retirer les pré-enseignes ?
- ◇ Mettre un plan à l'entrée (RIS) : mais quelle lecture quand on est en voiture ? besoin de stationnement
- ◇ Numérotter les commerces, travailler avec des couleurs, travailler la signalétique, ...
- ◇ Chercher ce qui se fait dans d'autres communes (ZA St Antoine) pour trouver un système qui convient à notre agglomération.
- ◇ **Plus la signalétique sera bonne, moins il y aura des problématiques de publicités et d'enseignes.**

Quelles règles vous semblent adaptées à écrire dans le RLP ?

- ◇ Aujourd'hui, on note une incompréhension des règles : les entreprises font des amalgames entre les règles du centre UNESCO et le reste de la ville. Il est important que le RLP soit plus simple et plus facile à comprendre.
- ◇ Il peut être intéressant de permettre des adaptations au cas par cas : selon l'entreprise, sa localisation (présence d'arbres, carrefour, ..)
- ◇ Bien prendre en compte les contraintes techniques des enseignes dans la réglementation (éclairage arrière des lettres d'enseigne, largeur des caissons, ...). Les ateliers Vezes proposent que l'on visite leur atelier pour bien comprendre ce qui peut se faire.
- ◇ Privilégier la pré-instruction des déposés des dossiers pour que ce soit plus rapide
- ◇ Etudier le cumul des dispositifs (publicités, des enseignes et pré-enseignes) et trouver un équilibre et une complémentarité des dispositifs.

GLOSSAIRE ILLUSTRÉ



Extrait : Guide pratique. La réglementation de la publicité extérieure
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

La publicité : forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

- Scellée au sol ou implantée directement sur le sol
- Apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.)
- Sur bâches de chantier ou autres
- Apposée sur du mobilier urbain.

Les pré-enseignes : inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Les enseignes : inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

- En façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires
- En toiture ;
- Scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;

Enseignes

Fronton Enseigne

Totem

8 Oriflammes

Totem



31 JANVIER 2019

Réunion technique

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL



1. Calendrier et procédure
2. Faire le point sur les éléments issus des réunions
3. Les orientations : zonage & règlement
4. Données manquantes

Avec Pauline Mata, Denis Raysseguier, JY Puyo et Mathilde Chesneaux

1. PROPOSITION DE CALENDRIER

Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

SLOW

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

31 Janvier	Réunion technique	Point sur la démarche
14 Fev	Cotech : techniciens des communes concernées, Etat, UDAP, Albi (patrimoine, instruction, ..) + rencontre pour mobilier urbain	Synthèse du diagnostic Orientations stratégiques Définition des secteurs Tous les dispositifs concernés : pub, enseigne, pré-enseigne, mobilier urbain, affichage d'opinion, ...
11, 13, 14,15 Mars	CoPil phase n°2 Cotech n°1 : ABF, UNESCO, ...	Synthèse des enjeux repérés illustré par des éléments de diag Orientations stratégiques
17 ou 18 Avril	Ateliers des professionnels Cotech n°2 et 3 réunis	Tester le pré-règlement + zonage
Avril	Réunion technique	Amender le règlement
1 ^{er} quinzaine Mai	CoPil + PPA + PPC	Présentation du règlement
Juin	Réunion publique	
Juin	Retour des PPA	Ajustements du règlement
2 Juillet	Conseil – RLPi arrêté	
Juillet -Septembre	Enquête publique	Ajustements du règlement

Rapport
de présentation

Règlements
Et annexe



2. Retour des CoTech

Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

SLOW

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Dispositifs publicitaire et enseignes

Numériques / lumineux

- Problématiques de la gestion des enseignes lumineuses
- Ambigüité enseignes lumineuses et publicité lumineuse
- Le numériques ne semble pas à avoir sa place sur l'agglomération Albigeoise.
- Interdire les panneaux lumineux serait cohérent avec le PLUi.
- Dans le cadre de la labellisation « Grand Site », on incite à développer des outils numériques d'information. // quelle cohérence

- Le format 8m² est apprécié des afficheurs et il serait pertinent de le généraliser sur l'ensemble de l'agglomération. // parc Expo à 6m²

Réglementation pour les **véhicules publicitaires (à vérifier si possible)**

Zones d'Activités

Plus la signalétique sera bonne, moins il y aura des problématiques de publicités et d'enseignes.



2. Retour des CoTech

Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

SLOW

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Réglementation

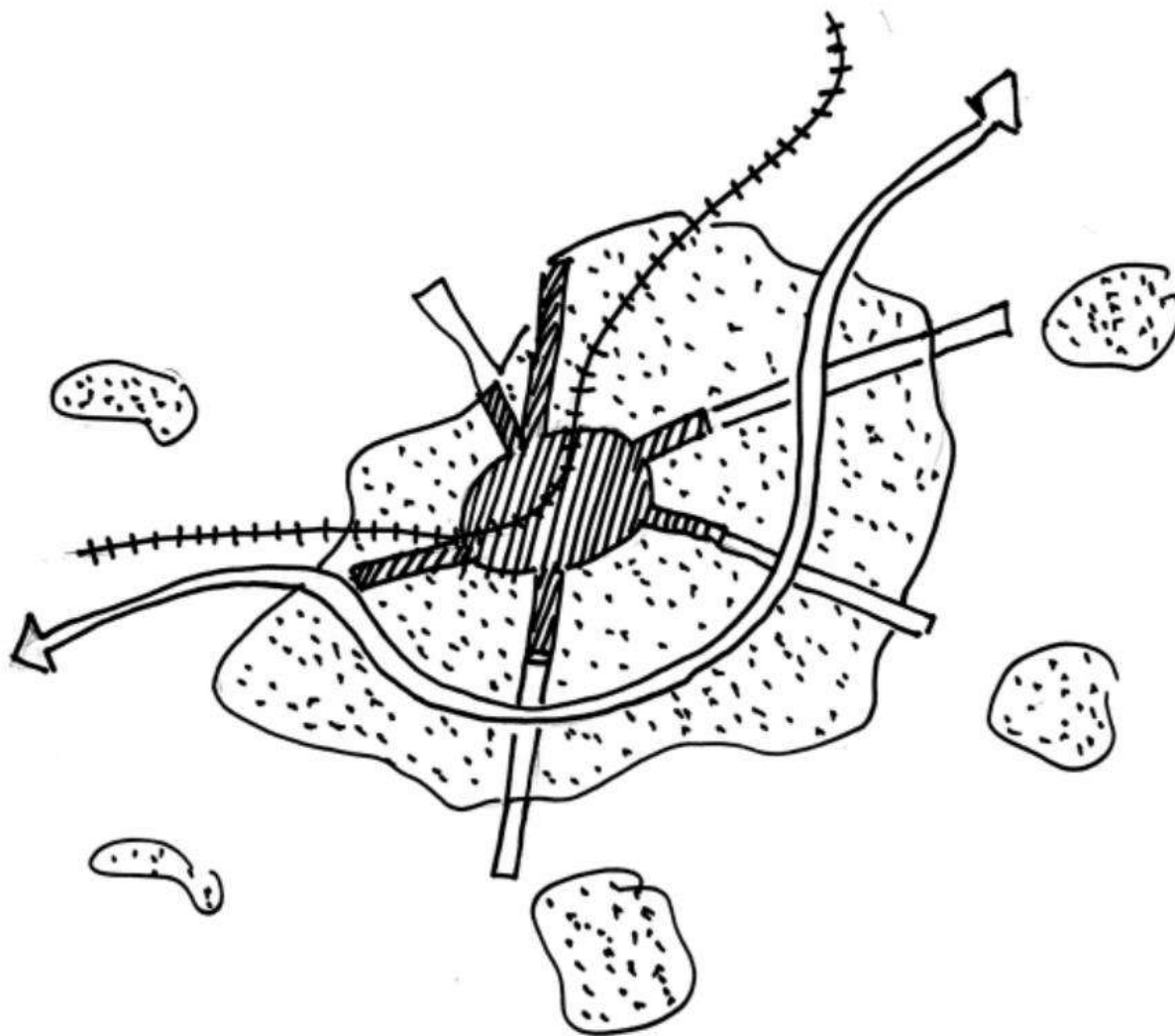
- Si on laisse ouvert une réglementation, il est plus difficile à gérer ensuite.
- Il est important d'avoir des règles que l'on puisse appliquer
- Besoin d'un règlement précis et facile à lire et organiser par zonage
- Prise en compte de la co-visibilité de monuments historiques // évolution de loi LCAP
- Jusqu'à présent, les permis ne gèrent pas les enseignes → évolution des PC ?
- Adapter la réglementation aux techniques de fabrication des enseignes

Secteurs :

- Selon un afficheur, interdire la publicité sur des axes pénétrants ne sert à rien : la suppression entraîne une autre forme de communication



3. LES ORIENTATIONS



Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Les secteurs **SLOW**

1. Zone UNESCO élargie

(simplifier ZPR 1A) + ajout des axes d'entrée avec perspective sur la cathédrale

2. Zone urbaine + village (U et AU)

(dont les entrées de ville : ZPR 1B, ZPR 2A) + axes structurants hors rocade (protéger les échangeurs de la rocade // rond point d'entrée de ville)

3. Les Routes à Grandes

Circulation : rocade d'Albi et route de St Juéry avec les mêmes prescriptions que les axes d'entrée

4. Voie ferrée (ZPR 2B)

5. Les zones d'activités ? (au-delà de la zone réglementée sur l'axe ?)

3. LES ORIENTATIONS

Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

SLOW

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Les secteurs :

- 1. Zone UNESCO élargie** (simplifier ZPR 1A) + ajout des axes d'entrée avec perspective sur la cathédrale
- 2. Zone urbaine + village (U et AU)** (dont les entrées de ville : ZPR 1B, ZPR 2A) + axes structurants hors rocade (protéger les échangeurs de la rocade // rond point d'entrée de ville)
- 3. Les Routes à Grandes Circulation** : rocade d'Albi et route de St Juéry avec les mêmes prescriptions que les axes d'entrée
- 4. Voie ferrée** (ZPR 2B)
- 5. Les zones d'activités ?** (au-delà de la zone réglementée sur l'axe ?)

À prendre en compte les projets importants de l'agglomération et leur impact en termes de trafic et fréquentation (4^e pont, nouveau franchissement, nouveau tracé de la RN88)



3. LES ORIENTATIONS

→ Construire le RLPI dans la continuité du RLP d'Albi

→ Penser « globalement » les dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes pour éviter l'effet de « cumul » (et penser les 2 cotés de la voie)

Pour la publicité

- Limiter le nb de publicités par parcelle
- Harmoniser le format publicitaire à 8 m² sur l'ensemble du territoire
- Garantir la qualité des matériels employés // cf charte d'Albi
- Interdire la publicité numérique (LED) y compris communication ville
- Limiter les bâches de chantiers
- *Assurer une meilleure insertion paysagère des dispositifs publicitaires ? pour aller encore plus loin dans certains cas*



3. LES ORIENTATIONS

Pour les enseignes

- Interdire enseigne au dessus de l'acrotère / toiture
- Limiter le nombre de dispositifs comprenant enseignes et pré-enseigne (oriflamme, totem, ...)
- Interdire les enseignes lumineuses / numériques
- *Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centre ville // cf charte de qualité urbaine / réglementé ?*
- *Mieux les encadrer dans les pôles commerciaux // zonage spécifique ZA ?*

Divers

- Ecrire un article dans le RLPi précisant l'affichage libre et l'affichage sauvage
- Donner des préconisations en termes de mise en œuvre du RLPi (moyens, appropriation ...)



4. LES DONNEES

Envoyé en préfecture le 08/07/2019

Reçu en préfecture le 08/07/2019

Affiché le 08/07/2019

SLO

ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

SIG : Zonage du PLUi, limites d'agglo communales

Etat des lieux des affichages d'opinion / SIG ?

Panneaux de non-conformité repérés par la vile d'Albi / SIG

Projets à venir : 4^e pont, RN88, ... à prendre en compte

Porter A Connaissance du RLPI



Dispositifs publicitaires

Publicité numérique. Quid de la communication municipale numérique?

- Emplacement ? Dimension ?
- Si les communes ont des panneaux numériques gérés par un concessionnaire, il y a un risque de dérive publicitaire
- avec une chartre pour s'assurer d'un fond sombre avec des lettres lumineuses (et pas l'inverse), voir avec le CEREMA

Les véhicules publicitaires immobiles. Trouver une réglementation pour limiter. Les assimiler comme enseigne permanente (voir avec les services de l'Etat)

Zones d'activités : Le SIL est géré par le Service Développement Economique et n'entre pas dans le RLPI. Néanmoins, dans le cadre du RLPI, peut être penser des systèmes de repérage et indications dans les zones d'activités (numérotation, totem, drapeaux, ..)

- Il est intéressant de réfléchir à ce que la réglementation soit en accord avec les possibilités techniques des enseignants, mais attention à ne pas « favoriser » certains enseignants.

Divers :

Des ZA qui vont évoluer ces prochaines années : Albi (route de St Juéry), Puygouzon, Lescure, ...



Zonage

Pour le zonage 1 (UNESCO) :

- attention à l'impact que peut avoir ce zonage sur le mobilier urbain (sucettes).
- prendre en compte les limites des périmètres des monuments historiques comme zonage

Pour le zonage 2 (zone urbaine) :

- attention à ne pas trop verrouiller
- comment prendre en compte les limites d'agglomération ? Les panneaux ? Le zonage PLUi ?

Pour le zonage 3 (RGC) :

- 1 seul panneau sur mat par foncier + règles de distance
- Route à Grande Circulation : max 8m² sur arrêté préfectoral. Prendre en compte les abords des RGC : jouer sur les profondeurs, former un couloir de protection ? Denis Raysseguier est sceptique sur les réels impacts de ces mesures.
- Pour la RN88 (Lescure) : autoriser un certain nombre de panneaux publicitaires → ZPE ?

Pour le zonage 4 (voie ferrée)

- Retirer les panneaux sur les voies désaffectées.

Pour le zonage 5 (ZA)

- Pas besoin de réglementation spécifique a priori, le règlement général sur les enseignes devrait suffire

Règlement :

- Prendre en compte le cumul des dispositifs : permettre une surface totale (comprenant enseigne, pré-enseigne) par établissement.
- Dans le PLUi, le dépassement de l'acrotère et sur toiture est déjà interdit



Règlement de Publicité Intercommunal – Grand Albigeois

Cotech du 21 Février 2019

ORIENTATIONS ECHANGES SUR LE ZONAGE ET LE REGLEMENT

Emargement :

Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac-sur-Tarn	Présente
Emilie Bezio	Technicienne à Puygouzon	Présente
Marie Borie	Directrice Générale des Services à Puygouzon	Excusée
Patrick Gironnet	ABF	
Aurette Jego	Directrice Générale des Services à Le Séquestre	Présente
Séverine Lavabre	Service urbanisme à Lescure	Présente
Mathilde Muller	Service droit de place à Albi	Excusée
Pierre Novella	Ingénieur des Services Culturels et du Patrimoine UDAP	Présent
Jacques Peisert	Référént préfecture	Présent
Gérard Poujade	Maire du Séquestre	Présent
Laurence Pujol	Elue commerce à Albi	Présente
Clarisse Rouquette	Instruction des enseignes à Albi	Excusée
Sylvie Thomas	DDT	Présente
Nelly Santa-Cruz	Service urbanisme à Marssac-sur-Tarn	Présente
Béatrice Vienne	Responsable pôle juridique à Lescure	Présente
Mathilde Chesneaux	Bureau d'études	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'études	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPi	Présent
Pauline Mata	Chargée de mission RLPi	Présente

Ordre du jour :

1. Synthèse du diagnostic
2. Orientations stratégiques
3. Principes de zonage et de règlement

1/ DIAGNOSTIC – ORIENTATIONS

Tous les dispositifs sont-ils désormais légaux ?

Denis Raysseguier : Ce travail de repérage de dispositifs illégaux se fait par les communes.

Lescure : Le RLP est très ancien, difficile de faire le travail de repérage... 18 à priori hors conformité ?

Etat : On a connaissance de certains dispositifs non légaux notamment à Lescure, St Juéry, Le Séquestre et Arthès. Au Séquestre, des dispositifs lumineux ne seront plus légaux prochainement avec la disparition des ZPA (quand le RLPi sera applicable).

Route à Grande Circulation

Etat :

- N'est autorisé uniquement le 4m² mural. Si arrêté préfectoral, alors possibilité d'atteindre 8m², soumis à la commission de site. Les critères pris en compte sont l'impact sur le cadre de vie et l'aspect sécuritaire. Les dérogations du préfet dépendent des situations, se font au cas par cas.
- Les « portatifs » (mat scellé au sol) ne seront donc plus autorisés sur toutes les communes du territoire sauf sur Albi car ce sont des agglomérations de moins de <10 000 hab.
- Aujourd'hui, les pubs murales de 8m² sont déjà illégales dans les communes de <10000 hab s'il n'y a pas de RLP.
- Publicités et pré-enseignes sont soumises aux mêmes règles.
- Il est demandé aux services de l'Etat de préciser la position du préfet quant aux publicités et pré enseignes existantes sur les communes de Lescure, le Séquestre ?

Le Séquestre : Aujourd'hui, il y a uniquement du portatif hormis sur le circuit (4m² mural)

Lescure : Dans le RLP, on autorisait uniquement du scellé au sol... ?

Nota :

- ➔ La mise en conformité devra se faire dans les 2 ans suivant l'arrêté du RLPi pour les publicités et pré-enseignes, dans les 6 ans pour les enseignes.
- ➔ Tous les portatifs sur ces axes seront retirés mis à part pour la commune d'Albi (> 10 000hab)

Continuité du bâti

Dans le Porté A Connaissance, une carte indique les zones agglomérées.

Arrêté limites communales

A prendre prochainement par les communes qui n'en ont pas, car ces éléments doivent figurer dans les annexes du RLPi.

Véhicules publicitaires

Etat : Il faut que l'activité publicitaire ne soit qu'« accessoire ». Le véhicule ne doit pas être stationné toujours au même endroit pour la publicité. Sinon, ils sont en infraction, ce sont aux maires de faire appliquer cette règle... mais c'est difficile de la faire appliquer : comment prouver l'immobilité du véhicule ?

Il existe une règle nationale, en lien avec le code de l'environnement.

- ➔ Dans le RLPi : possibilité d'interdire le stationnement de ces véhicules sur certaines zones qui sont sujets à cette problématique.

Cumul des dispositifs :

Albi : Proposition pour limiter le nombre d'enseignes :

- 1 enseigne par façade
- 1 enseigne sur mat

Etat : dans le RLP, il est autorisé 1 seul dispositif scellé au sol par axe routier.

UDAP : Il est plus important de limiter les tailles, plutôt que les couleurs.

Albi : Les chevalets sont interdits dans le centre-ville, les commerçants ont donc mis des oriflammes. Dans certains cas, des exemptions ont été permises avec l'autorisation de chevalets.

Le Séquestre : un travail important a été mis en place pour appliquer la réglementation nationale pour les enseignes. Ont été définies des préconisations pour améliorer les enseignes et les façades des commerces.

Denis Rayssequier : Possibilité de supprimer les oriflammes ? Les bâches ?

Communication municipale y compris par panneaux lumineux :

La communication municipale (Journal Electronique d'Information) n'est pas soumise au code de l'environnement, donc cette notion ne sera pas traitée dans le RLPi.

Le Séquestre : quelle cohérence si on interdit l'affichage numérique pour les publicités et les enseignes alors que les collectivités les utilisent ? Risque de réactions des afficheurs !

Affichage numérique :

On interdit l'affichage numérique pour les publicités et enseignes (hors boutique).

L'affichage à l'intérieur des vitrines ne peut pas être réglé par le RLPi.

Etat : dans le RLP national, il n'y a pas de réglementation sur ce sujet. Cela peut être risqué d'appliquer une interdiction « absolue » de l'affichage numérique. Il faut que ce soit motivé par un argumentaire paysagé et réduit à certains secteurs :

- Cœur de ville : pour des raisons esthétiques
- RGC : par rapport à la sécurité routière

Publicités et pré-enseignes

Les bâches seront interdites

Publicités et pré enseignes murales et scellées au sol Taille : 8m² sur Albi, et 8m² murale sur les RGC de < 10 000 hab + arrêté préfectoral

Sinon, sera autorisé uniquement du 4m² mural sur mur aveugle (possibilité de mettre 2 panneaux de 4m² sur un même mur / unité foncière)

2/ ZONAGE ET REGLEMENT

Zone 1 :

Quel devenir pour le mobilier urbain ? (sucettes de 2m2 et abris bus)
DDT81 : bâches de chantier non autorisées

Protection sur les axes de perspectives sur la cathédrale et d'entrées de ville :

UDAP : cela est intéressant, en plus cela impacte, aujourd'hui, peu de dispositifs.

Elue d'Albi : c'est très restrictif.

- ➔ Interroger les communes de Castelnau et de Dénat pour savoir si on applique le même règlement que pour le centre d'Albi.

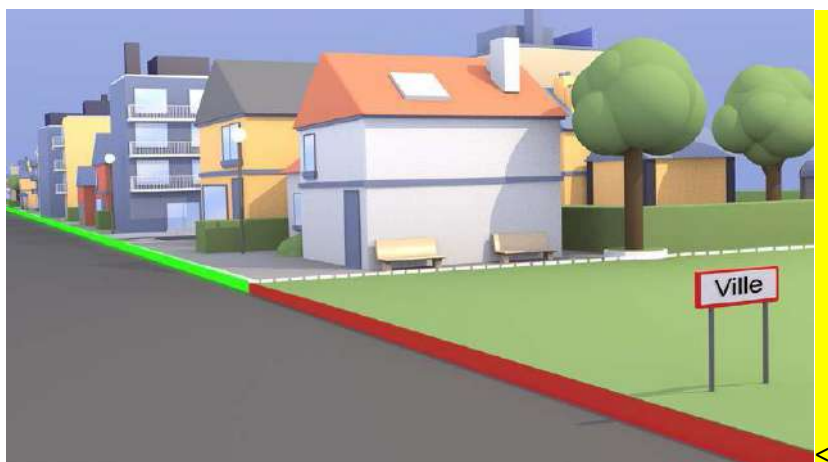
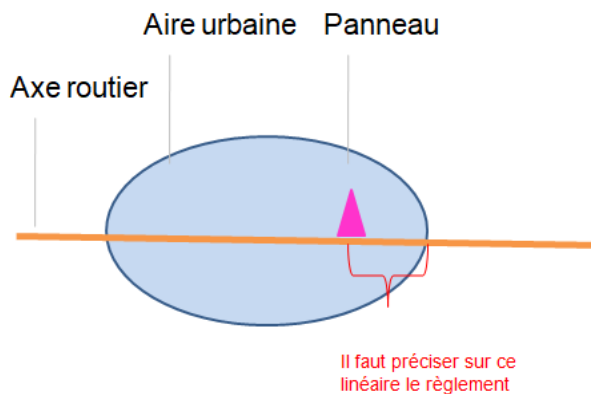
Zone 2 :

Limites du zonage / zones bâties

Etat : il n'est pas possible de s'appuyer sur le zonage AU, uniquement sur les zones U réellement bâties existantes. Il faut prendre en compte les panneaux d'agglomération et la continuité du bâti en frange d'agglomération. **Les 2 conditions sont cumulatives.**

Ce ne sont pas uniquement les panneaux d'agglomération qui font foi, mais aussi la réalité de l'existant : la continuité du bâti.

- ➔ Dans le RLPi, il faudra préciser les règles quand la zone agglomérée dépasse le panneau mais également quand le panneau dépasse la zone agglomérée.



Les giratoires :

- Interdire toute publicité, dans une logique de sécurité, pour une meilleure visibilité pour les automobilistes
- Cette démarche a bien fonctionné dans le RLP d'Albi... nous pouvons le généraliser à tous les giratoires ?
- Attention compter le nombre de panneaux que cela fait « descendre »... risque financier pour les afficheurs ?
- Une démarche qui permet de protéger des « effets rebonds »
- Interdire le portatif / possibilité d'autoriser le mural 4m² (mais attention à la sécurité routière ?)

Règlement :

- Faire une simulation de passer l'unité foncière de 25m à 30m. Combien de panneaux seront à retirer ? Faire une simulation
- Pour les centres bourgs, préserver la qualité paysagère : cumul de dispositifs + préconisations pour les enseignes. Notamment les villages qui n'ont pas monument historique notamment à Marssac.

SYNTHESE DES DECISIONS PRISES

- *Publicités et pré-enseignes : 8m² (1 mural par façade et 1 scellée au sol) sur Albi et uniquement 4m² mural sur les autres communes*
- *Sur les giratoires : interdire le scellée au sol et possibilité d'autoriser le mural 4m²*
- *Routes à Grande Circulation : 4m² mural, si arrêté préfectorale possibilité d'atteindre 8m² + portatif interdit*
- *Interdire le stationnement des véhicules sur certaines zones*
- *Interdire toute publicité sur bâche*
- *Interdiction de l'affichage numérique pour les publicités et enseignes sur certains secteurs (sur argumentaire)*
- *Faire une simulation du zonage et règlement pour voir les impacts sur les panneaux actuels.*

Règlement de Publicité Intercommunal – Grand Albigeois

CoPil – 14 Mars 2019

ZONAGE ET REGLEMENT

Présents :

Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac-sur-Tarn	Présente
Thierry Dufour	Maire de Puygouzon	Présent
Robert Gauthier	Maire de Castelnau-de-Lévis	
Michel Marty	Elu communication à Saint-Juéry	Présent
Gérard Poujade	Maire du Séquestre	Présent
Laurence Pujol	Elue commerce à la ville d'Albi	Présente
Francis Salabert	Maire de Lescure d'Albigeois	Présent
Corinne Dampierre	DGS de la Communauté d'Agglomération de l'Albigeois	
Emilie Bezio	Technicienne à Puygouzon	Présente
Marie Borie	Directrice Générale des Services à Puygouzon	Excusée
Séverine Lavabre	Service urbanisme à Lescure	Présente
Mathilde Muller	Service droit de place à Albi	Excusée
Clarisse Rouquette	Instruction des enseignes à Albi	Excusée
Béatrice Vienne	Responsable pôle juridique à Lescure	Présente
Nelly Santa-Cruz	Service urbanisme à Marssac-sur-Tarn	Présente
Jérôme Tardieu	Service technique à Saint-Juéry	Présent
Mathilde Chesneaux	Bureau d'études	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'études	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPi	Présent
Pauline Mata	Chargée de mission RLPi	Présente

Ordre du jour :

1. **Publicités et pré-enseignes : définition, RNP et stratégies retenues pour le RLPi**
2. **Enseignes : définition, RNP et stratégies retenues pour le RLPi**
3. **Mobilier urbain : définition, RNP et stratégies retenues pour le RLPi**
4. **Contexte réglementaire**
5. **Zonage et règlement**

1. Publicités et pré-enseignes

- Pour les pré-enseignes dérogoires, il n'y aura pas d'articles spécifiques dans le RLPi, on se référera au Code de l'Environnement qui peut évoluer régulièrement. Il pourra être rappelé les règles actuelles dans le RLPi.
- Lescure : Sur l'entrée de ville, il existe déjà des publicités et pré enseignes scellées au sol mais Lescure doit respecter les règles nationales de publicités pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants (RNP). Aussi, ces dispositifs scellés au sol vont devoir disparaître tout comme au Séquestre. Il n'est pas possible d'élargir cette règle dans le cadre du RLPi, nous ne pouvons pas être plus permissifs que le RNP.
- Lescure : M. le Maire fait état de craintes de perdre des ressources financières. Ces restrictions risquent d'être des blocages au développement de la zone commerciale ?
- Ne pas confondre enseignes et publicités numériques. Par exemple, à Intermarché du Séquestre, il s'agit d'une enseigne (sur la parcelle du commerce) avec des publicités pour des produits d'Intermarché.
- La publicité scellée au sol serait interdite sur les giratoires dans la continuité du RLP d'Albi, possibilité de publicité murale limitée à deux panneaux de 4m². Cependant, il faudra aussi prendre en compte les critères de la sécurité routière.
- Les chevalets sont considérés comme de la pré-enseigne de fait (RNP) interdite dans le secteur sauvegardé. A Albi, exemptions faites pour les restaurateurs, 1 chevalet par restaurateur. Pour mettre en place cette exemption, il est nécessaire d'associer la demande de chevalet à l'autorisation de terrasse, le chevalet est alors considéré une enseigne.
- Véhicule publicitaire : il faut le réglementer pour pouvoir s'appuyer sur une règle lorsqu'il y aura un besoin de « nettoyer ». Aussi, il est nécessaire de prendre en compte les « effets rebonds » du fait des nouvelles interdictions, risque d'émergence de nouvelles formes publicitaires. La problématique est surtout repérée sur les entrées de ville.
- Prendre en compte les évolutions telles que les voitures en libre disposition (type autolib) bardées de publicités. Mais il s'agit là de véhicules à priori mobiles.

Décisions :

- ➔ Autorisation de 2 panneaux de 4m² par mur
- ➔ Interdiction de pub sur giratoire sauf 2 panneaux de 4m² sous condition des critères de sécurité routière
- ➔ Chevalets tolérés si intégrés à l'autorisation de terrasse (enseigne)
- ➔ Interdiction des véhicules publicitaires sur le zonage ZP2 et ZU2

2. Enseignes

- Sur le Séquestre, ils ont retravaillé les enseignes avec les commerçants pour supprimer les dépassements de toiture. Un travail de longue haleine...

- M. le Maire de Puygouzon : abaisser toutes ces enseignes, cela a un coût pour chaque commerce... quel intérêt pour des zones déjà dégradées ?
- Les enseignes auront 6 ans pour être mises en conformité.
- Le cas des oriflammes (<1m²) donc échappe à la limite donnée dans le RNP, besoin urgent de réglementer et de limiter leur nombre.
- On ne peut pas aujourd'hui réglementer le numérique derrière les vitrines... besoins d'attendre que la réglementation nationale évolue.
- Interdire les enseignes sous forme d'écran numérique/plasma (type le panneau du Intermarché du Séquestre), attention ne pas interdire les LED car des enseignes « classiques » sont faites de LED.
- Préciser les distances pour cadrer le nombre d'enseignes (en retrait : 10m ; ..), illustrer par des croquis et exemples de magasins.

Décisions :

- ➔ Interdiction d'enseignes sur toiture
- ➔ Enseigne scellée limitée à 4m² sur l'ensemble du territoire hors Albi
- ➔ Limiter le nb d'oriflammes par unité foncière (modalités des règles à préciser)
- ➔ Interdire les enseignes sous forme d'écran numérique
- ➔ Préciser les règles des enseignes par des croquis et des exemples
- ➔ Préciser le cumul possible pub, enseignes et pré-enseignes
- ➔ Besoin de réglementer les véhicules publicitaires et les vitrophanies (autocollant apposé sur la vitrine)

3. Mobilier urbain

- Certains mobiliers deviennent surtout un support pour la publicité, elle n'est pas seulement accessoire...

4. Zonage et règlement

- Puygouzon : dans les zones résidentielles, M. le Maire souhaiterait protéger au maximum. Notamment à Labastide Denat, Creyssens, ... car il y a des murs aveugles de bâtiments anciens où pourraient se développer des panneaux muraux.
- Possibilité de fixer des règles de co-visibilité ou de perspective sur le patrimoine ou la silhouette paysagère du village. Justifier le zonage ZU3 en fonction de considérations et de protections du paysage et du cadre de vie.
- Proposition de faire un travail par commune : envoi de plan pour chaque commune pour validation de la limite du zonage.
- Volonté de Lescure : rechercher une proposition commune pour l'ensemble du territoire, pas de distinction entre Albi et autres communes mais il est rappelé que le RNP s'impose avec ses règles pour les communes de + de 10 000hab et celles pour les – de 10 000 habitants.

Décisions :

- ➔ Envoi des projets de zonage commune par commune, pour validation.
- ➔ Chaque commune doit définir ses limites d'agglomération et déposer son arrêté.

Calendrier :

16 Avril	Bureau Communautaire	Ajustement du règlement
1 ^{er} quinzaine Mai	COSUI + PPA + PPC	Présentation du règlement
Juin	Réunion publique	
2 Juillet	Conseil – RLPi arrêté	
Juillet -Septembre	Consultation PPA PPC	
Novembre	Enquête publique	Ajustements du règlement

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

PRE-REGLEMENT ET ZONAGE



DEROULE

- 1. Qu'est ce qu'un RLPi ?**
- 2. Les objectifs stratégiques**
- 3. Quelques notions**
- 4. Zonage et règlement**
 - a. Zonage**
 - b. Règlement publicités et pré-enseignes**
 - c. Règlement enseignes**
 - d. Règlement mobilier urbain**



1. Qu'est ce que le RLPi ?

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal

□ Un document de planification :

- de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal, permettant à la collectivité d'exprimer son projet en la matière.
- constitué d'un règlement et d'un zonage.

□ Un outil opérationnel pour :

- **améliorer le cadre de vie et lutter contre les nuisances visuelles au sein des paysages de la Communauté d'Agglomération**, qu'ils soient naturels ou bâtis, urbains, péri-urbains ou ruraux.
- **limiter et répartir de façon harmonieuse** l'ensemble des dispositifs publicitaires sur l'agglomération et aux portes des zones urbanisées
- **respecter le patrimoine** architectural, paysager et environnemental (en cohérence avec le plan de sauvegarde et de mise en valeur d'Albi...)

□ Rappel de la méthode du RLPi :

- S'appuyer sur un diagnostic partagé
- Intégrer les réflexions engagées dans le cadre de l'élaboration du PLUI
- Harmoniser la réglementation locale pour renforcer l'identité de notre territoire
- Aboutir à un outil réglementaire avant tout pédagogique et partagé grâce à des temps de sensibilisation, de concertation avec les services instructeurs, les acteurs locaux



1. Qu'est ce que le RLPi ?

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal

□ La loi impose que la réglementation du RLPi soit **plus restrictive que la réglementation nationale (RNP entré en vigueur le 1er juillet 2012)** en particulier sur les secteurs stratégiques tels que :

- les secteurs patrimoniaux et leurs abords
- les centres des villes et villages
- les abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération

□ *Le calendrier à venir :*

- Mai 2019 : Finalisation du règlement et zonage
- Juin 2019 : Réunion Publique et réunion PPA
- 2 Juillet : Conseil communautaire arrêt du RLPi
- Juillet - Septembre : Consultation PPA et PPC
- Novembre : Enquête Publique



2. Les objectifs du RLPi

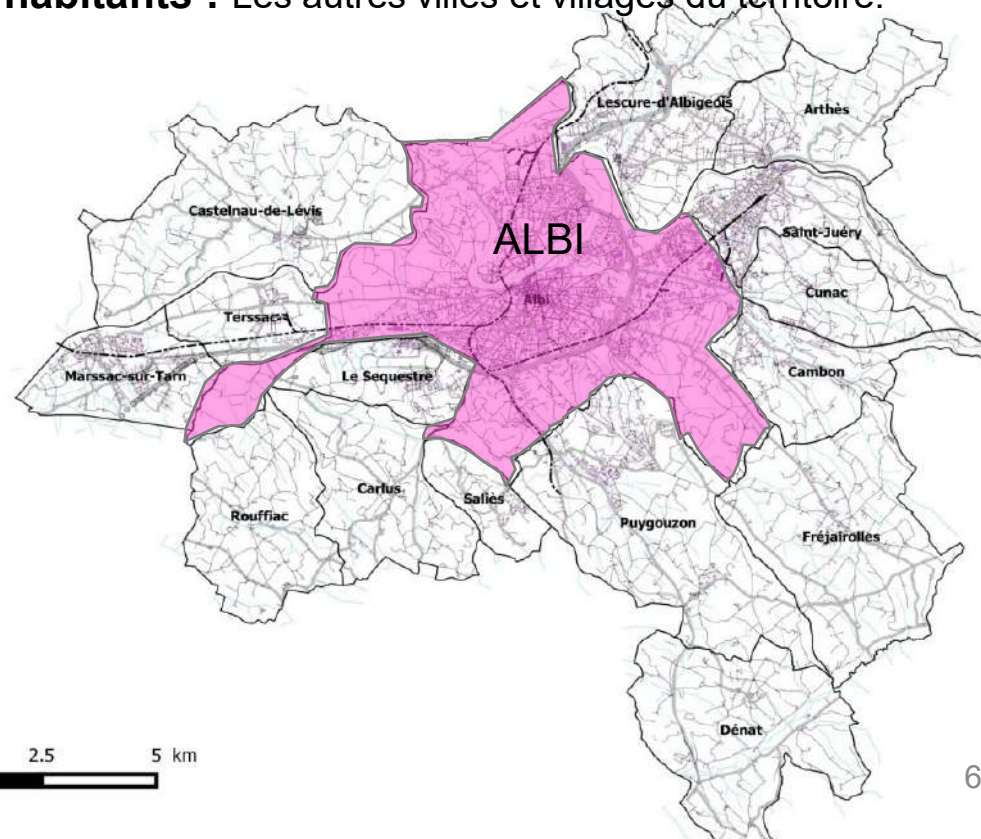
- ❑ D'ici 2020, les RLP communaux seront caducs donc il est impératif que le RLPi prenne le relais de ces règlements communaux.
- ❑ Les grandes orientations stratégiques du RLPi pour les 16 communes de la communauté.
- ❑ **Les grandes orientations du RLPi :**
 - ✓ Construire le RLPi dans l'esprit du RLP d'Albi (secteur, format des panneaux et densité)
 - ✓ Renforcer la préservation des entrées de ville et élargir la protection des abords du secteur protégé d'Albi
 - ✓ Penser « globalement » les dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes pour éviter l'effet de « cumul »
 - ✓ Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centre ville

3. Quelques notions

a. Notion de seuil des 10 000 habitants

La loi distingue deux ensembles de communes, en fonction de leur population, avec des règles plus ou moins restrictives pour régir les publicités et les pré-enseignes :

- **sur les communes de > de 10 000 habitants** : Seule la ville d'**Albi** est concernée.
- **sur les communes de < de 10 000 habitants** : Les autres villes et villages du territoire.

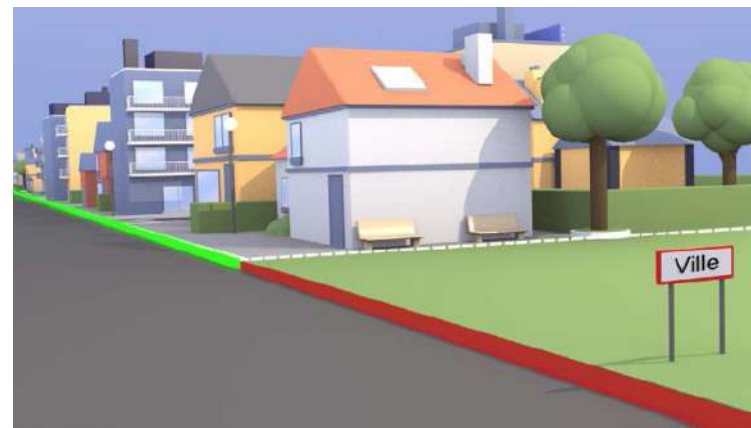


3. Quelques notions

b. Notion de « Zone agglomérée »



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

*Extrait : Guide pratique. La réglementation de la publicité extérieure.
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie*

> Il faut prendre en compte la réalité de la continuité du bâti en frange d'agglomération

Faire prévaloir la « **réalité physique** » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

(CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

3. Quelques notions

c. Publicités, pré-enseignes, enseignes, mobilier urbain



Extrait : *Guide pratique. La réglementation de la publicité extérieure*
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

La publicité : forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

- Scellée au sol ou implantée directement sur le sol
- Apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.)
- Sur bâches de chantier ou autres
- Apposée sur du mobilier urbain.

Les pré-enseignes : inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Les enseignes : inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

- En façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires
- En toiture ;
- Scellées au sol ou implantées directement sur le sol sur l'unité foncière de l'activité

3. Quelques notions

> LES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Murales
sur murs aveugles,
comprenant une seule
ouverture de 50 cm



Scellées au sol
sur un mat ou deux mats,
ou implantée directement
sur le sol



3. Quelques notions

> LE MOBILIER URBAIN



Installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers avec la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques.

- › les abribus
- › les « sucettes »
- › les colonnes porte-affiches culturelles (colonne « Morris »)
- › les mâts porte-affiches
- › les kiosques à journaux



3. Quelques notions

> LES ENSEIGNES



- Enseigne sur le bâtiment en « bandeau » ou « drapeau »
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture
- Enseigne au sol : totem, oriflammes, banderoles, bâches,



4

ZONAGES ET REGLEMENTS

Partie 1 : publicités, pré-enseignes et mobilier urbain

a. Zonage

b. Règlement pour les publicités, pré-enseignes et mobilier urbain

Partie 2 : les enseignes

c. Zonage

d. Règlement pour les enseignes



Albi - Route de Castres



Albi – Av. Colonel Teyssier

4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

a. Le Zonage pour les dispositifs publicitaires et pré-enseignes

Zones patrimoniales (ZP)



Secteur sauvegardé



Secteurs patrimoine

Zones urbaines (ZU)



Zone urbaine >10 000 habitants
ZU1 (Albi)



Entrées de ville ZU2



Zones urbaines <10 000 habitants ZU3

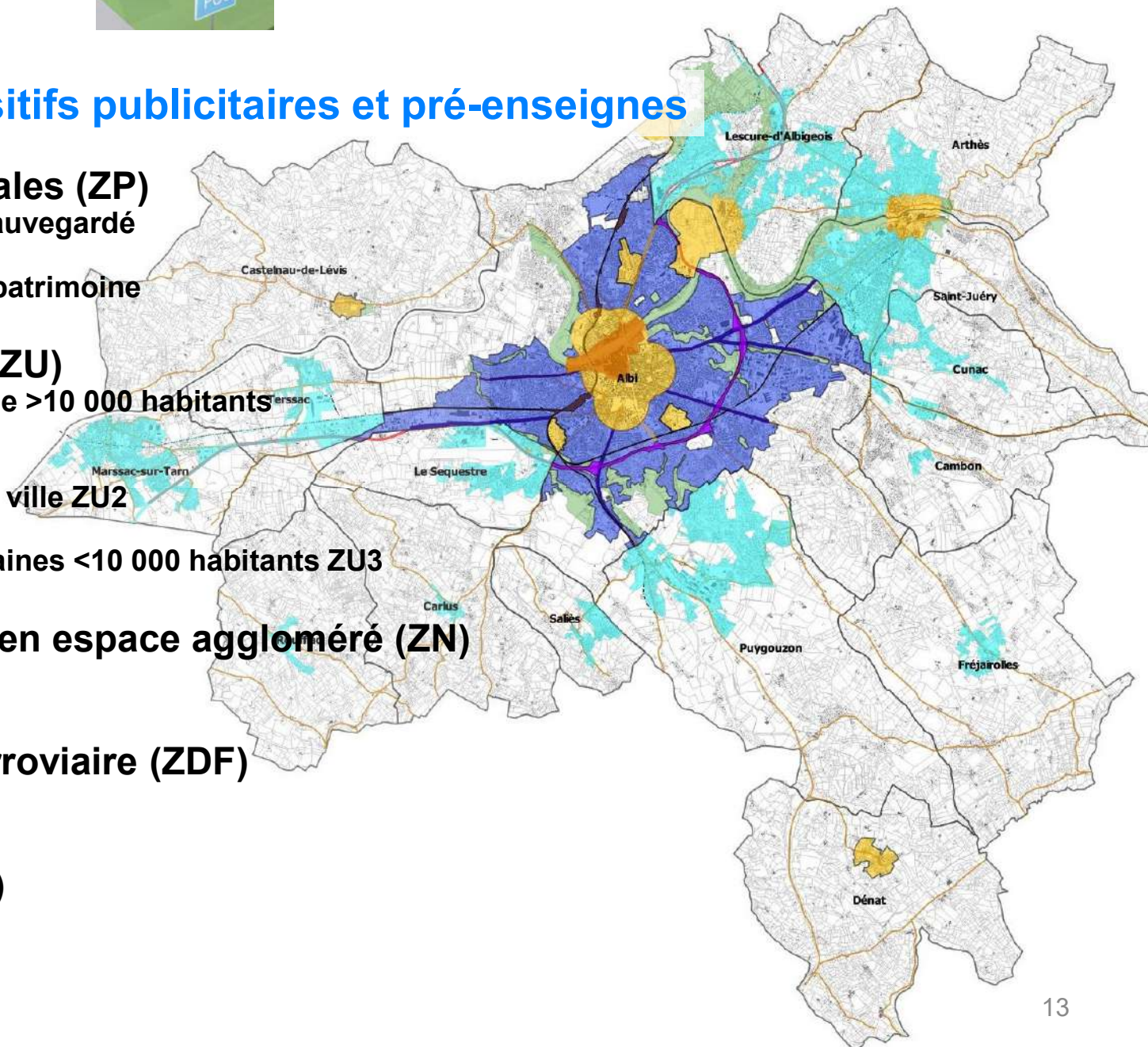
Zones Naturelles en espace aggloméré (ZN)



Zone Domaine ferroviaire (ZDF)



Zone Rocade (ZR)



Avril 2019 -



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Patrimoniales (ZP)



ZP1 secteur sauvegardé



ZP2 secteur patrimoine

(villages, abords secteur sauvegardé d'Albi et perspectives sur Cathédrale)

Axes protégés : Route de Cordes, Av. A Thomas, Allée du Lude

ZP1 secteur sauvegardé

Publicités murales et scellées interdites

Véhicules publicitaires interdits

Mobilier urbain avec pub interdit

ZP2 secteur patrimoine

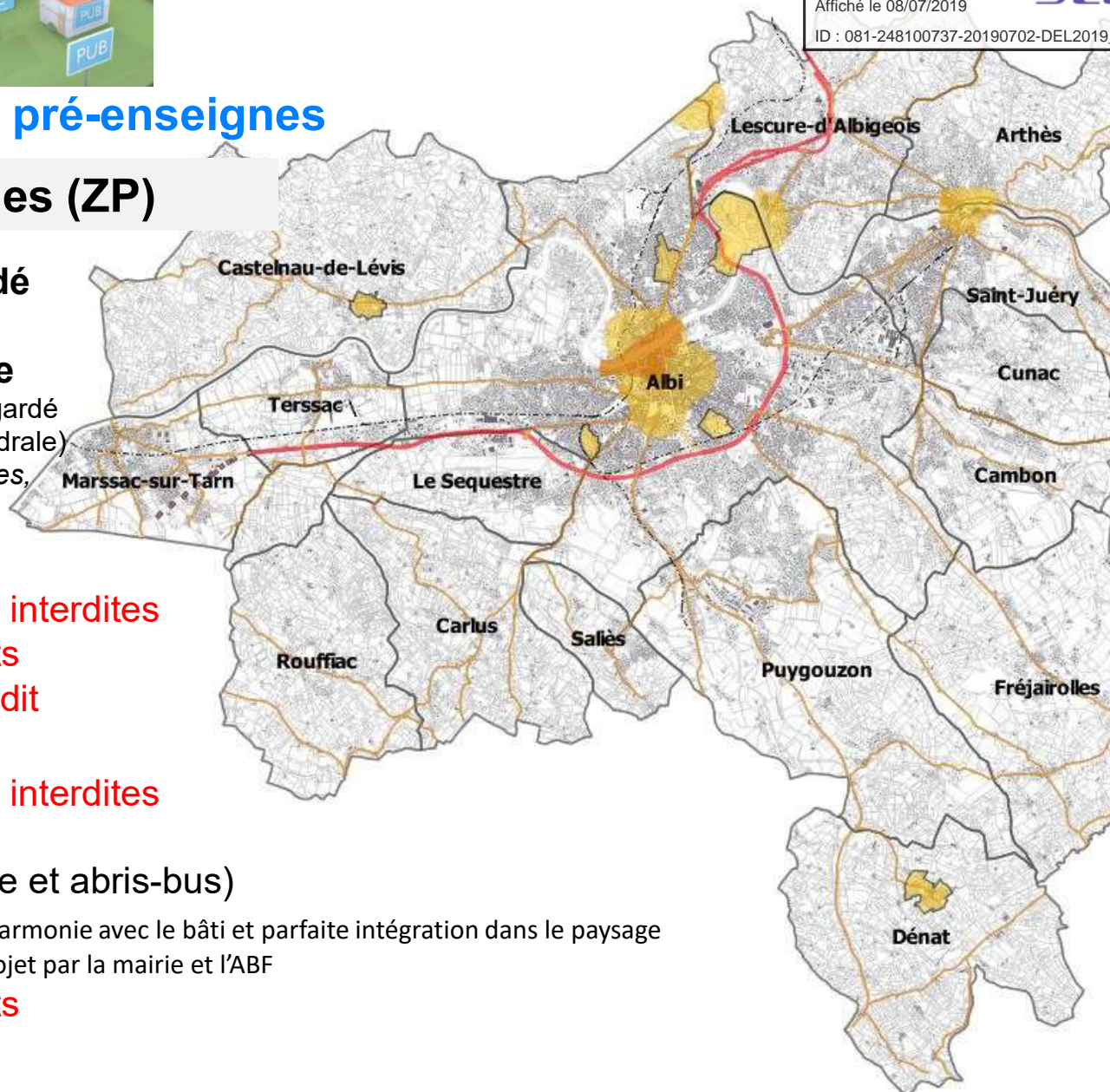
Publicités murales et scellées interdites

Publicités admises :

- mobilier urbain <2m² (sucette et abris-bus)

- sur chantiers sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie et l'ABF

Véhicules publicitaires interdits



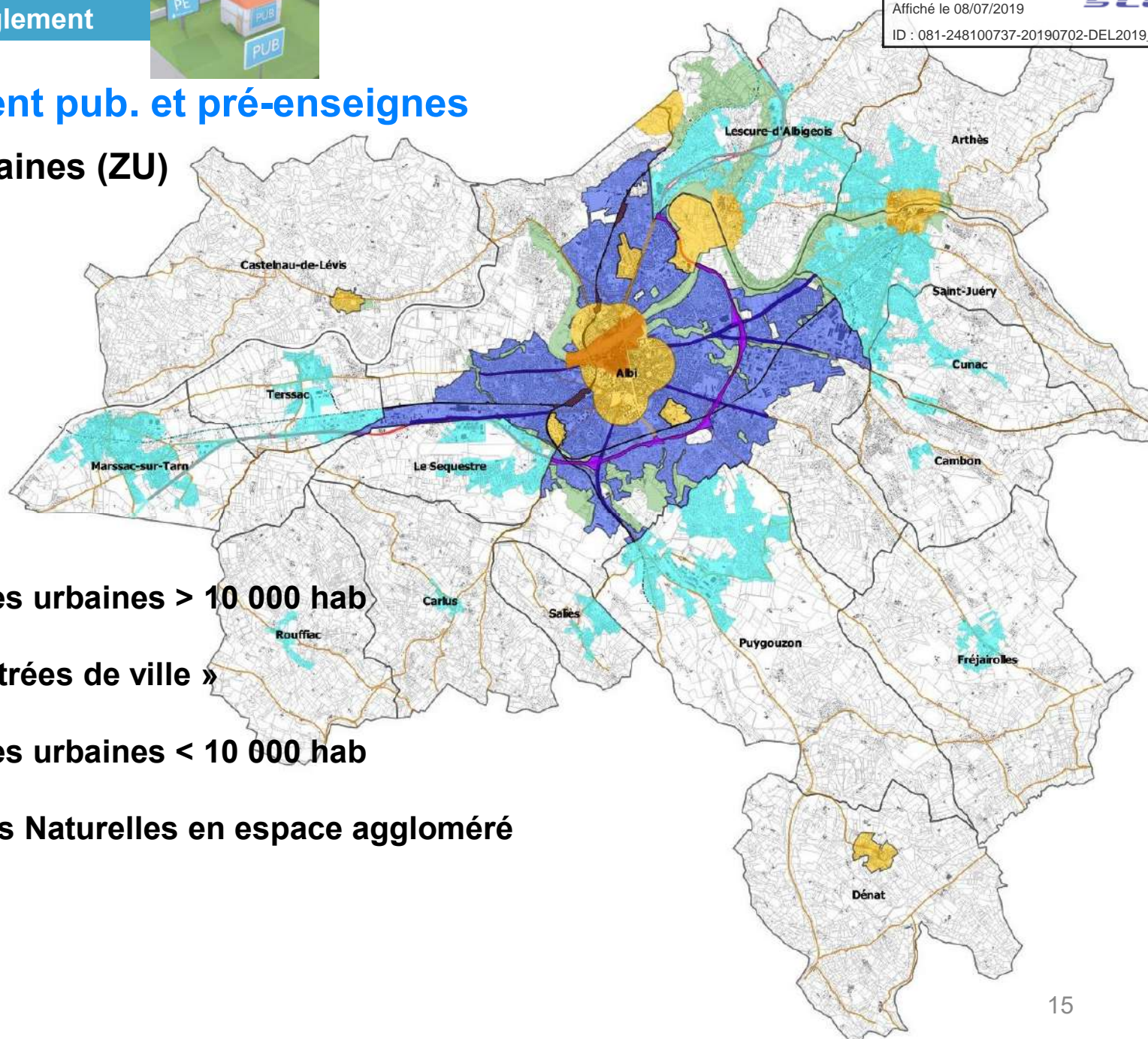
4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)



-  **ZU1 – Zones urbaines > 10 000 hab**
-  **ZU2 – « Entrées de ville »**
-  **ZU3 – Zones urbaines < 10 000 hab**
-  **ZN – Zones Naturelles en espace aggloméré**



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

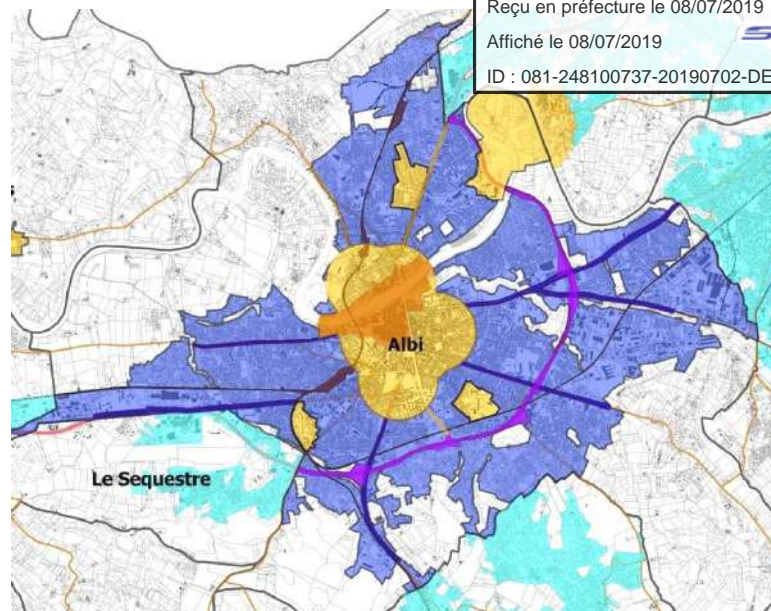
Les Zones Urbaines (ZU)

ZU1 – Zones Urbaines > 10 000 hab. pour le territoire communal d'Albi



Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiment
et 1 seule pub / unité foncière ; S=8m² H=6m

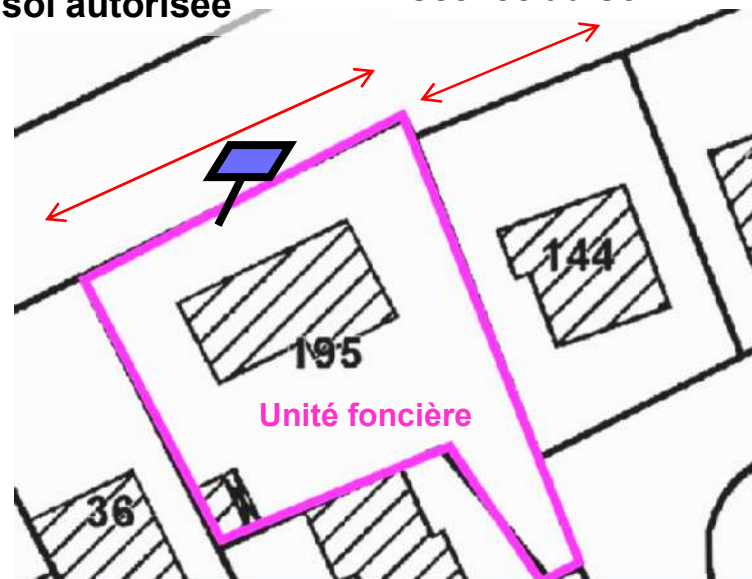
Pub scellée admise si la façade de l'unité foncière > 20m
(aujourd'hui 15m)
et 1 seule pub / unité foncière ; S=8m² H=6m



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Façade > 20m
1 Pub scellée au
sol autorisée

Façade < 20m
Pas de pub
scellée au sol



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)

ZU2 - « entrées de ville »

Av de St Juéry, Route de Millau, Route de Castres, Route de Puygouzon, Av. Francois Verdier, Route de Terssac

Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiments ;
1 pub / unité foncière ; S=8m² ; H=6m

Pub scellée au sol admise si la façade de l'unité foncière >30m (aujourd'hui c'est 25m) ;
1 pub / unité foncière ; S=8m² H=6m

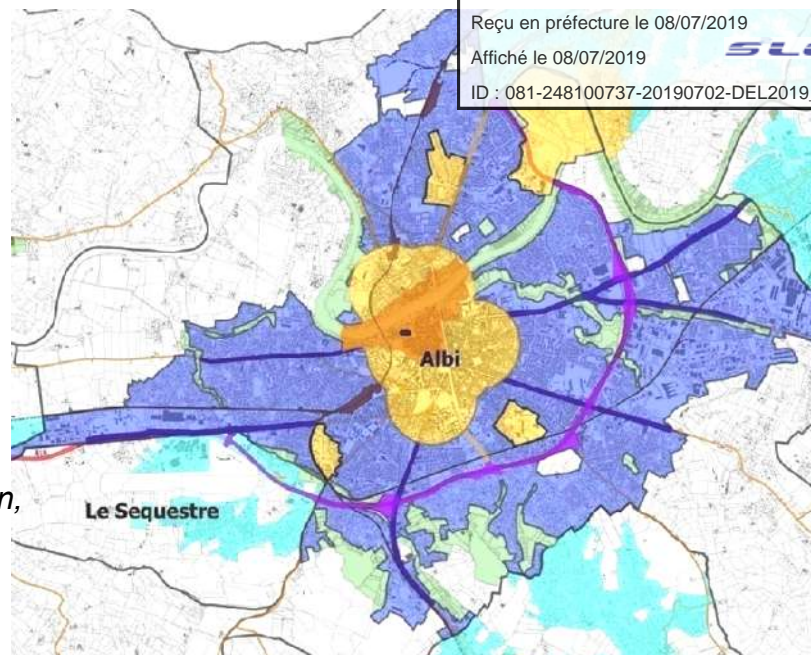
Interdiction des véhicules publicitaires

ZU3 – Zones Urbaines < 10 000 habitants

Publicité murale admise uniquement sur les murs aveugles de bâtiments (S=4m²)
à hauteur de 2 dispositifs / unité foncière

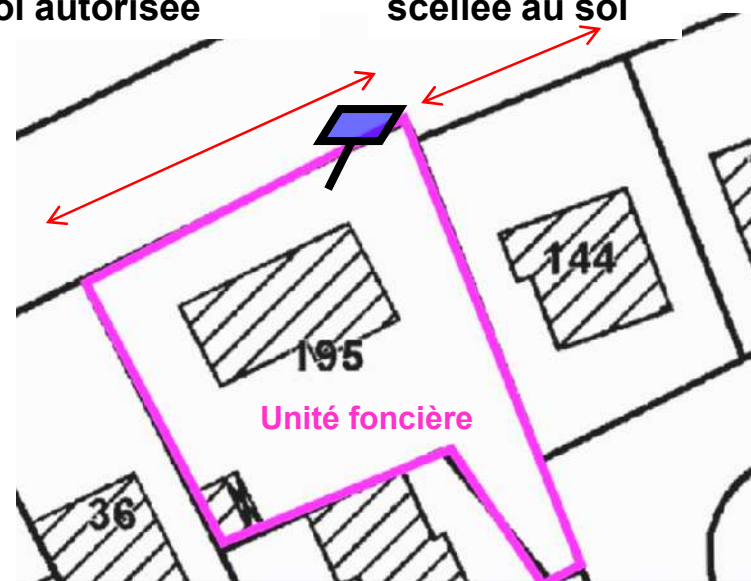
ZN - Zones Naturelles en espace aggloméré

Toute publicité est interdite



Façade > 30m
1 pub scellée au sol autorisée

Façade < 30m
Pas de pub scellée au sol



4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

b. Règlement pub. et pré-enseignes

ZDF- Zone Domaine Ferroviaire

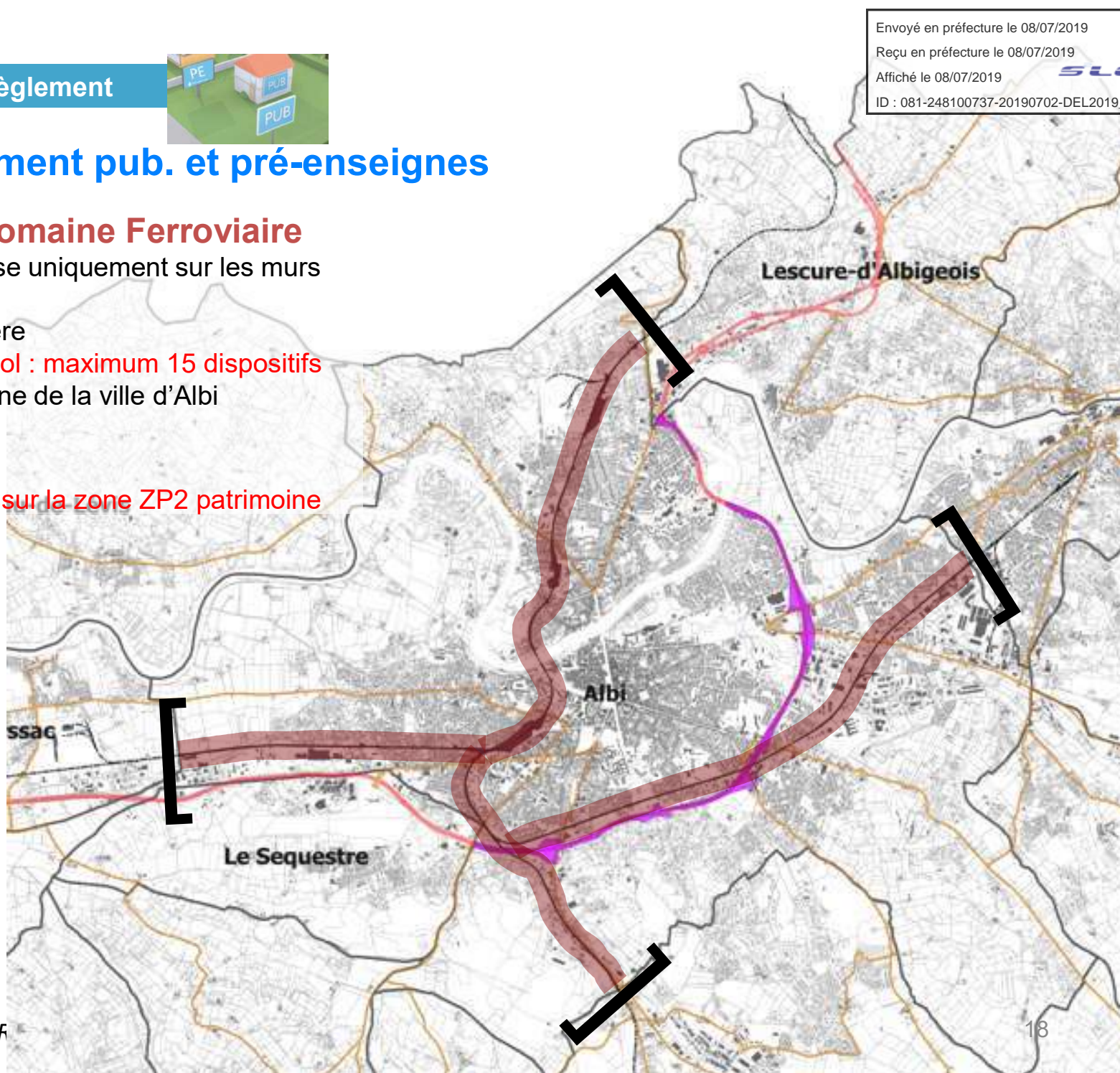
Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiment

1 pub/unité foncière

Pub scellées au sol : maximum 15 dispositifs sur la partie urbaine de la ville d'Albi seulement

S=8m² H=6m

Interdiction totale sur la zone ZP2 patrimoine



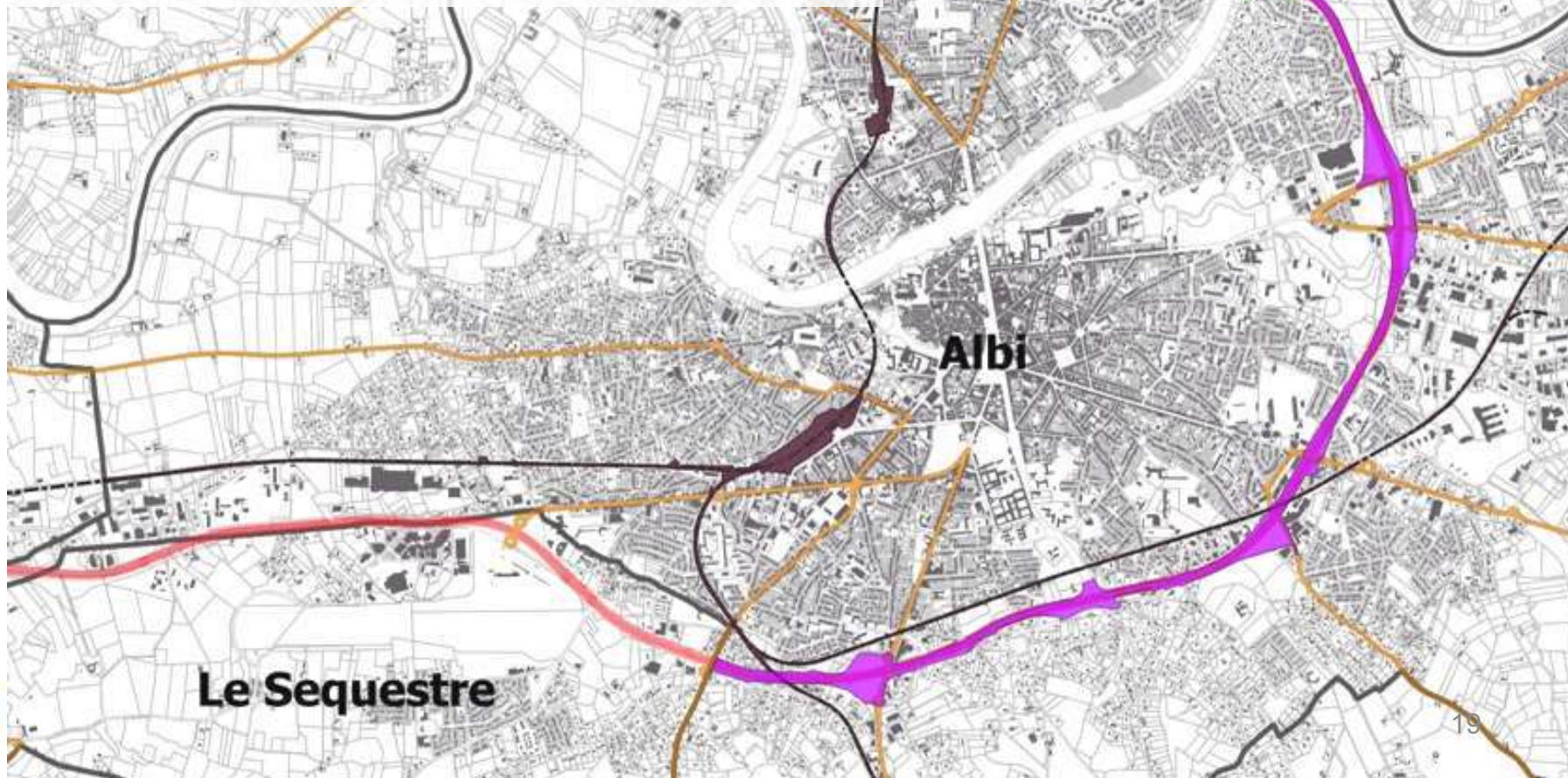
4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

ZR - Zone Rocade (entre la limite communale du Séquestre au Rd Point de la Jardinerie hors secteur patrimonial)

Publicités scellées au sol :
maximum 15 dispositifs sur la partie urbaine de la ville d'Albi
seulement hors secteur patrimonial
S=8m² H=6m



4. Zonage et règlement



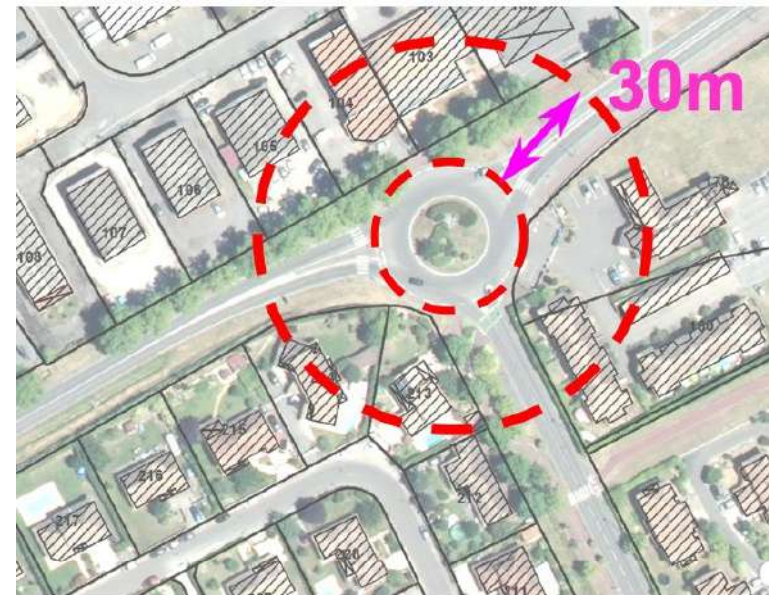
b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)

- **Sur tous les giratoires**

Sur un **rayon de 30m** mesuré à l'extérieur du cercle défini par la bordure extérieure de la chaussée du giratoire :

- **Pub scellée interdite**
- Pub murale autorisée pour seulement 2 panneaux de 4m² ou 1 de 8m²
- Mobilier urbain autorisé (1 sucette)



- **L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif**

Selon la réglementation nationale :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants
- 4 m² + 2 m² supplémentaires par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants
- 12 m² + 5m² par tranche de 10 000 habitants pour les autres communes

- **La publicité numérique (LED et Plasma) est interdite sur toutes les zones**

Justifications :

- pour des raisons esthétiques et de cohérence par rapport au classement UNESCO du cœur de ville d'Albi
- sur les voies importantes, pour des raisons de sécurité routière et de préservation de la qualité du paysage urbain

4. Zonage et règlement



b. Règlement publicité sur mobilier urbain

Synthèse du RNP par les services de l'Etat

Le mobilier urbain est permis partout et quel que soit le nombre d'habitants.

La publicité sur les mobiliers urbains doit se conformer au règlement de publicité :

- elle est interdite sur le secteur patrimoine ZP1
- elle est autorisée partout ailleurs mais uniquement en zone urbaine des communes > 10 000 et < 10 000 habitants mais pas hors agglomération
- 1 seul dispositif est autorisé sur les giratoires.

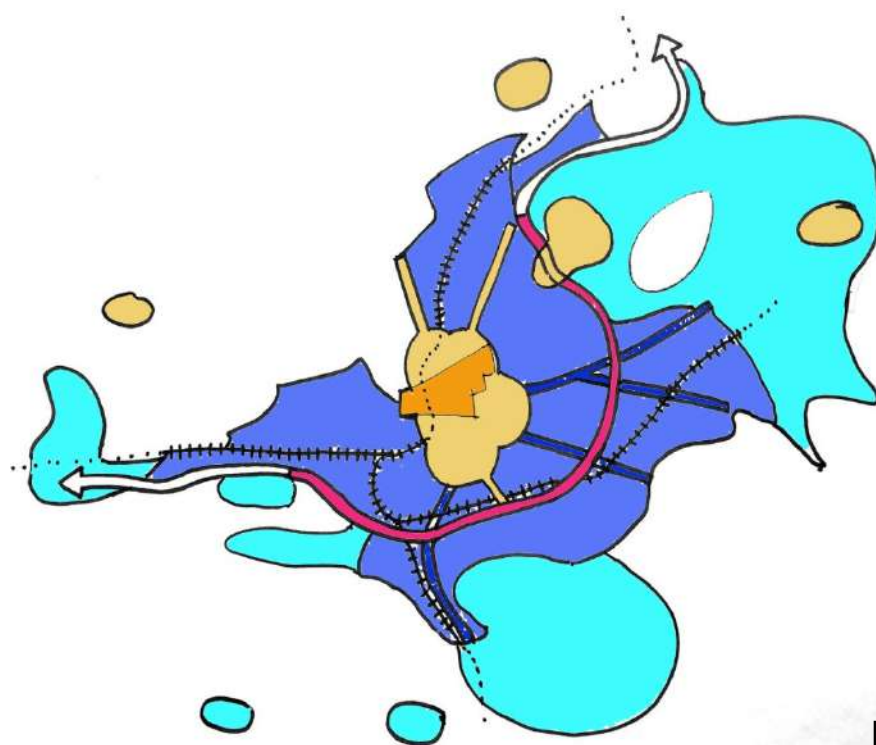



4. Zonage et règlement



Principes du Zonage

Les dispositions applicables en matière d'affichage publicitaire et pré-enseignes



-  **Zones patrimoniales UNESCO élargie**
Pas de Pub.
-  **Zone urbaine > à 10 000 habitants (ville d'Albi)**
1 Pub. murale et 1 scellée au sol 8m² si foncier > 20m.
-  **Entrées de ville majeures**
1 Pub. murale et 1 scellée au sol 8m² si foncier > 30m
-  **Zones urbaines < à 10 000 habitants (diffus)**
Pub. murale limitée à 2 panneaux de 4m² uniquement
-  **Domaine ferroviaire**
limité à 15 dispositifs de 8m² sur la ville d'Albi et hors secteur patrimonial
-  **Rocade (Rte à Grande Circulation sur Albi)**
limité à 15 dispositifs de 8m² (entre l'échangeur du Séquestre au Rd Point de la Jardinerie hors secteur patrimonial)



- Giratoires :**
limité à 2 panneaux de 4 m² ou à 1 de 8m²,
1 sucette admise sur un rayon de 30m / bordure extérieure

- Mobiliers urbains avec publicité :**
interdits sur le secteur patrimoine ZP1
autorisés ailleurs en zone urbaine uniquement



4

ZONAGES ET REGLEMENTS

Partie 2 : les enseignes

c. Un zonage spécifique pour les enseignes

d. Le règlement pour les enseignes



Arthes Restauration, Fleursiste, Boulangerie



Albi rte de Castres



Albi av A. Thomas



Puygouzon-ZA Garban



Labastide-Denat / rte de Rouzadou



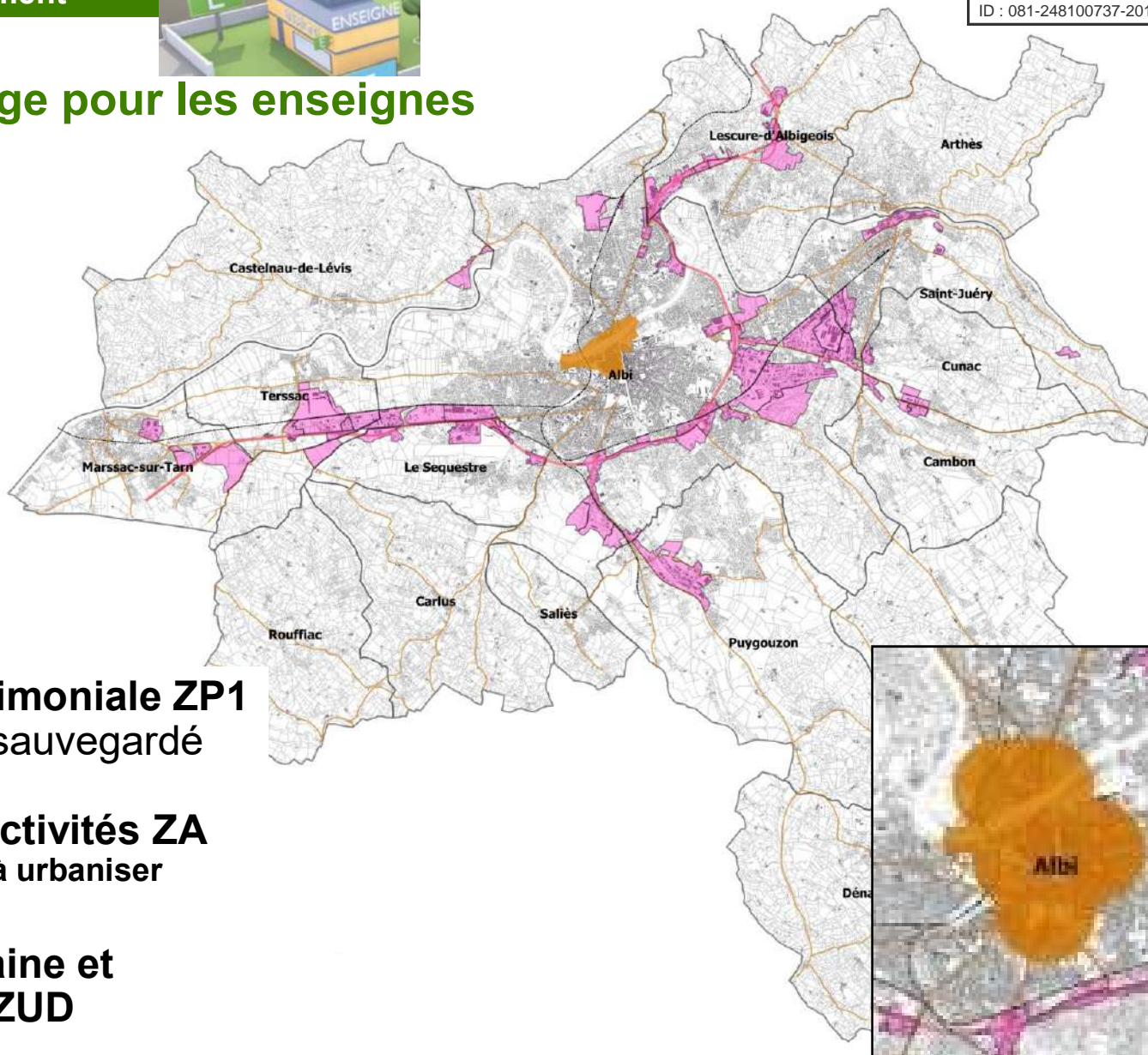
Albi route de Millau

4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

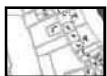
c. Le Zonage pour les enseignes



Zone patrimoniale ZP1
= secteur sauvegardé



Zones d'activités ZA
actuelles et à urbaniser



Zone urbaine et en diffus ZUD



Avril 2019 – RLPi CA Albigeois

→ **Élargir la zone patrimoniale au ZP2 ?**
→ **Définir un zonage pour les centres bourgs ?**

4. Zonage et règlement



d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Dispositions communes aux enseignes (Rappel RNP)

- Obligation d'entretien
- Suppression des enseignes au terme de l'activité

Enseignes sur façades de bâtiment

Apposée à plat sur un mur de façade (en bandeau)

- Doit être intégrée totalement à la façade et au balcon (sans dépassement en hauteur ni en largeur)
- Épaisseur : RNP : max 25cm > *Règlement de Voirie : 16 cm maxi*
- *Obligation de lettres découpées sur certains murs ou façades urbaines de qualité (murs en pierre apparentes, façades comprenant des éléments de modénature)*

Apposée à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies

- *Interdire les enseignes apposées sur les balcons, devant un balconnet ou une baie pour respect des édifices en ville et villages*

Perpendiculaire (en drapeau)

- Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur
- *Imposer une hauteur maxi, exprimées en mètres ou proportionnellement à l'architecture du bâtiment.*
- *recul par rapport au bord du trottoir, afin d'éviter que les enseignes ne soient accrochées par les véhicules de passage.*





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Enseignes sur toiture

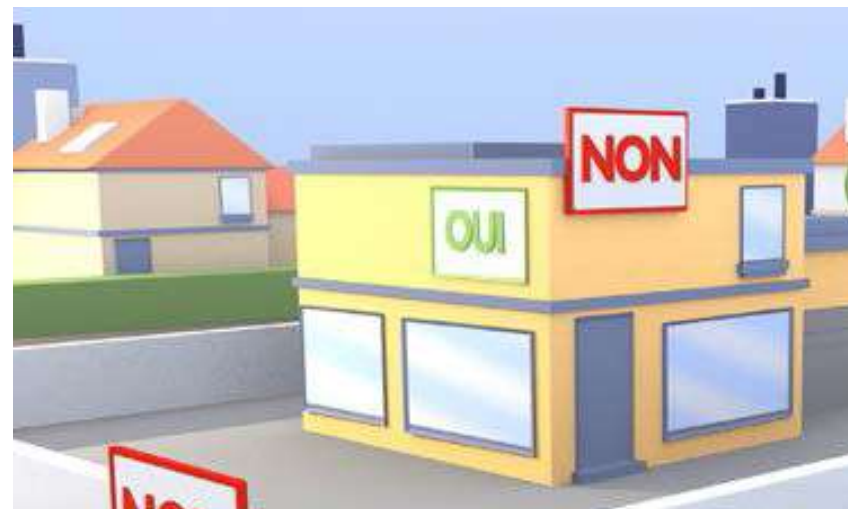
RLPi : Interdiction des enseignes sur toiture et dépassant l'acrotère



Seront interdits

Enseignes sur clôture

- Doivent être intégrées totalement à la clôture (sans dépassement en hauteur ni en largeur)
- *Surface maxi = 10% du mur*
- Épaisseur maximum RNP = 25 cm
RLPi = 16 cm maxi





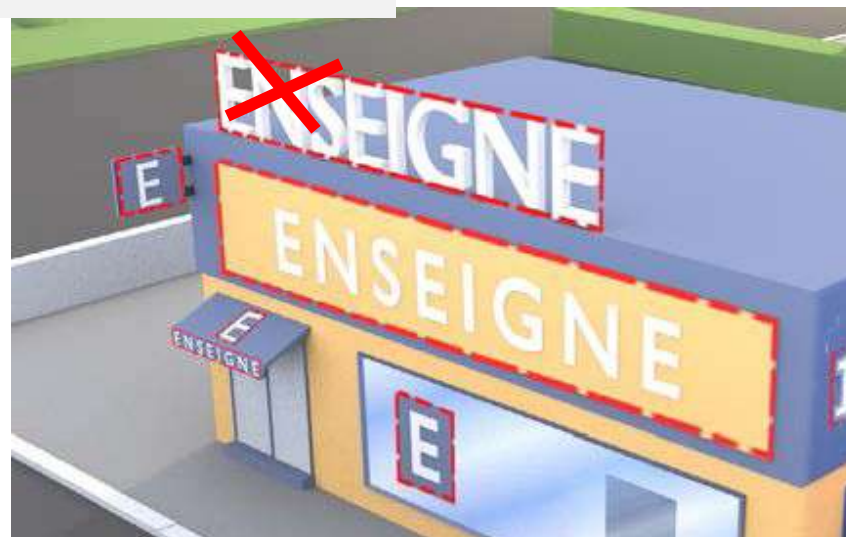
d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Pour limiter la surface maximale des enseignes sur les bâtiments

Surface cumulée des enseignes (bandeaux + drapeaux)

- maximum 15% de la surface de façade
- la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est $< 50 \text{ m}^2$)

- Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués.





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Enseignes scellées au sol

Taille et nombre

- *Surface max = 4m² (sur l'ensemble du territoire hors ZP)*
- *Le format du totem sera privilégié*
- *nombre limité à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité.*

Enseignes lumineuses

Eclairées par projection ou transparence autorisées sur façade et scellées au sol (arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance)

Les enseignes numériques scellées au sol ou sur façade (LED et plasma) seront interdites

Extinction nocturne

- *« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7h du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59 du Code de l'Environnement)*
- Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.*

4. Zonage et règlement



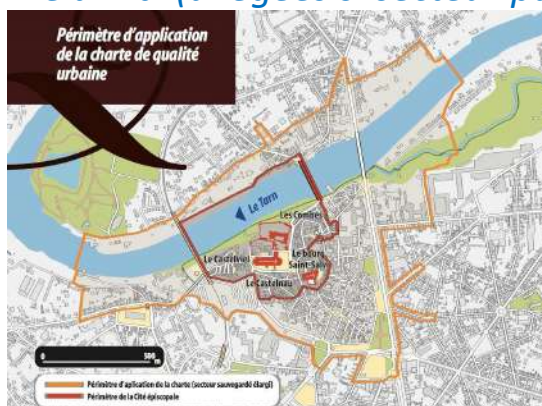
Envoyé en préfecture le 08/07/2019
 Reçu en préfecture le 08/07/2019
 Affiché le 08/07/2019
 ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE



d. Règlement enseignes

En zone patrimoniale ZP

- › 2 enseignes par façade (1bandeau et 1drapeau) en façade sur voie principale
- › si nécessaire, une enseigne supplémentaire en bandeau sur rue secondaire ou en mur pignon sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie
- › En drapeau ep. 6 cm, format 70 X 80 cm de h, disposé à une hauteur mini de 2,50m
- › Enseignes scellées au sol interdites sauf cas particulier d'un bâtiment implanté très en retrait sur son unité foncière alors seul un totem est autorisé largeur : 70cm, hauteur <4m
- › Hauteur maximale 40 cm proportionnée à la façade, lettre h 30 cm
- › Eclairage indirect intégré ou par spot.
- › Le règlement reprendra les principales préconisations de la charte qualité urbaine du cœur de ville d'Albi (allégées si secteur patrimonial élargi)



1.2 / Les enseignes « à plat » ou enseignes « en bandeau »

Préconisations :
 Une seule enseigne de ce type par commerce : soit les avant de commerce et autour de l'actuel bâtiment. Signer sur cette enseigne.

Caractéristiques :
 - bandeau appliqué sur la façade ou lettres découpées adhésives sur enduite;
 - largeur limitée à celle de la vitrine;
 - hauteur maximale : 40 cm (sauf exceptions architecturales particulières de la dimension);
 - éclairage indirect intégré ou par spot.

Matériaux :
 - métal, bois ou verre;

Couleurs :
 - neutres ou pastel, toujours en harmonie avec le bâtiment.

Typographie :
 - hauteur maximale des lettres 30 cm (épave) ou 6 cm;
 - caractères simples et sobres.

À éviter :
 - la dissimulation des éléments de façade;
 - les enseignes « bandeau » en sautoir (sauf);
 - les enseignes sur les toitures et façades;
 - les sautoirs 3D;

Éclairage :
 - l'éclairage par incandescence, les projecteurs rétroscintillants lumineux, les lettres lumineuses;
 - toute typographie non justifiée par la nature du commerce.

// 20



1.3 / Les enseignes perpendiculaires ou enseignes « en drapeau »

Préconisations :
 Une seule enseigne de ce type par commerce : soit les avant de commerce et autour de l'actuel bâtiment. Signer sur cette enseigne.

Caractéristiques :
 - taille maximale de 70 cm hauteur maximale de 10 cm (épave) maximum de 4 cm, hauteur maximale de 4 m;
 - une seule enseigne par commerce;

Matériaux :
 - métal, bois, verre ou toile;

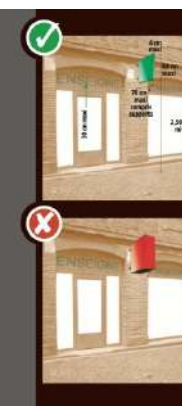
Couleurs :
 - neutres ou pastel, toujours en harmonie avec le bâtiment.

Typographie :
 - hauteur maximale des lettres 30 cm (épave) ou 6 cm;
 - caractères simples et sobres, similaires à l'enseigne en « bandeau ».

À éviter :
 - les couleurs vives;
 - les enseignes en plastique;

Éclairage :
 - les couleurs lumineuses;
 - l'éclairage par incandescence.

// 22



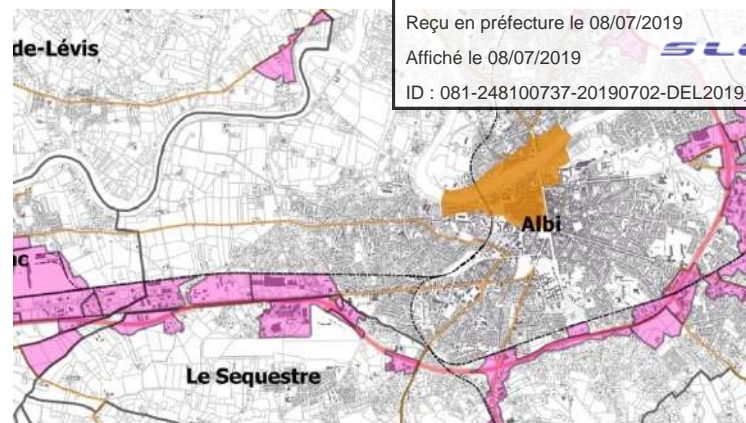
4. Zonage et règlement



d. Règlement enseignes

Dans les zones d'activités ZA :

- › 2 enseignes maxi par bâtiment
- › 1 enseigne par façade (1bandeau), avec possibilité, dans une configuration particulière, d'un drapeau en plus
- › l'enseigne doit être proportionnée à la taille du bâtiment et à son architecture (modénature)
 - › Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de chaque façade et ne peut dépasser 2m de hauteur ou 1/6 de la hauteur de la façade.
 - › Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².
- › 1 seule enseigne verticale par voie circulée, type totem uniquement, hauteur maxi 4m largeur 80cm
- › Le totem peut être remplacé par une seule enseigne scellée au sol sur mat de 4m² si la façade sur rue de l'unité foncière est >80m
- › Les enseignes scellées au sol ne peuvent être implantées à moins de 50m d'un giratoire, distance mesurée par rapport à la bordure extérieure
- › Interdiction des enseignes sur toiture et dépassant l'acrotère
- › Les enseignes numériques scellées au sol ou sur façade ou sur baie (LED et écran plasma) sont interdites



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

4. Zonage et règlement



d. Règlement enseignes

En zones urbaines et en diffus ZUD

- › 1 enseigne sur façade principale visible depuis l'espace public
- › si nécessaire, 1 enseigne supplémentaire sur rue secondaire en totem ou en mur pignon sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie
- › 1 enseigne en drapeau si nécessaire : ep 6 cm, format 70 X 80 cm de h, disposé à une hauteur mini de 2,50m
- › Enseignes scellées au sol interdites sauf cas particulier d'un bâtiment implanté très en retrait sur son unité foncière alors seul un totem est autorisé larg : 70cm, h <4m
- › L'enseigne doit être proportionnée à la façade :
 - › sur les façades de maisons de ville : hauteur maximale de l'enseigne 40 cm, lettres h 30 cm
 - › sur les façades d'un bâtiment d'activité : hauteur maximale 80 cm, lettres h 60 cm
- › Principe d'éclairage admis : indirect intégré ou par spot.

Calendrier

Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

Mai	COSUI + PPA + PPC	Présentation règlement	du
Juin	Réunion publique		
2 Juillet	Conseil communautaire RLPi arrêté		
Juillet -Septembre	Consultation PPA PPC		
Novembre	Enquête publique	Ajustements règlement	du



Règlement de Publicité Intercommunal – Grand Albigeois

Atelier – 20 Mai 2019

Présents :

Anne-Marie Rosé	Maire de Marssac-sur-Tarn	Présente
Laurence Pujol	Elue commerce à la ville d'Albi	Présente
Mathilde Muller	Service droit de place à la ville d'Albi	Présente
Jacques Peisert	Réfèrent préfecture	Présent
Clarisse Rouquette	Service droit de place à la ville d'Albi	Présente
Sylvie Thomas	Référente DDT	Présente
Thierry Berlanda	INSERT	
Didier Brunet	Futuris	Présent
Alexandre Chabbert	Extérior Média	Présent
Hervé Herchin	JC Decaux	Présent
Samuel Lèveque	IMPACT	
Jérémie Planes	Vediaud	Présent
Laure Pujol	PubliAquitaine	
Bernard Rolland	Futuris	Présent
Patrick Tregou	JC Decaux	
Nadège Vaugrenard	JC Decaux	Présente
Mathilde Chesneaux	Bureau d'études	Présente
Jean-Yves Puyo	Bureau d'études	Présent
Denis Raysseguier	Chef de projet RLPi	Présent
Pauline Mata	Chargée de mission	Présente

Présentation du principe de règlement et zonage du RLPi aux professionnels afficheurs

Avez-vous mesuré l'impact du RLPi sur les publicités existantes ?

Le RLPi vise une progression raisonnable par rapport au RLP d'Albi tout en prenant en compte les attentes de chacun, nous avons cherché à être nuancés. On estime une réduction de 20% des panneaux publicitaires. Nous avons cherché à mettre en place un zonage qui couvre l'ensemble du territoire ; aussi existent de nouveaux potentiels qui se créent.

Il est question de format de 8m² : qu'est-ce que cela prend en compte : l'affiche ? le support ? Sur Toulouse, il a été choisi la surface de 10,60m² comprenant affiche et support, ce format peut être proposé par les différents afficheurs.

Nous avons poursuivi la logique du RLP d'Albi, en effet 8m² est le format de l'affiche seulement. Dans le RLP d'Albi, il est question de 10m² pour le dispositif global. Nous précisons dans le nouveau règlement la surface publicitaire et la surface totale du dispositif permise.

Pour les axes situés dans la zone patrimoniale ZP1, l'interdiction de publicité scellée au sol est-elle applicable quelque soit le sens de circulation ? Car en quittant le centre de ville, ces dispositifs ne perturbent pas les cônes de vue sur la cathédrale.

Nous avons fait le choix d'interdire tous les dispositifs scellés au sol pour alléger l'impact de la publicité sur ces axes importants de la ville d'Albi. Mais la publicité murale reste autorisée sur ces axes.

Dans le guide pratique de l'aménagement urbain, il est question d'éloigner les dispositifs publicitaires d'une distance 15m des giratoires pour assurer une meilleure sécurité routière. Pourquoi avoir fait le choix de 30m dans le RLPi ?

Si on s'éloigne trop des giratoires, les publicités, dont le format est réduit à 8m², ne sont plus visibles...

Nous avons choisi 30m pour continuer le « nettoyage » réalisé les années précédentes lors de la mise en œuvre du RLP d'Albi. Mais nous pouvons réviser cette distance et peut-être la passer à 20m ou 25m.

Serait-il possible d'avoir accès à une cartographie du zonage proposé pour pouvoir évaluer plus précisément le nombre de dispositifs touchés par cette nouvelle réglementation.

Oui, nous pourrions vous transmettre prochainement le document de zonage ainsi que le support de projection.

Les dispositifs muraux sur murs aveugles concernent uniquement les bâtis d'activités ?

Non, tous les bâtis sont concernés : habitation, activité, ...

Comment gérer la publicité sur la rocade ? Aujourd'hui la publicité n'est pas autorisée.

DDT : sur Lavour, une association a interpellé l'Etat pour demander si les panneaux de la rocade sont illégaux. Cette question se pose sur les panneaux visibles d'une voie express, selon le RNP, ces panneaux sont irréguliers.

Sur Albi, la rocade n'est pas une voie express mais une route à grande circulation, les panneaux scellés au sol ne sont pas autorisés, seulement les muraux. La rocade est en zone agglomérée mis à part certains tronçons (zones naturelles, ...).

Pourquoi interdire complètement les publicités numériques ? Alors que cette nouvelle technologie peut apporter de nombreuses possibilités, également pour la communication de la Ville d'Albi. Il serait plus intéressant de l'autoriser dans certains cas avec des règles qui les encadrent.

Le choix est d'interdire totalement ce type de dispositif jugé trop prégnant dans le paysage urbain et dégradant l'image touristique et du cadre de vie d'Albi, classée UNESCO. De plus, il serait trop complexe de veiller à un contrôle de puissance, de lux, etc.

Le RLPi limite-t-il le cumul publicité et enseigne sur une même parcelle ?

Non, ce n'est pas limité pour le moment mais les enseignes et les publicités seront limitées en nombre selon les unités foncières.

Il a semblé raisonnable d'avancer progressivement sur la dé-densification de la publicité.

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

DU DIAGNOSTIC AUX REGLEMENTS ET ZONAGES



DEROULE

- 1. Partage des définitions**
- 2. Éléments de diagnostic**
- 3. Orientations stratégiques du RLPi**
- 4. Zonage et règlement relatif à la publicité**
Publicités, pré-enseignes et mobilier urbain
- 5. Zonage et règlement relatif aux enseignes**



1. Partage des définitions

- RLPi
- Notion de seuil des 10 000 habitants
- Notion de « Zone agglomérée »
- Publicités, pré-enseignes, mobilier urbain, enseignes

1. Partage des définitions

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal

❑ La loi impose que la réglementation du RLPi soit **plus restrictive que la réglementation nationale (RNP entré en vigueur le 1er juillet 2012)** en particulier sur les secteurs stratégiques tels que :

- les secteurs patrimoniaux et leurs abords
- les centres des villes et villages
- les abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération

❑ *Le calendrier à venir :*

- Mai 2019 : Finalisation du règlement et zonage
- Juin 2019 : Réunion Publique et réunion PPA
- 2 Juillet : Conseil communautaire arrêt du RLPi
- Juillet - Septembre : Consultation PPA et PPC
- Novembre : Enquête Publique



1. Partage des définitions

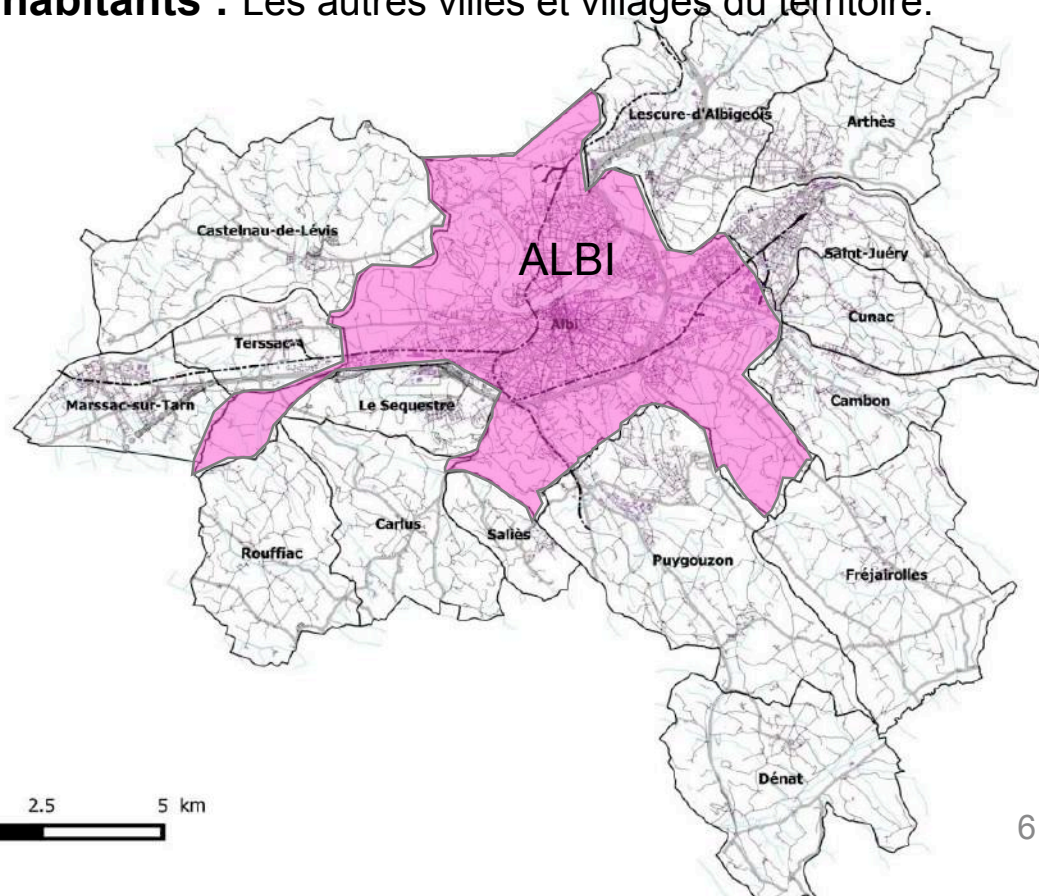
- ❑ D'ici 2020, les RLP communaux seront caducs donc il est impératif que le RLPi prenne le relais de ces règlements communaux.
- ❑ Les grandes orientations stratégiques du RLPi pour les 16 communes de la communauté.
- ❑ **Les grandes orientations du RLPi :**
 - ✓ Construire le RLPi dans l'esprit du RLP d'Albi (secteur, format des panneaux et densité)
 - ✓ Renforcer la préservation des entrées de ville et élargir la protection des abords du secteur protégé d'Albi
 - ✓ Penser « globalement » les dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes pour éviter l'effet de « cumul »
 - ✓ Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centre-ville

1. Partage des définitions

a. Notion de seuil des 10 000 habitants

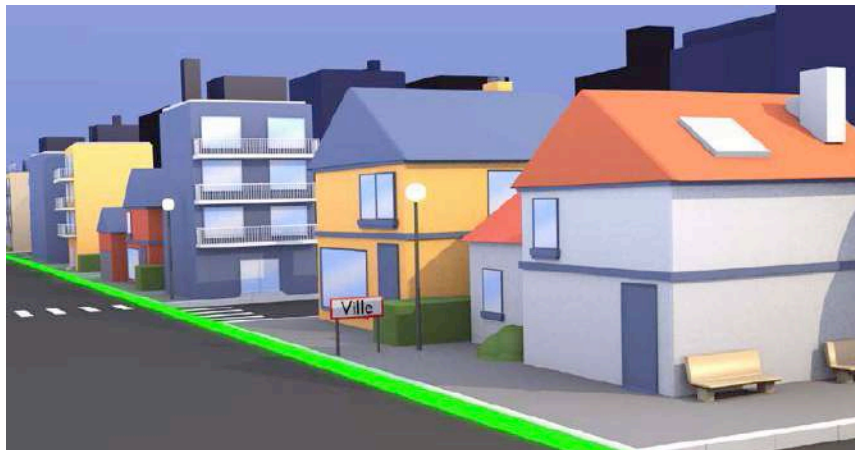
La loi distingue deux ensembles de communes, en fonction de leur population, avec des règles plus ou moins restrictives **pour régir les publicités et les pré-enseignes** :

- **sur les communes de > de 10 000 habitants** : Seule la ville d'Albi est concernée.
- **sur les communes de < de 10 000 habitants** : Les autres villes et villages du territoire.

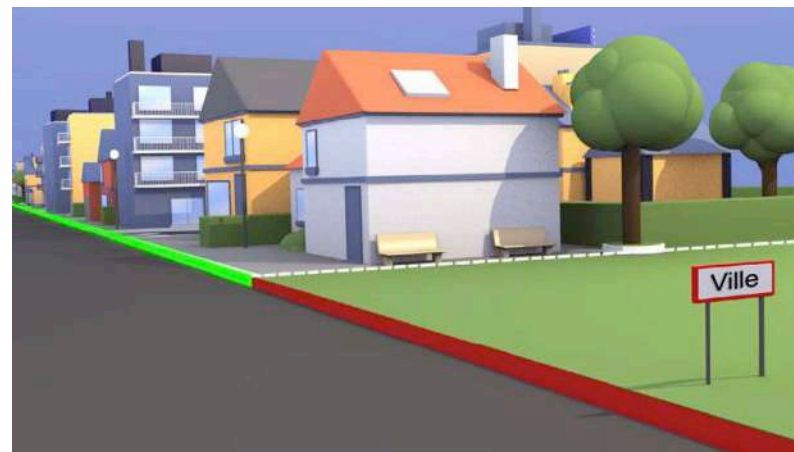


1. Partage des définitions

b. Notion de « zone agglomérée »



Ici, l'espace bâti s'étend avant le panneau d'entrée d'agglomération. Pour autant, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés en agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace bâti. Ils sont admis sur l'ensemble de cet espace (trait vert).



Bien qu'une partie de l'espace non bâti se situe après le panneau d'entrée d'agglomération, les règles relatives aux dispositifs publicitaires situés hors agglomération s'appliquent sur l'ensemble de l'espace non bâti. Donc ils sont interdits sur l'ensemble de cet espace (trait rouge).

Extrait : *Guide pratique. La réglementation de la publicité extérieure.*
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

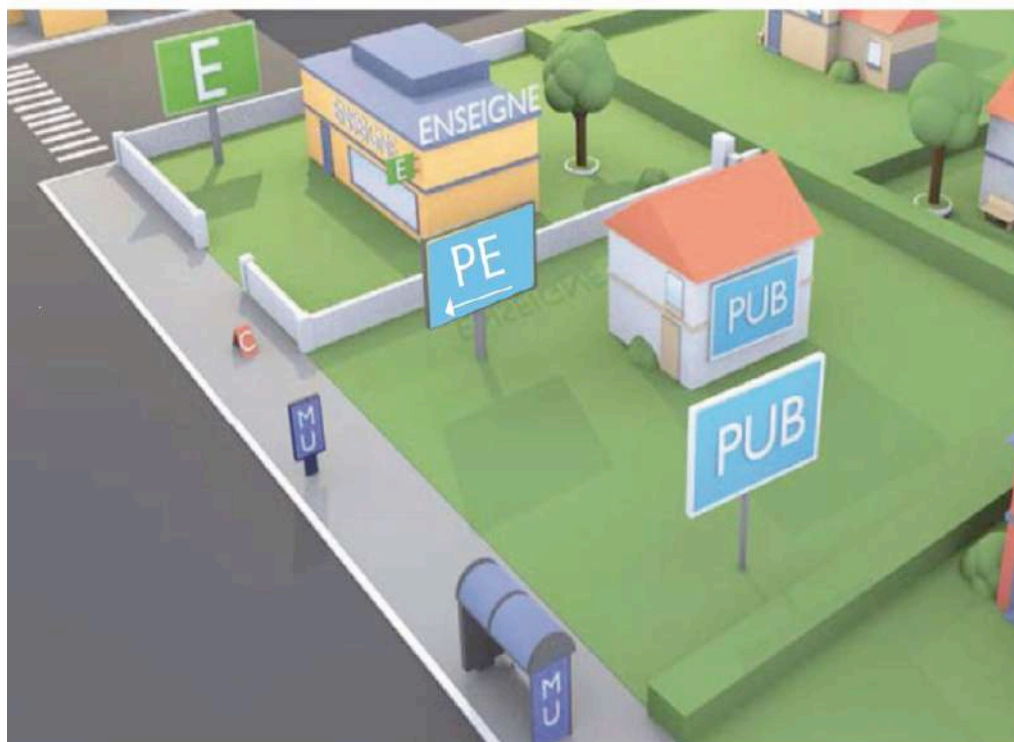
> Il faut prendre en compte la réalité de la continuité du bâti en frange d'agglomération

Faire prévaloir la « **réalité physique** » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

(CE, sect., 02/03/1990, *Sté Publi-system*, req. n°68134).

1. Partage des définitions

c. Publicités, pré-enseignes, enseignes, mobilier urbain



Extrait : *Guide pratique. La réglementation de la publicité extérieure*
Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

La publicité : forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

- Scellée au sol ou implantée directement sur le sol
- Apposée sur un support existant (mur, clôture, etc.)
- Sur bâches de chantier ou autres
- Apposée sur du mobilier urbain.

Les pré-enseignes : inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Les enseignes : inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

- En façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires
- En toiture ;
- Scellées au sol ou implantées directement sur le sol sur l'unité foncière de l'activité

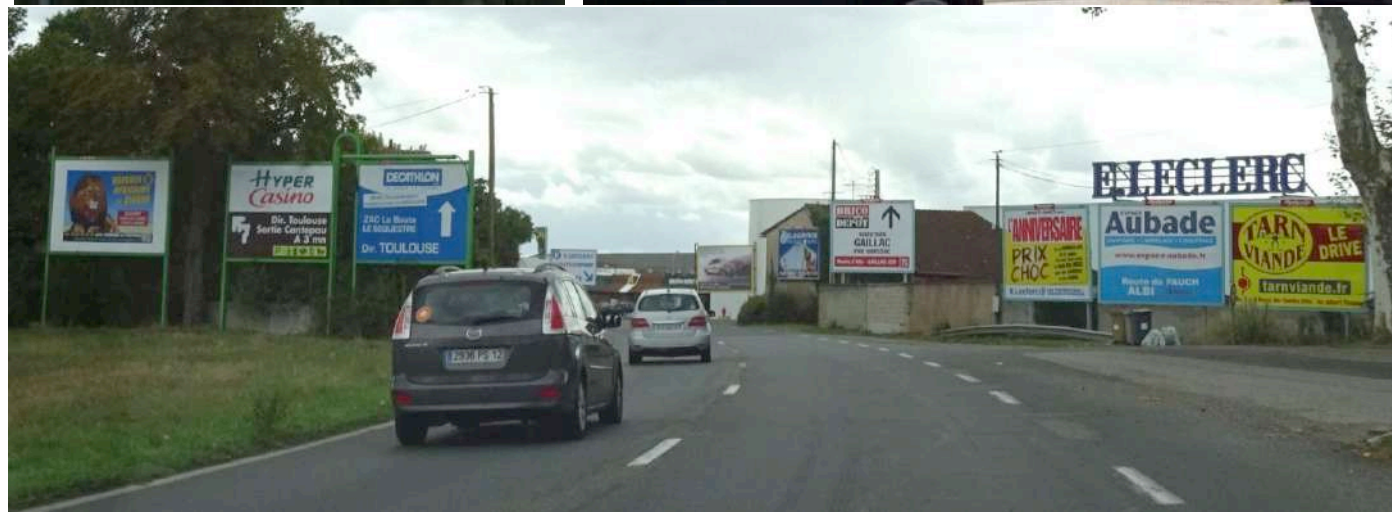
1. Partage des définitions

> LES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Murales
sur murs aveugles,
comprenant une seule
ouverture de 50 cm



Scellées au sol
Ici sur un mat ou deux
mats, ou implantée
directement sur le sol



1. Partage des définitions

> LE MOBILIER URBAIN



Installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers avec la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques.

- › les abribus
- › les « sucettes »
- › les colonnes porte-affiches culturelles (colonne « Morris »)
- › les mâts porte-affiches
- › les kiosques à journaux

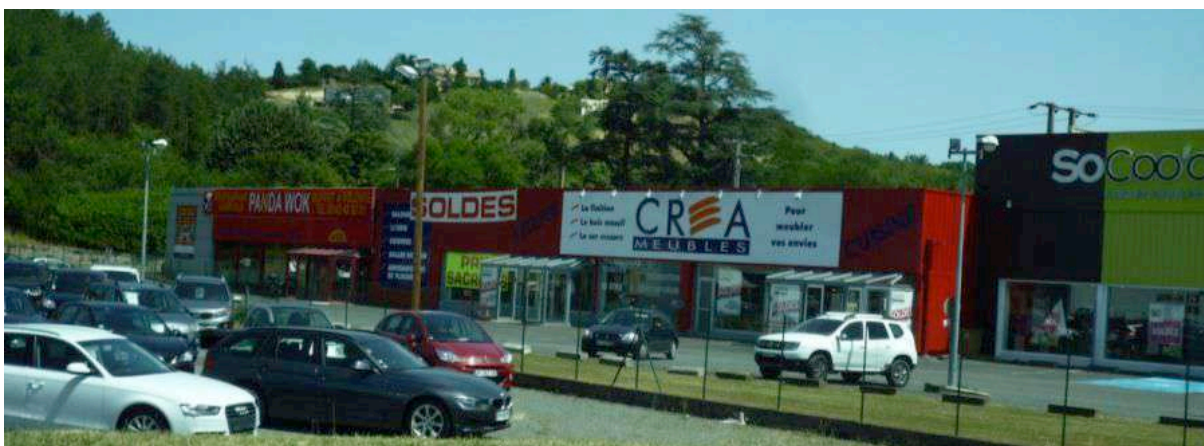


1. Partage des définitions

> LES ENSEIGNES



- Enseigne sur le bâtiment en « bandeau » ou « drapeau »
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture
- Enseigne au sol : totem, oriflammes, banderoles, bâches,

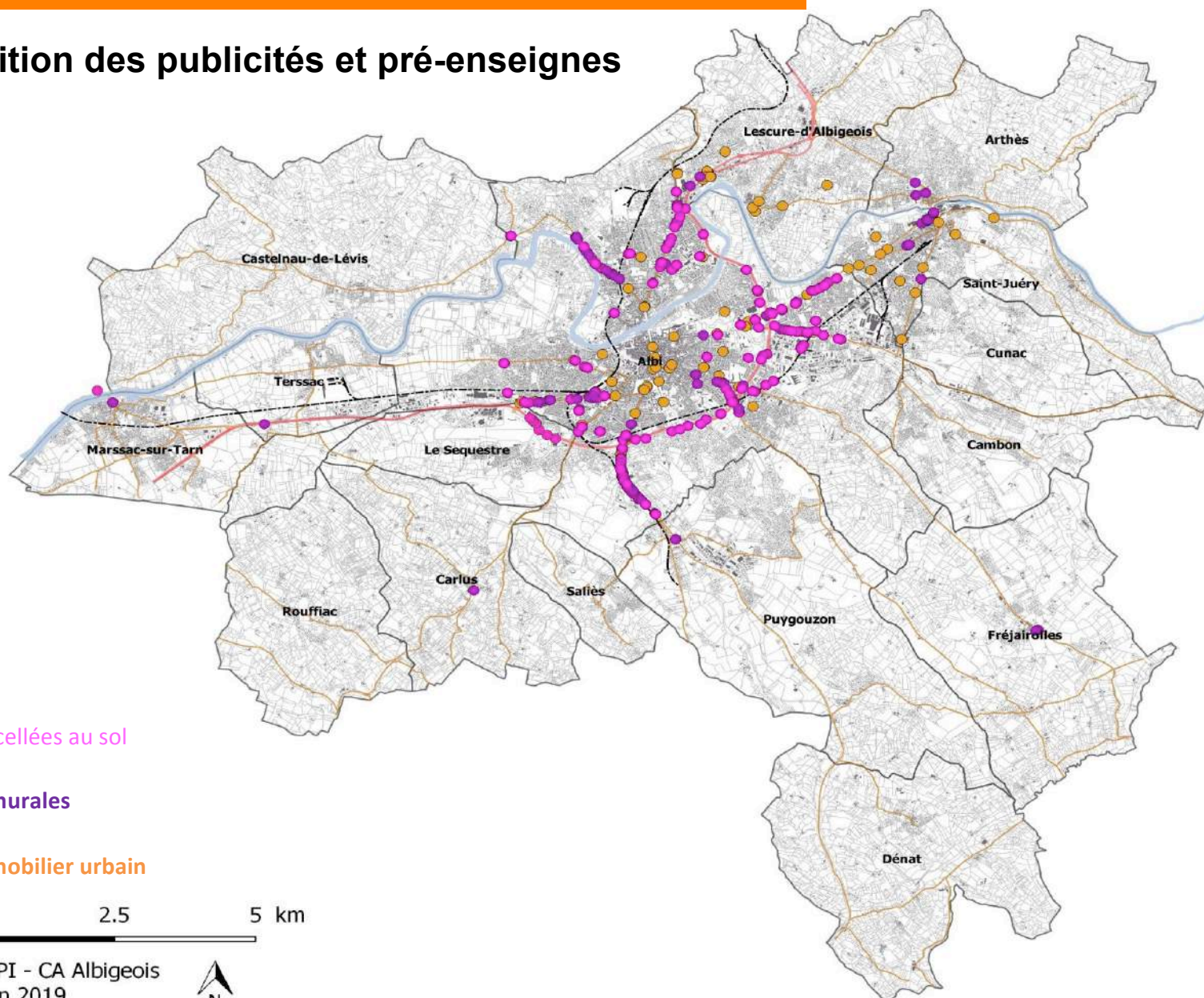


2. Éléments de diagnostic

- RLPi
- Notion de seuil des 10 000 habitants
- Notion de « Zone agglomérée »
- Publicités, pré-enseignes, enseignes, mobilier urbain

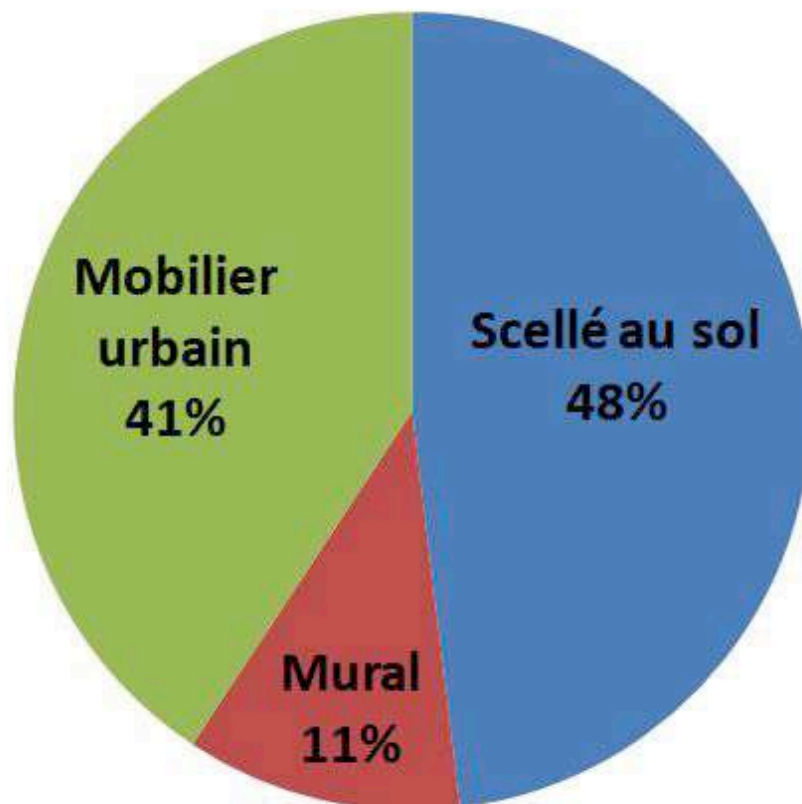
2. Eléments de diagnostic

Répartition des publicités et pré-enseignes



2. Eléments de diagnostic

Répartition des publicités et pré-enseignes

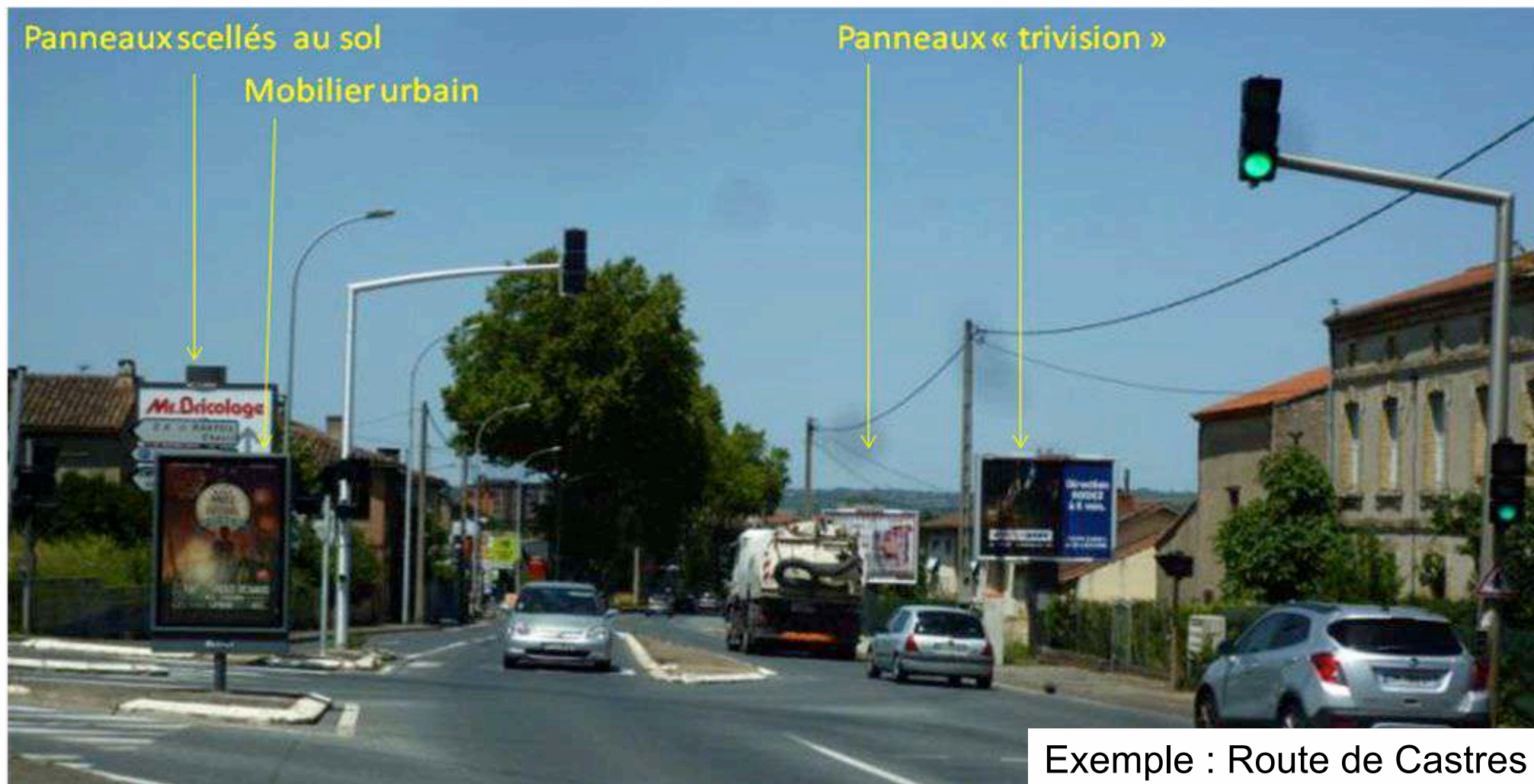


Environ 5% de publicités non conformes

2. Eléments de diagnostic

Les secteurs les plus impactés par la publicité et pré-enseignes

> *Les entrées de ville*



2. Eléments de diagnostic

Les secteurs les plus impactés par la publicité et pré-enseignes

> *Les entrées de ville*

Panneaux scellés
Publicitaires

Drapeaux
signalétiques

Panneaux
promotionnels

Panneaux scellés
Pré-enseignes

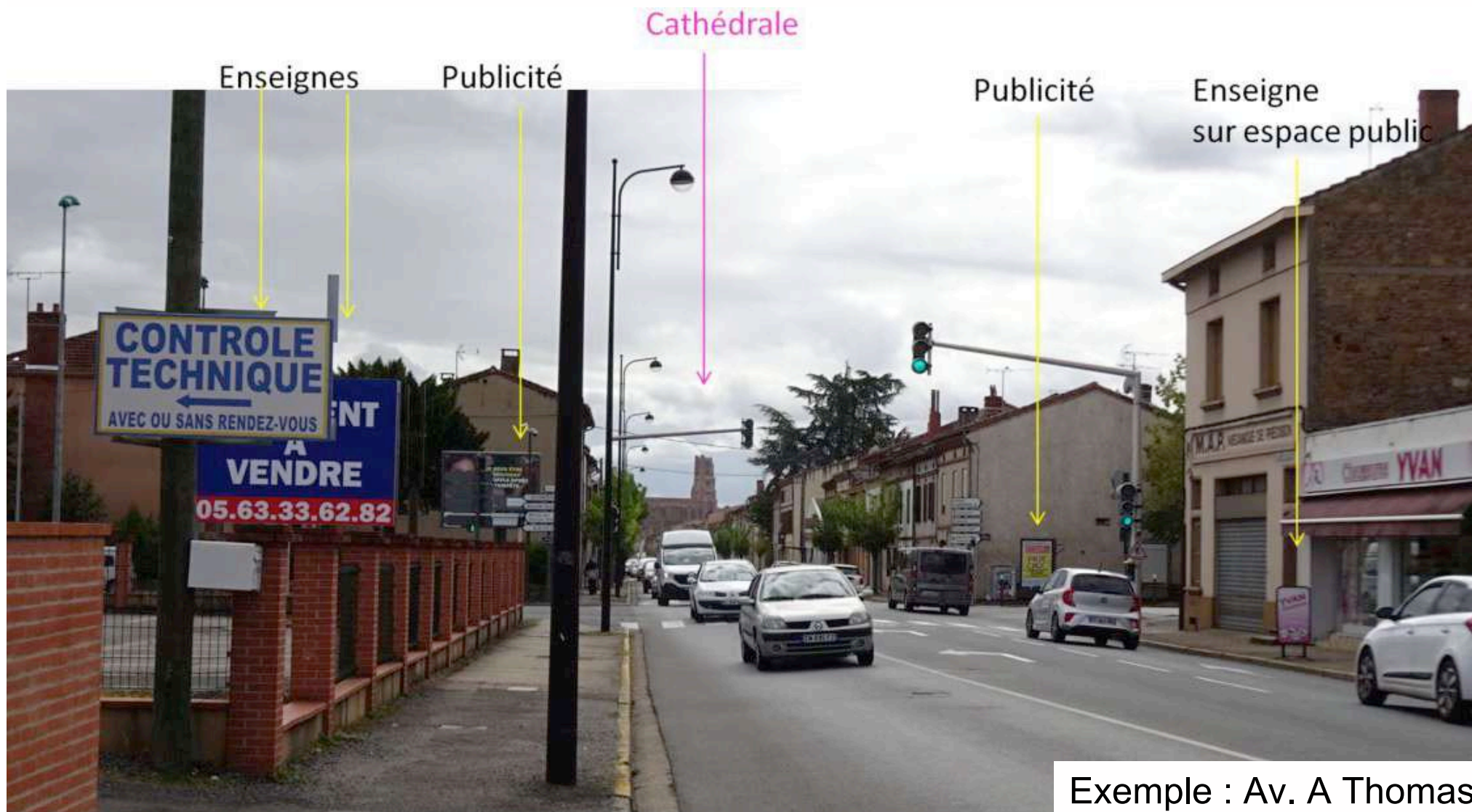


RN 88 – Lescure d'Albigeois

2. Eléments de diagnostic

Les secteurs les plus impactés par la publicité et pré-enseigne

> *Les avenues urbaines*



Exemple : Av. A Thomas

2. Eléments de diagnostic

Les enseignes

> Dans les centres bourgs



Des non conformités ou impairs réguliers :

› enseigne trop grande par rapport aux éléments du bâtiment (taille des fenêtres, de la baie vitrée, ...)

› enseigne débordant la toiture,

› surface de l'enseigne supérieure à 15% de la surface de la façade

› préférer des lettres découpées au bandeau complet.

› ...

2. Eléments de diagnostic

Les enseignes

> En entrée de ville

Mobilier
urbain

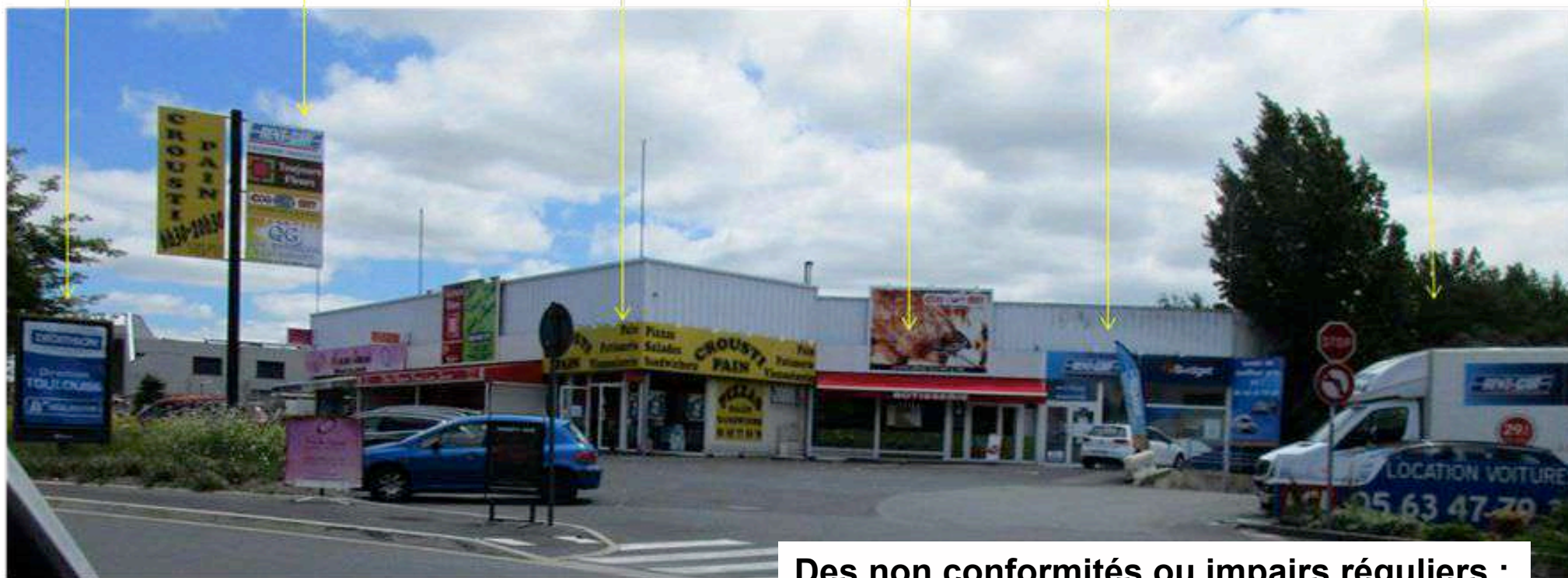
Pré-enseigne

Enseignes
hétérogènes

Publicité

Drapeaux
Banderoles

Véhicule
« pub »



Des non conformités ou impairs réguliers :

- › manque d'homogénéité : couleur, forme, gabarit, ...
- › débord de toiture
- › nombreux éléments au sol

2. Eléments de diagnostic

Les enseignes

> *En zone d'activité*



Des non conformités ou impairs réguliers :

- *Bâches publicitaires soumises à autorisation,*
- *Eléments fixés sur les panneaux de signalétique routière*
- *Nombre trop important d'enseignes au sol*
- *Enseigne numérique*



2. Eléments de diagnostic

Cas pouvant faire office de modèle



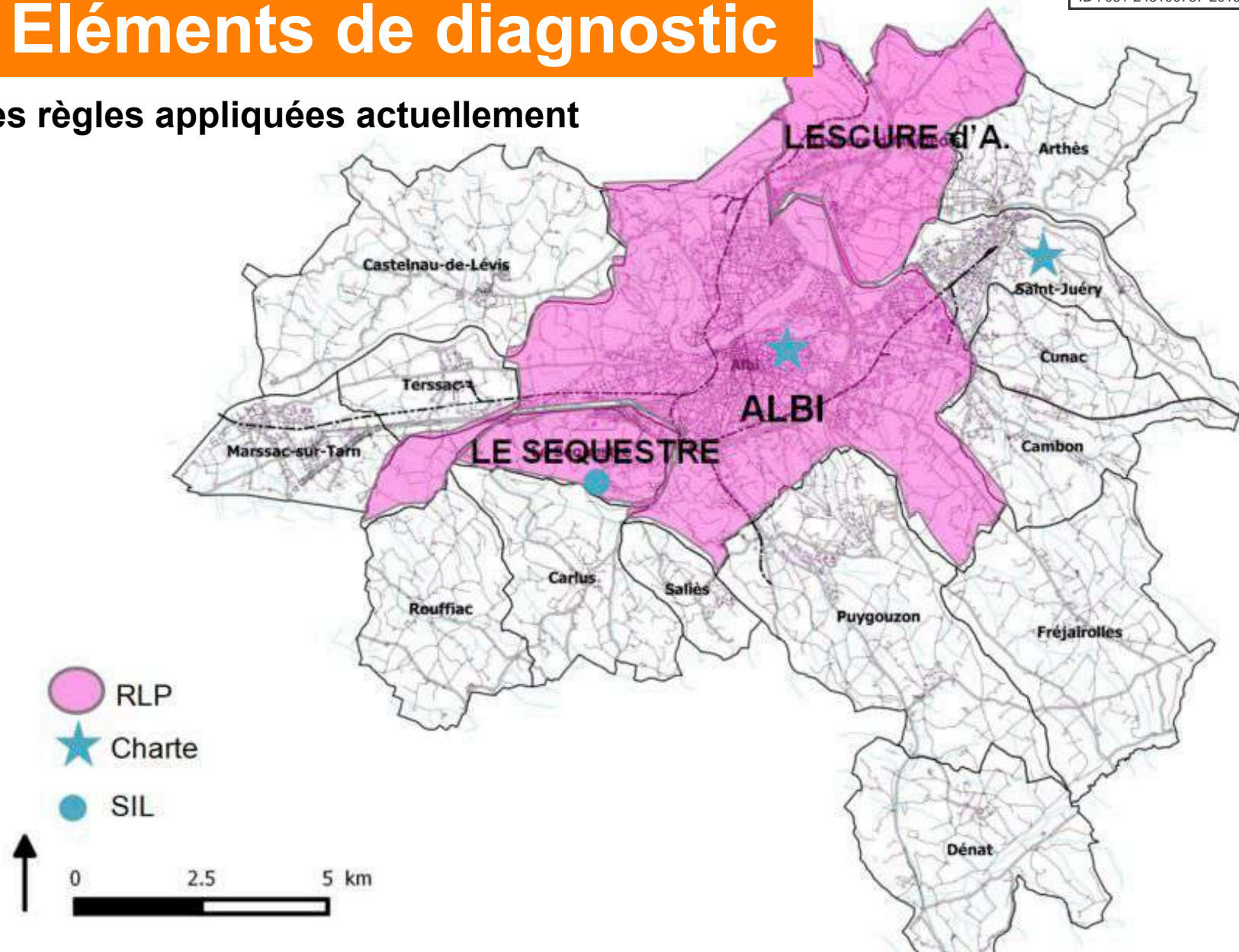
2. Eléments de diagnostic

Cas pouvant faire office de modèle



2. Eléments de diagnostic

Les règles appliquées actuellement



3. Orientations stratégiques

3. Orientations stratégiques

1. Adapter la publicité et pré-enseignes à leur contexte et en cohérence avec les ambitions du classement Unesco de la ville d'Albi
2. Interdire la publicité et pré-enseignes dans les secteurs naturels et patrimoniaux sauvegardés
3. Réduire l'impact de la publicité dans les secteurs patrimoniaux
4. Réduire l'impact de la publicité sur les giratoires
5. Dé-densifier la publicité
6. Veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs
7. Interdire la publicité et pré-enseigne numérique

4.ZONAGE ET REGLEMENT

Publicités, pré-enseignes et mobilier urbain



Albi - Route de Castres



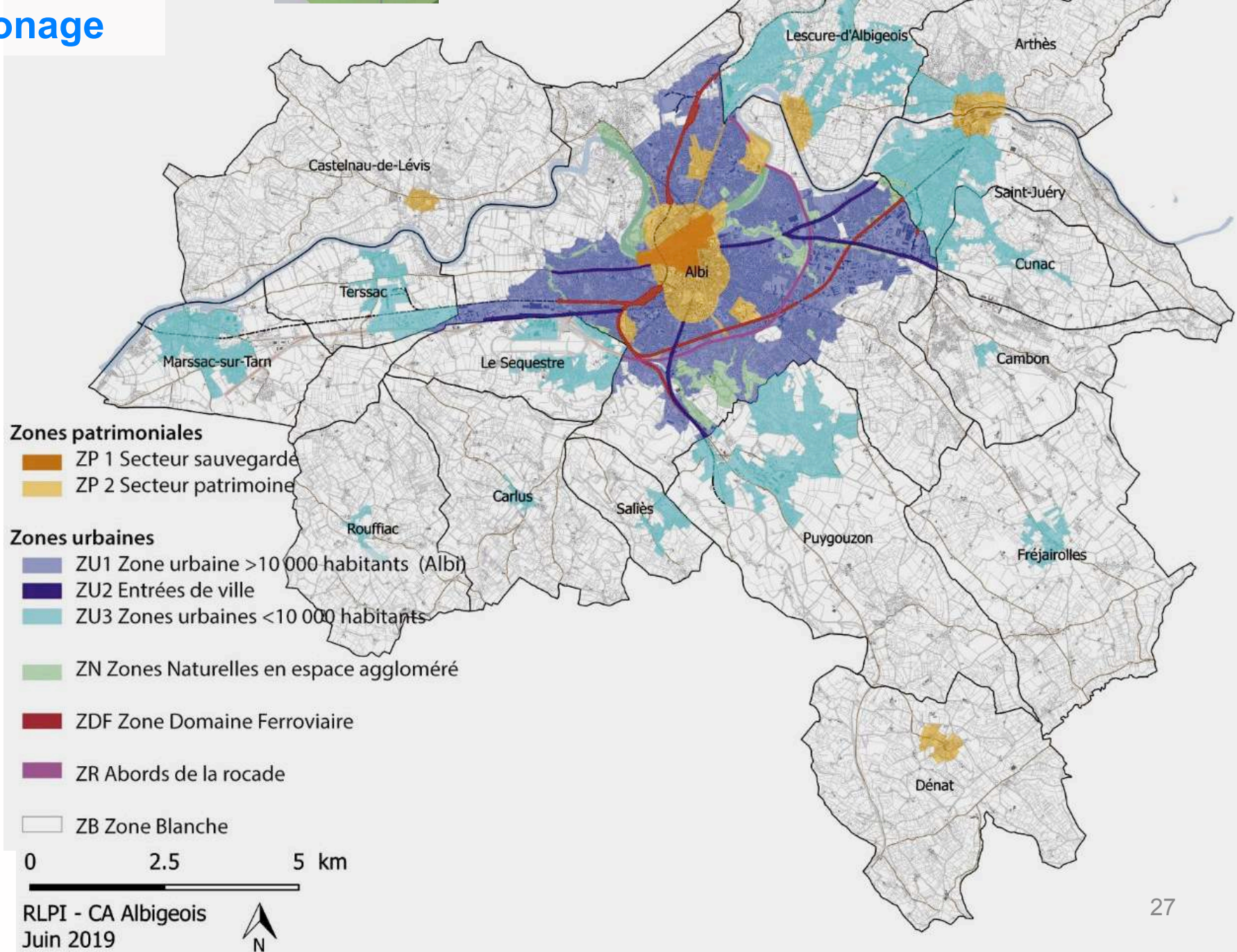
Albi – Av. Colonel Teyssier

4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

a. Le Zonage



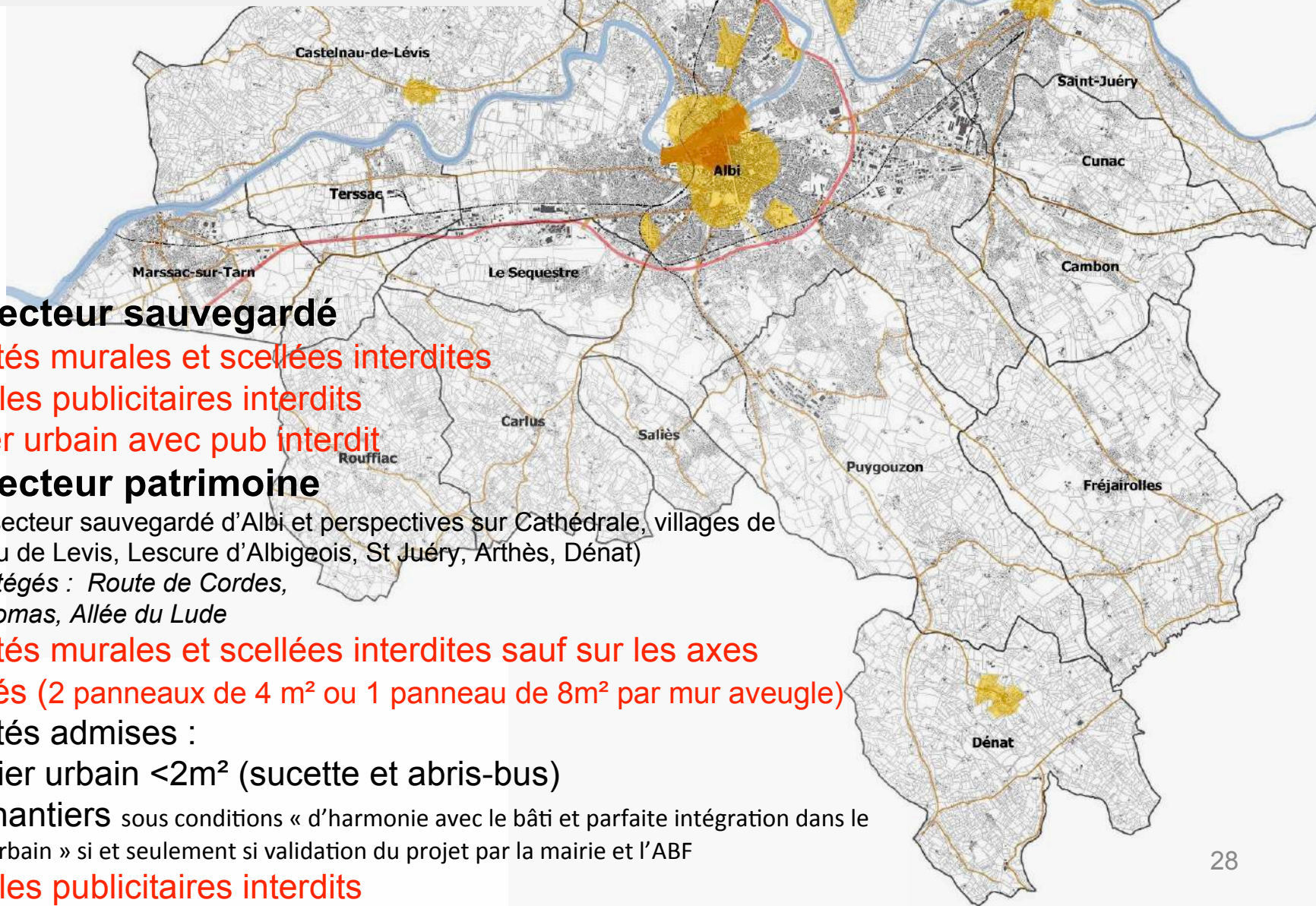
4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Patrimoniales (ZP)

Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE



ZP1 secteur sauvegardé

Publicités murales et scellées interdites
Véhicules publicitaires interdits
Mobilier urbain avec pub interdit



ZP2 secteur patrimoine

(abords secteur sauvegardé d'Albi et perspectives sur Cathédrale, villages de Castelnaud de Levis, Lescure d'Albigeois, St Juéry, Arthès, Dénat)

Axes protégés : Route de Cordes,
Av. A Thomas, Allée du Lude

Publicités murales et scellées interdites sauf sur les axes protégés (2 panneaux de 4 m² ou 1 panneau de 8m² par mur aveugle)

Publicités admises :

- mobilier urbain <2m² (sucette et abris-bus)
- sur chantiers sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie et l'ABF

Véhicules publicitaires interdits



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Patrimoniales (ZP)



ZP1 secteur sauvegardé



ZP2 secteur patrimoine

(villages, abords secteur sauvegardé d'Albi et perspectives sur Cathédrale)

Axes protégés : Route de Cordes, Av. A Thomas, Allée du Lude

ZP1 secteur sauvegardé

Publicités murales et scellées interdites

Véhicules publicitaires interdits

Mobilier urbain avec pub interdit

ZP2 secteur patrimoine

Publicités murales et scellées interdites sauf sur les axes protégés

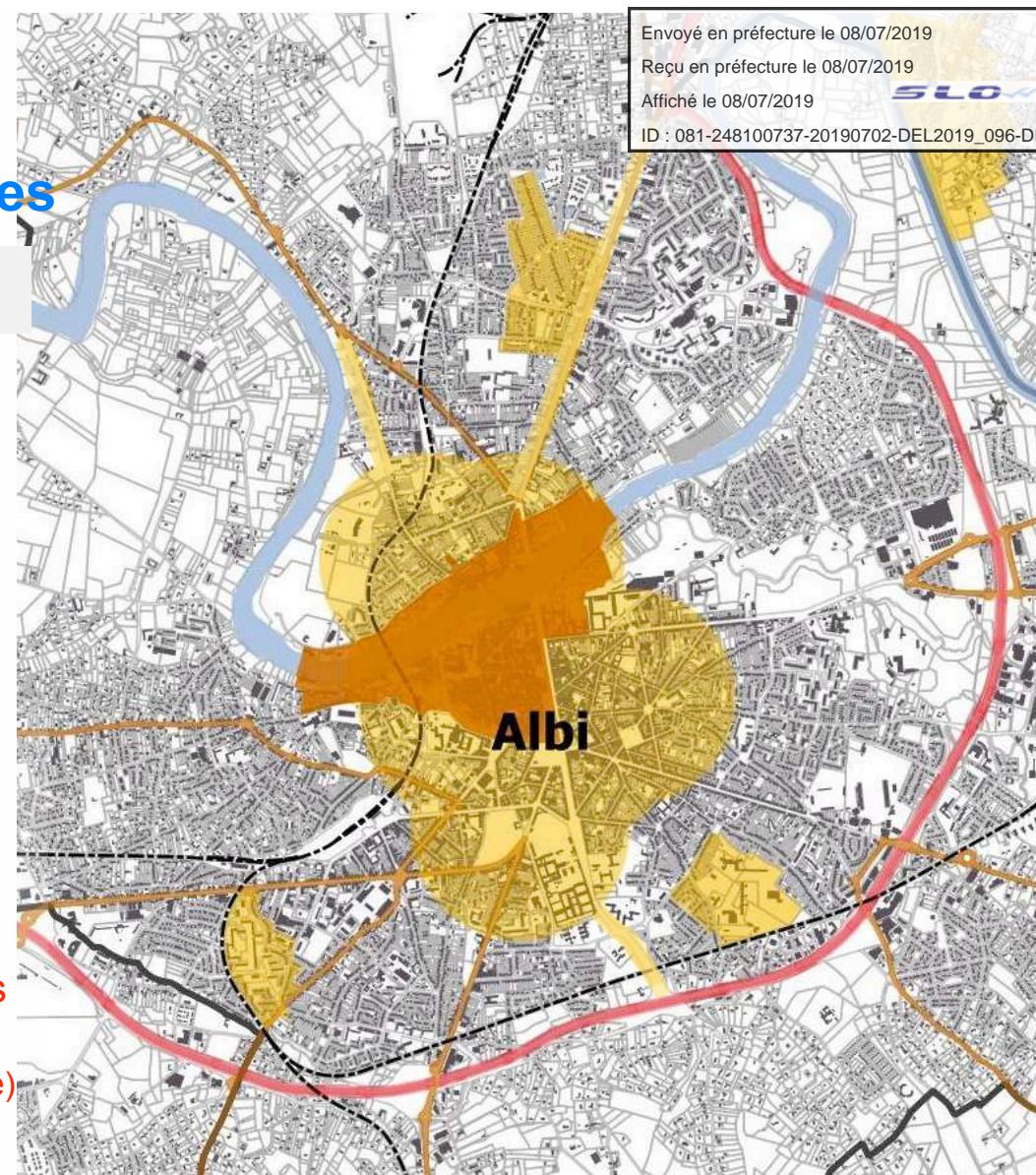
(2 panneaux de 4 m² ou 1 panneau de 8m² par mur aveugle)

Publicités admises :

- mobilier urbain <2m² (sucette et abris-bus)

- sur chantiers sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie et l'ABF

Véhicules publicitaires interdits



4. Zonage et règlement

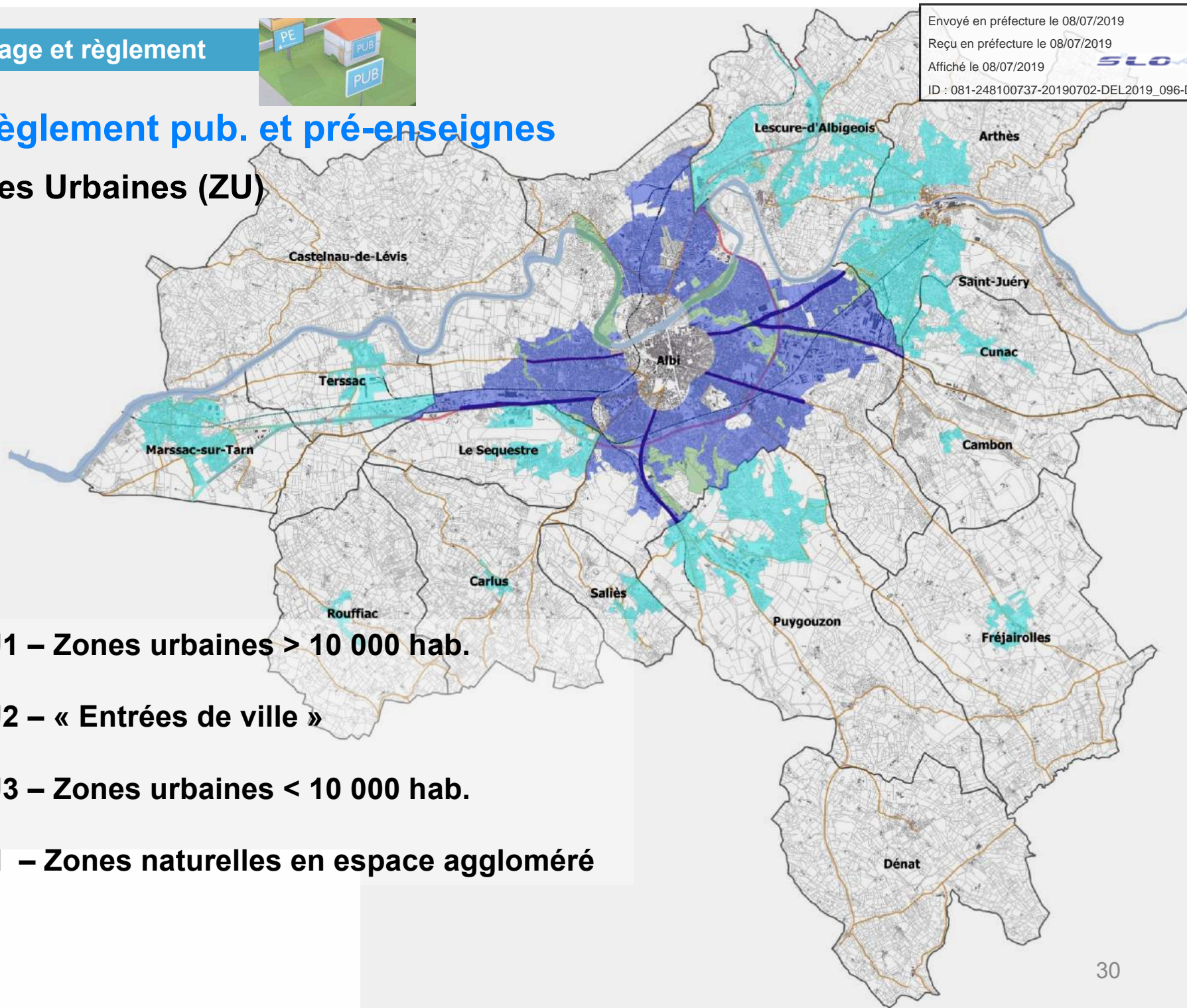


Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

SLO

b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)



ZU1 – Zones urbaines > 10 000 hab.



ZU2 – « Entrées de ville »



ZU3 – Zones urbaines < 10 000 hab.



ZN – Zones naturelles en espace aggloméré



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

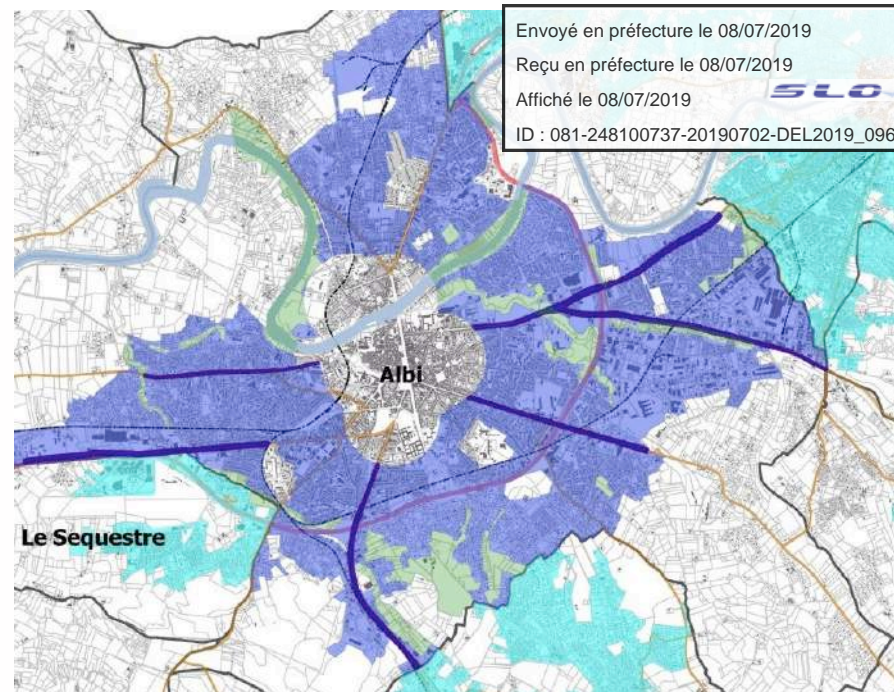
Les Zones Urbaines (ZU)

ZU1 – Zones Urbaines > 10 000 hab. pour le territoire communal d'Albi



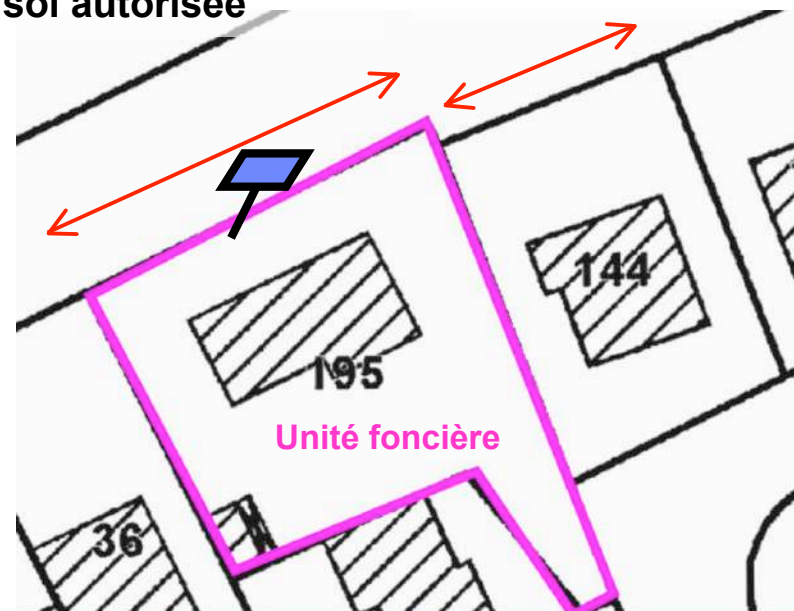
Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiment
et 1 seule pub / unité foncière ; S=8m² H=6m

Pub scellée admise si la façade de l'unité foncière > 20m
(aujourd'hui 15m)
et 1 seule pub / unité foncière ; S=8m² H=6m



Façade > 20m
1 Pub scellée au
sol autorisée

Façade < 20m
Pas de pub
scellée au sol



4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

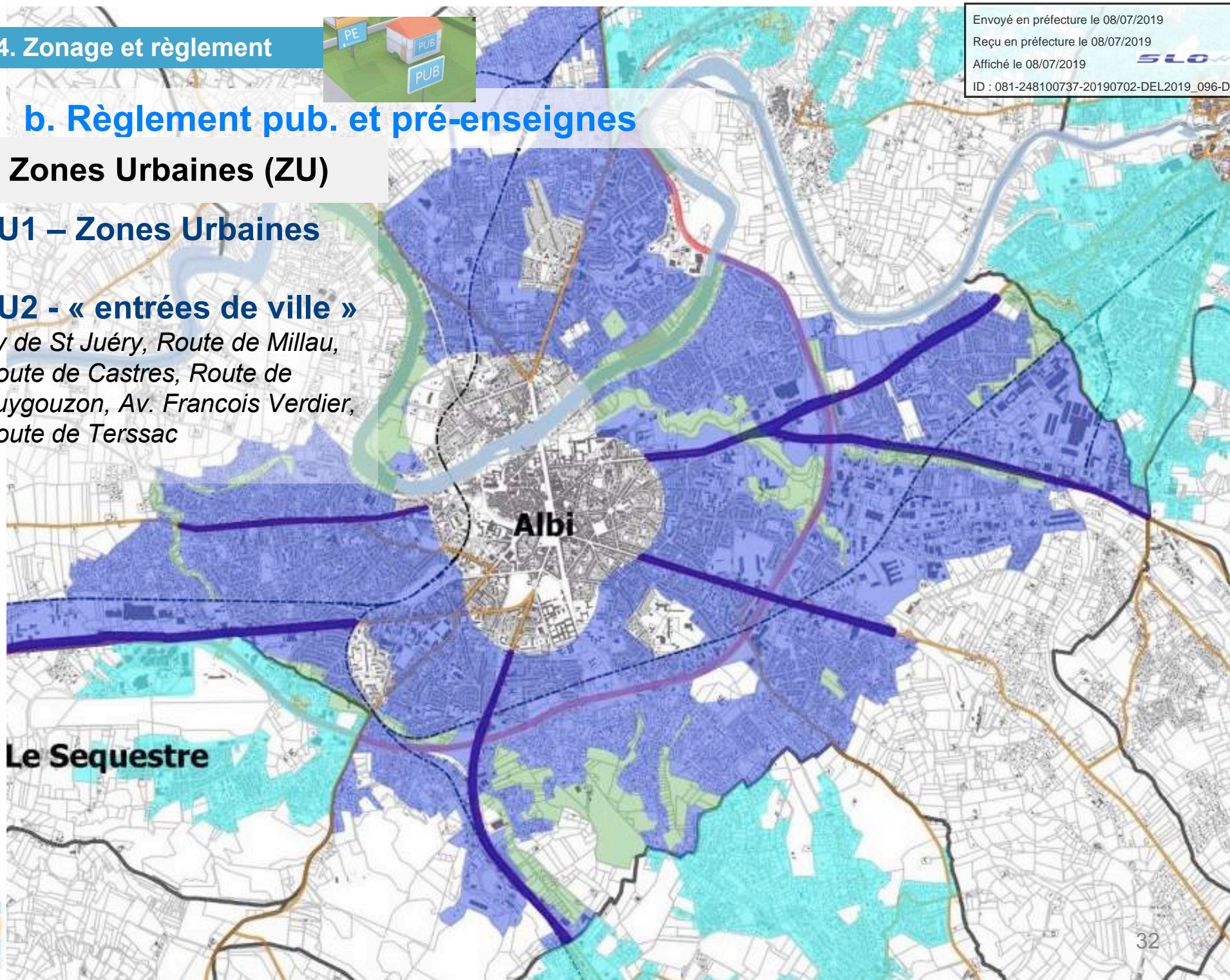
b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)

ZU1 – Zones Urbaines

ZU2 - « entrées de ville »

*Av de St Juéry, Route de Millau,
Route de Castres, Route de
Puygouzon, Av. Francois Verdier,
Route de Terssac*



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)

ZU2 - « entrées de ville »

Av de St Juéry, Route de Millau, Route de Castres, Route de Puygouzon, Av. Francois Verdier, Route de Terssac



Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiments ;
1 pub / unité foncière ; S=8m² ; H=6m

Pub scellée au sol admise si la façade de l'unité foncière >30m
(aujourd'hui c'est 25m) ;
1 pub / unité foncière ; S=8m² H=6m

Interdiction des véhicules publicitaires

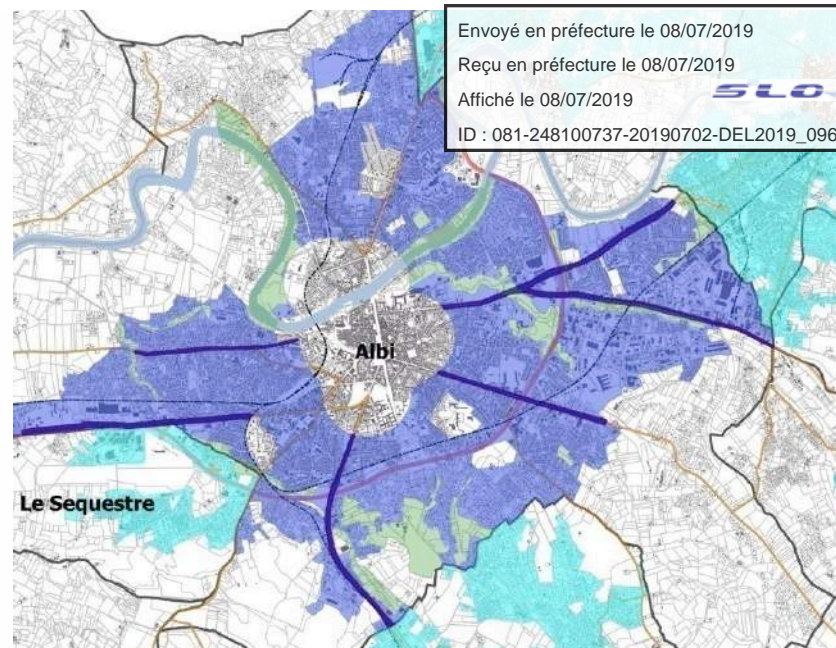
ZU3 – Zones Urbaines < 10 000 habitants

Publicité murale admise uniquement sur les murs
aveugles de bâtiments (S=4m²)
à hauteur de 2 dispositifs / unité foncière



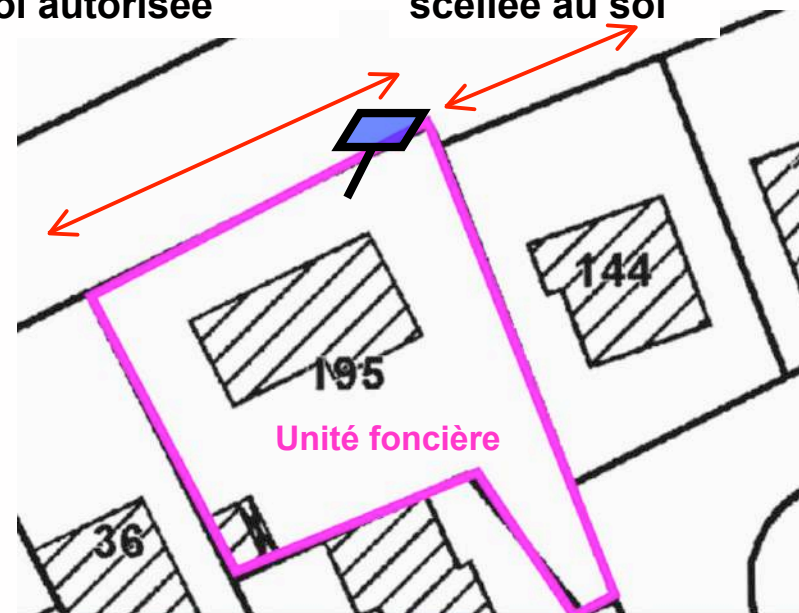
ZN - Zones Naturelles en espace aggloméré

Toute publicité est interdite



Façade > 30m
1 pub scellée au
sol autorisée

Façade < 30m
Pas de pub
scellée au sol





b. Règlement pub. et pré-enseignes

ZDF- Zone Domaine Ferroviaire

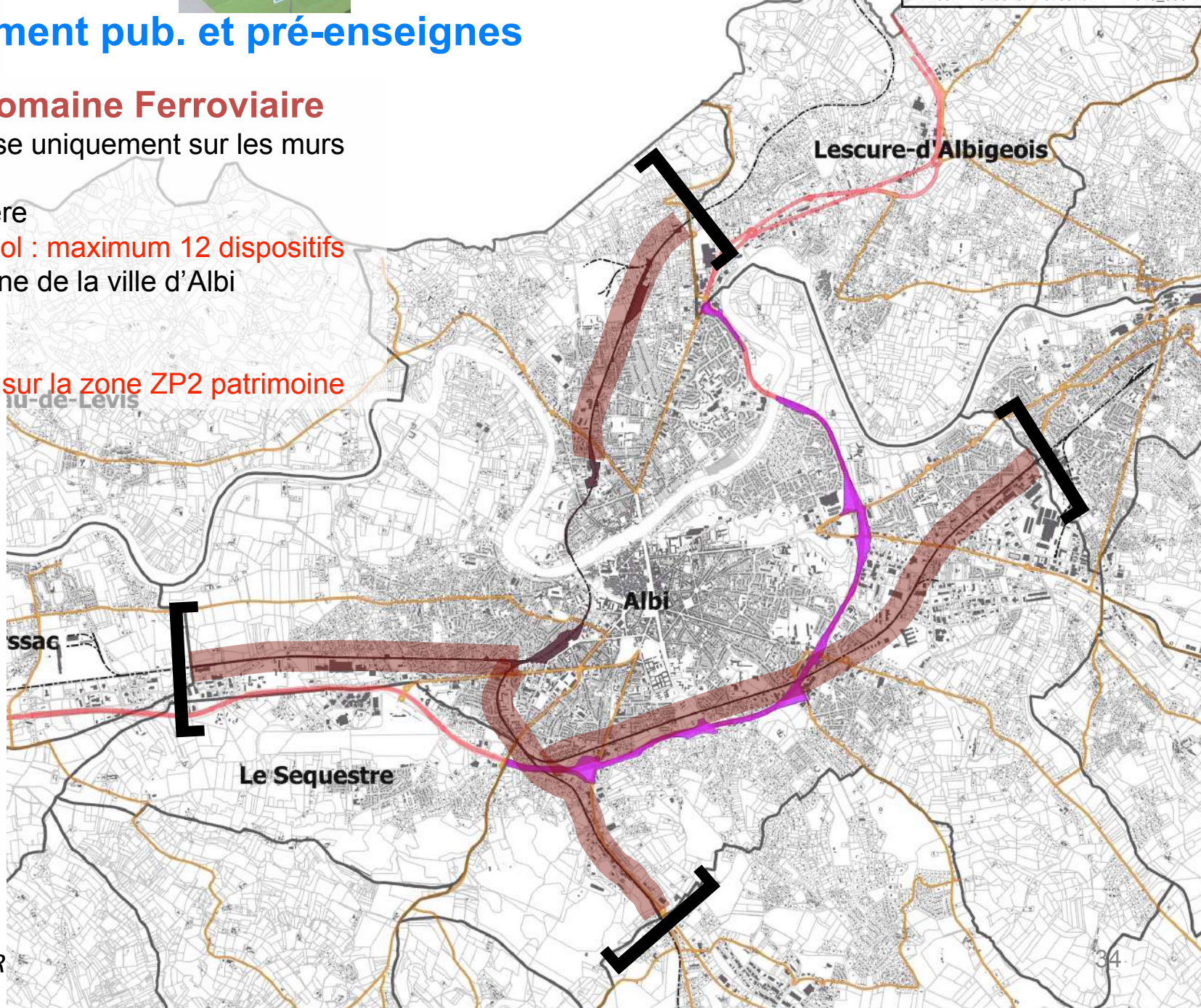
Pub murale admise uniquement sur les murs de bâtiment

1 pub/unité foncière

Pub scellées au sol : maximum 12 dispositifs sur la partie urbaine de la ville d'Albi seulement

S=8m² H=6m

Interdiction totale sur la zone ZP2 patrimoine





b. Règlement pub. et pré-enseignes

ZR – Abords de la rocade

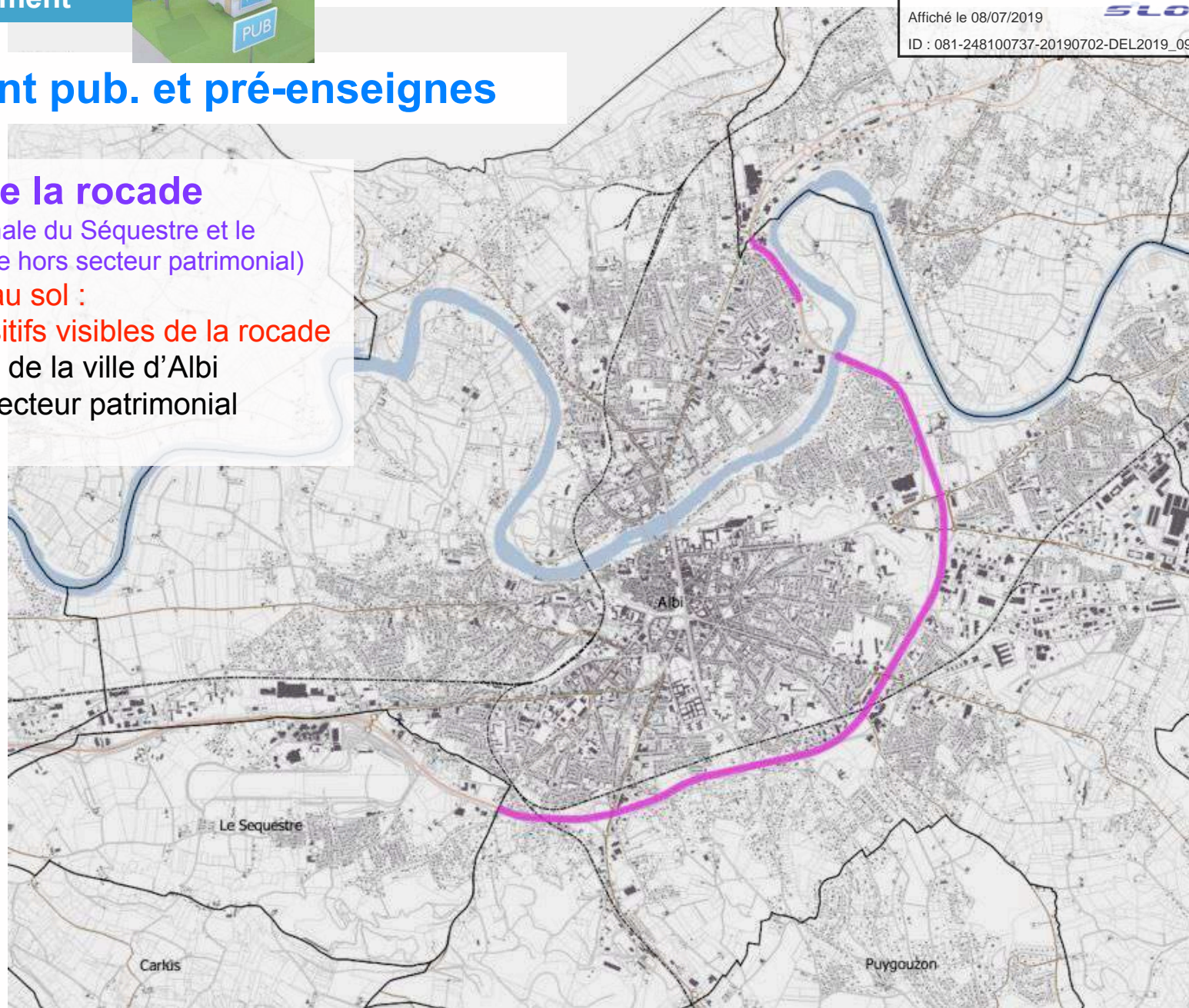
(entre la limite communale du Séquestre et le giratoire de la Jardinerie hors secteur patrimonial)

Publicités scellées au sol :

maximum 12 dispositifs visibles de la rocade

sur la partie urbaine de la ville d'Albi
seulement et hors secteur patrimonial

S=8m² H=6m



4. Zonage et règlement



b. Règlement pub. et pré-enseignes

Les Zones Urbaines (ZU)

- **Sur tous les giratoires**

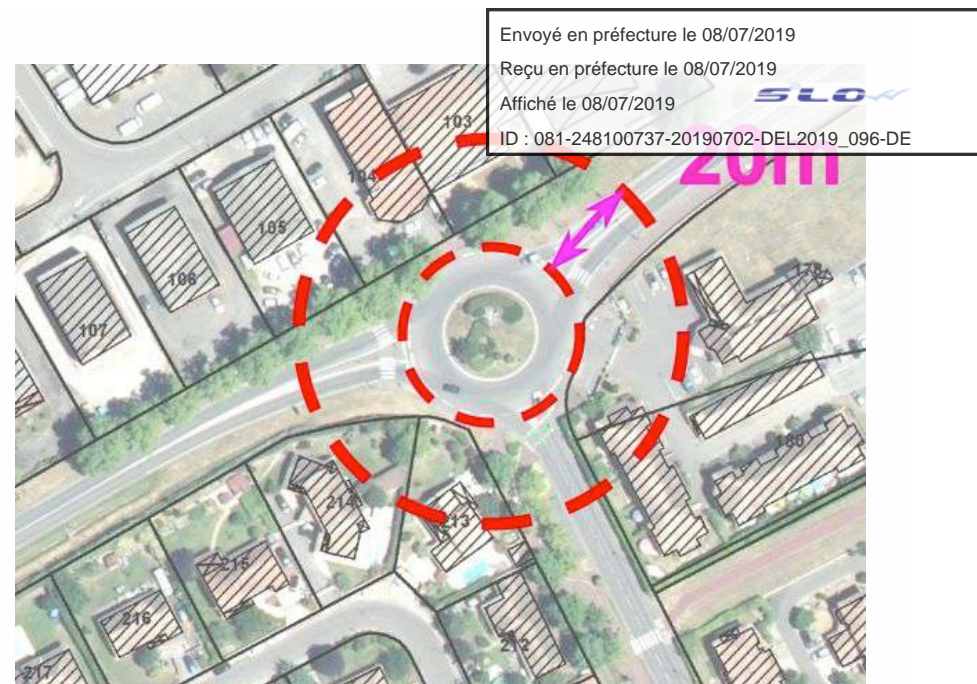
Sur un **rayon de 20m** mesuré à l'extérieur du cercle défini par la bordure extérieure de la chaussée du giratoire :

- **Pub scellée interdite**
- **Pub murale autorisée pour seulement 2 panneaux de 4m² ou 1 de 8m²**
- **Mobilier urbain autorisé (1 sucette)**

- **La publicité numérique (LED et Plasma) est interdite sur toutes les zones**

Justifications :

- pour des raisons esthétiques et de cohérence par rapport au classement UNESCO du cœur de ville d'Albi
- sur les voies importantes, pour des raisons de sécurité routière et de préservation de la qualité du paysage urbain





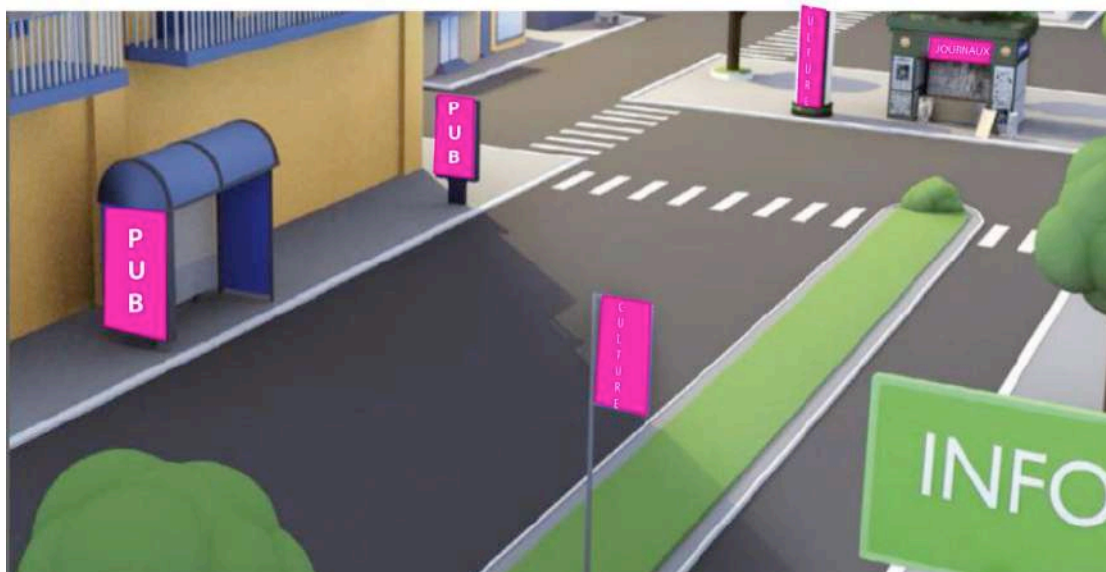
b. Règlement publicité sur mobilier urbain

Synthèse du RNP par les services de l'Etat

Le mobilier urbain est permis partout et quel que soit le nombre d'habitants.

La publicité sur les mobiliers urbains doit se conformer au règlement de publicité :

- elle est interdite sur le secteur patrimoine ZP1
- elle est autorisée partout ailleurs mais uniquement en zone urbaine des communes > 10 000 et < 10 000 habitants mais pas hors agglomération
- 1 seul dispositif est autorisé sur les giratoires.

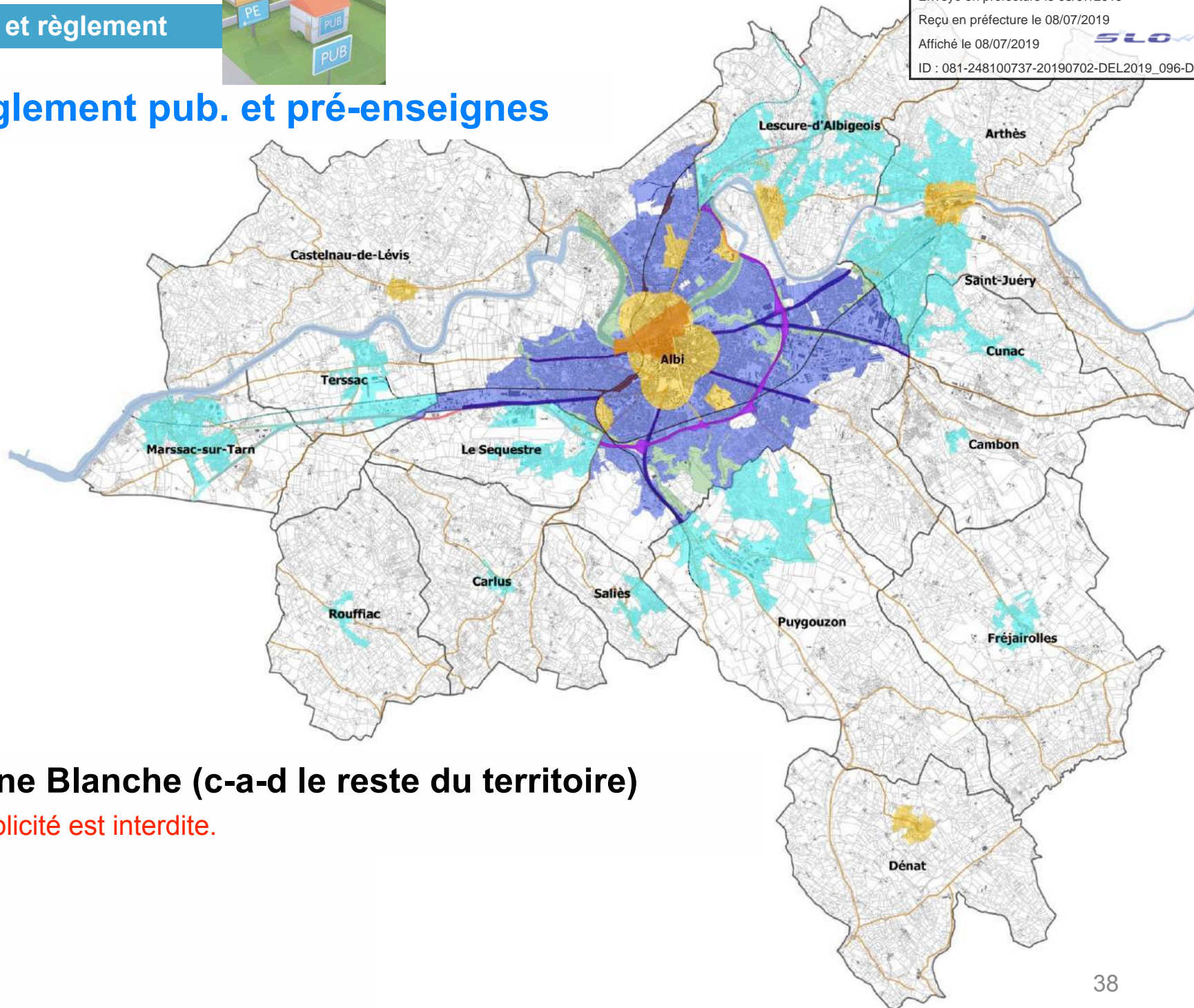


4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

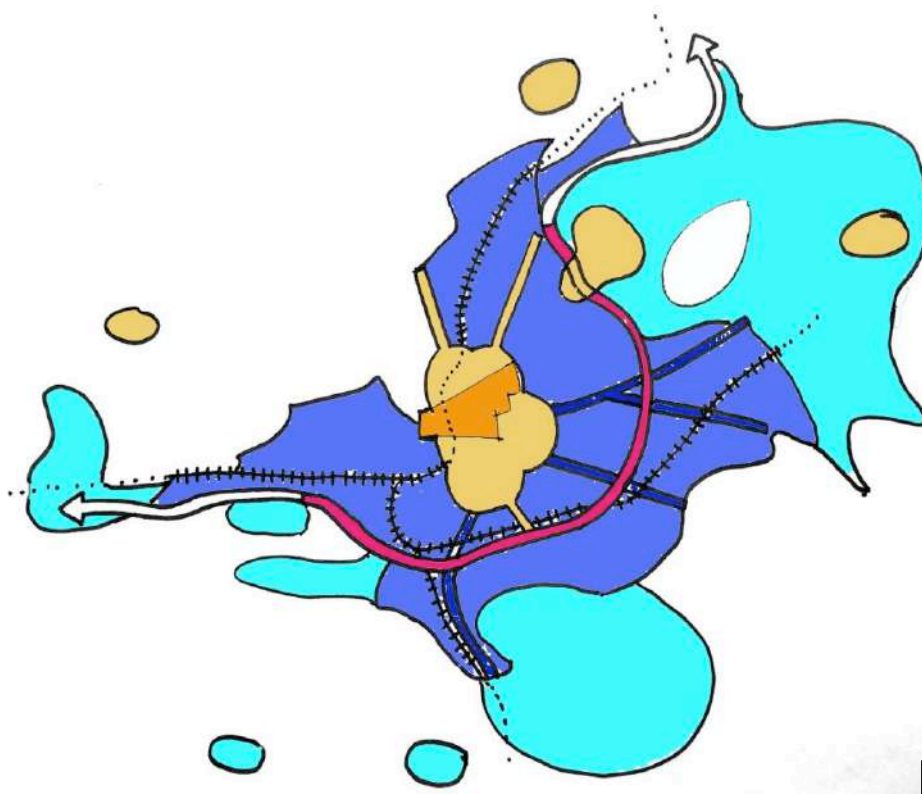
b. Règlement pub. et pré-enseignes





Principes du Zonage

Les dispositions applicables en matière d'affichage publicitaire et pré-enseignes



- ZP Zones patrimoniales UNESCO élargie**
Pas de Pub.
Sauf sur axes protégés pub murale autorisée
- ZU1 Zone urbaine > à 10 000 habitants (ville d'Albi)**
1 Pub. murale et 1 scellée au sol 8m² si foncier > 20m.
- ZU2 Entrées de ville majeures**
1 Pub. murale et 1 scellée au sol 8m² si foncier > 30m
- ZU3 Zones urbaines < à 10 000 habitants (diffus)**
Pub. murale limitée à 2 panneaux de 4m² uniquement
- ZDF Domaine ferroviaire**
limité à 12 dispositifs de 8m² sur la ville d'Albi et hors secteur patrimonial
- ZR Abords de la Rocade**
limité à 15 dispositifs de 8m² (entre l'échangeur du Séquestre au Rd Point de la Jardinerie hors secteur patrimonial)
- Zone Blanche Reste du territoire :**
Toute publicité interdite

Mobiliers urbains avec publicité :
interdits sur le secteur patrimoine ZP1
autorisés ailleurs en zone urbaine uniquement



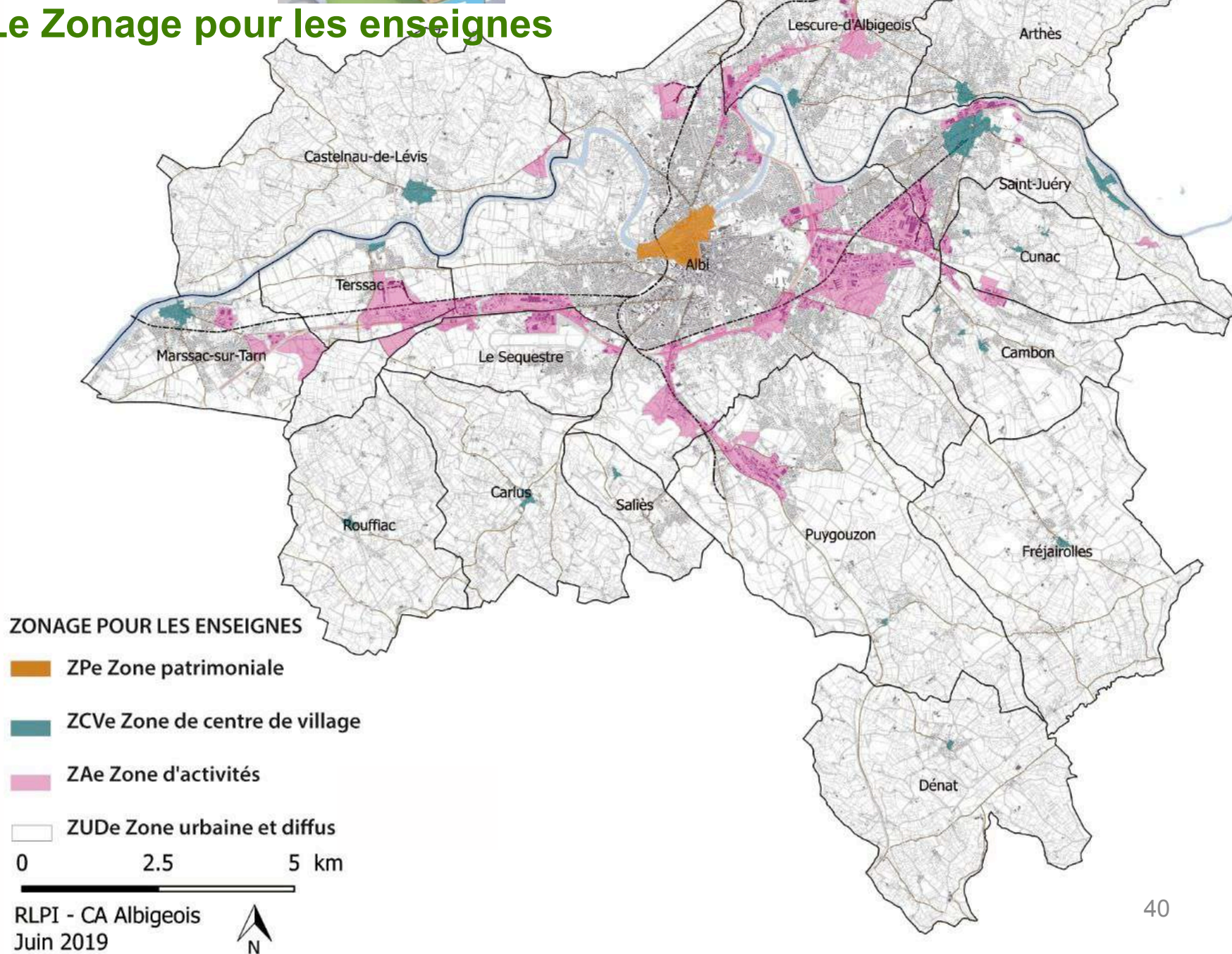
Giratoires : limité à 2 panneaux de 4 m² ou à 1 de 8m²,
1 sucette admise sur un anneau de 20m /
bordure extérieure du giratoire

4. Zonage et règlement



Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE

c. Le Zonage pour les enseignes





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Dispositions communes aux enseignes (Rappel RNP)

- Obligation d'entretien
- Suppression des enseignes au terme de l'activité

Enseignes sur façades de bâtiment

Apposée à plat sur un mur de façade (en bandeau)

- Doit être intégrée totalement à la façade et au balcon (sans dépassement en hauteur ni en largeur)
- Épaisseur : RNP : max 25cm > *Règlement de Voirie : 16 cm maxi*
- *Obligation de lettres découpées sur certains murs ou façades urbaines de qualité (murs en pierre apparentes, façades comprenant des éléments de modénature)*

Apposée à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies

- *Interdire les enseignes apposées sur les balcons, devant un balconnet ou une baie pour respect des édifices en ville et villages*

Perpendiculaire (en drapeau)

- Ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur
- *Imposer une hauteur maxi, exprimées en mètres ou proportionnellement à l'architecture du bâtiment.*
- *recul par rapport au bord du trottoir, afin d'éviter que les enseignes ne soient accrochées par les véhicules de passage.*





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Enseignes sur toiture

RLPi : Interdiction des enseignes sur toiture et dépassant l'acrotère



Seront interdits

Enseignes sur clôture

- Doivent être intégrées totalement à la clôture (sans dépassement en hauteur ni en largeur) et limitées au cas de manque de lisibilité de l'établissement
- *Surface maxi = 10% du mur et <2m²*
- Épaisseur maximum RNP =25 cm
RLPi =16 cm maxi





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Pour limiter la surface maximale des enseignes sur les bâtiments

Surface cumulée des enseignes (bandeaux + drapeaux)

- maximum 15% de la surface de façades
- la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est $< 50 \text{ m}^2$)

- Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués.





d. Règlement enseignes : principes communs à toutes les zones

Enseignes scellées au sol

Taille et nombre

- *Surface max = 4m² (sur l'ensemble du territoire hors ZP et hors centre de village)*
- *Le format du totem sera privilégié (format 80cm X 4m maximum)*
- *Nombre limité à 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité et si manque de lisibilité de celui-ci depuis l'espace public.*

Enseignes lumineuses

Eclairées par projection ou transparence autorisées sur façade et scellées au sol (arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance)

Les enseignes numériques scellées au sol ou sur façade (LED et plasma) seront interdites.

Extinction nocturne

- *« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et 7h du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59 du Code de l'Environnement)*

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.

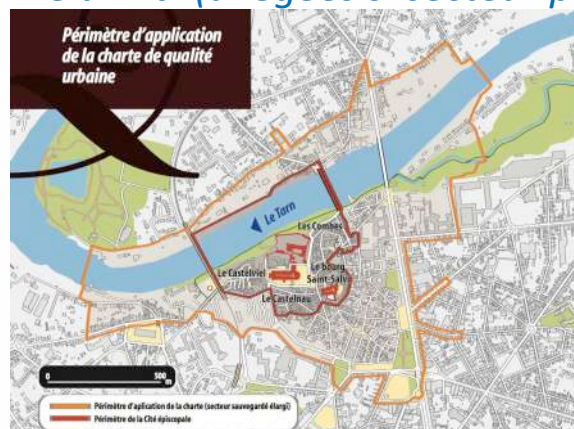
4. Zonage et règlement



d. Règlement enseignes

En zone patrimoniale ZP

- › 2 enseignes par façade (1 bandeau et 1 drapeau) en façade sur voie principale
- › si nécessaire, une enseigne supplémentaire en bandeau sur rue secondaire ou en mur pignon sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie
- › En drapeau ep. 6 cm, format 70 X 80 cm de h, disposé à une hauteur mini de 2,50m
- › Enseignes scellées au sol interdites sauf cas particulier d'un bâtiment implanté très en retrait sur son unité foncière alors seul un totem est autorisé largeur : 70cm, hauteur <4m
- › Hauteur maximale 40 cm proportionnée à la façade, lettre h 30 cm
- › Eclairage indirect intégré ou par rampe .
- › Le règlement reprendra les principales préconisations de la charte qualité urbaine du cœur de ville d'Albi (allégées si secteur patrimonial élargi)

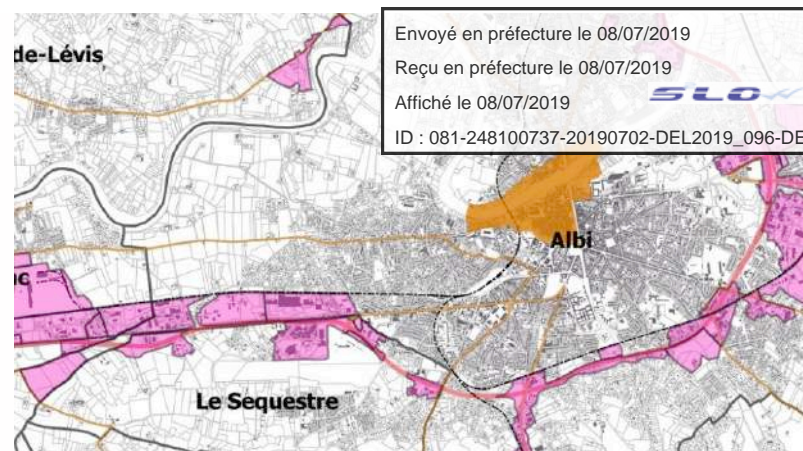




d. Règlement enseignes

Dans les zones d'activités ZA :

- › 2 enseignes maxi par bâtiment
- › 1 enseigne par façade (1 bandeau), avec possibilité, dans une configuration particulière, d'un drapeau en plus
- › l'enseigne doit être proportionnée à la taille du bâtiment et à son architecture (modénature)
 - › Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement *ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de chaque façade et ne peut dépasser 2m de hauteur ou 1/6 de la hauteur de la façade.*
 - › Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².
- › 1 seule enseigne verticale par voie circulée, type totem uniquement, hauteur maxi 4m largeur 80cm
- › Le totem peut être remplacé par une seule enseigne scellée au sol sur mono mat de 4m² de surface d'affichage si la façade sur rue de l'unité foncière est >80m
- › Les enseignes scellées au sol ne peuvent être implantées à moins de 30m d'un giratoire, distance mesurée par rapport à la bordure extérieure
- › Interdiction des enseignes sur toiture et dépassant l'acrotère
- › Les enseignes numériques scellées au sol ou sur façade ou sur baie (LED et écran plasma) sont interdites





d. Règlement enseignes

En zones centre-ville et village

- › 1 enseigne sur façade principale visible depuis l'espace public
- › si nécessaire, 1 enseigne supplémentaire sur rue secondaire en totem ou en mur pignon sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie
- › 1 enseigne en drapeau si nécessaire : ep 6 cm, format 70 X 80 cm de h, disposé à une hauteur mini de 2,50m
- › Enseignes scellées au sol interdites sauf cas particulier d'un bâtiment implanté très en retrait sur son unité foncière alors seul un totem est autorisé larg : 70cm, h <4m
- › L'enseigne doit être proportionnée à la façade :
 - › sur les façades de maisons de ville ou immeubles de rapport : hauteur maximale de l'enseigne 40 cm, lettres h 30 cm
 - › sur les façades d'un bâtiment d'activité : hauteur maximale 80 cm, lettres h 60 cm
- › Principe d'éclairage admis : indirect intégré ou par spots discrets.



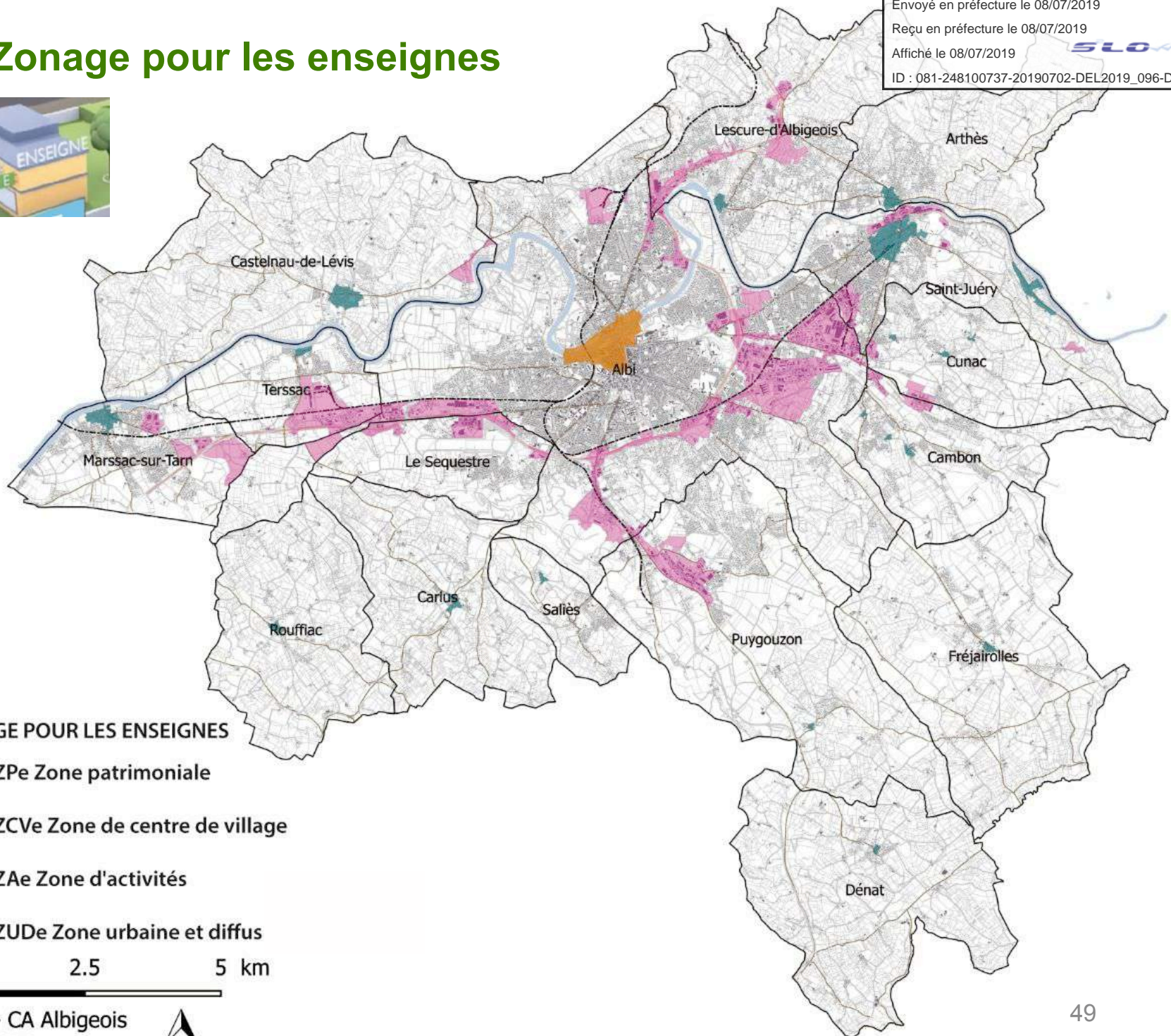
d. Règlement enseignes

En zones urbaines et en diffus ZUD

- › 1 enseigne sur façade principale visible depuis l'espace public
- › si nécessaire, 1 enseigne supplémentaire sur rue secondaire en totem ou en mur pignon sous conditions « d'harmonie avec le bâti et parfaite intégration dans le paysage urbain » si et seulement si validation du projet par la mairie
- › 1 enseigne en drapeau si nécessaire : ep 6 cm, format 70 X 80 cm de h, disposé à une hauteur mini de 2,50m
- › Enseignes scellées au sol interdites sauf cas particulier d'un bâtiment implanté très en retrait sur son unité foncière alors seul un totem est autorisé larg : 70cm, h <4m
- › L'enseigne doit être proportionnée à la façade :
 - › sur les façades de maisons de ville : hauteur maximale de l'enseigne 40 cm, lettres h 30 cm
 - › sur les façades d'un bâtiment d'activité : hauteur maximale 80 cm, lettres h 60 cm
- › Principe d'éclairage admis : indirect intégré ou par spot.

RLPi Le Zonage pour les enseignes

Envoyé en préfecture le 08/07/2019
Reçu en préfecture le 08/07/2019
Affiché le 08/07/2019
ID : 081-248100737-20190702-DEL2019_096-DE



ZONAGE POUR LES ENSEIGNES

- ZPe Zone patrimoniale
- ZCVe Zone de centre de village
- ZAe Zone d'activités
- ZUDe Zone urbaine et diffus

0 2.5 5 km



RLPi Le Zonage relatif à la publicité

