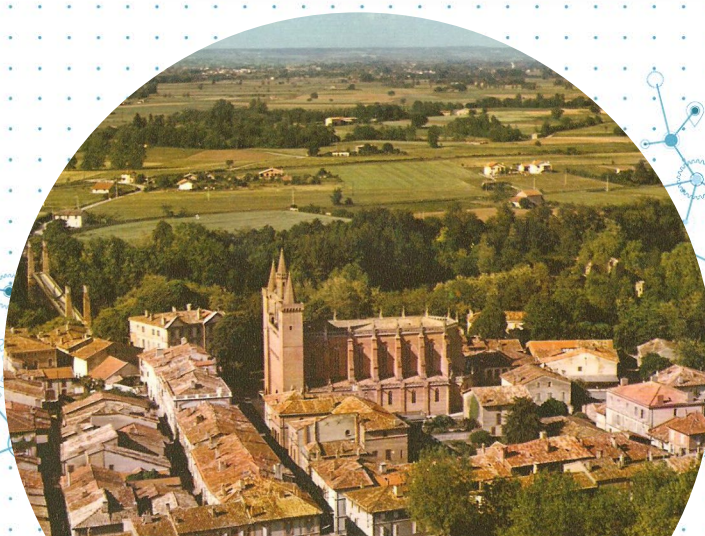




Règlement Local de Publicité de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe



RAPPORT DE PRESENTATION

VERSION DE TRAVAIL POUR ARRÊT

1

Le diagnostic de l'affichage
sur le territoire

2

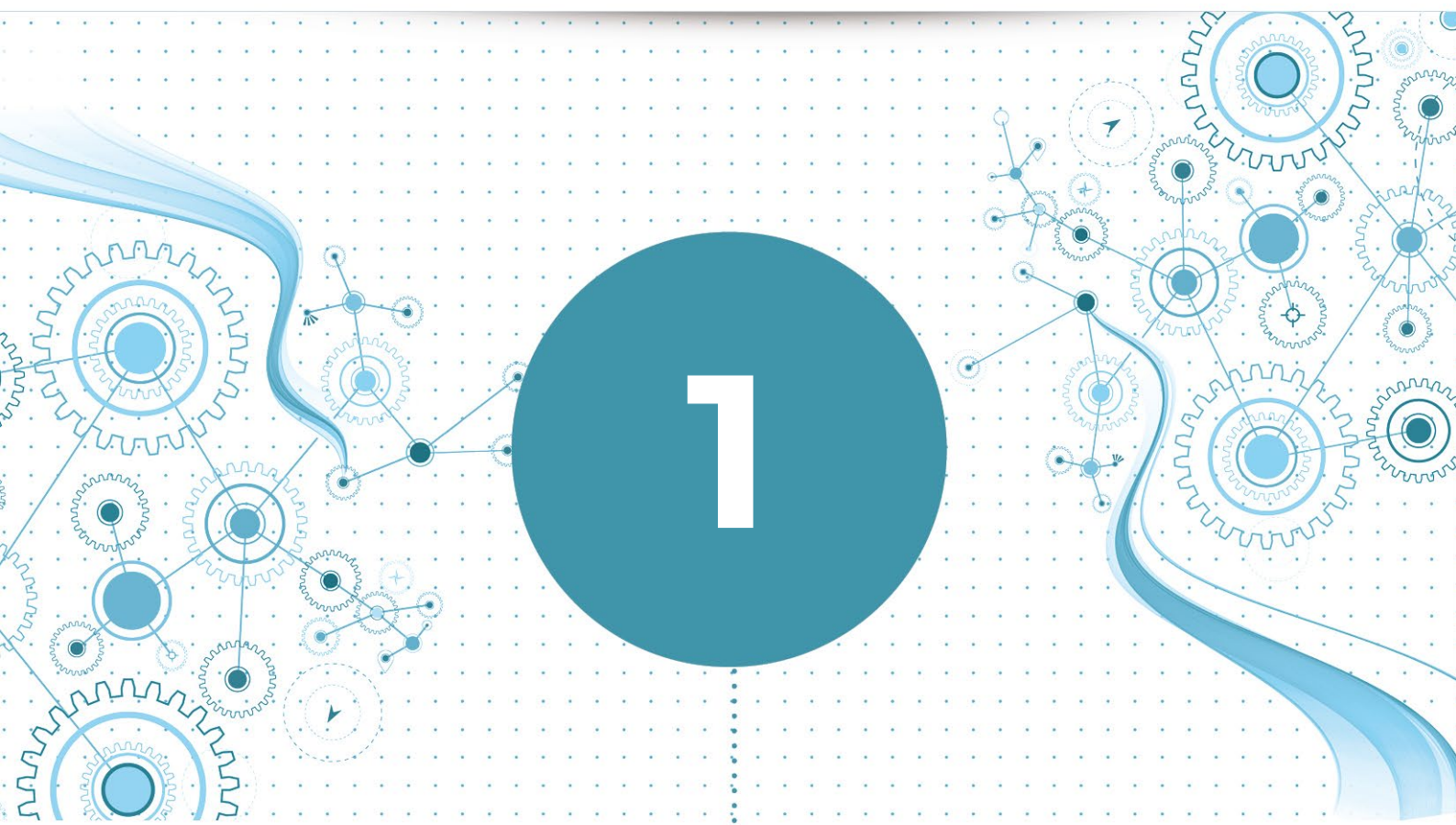
Les orientations et objectifs
d'élaboration du RLP

3

La justification des choix
retenus

Règlement Local de Publicité de la commune de
Saint-Sulpice-la-Pointe

RAPPORT DE PRESENTATION

A decorative background featuring a large teal circle with the number '1' in white. The background is filled with a pattern of small dots and larger gears of various sizes, some connected by lines, creating a mechanical or network-like theme. A blue wavy line flows through the gears. A vertical dotted line extends from the bottom of the teal circle.

1

SOMMAIRE

SOMMAIRE

Sommaire	3
I. Préambule.....	5
A. Contexte législatif et réglementaire.....	5
B. Le contenu d'un RLP	6
II. Diagnostic	8
A. Contexte communal	8
B. Contexte paysager.....	9
C. Contexte urbain.....	10
D. Contexte viaire	14
E. Contexte économique	16
F. Contexte règlementaire	22
III. Etat des lieux et enjeux publicitaires	32
A. Etat des lieux général	32
B. Etat des lieux sectorisé.....	43
C. Synthèse des Enjeux en matière de publicités et de préenseignes	59
D. Synthèse des enjeux en matière d'enseignes	59
E. Synthèse cartographique	60
IV. Orientations.....	62
A. Orientations générales.....	62
B. Orientation 1 : valoriser le centre historique de Saint-Sulpice-la-Pointe	62
C. Orientation 2 : réhabiliter la ZA des Terres Noires.....	62
D. Orientation 3 : Prévoir l'arrivée de la ZA des Portes du Tarn.....	63
E. ORIENTATION 4 : conserver un cadre de vie qualitatif et mettre en valeur les paysages de proximité	64
V. Justification des choix.....	67
A. Justitfication des périmètres d'agglomération	67
B. Justification de la délimitation des zones du RLP.....	67
C. Justification des choix règlementaire relatifs aux publicités et au préenseignes	70
D. Justification des choix relatifs aux enseignes	72

Règlement Local de Publicité de la commune
de Saint-Sulpice-la-Pointe

RAPPORT DE PRESENTATION



PREAMBULE

I. PREAMBULE

A. CONTEXTE LEGISLATIF ET REGLEMENTAIRE

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet **l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales**.

Cette loi a été codifiée par l'ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art. L.581-1 à L.581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et est entrée en vigueur le 1er juillet de la même année. Ce décret vise à **protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure**, tout en permettant **l'utilisation de supports publicitaires nouveaux** (numériques, ...). Il **réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux**, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une **règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux** le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, **en particulier numérique**, est spécifiquement encadrée, tout comme la **publicité sur bâches**.

Tableau 1 : Récapitulatif de la mise en vigueur de l'opposabilité de la RNP.

TYPE DE DISPOSITIF ET DATE D'INSTALLATION	OPPOSABILITE DE LA RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012	1 ^{er} juillet 2018

La loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine a également fait évoluer la réglementation de l'affichage extérieur, en supprimant la notion de tampon de 100 mètres d'interdiction aux abords des Monuments Historiques pour lui préférer l'extension de l'interdiction relative à la totalité des périmètres de protection et sous condition de co-visibilité.

Enfin, la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, dite « loi Climat et Résilience » a apporté notamment la possibilité pour les Règlements Locaux de Publicité de s'emparer de la problématique de l'affichage lumineux et numérique installé à l'intérieur des vitrines, alors que jusqu'à cette date seuls les dispositifs extérieurs pouvaient être soumis à la réglementation de l'affichage prévue par le Code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière **plus restrictive que la règle nationale**, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire. C'est en luttant contre la pollution et les nuisances qu'il participe à l'amélioration du cadre de vie et à la sauvegarde du patrimoine et de l'environnement. Il permet en effet de **maîtriser les dispositifs commerciaux en**

nombre et aspects, voire de les **interdire** dans certains secteurs d'intérêt paysager, en définissant des **zones particulières** avec des prescriptions adaptées à chacune d'entre elles.

Lorsqu'une collectivité se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. **Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le régime général continue à s'appliquer.**

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée par le Code de l'Environnement. Cependant, les dispositifs d'affichage extérieur doivent prendre en compte d'autres réglementations, notamment celles du **Code de l'Urbanisme** et du **Code de la Route**.

A partir de l'entrée en vigueur du RLP, les dispositifs existants disposent d'un délai de mise en conformité de :

- 6 ans pour les enseignes ;
- 2 ans pour les publicités et préenseignes.

B. LE CONTENU D'UN RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois pièces principales :

- **Un rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- **Un règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- **Des annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Règlement Local de Publicité de la commune
de Saint-Sulpice-la-Pointe

RAPPORT DE PRESENTATION

2

DIAGNOSTIC

II. DIAGNOSTIC

A. CONTEXTE COMMUNAL

- Source : chiffres de l'INSEE, 2018.

La commune de Saint-Sulpice-la-Pointe est située dans le département du Tarn, à la limite de la Haute-Garonne. La commune est accessible en 35min depuis les centres-villes de Toulouse et d'Albi via l'A68 (échangeur n°6). Le territoire est également desservi par la ligne ferroviaire Albi-Toulouse.

En 2018, le territoire communal comptait 9 227 habitants. Cette commune appartient à l'unité urbaine du même nom (au sens de l'INSEE).



Carte 1 : Localisation de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe - PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe.

B. CONTEXTE PAYSAGER

- Source : Rapport de présentation du PLU en vigueur.

La commune de Saint-Sulpice-la-Pointe s'étend sur une superficie de 24km². Sa topographie est organisée en deux grands ensembles :

- Au nord du territoire, le Tarn et l'Agout dessinent de larges vallées à fond plat qui s'étendent jusqu'à l'autoroute A68 ;
- Au sud du territoire, le relief s'anime par des coteaux, marqués par de petites vallées et vallons secs.

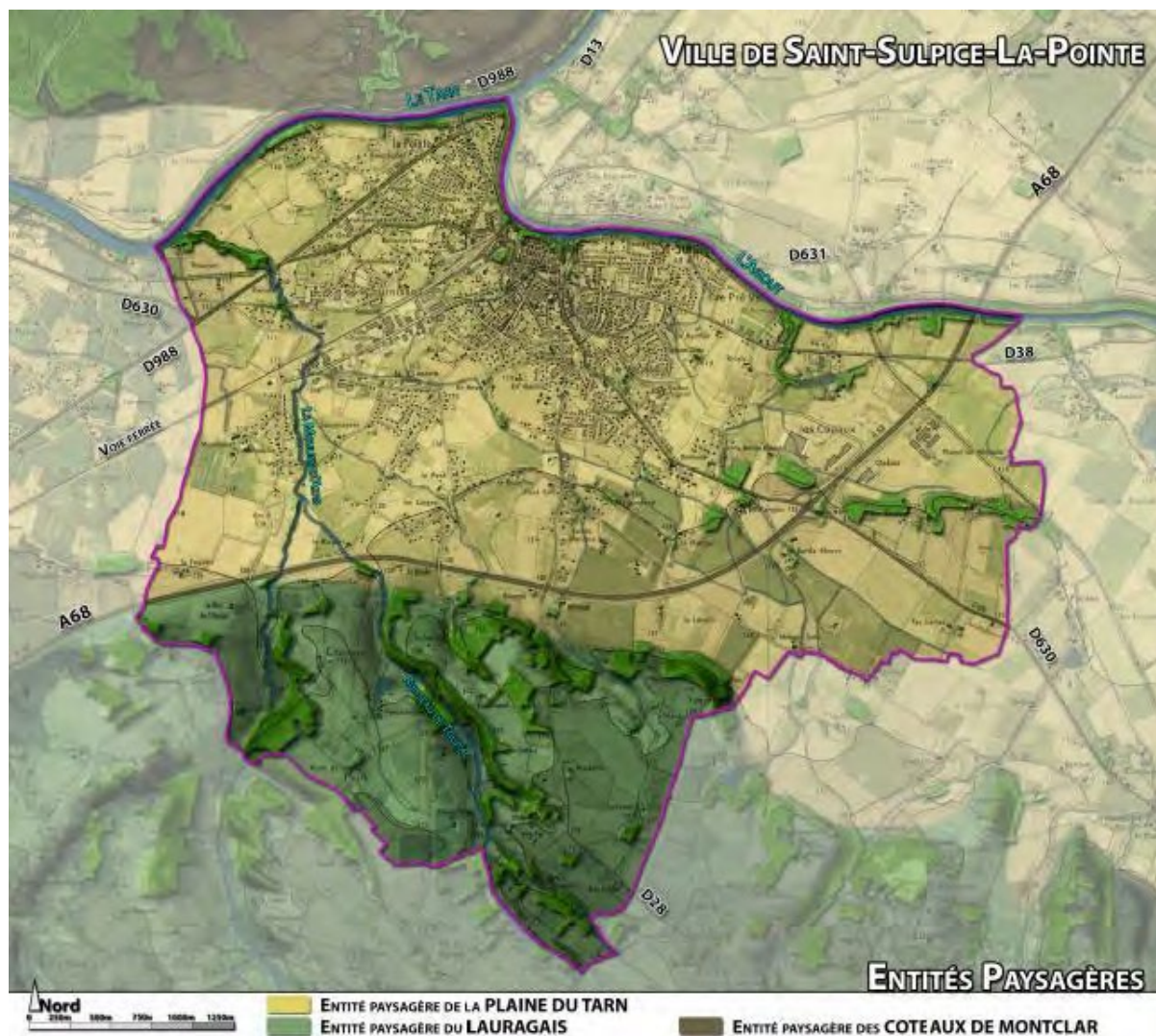
Le réseau hydrographique est également structuré autour du Tarn et de son affluent l'Agout.

Le PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe identifie 2 entités paysagères sur le territoire :

- La plaine du Tarn, caractérisée par un espace plan et fertile, favorisant les grandes parcelles et les vues lointaines. Les boisements y sont rares, et l'espace est soumis à une pression urbaine importante ;
- La limite nord du Lauragais qui forme un coteau occupé par des parcelles agricoles, mais où les boisements occupent les plus fortes pentes et les espaces difficilement exploitables.



Photo 1 : En haut, espaces agricoles de la plaine du Tarn. Au centre, espaces agricoles des coteaux du Lauragais. En bas, espaces boisés des coteaux du Lauragais – PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe.



Carte 2 : Localisation des entités paysagères sur le territoire communal - PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe

C. CONTEXTE URBAIN

- Source : Rapport de présentation du PLU en vigueur.

Le PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe identifie 3 types de formes bâties sur le territoire :

1. LE CŒUR HISTORIQUE DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Le centre historique se caractérise par une **place presque centrale** et un **plan en damier**. Les ilots sont relativement **réguliers** et de **forme rectangulaire** avec des parcelles de **taille équivalente**. Les parcelles sont **bâties** dans leur intégralité offrant une **compacité marquée**. Le paysage urbain est principalement **minéral** malgré la présence de quelques espaces privatifs végétalisés visibles depuis l'espace public.

Le bâti est implanté dans l'**alignement des voiries**, délimitant ainsi l'espace public. Les constructions présentent généralement un niveau, bien qu'aux abords des espaces publics on remarque une élévation des gabarits en R+2. Les façades des bâtiments sont en brique ou recouvertes d'un crépi ou enduit, dans des tons de beige, crème, parfois rosé voire ocre clair. Nombreuses sont les façades

présentant une limite en brique entre les différents niveaux. À la marge quelques modifications du bâti sont observables avec des logements qui ont été reconstruits et quelques démolitions.



Photo 2 : Le cœur historique de Saint-Sulpice-la-Pointe – PLUI de Saint-Sulpice-la-Pointe

2. LES FAUBOURGS, LA CONTINUÏTÉ DU CŒUR HISTORIQUE

Les faubourgs sont caractérisés par des typologies bâties **similaires** à celles rencontrées dans la bastide. Ces tissus urbains, constitués dans **l'extension du cœur historique**, se situent **le long des axes structurants**. On observe ces développements principalement de part et d'autre de la route de Saint-Lieux, l'avenue Charles de Gaulle et aux abords du Faubourg Saint-Marc.

Les façades s'inscrivent dans la **continuité** de l'aspect extérieur des bâtiments présents dans la bastide avec une plus grande diversité rencontrée dans les couleurs de façades (beige, gris, rosé, jaune). À la différence du centre historique, on observe une **diversité dans les hauteurs** du bâti allant du R+1 au R+2. Le bâti est implanté dans l'alignement des voiries. Les parcelles, le plus souvent en lanière offrent des jardins en fond de parcelle.



Photo 3 : Faubourg Saint-Marc – PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe.

A l'arrière des faubourgs, on retrouve les **tissus pavillonnaires** témoignant de différentes époques allant de 1960 aux années 2000. Depuis les axes autour desquels sont implantés les faubourgs, les maisons individuelles ne sont pas visibles, en raison de la continuité du bâti, formant le front de rue.

3. LES QUARTIERS PERIPHERIQUES : ENTRE ESPACES PAVILLONNAIRES ET RESIDENTIALISATION

LES ESPACES PAVILLONNAIRES : ENTRE MAISONS INDIVIDUELLES ET LOTISSEMENT

Ces tissus urbains se sont principalement développés depuis les années 1980 sur la commune, d'abord à proximité du cœur historique puis le long des voies et au gré des opportunités foncières sur les espaces agricoles. Ces quartiers recouvrent environ les deux tiers de la commune.

L'implantation de ces logements se fait généralement à minima **en retrait** par rapport à l'espace public ou au milieu de la parcelle. Ces quartiers présentent une **certaine homogénéité, sans identité architecturale singulière**. Les habitations sont le plus souvent de plain-pied ou avec un étage. Les volumes et gabarits offrent néanmoins une **certaine diversité**, permettant de donner du rythme à la traversée de ces quartiers souvent monotones.

L'espace public dans ces secteurs se limite à la voie et aux trottoirs qui sont souvent étroits et occupés par les véhicules. A côté de ces espaces publics très minéraux, les espaces privatifs végétalisés apportent un aspect qualitatif aux quartiers. Les limites entre espace public et espaces privés font l'objet de traitements différenciés : haie, muret parfois surmonté d'un grillage, mur, grillage. Parfois, la hauteur de ces différents aménagements laisse tout juste apparaître les maisons depuis la rue, notamment quand ces clôtures sont doublées de haies de thuyas.



Photo 4 : A gauche, lotissement rue A. De Lamartine. A droite, lotissement sur le secteur de la plaine, en entrée de ville est – PLU de Saint-Sulpice-la-Pointe.

L'INDIVIDUEL GROUPE : ENTRE MAISONS MITOYENNES ET EN BANDE

Des **opérations ponctuelles** de maisons mitoyennes et en bande ont été effectuées depuis les années 80. Certaines comme celles présentes au Clos du Castela ou aux Pescayres sont fermées. Bien que ces formes d'urbanisation répondent à certaines attentes des habitants, qui recherchent la sécurité à travers ces opérations fermées, ces aménagements interrogent sur la qualité des quartiers qui parfois prennent la forme d'enclaves totalement déconnectées des espaces environnants. C'est typiquement le cas sur les quartiers résidentiels présents à l'est du cimetière, aux abords de la route de Saint-Lieu-les-Lavaur.



Photo 5 : Maisons en bande rue des Lilas – StreetView.

LES LOGEMENTS COLLECTIFS

Les quartiers d'habitat collectif sont **peu nombreux** et sont **dispersés** sur l'ensemble de la commune. On les retrouve à proximité immédiate du centre-ville. Les plus anciens situés à l'angle de l'avenue Albert Camus et du chemin de la Planquette, datant des années 70, sont très marqués par les codes architecturaux et urbains de cette époque, forme allongée de type barre, espaces publics entre les immeubles, espaces libres entre l'emprise publique et les bâtiments. Les gabarits en R+4 offrent une densité d'environ 60 logements par hectare. Le stationnement est géré en pied d'immeuble.

D'autres opérations sont intégrées dans le tissu urbain dense de la commune. Le bâti en R+2 ou R+3 est implanté à l'alignement de l'espace public. On les retrouve notamment en cœur de ville sur la Place Jean Jaurès, témoignant des dynamiques de renouvellement urbain qui ont eu lieu sur le centre par le passé. Les pieds d'immeubles sont sur ce secteur occupés par des commerces, assurant une diversité des fonctions. Plus récemment, de nouveaux logements collectifs ont vu le jour.



Photo 6 : A gauche, ilot d'habitats collectifs des années 70 le long de l'avenue A. Camus. A droite, nouvelle opération de logements à proximité de la gare. – StreetView.

D. CONTEXTE VIAIRE

1. UN RESEAU ROUTIER D'IMPORTANCE DEPARTEMENTAL

Le territoire est traversé par 2 infrastructures routières principales :

- L'A68 qui permet de rejoindre le centre de Toulouse et le centre d'Albi en environ 35min, via l'échangeur n°6 ;
- La RD630 qui permet de rejoindre l'A20 au sud de Montauban en 45min et Lavar, dans le Tarn en 20min.

On compte également de nombreuses départementales secondaires :

- La RD 28, route de Lisle-sur-Tarn ;
- La RD 630a qui traverse la future zone d'activités des portes du Tarn ;
- La RD988 qui rejoint l'A68 au niveau de l'échangeur n°4.

Le territoire est également maillé de nombreuses voies de desserte qui permettent de répondre aux besoins en déplacement des habitants.

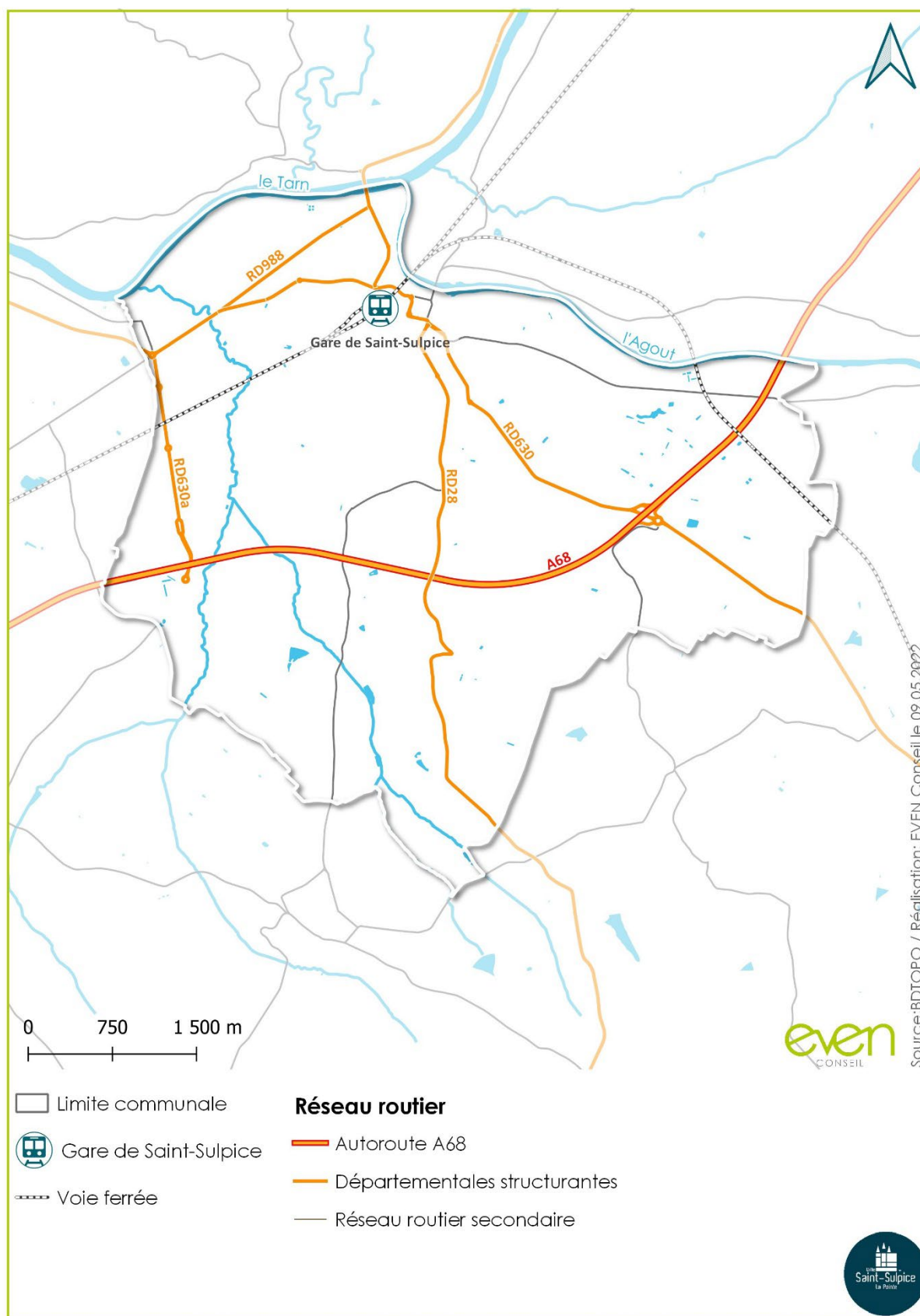
2. LES INFRASTRUCTURES FERROVIAIRES

Le territoire est desservi par la ligne ferroviaire Albi Toulouse. La gare est implantée à proximité immédiate du cœur historique de la commune.

Cette ligne ferroviaire situe la commune à 1h d'Albi et à 30min de Toulouse. Le tableau ci-dessous récapitule les fréquentations de ces gares pour l'année 2019 :

Tableau 2 : Fréquentation des gares du territoire en 2019 – ressources.data.sncf.com

GARES	NOMBRE DE VOYAGEURS (2019)
Saint-Sulpice-la-Pointe	475 920
Albi	415 630
Toulouse	9 892 175



Carte 3 : Composition du réseau viaire et du réseau ferroviaire de la commune

E. CONTEXTE ECONOMIQUE

1. LE TISSU COMMERCIAL DE PROXIMITE IMPLANTE PRINCIPALEMENT DANS LE CENTRE-VILLE DE LA COMMUNE

Le centre-ville de Saint-Sulpice regroupe la majorité des commerces et services de proximité du territoire. Ceux-ci sont particulièrement denses :

- De part et d'autre de l'avenue Rhin et Danube ;
- Le long de l'esplanade Octave Medale ;
- Le long de la place du Grand Rond et de la place Jean Jaurès ;
- Rue de la Loubatière.

Une petite zone commerciale est également implantée le long de la RD630, en entrée/sortie d'agglomération.

Ces espaces, et plus particulièrement le centre-ville, facilement accessible, constituent des sites à enjeux forts pour la lisibilité du tissu commercial, et plus particulièrement pour les possibilités d'affichage des enseignes.



Photo 7 : En haut à gauche, esplanade Octave Médale. En haut à droite, place Jean Jaurès. En bas à gauche, rue de la Loubatière. En bas à droite, petit centre commercial route de Lavour. – EVEN Conseil.

2. TROIS GRANDS SECTEURS A VOCATION ECONOMIQUE

Saint-Sulpice-la-Pointe dispose de plusieurs secteurs à vocation économique sur son territoire communal. Ces espaces dédiés au développement économique n'ont pas tous la même fonction ni la même vocation sur la commune. On distingue deux zones d'activités économiques sur la commune, et un projet de parc d'activités en cours de réalisation.

LA ZONE D'ACTIVITE DES TERRES NOIRES

La zone d'activité des Terres Noires a la particularité de se retrouver aujourd'hui au cœur de l'espace urbain, du fait des développements qui se sont constitués en direction du sud du territoire communal. Cet espace d'activités, dont l'aménagement a débuté dans les années 1970, ne présente pas une organisation clairement définie. Même les activités présentes sur le site sont très hétérogènes : activités commerciales, enseignes de la grande distribution, commerces spécialisés, activités industrielles...

Aujourd'hui cette zone est quasiment achevée, elle ne présente que quelques parcelles sur sa partie ouest encore disponibles, pour sur une surface de 1,3 ha.

Les limites entre espaces publics / privés sont très variées, d'aspect assez médiocre. Le traitement de l'espace public est vieillissant sur la zone. Il manque de qualité, afin de rendre plus attractif cet espace économique, qui de plus, se trouve sur un axe important du territoire communal, qui est l'entrée de ville nord-ouest du territoire à la suite de la réalisation du nouvel échangeur des Portes du Tarn. On retrouve aujourd'hui les modes d'aménager des années 1980 – 1990 sur ce site, avec un aménagement très routier, peu pensé pour les mobilités douces et piétonnes. Or il s'agit d'un enjeu important au vu de la proximité avec les quartiers résidentiels.



Photo 8 : Avenue des Terres Noires – StreetView.

La zone d'activité Les Cadaux / Gabor est présente sur le nord-est du territoire communal, de part et d'autre de l'autoroute A68. Située à proximité de l'échangeur n°6, desservant directement cet espace, elle bénéficie d'une visibilité importante et d'un accès facilité, directement relié aux grands pôles urbains de la région. La ZAE Cadeaux / Gabor est identifiée comme Zone d'Intérêt Régional (ZIR) label créé par le Conseil Régional Midi-Pyrénées qui souhaite mettre en valeur les parcs d'activités les plus attractifs au cœur du sud-ouest.

Un peu moins de 13,4 hectares restent à commercialiser sur ce secteur :

Les activités y sont variées entre activités économiques industrielles, logistiques, gestion des déchets : imprimerie, déchèterie, production plastique, flaconnage plastique, plateforme logistique, productions spécialisées...



Photo 9 : Zone de Gabor-Les Cadaux depuis Les Cadaux – StreetView.

LE PARC D'ACTIVITES « LES PORTES DU TARN »

Véritable projet urbain et économique du territoire pour la décennie à venir et actuellement en cours de commercialisation, le parc d'activités « les Portes du Tarn », localisé entre le département du Tarn et de la Haute-Garonne, entre les communes de Buzet-sur-Tarn et Saint-Sulpice-la-Pointe, apparaît comme un des secteurs à enjeux majeur du nord-toulousain. Identifié en tant que Zone d'Intérêt Régionale par le Conseil Régional de Midi-Pyrénées, également pris en compte par le SCoT Nord-Toulousain, et le SCoT du Vaurais qui couvre le territoire communal, ce projet doit entraîner un développement marqué du territoire, et devrait rayonner sur les communes environnantes, en bousculant l'organisation territoriale.

En entrée immédiate du Tarn, sur une surface d'environ 198 hectares dont 130 commercialisables, le parc d'activités a pour ambition d'attirer de nouvelles entreprises sur ce territoire particulièrement attractif. Cette zone proposera des activités tournées vers les domaines industriels et agricoles, confortées par des espaces de loisirs, de commerces et de services.

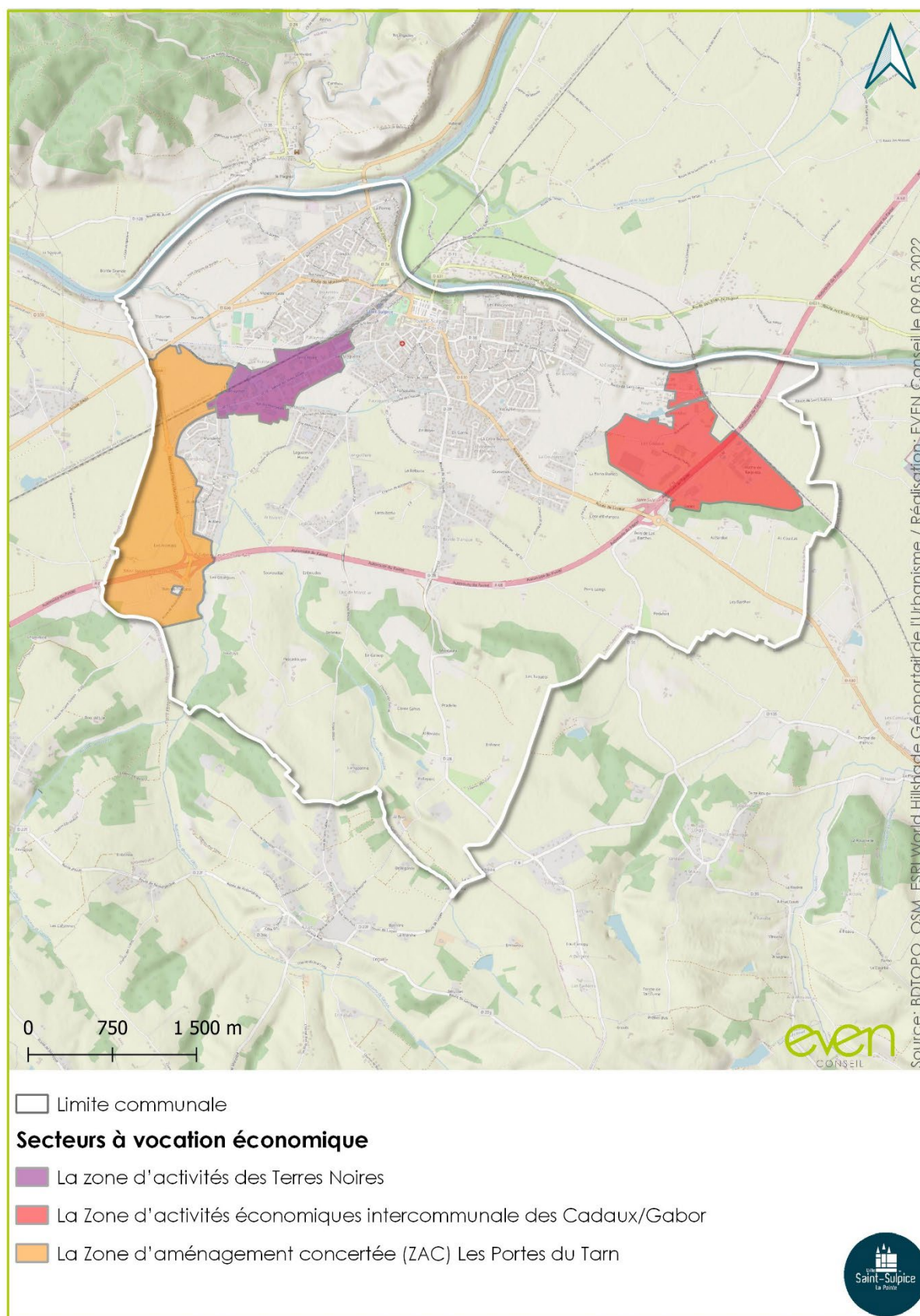
Les études démographiques qui ont accompagné l'élaboration du parc prévoient une augmentation de la population au cours des prochaines années, dans la zone d'influence des Portes du Tarn, nécessitant d'anticiper les besoins du territoire communal de Saint-Sulpice qui sera directement impacté par cet aménagement d'envergure régionale. Il permettra d'offrir un gisement important

d'emplois sur le territoire du Vaurais dans un contexte où les habitants des communes du bassin de vie travaillent en grande partie sur l'agglomération toulousaine, en raison du caractère très résidentiel du secteur.

Ce parc d'activités se veut ambitieux, en mettant en avant le principe d'écologie industrielle, dans l'optique de favoriser les échanges et les synergies entre les activités et les acteurs, en développant une « gestion intégrée » à double visée, à la fois en « générant moins d'impact sur l'environnement et en étant efficace économiquement ». Les secteurs d'activités prévus sont divers, reposant principalement sur les domaines déjà moteurs au sein de l'économie régionale.



Photo 10 : Emprise du futur parc d'activités des Portes du Tarn – portesdutarn.fr.



Carte 4 : Localisation des secteurs à vocation économique sur le territoire communal

3. L'AGRICULTURE

- Sources : Agreste 2016.

L'économie du territoire n'est pas particulièrement marquée par la filière agricole. En 2016, l'Agreste recensait 21 exploitations agricoles qui génèrent 84 emplois équivalents temps plein (soit 2.8% des emplois totaux du territoire).

Aucun point de vente direct n'est recensé sur la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe.

4. LE TOURISME

Le territoire de la commune présente deux sites touristiques mis en avant par l'office du tourisme du Tarn :

- La bastide de Saint-Sulpice, cœur historique de la commune, qui présente une architecture traditionnelle qualitative. Sont notamment cités le pont suspendu et le clocher-mur ou clocher-donjon du XIV^e siècle ;
- Le souterrain médiéval du Castela qui servait d'abri aux gens de la commune au Moyen-Age.



Photo 11 : A gauche, l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe et son clocher-mur. À droite, les souterrains du Castela. – Office du tourisme du Tarn.

L'organisation de fêtes médiévales estivales est également mise en avant. Le tableau ci-dessous récapitule les hébergements touristiques implantés sur le territoire :

Tableau 3 : Hébergements touristiques implantés sur le territoire - INSEE

TYPE D'HEBERGEMENT	CAPACITES
2 hôtels	27 chambres

Sont également recensés : 80 logements disponibles sur la plateforme Airbnb, 1 gîte dans le centre-ville.

F. CONTEXTE REGLEMENTAIRE

1. DISPOSITIFS PUBLICITAIRES REGLEMENTES PAR LE RLP

L'ENSEIGNE

D'après l'article L.581-3 du CE : « *Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur une immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.* »

Il s'agit d'un dispositif pouvant être installé sur une façade commerciale ou sur l'unité foncière du lieu d'activité concerné par l'inscription. L'enseigne concerne les chevalets au sol lorsque ceux-ci sont placés sur l'emprise d'un espace faisant l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public (terrasse de restaurant...).



Photo 12 : En haut à gauche, enseigne parallèle. En haut à droite, enseigne perpendiculaire. En bas à gauche, enseigne sur toiture. En bas à droite, enseigne scellée au sol, sur un totem. – EVEN Conseil.

D'après l'article L.581-3 du CE :

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités. »

« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. »

Il s'agit de panneaux publicitaires installés à distance du lieu de l'activité ou de l'évènement. Il indique la proximité de celle-ci ou fait la promotion d'un produit en lien avec l'activité ou de l'évènement.

Les dispositifs concernés sont ceux visibles des voies ouvertes à la circulation publique c'est-à-dire des voies publiques ou privées qui peuvent être empruntées librement, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.



Photo 13 : En haut à gauche, publicité sur mobilier urbain. En haut à droite, publicité scellée au sol. En bas à gauche, préenseigne murale. En bas à droite, préenseigne posée su sol. – EVEN Conseil.

2. LES PERIMETRES REGLEMENTAIRES SPECIFIQUES

LES PERIMETRES D'INTERDICTION STRICTE DE PUBLICITE

LES PERIMETRES D'AGGLOMERATION

D'après l'article L.581-7 du CE, :

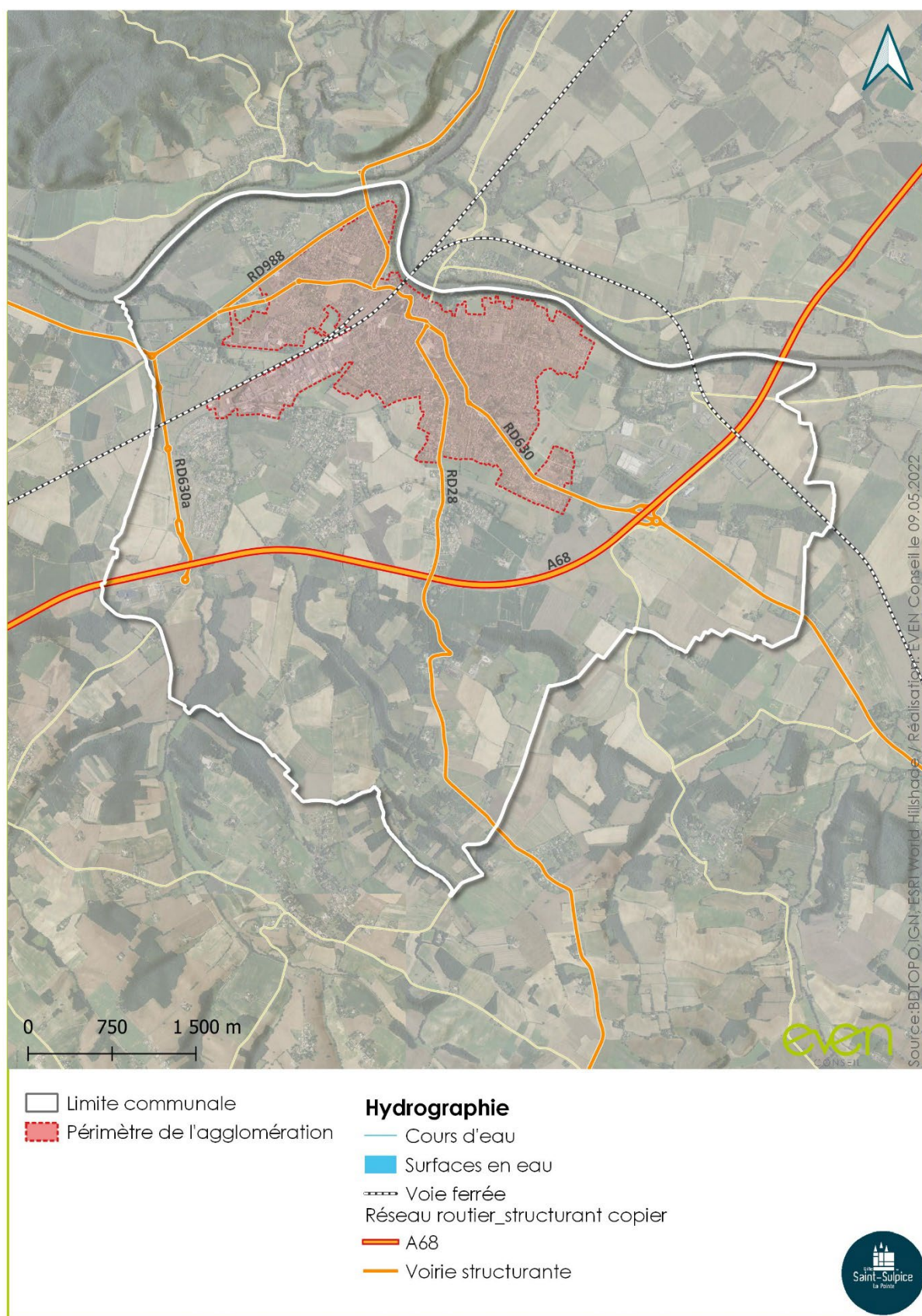
« En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. »

D'après l'article R.110-2 du Code de la Route, la notion d'agglomération, au sens du Code de la Route constitue :

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

Dans le Règlement Local de Publicité, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle. Elle peut correspondre aux espaces bâtis caractérisé par (doctrine administrative) :

- Un espacement entre bâtiments de moins de 50m ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une longueur d'au moins 400 mètres ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone habitée vers une zone habitée.



Carte 5 : Localisation des périmètres d'agglomération sur le territoire - EVEN Conseil

LES AUTRES PERIMETRES URBAINS ET ENVIRONNEMENTAUX**LES PERIMETRES D'INTERDICTION « ABSOLUE » DE PUBLICITE**

D'après l'article L.581-4 du CE, en agglomération toute publicité est interdite :

« 1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des **monuments historiques**

2° Sur les monuments naturels et dans les **sites classés** ;

3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

4° Sur les **arbres**. »

Également, d'après l'article L.581-30 du CE :

« Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

1° Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du code de l'urbanisme ;

2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols. »

Enfin d'après l'article L.581-31 du CE, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sols ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération : « si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. »

Le territoire de Saint-Sulpice-la-Pointe est concerné par :

- 1 immeuble inscrit au titre des Monuments Historiques. Il s'agit des ruines du Castela, situées au nord du cœur historique de la commune ;
- 1 site classé « Ravins avec murailles et tour » situé également au nord du cœur historique de la commune.

LES PERIMETRES D'INTERDICTION « RELATIVE » DE LA PUBLICITE

Une dérogation à ces interdictions est possible dans le cadre de l'élaboration du RLP, en agglomération.

D'après l'article L.581-8 du CE, à l'intérieur des agglomérations la publicité est interdite :

1° Aux **abords des monuments historiques** mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le **périmètre des sites patrimoniaux remarquables** mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les **sites inscrits** ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux.

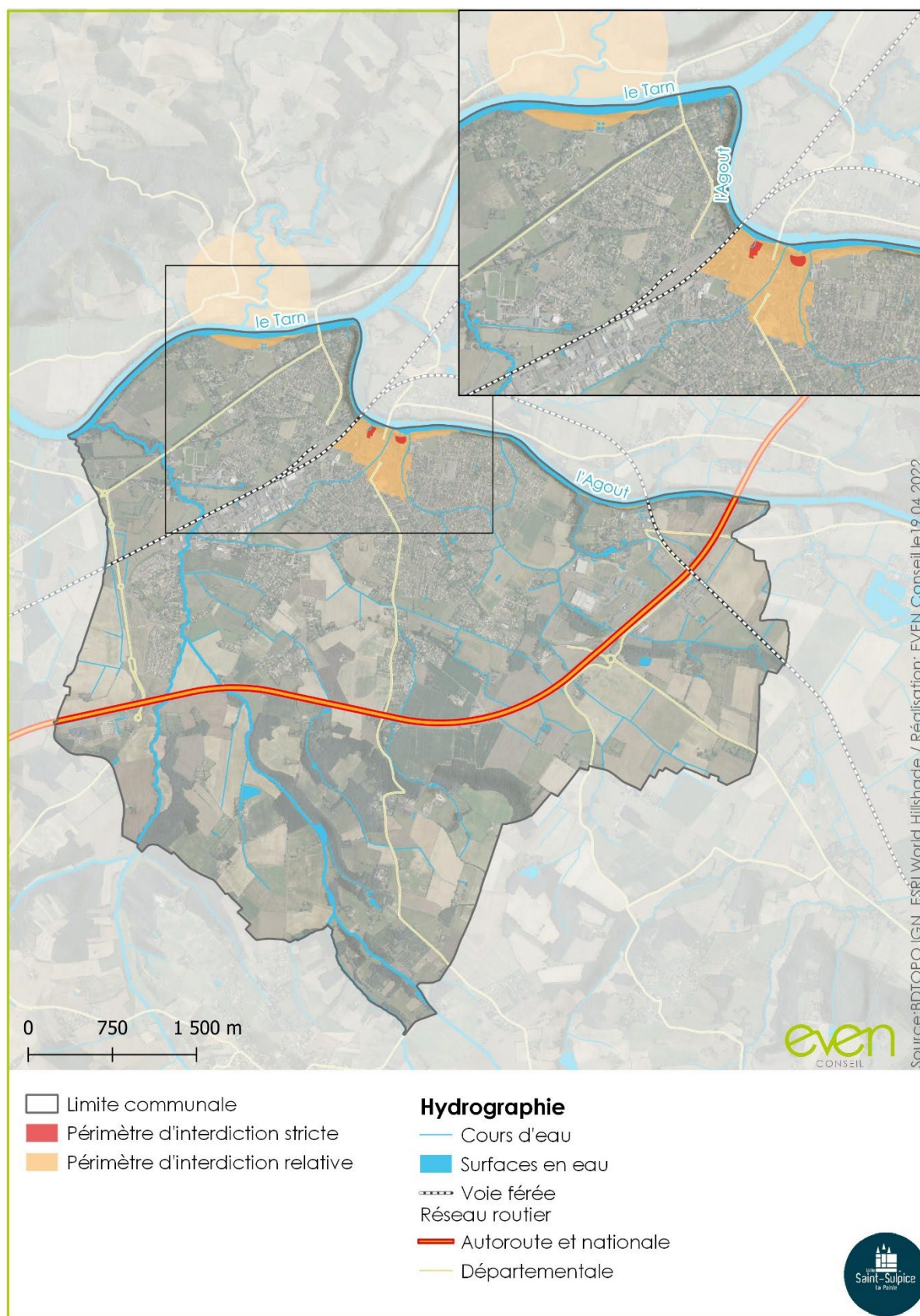
8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Le territoire de Saint-Sulpice-la-Pointe est concerné par 2 périmètres de protection de monuments historiques :

- Le périmètre de protection des ruines du Castela qui englobe tout le secteur de cœur historique de la commune ;
- Une partie du périmètre de protection du château de Mézens.

D'après l'article L.581-7 du CE : La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.

Il s'agit d'interdictions applicables aux publicités et préenseignes. Les enseignes ne sont pas concernées par ces périmètres d'interdiction. Leur implantation est néanmoins soumise à l'avis de l'ABF au sein des secteurs de protection patrimoniale.



Carte 6 : Emprise des périmètres d'interdiction stricte et d'interdiction relative d'après la RNP.

3. LES PRINCIPALES DISPOSITIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

Tableau 4 : Récapitulatif des dispositions applicables pour les publicités non lumineuses éclairées par projection ou transparence dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
Publicités murales	• <u>SURFACE MAXIMALE</u> : 4 m² • <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 6m • <u>SAILLIE MAXIMALE</u> : 0,25m • <u>DENSITE SUR UNITE FONCIERE</u> : 2 dispositifs muraux sur un support par unité foncière ≤ 80m², un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80m • <u>DENSITE SUR MOBILIER URBAIN</u> : 1 dispositif par tranche de 80m
Publicités scellées ou apposées au sols	INTERDIT
Publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Se reporter au type d'enseigne correspondant.
Publicité lumineuse numérique	INTERDIT
Autres publicités lumineuses	INTERDIT
PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN	
• <u>DENSITE SUR DOMAINE PUBLIC</u> : 1 dispositif par tranche de 80m	
Abris destinés au public	• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2 m² • <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 2m² + 2m² par tranche entière de 4,5m² de surface abritée au sol.
Kiosques	• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2 m² • <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 6m²
Colonnes porte-affiches	INTERDIT
Mâts porte-affiche	• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 2 m ² recto, 2m ² verso
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non-publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	• <u>SURFACE UNITAIRE MAXIMALE</u> : 12 m ²
Bâches comportant de la publicité	INTERDIT
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle	INTERDIT
Affichage de petit format (Art. R.581-57 du CE)	• <u>SURFACE MAXIMALE</u> < 1m² • <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> < 1/10e de la devanture commerciale, dans la limite de 2m²6m²
Publicité sur véhicule terrestre	• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 12m ²
Publicité sur voie navigable	• <u>SURFACE CUMULEE MAXIMALE</u> : 8m ²

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
	• <u>LARGEUR MAXIMALE</u> : 5m dans la limite de 1/10e de la longueur hors tout du bâtiment • <u>HAUTEUR MAXIMALE</u> : 0,75m sans pouvoir s'élever à plus d'1m au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou à défaut du point le plus bas du bordé fixe.

4. LES PRINCIPALES DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Tableau 5 : Récapitulatif des dispositions applicables pour les enseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

DISPOSITIF	PRINCIPALES DISPOSITIONS
ENSEIGNES EN FACADE	
	SURFACE CUMULEE MAXIMALE : 25% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface < 50m². 15% de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une surface ≥ 50m².
Enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur	SAILLIE MAXIMALE : 0,25m
Enseigne à plat sur auvent ou marquise	SAILLIE MAXIMALE : 0,25m
Enseigne à plat sur balconnet ou baie	Autorisée uniquement si elle ne s'élève pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie
Enseigne à plat sur balcon	Autorisé sur le garde-corps d'un balcon si elle ne dépasse pas les limites de celui-ci et si elle ne constitue pas une saillie > 0,25 par rapport à lui.
Enseigne perpendiculaire	SAILLIE MAXIMALE : 1/10e de la distance séparant les deux alignements de la voie publique dans la limite de 2m.
Enseigne sur toiture	HAUTEUR MAXIMALE : 3m si la hauteur de la façade ≤ 15m ; 1/5e de la hauteur de la façade dans la limite de 6m si la hauteur de la façade > 15m. SURFACE CUMULEE MAXIMALE : 60m²
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	SURFACE MAXIMALE : 6m² HAUTEUR MAXIMALE : - si la largeur de l'enseigne ≥ 1m, alors hauteur maximale = 6.5m - si la largeur de l'enseigne < 1m, alors hauteur maximale = 8m. DENSITE MAXIMALE : si surface maximale > 1m², alors densité maximale = 1 dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique.
Enseignes lumineuses	Se reporter au type d'enseigne correspondant.
Enseignes temporaires	Sous conditions.
Enseigne à faisceau de rayonnement laser	SURFACE MAXIMALE < 1m² SURFACE CUMULEE MAXIMALE < 1/10e de la devanture commerciale, dans la limite de 2m²6m²

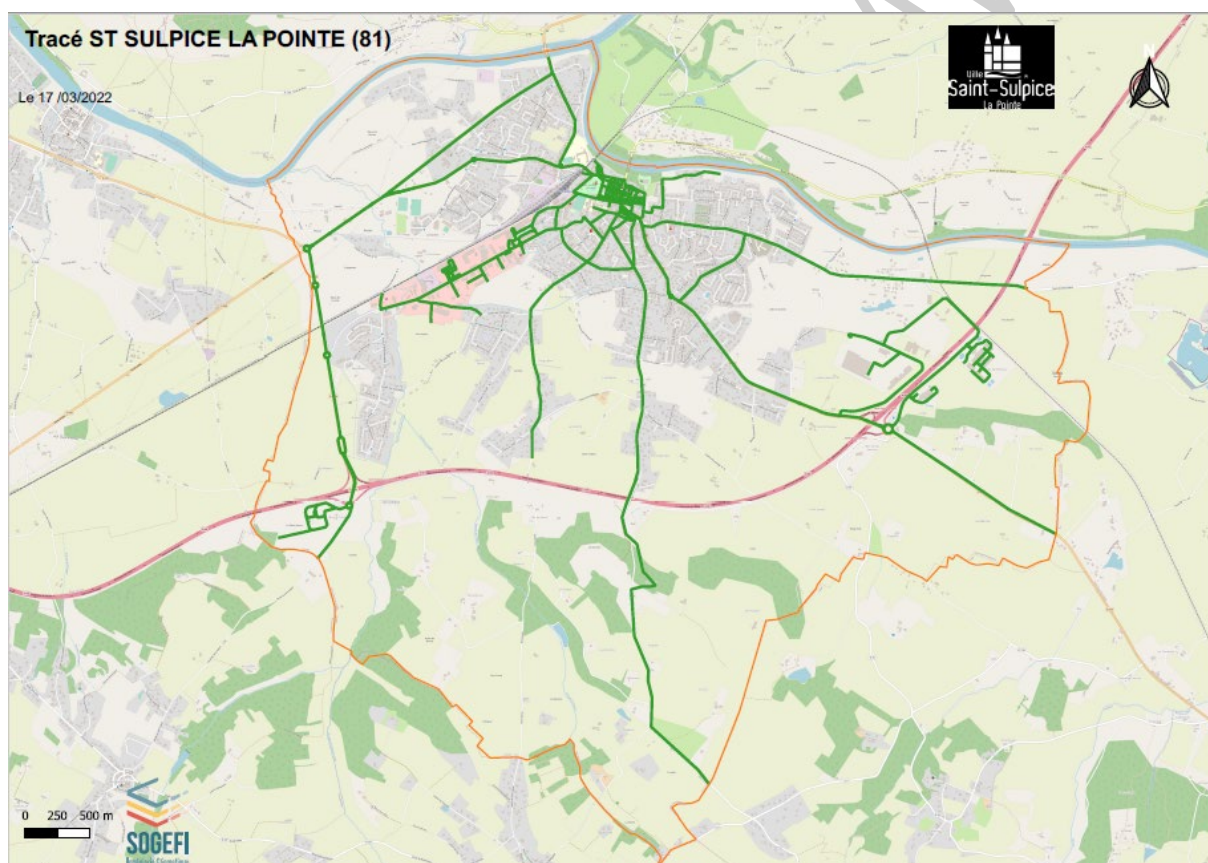
III. ETAT DES LIEUX ET ENJEUX PUBLICITAIRES

A. ETAT DES LIEUX GENERAL

1. LOCALISATION ET CARACTERISTIQUES DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES PRESENTES SUR LE TERRITOIRE

METHODOLOGIE D'INVENTAIRE

Un inventaire des publicités et préenseignes a été réalisé par le bureau d'étude SOGEFI sur les mois de mars et d'avril 2022. Cet inventaire s'est porté sur les axes routiers principaux traversant la commune et a été réalisé à partir d'un relevé vidéo géoréférencé utilisant la technologie ImajBox.



Carte 7 : Tracés du recensement effectué par SOGEFI sur le territoire - SOGEFI

Pour chaque dispositif publicitaire ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

- Le nom de l'annonceur ;
- La localisation du dispositif : voie, agglomération et intégration éventuelle dans un périmètre de protection (L581-4 et L581-8 du CE) ;

- Les caractéristiques du dispositif : support, nombre de faces, dispositif numérique ou non, surface du dispositif ;
- Etc.

PRINCIPALES STATISTIQUES

Au total, **71 dispositifs publicitaires et préenseignes** ont été inventoriés sur les axes ayant fait l'objet du recensement. Ceux-ci représentent une surface cumulée d'environ 150m² d'affiches publicitaires, pour 40 établissements. Le recensement a permis de mettre en évidence que **tous les axes de circulation étudiés sont concernés** par la présence de dispositifs publicitaires. Certains secteurs sont cependant plus impactés et notamment **les abords de la RD630** ainsi que **l'entrée est de la ZA des Terres Noires**.

Sur les 71 supports recensés par SOGEFI, **36** sont des dispositifs publicitaires et **35** sont des préenseignes. Les types de support les plus représentés sont **les dispositifs scellés au sol**, et notamment **les dispositifs de mobiliers urbains** (abribus et mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires).

La plupart des dispositifs sont de **petite taille** : **92%** du parc de dispositif publicitaire présente une **surface inférieure à 4m²** (la surface considérée est ici celle de l'affiche publicitaire en elle-même ajoutée au support).

Au total, **33 dispositifs** présentent une **non-conformité** avec la Règlementation Nationale de Publicité. **17%** d'entre eux sont situés **hors agglomération**.

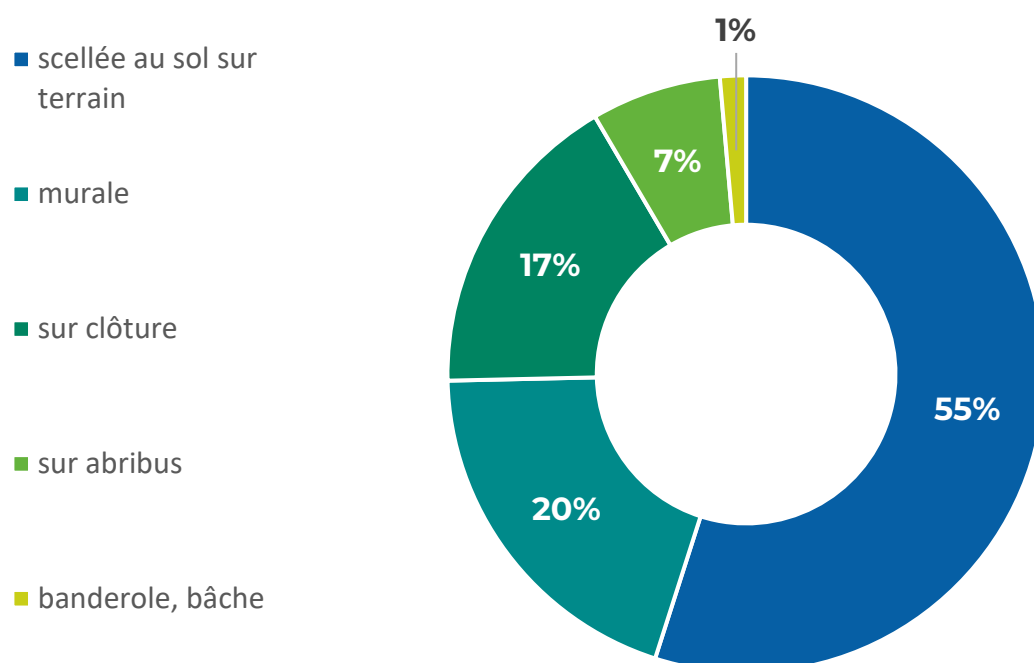


Figure 1 : Type de supports des dispositifs publicitaires et préenseignes - SOGEFI

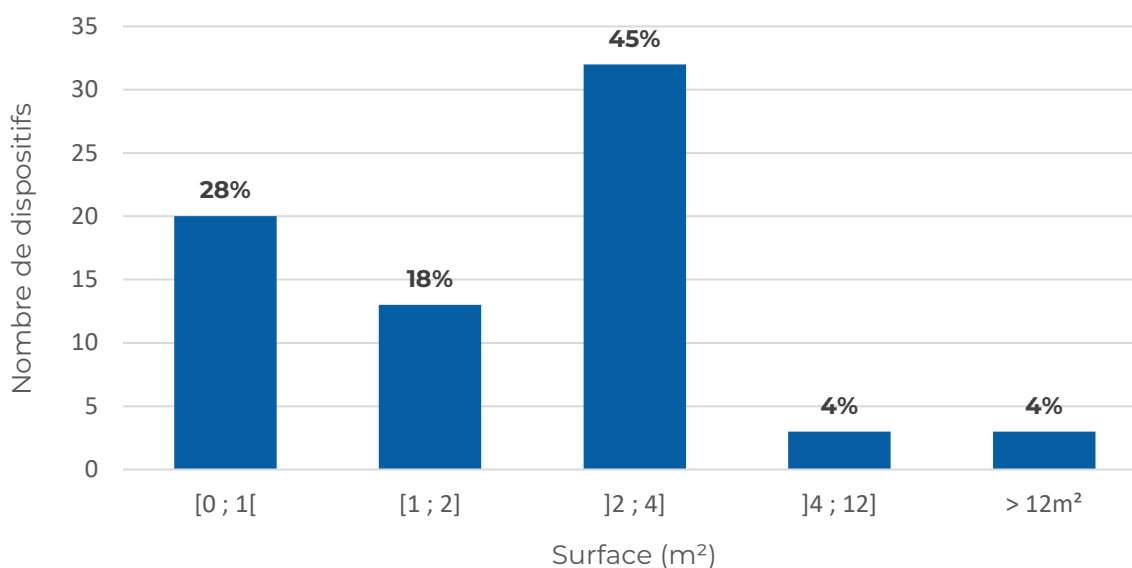
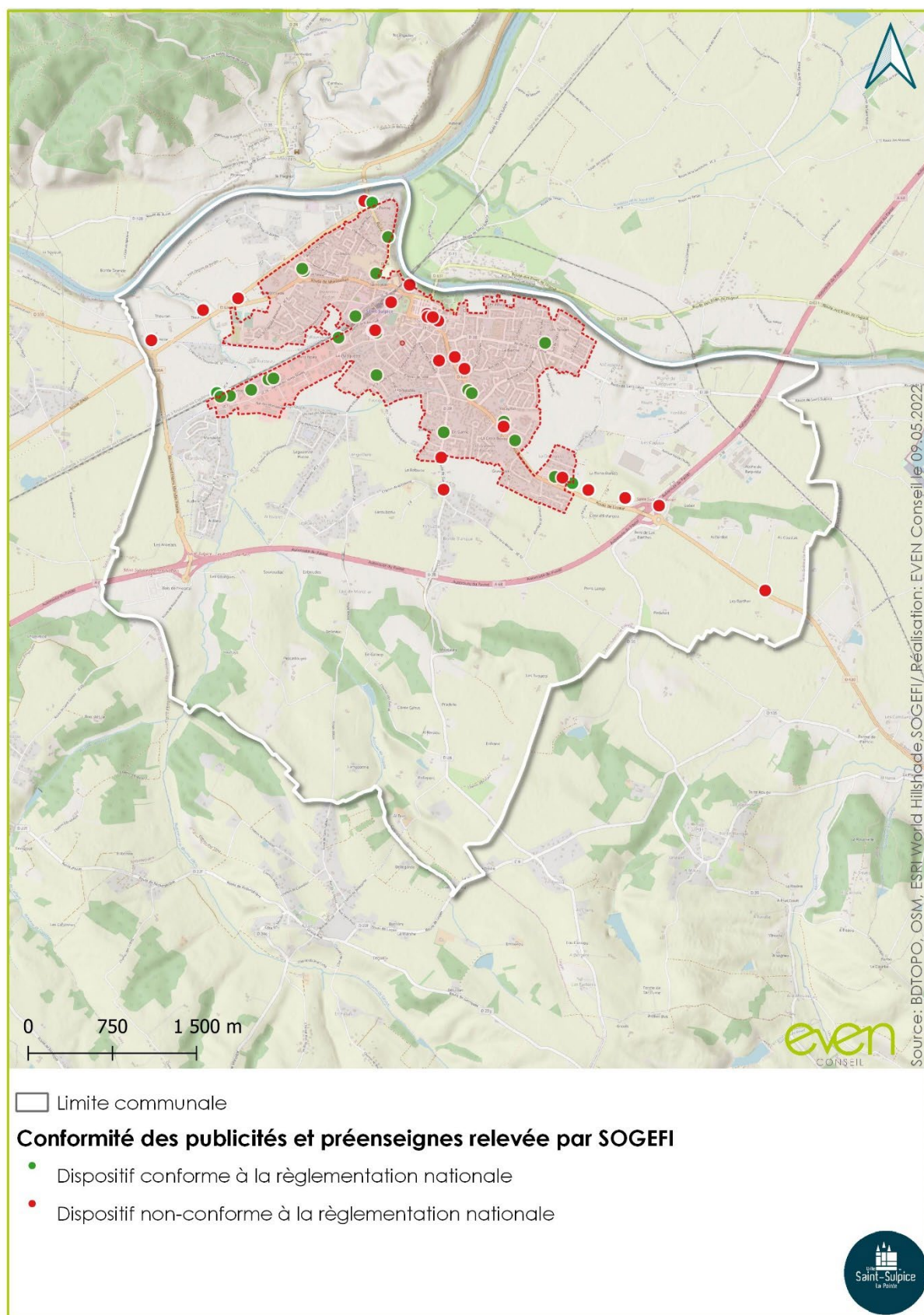


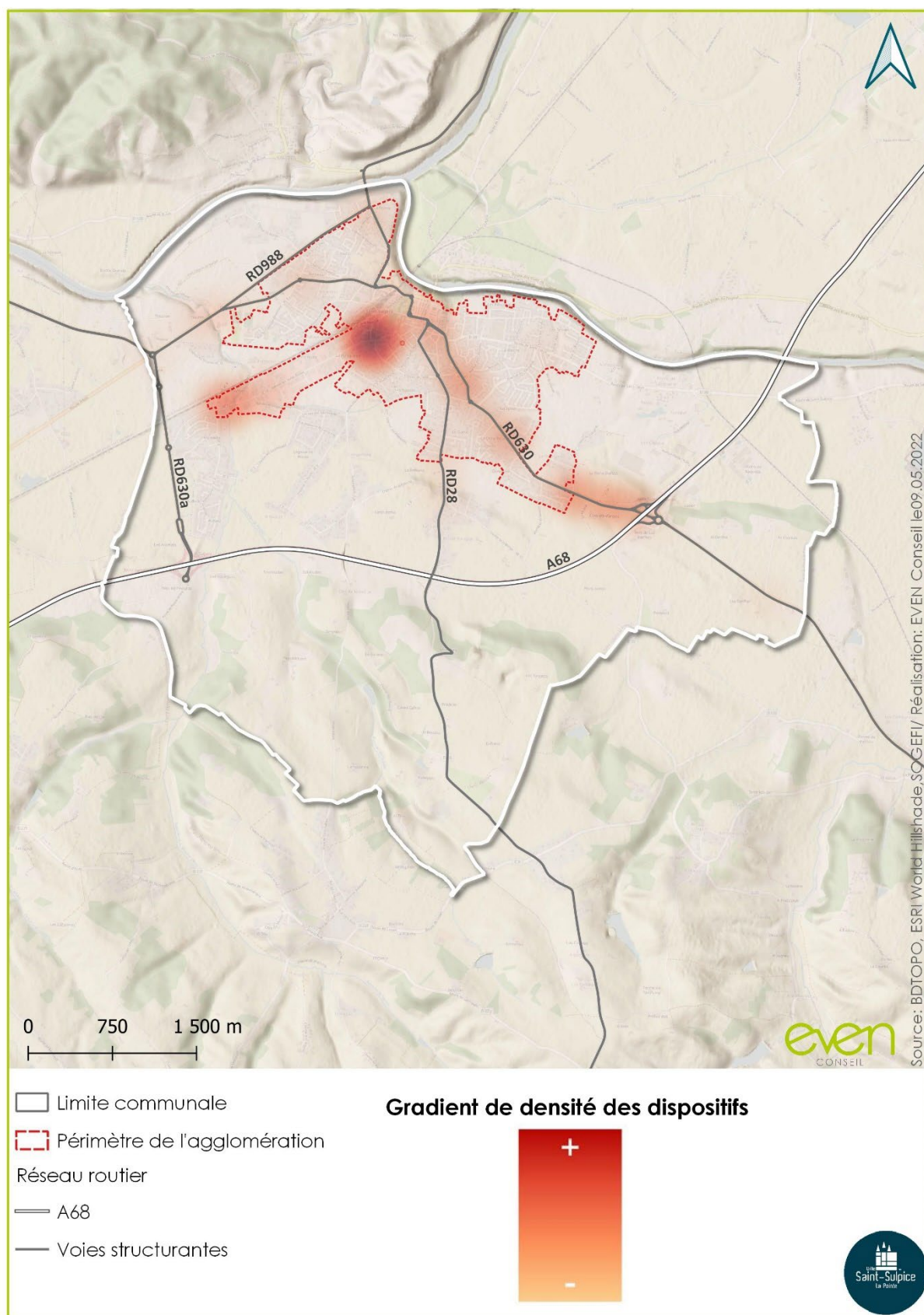
Figure 2 : Surface des dispositifs publicitaires et préenseignes - SOGEFI

Tableau 6 : Statistiques par type de dispositifs publicitaire - SOGEFI

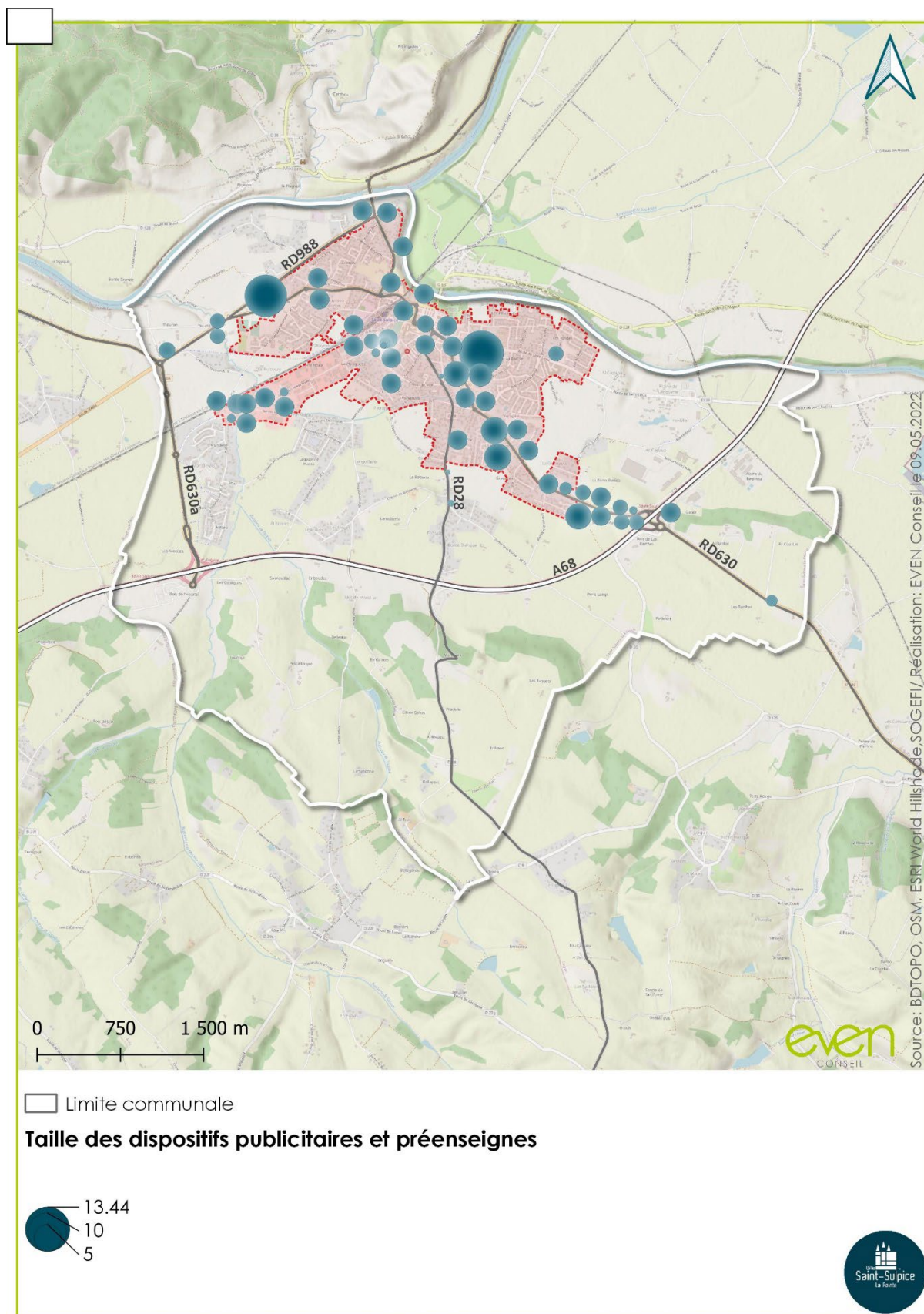
1 BANDEROLE / BÂCHE	
Situé hors agglomération - DISPOSITIF NON-CONFORME A LA RNP	
14 DISPOSITIFS MURAUX	
0 % Soit 0 dispositifs situés <u>hors agglomération</u>	29% Soit 4 dispositifs avec une <u>surface > 4m²</u>
39 DISPOSITIFS SCÉLLES AU SOL SUR TERRAIN	
22 DISPOSITIFS DE MOBILIER URBAIN	
0 % Soit 0 dispositifs situés <u>hors agglomération</u>	0% Soit 0 dispositifs avec une <u>surface > 12m²</u>
17 DISPOSITIFS SCÉLLES AU SOL CLASSIQUES	
13 situés hors agglomération - DISPOSITIFS NON-CONFORME A LA RNP	
5 DISPOSITIFS SUR ABRIBUS	
20 % Soit 1 dispositifs situés <u>hors agglomération</u>	0% Soit 0 dispositifs avec une <u>surface > 2m²</u>
12 DISPOSITIFS SUR CLÔTURE	
0 % Soit 0 dispositifs situés <u>hors agglomération</u>	0% Soit 0 dispositifs avec une <u>surface > 4m²</u>



Carte 8 : Conformité des dispositifs publicitaires (publicités et préenseignes) relevées par SOGEFI



Carte 9 : Densité des dispositifs publicitaires (publicités et préenseignes) relevés par SOGEFI



Carte 10 : Taille des publicités et préenseignes relevées par SOGEFI

EXEMPLES DE PUBLICITE ET DE PREENSEIGNES NON CONFORMES A LA REGLEMENTATION NATIONALE



Photo 14 : Prêenseignes scellées au sol route de Lavour - StreetView



Photo 15 : Publicité murale avenue Charles de Gaulle - StreetView



Photo 16 : Publicité place Jean Jaurès – EVEN Conseil

Art. L581-19 : Par dérogation à l'interdiction mentionnée au premier alinéa de l'article L.581-7, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, **peuvent être signalés** de manière harmonisée **par des préenseignes**, [...] :

- Les activités en relation avec la **fabrication ou la vente de produits du terroir** par les entreprises locales, les **activités culturelles** et les **monuments historiques**, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, les **opérations et manifestations exceptionnelles** mentionnées à l'article L.581-20 du présent code.

Art. R581-26 : Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la **publicité non-lumineuse** apposée sur **un mur ou une clôture** ne peut avoir **une surface unitaire excédant 4m²**.

Art. R581-22 : [...] la publicité est interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

2. LOCALISATION ET CARACTERISTIQUES DES ENSEIGNES PRESENTES SUR LE TERRITOIRE

METHODOLOGIE D'INVENTAIRE

L'inventaire des publicités et préenseignes réalisé par SOGEFI en mars 2022 a également permis de réaliser un échantillonnage des enseignes. Cet échantillonnage a été réalisé sur les axes routiers principaux du territoire mais également dans le secteur de la bastide et sur les zones d'activités de la commune.

STATISTIQUES

Ce relevé a permis de localiser **529 enseignes** sur tout le territoire communal. Les enseignes sur façade sont majoritaires : elles représentent 82% des enseignes recensées.

Les enseignes recensées sont globalement de **petite taille** : plus de **50%** d'entre elles présentent des **surfaces inférieures à 2m²**.

- parallèle (murale apposée sur le bâtiment)
- perpendiculaire au mur
- vitrophanie sur vitrine ou porte
- scellée au sol sur terrain
- sur clôture
- en totem fixe
- sur toiture sans support
- sur store de vitrine ou grille de sécurité
- banderole, bâche

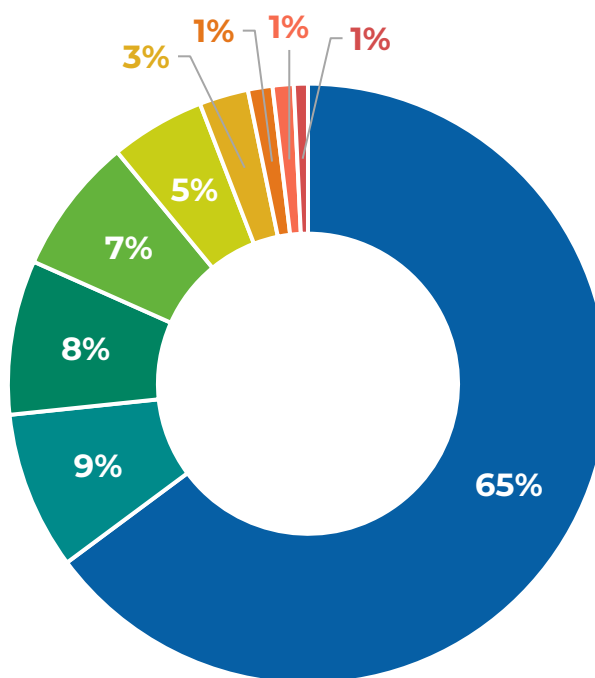


Figure 3 : Type d'enseignes - SOGEFI

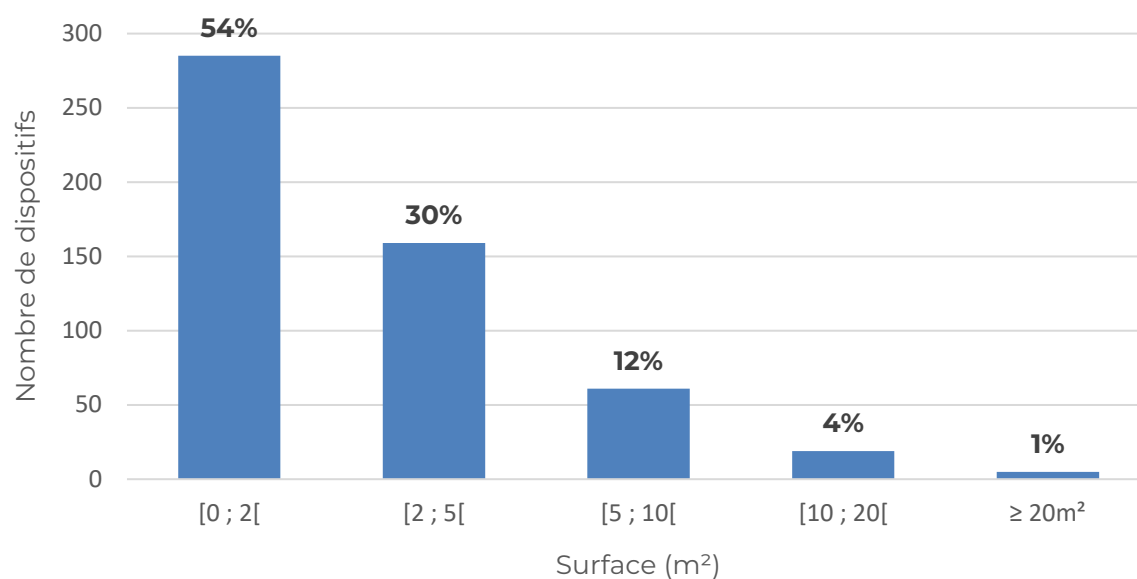


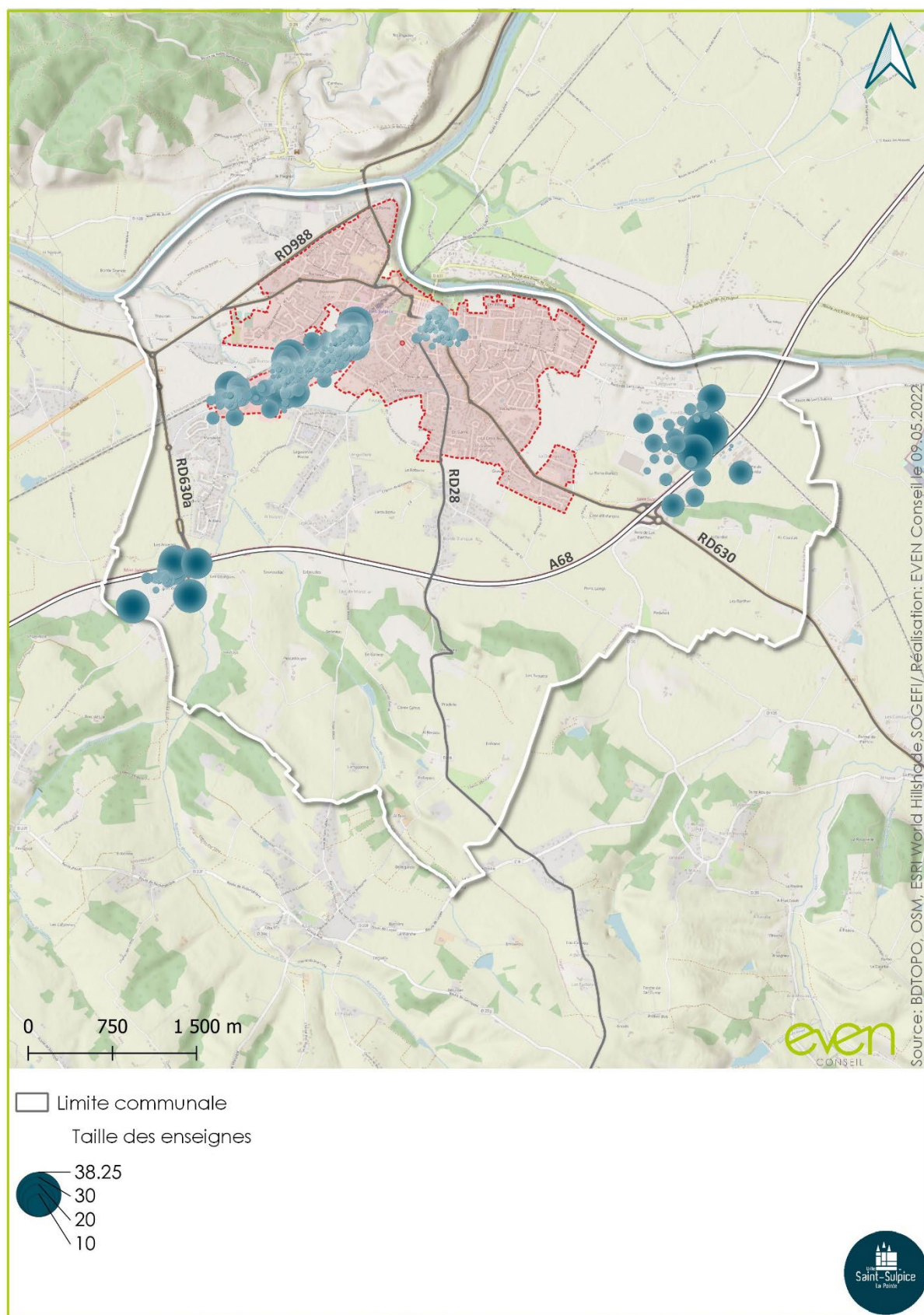
Figure 4 : Surface des dispositifs publicitaires et préenseignes - SOGEFI



Photo 17 : Enseignes en façade avenue Rhin et Danube - EVEN Conseil



Photo 18 : Façades commerciales route de Lavar – EVEN Conseil



Carte 11 : Taille des enseignes recensées par SOGEFI

EXEMPLES D'ENSEIGNES NON CONFORMES A LA REGLEMENTATION NATIONALE



Photo 19 : Enseignes en façade avenue Rhin et Danube – EVEN Conseil



Photo 20 : Enseigne parallèle avenue des Terres Noires – EVEN Conseil



Photo 21 : Enseigne sur toiture sur la zone commerciale des Terres Noires – EVEN Conseil

Art. R581-63 : Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant **15 % de la surface de cette façade**. Toutefois, cette surface peut être portée à **25 %** lorsque la façade commerciale de l'établissement est **inférieure à 50 mètres carrés**.

Art. R581-60 : Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, **dépasser les limites de l'égout du toit**.

Art. R581-62 : Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de **lettres** ou de **signes découpés dissimulant leur fixation** et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

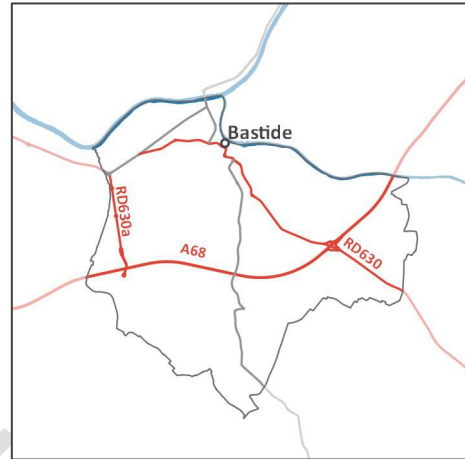
B. ETAT DES LIEUX SECTORISE

1. ETAT DES LIEUX DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

AXES MAJEURS DE CIRCULATION

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit des abords de l'A68 de la RD630 et de la RD630a, axes viaires majeurs du territoire. Ces axes routiers constituent les entrées de ville principales du territoire. L'A68 permet de rejoindre le centre de Toulouse et celui d'Albi en environ 35min. La RD630 permet de rejoindre Lavaur en 20min.



DISPOSITIFS PUBLICITAIRES PRESENTS

Les dispositifs sont tous localisés sur les abords de la RD630. Il s'agit à part égale de publicités et de préenseignes. Ils sont majoritairement scellés au sol, sur du mobilier urbain ou non. La majorité d'entre eux sont de petite taille : 20 dispositifs sur 27 présentent une surface totale inférieure à 2,5m².

Il est rappelé que les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du CE).

IMPRESSION PAYSAGERE

L'impact visuel de ces dispositifs restent modéré. Beaucoup d'entre eux sont implantés sur du mobilier urbain de petite taille (sucettes ou abribus) et sont assez bien intégrés dans leur environnement. Certains dispositifs implantés en façade (publicité murale) restent également bien intégrés, malgré leur taille parfois très importante.

Certains secteurs sont concernés par la présence d'un amoncellement de petits dispositifs (notamment à la sortie de l'échangeur n°6 de l'A68) qui constitue une pollution visuelle plus importante. Ces secteurs étant toutefois hors agglomération, les dispositifs implantés sont non-conformes à la réglementation nationale et devront être enlevés.

ENJEUX

- La conservation de la bonne lisibilité des abords de la RD630 ;
- La limitation du développement des dispositifs publicitaires muraux, notamment en secteur d'entrée de ville.



Photo 22 : Préenseigne scellée au sol, route de Montauban – EVEN Conseil



Photo 23 : Préenseigne temporaire sur mobilier urbain, place du Grand Rond – EVEN Conseil



Photo 24 : Préenseigne murale, av. Charles De Gaulle – StreetView



Photo 25 : Préenseignes murales, av. Charles De Gaulle – StreetView



Photo 26 : Préenseigne scellée au sol, rte de Lavar – StreetView

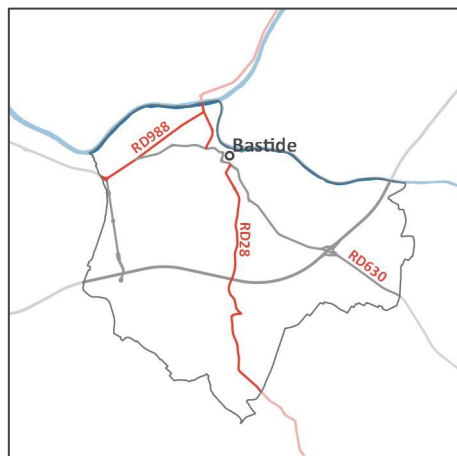


Photo 27 : Préenseignes scellées au sol, rte de Lavar – EVEN Conseil

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit des abords de :

- La RD28, route de l'Isle-sur-Tarn ;
- La RD988 qui rejoint l'A68 au niveau de l'échangeur n°4.

**DISPOSITIFS PUBLICITAIRES PRESENTS**

Très peu de dispositifs sont implantés le long de ces voiries secondaires. Il s'agit majoritairement de dispositifs implantés sur mobilier urbain scellé au sol (sucettes). Les dispositifs recensés sont tous de petite taille, leur surface totale n'excédant pas 2,5m².

IMPRESSION PAYSAGERE

L'impact visuel de ces dispositifs reste très faible. Leur implantation sur du mobilier urbain de petite taille (sucettes de 2,5m²) ainsi que leur faible densité favorise leur bonne intégration dans leur environnement.

ENJEUX

- La conservation de la bonne lisibilité des abords des voiries secondaires ;
- La limitation du développement des dispositifs publicitaires muraux.



Photo 28 : Publicité scellée au sol, RD988 - StreetView



Photo 29 : Publicité murale, RD988 - StreetView



Photo 30 : Publicité sur mobilier urbain, rte d'Albi - EVEN Conseil



Photo 31 : Petit dispositif publicitaire, rte de Garrigues - StreetView

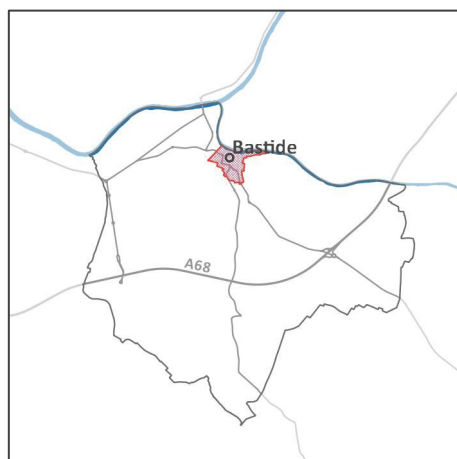


Photo 32 : Petit dispositif publicitaire, rte de Garrigues - StreetView

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit du centre-ville historique de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe. Ce secteur présente une trame urbaine dense, aux bâtis mitoyens et à l'architecture traditionnelle. Il est couvert intégralement par un périmètre de protection au titre des Monuments Historiques.

Ce secteur regroupe de nombreux commerces et services de proximité. Il est, de plus, traversé par la RD630 (avenue Rhin et Danube), axe structurant du territoire.

**DISPOSITIFS PUBLICITAIRES PRESENTS**

Les dispositifs implantés sur le secteur sont essentiellement des dispositifs publicitaires scellés au sol, sur mobilier urbain. On note également la présence de quelques supports installés au sol, de type chevalet. La majorité de ces dispositifs sont de petite taille : tous présentent une surface inférieure à 2,5m².

Il est rappelé que les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du CE).

IMPRESSION PAYSAGERE

L'impact visuel de ces dispositifs reste faible. La majorité d'entre eux sont implantés sur du mobilier urbain de petite taille (sucette et abribus) ce qui favorise leur bonne intégration dans leur environnement. Les dispositifs posés au sol peuvent être plus impactants, notamment lorsqu'ils sont présents en densité importante.

ENJEUX

- La préservation du patrimoine paysager et architectural du secteur de la bastide ;
- L'utilisation préférentielle du mobilier urbain pour l'affichage publicitaire (sucettes et abribus).



Photo 33 : Préenseigne sur mobilier urbain, av. Pasteur – EVEN Conseil



Photo 34 : Publicité murale, rue de Reims - EVEN Conseil



Photo 35 : Préenseigne temporaire sur mobilier urbain, av. Pasteur - EVEN Conseil



Photo 36 : Préenseigne temporaire sur mobilier urbain, place Jean Jaurès - EVEN Conseil



Photo 37 : Préenseigne temporaire sur mobilier urbain, place Jean Jaurès - EVEN Conseil



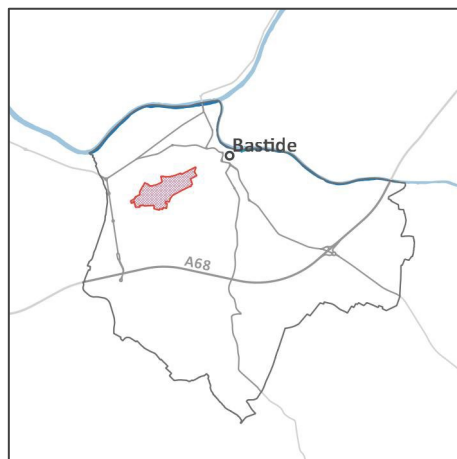
Photo 38 : Petit dispositif publicitaire, place Jean Jaurès - EVEN Conseil

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit de la zone d'activité implantée le long de l'avenue des Terres Noires, à l'ouest du territoire communal.

Cette zone d'environ 40ha regroupe des activités très hétérogènes : activités commerciales, enseignes de la grande distribution, commerces spécialisés, activités industrielles, etc. ce qui compose des paysages très peu lisibles et peu qualitatifs.

Le tracé de l'avenue des Terres Noires ouvre une vue directe sur l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe.

**DISPOSITIFS PUBLICITAIRES PRESENTS**

Les dispositifs présents sont majoritairement des dispositifs publicitaires. Quelques préenseignes sont également présentes. Ces dispositifs sont majoritairement scellés au sol, sur du mobilier urbain ou non. Ceux-ci sont de petite taille : tous les dispositifs présentent une surface inférieure à 2,5m².

Il est rappelé que les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du CE).

IMPRESSION PAYSAGERE

L'impact visuel de ces dispositifs reste modéré. Beaucoup d'entre eux sont implantés sur du mobilier urbain de petite taille (sucettes) et sont assez bien intégrés dans leur environnement. Aucun dispositif publicitaire mural n'est recensé.

Quelques supports scellés au sol sont implantés sur les espaces privés, sur des supports de type mobilier urbain. Ceux-ci présentent des hauteurs élevées (environ 4,5m) et sont donc plus visibles que la publicité sur mobilier urbain.

ENJEUX

- La mise en valeur de la percée visuelle en direction de l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe ;
- La bonne lisibilité du tissu commercial de la zone d'activité ;
- L'utilisation préférentielle du mobilier urbain pour l'affichage publicitaire.



Photo 39 : Préenseignes sur clôture, av. des Terres Noires – EVEN Conseil



Photo 40 : Publicité scellée au sol, ch. de la Messaie - EVEN Conseil



Photo 41 : Publicité scellée au sol, centre com. les Portes du Tarn - EVEN Conseil



Photo 42 : Préenseigne temporaire sur mobilier urbain, av. des Terres Noires - EVEN Conseil



Photo 43 : Publicité scellée au sol, rue du Capitaine Beaumont - EVEN Conseil

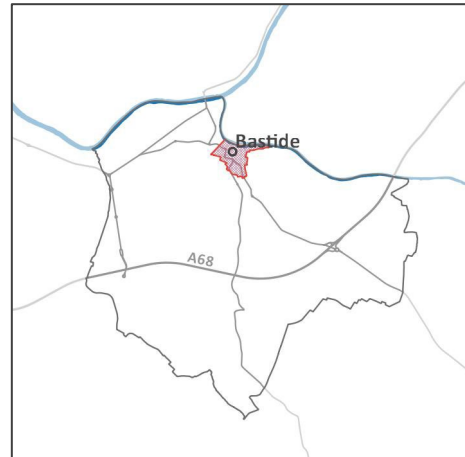
2.ÉTAT DES LIEUX DES ENSEIGNES

SECTEUR DE LA BASTIDE

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit du centre-ville historique de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe. Ce secteur présente une trame urbaine dense, aux bâtis mitoyens et à l'architecture traditionnelle. Il est couvert intégralement par un périmètre de protection du titre des Monuments Historiques.

Ce secteur regroupe de nombreux commerces et services de proximité. Il est, de plus, traversé par la RD630 (avenue Rhin et Danube), axe structurant du territoire.



ENSEIGNES PRESENTES

Les enseignes de ce secteur sont essentiellement situées : de part et d'autre de l'avenue Rhin et Danube, avenue Pasteur, rue de la Loubatière, esplanade Octave Médale, place Soult, place Jean Jaurès et place du Grand-Rond.

Il s'agit très majoritairement d'enseignes implantées parallèlement au mur du bâtiment ou s'exerce l'activité. Quelques-unes sont également implantées en drapeau (perpendiculairement au mur). Ces enseignes sont essentiellement de petite taille : plus de la moitié des enseignes recensées présentent une surface inférieure à 1m² et 90% d'entre elles ont une surface inférieure à 3m².

IMPRESSION PAYSAGERE

La densité importante des enseignes sur ce secteur permet d'identifier rapidement cette zone comme un pôle économique majeur de la commune. Toutefois, beaucoup de façades commerciales présentent des enseignes d'une surface trop importante par rapport à elles. De plus, la multiplication d'enseignes parallèles sur une même façade commerciale, ainsi que leur aspect hétérogène (lettres découpées, panneaux, sur store, vitrophanie, couleurs vives, etc.) limite la lisibilité de la zone et amoindrit sa qualité paysagère.

ENJEUX

- La mise en valeur du secteur de la bastide comme pôle économique de proximité ;
- La préservation de l'identité patrimoniale de cette zone ;
- L'amélioration de la lisibilité des enseignes dans le secteur de la bastide.



Photo 44 : Enseigne parallèle, av. Rhin et Danube - EVEN Conseil



Photo 45 : Enseigne perpendiculaire, pl. Jean Jaurès - EVEN Conseil



Photo 46 : Enseigne sur store, pl. Jean Jaurès - EVEN Conseil



Photo 47 : Enseignes parallèles, av. Rhin et Danube - EVEN Conseil



Photo 48 : Enseignes en façade, av. Rhin et Danube - EVEN Conseil



Photo 49 : Enseigne perpendiculaire, rue de la Reynie - EVEN Conseil



Photo 50 : Enseigne murale, av. Rhin et Danube - EVEN Conseil

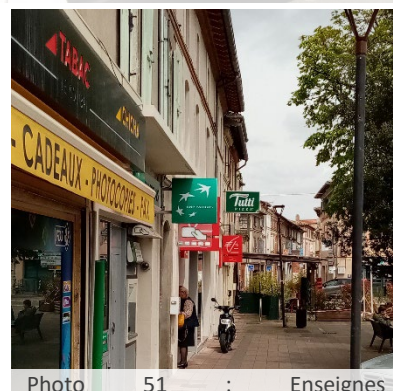


Photo 51 : Enseignes perpendiculaires, av. Pasteur - EVEN Conseil



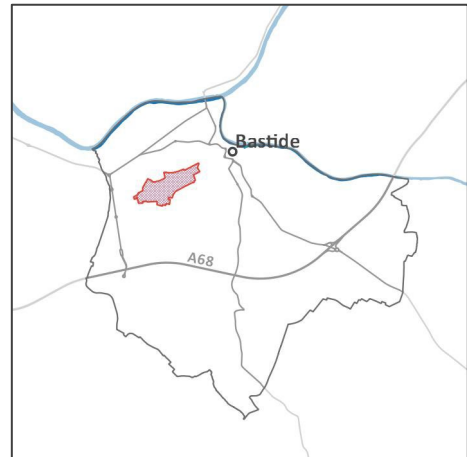
Photo 52 : Enseignes parallèles, espl. Octave Médale - EVEN Conseil

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit de la zone d'activité implantée le long de l'avenue des Terres Noires, à l'ouest du territoire communal.

Cette zone d'environ 40ha regroupe des activités très hétérogènes : activités commerciales, enseignes de la grande distribution, commerces spécialisés, activités industrielles, etc. ce qui compose des paysages très peu lisibles et peu qualitatifs.

Le tracé de l'avenue des Terres Noires ouvre une vue directe sur l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe.

**ENSEIGNES PRESENTES**

Les enseignes recensées sont réparties sur tout le secteur de la zone d'activité des Terres Noires. Celles-ci sont assez diversifiées : vitrophanie, scellée au sol, perpendiculaire au mur, sur toiture, etc. Les enseignes les plus représentées sont néanmoins les enseignes parallèles (63% des enseignes recensées dans la zone).

Les enseignes recensées présentent des tailles variables. Une part importante d'entre elles sont de petite taille : 45% d'entre elles présentent une surface inférieure à 2m². Quelques enseignes présentent cependant surfaces plus importantes que dans le secteur des bastides :

- 32% présentent une surface comprise entre 2 et 5m² ;
- 17% présentent une surface comprise entre 5 et 10m² ;
- 6% présentent une surface supérieure à 10m².

IMPRESSION PAYSAGERE

La densité importante des enseignes sur ce secteur permet d'identifier rapidement cette zone comme un pôle d'activité. Toutefois, beaucoup de façades commerciales présentent des enseignes d'une surface trop importante par rapport à elles. De plus, la multiplication du type d'enseignes sur le secteur, la densité parfois importante d'enseignes pour une même activité ainsi que leur aspect très hétérogène limite très fortement la lisibilité de la zone et ne met pas en valeur la percée visuelle sur l'église la bastide. Les paysages créés sont, de plus, dépréciés par le manque de cohérence architecturale de la zone.

ENJEUX

- La mise en valeur de la percée visuelle vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe créée par l'avenue des Terres Noires ;
- La limitation de la densité des enseignes ;
- L'amélioration de la lisibilité des enseignes de la zone.



Photo 53 : Enseigne scellée au sol (totem), Engrassieu - EVEN Conseil



Photo 54 : Enseignes parallèles, imp. des Terres Noires - EVEN Conseil



Photo 55 : Enseigne sur clôture, av. des Terres Noires – EVEN Conseil



Photo 56 : Enseignes le long de l'avenue des Terres Noires - EVEN Conseil



Photo 57 : Enseignes parallèles, rue René Mercie - EVEN Conseil



Photo 58 : Enseignes le long de l'avenue René Mercier – EVEN Conseil



Photo 59 : Enseigne en oriflamme, av. des Terres Noires - EVEN Conseil



Photo 60 : Enseignes mutualisées sur totem, av. des Terres Noires - EVEN Conseil



Photo 61 : Enseigne parallèle, av. des Terres Noires - EVEN Conseil

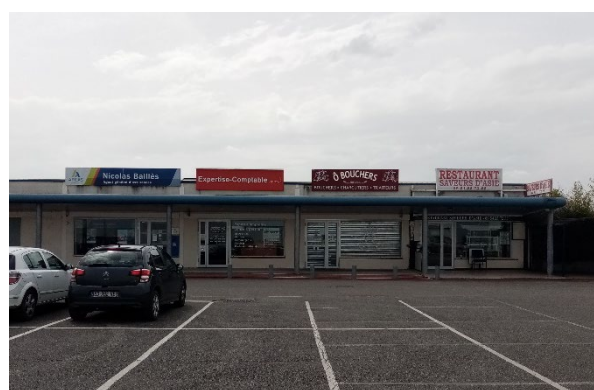


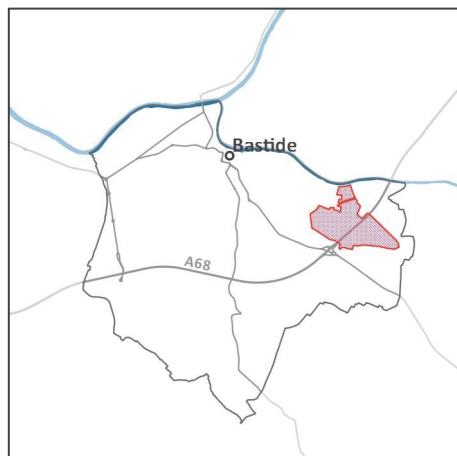
Photo 62 : Enseignes en toiture, av. des Terres Noires - EVEN Conseil

ZONE D'ACTIVITE DE CADAUX-GABOR

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit de la zone d'activité implantée de part et d'autre de l'autoroute A68, au sud-est du territoire communal.

Elle présente des activités variées, entre activités économiques, industrielles, logistiques, gestion des déchets, etc.

**ENSEIGNES PRESENTES**

Les enseignes recensées sont réparties sur tout le secteur de la zone d'activité. Il s'agit majoritairement d'enseignes parallèles (70% des enseignes recensées). Celles-ci présentent des tailles diversifiées : 35% présentent une surface comprise entre 1 et 2m² et 23% présentent une surface supérieure à 10m².

IMPRESSION PAYSAGERE

La zone d'activité de Caudaux-Gabor est plus lisible que celle des Terres Noires. Les enseignes majoritairement en façade, parfois de grande taille, restent bien dimensionnées et s'intègrent aux bâtiments sur lesquelles elles s'accrochent.

ENJEUX

- La préservation de la bonne lisibilité de la zone d'activité Caudaux-Gabor.



Photo 63 : Enseigne parallèle, les Cadaux - StreetView



Photo 64 : Enseigne en façade, les Cadaux - EVEN Conseil



Photo 65 : Enseigne scellée au sol, les Cadaux - EVEN Conseil



Photo 66 : Enseigne parallèle, les Cadaux - EVEN Conseil

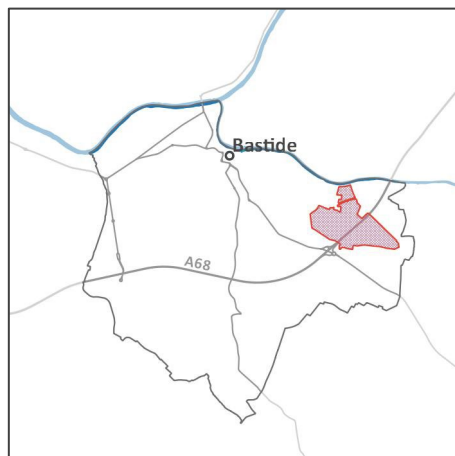


Photo 67 : Enseigne parallèle, Gabor - EVEN Conseil

SECTEURS CONCERNES

Il s'agit d'une zone située de part et d'autre de la RD630a, à l'ouest de la commune.

Cette zone est en cours d'aménagement pour l'implantation de la ZA des Portes du Tarn, partagée entre Buzet-sur-Tarn (dans la Haute-Garonne) et Saint-Sulpice-la-Pointe. Cette zone présentera, à terme, une surface de 200ha pour 60 lots et sera principalement dédié aux activités industrielles.

**ENSEIGNES PRESENTES**

Actuellement, les enseignes sont toutes recensées au niveau de l'aire des Portes du Tarn, au niveau de la sortie n°5 de l'A68. Les enseignes recensées sur ce secteur sont essentiellement des enseignes parallèles ou scellées au sol. Elles sont majoritairement de petite taille : 70% des enseignes recensées présentent des surfaces inférieures à 3m².

IMPRESSION PAYSAGERE

L'aire bénéficie d'un aménagement qualitatif. Les types d'enseigne ainsi que leur taille favorise leur bonne insertion dans leur environnement. Le reste de la zone est actuellement dénuée d'enseignes.

ENJEUX

- La préservation de la bonne lisibilité de l'aire des Portes du Tarn ;
- La réflexion sur l'aspect des enseignes dans le cadre de l'aménagement de la ZA des Portes du Tarn.



Photo 68 : Enseignes parallèles, aire des Portes du Tarn - StreetView



Photo 69 : Enseignes scellées au sol (totem), aire des Portes du Tarn - StreetView



Photo 70 : Enseignes scellées au sol, posées au sol et sur toiture, aire des Portes du Tarn - StreetView



Figure 5 : Enseigne scellée sol, aire des Portes du Tarn - StreetView

C. SYNTHÈSE DES ENJEUX EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS ET DE PREENSEIGNES

Le long des axes de circulation structurant : RD630, RD630a, RD988, RD28 :

- La conservation de la bonne lisibilité des abords de ces axes de circulation, notamment en secteur d'entrée de ville.

Sur le secteur de la bastide :

- La prise en compte de la forte dimension patrimoniale du secteur dans les choix d'affichage publicitaire ;
- L'utilisation préférentielle du mobilier urbain (sucette et abribus) pour l'affichage publicitaire.

Sur le secteur de la ZA des Terres Noires :

- La maîtrise de l'affichage publicitaire sur ce secteur actuellement peu qualitatif ;
- La réflexion sur la qualité des abords de l'avenue des Terres Noires dont le tracé ouvre une perspective visuelle vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe.

Sur les secteurs des ZA Cadaux-Gabor et ZA des Portes du Tarn :

- La conservation de la bonne lisibilité de ces secteurs.

D. SYNTHÈSE DES ENJEUX EN MATIÈRE D'ENSEIGNES

Sur le secteur de la bastide :

- La conjugaison de la mise en valeur du secteur de la bastide comme pôle économique et la préservation de sa forte identité patrimoniale ;
- L'amélioration de l'homogénéité des enseignes, et notamment de celles en façades ;
- La réflexion sur la qualité des enseignes.

Sur le secteur de la ZA des Terres Noires :

- La mise en valeur de la percée visuelle vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe ;
- L'amélioration de l'homogénéité des enseignes, en façade mais également au sol.
- La limitation de la densité des enseignes.

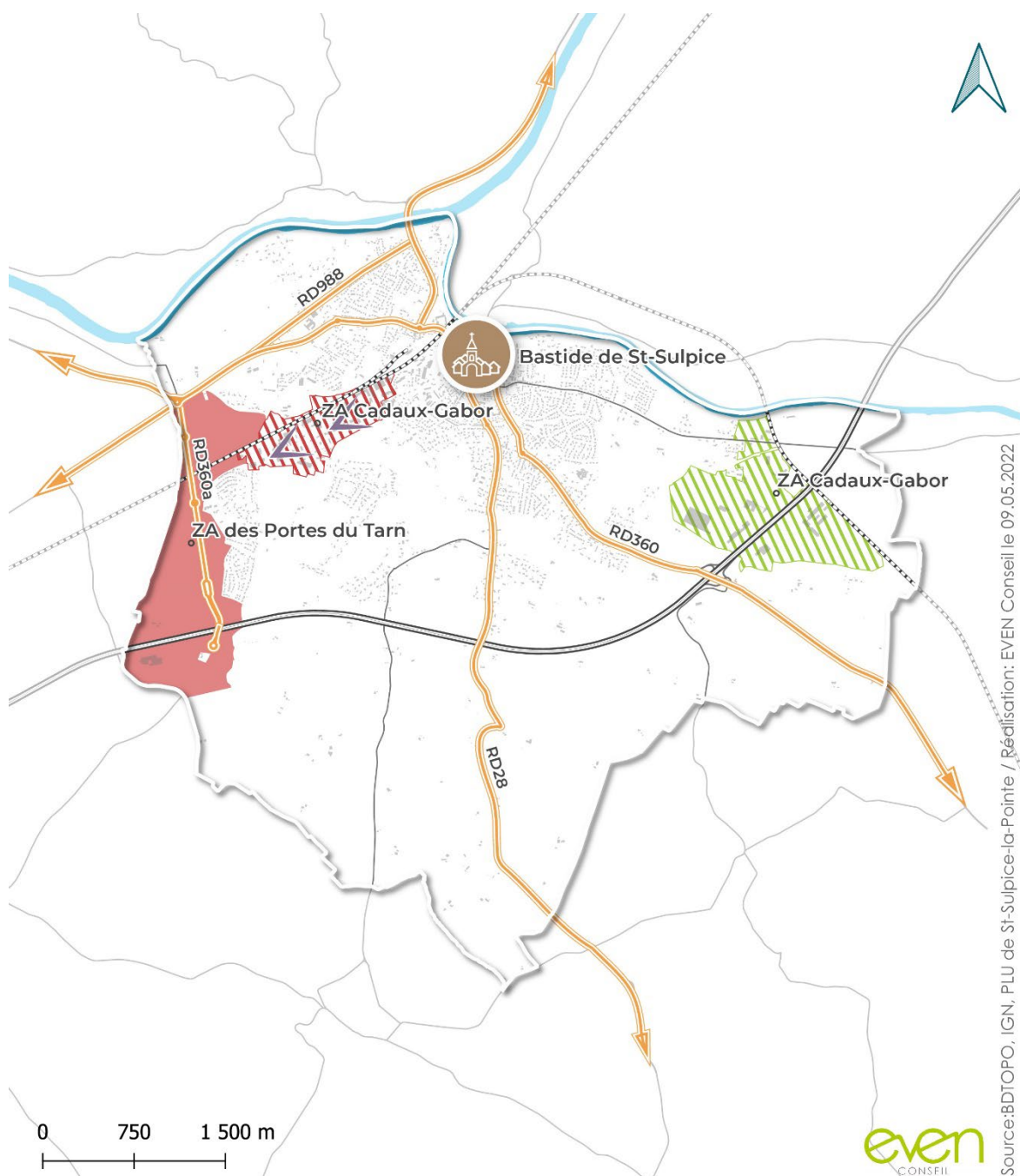
Sur le secteur de la ZA Cadaux-Gabor :

- La conservation de la bonne lisibilité des enseignes sur le secteur.

Sur le secteur de la ZA des Portes du Tarn :

- La réflexion sur l'aspect et la qualité des enseignes dans le cadre de l'aménagement de la ZA des Portes du Tarn.

E. SYNTHÈSE CARTOGRAPHIQUE



1. Le long des axes de circulation

-  La conservation de la bonne lisibilité des abords, notamment sur les secteurs d'entrée de ville

2. Sur le secteur de la bastide

-  La préservation de la forte valeur patrimoniale de la bastide
-  La mise en avant de ce secteur comme pôle économique de proximité du territoire

3. Sur la ZA des Terres Noires

-  L'amélioration des paysages économiques du secteur et la mise en valeur de la percée visuelle en direction de l'église

4. Sur la ZA Cadaux-Gabor

-  Le maintien de la bonne lisibilité de ce secteur

5. Sur la ZA des Portes du Tarn

-  La réflexion sur l'aspect et la qualité des enseignes à venir.



Carte 12 : Spatialisation des enjeux en matière d'affichage publicitaire et d'enseigne sur la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe

● Règlement Local de Publicité de la commune
de Saint-Sulpice-la-Pointe

RAPPORT DE PRESENTATION

A decorative background featuring a large teal circle with the white number '4' in the center. The background is filled with a pattern of small dots and various mechanical gears of different sizes, some connected by lines, creating a complex, interconnected design. The gears are primarily in shades of blue and teal, with some white highlights. The overall aesthetic is technical and modern.

4

ORIENTATIONS

IV. ORIENTATIONS

A. ORIENTATIONS GENERALES

1. ADAPTER LE RLP AUX OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT URBAIN PRESCRITS DANS LE PLAN LOCAL D'URBANISME

La commune de Saint-Sulpice-la-Pointe est couverte par un PLU révisé en décembre 2019. En cohérence avec ce PLU, le RLP doit intégrer les objectifs de développement économique et de qualité paysagère et urbaine définis pour l'avenir du territoire, et en particulier (extrait du PADD) :

A COMPLETER

B. ORIENTATION 1 : VALORISER LE CENTRE HISTORIQUE DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Le centre-ville de Saint-Sulpice-la-Pointe présente une richesse patrimoniale et architecturale importante, notamment protégée par un périmètre de protection au titre des Monuments Historiques. Ce secteur doit faire l'objet d'une attention particulière dans le Règlement Local de Publicité, l'affichage jouant un rôle essentiel dans la perception des espaces publics et du patrimoine bâti.

OBJECTIF 1.1 Conserver une publicité limitée sur le centre-ville en maintenant préférentiellement des possibilités d'affichage sur le mobilier urbain existant.

OBJECTIF 1.2 Favoriser l'implantation d'enseignes en façade, généralement plus qualitatives, tout en limitant leur densité, pour améliorer la lisibilité du tissu commercial de proximité.

OBJECTIF 1.3 Limiter la densité des enseignes en façade pour améliorer la lisibilité du tissu commercial de proximité.

OBJECTIF 1.4 Harmoniser l'aspect des enseignes des activités du centre-ville afin d'améliorer la lisibilité de l'espace et de créer une véritable identité : matériaux utilisés, lettre peintes ou découpées, harmonisation avec les façades de briques....

C. ORIENTATION 2 : REHABILITER LA ZA DES TERRES NOIRES

Outre l'espace de centre-ville, la vie économique de Saint-Sulpice-la-Pointe est structurée autour de 2 pôles commerciaux et d'activités :

- La ZA des Terres Noires qui regroupe des activités très diversifiées : activités commerciales, enseignes de la grande distribution, commerces spécialisés, activités industrielles, etc. ;

- La ZA Cadaux-Gabor, identifiée comme Zone d'Intérêt Régionale (ZIR) et qui regroupe également des activités variées (activités économiques industrielles, logistiques, gestion des déchets : imprimerie, déchèterie, production plastique, flaconnage plastique, plateforme logistique, productions spécialisées...).

Si la zone ZA Cadaux-Gabor présente une bonne lisibilité de l'information publicitaire et commerciale, la ZA des Terres Noires présente une qualité paysagère moindre, due notamment à la forte densité des enseignes et la grande diversité des supports présents (au sol, sur façade, sur toiture, etc.).

OBJECTIF 2.1 Autoriser un affichage publicitaire sur la ZA des Terres Noires tout en le régulant et en assurant une cohérence entre les différents dispositifs : travail sur les densités, interdiction de certains dispositifs, etc.

OBJECTIF 2.2 Harmoniser l'aspect, la qualité, des types et les densités d'enseignes sur la ZA des Terres Noires afin :

- D'améliorer la lisibilité des façades commerciales ;
- De valoriser les abords de l'avenue des Terres Noires, qui ouvre une perspective visuelle vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe.

D. ORIENTATION 3 : PREVOIR L'ARRIVEE DE LA ZA DES PORTES DU TARN

La commune de Saint-Sulpice-la-Pointe va accueillir sur son territoire la ZA des Portes du Tarn, zone d'activité de 200ha au rayonnement régional. Cette zone d'activité est située hors agglomération, et n'est donc pas destinée à accueillir de la publicité. Les activités implantées sur ce site pourront toutefois se signaler par des enseignes, qui participeront à la qualité paysagère du site.

OBJECTIF 3.1 Encadrer les types d'enseignes, leur aspect et les densités autorisées sur le futur parc d'activité des Portes du Tarn pour garantir l'homogénéité du site, sa bonne lisibilité et sa qualité paysagère.

E. ORIENTATION 4 : CONSERVER UN CADRE DE VIE QUALITATIF ET METTRE EN VALEUR LES PAYSAGES DE PROXIMITE

Actuellement, la RNP permet l'implantation des mêmes dispositifs publicitaires et des mêmes types d'enseignes sur toute l'agglomération de Saint-Sulpice-la-Pointe. Toutefois, les secteurs résidentiels n'ont pas les mêmes destinations et objectifs que le centre-ville ou les zones d'activités en termes d'affichage publicitaire et de mise en valeur d'activités économiques.

OBJECTIF 4.1 Limiter les dispositifs de publicité et de préenseignes sur les secteurs résidentiels, dans le but de limiter la dégradation des paysages de proximité.

OBJECTIF 4.2 Favoriser l'implantation d'enseignes en façade et encadrer l'implantation d'enseignes au sol pour permettre la promotion des activités implantées dans les secteurs résidentiels tout en conservant leur bonne lisibilité paysagère.

● Règlement Local de Publicité de la commune
de Saint-Sulpice-la-Pointe

RAPPORT DE PRESENTATION



5

●

**JUSTIFICATION
DES CHOIX**

DOCUMENT DE TRAVAIL

V. JUSTIFICATION DES CHOIX

A. JUSTIFICATION DES PERIMETRES D'AGGLOMERATION

Le périmètre d'agglomération de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe a été déterminé sur la base :

- De la localisation des panneaux de début d'agglomération (panneaux EB10) et des panneaux de fin d'agglomération (panneaux RB20). Les arrêtés municipaux fixant leur localisation sont annexés au présent document ;
- Des contours de la trame urbaine.

1. PANNEAUX DE DEBUT ET DE FIN D'AGGLOMERATION

L'arrêté municipal **XXXX** portant sur les limites d'agglomération des voies communales et départementales positionnent les panneaux de début et de fin d'agglomération sur la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe. Leur localisation est visible sur la carte **XX** ci-dessous.

2. CONTOURS DE LA TRAME URBAINE

Les contours de la trame urbaine ont été réalisés en formalisant une zone tampon de 50m autour des bâtiments existants au moment de la réalisation du Règlement Local de Publicité, dans le but de matérialiser une interdistance maximale de 100m. Cette zone tampon a ensuite été confrontée avec le positionnement des panneaux de limites d'agglomération et avec le zonage du PLU actuellement en vigueur sur la commune. Cette méthode a permis de définir une agglomération principale regroupant le centre-ville, le tissu urbain résidentiel et la zone d'activités des Terres Noires.

B. JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLP

Le diagnostic a permis de mettre en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été zonés en Zone de Publicité (ZP° au sein desquelles des règles particulières ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement. Le RLP de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe compte au total 6 Zones de Publicité :

- Zone de Publicité n°1 (ZP1) : bastide de Saint-Sulpice-la-Pointe ;
- Zone de Publicité n°2 (ZP2) : abords de la RD630 ;
- Zone de Publicité n°3 (ZP3) : secteurs résidentiels ;
- Zone de Publicité n°4 (ZP4) : zone d'activités des Terres noires ;

- Zone de Publicité n°5(ZP5) : zones d'activités hors agglomération (Les Portes du Tarn et Cadaux-Gabor) ;
- Zone de Publicité n°6 (ZP6) : secteurs hors agglomération.

1. LA ZONE DE PUBLICITE N°1 : BASTIDE DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Le périmètre de la ZP1 couvre le centre ancien de Saint-Sulpice-la-Pointe, et plus précisément la bastide et ses abords. Il est délimité :

- A l'ouest par la voie ferrée ;
- Au nord par les berges du Tarn ;
- A l'est par l'impasse de Fontpeyre ;
- Au sud par l'avenue Rhin et Danube, l'impasse du 8 mai 1945, l'avenue de Varsovie et la route de l'Arçonnerie.

Ce secteur correspond à l'emprise du Périmètre Délimité des Abords (PDA) établit autour des Ruines du Castela. Il présente :

- Des enjeux patrimoniaux et architecturaux : il est le noyau historique de la commune de Saint-Sulpice-la-Pointe. Il se caractérise par une place centrale et un plan en damier. Les ilots bâtis sont relativement réguliers et de forme rectangulaire avec des parcelles de taille équivalentes. Le bâti est implanté dans l'alignement des voiries et présente des caractéristiques typique de la région (façade en briques, etc.) ;
- Des enjeux économiques. La ZP1 et notamment les abords de l'avenue Rhin et Danube (RD630) présente un tissu de commerces de proximité important.

Pour pérenniser la qualité patrimoniale et architecturale de ce secteur et pour favoriser la bonne lisibilité des façades commerciales, des objectifs spécifiques ont été définis :

ORIENTATION 1 : Valoriser le centre historique de Saint-Sulpice-la-Pointe :

- Conserver une publicité limitée sur le centre-ville en maintenant préférentiellement des possibilités d'affichage sur le mobilier urbain existant ;
- Favoriser l'implantation d'enseignes en façade, généralement plus qualitatives, tout en limitant leur densité pour améliorer la lisibilité du tissu commercial de proximité ;
- Harmoniser l'aspect des enseignes des activités du centre-ville afin d'améliorer la lisibilité de l'espace et de créer une véritable identité : matériaux utilisés, lettre peintes ou découpées, harmonisation avec les façades de briques etc.

2. LA ZONE DE PUBLICITE N°2 : ABORDS DE LA RD630

Ce secteur correspond au tracé et aux abords de la RD630 (Route de Montauban à Lavaur, route de Montauban, Faubourg Saint-Jean, avenue Charles de Gaulle et Route de Lavaur), uniquement en agglomération et en excluant la portion comprise dans la ZP1. Comme la ZP1, il présente :

- Des enjeux patrimoniaux et architecturaux, avec des bâtiments qui présentent une architecture typique de la région. Cet axe constitue, de plus, une pénétrante vers le secteur historique de la bastide ;
- Des enjeux économiques, avec la présence que quelques commerces et services, parfois en retrait de la voirie.

Les objectifs spécifiques à cette zone concernent prioritairement la lisibilité de l’affichage publicitaire et des enseignes, ainsi que le contrôle de leur densité et de leur qualité. Le signallement des activités situées en retrait par rapport à la voirie est également un enjeu à prendre en compte.

3.LA ZONE DE PUBLICITE N°3 : SECTEURS RESIDENTIELS

Cette zone recouvre tout le tissu pavillonnaire de l’agglomération de Saint-Sulpice-la-Pointe. Il inclut notamment une partie des abords des axes routiers structurants, tels que la RD28 ou encore la RD38. Elle est concernée notamment par des enjeux de préservation de la qualité du cadre de vie de proximité. En effet, cette zone est dominée par un tissu urbain à vocation résidentielle. La limitation des nuisances et pollutions, en incluant les pollutions visuelle est donc un point important à prendre en compte. Afin de répondre à ces enjeux, des objectifs spécifiques ont été mis en place :

ORIENTATION 4 : Conserver un cadre de vie qualitatif et mettre en valeur les paysages de proximité

- Limiter les dispositifs de publicité et de préenseignes sur les secteurs résidentiels, dans le but de limiter la dégradation des paysages de proximité ;
- Favoriser l’implantation d’enseignes en façade et encadrer l’implantation d’enseignes au sol pour permettre la promotion des activités implantées dans ces secteurs, tout en conservant leur bonne lisibilité paysagère.

4.LA ZONE DE PUBLICITE N°4 : ZONE D’ACTIVITES DES TERRES NOIRES

Cette zone recouvre la zone d’activités des Terres Noires, situées le long de l’avenue des Terres Noires, à l’ouest de la commune. Elle présente :

- Des enjeux économiques : cette zone présente une vocation industrielle, artisanale, voire commerciale. La bonne lisibilité des activités implantées y est donc un enjeu majeur ;
- De enjeux paysagers : cette zone présente une organisation spécifiques aux zones d’activités : bâtiments aux volumes importants implantés sur des parcelles de grande taille également, architecture standardisée, etc. La zone d’activités des Terres Noires présente un traitement paysager des espaces insuffisant voire inexistant. Cette impression est renforcée par le grande

nombre d'enseignes au sol présent le long de l'avenue des Terres Noires. Les enjeux sont d'autant plus importants que cette zone constitue une entrée vers le cœur de ville et qu'elle présente de belles percées visuelles vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe.

Les objectifs spécifiques à cette zone concernent prioritairement la régulation de la densité des dispositifs publicitaires et des enseignes, notamment le long de l'avenue des Terres Noires.

5. LA ZONE DE PUBLICITE N°5 : ZONES D'ACTIVITES HORS AGGLOMERATION

Cette zone couvre la zone d'activités de Cadaux-Gabor située à proximité de l'échangeur n°6 de l'A68, et la future zone des Portes du Tarn prévue à la sortie de l'échangeur n°5. Ces zones présentent :

- De forts enjeux économiques. Comme la zone d'activités des Terres Noires, les zones de Cadaux-Gabor et des Portes du Tarn présentent des vocations industrielles artisanales, voire commerciale. Les activités implantées sur ces zones doivent donc pouvoir se signaler efficacement ;
- Des enjeux paysagers. Les deux zones sont situées à la sortie des deux échangeurs autoroutiers qui desservent la commune. Elles constituent donc des portes d'entrée et de sortie du territoire. La zone de Cadaux-Gabor présente un paysage lisible découlant d'un traitement paysager et du positionnement d'enseignes qualitatifs.

Les objectifs liés à cette Zone de Publicité sont donc de maintenir la qualité de la zone d'activité Cadaux-Gabor et d'inscrire le paysage publicitaire des Portes du Tarn dans la même dynamique.

6. LA ZONE DE PUBLICITE N°6 : SECTEURS HORS AGGLOMERATION

Cette Zone de Publicité regroupe tous les secteurs situés hors agglomération. L'implantation de publicités et de préenseignes y est donc interdite. L'objectif est donc d'encadrer l'affichage d'enseignes, afin que les quelques activités situées hors agglomération puissent se signaler sans dégrader les paysages et les perceptions visuelles de la commune.

C. JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRE RELATIFS AUX PUBLICITES ET AU PREENSEIGNES

1. DISPOSITIONS RELATIVES A LA PUBLICITE ET AUX PREENSEIGNES

DISPOSITIFS PUBLICITAIRES INTERDITS SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE.

La commune de Saint-Sulpice-la-Pointe présente une agglomération comptant moins de 10 000 habitants et n'appartient pas à une agglomération de plus de 100 000 habitants. D'après la Réglementation Nationale de Publicité, y sont donc interdites :

- La publicité scellée au sol ou posée au sol ;

- Les bâches de chantier et les bâches publicitaires ;
- Les publicités et les préenseignes numériques.

Ces interdictions ont donc été retranscrites dans le règlement écrit du RLP.

Afin d'éviter l'installation de publicité pouvant dégrader le cadre paysager du territoire, la commune a souhaité également interdire la publicité sur les supports les moins qualitatifs :

- La publicité et les préenseignes éclairées par transparence ou par projection ;
- La publicité et les préenseignes sur tout type de clôture, et sur les portails, exception faite pour les préenseignes temporaires) ;
- La publicité et les préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- La publicité et les préenseignes sur garde-corps de balcon ou sur balconnet.

DEROGATION A CERTAINES INTERDICTIONS LEGALES DE PUBLICITE

En agglomération, la publicité est interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du Code de l'Environnement. Par exception sont admis dans les lieux mentionnés au 1° du paragraphe I de l'article L.581-8 du Code de l'Environnement (soit la ZP1) :

La publicité sur mobilier urbain, dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du CE et dans la limite de surface unitaire applicable dans la ZP1.

Cette mesure permet de réintroduire les dispositifs publicitaires de manière encadrée, sur des supports qualitatifs et homogènes, au cœur d'un des principaux pôles commerciaux du territoire. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de convention avec des prestataires extérieurs qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et les dégradations. De plus, autoriser la publicité sur ces supports peut permettre de financer leur entretien.

Les dispositifs de petit format appelés micro-affichage dans les conditions prévues à l'article R.581-57 du CE, et au règlement écrit du présent RLP. Cette mesure vise à laisser la possibilité aux commerçants d'afficher des informations publicitaires sur leur devanture, de manière strictement encadrée (règles de format et de densité maximale).

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tels que prévu par les articles L581-13 et R581-2 à 4 du même code. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. Le centre-ville étant un espace très passant, il apparaît pertinent de conserver ces dispositifs importants pour la vie de la collectivité.

2. JUSTIFICATIONS DES DISPOSITIONS PARTICULIERES APPLICABLES AUX ZONES EN MATIERE DE PUBLICITE

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP1 : BASTIDE DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Le cœur historique de Saint-Sulpice-la-Pointe présente un patrimoine bâti qualitatif marqué par un tissu urbain dense, aligné à la voirie et par une architecture typique de la région. Ce secteur est, de plus, entièrement inclus dans le Périmètre Délimité des Abords des Ruines du Castela.

Afin de conserver la qualité patrimoniale de ce secteur, d'assurer la lisibilité des rues et des façades, et de limiter la pollution visuelle, le RLP autorise uniquement les dispositifs publicitaires :

- Sur mobilier urbain, dans une surface maximale de 2m² ;
- En micro-affichage, dans la limite d'un dispositif de 0,2m² (taille d'un A2) par activité.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP2 : ABORDS DE LA RD630

Cette voie constitue une entrée principale vers le secteur de la bastide. Afin de conserver la lisibilité des abords de cette voirie, seule la publicité sur mobilier urbain y est admise, dans la limite de 2m².

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP 3 : SECTEURS RESIDENTIELS, LA ZP 5 : ZONES D'ACTIVITES HORS AGGLOMERATION ET A LA ZP 6 : SECTEURS HORS AGGLOMERATION

Les secteurs résidentiels constituent des zones à destination d'habitat. Afin de conserver la qualité u cadre de vie de proximité, toute forme de publicité y est interdite. Cette interdiction présente également sur la ZP5 et la ZP6 répond à l'obligation déclinée par la Règlementation Nationale de Publicité.

D. JUSTIFICATION DES CHOIX RELATIFS AUX ENSEIGNES

1.INTERDICTION DE CERTAINS TYPES D'ENSEIGNES

Le RLP interdit plusieurs types d'enseignes dont l'installation est estimée peu qualitative par la commune :

- Sur clôture non aveugle ;
- Scellées ou installées directement sur le sol, sur support souple (de type oriflamme) ;
- A faisceaux lumineux ;
- Numériques.

2.LA GESTION DES ENSEIGNES EN FAÇADE

DISPOSITIONS GENERALES

La Règlementation Nationale impose actuellement une réglementation par surface cumulée. En effet la surface totale maximale des enseignes en façade est de

- **25%** de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une **surface inférieure ou égale à 50m²** ;
- **15%** de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une **surface strictement supérieure à 50m²**.

Afin de limiter l'emprise des enseignes sur les plus petites façades commerciales, que l'on retrouve principalement dans la ZP1 et la ZP2, la règle a été revue de la manière suivante : Sur le territoire de Saint-Sulpice-la-Pointe, la surface totale maximale des enseignes en façade est de :

- **20%** de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une **surface inférieure ou égale à 50m²** ;
- **15%** de la surface de la façade commerciale si celle-ci présente une **surface strictement supérieure à 50m²**.

Ce calcul inclus les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur, les enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et baies, les enseignes perpendiculaires, les enseignes sur store et les enseignes en vitrophanie.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP1 : BASTIDES DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE ET A LA ZP2 : ABORDS DE LA RD630

ENSEIGNES APPOSEES A PLAT OU PARALLELEMENT A LA FAÇADE

Les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur sont autorisées dans la limite maximale de deux par façade commerciale. Afin de créer une homogénéité de perceptions dans ces zones, les enseignes devront être prioritairement en lettres découpées. De plus, les enseignes sur clôture, sur balcons, balconnets, auvents, marquises et baies sont interdites.

ENSEIGNES PERPENDICULAIRES

Les enseignes perpendiculaires sont autorisées sur la ZP1 et la ZP2 dans la limite maximale d'un dispositif par façade commerciale. Afin de créer une homogénéité des perceptions dans ces zones, ces enseignes devront présenter un format carré.

LES ENSEIGNES SUR STORE

Les enseignes sur store sont autorisées uniquement sur le pendant du store. Le message inscrit devra être différent de l'enseigne en bandeau.

LA VITROPHANIE

Les enseignes en vitrophanie sont autorisées uniquement sous forme de lettres découpées. Leur surface maximale cumulée est de 20% de la vitrine.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP3 : SECTEURS RESIDENTIELS

Afin de limiter l'impact visuel de ces dispositifs en façade dans ce secteur à vocation résidentielle, le RLP autorise uniquement l'apposition d'enseigne apposée à plat sur un mur ou parallèlement à un mur dans la limite d'une par activité. Les enseignes sur clôtures sont admises dans la même limite de densité.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP4 : ZONE D'ACTIVITES DES TERRES NOIRES

Afin de limiter l'impact visuel des enseignes en façade, le RLP autorise :

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur
- Les enseignes sur store
- Les enseignes en vitrophanie.

Les enseignes perpendiculaires sont interdites afin de ne pas encombrer la percée visuelle vers l'église de Saint-Sulpice-la-Pointe. Le RLP n'impose pas de règle de densité autre que celle établie pour le calcul des surfaces cumulées maximales.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP5 : ZONES D'ACTIVITES HORS AGGLOMERATION

Afin de conserver le traitement paysager de la zone Cadaux-Gabor et la sobriété de l'affichage publicitaire, le RLP autorise uniquement :

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur
- Les enseignes en vitrophanie.

Le RLP n'impose pas de règle de densité autre que celle établie pour le calcul des surfaces cumulées maximales.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP6 : ZONES HORS AGGLOMERATION

Afin de limiter l'impact visuel des enseignes en façade, le RLP autorise uniquement :

- Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur dans la limite d'une par activité. Les enseignes sur clôtures sont admises selon la même règle de densité ;
- Les enseignes à plat sur les balcons, balconnets, auvents, marquises et baies, uniquement si l'affichage en bandeau est impossible.

3. GESTION DES ENSEIGNES SCELLEES AU SOL OU POSEES AU SOL

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP1 : BASTIDES DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Cette zone se caractérise par une trame urbaine dense et des bâtiments positionnés à l'alignement de la voirie. Afin de ne pas encombrer les perceptions visuelle de cet ensemble urbain, le RLP autorise uniquement les enseignes posées au sol, sous forme de chevalet, dans la limite d'un dispositif par commerce. Le chevalet doit être positionné à proximité du commerce et ne doit pas gêner à la circulation piétonne.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP2 : ABORDS DE LA RD630

Afin de ne pas fermer la lisibilité des abords de la voirie, le RLP autorise uniquement les enseignes scellées au sol sous forme de totem pour les activités situées en retrait de la voirie. Si plusieurs activités sont présentes sur une même unité foncière, les enseignes doivent alors être cumulées sur le même totem.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP3 : SECTEURS RESIDENTIELS

Afin de préserver le cadre de vie de proximité, les enseignes scellées au sol sont autorisées uniquement si l'apposition d'enseigne sur clôture aveugle n'est techniquement pas possible. Le RLP n'autorise qu'un dispositif par activité et uniquement sur mât.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP4 : ZONE D'ACTIVITES DES TERRES NOIRES

Afin de désengorger les perceptions visuelles le long de l'avenue des Terres Noires, et notamment en direction du centre de Saint-Sulpice-la-Pointe, le RLP autorise l'implantation d'enseignes au sol uniquement sous forme de totem pour signaler plusieurs activités sur une même unité foncière.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP5 : ZONES D'ACTIVITES HORS AGGLOMERATION

Afin de préserver la qualité paysagère de la zone d'activités Cadaux-Gabor et de la future zone des Portes du Tarn, le RLP autorise l'implantation d'enseignes scellées au sol sur totem uniquement. Si plusieurs activités sont présentes sur une même unité foncière, celles-ci devront être cumulées sur le même support. Dans cette dynamique, seul un support par commerce et par unité foncière est autorisé.

DISPOSITIONS PARTICULIERES A LA ZP6 : ZONES HORS AGGLOMERATION

Afin de préserver le cadre de vie des grands paysages de la commune, les enseignes scellées au sol sont autorisées sur mât uniquement. Seul un support par activité et par unité foncière est autorisé. De la même manière, si plusieurs activités sont présentes sur une même unité foncière, celles-ci devront être cumulées sur le même support.

4. ENSEIGNES LUMINEUSES

Les enseignes lumineuses sont autorisées en ZP1, ZP2, ZP4 et ZP5. Les éléments d'éclairage doivent être dissimulés et l'éclairage indirect est à privilégier. Afin de respecter les principes de développement durable, et de sobriété énergétique, l'extinction des enseignes lumineuses est obligatoire de 21h à 7h. Lorsque l'activité commence ou cesse entre 22h et 8h, les enseignes sont éteintes au plus tard 1h après la cessation d'activité et peuvent être allumées 1h avant la reprise de cette activité.

5. ENSEIGNES SUR TOITURE OU TERRASSE EN TENANT LIEU

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées uniquement en ZP4 : zone d'activité des Terres Noires.

DOCUMENT DE TRAVAIL