



Règlement Local de Publicité (RLP) de Saint-Sulpice-la-Pointe



NOTE DE SYNTHÈSE DIAGNOSTIC

JUILLET 2022

QU'EST-CE QU'UN RLP ?

Le Règlement Local de Publicité est un document de planification de l'affichage publicitaire qui s'applique à l'échelle d'un territoire communal ou intercommunal donné. Il est l'expression du projet de la collectivité en matière d'affichage publicitaire.

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

Le RLP se veut être un outil réglementaire clair et facilement lisible pour être intégré par la collectivité mais surtout par les acteurs économiques du territoire.

QUELS DISPOSITIFS SONT REGLEMENTES PAR LE RLP ?

Le RLP réglemente trois types de dispositifs, présentés ci-après :

- **Les publicités** : inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.
- **Les préenseignes** : inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.
- **Les enseignes** : inscription forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'exerce.



Exemple de publicité scellée au sol - EVEN Conseil



Exemple d'une préenseigne scellée au sol - EVEN Conseil



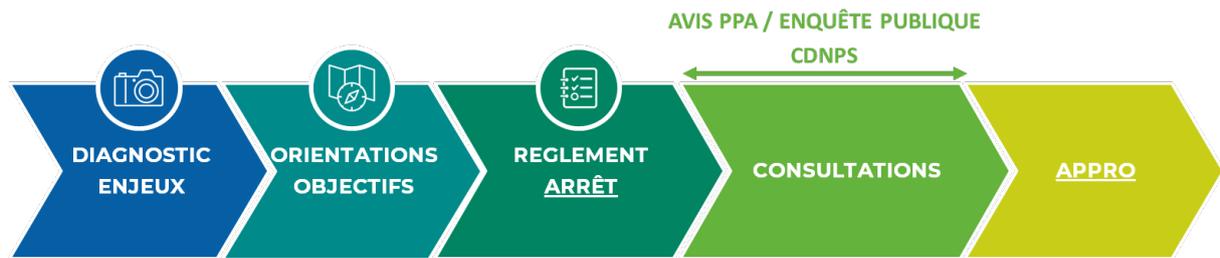
Exemple d'enseigne parallèle - EVEN Conseil

OU EN SOMMS-NOUS DANS LA DEMARCHE ?

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité se fait en 3 grandes phases :

1. Diagnostic global du territoire, état des lieux de l'affichage publicitaire et enjeux identifiés ;
2. Identification des orientations et objectifs d'affichage publicitaire ;
3. Rédaction de la phase réglementaire du RLP.

La démarche d'élaboration de RLP a débuté en mars 2022. La collectivité a finalisé son diagnostic en mai 2022. Elle est actuellement en cours d'élaboration de la trame réglementaire du document.



SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC DU RLP DE LA COMMUNE DE SAINT-SULPICE-LA-POINTE

Le recensement des dispositifs publicitaires a permis de relever :

- 70 publicités et préenseignes, essentiellement le long de la RD630 et sur la ZA des Terres Noires ;
- Un échantillon d'environ 500 enseignes sur tout le territoire communal.

Les enjeux relevés sont :

- La conservation de la qualité paysagère des abords des voies routières principales, mais également de la ZA Cadaux-Gabor ;
- Le respect de la forte valeur patrimoniale du cœur de ville, notamment pour la gestion des enseignes ;
- La maîtrise de l'affichage publicitaire général (publicités, préenseignes, enseignes) sur la ZA des Terres Noires ;
- La gestion de l'affichage publicitaire général sur la future zone d'activité des Portes du Tarn.