



ANNEXE A LA DELIBERATION D'APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Modifications apportées au dossier avant approbation

Le présent document expose les modifications apportées au projet de règlement local de publicité de Labège issues des réserves de la commissaire-enquêteur.

Les ajouts ou modifications sont surlignées en jaune.

Réserves de la commissaire-enquêteur	Modifications apportées aux documents
1) Modification de la règle concernant les enseignes en toiture en les interdisant dans le parc d'activité du SICOVAL	L'interdiction concerne le SICOVAL, donc l'ensemble des lieux hors agglomération, hors périmètre. Il a en conséquence été ajouté au préambule : « Dans les autres lieux situés hors agglomération, la publicité est interdite, conformément au règlement national de publicité et les enseignes suivent les règles du « périmètre », à l'exception des enseignes sur toiture ou terrasses en tenant lieu qui sont interdites. »
2) La communication culturelle : rappeler que les supports associatifs ont un régime propre dans le Code de l'environnement	Ajout dans le préambule : Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté municipal.
3) Les immeubles hébergeant plusieurs entités : le texte du RLP prévoira d'encourager la mutualisation des dispositifs	Article 1.7 : /.../ Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, les enseignes doivent, sous réserve de leur lisibilité, être regroupées sur un seul dispositif.
4) La rédaction des articles sur le mobilier urbain : la surface maximum de la publicité par catégorie de mobilier sera détaillée	Article 2.3 : Publicités sur mobilier urbain La surface unitaire des publicités apposées sur les abris destinés au public n'excède pas 2 mètres carrés. La surface unitaire des publicités apposées sur les mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local n'excède pas 8 mètres carrés.

<p>5) La densité publicitaire : la règle de l'article R.581-25 sera ajoutée et il sera clairement indiqué que le RLP la complète.</p>	<p><u>Article 2.8 : Densité des publicités</u> <i>Les publicités se conforment à la règle de densité fixée par l'article R.581-25 du code de l'environnement.</i> <i>En outre, sur une même unité foncière, deux publicités autres que numériques doivent être distantes de 60 mètres minimum.</i></p>
<p>6) La mise à jour des enseignes scellées au sol : rajouter qu'une enseigne doit être supprimée dans les trois mois de la cessation d'activité, notamment pour les enseignes sur totems regroupant plusieurs activités</p>	<p><u>Article E : Suppression des enseignes</u> <i>L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque.</i> <i>/.../</i></p>
<p>7) Mise à jour des totems : les règles nationales seront rappelées dans le règlement</p>	<p><i>/.../</i> <i>Lorsqu'une enseigne est commune à plusieurs établissements, la mention d'un établissement qui cesse son activité doit être supprimée dans les trois mois de la cessation de cette activité.</i></p>
<p>8) La couleur des dispositifs publicitaires : rajouter la possibilité d'utiliser des structures et des accessoires métallisés en plus du RAL 7016</p>	<p><u>Article 1.4 : Couleur des dispositifs publicitaires</u> <i>Les structures et accessoires des dispositifs publicitaires sont de couleur RAL 7016 ou métallisée.</i> <u>Article 2.7 : Couleur des dispositifs publicitaires</u> <i>Les structures et accessoires des dispositifs publicitaires sont de couleur RAL 7016 ou métallisée.</i></p>
<p>9) Le format des publicités, éléments accessoires, article 2.4 et 2.5 : préciser que le pied n'est pas inclus</p>	<p>Il s'agit en fait des articles 2.5 et 2.6 <u>Article 2.5 : Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol</u> <i>La surface des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol n'excède pas 10,6 mètres carrés hors tout, encadrement compris et hors pied.</i> <u>Article 2.6 : Publicités numériques</u> <i>La surface des publicités numériques n'excède pas 6 mètres carrés, encadrement compris et hors pied.</i></p>
<p>10) Zones blanches ; ces secteurs seront identifiés par un zonage spécifique et il sera rappelé dans le règlement écrit que le règlement national de publicité s'y appliquera</p>	<p>Les parties du territoire hors agglomération et hors périmètre ont été colorées et un cartouche les signale sur le plan. Le préambule est complété comme suit : <i>« Dans les autres lieux situés hors agglomération, la publicité est interdite, conformément au règlement national de publicité et les enseignes suivent les règles du « périmètre », à l'exception des enseignes sur toiture ou terrasses en tenant lieu qui sont interdites »</i></p>
<p>11) La charte sur la signalétique SICOVAL : il sera précisé que le respect de la charte sera pris en compte lors de l'instruction des demandes d'autorisation d'enseignes et qu'elle s'appliquera sur ENOVA</p>	<p>L'ensemble du territoire est concerné par la charte SICOVAL <u>Article F : Autorisation des enseignes</u> <i>Le respect de la charte « SICOVAL » est pris en compte lors de l'instruction des demandes d'autorisation d'enseigne sur l'ensemble de la commune.</i></p>

<p>12) Mur de briques de verre : rajouter dans le lexique qu'un mur de briques de verre n'est pas considéré comme une ouverture</p>	<p>La mention existe déjà. <i>Baie :</i> <i>Toute ouverture de fonction quelconque pratiquée dans un mur de bâtiment (porte, fenêtre, vitrine, etc.)</i> <i>Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.</i></p>
<p>13) Publicités numériques : rajouter des règles de hauteur et des seuils maximaux de luminance</p>	<p><u>Article 2.6 : Publicités numériques</u> <i>La surface des publicités numériques n'excède pas 6 mètres carrés, encadrement compris et hors pied.</i> <i>La hauteur des publicités numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol n'excède pas 5 mètres.</i> <i>La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.</i></p>
<p>14) Publicité en vitrophanie : préciser les règles applicables pour la publicité sur baie commerciale</p>	<p>Les règles existent déjà. <u>Article J : Enseignes sur baies ou « vitrophanies »</u> <i>Dans le respect de l'article R.581-63 du Code de l'environnement, pour un même établissement, la surface cumulée des enseignes collées ou appliquées par vitrine ne peut excéder 20 % de la surface de la vitrine.</i> <u>Article 1.5 : Autres publicités, lumineuses ou non</u> <i>/.../</i> <i>Les publicités de petit format sont admises, leur surface cumulée n'excède pas 0,50 mètre carré par devanture.</i></p>