

Enquête publique

Ayant pour objet l'élaboration du
Règlement local de publicité intercommunal (RLPi)
de la communauté de communes Grand Ouest Toulousain

Procès-Verbal de synthèse

Autorité organisatrice et siège de l'enquête
Communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain
10 rue François-Arago 31830 Plaisance-du-Touch

Communes concernées
Fontenilles, Lasserre-Pradères, Léguevin, Lévigac-sur-Save, Mérenvielle,
Plaisance-du-Touch, Sainte-Livrade et La Salvetat-Saint-Gilles.

Enquête publique n° E24000112/31
Réalisée du 15 novembre au 16 décembre 2024

Annexe 6

En fin de ce document se
trouve le mémoire en
réponse de la communauté
de communes



Commissaire enquêteur
Jean-Pascal Commenge
Désigné par le tribunal administratif de
Toulouse le 30 juillet 2024

Table des matières

1	Préambule.....	5
2	Déroulement de l'enquête.....	5
2.1	<i>Climat de l'enquête</i>	5
2.2	<i>Permanences</i>	6
2.3	<i>Comptabilisation des observations</i>	6
3	Synthèse des avis des personnes publiques.....	7
4	Observations	8
4.1	<i>Observations du public, classées par thèmes</i>	8
4.1.1	Zonage.....	8
4.1.2	Format.....	8
4.1.3	Habillage.....	10
4.1.4	Interdictions.....	10
4.1.5	Baies commerciales.....	11
4.1.6	Densité.....	11
4.1.7	Publicités lumineuses.....	12
4.1.8	Économie.....	12
4.1.9	Juridique.....	13
4.2	<i>Observations du commissaire enquêteur</i>	13
5	Remise du PV de synthèse.....	14

PROCÈS-VERBAL DE SYNTHÈSE

1 PRÉAMBULE

Le 30 juillet 2024, sur demande de Monsieur le président de la communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain, la présidente du tribunal administratif de Toulouse par la décision n° E24000112/31, m'a désigné comme commissaire enquêteur pour conduire l'enquête publique ayant pour objet :

L'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain.

Le code de l'environnement précise en son article R123-18 :

« Après clôture du registre d'enquête, **le commissaire enquêteur rencontre, dans un délai de huit jours, le responsable du projet**, plan ou programme et lui communique les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. (...) »

Le présent procès-verbal de synthèse est donc établi dans ce cadre. Il comporte les observations du public, puis celles du commissaire enquêteur, faisant l'objet de demandes ou d'une communication au porteur de projet.

En application de l'article R123-18 du Code de l'environnement, le porteur de projet (la communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain) dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations.

2 DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE

2.1 CLIMAT DE L'ENQUÊTE

L'enquête n'a pas permis de recueillir d'observation de la part de personnes privées.

Plusieurs intervenants, professionnels de la publicité extérieure, ont apporté des contributions significatives et argumentées.

Celles qui nécessitent une réponse du maître d'ouvrage sont regroupées par thématiques dans le paragraphe « Observations ».

➤ Il est à noter que la mobilisation de professionnels autour de ce projet a largement dépassé le cadre local et a fait l'objet d'une attention particulière de la part du Syndicat national de la publicité extérieure (SNPE) et de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE). Ces deux organismes parisiens semblent être les principales organisations représentatives de la profession.

2.2 PERMANENCES

Les permanences ont été tenues conformément à l'arrêté d'ouverture de l'enquête.

Date	Horaires	Lieu de la permanence	Participation du public
Vendredi 15 novembre 2024	14h00 à 16h00	Siège de la communauté de communes (Plaisance-du-Touch)	Néant
Mercredi 27 novembre 2024	16h00 à 18h00	Mairie de Lévernac	Deux personnes (professionnels)
Lundi 16 décembre 2024	14h00 à 16h00	Siège de la communauté de communes (Plaisance-du-Touch)	Néant

2.3 COMPTABILISATION DES OBSERVATIONS

➤ Durant la durée de l'enquête, j'ai recueilli 30 propositions ou questions par mail ou directement sur le registre numérique. Celles-ci sont reprises au chapitre « Observations », précédées du symbole « @ ».

➤ Les observations recueillies lors des permanences, au nombre de 11, sont reprises précédées de la lettre « P ».

➤ Un courrier recommandé a été adressé au commissaire enquêteur. Son contenu étant identique au mail reçu le 9 décembre, et donc considéré comme un doublon, ses observations n'apparaissent pas ci-après.

➤ Aucune observation n'a été déposée sur un des registres papier déposés en mairies ou au siège du Grand Ouest Toulousain.

Les pièces jointes des différentes contributions sur le registre numérique sont :

Pour N1 :	1 lettre et un dossier de 31 pages
Pour N3 :	1 mail et 4 cartes
Pour N4 :	1 mail et une lettre de 4 pages
Pour N5 :	1 lettre de 12 pages

Afin de faciliter leur exploitation, les contributions nécessitant une réponse de la communauté de communes ont été classées selon les neuf thèmes suivants :

1. Zonage
2. Format
3. Habillage
4. Interdictions
5. Baies commerciales
6. Densité
7. Publicités lumineuses
8. L'économie
9. Le cadre juridique

3 SYNTHÈSE DES AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES

	Avis	Commentaire associé	Réponse du porteur de projet
Chambre des Métiers et de l'Artisanat d'Occitanie	Favorable	Communiquer aux établissements les informations utiles pour respecter le règlement	La collectivité prend en compte cette remarque
Tisséo Collectivités	Favorable	Sans	
Chambre de Commerce et d'Industrie de Haute-Garonne	Favorable	Demande d'accompagner les entreprises dont les dispositifs seraient non conformes	La collectivité prend en compte cette remarque
Conseil Départemental de Haute-Garonne	Favorable	Demande de mieux préciser le rôle du gestionnaire des voiries, notamment au vu des articles R418-1 à R418-9 du Code de la Route et du Règlement départemental de la Voirie (RDV)	Le projet de RLPi du Grand Ouest Toulousain intègre bien cette notion et interdit la publicité hors agglomération (ZP4). Cependant, il est rappelé que la Réglementation Nationale de Publicité autorise l'implantation de préenseignes dérogatoires hors agglomération (art. R581-66 et R581-67 du code de l'environnement)
Syndicat Mixte d'Études de l'Agglomération Toulousaine	Favorable	Le RLPi correspond aux déclinaisons du SCoT en vigueur	

- Les PPA consultées et ayant répondu ont toutes émis un avis favorable au projet.
- Le CD31 a pour sa part formulé plusieurs remarques, et celles-ci (non intégralement listées dans le tableau de synthèse ci-dessus) ont fait l'objet d'un suivi précis par le porteur de projet, notamment en intégrant les modifications souhaitées dans le rapport de présentation.

Commentaire du commissaire enquêteur

Aucune personne publique associée n'a émis d'observation nécessitant une reprise ou une demande de complément d'information de la part du commissaire enquêteur.

4 OBSERVATIONS

4.1 OBSERVATIONS DU PUBLIC, CLASSÉES PAR THÈMES

4.1.1 Zonage

- Observations @1, @12, P1, @14, @30

RLPI : QUATRE ZONES DE PUBLICITÉ SONT DÉFINIES

1. Contributions :

- Nous regrettons qu'il n'y ait pas une zone relative aux axes structurants qui mériterait des dispositions particulières spécifiques afin de maintenir une présence de la communication extérieure sur ces secteurs à forte audience.

Pour ces axes, nous proposons d'y autoriser la publicité murale et la publicité scellée au sol.

Il s'agit de secteurs clairement identifiés sur 4 cartes jointes à la contribution (Plaisance-du-Touch, Léguevin, Fontenilles, La-Salvetat-Saint-Gilles).

- La communauté de communes est traversée par un réseau départemental, le long duquel il nous est indispensable de conserver des emplacements (Plaisance-du-Touch).

Autres départementales indispensables à notre activité commerciale :

- La RD37 qui relie Léguevin à Fontenilles ;
- La RD42 qui rejoint la RD 632 au niveau du centre de Plaisance-du-Touch ;
- La RD50 qui traverse la commune de Plaisance-du-Touch du nord-est au sud-ouest ;
- La RD68 qui traverse la commune de Fontenilles d'est en ouest ;
- La RD82 qui traverse les communes de La Salvetat-Saint-Gilles et de Plaisance-du-Touch ;
- La RD824 qui traverse la commune de Léguevin d'est en ouest

Le SNPE sollicite la création d'une zone traitant spécifiquement la publicité le long de ces axes.

Commentaire du commissaire enquêteur

Le Code de l'environnement permet de prendre en compte cet aspect concernant la traversée des agglomérations : « lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation .../... après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites ». La personne publique garde donc la maîtrise de la densité.

- Observations @11, P10

2. Contribution

« La notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti ». Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.

4.1.2 Format

- Observations @2, @13, P11, @24

RLPI : UN DISPOSITIF NE PEUT EXCÉDER DEUX FACES.

3. Contribution :

Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité.

Afin de parfaire la bonne compréhension du futur RLPi, nous suggérons la modification suivante :

« Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum ».

Commentaire du commissaire enquêteur

Les contributeurs s'inquiètent de la nature des dispositifs autorisés : une « incompréhension » sémantique sur le mot « face », qui pour le rédacteur du projet (et le public) correspond à un côté du dispositif, et qui pour les professionnels de la communication ou du marketing, correspond à une affiche ou une image. Il s'agirait de l'unité de base d'un réseau d'affichage. Après explication technique avec le correspondant de l'UPE, la question se trouve résumée ainsi :

L'utilisation d'affiches déroulantes est-elle autorisée ? L'affichage déroulant est un système d'affichage qui permet d'afficher plusieurs affiches (ou « faces ») successivement sur un même support (cadre).

- Observation @16

4. Contribution

Le mobilier urbain n'est pas un dispositif publicitaire car il n'est utilisé comme support de publicité qu'à titre accessoire. Les recettes publicitaires du mobilier urbain permettent de financer ce modèle, et participe ainsi à l'équilibre économique. Ce type de dispositif est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité. Toute réglementation supplémentaire est surabondante. Il conviendrait de ne pas en figer l'utilisation dans le RLPI. Le contributeur fait une proposition de rédaction d'un article préliminaire : « La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPI. »

- Observation @17

5. Contribution :

Absence du type « colonne porte-affiche » dans le mobilier urbain. Demande de réintroduire les colonnes porte-affiches. La limitation à 2M² proscrit le déploiement d'affiches grand format (8M²).

- Observations @6, P5, @23

RLPI : ZP3 DANS LES AGGLOMÉRATIONS APPARTENANT À L'UNITÉ URBAINE DE TOULOUSE (AGGLOMÉRATIONS SITUÉES SUR LES COMMUNES DE FONTENILLES, LA SALVETAT-SAINT-GILLES, LÉGUEVIN, PLAISANCE-DU-TOUCH), LES PUBLICITÉS SCELLÉES AU SOL SONT AUTORISÉES. LEUR SURFACE NE DOIT PAS EXCÉDER 6M².

6. Contribution :

Le format « 6 m² » n'existe pas en affiche pour nos réseaux. Ce projet conduirait donc les opérateurs souhaitant garder une présence en réseau d'affichage à se diriger vers un format 4 m², multipliant ainsi les formats sur l'aire de chalandise toulousaine. Pour toutes ces raisons, nous suggérons, sur cette zone, de pouvoir disposer d'un format d'affiche 8 m².

Commentaire du commissaire enquêteur

La demande semble se référer aux dimensions retenues dans le RNP via l'article R581-26 du code de l'environnement. S'agissant notamment des zones d'activité (ZP3), la limitation de la surface à un format non conventionnel peut s'avérer pénalisante pour les entreprises concernées.

- Observations @5, P4,

RLPI : À L'EXCEPTION DU PIED SUR LEQUEL REPOSE LE DISPOSITIF PUBLICITAIRE, AUCUN ÉLÉMENT LATÉRAL, SUPÉRIEUR OU INFÉRIEUR NE PEUT DÉPASSER DU CADRE DU DISPOSITIF, Y COMPRIS LES ÉCLAIRAGES.

7. Contribution :

De nombreux annonceurs locaux profitent d'un éclairage par projection grâce à l'apposition d'une rampe sur le dispositif publicitaire. Dans le but d'une continuité d'offre limitant les investissements, nous souhaiterions conserver ces aménagements d'éclairage, et donc d'autoriser la présence d'éléments de débord.

Nous proposons la disposition suivante : « Lorsqu'il existe, l'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelle que soit leur forme, sont interdits ».

Commentaire du commissaire enquêteur

Cette demande veut aller dans le sens d'une économie de moyens. Selon la demande des contributeurs, les dispositifs existants pourraient continuer à être utilisés, mais les dispositifs nouveaux ou renouvelés seraient soumis à la nouvelle réglementation.

4.1.3 Habillage

- Observation @8, P7

RLPI : LES ACCESSOIRES DE SÉCURITÉ (ÉCHELLES, PASSERELLES) NE SONT ADMIS QUE S'ILS SONT AMOVIBLES, ESCAMOTABLES OU NON VISIBLES D'UNE VOIE OUVERTE À LA CIRCULATION PUBLIQUE. ILS NE PEUVENT ÊTRE MIS EN PLACE OU DÉPLOYÉS QUE PENDANT LES INTERVENTIONS D'AFFICHAGE, D'ENTRETIEN OU DE MAINTENANCE.

8. Contribution :

Nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante : « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Commentaire du commissaire enquêteur

Les passerelles sont des outils imposés par la sécurité du travail. Il semble que techniquement elles puissent être intégralement repliées mais ne peuvent totalement disparaître à la vue. Le mot escamotable pourrait être remplacé par repliable. (Cf. Larousse : Escamotable se dit d'un meuble que l'on peut dissimuler dans un logement approprié)

Dans le règlement du RLPI, il est possible dans ce contexte d'imposer une intégration visuelle améliorée pour une passerelle entièrement repliée (couleur du mur support ou autre).

À noter que la correction du règlement est souhaitable, quel que soit le sort réservé à cette contribution, car les échelles ne sont pas des accessoires de sécurité, et il est interdit d'y travailler. Cette interdiction est clairement stipulée dans la réglementation (Article R4323-63 du Code du travail). L'échelle est considérée comme un moyen d'accès à un poste de travail sécurisé, mais pas comme le poste de travail en lui-même.

4.1.4 Interdictions

- Observations @3, P2

RLPI : LE PROJET DE RÈGLEMENT VISE À INTERDIRE DE MANIÈRE GÉNÉRALE ET ABSOLUE LA PUBLICITÉ MURALE SUR LE DOMAINE PRIVÉ DANS TOUT LE TERRITOIRE INTERCOMMUNAL.

9. Contribution :

Nous préconisons de réintroduire en toutes zones la possibilité d'implanter des dispositifs muraux, dans un format maximal de 10,50 m² (8m² de surface d'affichage), dans le respect des règles prévues au RNP (règlement national de publicité).

- Observations @4, P3

RLPi : LE PROJET DE RÈGLEMENT INTERDIT LA PUBLICITÉ SUR BÂCHE DE CHANTIER ET LES BÂCHES PUBLICITAIRES EN TOUTES ZONES. EXTRAIT : D'APRÈS LES DISPOSITIONS DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITÉ, LA PUBLICITÉ SUR BÂCHE ET LA PUBLICITÉ DE DIMENSION EXCEPTIONNELLE SONT DES DISPOSITIFS AUTORISÉS UNIQUEMENT DANS LES AGGLOMÉRATIONS DE PLUS DE 10 000 HABITANTS, CE QUI POURRAIT S'APPLIQUER UNIQUEMENT À L'AGGLOMÉRATION PRINCIPALE DE LA COMMUNE DE PLAISANCE-DU-TOUCH. AFIN D'HARMONISER LES RÈGLES ENTRE TOUTES LES AGGLOMÉRATIONS, LE RLPi INTERDIT LA PUBLICITÉ SUR BÂCHE ET LES DISPOSITIFS DE DIMENSION EXCEPTIONNELLE SUR TOUT LE TERRITOIRE INTERCOMMUNAL.

10. Contribution :

Nous préconisons de permettre l'implantation de la publicité sur bâche de chantier et des bâches publicitaires en toutes zones et d'appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation préalable au cas par cas.

- Observation @19

11. Contribution

Propose de supprimer toute contrainte de format vis-à-vis du mobilier urbain publicitaire et de l'autoriser en toutes zones du futur RLPi (mobilier analogiques comme numériques).

4.1.5 Baies commerciales

- Observations @13, P9

RLPi : ARTICLE Bc1.1. DISPOSITIFS APPOSÉS DERRIÈRE LES BAIES COMMERCIALES. ZP1A : LES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES APPOSÉS DERRIÈRE UNE BAIE COMMERCIALE SONT AUTORISÉS DANS LA LIMITE D'UN DISPOSITIF PAR ACTIVITÉ. AUTRES ZP : DISPOSITIONS PARTICULIÈRES APPLICABLES AUX ZONES DE PUBLICITÉ N°1b, 2, 3 ET 4 : LES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES APPOSÉS DERRIÈRE LES BAIES COMMERCIALES SONT INTERDITS.

12. Contribution :

Afin de tenir compte des multiples usages de ces dispositifs dans des espaces plus ou moins grands et offrir à l'ensemble des acteurs les mêmes possibilités d'exploitations, nous suggérons de modifier les dispositions susvisées de la manière suivante : « Les supports lumineux destinés à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, ne peuvent excéder une surface maximale de 2m² (surface unitaire ou cumulée). »

Commentaire du commissaire enquêteur

Dans le RLPi, les dispositifs numériques derrière les baies sont autorisés dans centres-bourgs urbains, mais sont interdits dans toutes les autres zones. Il exclue donc tout commerce local qui serait situé dans d'autres zones (pharmacie, boulanger, agence, etc.).

4.1.6 Densité

- Observations @7, P6, @15

RLPi : LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SCELLÉS AU SOL DOIVENT PRÉSENTER UNE INTERDISTANCE MINIMALE DE 40M.

13. Contribution :

Nous préconisons de supprimer la disposition fixant une règle d'interdistance entre deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur domaine privé.

Si malgré tout, la CC souhaitait la conserver, il conviendrait de préciser « Les dispositifs publicitaires scellés au sol doivent présenter une interdistance minimale de 40m lorsqu'ils sont situés sur la même unité foncière ».

Commentaire du commissaire enquêteur

Le but recherché par l'intercommunalité est d'éviter la surcharge publicitaire.

Lors de l'étude du RLPi, en prenant pour référence le « Guide pratique de la publicité extérieure » édité par le Ministère de la transition écologique, j'avais déjà noté ce point. Cet article semble susceptible d'être source de contentieux, notamment pour deux parcelles contiguës : entre deux propriétaires qui aurait la priorité ?

Les contributions recueillies mettent en exergue cette potentielle source de contentieux à venir.

4.1.7 Publicités lumineuses

- Observations @9, P8, @25, @28

RLPi : LES PUBLICITÉS LUMINEUSES NE DOIVENT PAS, PAR LEUR INTENSITÉ OU LE CONTRASTE EXCESSIF QU'ELLES POURRAIENT GÉNÉRER, PORTER ATTEINTE À L'ENVIRONNEMENT ET AU CADRE DE VIE.

14. Contribution :

Ces dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans la mesure où les termes employés sont flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.

Nous demandons la suppression de ces dispositions.

Commentaire du commissaire enquêteur

Toute disposition laissée à une appréciation subjective est susceptible d'entraîner des contentieux. Cette règle vise à lutter contre les pollutions visuelles. Aussi, afin de la clarifier, est-il techniquement possible de fixer des seuils mesurables. ?

(Cf article R581-34 du CE ou Arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses.)

- Observation @18

15. Contribution :

L'interdiction de publicité lumineuse en ZP2 y proscrit le déploiement de mobilier urbain numérique. Quid du mobilier urbain éclairé par transparence qui dans le RNP est assimilé à la publicité non lumineuse ?

4.1.8 Économie

- Observation @20

16. Contribution

Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de la Communauté de Communes Le Grand Ouest Toulousain, nos représentants ont fait part, tout au long de la procédure, de leurs préoccupations et de propositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte dans le respect des sites sensibles de l'agglomération et des principales préoccupations environnementales présentées. En vain.

4.1.9 Juridique

- Observations @22 et @27

- Le projet de RLPI est non conforme à l'avis rendu par le Conseil d'État, qui a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.
- Le Conseil d'État a rappelé à plusieurs reprises qu'un règlement local de publicité ne pouvait, en droit ou en fait, avoir pour conséquence d'interdire la publicité de manière générale et absolue.
- La Cour administrative d'appel de Paris a jugé que la notion d'interdistance était entachée d'illégalité en raison de son inintelligibilité.

Commentaire du commissaire enquêteur

Il n'y a pas de question directement posée. Il appartient toutefois au service juridique de la communauté de communes de prendre en compte ces observations et d'évaluer la sécurité juridique du projet de RLPI.

4.2 OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

- Lors de la réunion de travail 15 novembre, une légère modification du périmètre des zones de publicité en centre bourg (ZP1) ou en secteur résidentiel (ZP2) a été évoquée.

17. Question

Cette évolution des zones ZP1 ou ZP2 est-elle entièrement définie (ou le sera-t-elle lors de l'approbation du RLPI) ?

- Le Code de l'environnement, dans ses articles R581-6 à R581-8-1 détaille la gestion des « Déclarations préalables » concernant les publicités et les préenseignes. Cette déclaration est faite auprès du maire de la commune où est envisagée l'implantation du dispositif ou du matériel.

L'article R581-8-1 prévoit que lorsque les compétences en matière de police de la publicité ont été transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale, le maire transmet la déclaration au président de l'EPCI.

18. Question

Le RLPI proposé à l'enquête ne semble pas aborder le sujet des déclarations préalables, ni de la compétence en matière de police de la publicité. Serait-il possible d'apporter des précisions sur ce point ?

- En page 83 du Rapport de présentation du RLPI, il est fait mention d'une centaine de dispositifs d'informations locales (SIL) implantés sur le territoire de la communauté de communes.

Bien que ceux-ci soient principalement gérés par le Code de la route et non par le Code de l'environnement (notamment par le RNP), en page 87, du rapport, il est défini un certain nombre d'enjeux au sein du paragraphe diagnostic / état des lieux pour l'élaboration du RLPI.

19. Question

Bien que mentionnée dans le rapport de présentation, la signalisation d'informations locales est absente du règlement écrit du RLPI. Comment la SIL est-elle traitée au sein de la communauté de communes, y-a-t-il une charte ou un projet de charte pour l'EPCI ? ?

➤Plusieurs contributions se réfèrent à l'écosystème économique de la publicité extérieure.

Ceci a un impact potentiel sur la fiscalité locale, au profit des communes, mais aussi pour les propriétaires qui louent un emplacement pour les dispositifs publicitaires.

20. Questions:

L'impact financier d'une réduction importante des supports publicitaires a-t-il été pris en compte par les communes au titre de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) ?

5 REMISE DU PV DE SYNTHÈSE

Le présent procès-verbal de synthèse des observations a été remis le 23 décembre 2024

Le commissaire enquêteur	Le représentant de la communauté de communes
Jean-Pascal COMMENGE	Solène LUTRAND Aurélie DUCRUET

Projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain

Mémoire détaillé en réponse au procès-verbal de synthèse du commissaire enquêteur

Monsieur le commissaire-enquêteur,

Nous accusons réception de votre courrier en date du 23/12/2024 nous adressant vos observations dans le cadre de l'enquête publique du Règlement Local de Publicité intercommunal.

1. CONTEXTE DE L'ENQUETE PUBLIQUE

L'enquête publique s'est tenue du 15 novembre au 16 décembre 2024.

Le commissaire enquêteur a réalisé trois permanences :

- Le vendredi 15 novembre 2024 de 14h à 16h, au siège du Grand Ouest Toulousain ;
- Le mercredi 27 novembre 2024 de 16h à 18h, à la mairie de Lévis ;
- Le lundi 16 décembre 2024 de 14h à 16h, au siège du Grand Ouest Toulousain.

Courriers reçus sur la plateforme en ligne : **5**

N°1 : Courrier de Charles-Henri DOUMERC - Union de la Publicité Extérieure

N°2 : Courrier de Charles-Henri DOUMERC, en complément de la contribution n°1

N°3 : Courrier de Charlotte VIALARD – JCDecaux

N°4 : Courrier de Patrick TREGOU – JCDecaux (cette contribution a aussi été reçue par courrier recommandé)

N°5 : Courrier de Nathalie MAZIC – Syndicat National de la Publicité Extérieure

Sur ces 5 courriers, 1 avis est défavorable et 4 avis ne se prononcent pas, mais sollicitent des évolutions du RLPI plus adaptées à leur activité.

Les 5 courriers proviennent de professionnels enseignistes et publicitaires, aucun commerçant ou association de commerçants ne s'est manifesté pendant l'enquête, ni aucun habitant.

Aucune contribution n'a été rédigée sur les registres papiers situés dans les mairies des communes et au siège du Grand Ouest Toulousain pendant toute la durée de l'enquête publique.

Un courrier recommandé a été reçu, il s'agit du même courrier que le n°4 susvisé, reçu sur la plateforme en ligne.

Le commissaire enquêteur a reçu une personne en permanence, qui n'a pas déposé de contribution durant cette dernière.

2. PROPOSITIONS DE REPONSES AUX 16 CONTRIBUTIONS DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR

Thématique commissaire enquêteur	N° contrib.	Texte de la contribution	Commentaires du commissaire enquêteur	Proposition de réponse du maître d’ouvrage
Zonage	1	<p>Courriers n°1, 2, 3 et 5</p> <p>- Nous regrettons qu’il n’y ait pas une zone relative aux axes structurants qui mériterait des dispositions particulières spécifiques afin de maintenir une présence de la communication extérieure sur ces secteurs à forte audience.</p> <p>Pour ces axes, nous proposons d’y autoriser la publicité murale et la publicité scellée au sol.</p> <p>Il s’agit de secteurs clairement identifiés sur 4 cartes jointes à la contribution (Plaisance-du-Touch, Légevin, Fontenilles, La-Salvetat-Saint-Gilles).</p> <p>- La communauté de communes est traversée par un réseau départemental, le long duquel il nous est indispensable de conserver des emplacements (Plaisance-du-Touch).</p> <p>Autres départementales indispensables à notre activité commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none">- La RD37 qui relie Légevin à Fontenilles ;- La RD42 qui rejoint ma RD 632 au niveau du centre de Plaisance-du-Touch ;- La RD50 qui traverse la commune de Plaisance-du-Touch du nord-est au sud-ouest ;- La RD68 qui traverse la commune de Fontenilles d’est en ouest ;- La RD82 qui traverse les communes de La Salvetat-Saint-Gilles et de Plaisance-du-Touch ;- La RD824 qui traverse la commune de Légevin d’est en ouest <p>Le SNPE sollicite la création d’une zone traitant spécifiquement la publicité le long de ces axes.</p>	<p><i>Le Code de l’environnement permet de prendre en compte cet aspect concernant la traversée des agglomérations : « lorsque la publicité est en bordure de routes à grande circulation .../... après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites ». La personne publique garde donc la maîtrise de la densité.</i></p>	<p>Sujet abordé : axes structurants</p> <p>Aucune zone n’est créée pour les axes structurants du territoire. La majorité des axes structurants se situe hors agglomération, où la publicité est d’ores et déjà interdite par le code de l’environnement.</p> <p>Les axes structurants situés en agglomération traversent les centres-bourgs patrimoniaux, classés ou non, et la collectivité souhaite uniformiser les dispositifs sur ces espaces pour favoriser la lisibilité et améliorer le paysage urbain.</p> <p>La publicité a de plus été réintroduite dans les centres-bourgs patrimoniaux afin de permettre la bonne signalisation des activités économiques, ce qui n’est pas une obligation du RLPi.</p>
	2	<p>Courrier n°1</p> <p>« La notion d’agglomération doit être entendue comme un ensemble d’immeuble bâti rapproché peu importe l’existence ou non des panneaux d’entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti ». Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.</p>	<p>Néant</p>	<p>Sujet abordé : notion d’agglomération</p> <p>Les limites d’agglomérations présentées dans le RLPi correspondent aux contours de la trame urbaine et correspondent donc aux agglomérations au titre du code de l’environnement. Celle-ci ont été déterminées en formalisant une zone tampon de 25 mètres autour des bâtiments existant, dans le but de matérialiser une interdistance de 50 mètres entre les bâtiments. Les panneaux d’entrée et de sortie d’agglomération ont uniquement permis de confronter les résultats.</p>

				L'agglomération ne prend pas en compte les hameaux isolés, qui n'ont pas vocation à accueillir des activités économiques et sont donc situés en ZP4. Toute activité économique créée pourra tout de même se signaler en respectant la réglementation propre à la ZP4, de manière à préserver le cadre de vie apaisé des zones situées hors agglomération.
Format	3	<p>Courriers n°1 et 5</p> <p>Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité.</p> <p>Afin de parfaire la bonne compréhension du futur RLPi, nous suggérons la modification suivante : « Un dispositif peut compter jusqu'à 2 cadres maximum ».</p>	<p><i>Les contributeurs s'inquiètent de la nature des dispositifs autorisés : une « incompréhension » sémantique sur le mot « face », qui pour le rédacteur du projet (et le public) correspond à un côté du dispositif, et qui pour les professionnels de la communication ou du marketing, correspond à une affiche ou une image. Il s'agirait de l'unité de base d'un réseau d'affichage. Après explication technique avec le correspondant de l'UPE, la question se trouve résumée ainsi :</i></p> <p><i>L'utilisation d'affiches déroulantes est-elle autorisée ? L'affichage déroulant est un système d'affichage qui permet d'afficher plusieurs affiches (ou « faces ») successivement sur un même support (cadre).</i></p>	<p>Sujet abordé : faces des dispositifs</p> <p>Les sociétés de communication extérieures utilisent le terme « cadre » à la place de « face » et demandent à changer ce terme dans le RLPi. Le RLPi est un document à destination de tous les usagers du territoire et qu'il doit pouvoir être compris par tous, notamment les personnes non habituées aux termes techniques de nos métiers. Ainsi, le terme de « face » restera ainsi dans le règlement, et ce dernier pourra être explicité afin de préciser la possibilité des affiches déroulantes.</p>
	4	<p>Courrier n°4</p> <p>Le mobilier urbain n'est pas un dispositif publicitaire car il n'est utilisé comme support de publicité qu'à titre accessoire. Les recettes publicitaires du mobilier urbain permettent de financer ce modèle, et participe ainsi à l'équilibre économique. Ce type de dispositif est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité. Toute réglementation supplémentaire est surabondante. Il conviendrait de ne pas en figer l'utilisation dans le RLPI. Le contributeur fait une proposition de rédaction d'un article préliminaire : « La publicité sur mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPI. »</p>	Néant	<p>Sujet abordé : mobilier urbain</p> <p>Bien que le mobilier urbain soit généralement maîtrisé par les communes (marché public/convention), le RLPi a permis de poser un cadre commun à l'ensemble des 8 communes concernant la publicité sur mobilier urbain.</p>
	5	<p>Courrier n°4</p> <p>Absence du type « colonne porte-affiche » dans le mobilier urbain. Demande de réintroduire les colonnes porte-affiches. La limitation à 2M² proscrit le déploiement d'affiches grand format (8M²).</p>	Néant	<p>Sujet abordé : typologie du mobilier urbain</p> <p>Ce type de support est inexistant sur le territoire. Lors de l'élaboration du RLPi, il n'a pas été souhaité de permettre explicitement cette typologie de mobilier urbain, peu caractéristique du territoire</p>
	6	<p>Courriers n°1 et 5</p> <p>Le format « 6 m² » n'existe pas en affiche pour nos réseaux. Ce projet conduirait donc les opérateurs souhaitant garder une présence en réseau d'affichage à se diriger vers un format 4 m², multipliant ainsi les formats</p>	<p><i>La demande semble se référer aux dimensions retenues dans le RNP via l'article R581-26 du code de l'environnement. S'agissant notamment des zones d'activité (ZP3), la limitation de la surface à un format</i></p>	<p>Sujet abordé : format</p> <p>La collectivité a souhaité encadrer les dispositifs de grande taille, mais a souhaité, pour les professionnels qui le souhaiteraient permettre d'implanter des dispositifs plus grands que le format standard de 2 ou 4 m².</p>

		sur l'aire de chalandise toulousaine. Pour toutes ces raisons, nous suggérons, sur cette zone, de pouvoir disposer d'un format d'affiche 8 m².	<i>non conventionnel peut s'avérer pénalisante pour les entreprises concernées.</i>	
	7	<p>Courrier n°1</p> <p>De nombreux annonceurs locaux profitent d'un éclairage par projection grâce à l'apposition d'une rampe sur le dispositif publicitaire. Dans le but d'une continuité d'offre limitant les investissements, nous souhaiterions conserver ces aménagements d'éclairage, et donc d'autoriser la présence d'éléments de débord.</p> <p>Nous proposons la disposition suivante : « Lorsqu'il existe, l'éclairage est réalisé par rampe ou rétro-éclairage. Les spots, quelle que soit leur forme, sont interdits ».</p>	<i>Cette demande veut aller dans le sens d'une économie de moyens. Selon la demande des contributeurs, les dispositifs existants pourraient continuer à être utilisés, mais les dispositifs nouveaux ou renouvelés seraient soumis à la nouvelle réglementation.</i>	<p>Sujet abordé : type d'éclairage des dispositifs lumineux</p> <p>La collectivité va étudier la possibilité d'autoriser les rampes d'éclairage.</p>
Habillage	8	<p>Courrier n°1</p> <p>Nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante : « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».</p>	<p><i>Les passerelles sont des outils imposés par la sécurité du travail. Il semble que techniquement elles puissent être intégralement repliées mais ne peuvent totalement disparaître à la vue. Le mot escamotable pourrait être remplacé par repliable. (Cf. Larousse : Escamotable se dit d'un meuble que l'on peut dissimuler dans un logement approprié)</i></p> <p><i>Dans le règlement du RLPI, il est possible dans ce contexte d'imposer une intégration visuelle améliorée pour une passerelle entièrement repliée (couleur du mur support ou autre).</i></p> <p><i>À noter que la correction du règlement est souhaitable, quel que soit le sort réservé à cette contribution, car les échelles ne sont pas des accessoires de sécurité, et il est interdit d'y travailler. Cette interdiction est clairement stipulée dans la réglementation (Article R4323-63 du Code du travail). L'échelle est considérée comme un moyen d'accès à un poste de travail sécurisé, mais pas comme le poste de travail en lui-même.</i></p>	<p>Sujet abordé : Accessoires de sécurité</p> <p>La collectivité va étudier la reformulation de l'article P0.6 2/ concernant les accessoires de sécurité.</p>
Interdiction	9	<p>Courrier n°1</p> <p>Nous préconisons de réintroduire en toutes zones la possibilité d'implanter des dispositifs muraux, dans un format maximal de 10,50 m² (8m² de surface d'affichage), dans le respect des règles prévues au RNP (règlement national de publicité).</p>	Néant	<p>Sujet abordé : Format</p> <p>Ce type de dispositif est peu présent sur le territoire du Grand Ouest Toulousain, qui ne compte que 19 dispositifs (7%), qui sont pour la majorité non conformes à la réglementation nationale, ou implantés de manière non qualitative. Il s'agit d'un type de dispositif que la collectivité ne souhaite pas développer dans un souci de cohérence à l'échelle du territoire et de qualité du cadre de vie.</p>

	10	<p>Courrier n°1</p> <p>Nous préconisons de permettre l’implantation de la publicité sur bâche de chantier et des bâches publicitaires en toutes zones et d’appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l’autorisation préalable au cas par cas.</p>	Néant	<p>Sujet abordé : publicité sur bâches</p> <p>Comme toute installation d’un dispositif supportant de la publicité, préenseigne ou enseigne, la publicité sur bâche est soumise soit à autorisation préalable, soit à déclaration préalable, et peut être autorisé par le maire sous réserve d’être conforme à la réglementation en vigueur. Un RLPI n’a pas pour objet de modifier le régime d’autorisation d’installation des dispositifs.</p> <p>Par ailleurs, la RNP n’autorise la publicité sur bâches que dans les communes appartenant à une unité urbaine de plus de 10000 habitants, à savoir Plaisance-du-Touch uniquement.</p>
	11	<p>Courrier n°4</p> <p>Propose de supprimer toute contrainte de format vis-à-vis du mobilier urbain publicitaire et de l’autoriser en toutes zones du futur RLPI (mobilier analogiques comme numériques).</p>	Néant	Voir contribution n°5
Baies commerciales	12	<p>Courrier n°1</p> <p>Afin de tenir compte des multiples usages de ces dispositifs dans des espaces plus ou moins grands et offrir à l’ensemble des acteurs les mêmes possibilités d’exploitations, nous suggérons de modifier les dispositions susvisées de la manière suivante : « Les supports lumineux destinés à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, ne peuvent excéder une surface maximale de 2m² (surface unitaire ou cumulée). »</p>	<p><i>Dans le RLPI, les dispositifs numériques derrière les baies sont autorisés dans centres-bourgs urbains, mais sont interdits dans toutes les autres zones. Il exclue donc tout commerce local qui serait situé dans d'autres zones (pharmacie, boulanger, agence, etc.).</i></p>	<p>Sujet abordé : dispositifs derrière baies commerciales</p> <p>Le RLPI prévoit que les dispositifs apposés derrière les baies commerciales sont autorisés uniquement en ZP1a.</p> <p>La collectivité va étudier la possibilité de faire évoluer la règle concernant les dispositifs lumineux apposés derrière les baies commerciales et éventuellement de les autoriser en ZP1b et en ZP3.</p>
Densité	13	<p>Courriers n°1 et 3</p> <p>Nous préconisons de supprimer la disposition fixant une règle d’interdistance entre deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur domaine privé.</p> <p>Si malgré tout, la CC souhaitait la conserver, il conviendrait de préciser « Les dispositifs publicitaires scellés au sol doivent présenter une interdistance minimale de 40m lorsqu’ils sont situés sur la même unité foncière ».</p>	<p><i>Le but recherché par l’intercommunalité est d’éviter la surcharge publicitaire.</i></p> <p><i>Lors de l’étude du RLPI, en prenant pour référence le « Guide pratique de la publicité extérieure » édité par le Ministère de la transition écologique, j’avais déjà noté ce point. Cet article semble susceptible d’être source de contentieux, notamment pour deux parcelles contiguës : entre deux propriétaires qui aurait la priorité ?</i></p> <p><i>Les contributions recueillies mettent en exergue cette potentielle source de contentieux à venir.</i></p>	<p>Sujet abordé : interdistances</p> <p>Le RLPI prévoit une interdistance minimale de 40 mètres entre 2 dispositifs scellés au sol. Une règle similaire existe déjà dans la RNP :</p> <p>Il y est précisé qu’un seul dispositif publicitaire n’est autorisé par unité foncière dont la longueur bordant la voie est inférieure ou égale à 40m ; par ailleurs le nombre de dispositifs autorisés augmente proportionnellement avec la longueur sur voie des unités foncière.</p> <p>Le RLPI vise à simplifier cette règle tout en gardant l’idée principale de limiter la densité.</p>
Publicités lumineuses	14	<p>Courriers n°1 et 5</p> <p>Les dispositions sont de nature à créer une véritable insécurité juridique tant pour les opérateurs économiques que pour les services chargés de la police administrative dans la mesure où les termes employés sont flous et ne sont pas définis par le projet de règlement.</p>	<p><i>Toute disposition laissée à une appréciation subjective est susceptible d’entraîner des contentieux. Cette règle vise à lutter contre les pollutions visuelles. Aussi, afin de la clarifier, est-il techniquement possible de fixer des seuils mesurables. ?</i></p>	<p>Sujet abordé : luminosité des dispositifs</p> <p>La règle du RLPI indique que les publicités lumineuses ne doivent pas éblouir les usagers, sans fixer de seuil de luminosité. L’article est donc soumis à interprétation et peut être revu en mentionnant l’article R581-34 du Code de l’Environnement et l’Arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la</p>

		Nous demandons la suppression de ces dispositions.	<i>(Cf article R581-34 du CE ou Arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses.)</i>	limitation des nuisances lumineuses, qui fixe les seuils de luminosité à ne pas dépasser. Le Code de l’Environnement n’étant pas figé dans le temps, le seuil défini lors de l’approbation du RLPi est susceptible d’évoluer et ces évolutions seront à prendre en compte pour les projets.
	15	Courrier n°4 L’interdiction de publicité lumineuse en ZP2 y proscrit le déploiement de mobilier urbain numérique. Quid du mobilier urbain éclairé par transparence qui dans le RNU est assimilé à le la publicité non lumineuse ?	Néant	Sujet abordé : Mobilier urbain numérique Ce point va être étudié par la collectivité.
Economie	16	Courrier n°5 Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de la Communauté de Communes Le Grand Ouest Toulousain, nos représentants ont fait part, tout au long de la procédure, de leurs préoccupations et de propositions d’aménagements réglementaires permettant d’améliorer les équilibres du projet de texte dans le respect des sites sensibles de l’agglomération et des principales préoccupations environnementales présentées. En vain.	Néant	Sujet abordé : TLPE et développement économique Le courrier n°5 indique que la publicité extérieure apporte des ressources non négligeables aux collectivités via la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) et permet le développement des activités économiques via la communication. Le RLPi étant plus restrictif que la réglementation nationale, la crainte émise dans le courrier n°5 est la potentielle privation de recettes pour les collectivités. Il est à noter qu’à ce jour, les communes de Plaisance-du-Touch et La Salvetat-Saint-Gilles sont les seules à avoir mis en place une TLPE. Par ailleurs, le RLPi permet encore largement l’implantation de dispositifs publicitaires. Les surfaces sont certes moins importantes que dans la réglementation nationale, mais l’autorisation des publicités a en parallèle été réintroduite dans les centres urbains patrimoniaux, ce qui n’est pas une obligation du RLPi.
Juridique	Sans numéro	<ul style="list-style-type: none">- Le projet de RLPI est non conforme à l’avis rendu par le Conseil d’État, qui a consacré l’impossibilité pour l’autorité locale de porter une atteinte excessive à l’activité économique des entreprises d’affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie.- Le Conseil d’État a rappelé à plusieurs reprises qu’un règlement local de publicité ne pouvait, en droit ou en fait, avoir pour conséquence d’interdire la publicité de manière générale et absolue.- La Cour administrative d’appel de Paris a jugé que la notion d’interdistance était entachée d’illégalité en raison de son inintelligibilité.	<i>Il n’y a pas de question directement posée. Il appartient toutefois au service juridique de la communauté de communes de prendre en compte ces observations et d’évaluer la sécurité juridique du projet de RLPI.</i>	Sujet abordé : Sécurité juridique Le RLPi du Grand Ouest Toulousain ne vise pas à interdire la publicité mais à lui donner un cadre qui soit en accord avec son environnement. Le service juridique et le bureau d’études ont été et continueront d’être sollicités pour évaluer la sécurité juridique du RLPi, et ce jusqu’à son approbation.

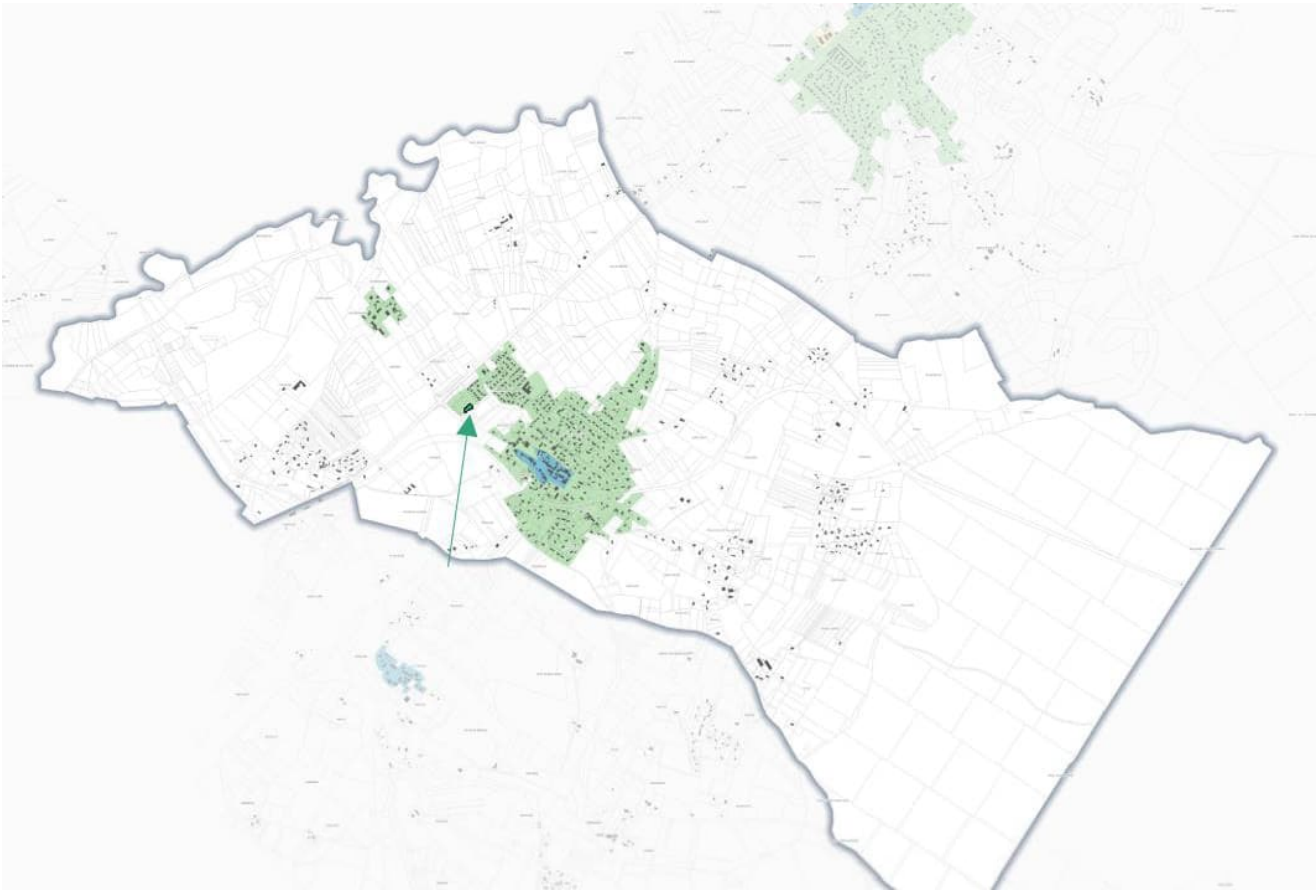
3. REPONSES AUX QUESTIONS N°17, 18, 19 ET 20 DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR

Question n°17 : Lors de la réunion de travail 15 novembre, une légère modification du périmètre des zones de publicité en centre bourg (ZP1) ou en secteur résidentiel (ZP2) a été évoquée. Cette évolution des zones ZP1 ou ZP2 est-elle entièrement définie (ou le sera-t-elle lors de l’approbation du RLPI) ?

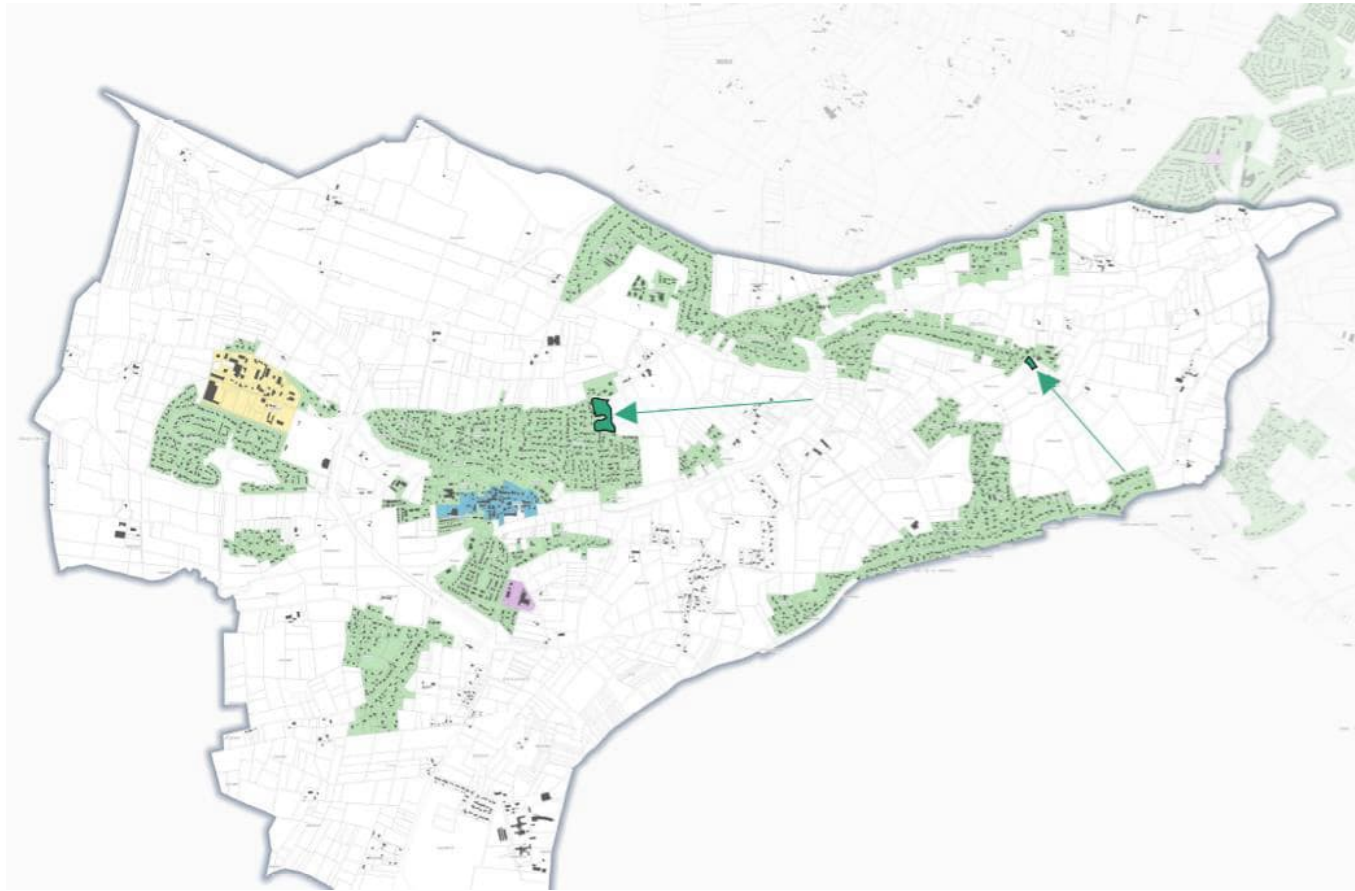
L’évolution du zonage concerne des lotissements nouveaux non cadastrés au moment de l’élaboration de ce dernier, qui sont aujourd’hui bâtis. Il y a lieu de prendre en compte ces lotissement et de les intégrer en ZP2 au lieu de les laisser en ZP4.

Espaces situés en ZP4 à intégrer en ZP2 :

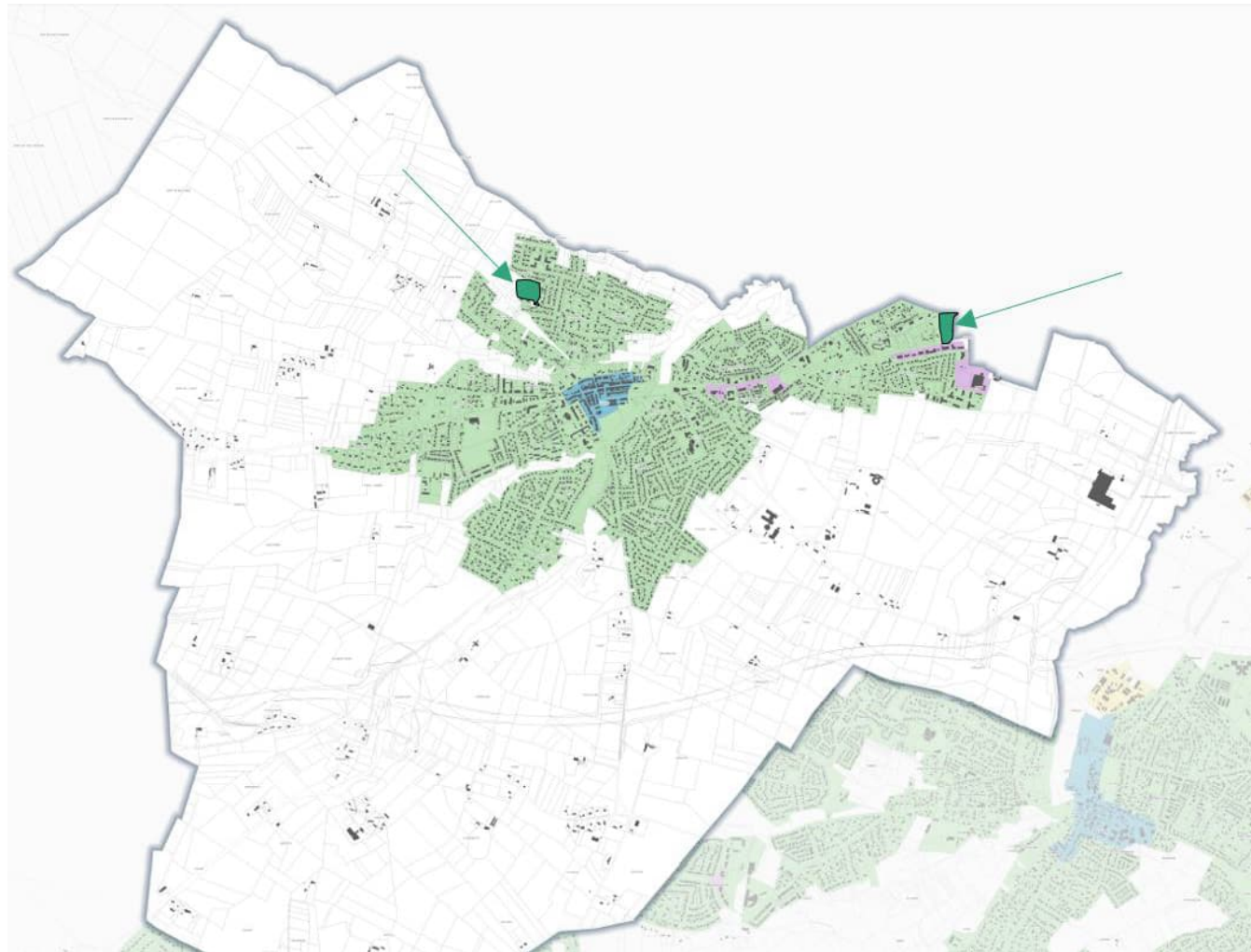
Commune de Lasserre-Pradère (avenue de Claouère)



Commune de Fontenille (allée Gentiana et chemin de Saint-Flour)



Commune de Léguevin (impasse des Cèdres et impasse des Cigales)



Question n°18 : Le RLPI proposé à l'enquête ne semble pas aborder le sujet des déclarations préalables, ni de la compétence en matière de police de la publicité. Serait-il possible d'apporter des précisions sur ce point ?

Le RLPI réglemeute uniquement la publicité et les enseignes, mais ne traite pas du régime des autorisations et déclarations préalables, ni des procédures de sanction, qui sont définis par la loi.

L'article L5211-9-2 du Code général des collectivités territoriales indique que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre est compétent en matière de règlement local de publicité, les maires des communes membres de cet établissement public transfèrent à son président leurs prérogatives en matière de police de la publicité.

Plusieurs communes s'étant opposées au transfert de la police de la publicité à la communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain, le Président a pris un arrêté en date du 01/07/2024 afin de renoncer au transfert de compétence, laquelle reste donc communale, même après approbation du RLPI.

Question n°19 : Bien que mentionnée dans le rapport de présentation, la signalisation d'informations locales est absente du règlement écrit du RLPI. Comment la SIL est-elle traitée au sein de la communauté de communes, y-a-t-il une charte ou un projet de charte pour l'EPCI ?

La SIL a été étudiée dans le cadre du diagnostic car elle fait partie des moyens de signalisation des activités ; néanmoins, il ne revient pas au RLPI de réglementer la SIL (dont les dispositions sont réglementées par le code de la route et non par le Code de l'Environnement, comme le RLPI).

La communauté de communes Le Grand Ouest Toulousain n'a pas élaboré de charte concernant les SIL. Néanmoins, plusieurs communes disposent de SIL.

Question n°20 : L'impact financier d'une réduction importante des supports publicitaires a-t-il été pris en compte par les communes au titre de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) ?

Les élus communaux ont bien pris en compte la TLPE durant l'élaboration du RLPI. A ce jour, Plaisance-du-Touch et La Salvetat-Saint-Gilles sont les seules communes du territoire à avoir mis en place la TLPE.