

PUBLICITÉ



PRÉ-ENSEIGNES



ENSEIGNES



*Pour une publicité harmonieuse dans nos paysages*

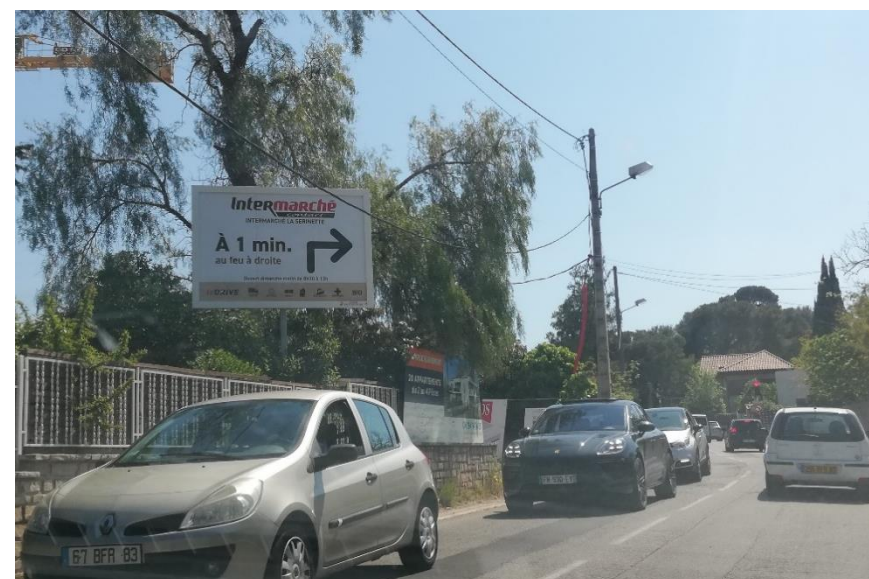




# LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

## Orientation n° 1 – Valoriser les paysages urbains et la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle de TPM

- Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés ;
- Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du territoire Métropolitain, c'est à dire :
  - aux différents profils des communes présents sur le territoire : définir un gradient entre centralités villageoises, centralités urbaines et pôles urbains structurants.
  - au tissu urbain (centre-ville, zone résidentielle, zone économique,...).
- Améliorer l'intégration urbaine des enseignes : encadrer leur nombre, leur format et leur qualité.



# LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

## Orientation n° 2 – Valoriser l'image de TPM par la qualité de ses entrées de villes et traversées de territoire

- Réduire l'emprise de l'affichage sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- Protéger les cônes de vues sur les éléments de patrimoine naturel et le bâti emblématique du territoire de la Métropole, ainsi que les ouvertures visuelles sur la mer.





# LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

## Orientation n° 3 – Préserver et mettre en valeur l'identité de TPM, ses richesses paysagères et patrimoniales

- Valoriser les entrées du **Parc National de Port-Cros** pour les communes adhérentes (Hyères, La Garde, Le Pradet) en adaptant l'affichage publicitaire selon les préconisations de la charte ;
- Limiter le développement de l'affichage publicitaire dans **les centres historiques**, travailler l'intégration architecturale et urbaine des enseignes, avec une attention particulière **en site patrimonial remarquable**.
- Limiter voire interdire certains dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes) pouvant impacter l'identité des paysages métropolitain, son littoral, ses îles, ses presqu'îles, ses massifs boisés, etc...



# LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

## Orientation n° 4 – Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles

- ✚ Prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler, notamment celles situées en retrait des axes principaux.
- ✚ Conserver la possibilité d'installer du mobilier d'information municipale, qui pourra éventuellement recevoir une face publicitaire nécessaire à la gestion de ces supports.
- ✚ « Aérer » le paysage urbain des zones commerciales en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.





# LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLPI

## Orientation n° 5 – Adapter la règle nationale d’extinction nocturne pour les dispositifs lumineux

- Limiter la pollution lumineuse et les consommations d’énergie en définissant une plage d’extinction nocturne adaptée aux publicités et enseignes lumineuses ;
- Limiter l’implantation de publicités numériques ;
- Encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l’intérieur des vitrines ou des baies d’un local à usage commercial ;

