



PUBLICITÉ

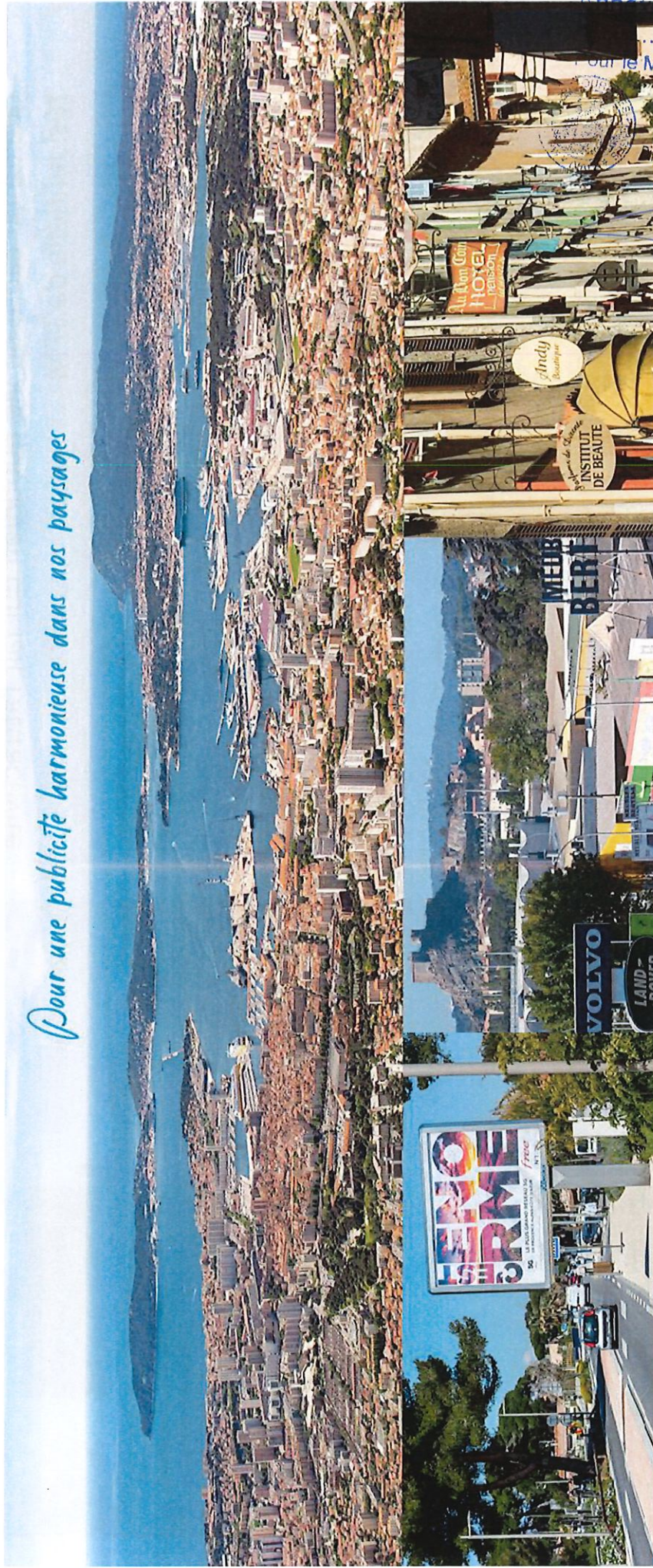


PRÉ-ENSEIGNES



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 ;

