



D.2020.02.05.5.2

**EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU SYNDICAT MIXTE DES TRANSPORTS EN COMMUN
DE L'AGGLOMERATION TOULOUSAINE**

Séance du 05 Février 2020

5 – PILOTAGE ET ATTRACTIVITÉ DU RÉSEAU**5.2 – Charte d'implantation des panneaux publicitaires dans le métro**

L'an deux mille vingt, le cinq février à Toulouse Métropole, le Comité Syndical du Syndicat Mixte des Transports en Commun de l'Agglomération Toulousaine, s'est réuni sous la présidence de Monsieur Jean-Michel LATTES, Président du Syndicat Mixte.

	PRESENTS	POUVOIR	ABSENTS EXCUSES
TOULOUSE METROPOLE			
ANDRÉ Gérard		X (Mme Traval-Michelet)	
AUJOULAT Michel	X		
BRIAND Sacha	X		
CARNEIRO Grégoire			X
CHOLLET François	X		
DEL BORRELLO Marc	X		
GRASS Francis	X		
KELLER Bernard	X		
LAGLEIZE Jean-Luc			X
LATTES Jean-Michel	X		
MARTI Marthe		X (M. Del Borrello)	
MOUDENC Jean-Luc		X (M. Lattes)	
TRAUTMANN Pierre	X		
TRAVAIL-MICHELET Karine	X		
SICOVAL			
AREVALO Henri	X		
LAFON Arnaud	X		
SITPRT			
BACOU Denis	X		
GUYOT Philippe	X		
MURETAIN AGGLO			
ROUCHON Adeline	X		
SUAUD Thierry		X (Mme Rouchon)	

A l'occasion du renouvellement de la régie publicitaire bus et métro portée par Tisséo Voyageurs, le parc publicitaire se modernise avec la réduction des panneaux papiers et l'extension du nombre de panneaux digitaux.

La publicité est un des moyens pour accroître l'attractivité du réseau, elle permet d'animer les espaces souterrains et d'apporter des recettes annexes pour l'Autorité Organisatrice des Mobilités.

Les dernières enquêtes (2013 et 2019) montrent que les voyageurs Tisséo ont une perception positive de la publicité de par son contenu et son caractère informatif. Cependant, certaines inquiétudes concernant l'impact des panneaux publicitaires sur l'architecture des stations et leur présence croissante montrent l'intérêt d'établir des règles pour assurer leur bonne implantation et leur acceptabilité.

Dans la continuité des mesures prises sur l'espace public par les collectivités compétentes en matière d'urbanisme, Tisséo Collectivités souhaite également réglementer la publicité dans les espaces dont il a la charge.

Ainsi et afin d'accompagner l'évolution du parc publicitaire, Tisséo Collectivités propose d'appliquer des critères d'implantations permettant d'assurer le confort du voyageur ainsi que l'harmonie des stations de métro.

Une étude, réalisée par le cabinet AREP, a permis d'analyser les impacts que peut avoir la publicité papier et numérique sur l'architecture des lieux, l'attractivité des œuvres d'art, la lisibilité des espaces et de l'information, ainsi que sur l'accessibilité des personnes les plus fragiles.

Cette étude a permis de définir des critères d'implantation qui seront appliqués dès début 2020 sur le nouveau parc publicitaire.

La volonté de Tisséo Collectivités est de rassembler ces règles dans une charte à destination de Tisséo Voyageurs et des prestataires en charge de l'implantation des panneaux publicitaires. Cette démarche est dans la continuité des études de Tisséo Collectivités sur l'amélioration de l'expérience voyageur à horizon 2025.

La présente délibération a pour objet de valider le contenu de la charte d'implantation des panneaux publicitaires dans le métro.

Les critères d'implantations de la charte publicitaire

Trois familles de critères d'implantations ont été définies :

a) Critère 1 : protéger les œuvres d'art et l'architecture des stations

L'aspect très singulier des stations toulousaines réside dans la place importante réservée au geste artistique, à l'œuvre d'art, donnant à chaque station son identité propre. Le caractère monumental des œuvres d'art est intégré dans l'architecture des stations et permet d'accompagner le voyageur dans ses déplacements.

Les présentes règles ont pour vocation de préserver ces spécificités afin de garantir le maintien de l'identité des stations de métro :

- Le panneau publicitaire ne doit pas être dans le champ visuel de l'œuvre d'art.
- Ne pas mettre de panneaux publicitaires à proximité des œuvres d'art.
- Etre vigilant à ce que les panneaux publicitaires ne se reflètent pas sur les œuvres d'art.

b) Critère 2 : assurer la lisibilité de la signalétique et des espaces

Au fil des années, les équipements des stations de métro se sont étoffés et n'ont pas fait l'objet de schéma d'organisation global. Or, il est important d'ordonner les différents éléments de la station pour assurer leur lisibilité et leur fonctionnalité :

- Veiller à respecter l'alignement des équipements dans la station de métro pour faciliter la lecture des informations.
- Regrouper les espaces publicitaires et les espaces d'information pour assurer leur identification.
- Ne pas mettre de panneaux publicitaires à proximité des panneaux signalétiques pour ne pas altérer leur lisibilité.

c) Critère 3 : Accessibilité et confort du parcours voyageur

La pose des panneaux publicitaires ne doit pas entraver le confort et l'accessibilité des voyageurs, notamment des plus fragiles :

- Ne pas poser de panneaux publicitaires à proximité des accès (escaliers, escalators et ascenseurs) à minima sur les flux entrants.
- Ne pas mettre de panneaux publicitaires en vis-à-vis pour éviter les effets « tunnel ».

La charte publicitaire annexée à la délibération permet d'illustrer ces différents critères avec des exemples précis.

D'autres préconisations sont également jointes pour maximiser le confort du voyageur :

- Répartir les dispositifs publicitaires sur l'ensemble des stations : éviter de centraliser les équipements sur quelques stations.
- Moduler la luminosité des écrans digitaux pour éviter les éblouissements.
- Prêter attention à diffuser des contenus non agressifs que ce soient dans la forme (flash, images rapides) que dans le fond pour améliorer l'acceptabilité de la présence de la publicité.

Le Comité Syndical :
Entendu l'exposé de Monsieur le Président,
Après en avoir délibéré et à l'unanimité des votants :

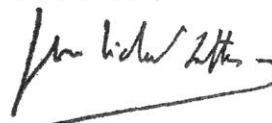
ARTICLE 1 : APPROUVE les objectifs de la charte publicitaire visant à assurer une implantation respectueuse des futurs panneaux publicitaires vis-à-vis de l'accessibilité, des œuvres d'art et du fonctionnement des stations de métro.

ARTICLE 2 : APPROUVE les critères d'implantations des panneaux publicitaires dans le métro Tisséo.

ARTICLE 3 : AUTORISE le Président à prendre toute mesure nécessaire à l'exécution de la présente délibération.

ARTICLE 4 : DIT que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Préfet pour contrôle de légalité.

Ainsi fait et délibéré les jour, mois et an
que dessus,
Pour extrait conforme,
Le Président,



Jean-Michel LATTES



charte d'implantation des panneaux publicitaires

05.02.20

pour



AREP designlab

Accusé de réception en préfecture
031-253100986-20200211-20200205-5-2D-
DE
Date de télétransmission : 11/02/2020
Date de réception préfecture : 11/02/2020

Sommaire

1- Introduction

Objectifs de la charte. 4

Fondement des trois critères d'implantation 5

Préconisations générales. 6

2 - Charte d'implantation

Typologie des espaces 8

Typologie des équipements et implantations 9

Panneaux publicitaires et œuvres d'art10

Panneaux publicitaires et signalétique, flux14

Panneaux publicitaires et accessibilité.17

La publicité est un des moyens d'accroître l'attractivité du réseau, elle permet d'animer les espaces souterrains et d'apporter des recettes annexes pour l'Autorité Organisatrice des Mobilités.

Les stations du métro toulousain ont la particularité d'avoir une identité propre que Tisséo Collectivités souhaite préserver. Les multiples équipements des stations depuis leur ouverture nécessite des règles pour assurer l'harmonie des lieux et le confort du voyageur.

A ce titre, Tisséo Collectivités souhaite apporter des règles à l'implantation des panneaux publicitaires dans les espaces dont il a la charge.

Éléments de contexte sur les stations de métro Tisséo

La structure des stations du métro toulousain développent des grands espaces ouverts depuis la salle des billets jusqu'au niveau intermédiaire et les mezzanines (pour les lignes A et B). Quelques stations présentent un espace central desservant les deux quais de part et d'autre de cette plateforme. La particularité se situe dans le contraste entre ces espaces d'accès largement dimensionnés et l'étroitesse des quais.

Les intentions architecturales et d'aménagements initiaux intègrent la présence des panneaux publicitaires dans les stations de métro. Ils sont en inclusion dans les parois et relativement peu nombreux. Les principes signalétiques se veulent très fonctionnels et minimalistes, récurrents d'une station à l'autre.

L'aspect très singulier des stations du métro toulousain réside dans la place importante réservée au geste artistique, à l'œuvre d'art, donnant à chaque station son identité propre. Le caractère monumental des œuvres d'art, traversant tous les niveaux vers les quais, assure la continuité entre la surface et le sous-sol. C'est un repère permettant d'accompagner le voyageur durant son parcours.

La céramique et l'inox sont des matériaux très utilisés dans l'aménagement des stations, ils sont propices à la réflexion des sources lumineuses.

L'installation des équipements dans la station de métro s'est faite au coup par coup selon des logiques propres à chaque typologie d'équipements (signalétique, information voyageur, billet-tique, publicité). Dans une logique d'attractivité du réseau, les services vont continuer à évoluer dans le métro, l'organisation actuelle des équipements ne permettent pas d'avoir une lisibilité claire des espaces et de leur fonctionnalité.

1 - Introduction

Objectifs de la charte

Les objectifs de la charte «Implantation des panneaux publicitaires» sont de plusieurs ordres :

Assurer l’harmonie des espaces et le confort du voyageur

La volonté de Tisséo Collectivités est de définir des critères permettant d’implanter des panneaux publicitaires de manière harmonieuse dans l’environnement du métro toulousain.

Trois grandes familles de critères ont été établies répondant aux objectifs suivants :

- Respecter les intentions architecturales et artistiques des stations de métro.
- Assurer la lisibilité des informations et des espaces en optimisant l’ensemble des services et équipements présents dans les stations de métro.
- Garantir l’accessibilité des plus fragiles.

Donner des règles claires aux acteurs de la publicité

Cette charte a pour principal objectif de faciliter le choix des implantations pour les équipes Tisséo et leurs prestataires en charge du déploiement des équipements publicitaires. Des schémas ainsi que des préconisations ont été formulés pour chaque famille de critère dans le but de faciliter leur compréhension.

Initier une démarche globale d’amélioration de l’expérience voyageur

Cette étude s’inscrit dans une démarche plus large appelée “Feuille de route- Expérience voyageurs”. Celle-ci a pour vocation d’inscrire un certain nombre d’actions pour améliorer le parcours-voyageur dans l’univers Tisséo.

Les bases posées dans ce présent document seront réintégrées dans les réflexions de la feuille de route, ce qui permettra notamment d’avoir un document unique sur la place relative entre les différentes typologies d’équipements à intégrer dans une station ainsi que leur organisation dans l’espace et au long du parcours du voyageur.

1 - Introduction

Fondement des trois critères d'implantation

Panneau publicitaire et œuvre d'art



Interférence sur l'œuvre d'art

- > quelle distance entre la sphère de l'œuvre d'art et le rayon d'action d'un écran ?
- Champ de vision sur l'œuvre d'art
- > quelles limites ?
- > tenir compte des reflets induits

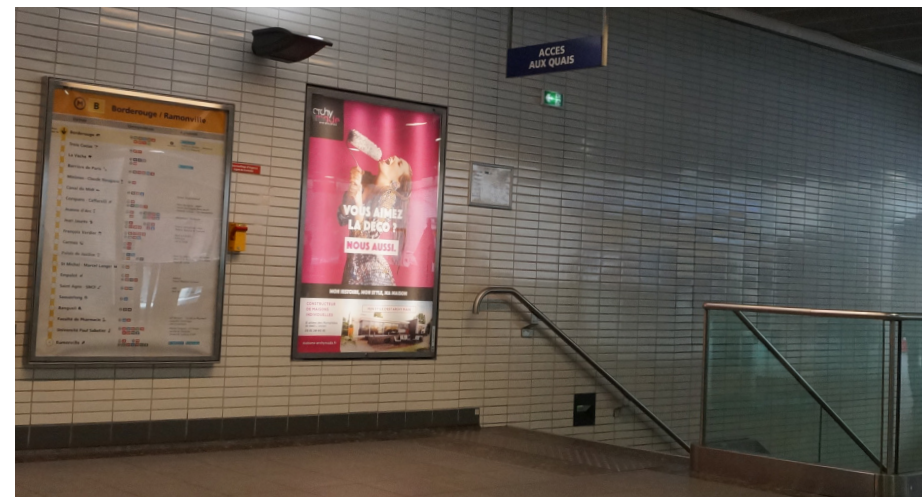
Panneau publicitaire et signalétique, flux



Proximité physique

- > quelle hiérarchie ?
 - > quel "poids" relatif ?
 - > quelles technologies ?
 - > quelle organisation ?
- Deux types d'informations en concurrence sur les espaces à occuper

Panneau publicitaire et accessibilité



Proximité avec les accès

- escaliers fixes et mécaniques, ascenseurs et espaces contraints (faible hauteur ou largeur)
- > comment protéger les personnes en fragilité ?
 - > comment faciliter leur compréhension de l'espace et faciliter leurs déplacements ?

1 - Introduction

Préconisations générales

L'affichage publicitaire dans les espaces publics est un sujet sensible. Il cristallise de nombreux sujets d'actualités tant sur le fond (**le message**), que sur la forme (**le support**) et son emplacement (**le lieu d'implantation**).

Afin d'apporter à l'affichage publicitaire une position d'équilibre dans les espaces Tisséo, le service rendu par l'affichage publicitaire et perçu par les voyageurs doit être en cohérence avec l'ensemble des services attendus des autres typologies d'équipement (signalétique, billettique, confort, etc).

1- Définir et hiérarchiser les fonctionnalités attendues en station

> définition de la feuille de route Expérience Voyageur

2- Déterminer les règles d'implantation des panneaux publicitaires

> définition des trois critères sur l'implantation des dispositifs publicitaires, à réintégrer dans la feuille de route Expérience Voyageur

3- Répartir les dispositifs publicitaires sur l'ensemble des stations

> éviter les surcharges et les "délaissés", modérer le quantitatif

4- Moduler la luminosité des écrans digitaux

> harmoniser l'aménagement des espaces et éviter l'éblouissement

5- Diffuser des contenus apaisants et informatifs

> améliorer l'acceptabilité de la présence de la publicité dans les espaces publics

2 - Charte d'implantation

2 - Charte d'implantation

Typologie des espaces

Les espaces des stations Tisséo sont séquencés en quatre types, et caractérisés par une fonctionnalité majeure.

Les accès à la station

> interface ville/station

Trémies signalées par l'édifice de l'ascenseur ou un totem, les circulations verticales et couloirs-pour les stations souterraines-conduisent à la salle des billets. Pour les stations de surface, les portes d'accès donnent directement accès à la salle des billets.

La salle des billets

> information, pré-orientation, achat et validation du titre de transport,

La salle de billets concentre les équipements : espace dédié à la cartographie de réseau, de quartier, à la vente de titres de transport, à l'accueil avec le personnel et à la validation des titres de transport.

La salle d'échanges

> orientation, choix de ligne, de direction

Pour une majorité de stations, la salle d'échanges est le dernier palier de la descente vers le quai. C'est le lieu où le voyageur doit faire le choix de la direction.

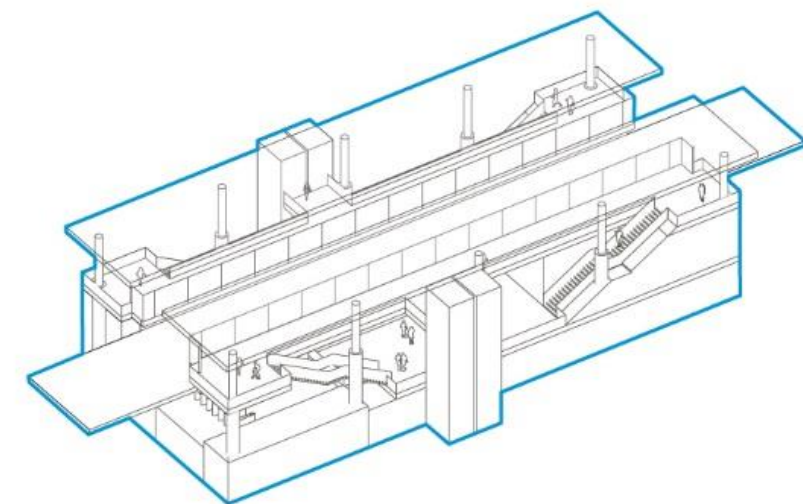
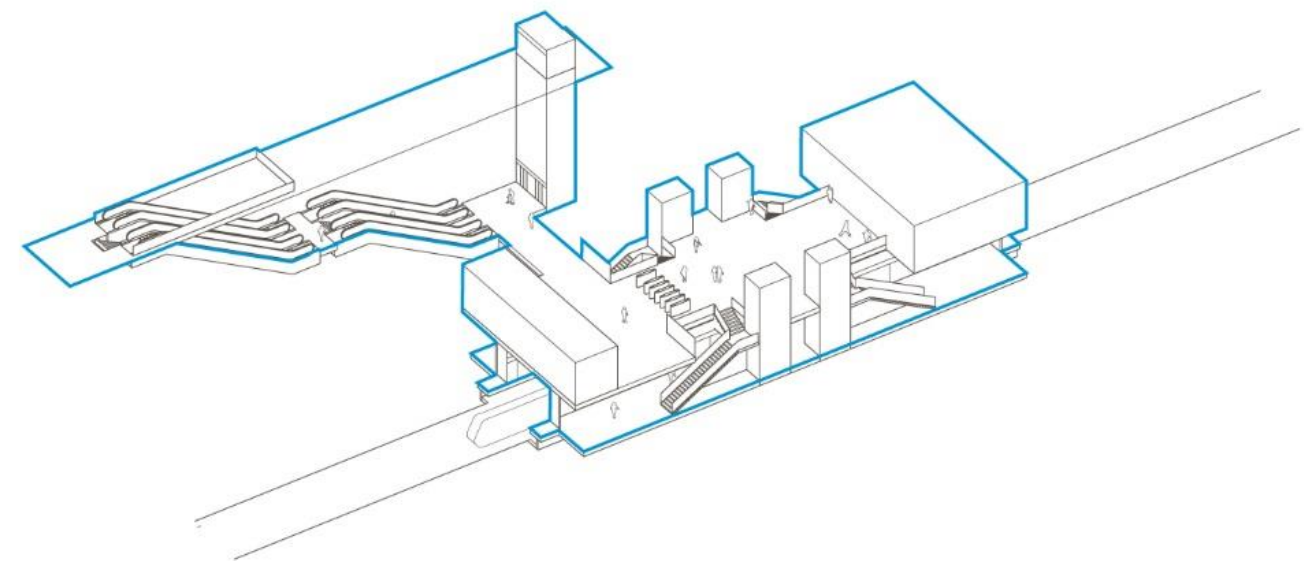
Pour une station plus complexe telle que Jean Jaurès, le voyageur doit dans un premier temps faire le choix de la ligne A ou B puis choisir sa direction.

Le quai

> attente, réassurance de la direction, informations directionnelles pour les sortants

Les quais ont généralement des dimensions contraintes, les mobiliers de confort sont peu nombreux.

Le déploiement des panneaux publicitaires doit être adapté à ces différents espaces, aux fonctionnalités attendues et au rythme de déplacement des voyageurs (heures de pointe, choix directionnels, hésitations, difficultés de déplacement, etc).

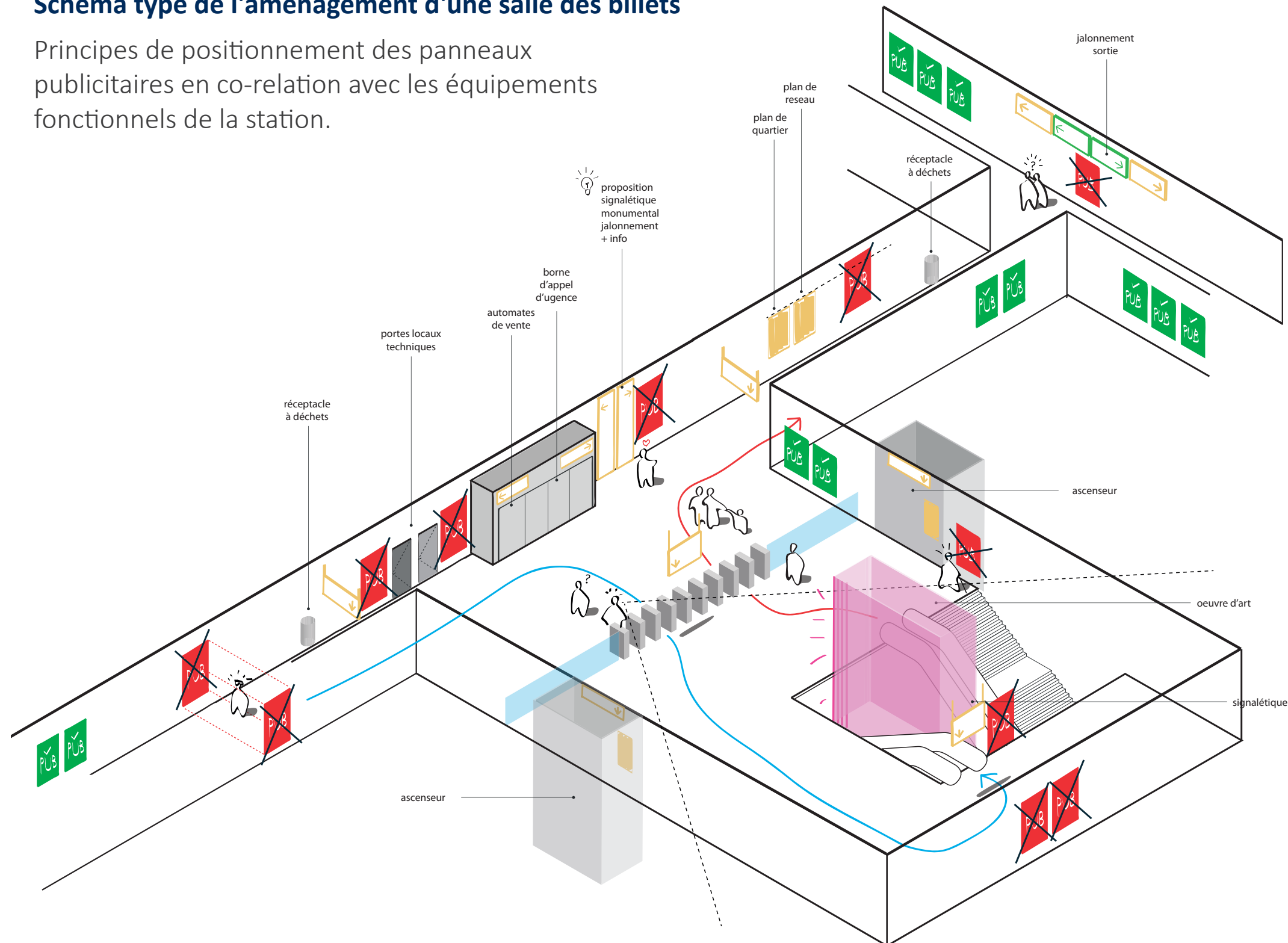


2 - Charte d'implantation

Typologie des équipements et implantations

Schéma type de l'aménagement d'une salle des billets

Principes de positionnement des panneaux publicitaires en co-relation avec les équipements fonctionnels de la station.



TYPES DES ÉQUIPEMENTS



INFORMATION VOYAGEUR

- éléments de consultation
- marquage et menu ascenseurs
- signalétique directionnelle
- intermodalité bus

EVACUATION, SECURITE ET ASSISTANCE

- bornes d'appel
- caméras surveillance
- balisage d'évacuation

ACCUEIL / VENTE ET RECHARGEMENT DE TITRES DE TRANSPORT / VALIDATION

- automate de vente et de rechargement
- ligne de contrôle

CONFORT DE L'USAGER

- réceptacle à déchets

COMMERCES ET PUBLICITÉS

- publicité numérique



OEUVRE D'ART



Panneaux publicitaires, emplacements recommandés



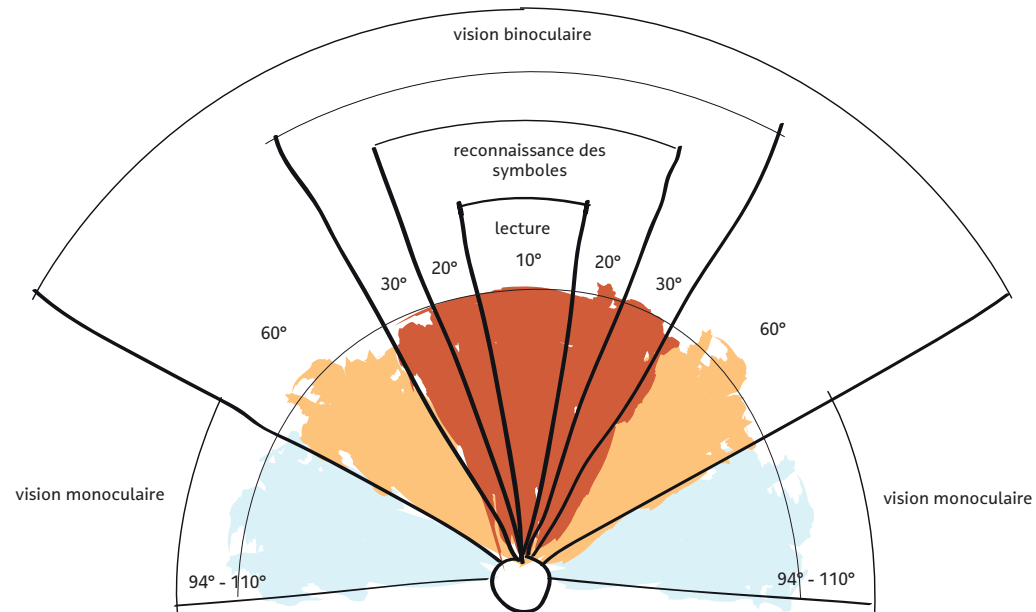
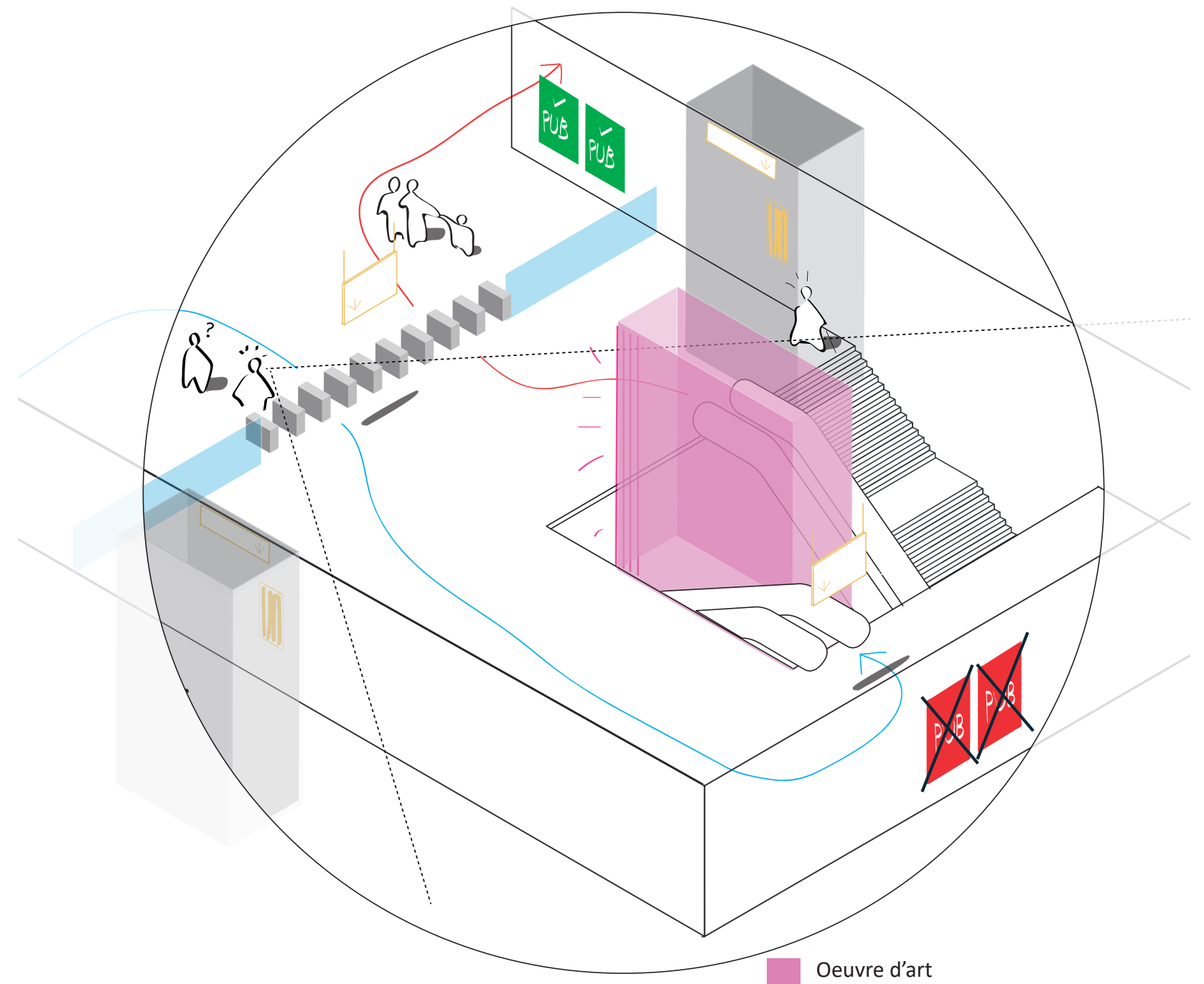
Panneaux publicitaires, emplacements défavorables

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et œuvres d'art

Champ visuel

Les œuvres d'art sont généralement visibles dès l'entrée dans la salle des billets, en flux entrant. Il ne peut y avoir d'écran publicitaire visible simultanément à l'œuvre d'art. Cette règle est à apprécier et à adapter selon la situation de l'œuvre d'art dans la station.

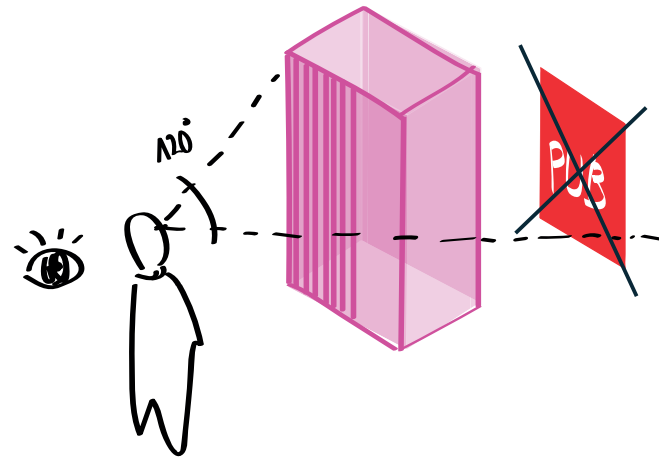


Champ de vision

La vision binoculaire couvre un maximum de 62° par œil soit 124°, dans ce champ de vision la perception n'est pas uniforme.

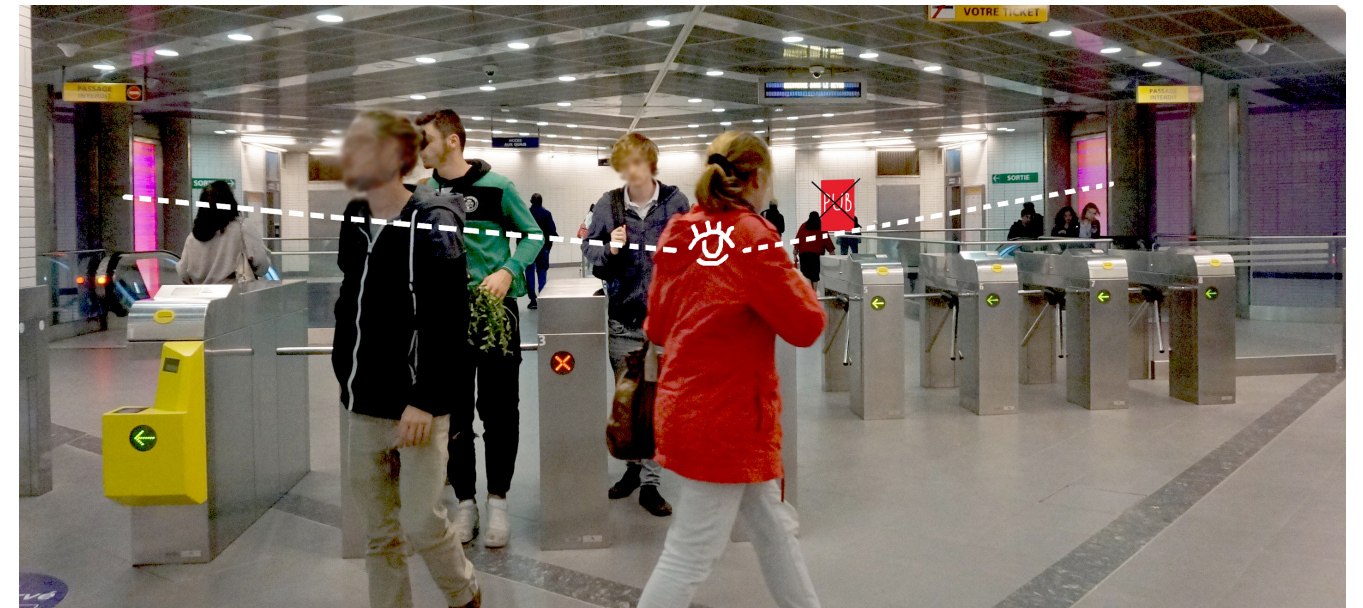
2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et œuvres d'art



Le panneau publicitaire ne doit pas apparaître dans le champ visuel, simultanément à l'œuvre d'art.

L'environnement autour de l'œuvre d'art doit être dégagé de toute publicité afin de ne pas perturber la visibilité de l'œuvre. Ce point est particulièrement important pour les flux entrants dans la station.



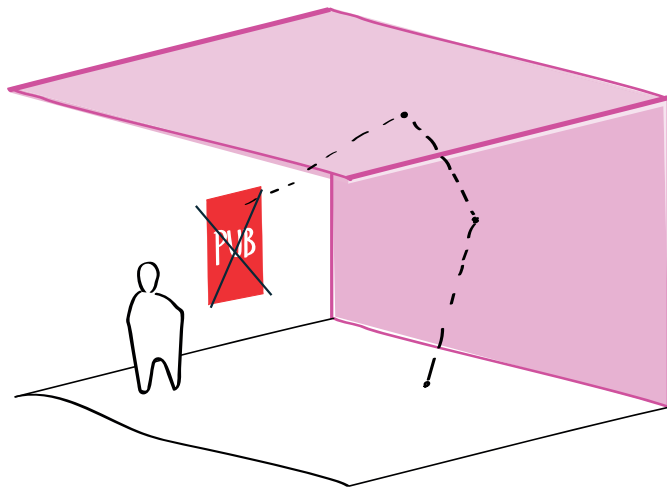
Compans Caffarelli - emplacement à proscrire : visibilité du panneau publicitaire simultanément à l'œuvre d'art (dans le champ visuel)



Barrière de Paris - emplacement à proscrire : visibilité des panneaux publicitaires simultanément à l'œuvre d'art (dans le champ visuel)

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et œuvres d'art



Le panneau publicitaire ne doit pas être installé dans le volume de l'œuvre d'art.

L'œuvre d'art peut être définie par un volume spatial. Les panneaux publicitaires ne doivent pas être placés dans ce volume. S'ils sont en périphérie de ce volume, leur face active ne doit pas pouvoir être vue simultanément à l'œuvre.



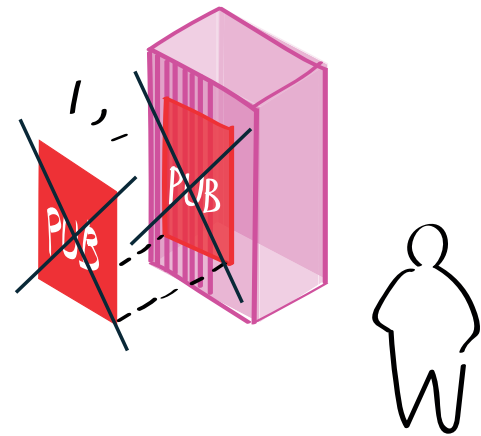
St-Cyprien République - emplacements à proscrire : emplacements dans le volume de l'œuvre d'art



Carmes - emplacements à proscrire : emplacements dans le volume de l'œuvre d'art

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et œuvres d'art

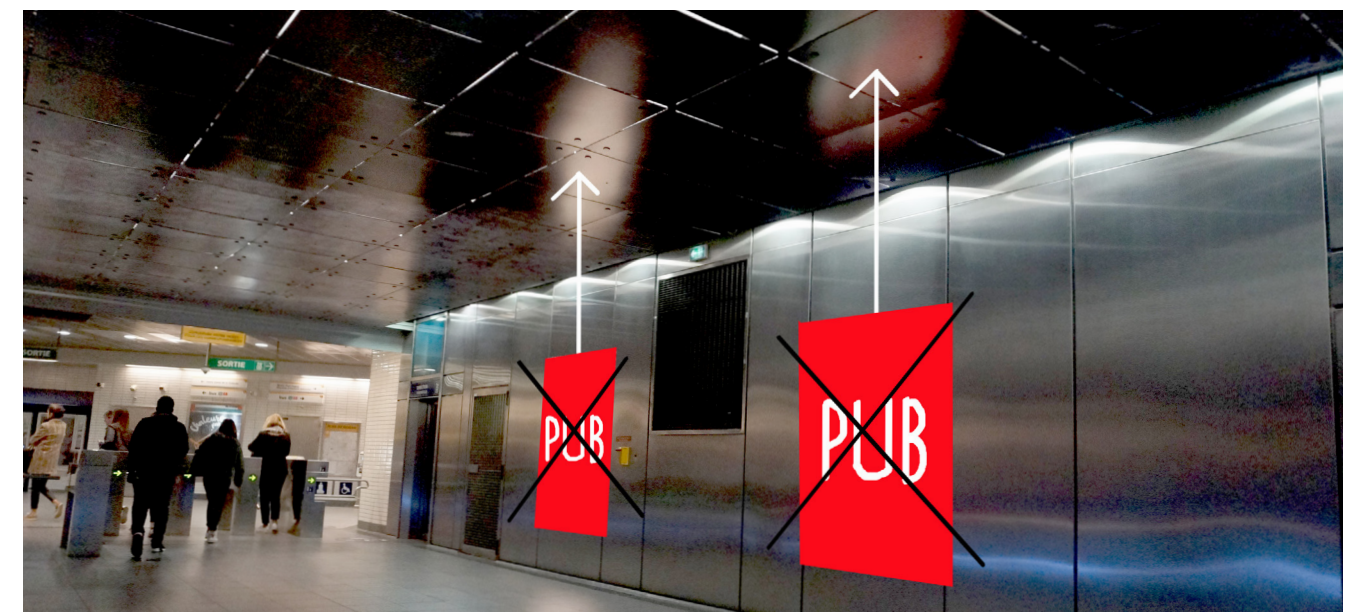


Le panneau publicitaire ne doit pas générer de reflets sur l'œuvre d'art.

Un écran digital, ou panneau publicitaire lumineux, même placé en dehors du volume de l'œuvre, ne doit pas générer de reflets ou toute autre incidence sur l'œuvre d'art.



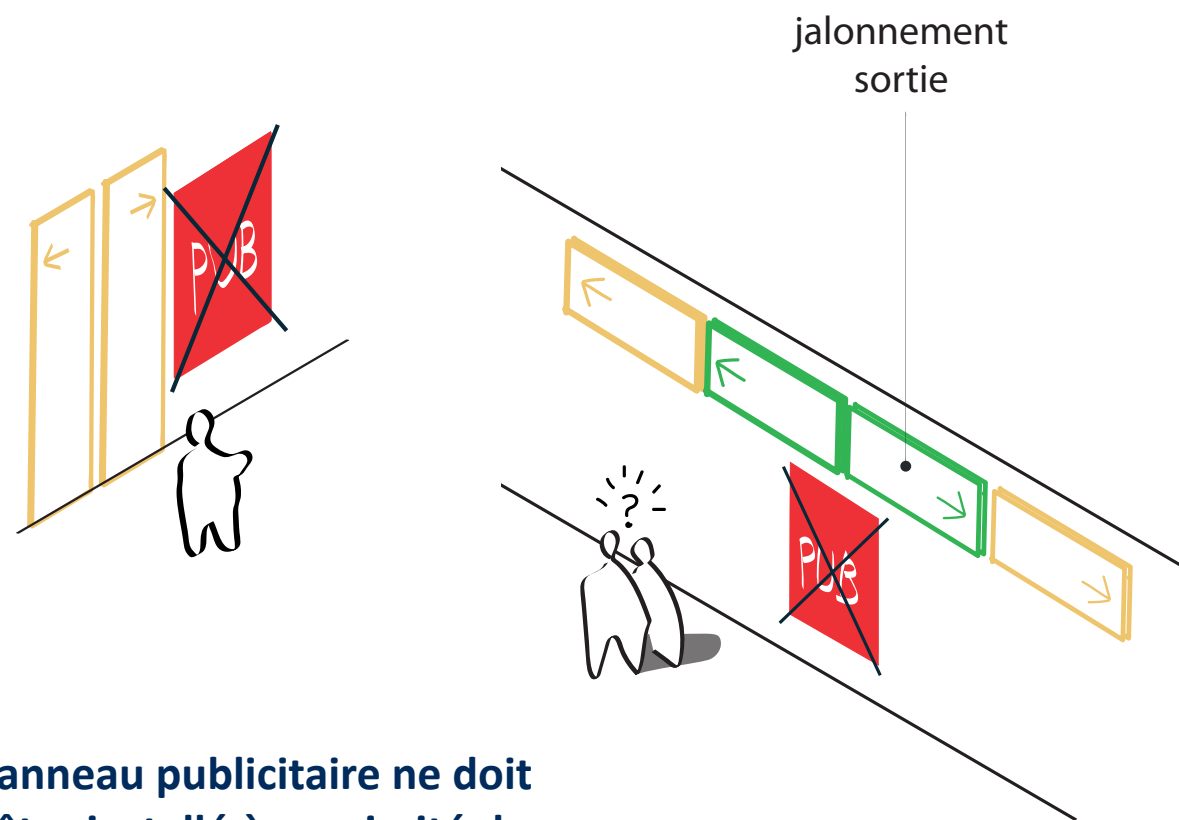
Borderouge - emplacement à proscrire : le panneau publicitaire génère des reflets sur l'oeuvre d'art



Carmes - emplacements à proscrire : les panneaux publicitaires génèrent des reflets sur l'oeuvre d'art

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et signalétique, flux

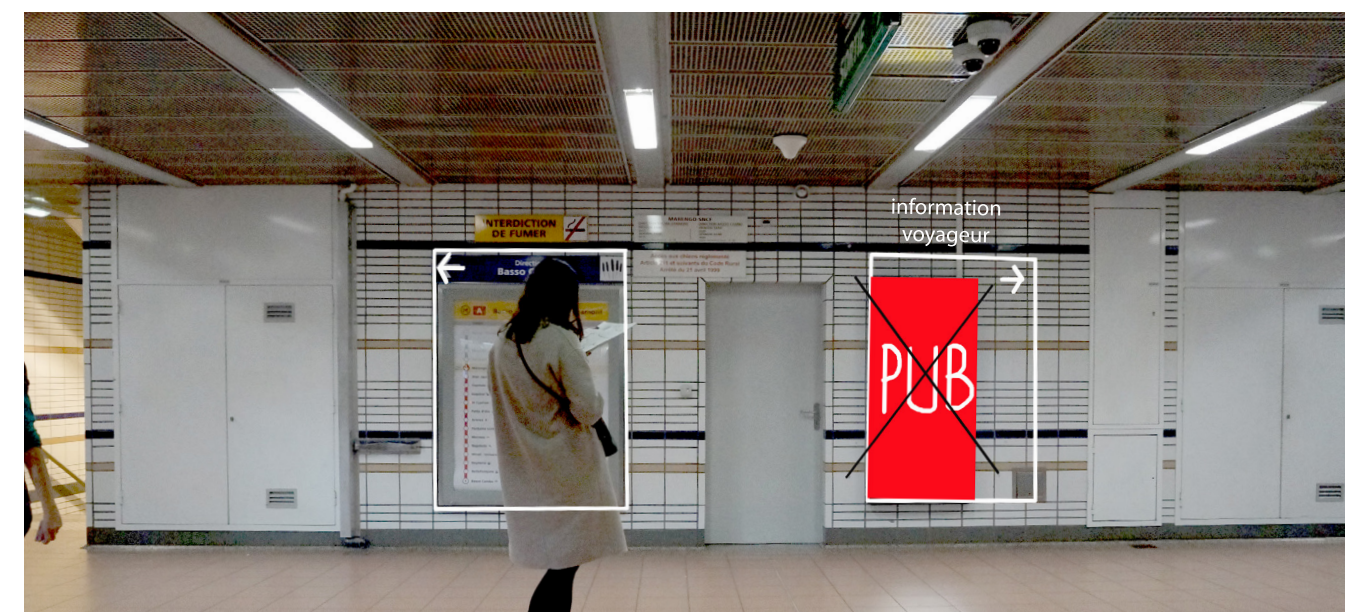


Le panneau publicitaire ne doit pas être installé à proximité des équipements fonctionnels de la station, et spécifiquement à proximité des équipements d'information et d'orientation.

Afin d'optimiser la lisibilité des espaces et des services, des zones de respiration doivent être préservées entre les équipements de différentes typologies.



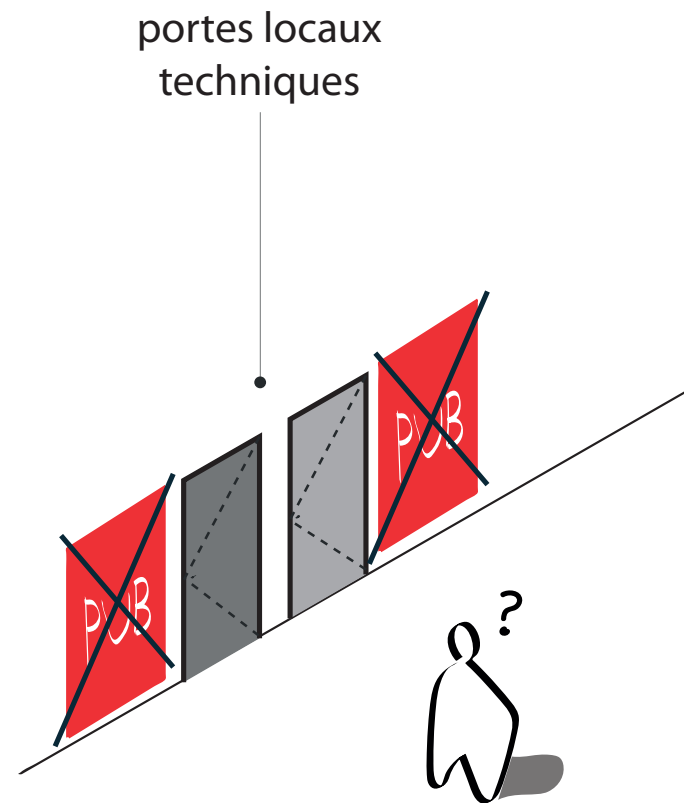
St-Cyprien République - emplacement à proscrire : en confrontation avec signalétique



Magenta - emplacement à proscrire : en confrontation avec signalétique

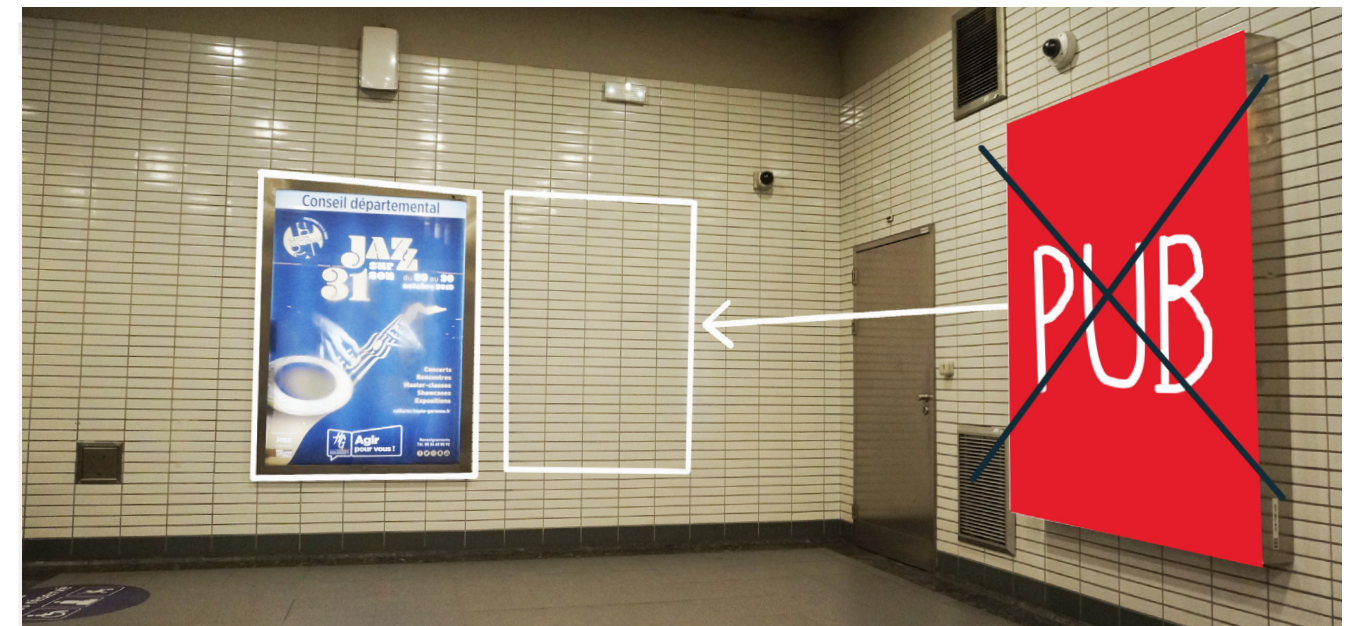
2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et signalétique, flux



Les panneaux publicitaires ne doivent pas être disséminés, au risque de dégrader la lisibilité des espaces.

Il s'agit d'éviter la dispersion des éléments de typologies différentes. Regrouper les panneaux informations voyageurs et les panneaux publicitaires entre eux permet de constituer des surfaces d'informations facilement identifiables dans les espaces des stations du métro.



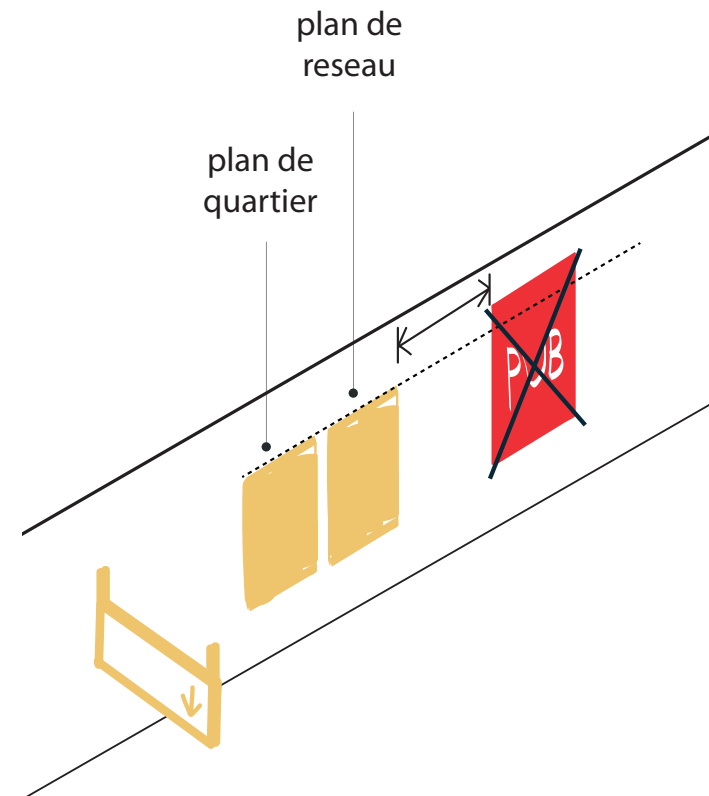
Barrière de Paris - emplacement à éviter : dispersion des éléments visuels



Empalot - emplacement à éviter : dispersion des éléments visuels

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et signalétique, flux



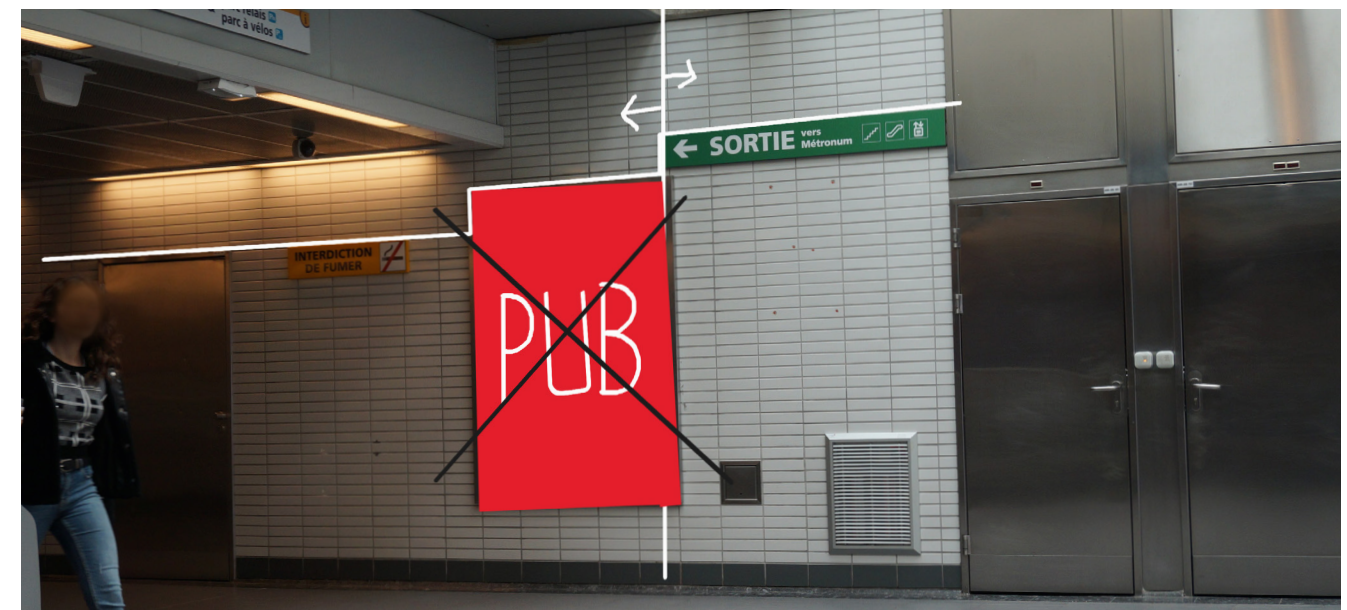
Le positionnement des panneaux publicitaires doit respecter alignements et espaces de respiration entre équipements

L'alignement entre les différents éléments visuels présents dans l'espace génère une harmonie et la cohérence de l'aménagement.

Une altimétrie homogène permet également de répondre aux nécessités ergonomiques de lecture.



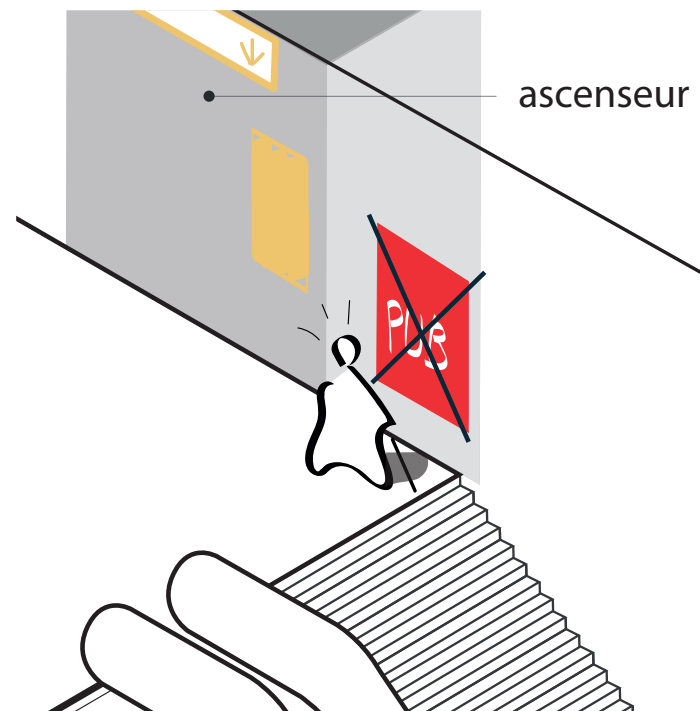
Jolimont - emplacement à proscrire : perte de lisibilité des informations voyageurs



Borderouge - emplacement à proscrire : perte de lisibilité des informations voyageurs

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et accessibilité



Le panneau publicitaire ne doit pas être installé à proximité d'un escalier ou d'un ascenseur.

D'une façon générale, il ne doit pas y avoir d'éléments au droit des accès, et notamment aux escaliers, changements de niveau. Les écrans digitaux sont fortement déconseillés aux accès car ils risquent de perturber la perception de l'espace et entraîner déséquilibre ou chute.



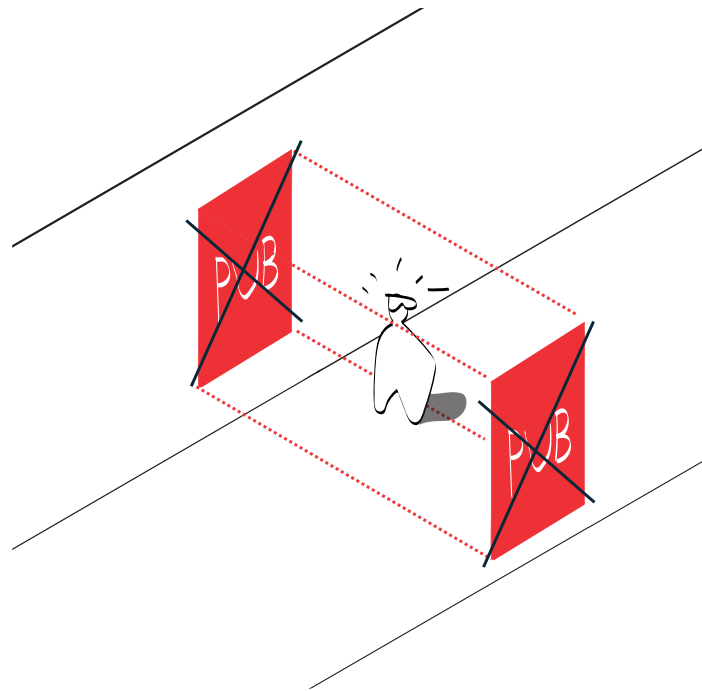
Borderouge - emplacement à proscrire : au droit des accès, changement de niveau



Jean Jaurès Quai Ligne B - emplacement à proscrire : au droit des accès, changement de niveau

2 - Charte d'implantation

Panneaux publicitaires et accessibilité



Les panneaux publicitaires ne doivent pas être installés en vis à vis

Le positionnement en vis à vis des écrans digitaux dans les espaces contraints est à éviter car il génère un effet “passage” ou sas, obstacle visuel à franchir. Cette configuration peut avoir un effet contreproductif pour la visibilité des annonces, par évitement.



Esquirol - emplacement en vis à vis à proscrire : obstacle visuel à franchir