

Révision du Règlement Local de la Publicité

Commune de Riorges

23 septembre 2019

Réunion publique

Organisation de la présentation

- 1** → Qu'est-ce que la réglementation de la publicité, que couvre t'elle, comment ?
- 2** → La démarche de la commune
- 3** → L'affichage extérieur sur Riorges, quels constats, quels enjeux ?
- 4** → Quel projet pour l'encadrement de l'affichage extérieur et la protection du cadre de vie ?
- 5** → Quelle traduction réglementaire ?



**Qu'est-ce-que la
réglementation de la
publicité?**

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le Règlement Local de la Publicité (RLP) a-t 'il vocation
à remplacer la Réglementation Nationale ?

 OUI

 NON

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le Règlement Local de la Publicité (RLP) a-t'il vocation à remplacer la Réglementation Nationale ?

OUI

NON

*La Réglementation nationale définit des périmètres d'interdiction relative et d'interdiction absolue de publicité. Un RLP **ne permet pas de déroger aux règles des périmètres d'interdiction absolue**, en revanche, **il permet d'encadrer de manière plus stricte et de déroger aux règles dans les périmètres d'interdiction relative.***

La Réglementation de la Publicité - Quizz



De quelle législation relève-t-elle ?



LE CODE DE L'URBANISME



LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT



LE CODE DE LA ROUTE

La Réglementation de la Publicité - Quizz



De quelle législation relève-t-elle ?



LE CODE DE L'URBANISME



LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT



LE CODE DE LA ROUTE

Issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'Environnement, l'actuel droit de la publicité extérieure reflète une aspiration environnementale large. En effet, l'article L.581-2 précise que c'est dans le but d'assurer la protection du cadre de vie, que des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes sont établies.

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le Règlement encadre :

Plusieurs choix sont possibles



La publicité extérieure



Les panneaux de signalisation routière



Les prospectus



Les enseignes



La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le Règlement encadre :

Plusieurs choix sont possibles



La publicité extérieure



Les panneaux de signalisation routière



Les prospectus

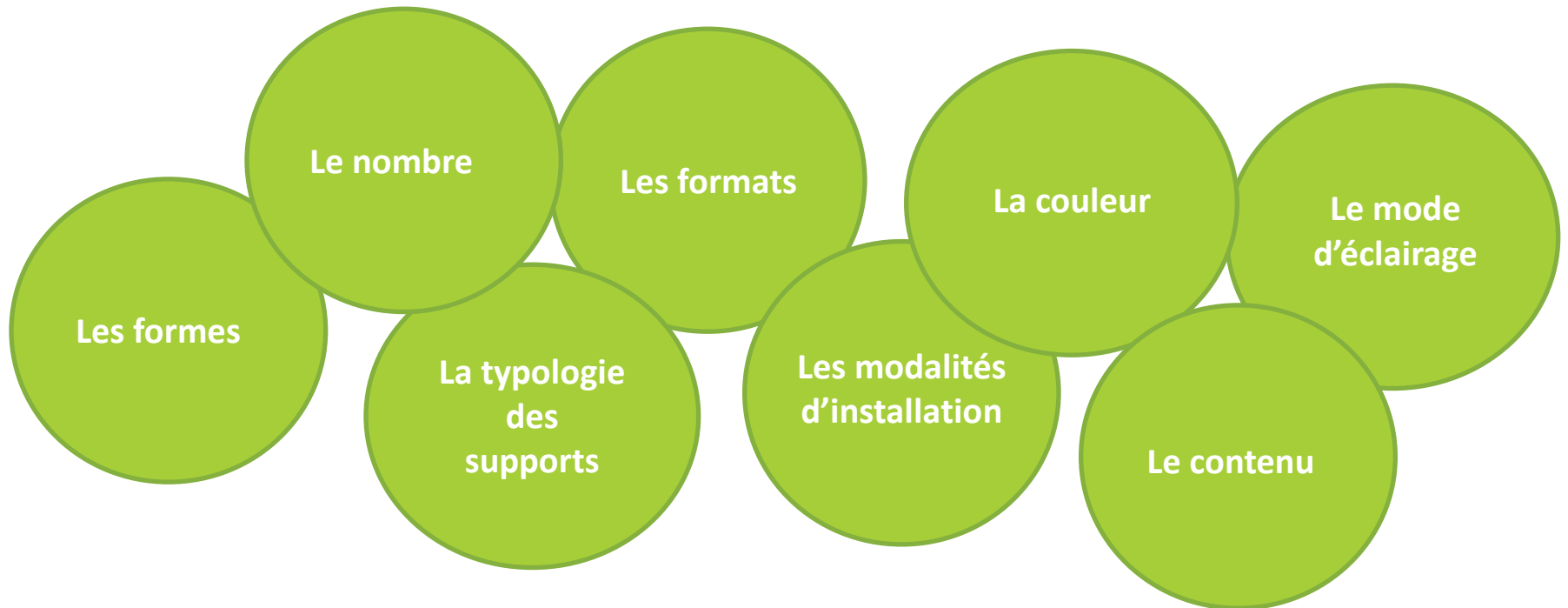


Les enseignes



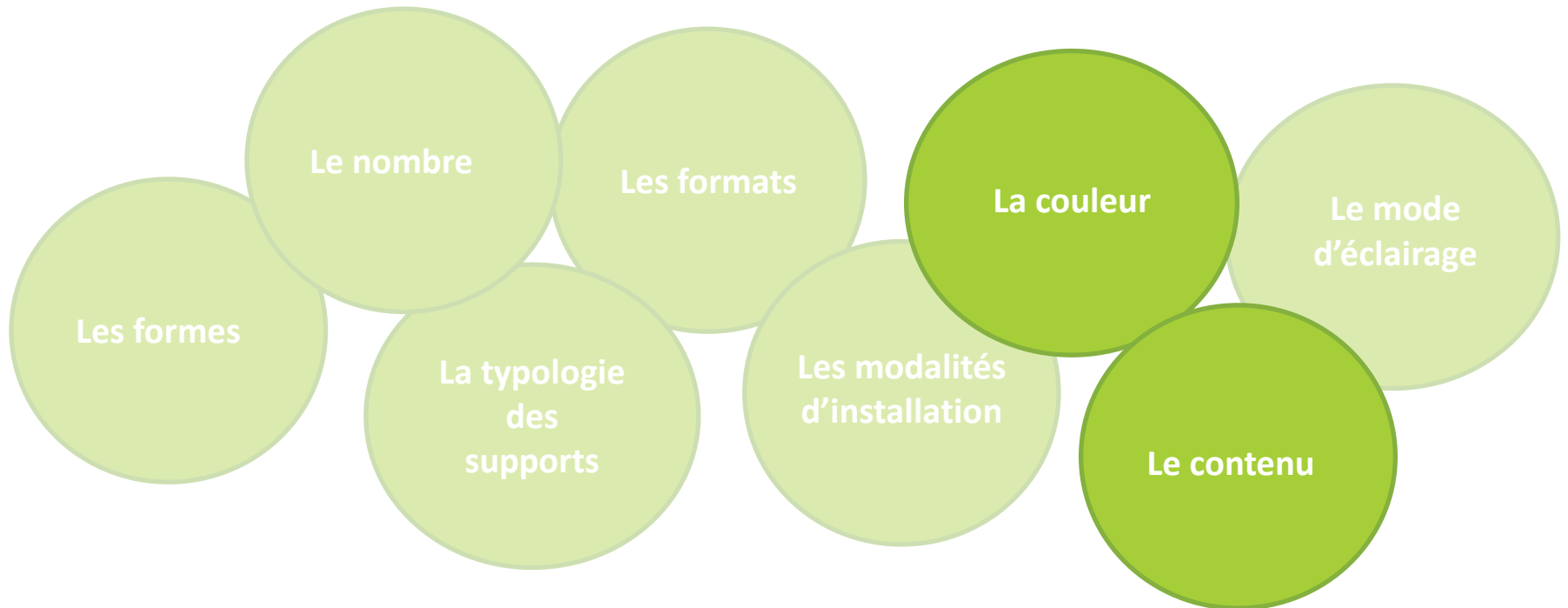
La Réglementation de la Publicité - Quizz

La Réglementation de l'affichage extérieur encadre tous les critères suivants sauf 2. Lesquels ?



La Réglementation de la Publicité - Quizz

La Réglementation de l'affichage extérieur encadre tous les critères suivants sauf 2. Lesquels ?



Qu'est-ce qui distingue ces 3 types de dispositifs : publicité, enseigne, pré-enseigne ?



LA LOCALISATION SUR LE DOMAINE PRIVE OU PUBLIC



L'OBJECTIF RECHERCHE



LE MODE D'IMPLANTATION

La Réglementation de la Publicité - Quizz

PUBLICITE

« Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer l'attention. »



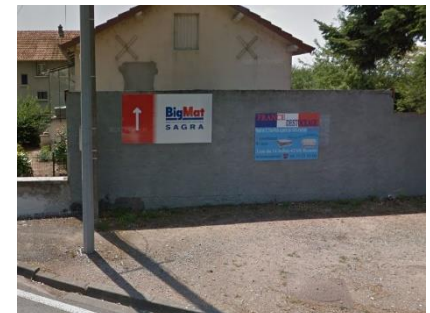
ENSEIGNE

« Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce. »



PRE-ENSEIGNE

« Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée. »



La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, la Réglementation de l'affichage extérieur encadre-t-elle les dispositifs de manière uniforme sur l'ensemble du territoire ?

 OUI

 NON



En agglomération



Hors agglomération et dans les espaces agro-naturels



A proximité d'espaces patrimoniaux

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, la Réglementation de l'affichage extérieur encadre-t-elle les dispositifs de manière uniforme sur l'ensemble du territoire ?

OUI

NON



En agglomération



Hors agglomération et dans les espaces agro-naturels



A proximité d'espaces patrimoniaux

La Réglementation de la Publicité - Quizz

Ces dispositifs sont-ils conformes à la Réglementation en vigueur ?

 OUI

 NON



La Réglementation de la Publicité - Quizz

Ces dispositifs sont-ils conformes à la Réglementation en vigueur ?

 OUI

 NON



La Réglementation de la Publicité - Quizz

L'implantation de publicité, pré-enseigne ou enseigne répond-elle à des démarches administratives spécifiques ?

 OUI

 NON

La Réglementation de la Publicité - Quizz

L'implantation de publicité, pré-enseigne ou enseigne répond-elle à des démarches administratives spécifiques ?

 OUI

 NON

Les dispositifs sont soumis à un régime d'autorisation ou de déclaration préalable selon le cas considéré :

Sont soumises à autorisation préalable les publicités numériques, de dimensions exceptionnelles ainsi que les bâches, de même que les enseignes implantés dans des périmètres d'intérêt patrimoniaux ou installées sur les territoires couverts par un Règlement Local de Publicité, les enseignes à rayonnement laser

Lorsque la publicité n'est pas soumise à autorisation préalable, le dispositif qui la supporte doit faire l'objet d'une déclaration préalable à l'occasion de son installation, de sa modification ou de son remplacement. Hors les cas d'autorisation, les enseignes ne sont soumises à aucune formalité préalablement à leur installation.

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le RLP actuellement en vigueur sur la ville de Riorges restreint la publicité et les enseignes dans quel(s) secteur(s) ?



SUR L'ENSEMBLE DES SECTEURS URBANISES



UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS



UNIQUEMENT DANS LES ZONES D'ACTIVITES



UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS ET
DANS LES ZONES D'ACTIVITES

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le RLP actuellement en vigueur sur la ville de Riorges restreint la publicité et les enseignes dans quel(s) secteur(s) ?



SUR L'ENSEMBLE DES SECTEURS URBANISES



UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS



UNIQUEMENT DANS LES ZONES D'ACTIVITES



UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS ET
DANS LES ZONES D'ACTIVITES

La Réglementation de la Publicité - Quizz

Combien de dispositifs publicitaires sont présents sur la commune ?



PLUS DE 100



UNE CINQUANTAINE



UNE DIZAINE

La Réglementation de la Publicité - Quizz

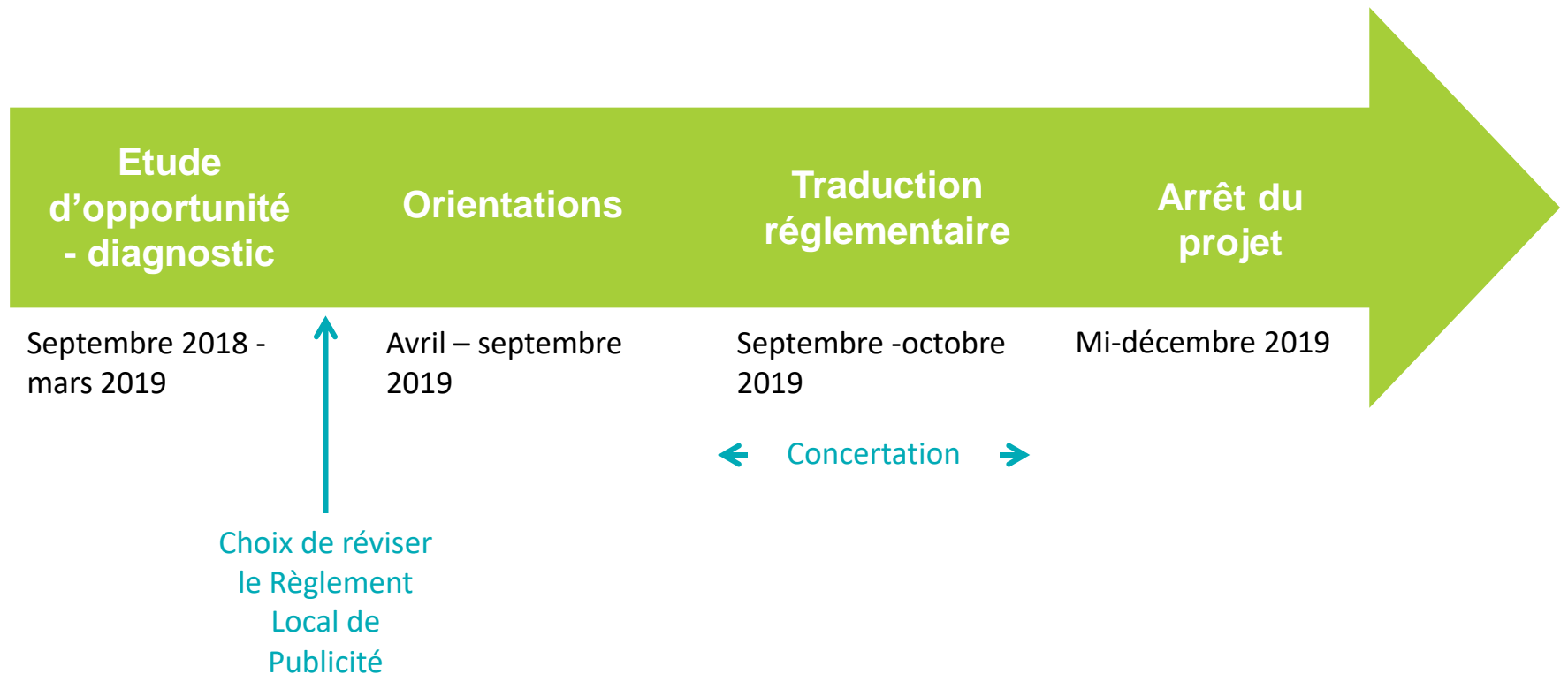
Combien de dispositifs publicitaires sont présents sur la commune ?

-  PLUS DE 100
-  UNE CINQUANTAINE
-  UNE DIZAINE



La démarche de la commune

La démarche de la commune



Les compétences et obligations induites par le RLP

- ➡ L'instruction des demandes et le pouvoir de police sont toujours de compétences communales

- ➡ L'entrée en vigueur du RLP entraîne dès sa publication :
 - **Une obligation de mise en conformité des publicités/pré-enseignes existantes dans un délai de 2 ans**

 - **Une mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans**



**L'affichage extérieur sur
Riorges, quels constats?
Quels enjeux ?**

Synthèse + POINTS POSITIFS



Boulevard Ouest



Rue Léon Blum



Avenue Charles de Gaulle



Rue de Saint Alban



Rue du Fuyant

Synthèse - POINTS NÉGATIFS/PROBLÉMATIQUES NOUVELLES



Rue du Fuyant



Rue Jean Rostand



Rue Aristide Briand



Avenue Charles de Gaulle

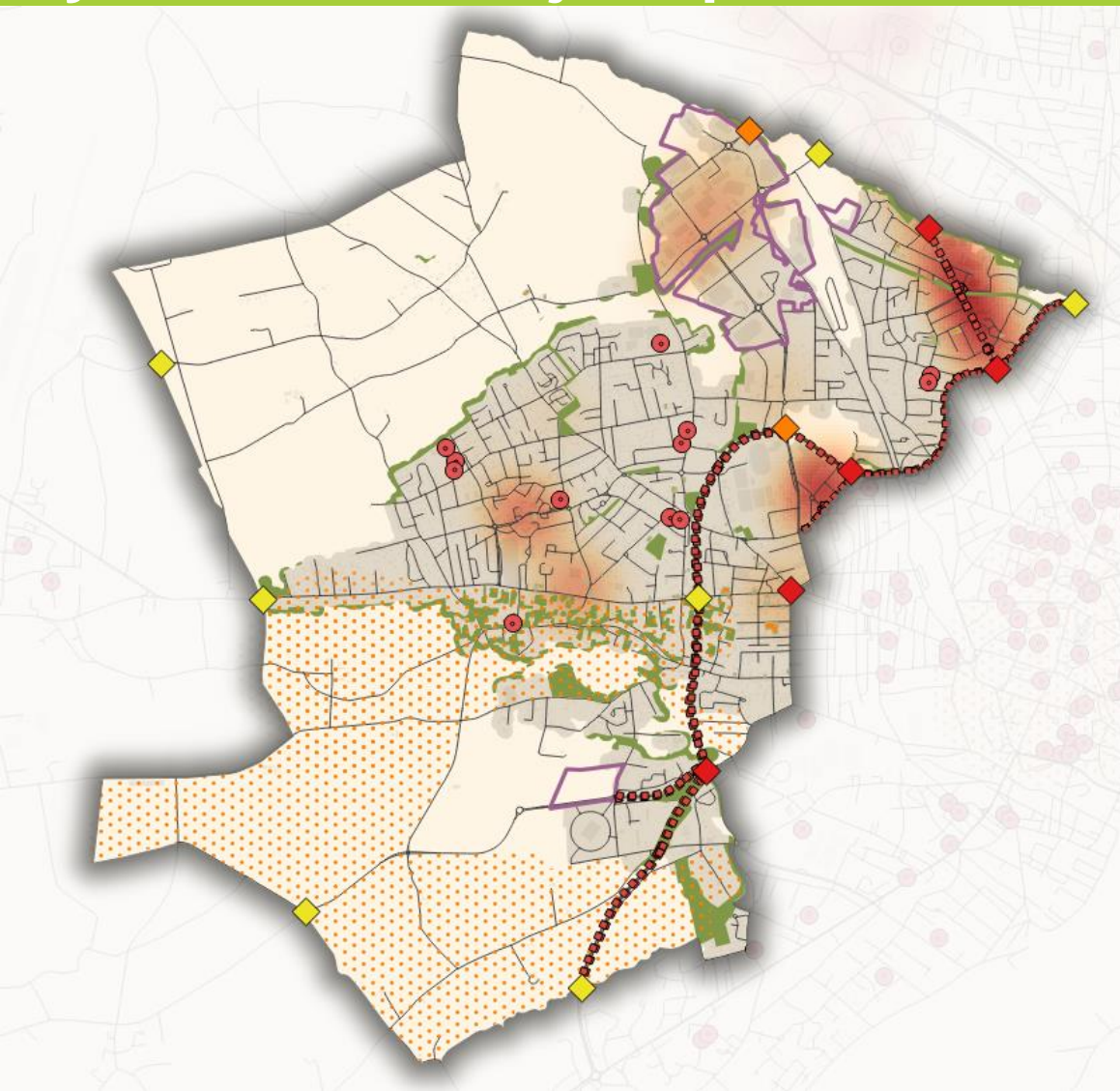


Rd-Point du Marlet, Roanne



Avenue Charles de Gaulle

Synthèse des enjeux publicitaires à Riorges



Sites et bâtis d'intérêt patrimonial à préserver de l'affichage extérieur : prévention des phénomènes de covisibilité, respect des ambiances paysagères...

■ Bâti identifié dans le PLU

● AVAP et périmètre MH

■ Une trame verte urbaine à préserver

● Des sites dont les usages nécessitent une vigilance accrue en termes de qualité du cadre de vie (équipements publics)

Les entrées de ville/agglomérations : des espaces vitrines à valoriser

◆ Entrée très sensible à l'affichage extérieur

◆ Entrée moyennement sensible à l'affichage extérieur

◆ Entrée peu sensible à l'affichage extérieur

● Les « points noirs » paysagers : des secteurs concentrant de nombreux dispositifs et des enjeux économiques

— Zones d'activités économiques actuelles et futures nécessitant un besoin d'affichage et une lisibilité pour leur attractivité

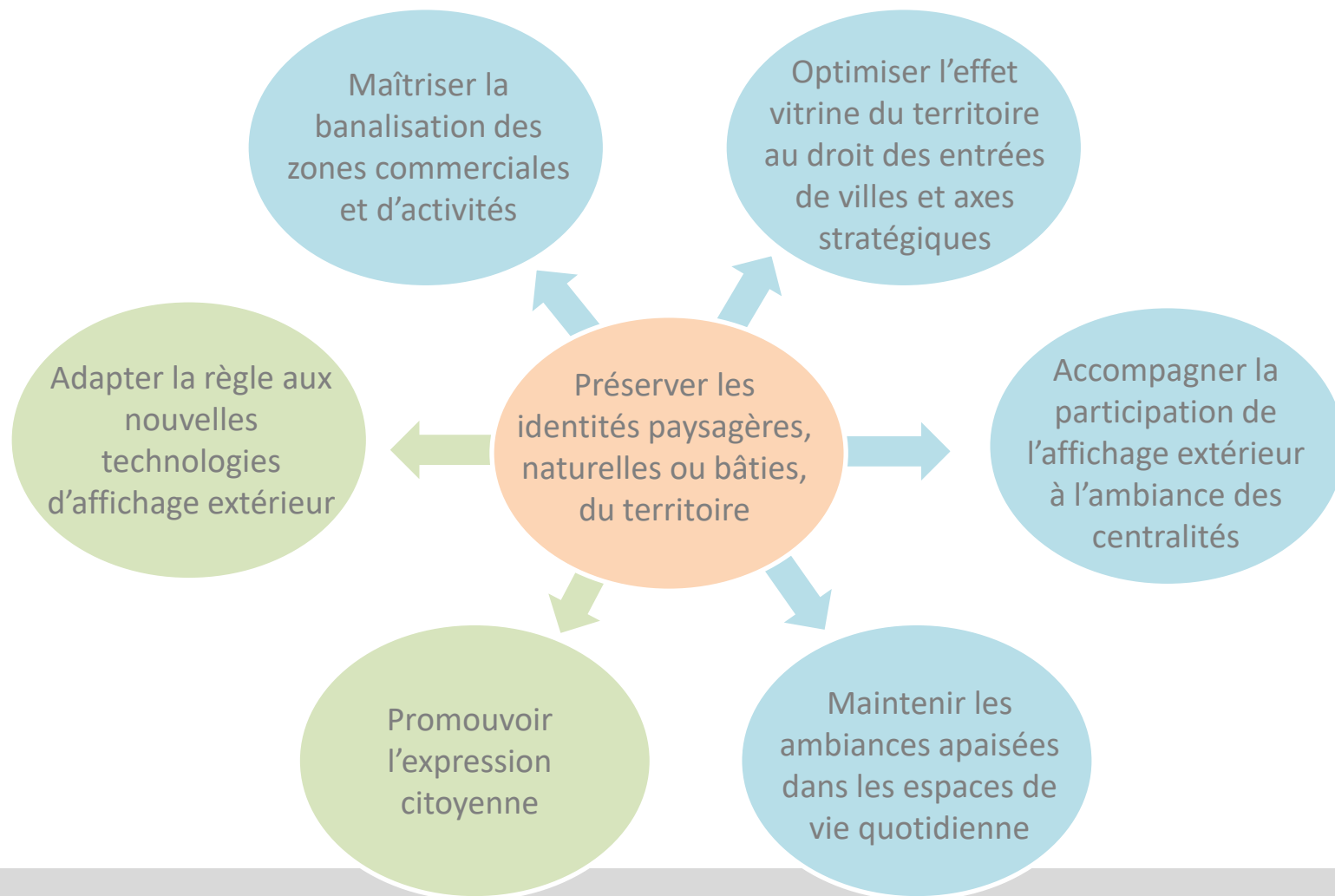
●●●● Tronçons revêtant un fort enjeu publicitaire du fait du trafic accueilli et des espaces traversés ou desservis mais étant également pour certains des espaces vitrines

■ Limites d'agglomérations

The background is a solid green color with a white grid pattern. A large, tilted rectangular frame is overlaid on the grid, containing the text. The text is in a bold, white, sans-serif font.

**Quel projet pour encadrer
l'affichage extérieur ?**

Une organisation par orientations générales, sectorielles et thématiques



Détails par orientation

Préserver les identités paysagères, naturelles ou bâties, du territoire

- Préserver la diversité des paysages naturels et urbains ainsi que les échappées visuelles depuis le tissu urbain
- Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs d'intérêt patrimonial
- Maintenir une faible densité de dispositifs et interdire leur déploiement sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement, ...)
- Maintenir la présence encadrée et qualitative de dispositifs publicitaires dans les centralités avec le mobilier urbain comme support privilégié pour la publicité
- Préserver la trame verte urbaine de tout affichage extérieur et respecter les corridors noirs
- Veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs



Détails par orientation

Optimiser l'effet vitrine du territoire au droit des entrées de ville et axes stratégiques



- Adapter les formats à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées
- Lutter contre la banalisation des entrées de villes et d'agglomération en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur
- Limiter en nombre les dispositifs, dont la répétition linéaire participe à la banalisation des axes
- Interdire les dispositifs aux abords des giratoires
- Préserver l'image des espaces d'activités visibles depuis les axes stratégiques en limitant les publicités et en veillant à la qualité des enseignes

Détails par orientation

Maîtriser la banalisation des zones commerciales et d'activités

- Maintenir un potentiel d'expression publicitaire de type publicité/pré-enseigne adapté aux besoins des acteurs économiques du territoire et anticiper le développement des futurs pôles économiques
- Limiter le nombre d'informations pour favoriser la lisibilité de l'espace
- Rechercher l'intégration des enseignes dans le bâti
- Promouvoir la mutualisation des supports notamment par le biais de matériels de Signalétique d'Information Locale et en assurer l'actualisation au gré des évolutions du parc d'activités



Détails par orientation

Accompagner la participation de l'affichage extérieur à l'ambiance des centralités urbaines

- Favoriser l'implantation d'enseignes de manières cohérentes avec l'architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines
- Valoriser la qualité des enseignes
- Maintenir des rapports d'échelle adaptés aux usagers des modes actifs (piétons et cycles)
- Maintenir une faible densité de dispositifs et une limitation de leurs dimensions sur les secteurs à vocation essentiellement d'habitats.



Détails par orientation

Maintenir les ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidienne

- Interdire tout dispositif publicitaire à proximité des équipements publics



Détails par orientation

Adapter la règle aux nouvelles technologies d'affichage extérieur

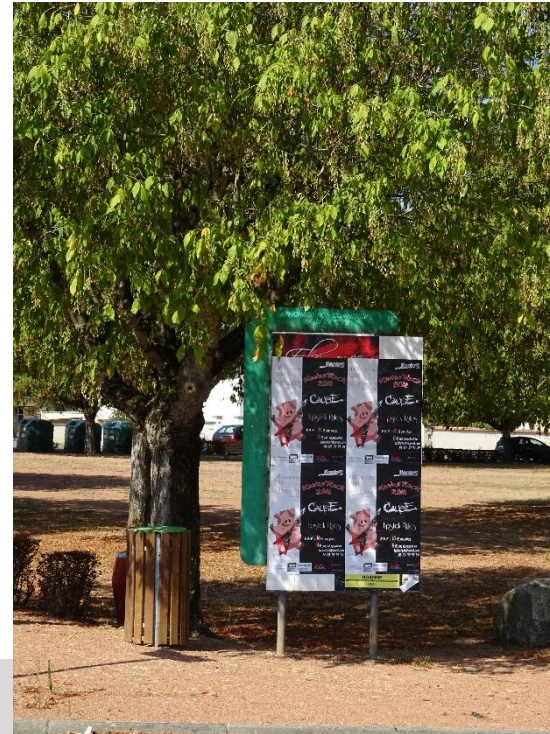


- Limiter les consommations énergétiques
- Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques
- Préserver les corridors noirs et concilier les enjeux de sécurité routière avec le développement des dispositifs numériques : conforter voire renforcer la plage horaire d'extinction nocturne.

Détails par orientation

Promouvoir l'expression citoyenne

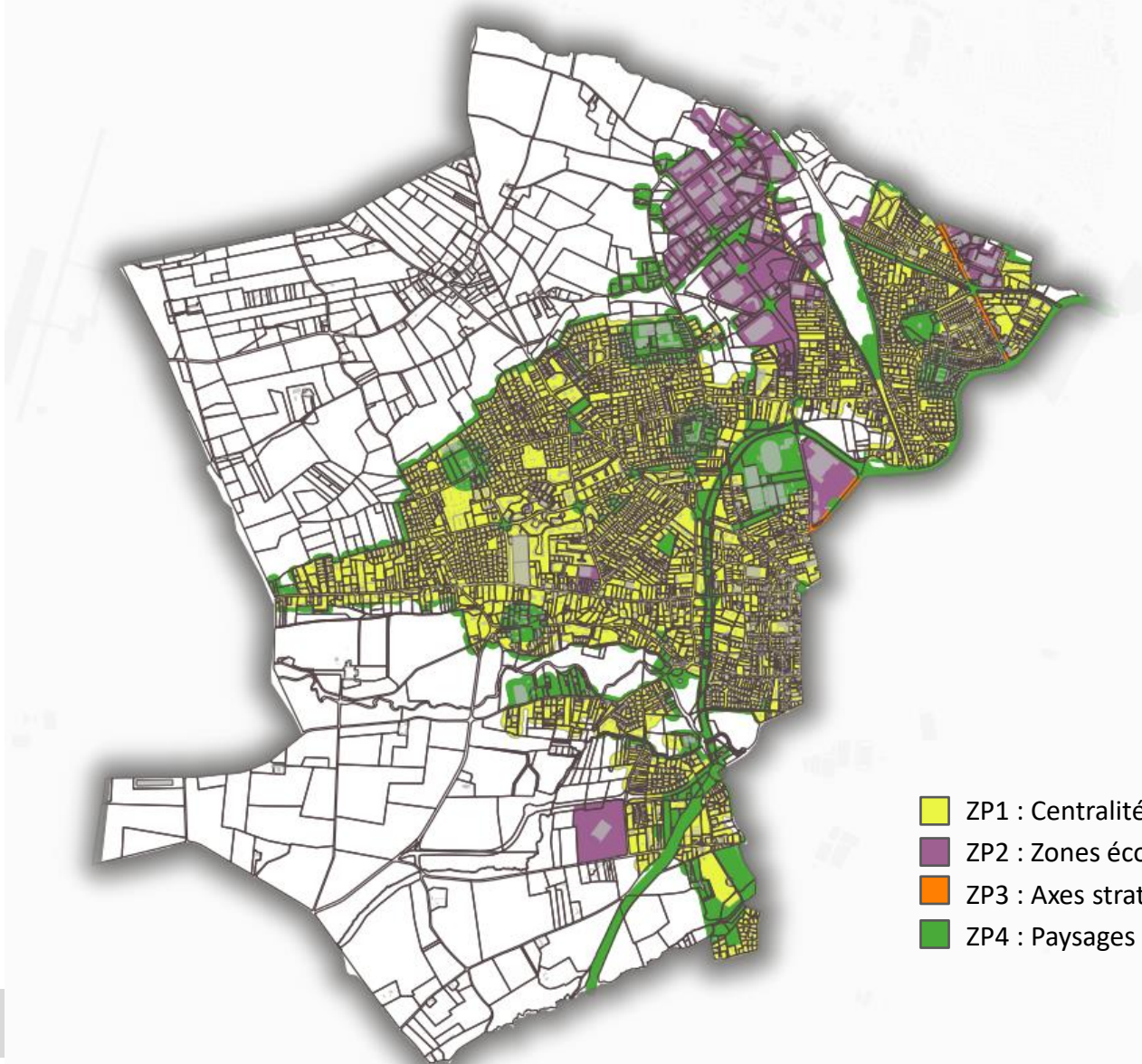
- Favoriser l'intégration des dispositifs dans leur environnement
- Favoriser un accès aisé et sécurisé des dispositifs
- Assurer un entretien régulier des dispositifs









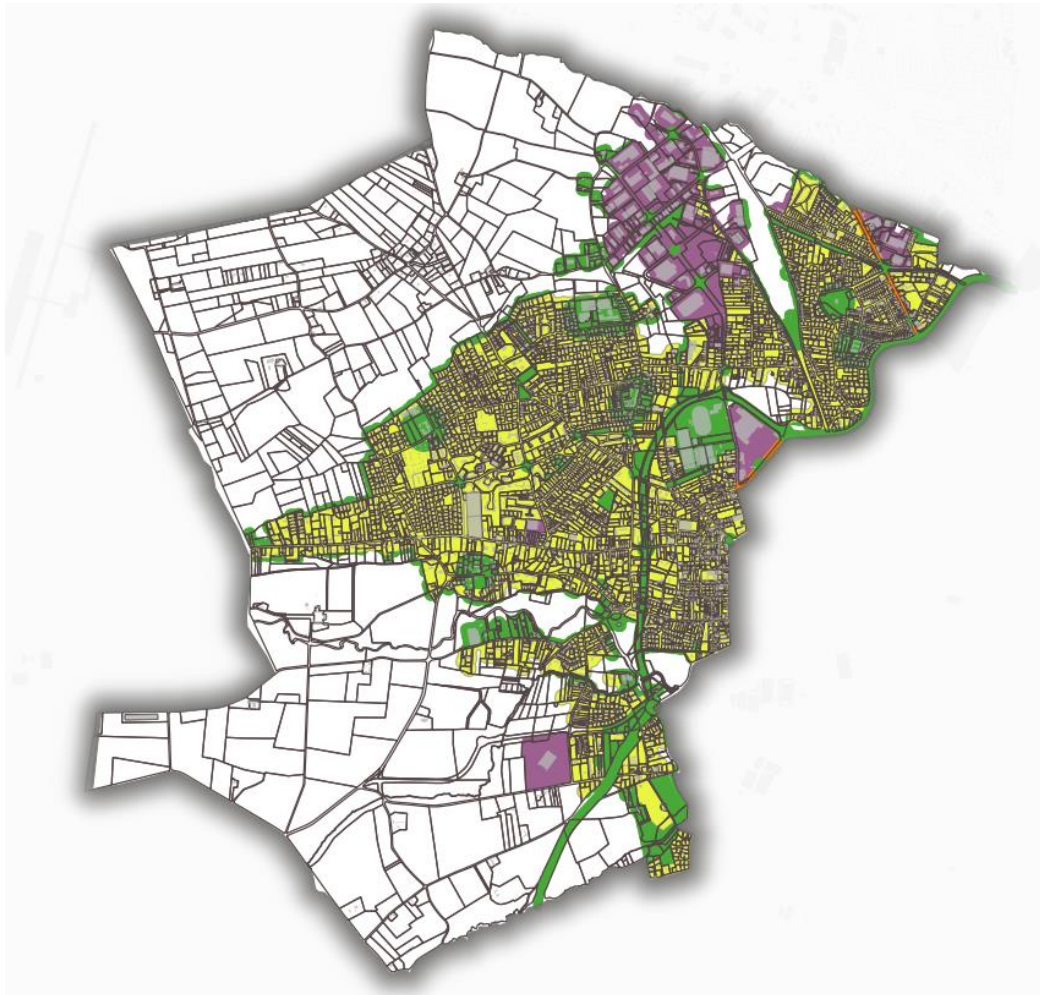
**Quelle traduction
réglementaire ?**

Philosophie de zonage



-  ZP1 : Centralités
-  ZP2 : Zones économiques et commerciales
-  ZP3 : Axes stratégiques
-  ZP4 : Paysages sensibles

Philosophie de règlement par zone de publicité



- ZP1 : Centralités
- ZP2 : Zones économiques et commerciales
- ZP3 : Axes stratégiques
- ZP4 : Paysages sensibles

ZP1 - Centralités

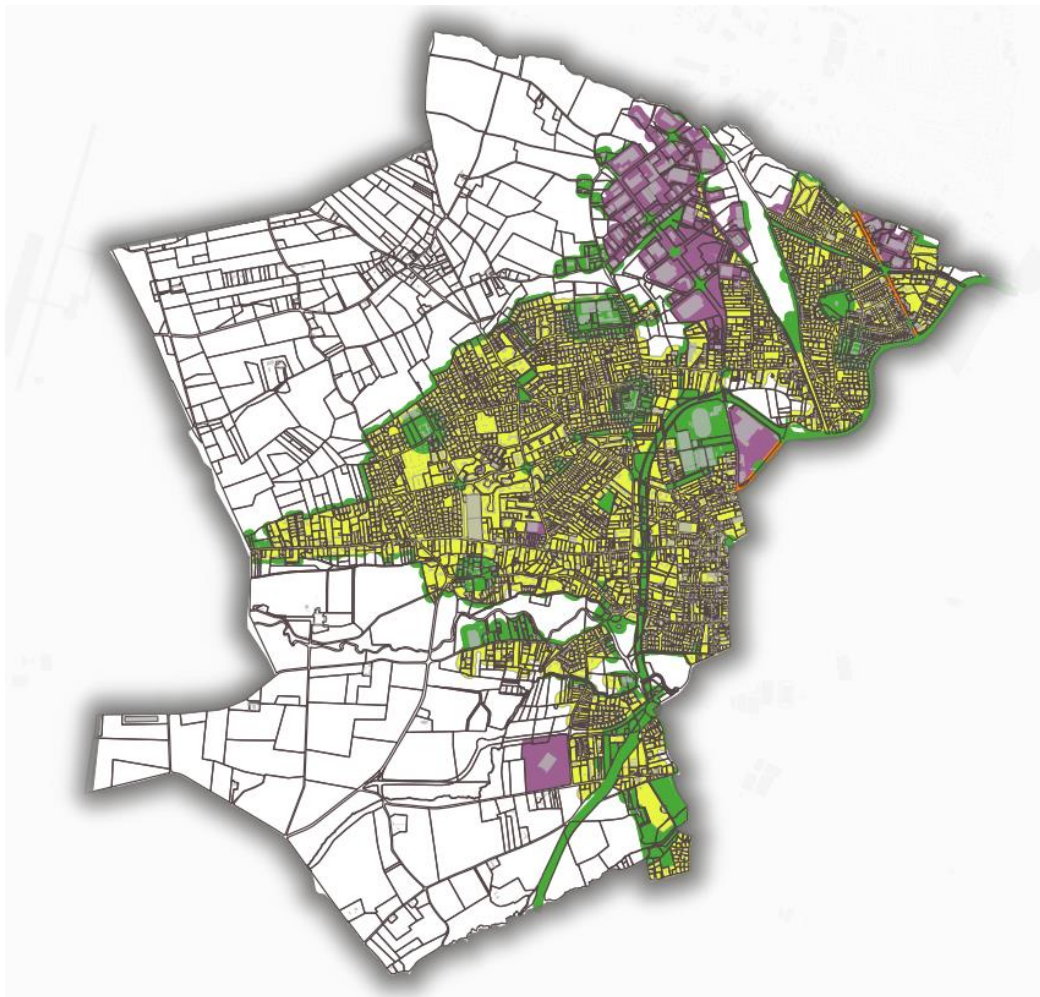
Publicités et pré-enseignes :

- Limitées au mobilier urbain (2m^2)
- Interdiction des dispositifs numériques (y compris mobilier urbain)

Enseignes :

- Contrôle fort quant à la qualité et à la densité
- Limitation par activité à 1 dispositif au sol de 2m^2 et à 3 dispositifs en façade dans une limite de $0,5\text{ m}^2$ par ml de façade
- Interdiction des dispositifs numériques et des chevalets

Philosophie de règlement par zone de publicité



- ZP1 : Centralités
- ZP2 : Zones économiques et commerciales
- ZP3 : Axes stratégiques
- ZP4 : Paysages sensibles

ZP2 – Zones d'activités

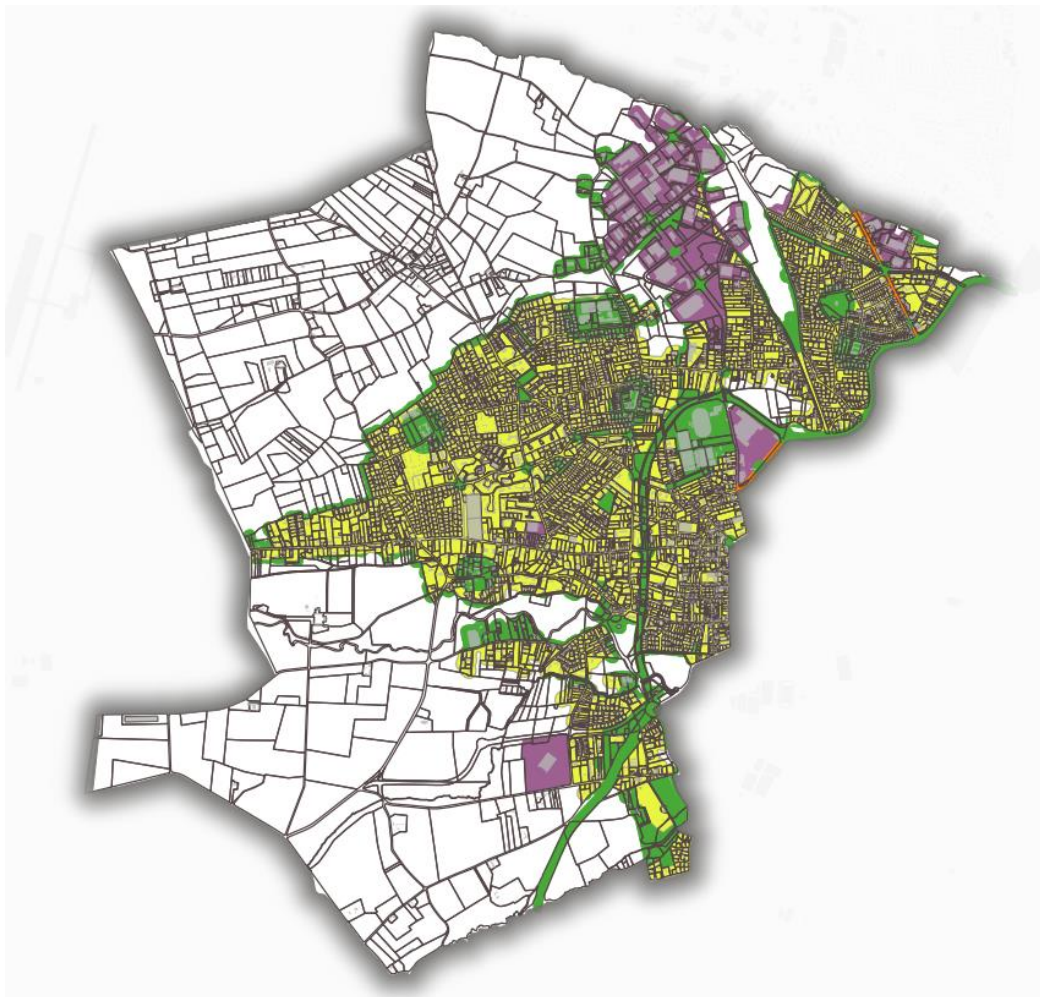
Publicités et pré-enseignes :

- Toutes typologies de dispositifs autorisées hormis les dispositifs numériques (y compris sur mobilier urbain)
- Contrôle des formats (2m²)

Enseignes :

- Toutes typologies de dispositifs autorisées hormis numérique
- Contrôle de la qualité et de la densité
- Limitation par activité à 1 dispositif au sol de 2m² et à 3 dispositifs en façade dans une limite de 0,7 m² par ml de façade
- Interdiction des chevalets

Philosophie de règlement par zone de publicité



- ZP1 : Centralités
- ZP2 : Zones économiques et commerciales
- ZP3 : Axes stratégiques
- ZP4 : Paysages sensibles

ZP3 – Axes stratégiques

Publicités et pré-enseignes :

- Toutes typologies de dispositifs autorisés hormis les dispositifs numériques (y compris sur mobilier urbain)
- Contrôle des formats : 8m² (sol et mural) et 2m² (mobilier urbain)

Enseignes :

- Toutes typologies de dispositifs autorisés hormis numérique
- Contrôle de la qualité et de la densité
- Limitation par activité à 1 dispositif au sol de 2m² et à 3 dispositifs en façade dans une limite de 0,7 m² par ml de façade
- Interdiction des chevalets

Philosophie de règlement par zone de publicité

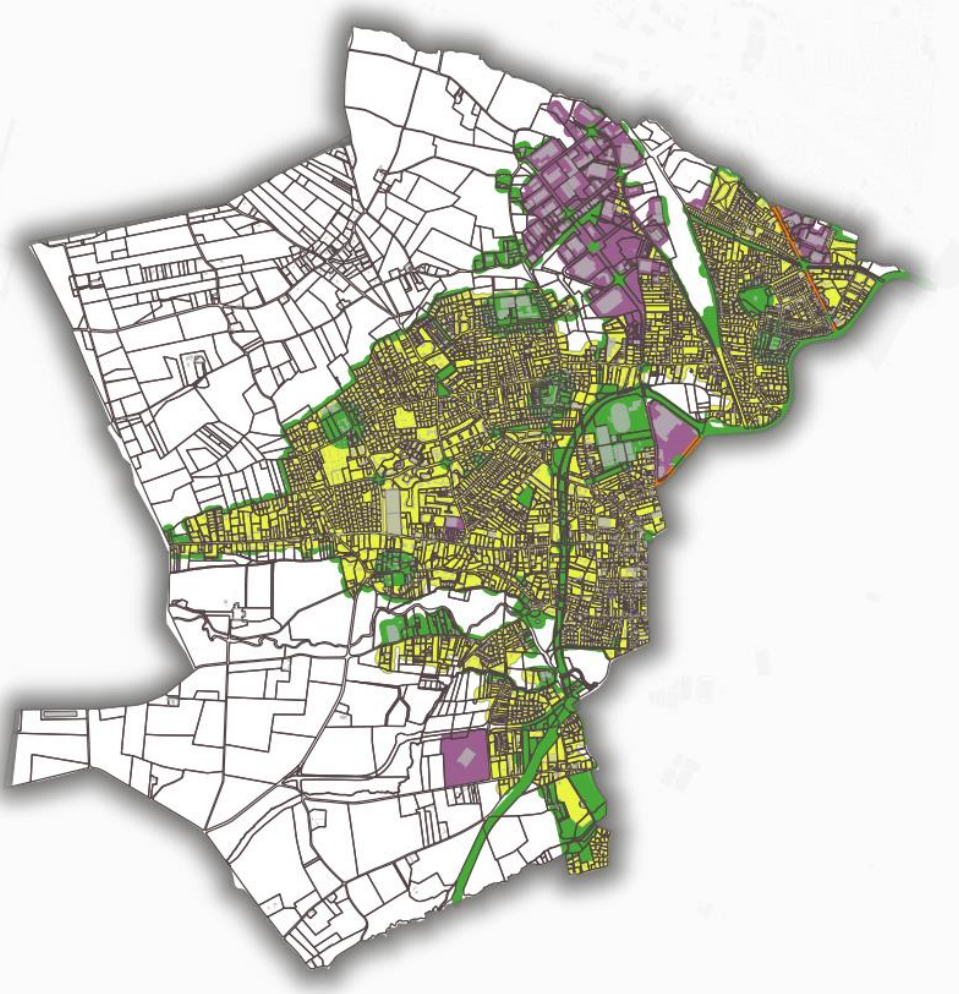
ZP4 – Paysages sensibles

Publicités et pré-enseignes :

- Aucun dispositif publicitaire

Enseignes :

- Contrôle fort quant à la qualité et à la densité
- Limitation par activité à 1 dispositif au sol de 2m² et à 3 dispositifs en façade dans une limite de 0,5 m² par ml de façade
- Interdiction des dispositifs numériques et des chevalets



- ZP1 : Centralités
- ZP2 : Zones économiques et commerciales
- ZP3 : Axes stratégiques
- ZP4 : Paysages sensibles



**Des questions ? Des
remarques ?**

even

Merci de votre attention

- rhone-alpes@even-conseil.com