

# Les orientations du RLPi

Soumises au débat en conseil métropolitain du 16 mai 2022  
et au sein des 71 conseils municipaux



# Contexte du débat

# Qu'est-ce qu'un RLPI ?

**Règlement**

Document d'urbanisme qui fixe des règles pour l'implantation de la publicité extérieure (typologie, lieu, format, luminosité, ...)...

**Local**

...en adaptant la réglementation nationale aux contextes et enjeux locaux...

**de Publicité**

... uniquement pour les publicités, enseignes et préenseignes...

**Intercommunal**

...sur l'ensemble des 71 communes du territoire de la Métropole



Publicité



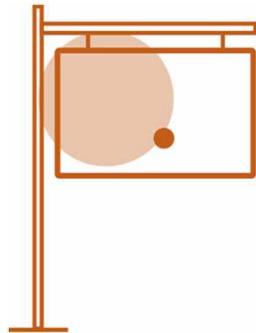
Préenseigne



Enseigne

# Deux principes fondateurs

- Concilier **liberté d'expression** et **protection du cadre de vie**....



*Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes  
(art. L581-1 du Code de l'Environnement)*

*Principe de liberté de commerce et d'industrie (lois de 1791)*

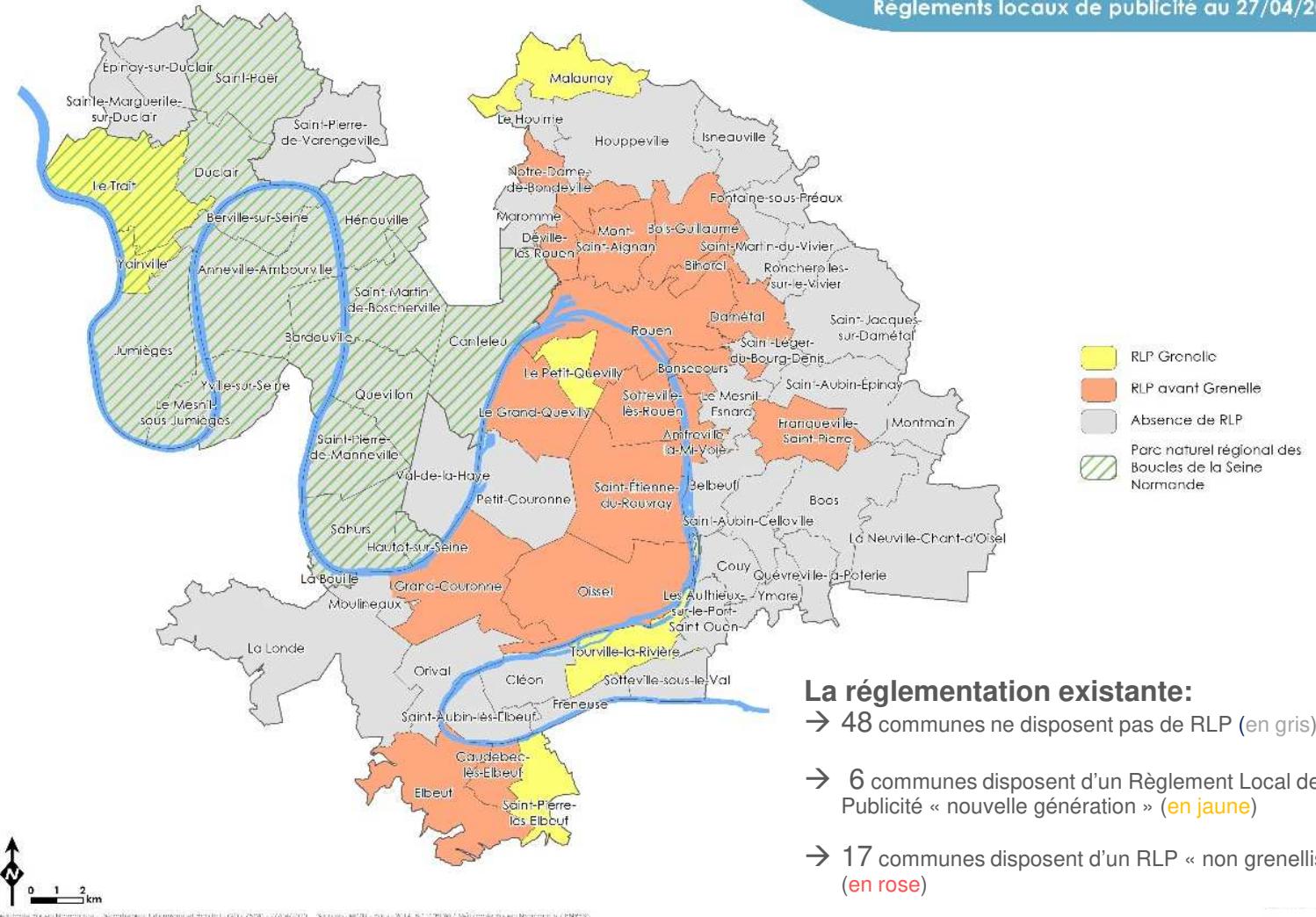


*Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le [code de l'environnement] fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes  
(art. L581-2 du Code de l'Environnement)*

# Pourquoi un RLPI aujourd'hui?

- La construction d'une vision métropolitaine de l'affichage extérieur, partagée avec toutes les communes
- Une volonté d'équité et la mise en place de règles harmonisées pour toutes les communes
- La limitation des conséquences liées à la caducité des RLP communaux adoptés avant les lois Grenelle (2010), à compter de juillet 2022

Métropole Rouen Normandie  
Règlements locaux de publicité au 27/04/2020

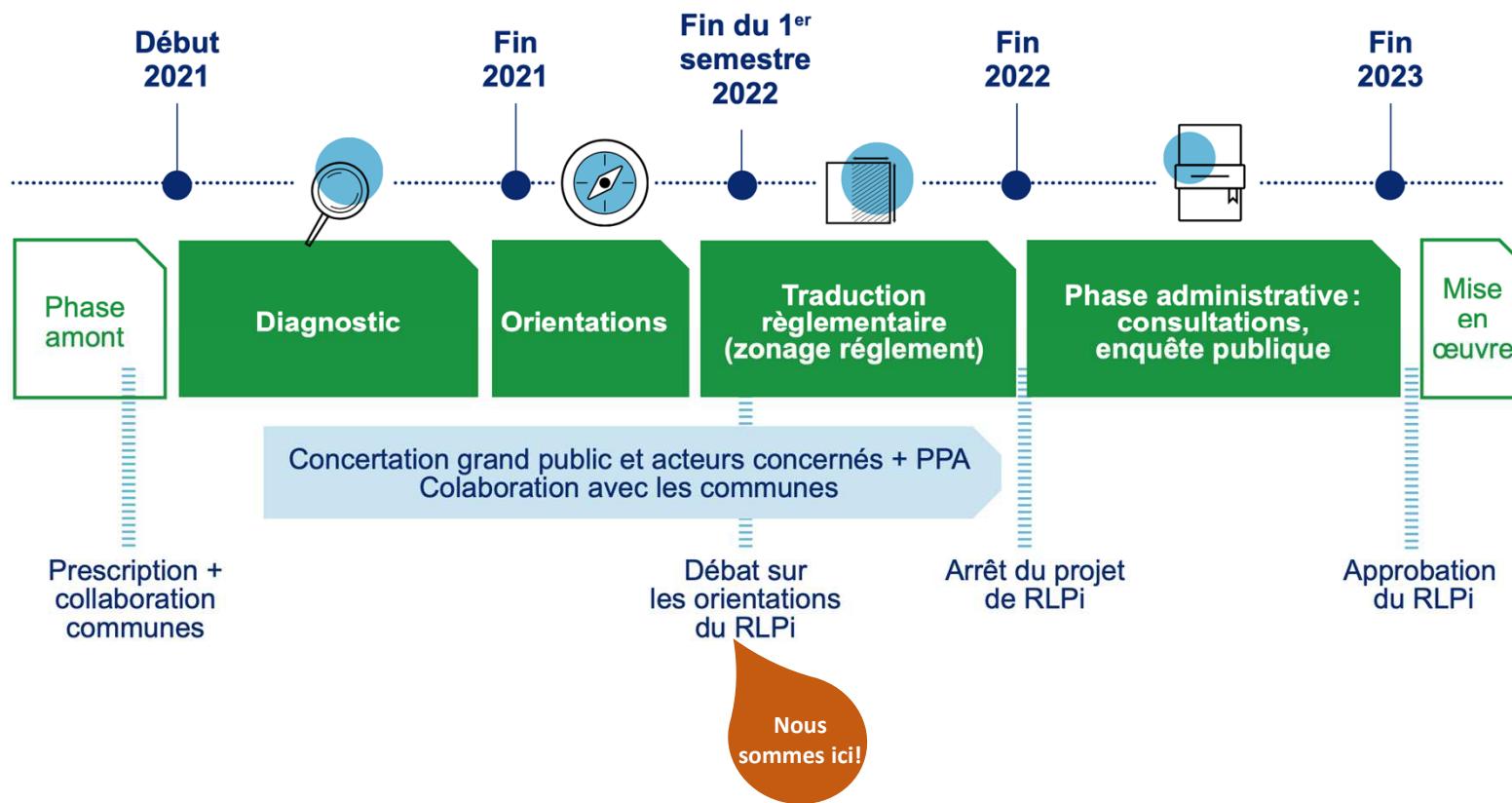


# Le RLPI, ou quelle place de la publicité extérieure dans notre quotidien?

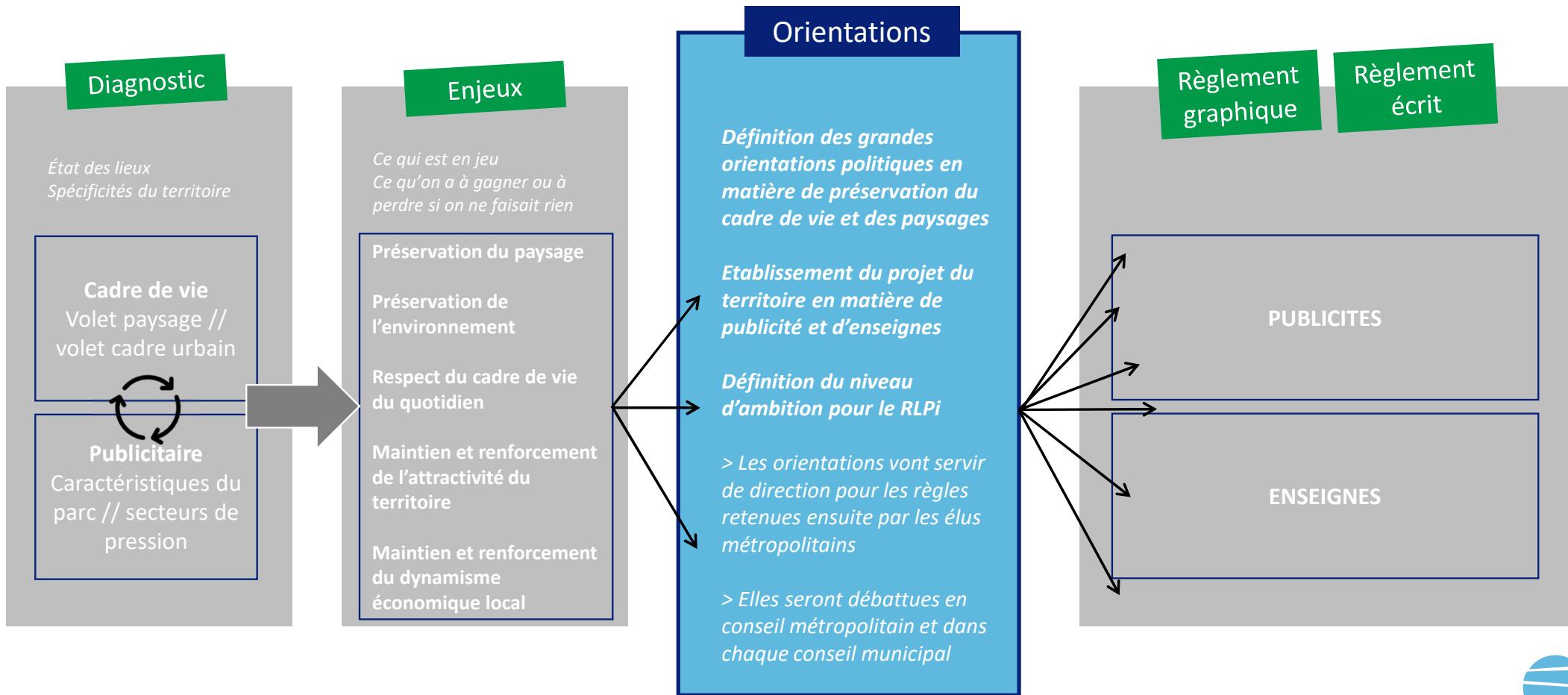
## – Un RLPI:

- **En réponse à des attentes sociétales:**
  - L'affichage extérieur occupe une place importante dans notre quotidien
  - Le rapport à la publicité a évolué ces dernières décennies
- **En lien avec l'orientation métropolitaine de transition sociale écologique**
- **En complément du Plan Local d'Urbanisme de la Métropole:**
  - PLUi: met en lien le paysage avec les autres enjeux territoriaux qu'il aborde (habitat, économie, déplacements, biodiversité, ressource en eau, climat...), et intègre une politique et des règles de préservation et de valorisation des paysages
  - Le RLPI s'inscrit dans les orientations du PLUi et permet d'aller plus loin en traitant spécifiquement une des composantes du cadre de vie: LA PUBLICITE

# Où en est-on aujourd'hui dans la démarche?



# Qu'est ce que les ORIENTATIONS?



# Comment les orientations ont-elles été construites?

## LA COLLABORATION AVEC LES COMMUNES

**4 sessions d'ateliers de travail avec les communes en 2021 et 2022 pour :**

- ▶ amener les communes à s'interroger sur les impacts de la publicité/enseignes sur le cadre de vie et à s'exprimer sur le rapport de l'affichage publicitaire à son environnement
- ▶ partager avec les communes l'état des lieux territorial et publicitaire
- ▶ définir les premières tendances d'enjeux
- ▶ préciser et ajuster les orientations générales

**Mais aussi, un partage de la démarche en Commission Urbanisme et Habitat, et en conférences territoriales des Maires**



*Les débats en conseil métropolitain et en conseils municipaux, entre mai et septembre 2022, contribueront à nourrir les orientations*

## LA CONCERTATION AVEC LES HABITANTS

**6 réunions publiques, 7 balades, 1 appel à photos et 1 site internet participatif pour :**

- ▶ amener les habitants à s'interroger sur les dispositifs publicitaires visibles depuis l'espace public et sur leur place dans le contexte urbain qui les entoure
- ▶ partager le diagnostic et les enjeux; les compléter par l'expertise d'usages du territoire
- ▶ préciser et ajuster les orientations générales

## LA CONCERTATION AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE (CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT DURABLE)

**1 réunion d'échanges pour:**

- ▶ s'approprier la démarche et contribuer aux travaux



## LA CONCERTATION AVEC LES ACTEURS LOCAUX CONCERNÉS ET LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIÉES

*Professionnels de l'affichage, associations environnementales, partenaires institutionnels (Etat, Parc naturel, CCI, CMA, ...)*

**3 réunions de concertation pour:**

- ▶ établir un 1er dialogue avec les professionnels de l'affichage et les associations environnementales et recueillir leurs souhaits / attentes
- ▶ présenter la méthode de travail de la Métropole
- ▶ partager le diagnostic, les enjeux et les orientations générales





# Les orientations du RLPi



# 5 orientations générales en réponse aux enjeux du territoire

## Rappel des ENJEUX (= ce qui est en jeu)

La préservation de la qualité et de la diversité des paysages

La création de conditions favorables à la biodiversité et la sobriété énergétique

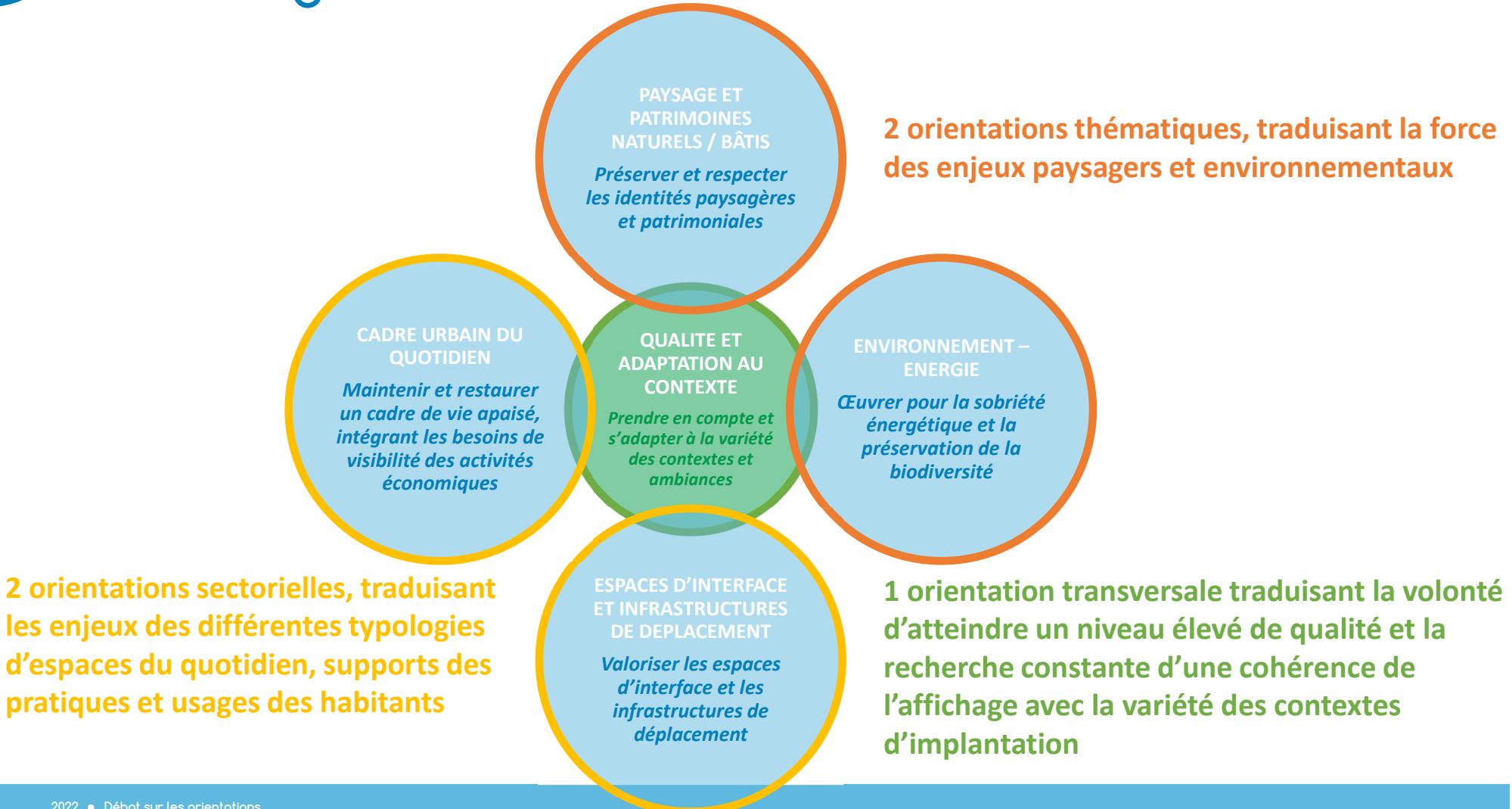
Le respect de la qualité du cadre de vie du quotidien

Le maintien et le renforcement de l'attractivité du territoire

Le soutien au dynamisme économique local



# 5 orientations générales faisant écho aux caractéristiques et à l'organisation du territoire :



# 5 orientations générales déclinées en 11 sous-orientations

## Préserver et respecter les identités paysagères et patrimoniales

Préserver et valoriser la qualité et la diversité des paysages, dans leurs dimensions naturelles et bâties, dans les secteurs présentant une sensibilité et/ou un intérêt paysager, environnemental, patrimonial

## Œuvrer pour la sobriété énergétique et la préservation de la biodiversité

Préserver les paysages nocturnes et la biodiversité

## Valoriser les espaces d'interface et les infrastructures de déplacement

Lutter contre la banalisation et la déqualification des abords des axes de déplacement

Veiller à la lisibilité et à la qualité des espaces d'interface

## Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

Préserver les secteurs apaisés, tout en préservant la visibilité des activités économiques qui y sont implantées

Permettre l'animation des centres bourgs et centres-villes tout en respectant leur caractéristiques urbaines

Qualifier et apporter une lisibilité aux zones d'activités

Garantir la visibilité et l'attractivité des équipements

Garantir la visibilité et l'attractivité des activités touristiques

Permettre une expression évènementielle, culturelle, citoyenne et associative, qui reste qualitative

## Prendre en compte et s'adapter à la variété des contextes et ambiances

Privilégier un affichage qualitatif et cohérent avec la variété des contextes d'implantation et des usages

# PAYSAGE ET PATRIMOINES NATURELS / BÂTIS

## Préserver et respecter les identités paysagères et patrimoniales

**Préserver et valoriser la qualité et la diversité des paysages, dans leurs dimensions naturelles et bâties, dans les secteurs présentant une sensibilité et/ou un intérêt paysager, environnemental, patrimonial**

Il s'agit notamment: des secteurs patrimoniaux remarquables, des abords des monuments historiques, des sites inscrits, des sites natura 2000, des agglomérations des communes du PNRBSN, des espaces naturels et de nature en ville protégés dans le PLUi, du petit patrimoine bâti protégé au titre du PLUi

- ✓ *En y maintenant ou en y instaurant des mesures de protection vis-à-vis de la publicité*
- ✓ *En limitant très fortement l'impact visuel des dispositifs*
- ✓ *En promouvant des enseignes de qualité*



## ENVIRONNEMENT - ENERGIE

Œuvrer pour la sobriété énergétique et la préservation de la biodiversité

### Préserver les paysages nocturnes et la biodiversité

- ✓ *En réduisant la pollution lumineuse et l'impact des dispositifs lumineux sur l'environnement et le cadre de vie*
- ✓ *En réduisant les consommations énergétiques des dispositifs*
- ✓ *En limitant l'impact des dispositifs sur les milieux naturels d'intérêt écologique*



# ESPACES D'INTERFACE ET INFRASTRUCTURES DE DEPLACEMENT

## Valoriser les espaces d'interface et les infrastructures de déplacement

### Lutter contre la banalisation et la déqualification des abords des axes de déplacement

- ✓ En régulant et encadrant la publicité
- ✓ En harmonisant les pratiques d'affichage



### Veiller à la lisibilité et à la qualité des espaces d'interface

- ✓ En favorisant la lisibilité des espaces stratégiques et d'interface le long des infrastructures de déplacement, en milieu urbain (carrefours, plateaux piétonniers, ...)
- ✓ En limitant la présence publicitaire au niveau des entrées de ville, et plus globalement dans les secteurs de transition entre espaces urbains et espaces naturels/agricoles
- ✓ En limitant et encadrant la présence publicitaire aux franges des zones d'activités économiques et commerciales



## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

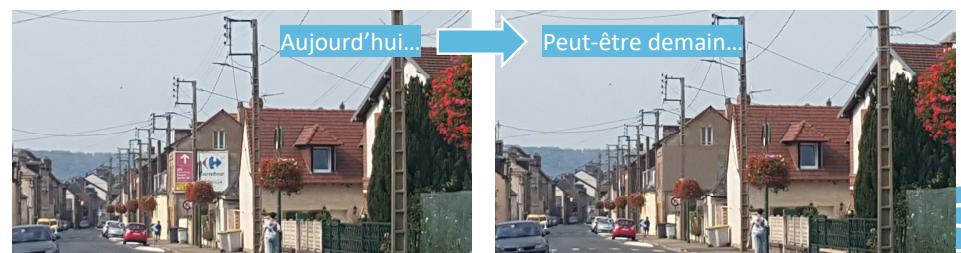
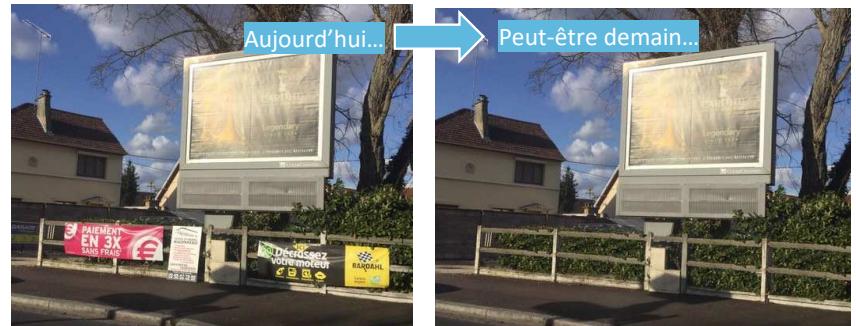
Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

**Préserver les secteurs apaisés, tout en préservant la visibilité des activités économiques qui y sont implantées**

- ✓ *En restreignant la publicité au sein des secteurs à dominante résidentielle et des espaces de respiration dans le tissu urbain (espaces naturels, récréatifs, éducatifs, de promenade)*
- ✓ *En maîtrisant la prolifération des dispositifs temporaires et/ou de petites dimensions, notamment sur clôtures et façades*
- ✓ *En assurant la visibilité des activités artisanales et économiques locales, de manière intégrée et qualitative*



... quelques exemples de secteurs à dominante résidentielle...



## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

**Permettre l'animation des centres bourgs et centres-villes tout en respectant leurs caractéristiques urbaines**

- ✓ *En intégrant l'affichage dans les morphologies bâties existantes*
- ✓ *En intégrant les enseignes dans le gabarit des bâtiments*
- ✓ *En harmonisant les enseignes*
- ✓ *En maîtrisant la densité des enseignes et donc leur lisibilité globale*

... quelques exemples de secteurs concernés...



## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

### Qualifier et apporter une lisibilité aux zones d'activités

- ✓ *En atténuant la présence des dispositifs au sein des zones d'activités*
- ✓ *En qualifiant et harmonisant les dispositifs publicitaires*
- ✓ *En recherchant l'intégration des enseignes dans le gabarit des bâtiments*



## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

### Garantir la visibilité et l'attractivité des équipements

- ✓ En permettant une communication intégrée et qualitative des grands équipements sportifs, culturels, événementiels



... quelques exemples de secteurs concernés...



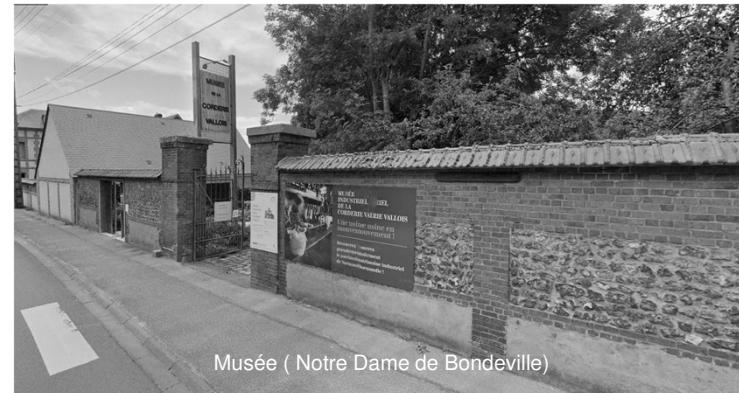
## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

### Garantir la visibilité et l'attractivité des activités touristiques

- ✓ En assurant la visibilité des espaces et lieux d'activités touristiques et de promotion des produits du terroir, de manière qualitative et mesurée

... quelques exemples de secteurs concernés...



## CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

**Permettre une expression évènementielle, culturelle, citoyenne et associative, qui reste qualitative**

- ✓ *En permettant une promotion intégrée et qualitative des évènements et activités du territoire*
- ✓ *En permettant une expression citoyenne et associative, intégrée et qualitative*

... quelques exemples de situations rencontrées...



# QUALITE ET ADAPTATION AU CONTEXTE

Prendre en compte et s'adapter à la variété des contextes et ambiances

## Privilégier un affichage qualitatif et cohérent avec la variété des contextes d'implantation et des usages

- ✓ *En adaptant les dispositifs à leur contexte d'implantation*
- ✓ *En veillant à la qualité des dispositifs, au regard de leur contexte d'implantation*

... quelques exemples de dispositifs pouvant être considérés comme étant plutôt bien intégrés...

