

## **Elaboration du Règlement Local de Publicité**

*Prescrit par délibération du Conseil municipal du 18 Septembre 2018*

Information du public et orientations du projet de RLP révisé

# SOMMAIRE

- **Première partie** : Contexte réglementaire et communal
- **Deuxième partie** : Synthèse des conclusions du diagnostic
- **Troisième partie** : Exposé des orientations du RLP

Le RLP est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

Depuis la loi ENE, La Roche sur Yon, compétente en matière de Plan Local d'urbanisme (PLU), est compétente pour réviser le Règlement Local de Publicité (RLP) sur son territoire. Le règlement local de publicité communal existant continue à s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLP.

Par délibération du Conseil municipal du 18 Septembre 2018, la commune de La Roche sur Yon a prescrit la révision du Règlement local de publicité sur l'ensemble de son territoire. Il devra poursuivre les objectifs suivants :

- **Mettre** le règlement local de publicité en conformité avec le nouveau cadre légal
- **Préserver et valoriser** les composantes naturelles et paysagères qui fondent un cadre de vie de qualité de la commune
- **Renforcer** l'attractivité de la commune et permettre la conciliation entre le développement économique des sociétés de publicité extérieure, les acteurs économiques locaux et la protection du cadre de vie
- **Préserver** les entrées de ville
- **Prendre en compte** les nouveaux types de dispositifs supportant de la publicité et les nouvelles technologies employées
- **Élaborer** des prescriptions spécifiques notamment en termes d'implantation, d'insertion et de qualité des dispositifs (publicité, enseignes et pré enseignes)

Comme en matière de PLU, la procédure d'élaboration du RLP prévoit la tenue d'un débat sur les orientations au sein du conseil municipal . Les orientations du futur RLP s'appuient sur un diagnostic réalisé sur le territoire communal. Elles guident l'élaboration des pièces réglementaires.

Le diagnostic et les orientations du RLP ont été présentés aux Personnes Publiques Associées (PPA) lors d'une réunion qui s'est tenue le 9 Mai 2019.

## Synthèse des conclusions du diagnostic

Dans le cadre de l'élaboration du RLP de La Roche sur Yon, un diagnostic de la situation de la publicité extérieure a été réalisé au premier trimestre 2019.

A ce titre, le diagnostic du RLP :

- Recense les enjeux architecturaux et paysagers
- Identifie les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques , les espaces sous pression publicitaire
- Détermine les critères de pollution visuelle
- Met en évidence les conformités ou non de certains dispositifs avec la réglementation de la publicité
- Propose des pistes d'action pour traiter les thématiques clés

En premier lieu, une analyse urbaine et paysagère du territoire a été réalisée. Cette analyse a permis d'identifier des enjeux en matière de publicité et d'enseigne. Ils se traduisent en secteurs qui justifient d'une attention particulière du point de vue de la publicité extérieure, et qui pourraient faire l'objet d'un traitement spécifique. **Ces enjeux sont au nombre de six :**

1. **Préserver** les espaces naturels, agricoles situés en agglomération
2. **Valoriser** le patrimoine bâti historique
3. **Proposer** un traitement spécifique aux abords des carrefours et rond points structurants en agglomération
4. **Prendre en compte** les caractéristiques urbaines de la commune et les différentes ambiances paysagères (zones résidentielles, zones d'activités)
5. **Traiter** les voies structurantes et les entrées de ville selon les enjeux paysagers traversés
6. **Identifier** les axes à traiter dans les zones d'activités économiques et/ou pôles commerciaux : lieu de prédilection de la publicité et des enseignes .  
Ces enjeux permettent de fixer les règles applicables aux publicités préenseignes ou enseignes en fonction des zones et du niveau de protection souhaitée .

En deuxième lieu, l'aspect réglementaire a été étudié sous deux angles :

**La réglementation nationale** applicable sur le territoire métropolitain a été analysée en tenant compte, du nombre d'habitants, des sites à protéger ,des modifications apportées par la Loi du 10 Juillet 2010 .

**La révision de la réglementation locale** a été envisagée à travers l'analyse du règlement local de publicité (RLP) existant. Cette étude a révélé certaines faiblesses, mais aussi des dispositions intéressantes qui ont eu une incidence positive sur le paysage et le cadre de vie. Celles- ci pourraient être reconduites dans le cadre du RLP.

S'agissant des points à améliorer :

**Au titre de la publicité et des préenseignes :**

- L'inadéquation entre le zonage figurant dans le RLP de 2011 et :
  - le périmètre de l'AVAP valant site patrimonial remarquable (cf carte jointe )
  - les limites d'agglomération,
- L'implantation des chevalets (publicités ) sur domaine public ,
- La surface excessive des dispositifs et format parfois inadapté,
- La vétusté et le mauvais entretien de matériels publicitaires tant sur domaine public que sur domaine privé
- L'amélioration de la protection du cadre de vie des habitants (règle de prospect ) .
- La prise en compte des nouveaux procédés publicitaires mentionnés dans le texte de 2011 (dispositifs numériques) de plus en plus présents sur le territoire. Le souhait est qu'une attention particulière soit portée à la question de la pollution lumineuse susceptible d'être causée par la publicité numérique.

La densité trop importante sur le domaine public de dispositifs et de mobiliers urbains .

### **Au titre des enseignes :**

- Le zonage (adéquation avec le SPR )
- Les règles de surface et leur nombre sur une même unité foncière (densité )
- Harmoniser la qualité des enseignes en limitant leur impact dans l'environnement ( banderoles bâches , sky dancer ...)

### S'agissant des dispositions envisagées :

### **Au titre de la publicité :**

L'exigence d'un matériel scellé au sol de type monopied

La fixation de règles de densité

La protection des entrées ville

L'interdiction aux abords des principaux carrefours et giratoires

### **Au titre des enseignes :**

Le regroupement des enseignes sur un seul et même totem lorsque plusieurs enseignes exercent leur activité sur une même unité foncière .

Enfin, **une analyse de terrain quantitative** (exhaustive sur les grands axes) **et qualitative** de la situation de la publicité extérieure sur le territoire de la commune a été effectuée.

Sur le domaine privé quelques 106 dispositifs publicitaires grands format (84 dispositifs scellés au sol et 22 supports muraux ) ont été recensés.

3 dispositifs numériques d'une surface de 8 m2 sont exploités sur la commune.

Sur le domaine public sont installés dans le cadre de convention d'occupation ou de marchés publics :

- 20 panneaux ne supportant que de la publicité 12m2 (convention d'occupation )
  
- 20 mobiliers urbains de 8m2
  
- 66 mobiliers urbains de 2 m2
  
- 136 abris voyageurs comportant une surface publicitaire de 2 m2
  
- 1 colonnes numérique .

Les cartes jointes ci-dessous font état des axes recensés et des emplacements relevés (cartes nord et sud )

**Les conclusions du diagnostic de terrain** font apparaître un certain nombre d'éléments décrits ci-après :

**En matière de publicité :**

Inadéquation entre la réglementation du RLP et le site patrimonial remarquable



En toutes zones sur le domaine public se multiplient les chevalets sans unité de format ni de matériel.



Sur le domaine privé le format standard reste le 12 m<sup>2</sup> parce que le règlement local en vigueur impose ce format maximum. Mais, dans certains cas, les afficheurs se l'imposent à eux-mêmes sans que la réglementation ne le prévoie. Le grand format est aujourd'hui inadapté.



Panneau de 12 m<sup>2</sup>



Panneau de 8 m<sup>2</sup>



Format inadapté

La plupart des **dispositifs sont scellés au sol** (82 % contre 18 % de panneaux muraux), globalement, les matériaux sont de bonne facture malgré la présence de dispositifs mal entretenus. Quelques uns apparaissent toutefois vétustes.



*Dispositif mal entretenu sur domaine privé*



*Dispositif mal entretenu sur domaine public*



*Dispositif vétuste*

Une plus grande protection du cadre de vie des habitants doit être prise en considération .



*Protection prp aux baies*

La multiplication des supports numériques et leur impact lumineux doivent être pris en compte



*Dispositifs numériques*

Certains axes comportent beaucoup de dispositifs publicitaires sans qu'ils soient nécessairement en infraction. C'est notamment le cas de l'axe Roger Salengro ou Av Aliénor d'aquitaine.



*Rue R. Salengro*



*Av Aliénor d'Aquitaine*

**Le mobilier urbain** supportant de la publicité est apprécié au regard de sa fonction de communication





*Mobilier urbain d'information 2 M 2*

**Mais certains axes connaissent une trop grande densité de mobiliers**



➤ En matière d'enseignes :

**Les enseignes murales** sont, dans leur majorité, bien intégrées dans l'architecture des bâtiments qui les supportent. Mais sur certains immeubles, la situation pourrait être améliorée, les enseignes en place étant trop grandes et /ou trop hautes.



*Enseigne murale bien intégrée*



*Enseigne murale peu intégrée*



*Enseigne murale trop haute*



*Enseigne murale trop imposante*



*Trop d'enseignes*

**Dans les zones commerciales**, de nombreuses enseignes en infraction ont été relevées, en raison de la surface trop importante qu'elles occupent et de leur hauteur ou de leur support d'implantation.



*Enseignes illégales (surface / hauteur : portatif et non totem)*



*Enseignes illégales (support interdit et dépassement )*

**Les enseignes sur toiture** , ont un impact important sur le cadre de vie, elles sont, dans leur très grande majorité (centres commerciaux de proximité ou grands pôles commerciaux), en infraction car elles ne sont pas en lettres découpées comme l'impose la réglementation.



*Enseignes sur toit terrasse illégales*

Les enseignes « bâches » sur clôtures non aveugles sont inesthétiques



*Apparition de nouveaux dispositifs (sky dancers)*



## Les orientations du RLP de La Roche sur Yon

Les conclusions du diagnostic permettent de définir **11 orientations** pour le RLP révisé de La Roche sur Yon.

### En matière de publicité :

**Maintenir et généraliser la préservation des lieux remarquables. Protéger le centre ville.**

Bon nombre de règlements de publicité communaux ont adopté des mesures visant à préserver le centre ville en allant jusqu'à interdire la publicité dans certaines zones de publicité. Des dispositions comparables pourraient être envisagées dans le RLP.

**Maintenir l'interdiction de la publicité dans les zones naturelles situées en secteur aggloméré.**

L'analyse territoriale a montré la présence d'espaces naturels et paysagers en agglomération. L'institution d'un zonage adapté qui identifierait ces secteurs afin de les interdire à la publicité permettrait de les préserver.

**Réglementer l'installation de dispositifs amovibles ( Chevalets) sur le domaine public.**

Une réflexion et à mener sur la qualité des matériels et leurs conditions d'implantation .

**Harmoniser les dispositifs existants en fixant le format publicitaire maximum à 8 m2.**

Le diagnostic en matière de publicité sur le territoire de La Roche sur Yon atteste que de nombreux dispositifs publicitaires sont désormais au format de 8 m<sup>2</sup> (au lieu de 12 m<sup>2</sup>) sans même que les règlements locaux de publicité existant ne l'imposent. Le RLP pourrait fixer le format publicitaire maximum à 8 m<sup>2</sup> (surface utile).

### **Assurer une meilleure insertion paysagère des dispositifs publicitaires.**

Certains dispositifs publicitaires, par leur caractéristiques dégradent les lieux qui les environnent. C'est le cas par exemple des panneaux scellés au sol avec des rampes d'éclairage. Le RLP pourra prendre des mesures d'interdiction de certains accessoires afin de garantir une meilleure insertion paysagère.

### **Garantir la qualité des matériels employés.**

La qualité des matériels employés contribue à la bonne image des dispositifs publicitaires. Certains d'entre eux présentent un aspect trop peu qualitatif. Le RLP pourrait instituer des mesures visant à garantir la bonne qualité , l'esthétique des matériaux employés et leur entretien.

### **Encadrer les publicités numériques.**

La publicité numérique se développe et peut être considérée comme un dispositif d'animation d'un lieu. Néanmoins, son impact visuel est plus important que la publicité non lumineuse. Le RLP pourrait identifier les lieux où la publicité numérique n'a pas sa place et ceux où elle pourrait être autorisée.

Le RLP pourrait augmenter la durée d'extinction des publicités numériques .

## **En matière d'enseignes :**

**Intégrer les enseignes murales dans l'architecture du bâtiment en fonction des caractéristiques des centres villes et mieux les encadrer dans les pôles commerciaux.**

Certains règlements de publicité communaux ont institué des dispositions visant à garantir l'intégration harmonieuse des enseignes dans l'architecture du bâtiment qui accueille l'activité économique. Le RLP pourra reprendre et généraliser ce type de mesure en tenant compte des caractéristiques des différentes façades concernées et encadrer également les enseignes murales dans les pôles commerciaux.

### **Interdire les enseignes en toiture-terrasse**

Les enseignes en toiture -terrasse, en raison de leur taille, ont un impact considérable sur le paysage. De nombreux règlements locaux de publicité ont interdit ce type de dispositifs. Le RLP pourrait prévoir cette interdiction à l'ensemble du territoire de la commune en tenant compte des caractéristiques urbaines des secteurs concernés.

### **Réduire l'impact des enseignes scellées au sol.**

Les enseignes scellées au sol ont un impact visuel comparable à celui de la publicité. Une limitation de leur format et de leur hauteur pourrait être fixée selon qu'une enseigne ou plusieurs exercent leur activité sur une même unité foncière.

### **Encadrer le développement des enseignes numériques**

Les enseignes numériques ne sont soumises à aucune réglementation particulière. Le RLP pourrait remédier à cette lacune en instituant des règles de surface, d'implantation qui leur sont propres et en fixant des horaires d'extinction .

## Périmètre du Site patrimonial remarquable

