

EXTRAIT DU REGISTRE DES  
DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

SEANCE DU 26 SEPTEMBRE 2019

Nombre de Conseillers :

En exercice : 77

Présents : 62

Votants : 74 (dont 12 procurations)

N° 38

**OBJET :**

**ELABORATION D'UN  
REGLEMENT LOCAL  
DE PUBLICITE  
INTERCOMMUNAL**

**DEBAT SUR LES  
ORIENTATIONS  
GENERALES**

Rendue exécutoire :

Transmise en Sous-Préfecture

le : - 4 OCT. 2019

Publiée ou notifiée

le : - 4 OCT. 2019

Le Conseil Communautaire de Vichy Communauté – Communauté d'Agglomération, légalement convoqué, s'est réuni à l'Hôtel d'Agglomération Vichy Communauté, en session, sous la présidence de **Monsieur Frédéric AGUILERA, Président.**

Présents :

M. Frédéric AGUILERA, Président.

Mmes et MM. E. CUISSET - J.S. LALOY - F. SZYPULA – M. AURAMBOUT - J. GAILLARD - J. KUCHNA - J.M. GERMANANGUE - R. MAZAL - C. BENOIT - A.G. CROUZIER - A. DUMONT - F. GONZALES – P. MONTAGNER - I. DELUNEL – J. TERRACOL, Vice-Présidents.

Mmes et MM. F. MINARD – F. SENNEPIN - F. DUBESSAY – N. RAY – J.M. GUERRE – J.P. BLANC - C. SEGUIN – F. SEMONSUT – P. COLAS – R. LOVATY – C. BERTIN – A. CORNE – B. BAYLAUCQ – A. DAUPHIN – F. HUGUET - J. COGNET - JM. LAZZERINI – M. MORGAND – N. COULANGE – M. MONTIBERT – JD. BARRAUD – G. DURANTET - B. AGUIAR – C. FAYOLLE – G. MARSONI – C. DUMONT – M. CHARASSE – E. GOULFERT - M. GUYOT – A. CHAPUIS - M. MERLE - C. BOUARD – P. BONNET – C. GRELET - G. MAQUIN (à partir de la délibération n°20) – E. VOITELLIER – MC. STEYER - M. JIMENEZ – JJ. MARMOL - S. FONTAINE – W. PASZKUDZKI - MO. COURSOL - JL. GUITARD - F. SKVOR - M.J. CONTE – C. LEPRAT, Conseillers Communautaires.

formant la majorité des membres en exercice.

Absents ayant donné procuration : Mmes et MM. J. ROIG à F. DUBESSAY – JY. CHEGUT à JM. GUERRE – MC. VALLAT à A. DAUPHIN – H. DUBOSCQ à B. BAYLAUCQ – P. SEMET à C. BOUARD - JM. BOUREL à B. AGUIAR – J. BLETTYERY à N. COULANGE - B. KAJDAN à JL. GUITARD - G. MAQUIN à JJ. MARMOL (de la délibération n°1 à la délibération n°19) - C. MALHURET à F. AGUILERA - YJ. BIGNON à E. VOITELLIER - JP. SALAT à C. BENOIT - C. POMMERAY à F. SKVOR, Conseillers Communautaires.

Absent excusé : M. C. CATARD - F. BOFFETY - A. GIRAUD, Conseillers Communautaires.

Secrétaire : M. J.S. LALOY, Conseiller Communautaire.

Monsieur le Président,

**Vu** le Code Général des Collectivités Territoriales,

**Vu** le Code de l'Environnement et notamment les articles L.581-14 à L.581-14-3 relatifs aux règlements locaux de publicité,

**Vu** le Code de l'Urbanisme et notamment les articles L.153-11 à L153-26 relatifs à la procédure d'élaboration du Plan local d'urbanisme également applicables à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, et plus précisément le L.153-12 encadrant le débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité,

**Vu** la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi Grenelle II et son décret du 30 janvier 2012,

**Vu** le Schéma de Cohérence Territoriale de l'agglomération Vichy Val d'Allier approuvé le 18 juillet 2013,

**Vu** les statuts de Vichy Communauté, et notamment sa compétence en matière d'aménagement de l'espace : schéma de cohérence territoriale et schéma de secteur ; plan local d'urbanisme, document d'urbanisme en tenant lieu et carte communale ; création et réalisation de zones d'aménagement concerté d'intérêt communautaire,

**Vu** la délibération du Conseil Communautaire en date du 28 septembre 2017 prescrivant l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal et définissant les objectifs poursuivis ainsi que les modalités de concertation et de co-production avec les communes,

**Vu** la commission urbanisme valant conférence intercommunale des maires, préparatoire à la tenue d'un débat en conseil communautaire, organisée à l'Hôtel d'agglomération de Vichy Communauté, en date du 10 septembre 2019, lors de laquelle Mme la Vice-Présidente en charge de l'aménagement de l'espace et de l'habitat a présenté les orientations générales du RLPi,

**Considérant** qu'une synthèse des orientations générales du RLPi a été adressée préalablement aux délégués communautaires de sorte à pouvoir créer les conditions d'un débat en séance communautaire,

**Considérant** les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunale :

- Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages du territoire
- Améliorer l'image du territoire à travers la requalification des axes, entrées de ville et seuils d'agglomération
- Requalifier les zones commerciales en les rendant lisibles et attractives
- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage publicitaire
- Affirmer la participation des dispositifs publicitaires à la qualité architecturale et à l'ambiance des centres-villes et centres-bourgs
- Promouvoir l'expression citoyenne

**Considérant** que le débat doit également être tenu au sein des conseils municipaux des communes membres, sachant qu'il est réputé tenu, depuis la Loi ELAN N° N°2018-1021 du 23 novembre 2018, s'il n'a pas eu lieu au plus tard deux mois avant l'examen du projet de règlement local de publicité,

**Considérant** qu'il convient de mettre en conformité les modalités de co-production initiales avec les nouvelles dispositions législatives concernant la tenue du débat ; il est proposé d'apporter les modifications suivantes :

Les conseils municipaux seront sollicités à plusieurs étapes de la procédure :

- Un débat sur les orientations générales du RLPi sera organisé en Conseil Municipal (conformément à l'article L.153-12 du Code de l'urbanisme). Ce débat sera réputé tenu s'il n'est pas intervenu au moins 2 mois avant l'arrêt du projet de RLPi.
- Les communes seront sollicitées pour rendre un avis sur le RLPi arrêté.

**Considérant** que la commission urbanisme valant conférence intercommunale des maires du 10 septembre 2019 a été élargie à l'ensemble des conseillers municipaux afin de leur présenter le diagnostic, les enjeux et les orientations générales du RLPi. Cette démarche initiée par l'agglomération ayant pour objectif de créer les conditions favorables à la tenue ultérieure d'un débat au sein de chaque conseil municipal,

Il est proposé au Conseil Communautaire :

- De débattre sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunale,
- D'approuver la modification des modalités de co-production du règlement Local de Publicité intercommunal telle que précitée,
- D'autoriser M. le Président ou son représentant à signer tous les actes subséquents,
- Dit que conformément à l'article R153-3 du Code de l'Urbanisme, la présente délibération sera affichée pendant un mois au siège de la Communauté d'Agglomération et dans chaque Mairie membre de l'agglomération.

Après en avoir délibéré, le Conseil Communautaire décide :

- d'approuver les propositions susvisées,
- de charger M. le Président et M. le directeur général des services de l'exécution et de la publication de ces décisions.

.....  
Fait et délibéré, à l'unanimité, en l'Hôtel d'Agglomération Vichy Communauté, le 26 septembre 2019.

Les Conseillers Communautaires présents ont signé au registre.

Le Président,

Frédéric AGUILERA



## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

### Note préparatoire au débat sur les orientations générales du RLPI

Le conseil communautaire a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) par délibération du 28 septembre 2017.

#### 1. CADRE REGLEMENTAIRE

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes, réglementation qui n'avait pas évolué depuis plus de 30 ans. Ces mesures réglementaires ont été intégrées dans le Code de l'environnement formant la Réglementation Nationale de la Publicité (RNP).

Si les collectivités compétentes en PLU ont la possibilité de décliner des règles locales via le RLPI, la règle nationale (RNP) reste un plancher réglementaire, c'est-à-dire que le RLPI ne peut-être que plus restrictif que le règlement national. Il faut également noter que les règles du RNP sont fonction du nombre d'habitant de chaque partie agglomérée. En effet, le règlement national distingue les villes de plus de 10.000 habitants qui disposent de règles plus souples en matière d'implantation, de gabarit ou de publicité numérique. A contrario les villes de moins de 10.000 habitants sont soumises à des règles plus strictes telles que l'interdiction de la publicité scellée au sol, un format maximal de 4m<sup>2</sup> ou encore l'interdiction des dispositifs numériques. Ainsi, pour Vichy Communauté, seules Vichy et Cusset seront assujetties aux règles prévues pour les communes de plus de 10.000 habitants, les 37 autres communes du territoire seront soumises aux règles pour les communes de moins de 10.000 habitants quand bien même il y a continuité urbaine comme entre Vichy et Bellerive-sur-Allier ou Vichy et Abrest.

Actuellement, 3 communes sont dotées d'un Règlement Local de Publicité (Vichy, Cusset et Bellerive-sur-Allier). Cependant ces règlements, élaborés dans les années 80, seront caducs à partir de juillet 2020, c'est pourquoi l'objectif d'une approbation du RLPI avant cette date est à tenir.

#### 2. ETAT D'AVANCEMENT DE LA PROCEDURE

Les études ont démarré fin 2018 suite au recrutement du bureau d'études Even Conseil en charge d'accompagner la collectivité pour l'élaboration du RLPI. Après une phase de diagnostic territorial, le comité de pilotage s'est réuni le 4 juillet 2019 afin de valider les premières orientations

#### 4. ORIENTATIONS DU RLPi

A partir de ces problématiques identifiées dans la phase de diagnostic, le travail d'élaboration des orientations du futur RLPi a été construit sur la base suivante :

Une orientation générale reprenant les fondements du RLPi :

**Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages**

3 orientations sectorielles applicables à certaines parties du territoire :

**Requalifier les axes et entrées de villes  
Requalifier les zones commerciales  
Valoriser la qualité et l'ambiance des centres-villes**

2 orientations thématiques s'appliquant à l'ensemble du territoire :

**Considérer les nouvelles technologies d'affichage  
Promouvoir l'expression citoyenne**

##### *Orientation Générale*

**Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages**

Il s'agit, d'une part, de **mettre en valeur la diversité des paysages du territoire** en privilégiant la lisibilité des vues sur la nature depuis les espaces agglomérés (éviter les barrières visuelles dans les champs ouverts sur le lointain) et d'autre part, de **limiter l'impact visuel des dispositifs dans les paysages urbains** (clarté des paysages de la ville).

En second lieu, le RLPi devra porter une attention particulière sur la **mise en valeur des paysages naturels sensibles ainsi que des secteurs d'intérêt patrimonial** (Sites Patrimoniaux Remarquables, abords de monuments historiques, paysages d'eau, trames vertes et bleues ainsi que la trame noire). Il conviendra, dans ce sens, d'encadrer la présence des dispositifs publicitaires et des enseignes sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts, de cours d'eau et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisir, détente, ressourcement)

Sur un registre plus social, le RLPi pourrait **se montrer plus restrictif dans les abords immédiats des équipements publics, notamment des établissements scolaires** afin de préserver cette population particulièrement vulnérable aux effets de la publicité.

Enfin, concernant les secteurs ruraux de l'agglomération le RLPi devra permettre la **visibilité des activités touristiques, culturelles et la valorisation des produits du terroir** tout en préservant la qualité paysagère des entrées de bourg.

*Orientation Thématique N°1*  
**Considérer les nouvelles technologies d'affichage**

Le développement des technologies d'affichage s'est étendu sur le cœur urbain de l'agglomération de manière peu encadrée puisque les RLP actuels ne prenaient pas en compte les dispositifs numériques. Si ce nouveau mode d'expression peut être considéré comme dispositif d'animation d'un lieu, son impact visuel reste conséquent. Le RLPi devra donc veiller à **encadrer le recours aux dispositifs numériques en préservant notamment les corridors noirs et en conciliant les enjeux de sécurité routière**. Par ailleurs, il s'agira de **limiter les consommations énergétiques** afin de répondre aux objectifs de développement durable que s'est fixé l'agglomération.

*Orientation Thématique N°2*  
**Promouvoir l'expression citoyenne**

Si cette problématique reste relativement en marge du RLPi, le diagnostic a révélé une faible mise en valeur de ce type de dispositif sur le territoire (supports dégradés, accessibilité contrainte..). Il s'agit ici de requalifier la place de l'expression citoyenne en offrant une approche plus vertueuse de la mise à disposition d'espaces d'information. Ces dispositifs devront être repensés pour **assurer une meilleure intégration dans leur environnement et un accès aisé et sécurisé**.

## **5. IMPACT DU RLPi**

D'un point de vue de la réglementation nationale, une majorité des dispositifs actuellement en place sur le territoire (environ 80%) ont ou auront un caractère non-conforme en juillet 2020 avec l'entrée en caducité des RLP actuels. Ceci sous-entend qu'une mise en conformité de ces dispositifs devra être faite sachant que pour les dispositifs publicitaires cette mise en conformité doit intervenir dans les 2 ans suivant l'approbation du RLPi, pour les enseignes le délai est de 6 ans. L'autorité compétente pour faire appliquer le RLPi reste le Maire au nom de la commune, au même titre que pour le droit du sol.

*Amaya ZULUETA, Architecte du service urbanisme*  
*Sous couvert de Morgane Bonnet-Dubreil, Directrice de l'Aménagement et du logement*

# Règlement Local de Publicité intercommunal

Vichy Communauté

26 septembre 2019

*DEBAT SUR LES ORIENTATIONS GENERALES*



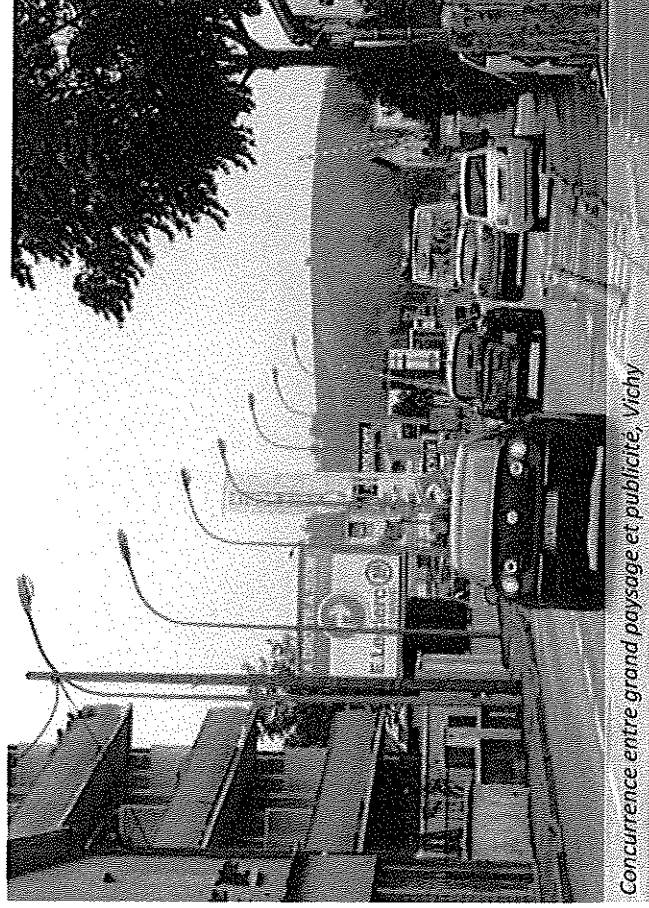
VICHY COMMUNAUTÉ

even  
CONSEIL

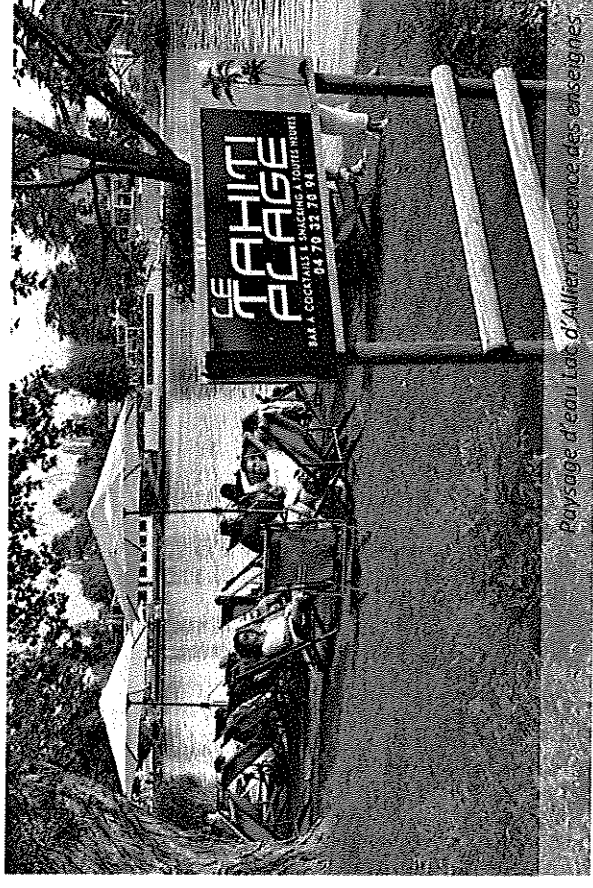
# Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages

## Orientation générale - proposition d'objectifs

- Préserver la diversité des paysages et les vues sur la nature au sein de l'agglomération
- Limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant notamment un format d'affichage maximal



Concurrence entre grand paysage et publicité, Vichy



Paysage d'eau Lac d'Allier présence des enseignes

- Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles, ainsi que les éléments d'intérêt patrimonial (centres historiques, paysages d'eau, trames vertes et bleues ainsi que trame noire)
- Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade, à proximité d'espaces verts, de cours d'eau et de tout autre espace jugé source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement, ...)

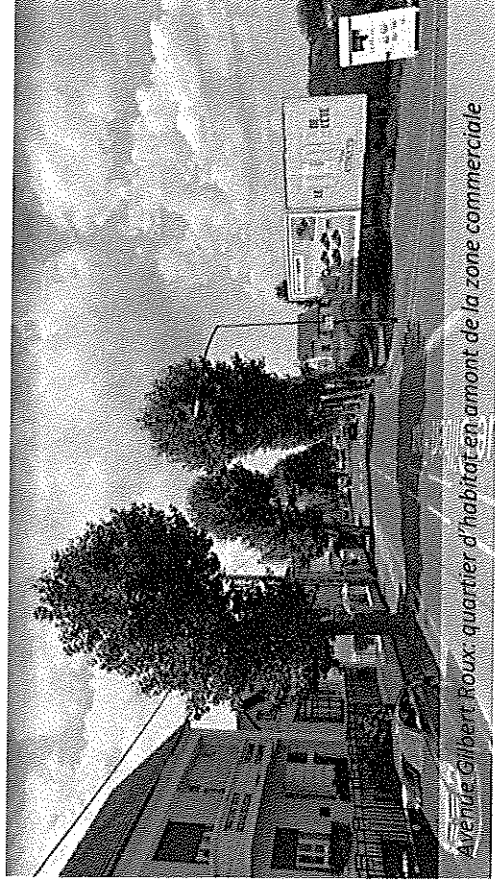


# Requalifier les axes, entrées de ville

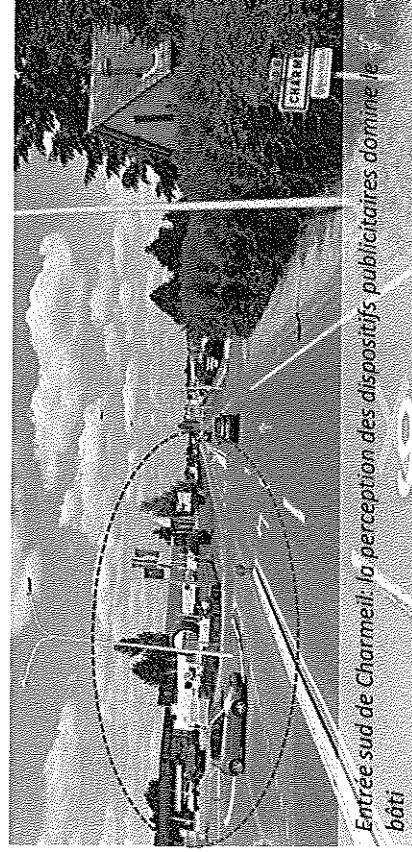
+++

## Orientation sectorielle - proposition d'objectifs

- Requalifier les entrées de ville en travaillant sur les premières impressions paysagères perçues dans ces espaces
- Hiérarchiser les perceptions: naturel puis bâti puis publicité
- Privilégier une implantation des enseignes en façade afin de limiter le nombre de dispositifs au sol et de libérer de l'espace dans le champ visuel
- Adapter les formats à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées



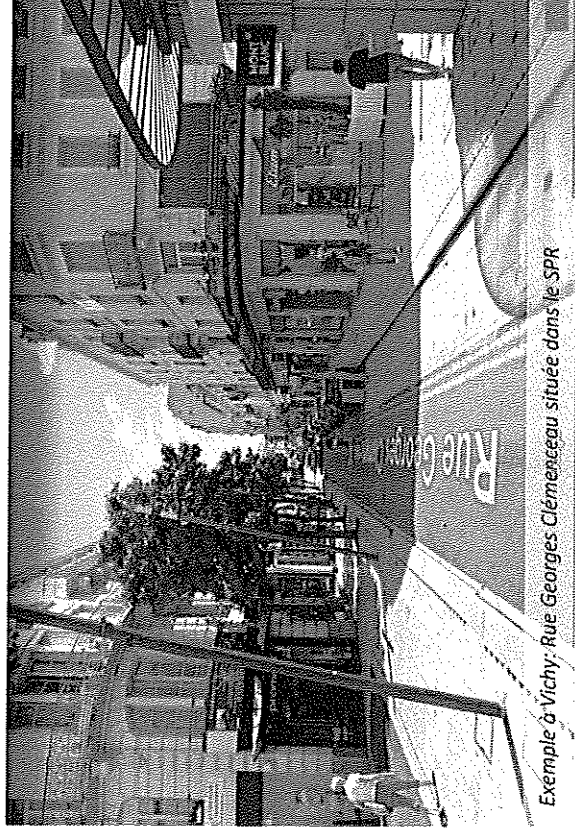
- Requalifier la 1ère couronne du cœur d'agglomération dont le caractère périurbain est actuellement renforcé par la publicité
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes liée à la multiplication des dispositifs et formats
- Accompagner la mixité (habitat/activités économiques)



# Qualité et ambiance des centres-villes ++

## Orientation sectorielle - proposition d'objectifs

- Préserver le patrimoine bâti (riche et identitaire) de l'affichage publicitaire ;
- Préserver les SPR et les écrans des Monuments Historiques : positionner le mobilier urbain comme support privilégié (unique?) de l'affichage publicitaire ;
- Favoriser l'implantation d'enseignes de manière cohérente avec l'architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines ;



- Travailler des rapports d'échelle adaptés aux usagers des modes doux (piétons et cycles).
- Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les secteurs à vocation essentiellement d'habitat.

even

**Merci de votre attention**

▪ [rhone-alpes@even-conseil.com](mailto:rhone-alpes@even-conseil.com)

Accusé de réception d'un acte en préfecture

DELIBERATION N° 38 DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 26

Objet de l'acte : SEPTEMBRE 2019 - ELABORATION D'UN RGLEMENT LOCAL DE  
PUBLICITE INTERCOMMUNAL - DEBAT SUR LES ORIENTATIONS  
GENERALES

.....  
Date de décision: 26/09/2019

Date de réception de l'accusé 04/10/2019

de réception :

.....  
Numéro de l'acte : 26sep2019\_38

Identifiant unique de l'acte : 003-200071363-20190926-26sep2019\_38-DE

.....  
Nature de l'acte : Délibération

Matières de l'acte : 8 .4

Domaines de competences par themes

Amenagement du territoire

Date de la version de la 29/08/2019

classification :

.....  
Nom du fichier : 38.pdf ( 99\_DE-003-200071363-20190926-26SEP2019\_38-DE-  
1-1\_1.pdf )