



LE RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL : QUELLES AMBITIONS POUR LE TERRITOIRE ?

Le 26 septembre 2019, le Conseil Communautaire a débattu des orientations générales du futur Règlement de Publicité. Ces orientations, issues des enjeux qui ont émergé pendant la phase de diagnostic, ciblent les particularités locales et entendent apporter des réponses adaptées au territoire de l'agglomération. Si l'ambition première du RLPI est la préservation du cadre de vie et la mise en valeur des paysages, cet outil réglementaire se veut également régulateur afin de permettre une meilleure visibilité des activités économiques locales dans un souci d'équité.



LES 6 GRANDES ORIENTATIONS

- Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages
- Requalifier les axes et entrées de ville
- Requalifier les zones commerciales
- Valoriser la qualité et l'ambiance des centres-villes
- Considérer les nouvelles technologies d'affichage, notamment le numérique
- Promouvoir l'expression citoyenne

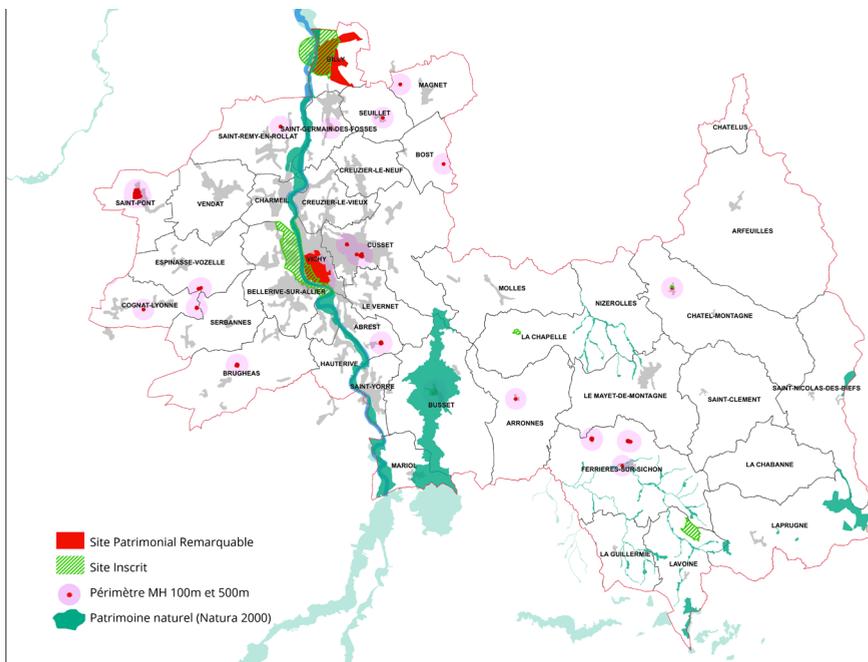
6 GRANDES ORIENTATIONS

+ ORIENTATION N°1 : PRÉSERVER LA QUALITÉ DE VIE ET DES PAYSAGES

Il s'agit, d'une part, de **mettre en valeur la diversité des paysages du territoire** en privilégiant la vue 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'agrément (loisir, détente, ressourcement).

SECTEURS D'INTÉRÊT PATRIMONIAL



+ ORIENTATION N°2 : REQUALIFIER LES AXES ET ENTRÉES DE VILLE

Certaines entrées de villes sont particulièrement impactées par les dispositifs publicitaires. Il s'agit ici de travailler sur les premières impressions perçues dans ces espaces afin de **hiérarchiser les perceptions**.

L'agglomération, notamment son cœur urbain, est traversée par des axes à grande circulation où la pression publicitaire est forte. La multiplication des dispositifs et la variété des formats contribuent à la banalisation de ces axes. L'objectif est donc de **requalifier la 1^{ère} couronne du cœur d'agglomération** en diminuant la présence de la publicité et **d'accompagner la mixité** sur certains secteurs (habitat/activités économiques).



+ ORIENTATION N°3 : REQUALIFIER LES ZONES COMMERCIALES



Sur les zones commerciales de l'agglomération, la profusion d'informations (publicités, enseignes) contribue à brouiller la vision de l'espace. Il s'agira donc de limiter le nombre d'informations afin de **retrouver une lisibilité de l'espace**.

De même **l'intégration des enseignes dans le bâti** sera recherchée tout en assurant une **cohérence des règles du RLPI avec les chartes commerciales existantes**.

+ ORIENTATION N°4 : VALORISER LA QUALITÉ ET L'AMBIANCE DES CENTRES-VILLES

Le territoire de l'agglomération comprend de **nombreux noyaux historiques offrant une qualité urbaine et architecturale qu'il convient de mettre en valeur**. Le RLPI veillera, sur ces secteurs, à **hiérarchiser les rapports d'échelle** en s'adaptant aux usagers des modes doux (piétons, cyclistes)

Plus particulièrement **les secteurs patrimoniaux (SPR et abords de MH) doivent être préservés de l'affichage publicitaire et l'implantation des enseignes doit respecter l'architecture des bâtiments et les ambiances urbaines**.

+ ORIENTATION N°5 : CONSIDÉRER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES D'AFFICHAGE, NOTAMMENT LE NUMÉRIQUE

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 N°6 : 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**.

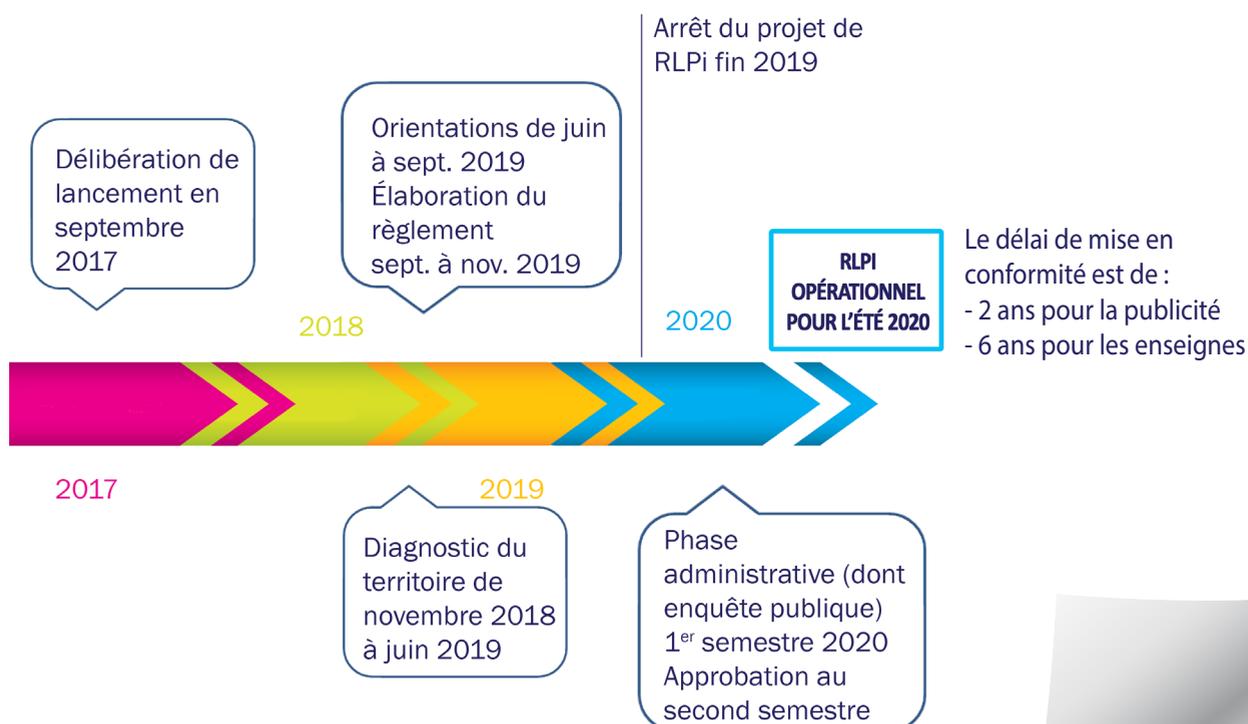
CONCERTATION, OÙ EN SOMMES-NOUS ?

Un atelier participatif a été organisé le 10 octobre dernier avec les acteurs économiques du territoire. Afficheurs, enseignants, représentants des commerçants étaient conviés afin d'évaluer collectivement les impacts du futur RLPi sur leur mode d'exercice.

Parallèlement, une réunion publique à destination de l'ensemble des habitants du territoire s'est tenue le 17 octobre.



PROCHAINE ÉTAPE : ÉLABORATION DU RÈGLEMENT ET FINALISATION DU PROJET



EXPRIMEZ-VOUS !

- Par mail à rlpi@vichy-communaute.fr
- Par courrier adressé à : M. Le Président de Vichy Communauté
Elaboration du RLPi – 9, Place Charles-de-Gaulle 03200 VICHY
- Par écrit : un cahier de concertation est à votre disposition à l'Hôtel d'Agglomération de Vichy Communauté