DEPARTEMENT
DE L'ALLIER

ARRONDISSEMENT
DE VICHY

VICHYCOMMUNAUTÉ

SOUS-PREFECTURE DE VICHY
16 DEC. 2019
ALLIER

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

SEANCE DU 5 DECEMBRE 2019

Nombre de Conseillers :

En exercice : 77
Présents : 66
Votants : 77 (dont 11 procurations)

N° 30

OBJET :

ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

ARRET DE PROJET ET BILAN DE LA CONCERTATION

Rendue exécutoire :

Transmise en Sous-Préfecture le :

Publiée ou notifiée le :

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 (de la délibération n°1 à la n°34 et à partir de la délibération n°37) - 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. ROIG - J.M. GUERRE – J.P BLANC - C. CATARD – C. SEGUIN – F. SEMONSUT – R. LOVATY – C. BERTIN – A. CORNE – A. DAUPHIN – F. HUGUET - J. COGNET - H. DUBOSCQ (à partir de la délibération n°11) - P SEMET (de la délibération n°1 à la n°38 et à partir de la délibération n°42A/) – JM. LAZZERINI – M. MORGAND – JM. BOUREL – N. COULANGE (jusqu'à la délibération n°38) – A. GIRAUD – M. MONTIBERT – JD. BARRAUD – G. DURANTET - B. AGUIAR – C. FAYOLLE – G. MARSONI (à partir de la délibération n°11) – C. DUMONT – M. CHARASSE – F. BOFFETY – E. GOULFERT - M. GUYOT (de la délibération n°1 à la n°41 et à partir de la délibération n°44) – A. CHAPUIS - M. MERLE - C. BOUARD – P. BONNET – C. GRELET - G. MAQUIN – C. MALHURET (à partir de la délibération n°11) – M. JIMENEZ – JJ. MARMOL (de la délibération n°1 jusqu'à la délibération n°25) - S. FONTAINE (de la délibération n°1 jusqu'à la délibération n°37) –MO. COURSOL - JL GUITARD - F. SKVOR – M. MARIEN - M.J. CONTE – C. LEPRAT – JP. SALAT (de la délibération n°1 jusqu'à la délibération n°37), Conseillers Communautaires.

formant la majorité des membres en exercice.

Absents ayant donné procuration : Mmes et MM. P. COLAS à J. TERRACOL - B. BAYLAUCQ à JS. LALOY – JY. CHEGUT à P. SEMET - MC. VALLAT à A. DAUPHIN – J. BLETTERY à N. COULANGE (jusqu'à la délibération n°38) – – E. VOITELLIER à C. LEPRAT – YJ. BIGNON à F. AGUILERA - MC. STEYER à C. MALHURET (à partir de la délibération n°11) - B. KAJDAN à JL. GUITARD - JJ. MARMOL à C. GRELET (à partir de la délibération n°26) - S. FONTAINE à MO. COURSOL (à partir de la délibération n°38) - W. PASZKUDZKI à M. MORGAND – JP. SALAT à C. BENOIT (à partir de la délibération n°38) - 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 la sous-section 3 relative à l'arrêt du projet de Plan Local d'Urbanisme encadré par les articles L153-14 à L153-18,

Vu la loi N°2014-366 du 24 mars 2014 pour l'Accès au Logement et un Urbanisme Rénové (ALUR),

Vu la loi N°2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'Egalité et la Citoyenneté,

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

Vu la délibération du 13 juin 2019 relative au bilan du Schéma de Cohérence Territoriale de l'agglomération de Vichy Val d'Allier puis la délibération complémentaire du 26 septembre 2019 prescrivant la révision du Schéma de Cohérence Territoriale de l'agglomération de Vichy Val d'Allier afin d'étendre son application à la globalité du territoire de Vichy Communauté,

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 le débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal tenu en séance communautaire le 26 septembre 2019,

Vu les débats sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal tenus en séances municipales conformément au L.153-12 du Code de l'urbanisme dans les communes suivantes :

- Bellerive-sur-Allier (délibération du 24-09-2019),
- Cognat-Lyonne (délibération du 23-09-2019),
- Cusset (délibération du 2-10-2019),
- Espinasse-Vozelle (délibération du 11-09-2019),
- Hauterive (délibération du 17-09-2019),
- La Chapelle (délibération du 10-09-2019),
- Le Vernet (délibération du 19-09-2019),
- Magnet (délibération du 27-09-2019),
- Mayet-de-Montagne (délibération du 30-09-2019),
- Molles (délibération du 4-09-2019),

SOUS-PREFECTURE DE VICHY
16 DEC. 2019
ALLIER

- Saint-Pont (délibération du 23-09-2019),
- Saint-Yorre (délibération du 27-09-2019),
- Saint-Germaine-des-Fossés (délibération du 17-09-2019),
- Vendat (délibération du 20-09-2019),

Vu la commission urbanisme valant conférence intercommunale des Maires en date du 19 novembre 2019, régulièrement réunie, lors de laquelle le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal a fait l'objet d'un examen en vue de son arrêt,

Vu le bilan de la concertation publique joint en annexe de la présente délibération montrant que la concertation publique s'est bien déroulée selon les conditions déterminées par la délibération de prescription du Conseil Communautaire,

Vu le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal et notamment le rapport de présentation, les orientations, le règlement écrit et graphique et ses annexes,

Considérant que la délibération qui arrête le Règlement Local de Publicité intercommunal peut simultanément tirer le bilan de la concertation en application de l'article R.153-3 du Code de l'Urbanisme,

Propose au Conseil Communautaire :

- De tirer le bilan de la concertation, tel que joint en annexe,
- D'arrêter le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal, tel qu'il est annexé à la présente délibération,
- De soumettre pour avis le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ainsi arrêté :
    - aux personnes publiques associées, aux communes membres de l'agglomération, conformément aux dispositions des articles L153-16 et L153-17 du Code de l'Urbanisme,
- 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 commune membre de Vichy Communauté,

Après en avoir délibéré, le Conseil Communautaire décide :

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

.....

Fait et délibéré, à la majorité des suffrages exprimés, (76 voix pour, 1 voix contre (M. Lazzerini)), en l'Hôtel d'Agglomération Vichy Communauté, le 5 décembre 2019.
Les Conseillers Communautaires présents ont signé au registre.

Le Président,

Frédéric AGUILERA

REGLEMENT LOCAL DE LA PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE VICHY COMMUNAUTE

VICHYCOMMUNAUTÉ

4- BILAN DE LA CONCERTATION

Délibération de prescription du RLPi : *28 septembre 2017*

Délibération sur le débat des orientations : *26 septembre 2019*

Délibération d'arrêt du RLPi : *5 décembre 2019*

Enquête publique :

Délibération d'approbation :

even CONSEIL

TABLE DES MATIERES

Chapitre 1 CONTEXTE ET MODALITE DE LA CONCERTATION 5
CONTEXTE REGLEMENTAIRE 6
MODALITES DE CONCERTATION 7
MODALITES DE CONCERTATION AVEC LES COMMUNES 7
Chapitre 2 ACTIONS MISES EN PLACE 9
AFFICHAGE DES DELIBERATIONS 10
MISE EN LIGNE DES INFORMATIONS SUR UNE PAGE INTERNET DEDIEE 10
PUBLICATION DANS LE BULLETIN COMMUNAUTAIRE 12
INFORMATIONS DANS LA PRESSE LOCALE 13
REUNION PUBLIQUE 15
FORMULATIONS DES OBSERVATIONS ET PROPOSITIONS 21
PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES 24
Chapitre 3 BILAN DE LA CONCERTATION 25
ANNEXES 27

Chapitre 1| CONTEXTE ET MODALITE DE LA CONCERTATION

CONTEXTE REGLEMENTAIRE

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) précise que les règlements locaux de publicité (RLP) permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, les communes de contenir l'impact de la publicité extérieure (dispositifs publicitaires, enseignes et pré enseignes) tout en veillant à préserver la liberté d'expression.

Le RLPi 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. Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

L'engagement de cette démarche vise à préserver la qualité du paysage urbain, tant sur les zones sensibles (entrées de ville, secteurs protégés, Trames Vertes et Bleues…) qu'au niveau des zones d'habitat et résidentielles. Il s'agit également de prendre en compte des exigences en matière de développement durable, pour ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse.

L'enjeu est d'assurer un nécessaire équilibre entre protection du cadre de vie et droit à l'expression et à la diffusion d'informations par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes. Vichy Communauté et ses communes membres sont à l'initiative de l'élaboration du RLPi.

Le Conseil Communautaire, dans sa délibération de prescription du 28 septembre 2017, a fixé les objectifs poursuivis par le RLPi qui se déclinent de la manière suivante :

- Assurer une cohérence dans le traitement des voies structurantes du territoire ;
- Intégrer les objectifs du SCoT ;
    - Contribuer à la valorisation des entrées d'agglomération et entrées de ville ;
    - Anticiper le développement des ZACOM de Saint-Yorre et Saint-Germain-des-Fossés et leur conférer une image qualitative ;
    - Valoriser les zones d'activités existantes en recherchant une cohérence des enseignes et une meilleure lisibilité dans le territoire.
- Intégrer les grands projets de l'agglomération :
    - Travailler sur la traversée de Bellerive-sur-Allier, le secteur de la source intermittente et le traitement des têtes de Pont en accompagnement du projet de la Boucle des Isles ;
    - Préserver les paysages des bords d'Allier et les projets de revalorisation de la rivière ;
    - Préserver les abords du Sichon en lien avec le projet de renaturation du cour d'eau et la traversée du quartier de Presles ;
- Préserver la qualité des paysages ruraux tout en permettant le développement de l'économie touristique, renforcer sa lisibilité ;
- Accompagner la valorisation des centres-bourgs en règlementant les enseignes pour une meilleure intégration dans le cadre bâti ;

- Harmoniser les dispositifs publicitaires sur le territoire de l'agglomération en faveur de la qualité des paysages urbains et ruraux.

C'est dans ce cadre que la concertation sur l'élaboration du RLPi de Vichy Communauté a été mise en œuvre. Cette démarche s'inscrit dans une volonté d'association des citoyens, notamment aux phases clés de la démarche de construction du RLPi.

MODALITES DE CONCERTATION

Conformément aux articles L103-2 à L103-6 du Code de l'Urbanisme, l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal a supposé qu'une concertation ait été mise en œuvre par Vichy Communauté permettant, pendant toute la durée d'élaboration du projet, à l'ensemble des personnes concernées d'accéder aux informations relatives au projets et d'exprimer des observations ou des propositions qui ont été enregistrées et conservées selon les modalités fixées par la délibération de prescription du 28 septembre 2017 et rapportées ci-dessous :

Moyens d'informations prévus :

- Mise en ligne des informations et état d'avancement sur le site Internet de Vichy Communauté : www.vichy-communaute.fr
- Publication dans le bulletin communautaire
- Information dans la presse locale
- 1 réunion publique à l'échelle de l'agglomération

Moyens supplémentaires offerts au public pour formuler ses observations et propositions :

- Mise à disposition d'un cahier de la concertation au siège de Vichy Communauté ;
- Création d'une adresse mail dédiée : rlpi@vichy-communaute.fr
- Réception des observations par courrier envoyés en accusé de réception et adressés à M. le Président de vichy Communauté, élaboration du RLPi, 9 place Charles de Gaulle – 03200 Vichy

MODALITES DE CONCERTATION AVEC LES COMMUNES

Conformément aux dispositions de l'article L.153-8 du code de l'urbanisme, la procédure d'élaboration du RLPi doit se dérouler en lien avec l'ensemble des communes membres de l'agglomération. Les modalités de co-production politiques et techniques fixées sont rappelées ci-dessous :

- Instances politiques :

- Le ***Comité de Pilotage (COPIL)*** est l'instance coordinatrice du projet qui définit et valide la stratégie, pilote et valide les grandes orientations du projet. Le COPIL prépare les dossiers à soumettre à la Conférence Intercommunale et au Conseil Communautaire. Il comprend les Vice-Président(e)s de Vichy Communauté Délégués à l'Aménagement de l'Espace et Habitat, aux Finances, L'enseignement Supérieur, , Culture, Sport, Tourisme, le Développement Durable, Energie, Espaces Naturels sensibles, le Développement économique, les Voieries communautaires et liaisons routières et les Politiques d'accueil, services publics en milieu rural, commerce de proximité.
- La ***Conférence Intercommunale des Maires*** réunissant tous les maires des 39 communes de Vichy Communauté et s'est rassemblée dans l'objectif de définir les modalités de co-production entre Vichy Communauté et ses communes. Elle sera à nouveau convoquée à l'issue de l'enquête publique.
- Le ***Conseil Communautaire*** est l'instance compétente pour délibérer sur tous les actes afférents à la procédure d'élaboration du RLPi. Elle a débattu de la prescription le 27 septembre 2017 et des orientations du RLPi le 28 septembre 2019. En prévision du débat et préalablement aux Conseils Municipaux, une présentation de l'avancement du projet et des orientations a été faites le 5 septembre 2019.
- Les ***Conseils Municipaux*** ont été sollicités pour débattre des orientations puis le seront à nouveau dans le cadre des avis des Personnes Publiques Associées suite à l'Arrêt du projet de RLPi.

- Instances techniques :
  - Un ***Comité Technique*** (COTECH) a été créé de façon à conduire techniquement et administrativement le projet. Il est composé des techniciens de Vichy Communauté et des communes du cœur d'agglomération ou pôles d'équilibre du territoire. La réunion du COTECH a pour objectif de partager et amender les éléments d'analyses et propositions propres à chaque étape de l'élaboration en vue de les présenter au COPIL.

Pour rappel :

Le code de l'urbanisme prévoit les modalités suivantes de consultation des communes :

- Un débat dans chaque conseil municipal sur le projet des Orientations (art.L.123-9) ;
- La possibilité offerte aux conseils municipaux des communes membres de donner un avis sur le projet de RLPi arrêté (art. L.123-9) ;
- La réunion de la conférence intercommunale des Maires après l'enquête publique pour examiner les avis joints au dossier d'enquête, les observations du public et le rapport du commissaire-enquêteur (art L.123-10).

Chapitre 2| ACTIONS MISES EN PLACE

AFFICHAGE DES DELIBERATIONS

La délibération du Conseil Communautaire du 28 septembre 2017 engageant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPi) ainsi que celle portant sur le débat des orientations ont été respectivement affichées le 6 octobre 2017 et le 5 octobre 2019 sur le panneau d'affichage visible de l'extérieur du siège de Vichy Communauté et ont été annexées au registre des délibérations.

MISE EN LIGNE DES INFORMATIONS SUR UNE PAGE INTERNET DEDIEE

Vichy Communauté a créé une page dédiée spécifiquement au RLPi sur son site Internet : https://www.vichy-communaute.fr/reglement-local-de-publicite-intercommunal/

Cette page permet de replacer le projet dans son contexte en précisant :

- le cadre règlementaire :

Accueil » Règlement Local de Publicité Intercommunal

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

Vichy Communauté s'engage pour l'amélioration du cadre de vie en élaborant un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Le paysage du quotidien se compose des centres historiques, des entrées de villes, des infrastructures essentielles au développement économique du territoire, des zones d'activités et commerciales qui entourent nos centres. L'abondance et la multiformité d'affichages publicitaires et d'enseignes, constatées ici ou là, altèrent notre environnement et notre cadre de vie et participent au caractère banalisant de ces lieux.

UN RLPi, POUR QUOI FAIRE ?

Il existe en France une règlementation nationale de publicité (RNP) encadrée par le Code de l'Environnement. Cette règlementation relative aux publicités, pré-enseignes et enseignes, vise à concilier la liberté d'affichage avec la protection de l'environnement, mais surtout du paysage, qu'il soit naturel ou bâti, urbain, péri-urbain ou rural.

La RNP fixe des règles concernant les formats, les hauteurs, le nombre de dispositifs… qui diffèrent en fonction du contexte géographique des communes (taille des communes notamment) et des espaces (site patrimoniaux, voies à grande circulation…), le principe premier de la règlementation nationale étant l'interdiction totale de la publicité hors agglomération.

Afin de pouvoir décliner plus finement la RNP, les collectivités locales compétentes en termes d'urbanisme, comme Vichy Communauté, ont la possibilité d'établir un Règlement Local de Publicité qui adapte la réglementation nationale de publicité aux spécificités locales et aux enjeux du territoire.

- les objectifs poursuivis :

QUELS SONT LES OBJECTIFS POURSUIVIS ?

La Communauté d'agglomération a saisi cette opportunité pour maîtriser et organiser le développement de la publicité, en apportant une plus grande cohérence et une harmonisation des règles. Il s'agit d'apporter un outil au service d'un projet communautaire, inscrit dans une démarche de développement durable avec le double objectif suivant :

- La protection du cadre de vie en luttant contre les nuisances visuelles, en préservant la qualité des paysages, en ayant une réflexion sur les économies d'énergie…
- La bonne visibilité et la mise en valeur des activités et espaces économiques, participant à la vitalité et l'attractivité du territoire.
- Le futur RLPi viendra se substituer aux 3 règlements communaux en vigueur : à Vichy, Cusset et Bellerive-sur-Allier.

- les grandes étapes de l'élaboration :

LES GRANDES ETAPES DE L'ELABORATION DU RLPi

L'élaboration du RLPi s'organise autour de 3 grandes phases :

- *le diagnostic*, permettant de comprendre les enjeux spécifiques au territoire et de mettre en lumière les secteurs problématiques à traiter plus particulièrement.
- *les orientations*, qui, à partir du diagnostic, expriment le projet politique pour répondre aux problématiques que pose le territoire en matière de publicité et d'enseignes,
- *le règlement*, traduisant les objectifs stratégiques en règles. Document opposable, il encadre les implantations, les formes, les dimensions, les couleurs, la densité… en fonction de zones définies par les enjeux qu'elles soulèvent (centre-ville, zones commerciales, espaces résidentiels…).

- et les moyens mis à dispositions pour la population de faire remonter ses observations et éventuelles remarques :

LA CONCERTATION

Le RLPi est un projet de territoire qui nécessite une large concertation. Ainsi, tout au long de la procédure d'élaboration, des temps forts de participation seront organisés avec les acteurs locaux : élus, habitants, commerçants, publicitaires, associations du patrimoine, associations environnementales. Cette concertation vise à la fois à informer les citoyens et professionnels de l'avancée du projet à chaque étape, mais aussi à recueillir les avis et attentes de chacun pour nourrir ce projet au service d'un cadre de vie de qualité pour tous.

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*

De surcroit, la page Internet permet également le téléchargement des actes administratifs liés à la procédure d'élaboration de RLPi ainsi que celui de bulletins d'informations rédigés et publiés aux moments clefs du projet : phase de diagnostic, phase orientations et phase de traduction réglementaire (*Cf. annexes du Bilan de Concertation*).

Mise à jour au fur et à mesure de l'avancement du projet et consultable de fait par tous et 24h/24, cette page entre pleinement dans le cadre de la modalité fixée par la délibération de prescription du RLPi et rappelée ci-dessous : ***Mise en ligne des informations et état d'avancement sur le site Internet de Vichy Communauté : www.vichy-communaute.fr***

#22

PUBLICITÉ ET ENSEIGNES

Vichy Communauté s'est engagée dans une démarche de régulation de la publicité sur son territoire en élaborant un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).
Ce document qui sera à terme applicable sur les 39 communes membres de la communauté d'agglomération, vise à encadrer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes en proposant un équilibre entre visibilité des activités économiques et protection du cadre de vie.

Un règlement opérationnel pour l'été 2020.

PUBLICATION DANS LE BULLETIN COMMUNAUTAIRE

Conformément à la délibération de prescription imposant une ***publication dans le bulletin communautaire***, « Le Mag' » de Vichy Communauté s'est également fait le relais pour informer la population de l'élaboration du RLPi en synthétisant la principale quête du document consistant à concilier

visibilité des acteurs du tissu économiques local et protection, valorisation du cadre de vie patrimonialement riche.

INFORMATIONS DANS LA PRESSE LOCALE

Des actions de relations presse ont été mises en œuvre et ont donné lieu à des articles au sein du journal «La Montagne », largement diffusé et consulté en tant que premier média d'information locale et régionale en Auvergne. Ces articles ont permis de communiquer sur le débat en Conseil Communautaire sur les Orientations du projet et ont également relayé l'information quant à la tenue de la réunion publique sur le projet global du RLPi.

- Article du 27 septembre 2019 :

VICHY COMMUNAUTÉ ■ Les élus de l'agglomération vichyssoise ont fait leur rentrée, hier soir

Pour ne plus tomber dans le panneau

Conseil communautaire express, hier soir, pour la rentrée des élus. À l'ordre du jour notamment, un débat sur l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal.

Maathieu Perrinaud et Elsa Charnay

Règlement local de publicité intercommunal. Ou RLPI, pour les intimes. Un document de plus, dans l'immense classeur de Vichy Communauté. Mais pas des moindres. Et si, comme souvent, le patronyme du règlement ne rend pas hommage à son utilité, il s'agit pourtant là d'agir très concrètement sur l'espace urbain.

Vers la fin de « l'invasion publicitaire » ?

L'enjeu ? Siffler la fin de la récréation pour « l'invasion publicitaire » des villages et des villes. Ces sigles et panneaux en bataille, implantés partout et n'importe où. Ce RLPI entend donc, globalement, « préserver la diversité des paysages et les vues sur la nature au sein de l'agglomération » ; « limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant un format d'affichage maximal ».

Quelques pistes, pour mettre en musique ce dessein : « requalifier les entrées de ville », pour que le premier coup d'œil épouse davantage la nature qu'une enseigne. « Privilégier une implantation des enseignes en façade, afin de limiter le nombre de dispositifs au sol ». Mais aussi « limiter le nombre d'informations » sur un même panneau, par exemple à l'entrée de zones commerciales. Ou encore « encadrer le recours aux dispositifs lumineux », ceci afin de « limiter les consommations énergétiques ».

ENJEU. Les élus réfléchissent à l'encadrement de la publicité sur le territoire de l'agglomération. PHOTO DOMINIQUE PAGAT

Pour François Skvor, élu écologiste vichyssois, ce document « répond en partie au défi de cette France moche déployée aux entrées de nos agglomérations ». Il a cependant appelé de ses vœux une « ambition » plus forte encore. « Quand on mesure l'ampleur des espaces publicitaires conquis à la faveur de la révolution numérique et téléphonique de ces dernières années, on peut légitimement envisager une réduction marquée de sa présence dans l'espace public. C'est pour moi un défi social et quasi sanitaire. »

« Soi-disant modernité des panneaux numériques »

« L'excitation publicitaire n'a pas grand-chose à voir avec le cadre de ville thermale et de ville – santé auquel on peut aspirer à Vichy », a poursuivi l'élu. Avant de conclure : « Il m'apparaît important d'interroger la soi-disant modernité des panneaux publicitaires numériques dont la consommation énergétique est loin d'être anodine, quand on sait qu'un seul d'entre eux peut dilapider par an l'équivalent énergétique de la consommation d'un foyer de trois personnes. »

Après la présentation de ces orientations générales, Élisabeth Cuisset, vice-présidente de l'agglo chargée de l'aménagement de l'espace et de l'habitat, a invité les maires à porter le débat au sein de leur conseil municipal.

Les riverains sont également invités à se joindre au débat : une réunion publique est prévue sur ce sujet **jeudi 17 octobre**, à 19 heures, à la salle des fêtes de Vichy. ■

LES DOSSIERS

ENTREPRENEUR ET NUMÉRIQUE. Le salon de l'entrepreneur et du numérique de l'Allier, jusqu'à présent organisé par l'intercon-sulaire à Vichy, Moulins et Montluçon, n'aura plus lieu qu'à Moulins. Les élus ont voté hier soir à l'unanimité une subvention de 2.000 € pour soutenir l'organisation et 1.000 € de prix. ■

Montagne bourbonnaise

L'Agglo recherche un gérant pour la base nautique de Saint-Clément. Après « l'infructuosité de la procédure engagée en 2018 », les élus ont voté le lancement d'une nouvelle procédure de délégation de service public. D'une durée de 5 ans, elle devrait permettre de donner « suffisamment de visibilité pour envisager des investissements » sur le site, selon Jean-Sébastien Laloy, vice-président de Vichy Co en charge, notamment, du tourisme. ■

DÉCÈS DE JACQUES CHIRAC. À l'issue du conseil communautaire, les élus ont observé une minute de silence. ■

- Brève du 17 octobre 2019

EN BREF

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL ■ Réunion

Vichy Communauté s'est engagée dans une démarche de régulation de la publicité sur son territoire en prescrivant l'élaboration d'un Règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Ce document qui sera à terme applicable sur les trente-neuf communes membres de la Communauté d'agglomération, vise à encadrer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes en proposant un équilibre entre visibilité des activités économiques et protection du cadre de vie. Une réunion publique est programmée ce jeudi 17 octobre, à 19 heures, à la salle des fêtes de Vichy, place Charles-de-Gaulle. ■

- Article du 22 octobre 2019

VICHY COMMUNAUTÉ ■ Un règlement local intercommunal en gestation

Réguler la publicité dans l'agglo

Un document, applicable sur les 39 communes membres de la communauté d'agglomération, vise à encadrer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes.

Une réunion publique de Vichy Communauté, animée par plusieurs personnalités (*), s'est déroulée à la salle des fêtes de Vichy.

Publicité, enseignes, préenseignes, tous ces sujets ont été abordés, alors qu'une réglementation nationale indique l'interdiction totale de la publicité hors agglomération.

Trouver le bon équilibre

Vichy Communauté s'est engagée dans une démarche de régulation de la publicité sur son territoire en prescrivant l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPI).

Ce document, qui sera à terme applicable sur les trente-neuf communes membres de la communauté d'agglomération, vise à encadrer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes en proposant un équilibre entre visibilité des activités économiques et protection du cadre de vie.

URBANISME. L'enjeu, trouver un équilibre entre visibilité des activités économiques et protection du cadre de vie.

Un diagnostic du territoire a été dressé par le cabinet Even conseil afin de citer les enjeux spécifiques au territoire (plus ou moins de 10.000 habitants, secteurs problématiques comme les sites historiques). Le parc publicitaire correspond à 566 dispositifs recensés (45 % de moins de 3 m², et 33 % d'un gabarit supérieur à 10 m²).

Dans l'élaboration du RLPI, il est prévu de requalifier les axes, recadrer l'affichage et les enseignes dans les zones commerciales, adapter les dispositifs à la qualité architecturale et à l'ambiance des bourgs et centre-ville, protéger les espaces patrimoniaux et assurer la lisibilité des activités économiques et touristiques en zone rurale. Une enquête publique aura lieu le 1er semestre 2020. ■

(*) Élisabeth Cuisset, vice-présidente de l'agglomération chargée de l'aménagement de l'espace et de l'habitat ; Joseph Gaillard, vice-président au développement économique ; Morgane Bonnet-Dubreil, directrice du pôle habitat-urbanisme ; et Laurence Herrmann, d'Even conseil.

Pratique. Plus d'infos sur le site www.vichy-communaute.fr/rlpi/

L'édition de ces articles permet de répondre favorablement à la modalité suivante fixée dans la délibération de prescription : ***moyens d'informations prévus : information dans la presse locale***

REUNION PUBLIQUE

Afin de mobiliser au maximum la population, la réunion publique a fait l'objet d'une forte publicité. Outre une annonce dans le journal (*Cf. Brève du 17 octobre 2019 publiée dans « La Montagne »*) et sur le site Internet et la page Facebook de Vichy Communauté, un communiqué de presse a été réalisé le 14 octobre 2019 (*Cf. annexes*). Celui-ci reprécise les grandes phases de l'élaboration du RLPi et invite la population à venir s'informer et exprimer ses souhaits et observations lors de la réunion publique du 17 octobre 2019. L'information de la tenue de cette rencontre a également été véhiculée via la diffusion sur l'ensemble du territoire d'affiches précisant l'objet, le lieu et l'heure du rendez-vous (*Cf. affiche ci-contre*).

Force est de constater que les connaissances quant à l'encadrement de l'affichage extérieur sont hétérogènes, aussi il a été proposé à travers un quizz de découvrir dans un premier temps le Règlement National de la Publicité. L'objectif était double, tout d'abord sensibiliser et informer la population quant à cette règlementation relevant du Code de l'Environnement et donner des éléments de langage commun pour la bonne compréhension de la suite de la présentation tout en permettant de mettre en exergue les obligations et incidences liées à l'adoption du futur RLPi sur le parc actuel de publicités, pré-enseignes et enseignes.

La Règlementation Nationale de Publicité - Quizz

Ces dispositifs sont-ils conformes à la Réglementation Nationale?

OUI NON

Publicités de plus de 12 m²

Pré-enseignes sur panneaux de signalisation routière

Publicités décalées, suivant la pente du toit

Enseigne dépassant de l'égout du toit

Dispositif au sol dans une agglomération de moins de 10 000 habitants

Enseigne sur clôture non aveugle

Extrait du quizz proposé et participation de l'assemblée via des papiers de couleurs correspondant aux possibilités de réponses proposées

A l'issue de ce premier temps de la rencontre, la démarche globale de Vichy Communauté a été rappelée reprenant les éléments de l'introduction politique qui a été faite en préambule de la réunion. Les caractéristiques principales du parc publicitaire de Vichy Communauté et les spécificités territoriales en termes d'objectifs de préservation du cadre de vie et des aménités paysagères ont ensuite été synthétisées. Cette présentation a permis de mettre en parallèle les enjeux liés à l'affichage extérieur propres au territoire avec les orientations politiques du RLPi débattues en septembre et qui constituent une réponse directe à la problématique alors mise en exergue.

La première couronne du cœur d'agglomération : un caractère périurbain renforcé par la publicité

Constat

Des zones d'habitation pâtissant de l'affichage publicitaire du fait de la proximité immédiate d'une zone d'activités.

Des dispositifs pour lesquels la praticité prime sur l'esthétisme : éclairages non intégrés et passerelles d'entretien visibles qui ajoutent du volume aux dispositifs.

Orientations politiques

- **Requalifier la 1ère couronne** du cœur d'agglomération dont le caractère périurbain est actuellement renforcé par la publicité
- **Accompagner la mixité** (habitat/activités économiques)

La question de la traduction règlementaire a ensuite été abordée en présentant la philosophie de zonage et les grands principes règlementaires sous-jacents qui étaient alors encore en cours d'élaboration. Il a bien été rappelé qu'il s'agissait là d'une philosophie qui devaient encore être affinée et surtout validée politiquement mais cette présentation, succincte à ce stade, a néanmoins permis de présenter une ébauche de règlement et donner l'opportunité aux personnes présentes d'exprimer leurs craintes, remarques et observations.

Enfin, la présentation s'est conclue par la présentation de photo-simulations permettant de se projeter demain avec la mise en œuvre du RLPi et de montrer à l'assemblée la plus-value théorique et attendue du projet communautaire sur leurs paysages du quotidien. Les exclamations et réactions suscitées par les montages photographiques ont été enthousiastes.

Un temps d'échanges a par la suite été proposé. Ci-après le relevé des questions posées par le public et des réponses apportées (*en italique*) :

- Les buralistes ont des obligations en matière d'affichage extérieur (carotte « Tabac », Française des jeux, PMU…) concourant nécessairement à une surabondance de dispositifs en façade. Comment est-ce que le RLPi intègre cette donnée au regard des orientations politiques fixées ?

  Il s'agit d'un élément qui a bien été porté à la connaissance de la collectivité mais il existe des moyens de mutualiser les enseignes permettant ainsi de concilier les critères de visibilité imposés par les activités citées et la qualité du cadre de vie et la valorisation de l'architecture accueillant ces enseignes. Une photo-simulation est d'ailleurs proposée en ce sens dans la présentation. Il est par ailleurs précisé qu'harmoniser ces pratiques est justement l'une des ambitions du territoire et permet en outre, via un désencombrement des façades, des champs

visuels, de valoriser et rendre davantage visible les enseignes et de faciliter ainsi la lecture des activités proposées au sein des magasins.

- Pourquoi interdire les chevalets ? C'est parfois le seul moyen de visibilité pour une activité pouvant être implantée en retrait de la voie publique.

  Il s'agit plutôt de n'autoriser que les chevalets qui, lorsqu'ils sont apposés sur la voie publique, doivent disposer d'une autorisation d'occupation du domaine publique. Il est par ailleurs rappelé que la commune de Vichy, plus particulièrement concernée par cette problématique est actuellement déjà engagée dans une mise en conformité avec ce principe, déjà effectif en dehors du RLPi.

  Par rapport à cette question des chevalets et au non-respect de la règle évoquée précédemment, un participant souligne qu'il n'est pas équitable que certains respectent la loi et pas d'autre.

  Effectivement, Vichy Communauté et la commune de Vichy abondent en ce sens et soulignent qu'il y a aura un vrai travail d'accompagnement, de sensibilisation et de suivi à mettre en œuvre dans le cadre de l'application du RLPi. Il est alors précisé que Vichy Communauté étudie l'opportunité de recourir à un recrutement spécifique pour accompagner les communes dans la mise en œuvre du document.

- A propos de la conformité, comment savoir si notre enseigne doit faire l'objet d'une mise en conformité ou non ?

  Comme évoqué précédemment, la mise en œuvre du RLPi s'accompagne d'un suivi et d'un travail d'accompagnement. Les maires disposeront en outre du pouvoir de police en matière d'affichage extérieur et les services techniques des communes et/ou Vichy Communauté seront à même de signaler aux commerçants ou afficheurs concernés la nécessité pour eux de se conformer aux prescriptions règlementaires du RLPi. Il est également rappelé qu'à la date d'approbation du RLPi le parc publicitaire dispose de deux (2) ans pour se mettre en conformité avec le nouveau règlement et que ce délai est porté à six (6) ans pour les enseignes.

- En ce qui concerne les commerces compris dans le Site Patrimonial Remarquable de Vichy, les enseignes vont-elles devoir à nouveau se mettre en conformité avec les règles du RLPi alors qu'elles viennent juste de se mettre en conformité avec le règlement du SPR et que cela génèrerait des coûts supplémentaires ?

  Les règles du RLPi ont été conçues de façon à reprendre celles du SPR au sein des périmètres concernés de façon à ne pas entrer en contradiction avec les dynamiques et politiques patrimoniales conduites ces dernières années et ce en accord avec l'Architecte des Bâtiments de France, garant de la qualité et de la valorisation des paysages urbains dans ces secteurs d'intérêt privilégiés.

- Les magasins franchisés sont obligés de respecter un nombre d'enseignes ainsi qu'une charte graphique etc., est-ce que cet impératif est pris en compte dans le RLPi ?

  Le RLPi propose de reprendre les règles de surfaces cumulées des enseignes édictées dans le Règlement National de la Publicité soit le Code de l'Environnement (au maximum 15% de la façade commerciale pour les façades commerciales supérieures à 50m² et 25% pour les façades commerciales inférieures à 50m²). Le projet de Vichy Communauté ne serait par

conséquent pas plus restrictif sur ce point règlementaire et si les enseignes en question respectent la règlementation nationale et sous condition de respect des règles de qualité spécifiées dans le règlement local, les enseignes aujourd'hui apposées apparaissent comme conformes.

- Qu'appelle t'on façade commerciale ? Est-ce tout l'immeuble ou alors seulement la baie ?

  Il est répondu que la façade commerciale désigne bien la surface de la devanture commerciale. Il est par ailleurs précisé que dans le calcul du cumul de surface des enseignes, la façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne et que lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués. Il appartient alors aux établissements de s'accorder sur la mise en place des enseignes.

FORMULATIONS DES OBSERVATIONS ET PROPOSITIONS

Habitants et acteurs du territoire ont pu s'exprimer tout au long de la démarche au travers de plusieurs dispositifs. Conformément à la délibération de prescription d'élaboration du RLPi ont été mis en place un ***cahier de la concertation au siège de Vichy Communauté, une adresse mail dédiée et le traitement au besoin de courrier envoyés en accusé de réception.***

VICHYCOMMUNAUTÉ

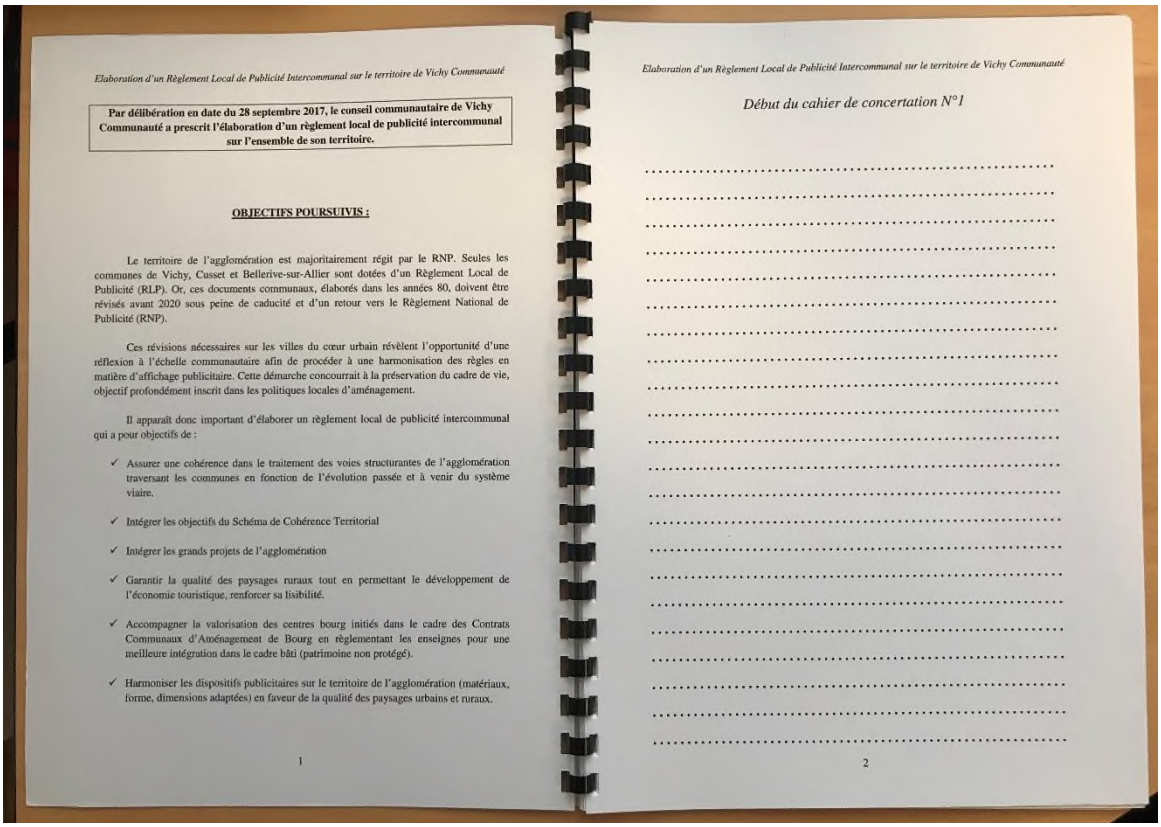
Elaboration d'un
Règlement Local de Publicité
Intercommunal

Cahier de concertation N°1

(Hôtel d'agglomération)

www.vichy-communaute.fr

Couverture (ci-contre) et intérieur du cahier de la concertation mis à disposition au siège de Vichy Communauté (ci-dessous)


Elaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal sur le territoire de Vichy Communauté

Par délibération en date du 28 septembre 2017, le conseil communautaire de Vichy Communauté a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal sur l'ensemble de son territoire.

OBJECTIFS POURSUIVIS :

Le territoire de l'agglomération est majoritairement régit par le RNP. Seules les communes de Vichy, Cusset et Bellerive-sur-Allier sont dotées d'un Règlement Local de Publicité (RLP). Or, ces documents communaux, élaborés dans les années 80, doivent être révisés avant 2020 sous peine de caducité et d'un retour vers le Règlement National de Publicité (RNP).

Ces révisions nécessaires sur les villes du cœur urbain révèlent l'opportunité d'une réflexion à l'échelle communautaire afin de procéder à une harmonisation des règles en matière d'affichage publicitaire. Cette démarche concourrait à la préservation du cadre de vie, objectif profondément inscrit dans les politiques locales d'aménagement.

Il apparaît donc important d'élaborer un règlement local de publicité intercommunal qui a pour objectifs de :

- ✓ Assurer une cohérence dans le traitement des voies structurantes de l'agglomération traversant les communes en fonction de l'évolution passée et à venir du système viaire.
- ✓ Intégrer les objectifs du Schéma de Cohérence Territorial
- ✓ Intégrer les grands projets de l'agglomération
- ✓ Garantir la qualité des paysages ruraux tout en permettant le développement de l'économie touristique, renforcer sa lisibilité.
- ✓ Accompagner la valorisation des centres bourg initiés dans le cadre des Contrats Communaux d'Aménagement de Bourg en règlementant les enseignes pour une meilleure intégration dans le cadre bâti (patrimoine non protégé).
- ✓ Harmoniser les dispositifs publicitaires sur le territoire de l'agglomération (matériaux, forme, dimensions adaptées) en faveur de la qualité des paysages urbains et ruraux.

1

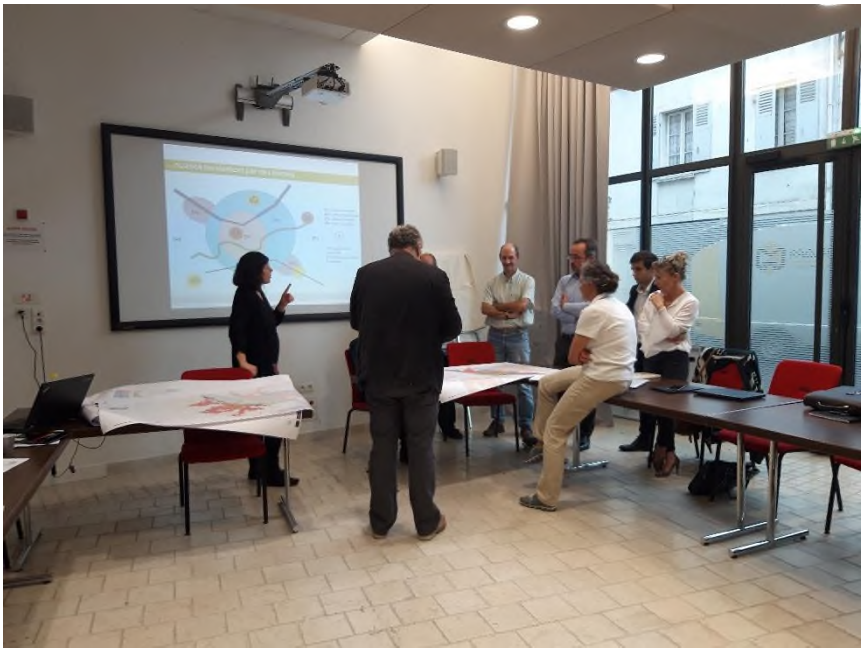
Elaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal sur le territoire de Vichy Communauté

Début du cahier de concertation N°1

2

Aucune contribution n'a été faite à ce jour sur le registre mis à disposition, et seulement 2 mails ont été reçus sur l'adresse dédiée rlpi@vichy-communaute.fr ces 2 messages provenaient de l'Union pour la Publicité Extérieure, le contenu est détaillé dans le chapitre suivant.

Il est à noter qu'en complément de la mise en œuvre des modalités imposées par la délibération du 28 septembre 2017, un ***atelier participatif a été organisé avec les acteurs économiques*** : afficheurs et représentants du tissu économique et associatif local. Celui-ci s'est tenu le 10 octobre 2019.



Après une présentation du diagnostic et des orientations, la traduction réglementaire a été abordée pour les dispositifs publicitaires et pré-enseignes d'une part puis pour les enseignes d'autre part. Un temps de travail sur table autour de différents plans de zonage a également permis d'aborder la localisation des règles par secteur. Il a été rappelé que ces plans de zonage sont une ébauche et devront être complétés/revus par le comité de pilotage. Au fur et à mesure de la présentation de la traduc-

tion règlementaire, des modélisations des effets attendus sur le parc actuel et des ateliers sur carte, les remarques suivantes ont été formulées. Les réponses et prises en compte dans le projet sont précisées en italique :

- ***Trame secteurs sensibles autour de certains bâtiments*** : Cette prescription vise à exclure toute publicité aux abords de certains établissements notamment scolaires. Les participants estiment que cette mesure est peu justifiée au regard de l'omniprésence de la publicité dans la ville, sur les outils informatiques… Ils indiquent par ailleurs que leur entreprise respective pratique une sélection du type de publicité diffusée à proximité des établissements scolaires pour éviter d'exposer ces populations particulièrement sensibles à la publicité. S'agissant spécifiquement de la publicité sur mobilier urbain, les participants indiquent que cette attention peut être traduite dans le contrat de concession.

  Face aux arguments soulevés par les acteurs-socio-économiques (fragilité juridique et possibilité via les clauses des concessions de mobiliers urbains de gérer la nature des publicités au sein des espaces fréquentés par une population jeune ou potentiellement plus sensible) et après avis du Comité de Pilotage, le projet de RLPi a retiré le périmètre d'exclusion aux abords des établissements scolaires.

- ***Gabarit des dispositifs numériques*** : La proposition de limiter à 4m² la taille des dispositifs numériques en ZP3-Zone économique et commerciale interroge au regard des dispositifs couramment installés. En effet, la dimension de ces dispositifs est aujourd'hui plus proche de 6 voire 7 m². Une demande est formulée pour un assouplissement de la règle sur ce point.

  Après consultation du COPIL, le projet de RLPi a intégré le principe d'augmenter le format des dispositifs numériques à 8m² en ZP3 estimant que c'est également cohérent avec le format des dispositifs publicitaires autorisés dans cette zone.

- ***Densité des dispositifs publicitaires*** : Les participants sont surpris par le fait que le RLPi ne prévoit pas de durcir la règle de densité prévue par la règlementation nationale.

  Il est répondu que la règle nationale reste relativement stricte et que le principal problème de surdensité est relatif au tissu parcellaire puisqu'il n'est pas possible de réguler l'inter distance entre dispositifs dans le domaine privé (entre unités foncières) sous peine de porter atteinte à la libre concurrence.

- ***Prescriptions sur l'aspect des dispositifs*** : Les participants jugent que les préconisations sur l'aspect des dispositifs, notamment la couleur des cadres, est susceptible d'exclure certaines sociétés car il s'agit là de leur marque de fabrique.

  Il est répondu que le règlement reste globalement générique sur ce point particulier évoquant les notions de « mate, neutre » mais afin de limiter la libre interprétation, une reformulation de la règle a été in fine proposée précisant que les dispositifs publicitaires doivent être de couleur non criarde <u>ou</u> en cohérence avec leur environnement. La notion de « mate » a été retirée dans la mesure où celle-ci excluait la possibilité de cadre de type chromé qui par effet de réflexion assure une cohérence avec leur environnement.

- ***Plages horaires d'extinction*** : La proposition de restreindre les plages horaires d'extinction des dispositifs lumineux entre 23h et 7h est jugée insuffisante par les participants.

  Après avis favorable du COPIL, la plage horaire d'extinction a été finalement augmentée dans le règlement de 22h à 7h.

PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

Conformément aux articles L.132-7 à L.132-11, les Personnes publiques associées ont été invitées à des réunions de présentation aux différentes étapes d'élaboration du document. Les services de l'Etat et la Chambre de Commerce et d'industrie ont notamment répondu présent tout au long de la procédure et ont pu apporter des compléments d'information ainsi que des points d'alerte sur l'élaboration du document.

La communauté d'agglomération a par ailleurs été saisie par 2 associations qui ont fait valoir leur volonté d'être associé à la démarche d'élaboration du RLPi conformément au L.132-12 du Code de l'urbanisme. Il s'agit de l'Union pour la Publicité Extérieure et de l'association Paysages de France. Ces 2 associations ont été invitées à l'atelier participatif organisé à l'attention des acteurs économiques en date du 10.10.2019 et également à 2 réunions PPA en date 17.10.2019 et du 08.11.2019. Chacune a apporté sa contribution à l'élaboration du RLPi en transmettant à l'agglomération des notes d'enjeux :

- Une note de Paysages de France faisant valoir l'impact de la publicité sur le paysage et présentant des propositions de traduction règlementaire très restrictives.
- Deux notes de l'UPE formulant des points d'alerte sur l'impact du futur RLPi pour la profession. La dernière contribution reçue le 27.11.2019 apporte également des propositions d'amendement du règlement présenté lors de la réunion PPA du 08.11.19 en demandant un assouplissement de la règle sur les axes majeurs de trafic.

Ces 2 associations qui ont des points de vue radicalement opposés ont permis à la collectivité d'avoir un regard croisé sur la problématique de la publicité. Les échanges lors de la réunion PPA du 08.11.2019 ont été l'occasion de confronter ces points de vue en toute cordialité.

Chapitre 3| BILAN DE LA CONCERTATION

Malgré la mise en place des différents moyens de concertation ciblés par la délibération de prescription de l'élaboration du RLPi en date du 28 septembre 2017, force est de constater que le grand public ne s'est que peu mobilisé pour faire part de ses observations sur le sujet du Règlement Local de Publicité intercommunal. Hormis l'avis et les questions formulées lors de la réunion publique du 17 octobre 2019 aucune observation n'a été rapportée par la population via les outils mis à disposition.

En revanche, les professionnels de l'affichage directement impactés par le Règlement Local de Publicité ont contribué à l'élaboration du document. Que ce soit via l'atelier participatif organisé à leur attention ou via les contributions de l'Union pour la Publicité Extérieure, ils ont fait valoir leur point de vue sur le projet de RLPi qui est globalement jugé restrictif à l'égard des afficheurs. Leurs demandes d'assouplissement ont été présentées au comité de pilotage qui a pris en compte certaines requêtes dès lors qu'elles ne remettaient pas en cause les orientations générales débattues en conseil communautaire.

A noter que les représentants des commerçants se sont peu mobilisés pour l'atelier participatif puisqu'une majorité des membres présents étaient des afficheurs. En revanche, les participants à la réunion publique étaient majoritairement des commerçants. Les échanges avec la salle ont révélé un déficit d'information de ces derniers quant à la règlementation des enseignes et les démarches administratives qui leur sont relatives. Cette donnée pose la question de l'opportunité de mettre en place un outil de communication spécifique à leur attention.

ANNEXES

QU'EST-CE QUE LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL ?

C'est le document relatif aux publicités, pré-enseignes et enseignes, qui vise, sur le territoire de l'agglomération, à concilier la liberté d'affichage avec la protection de l'environnement, mais surtout du paysage, qu'il soit naturel ou bâti, urbain, péri-urbain ou rural.

Une règlementation nationale de publicité (RNP) fixe des règles concernant les formats, les hauteurs, le nombre de dispositifs… qui diffèrent en fonction du contexte géographique des communes et des espaces (sites patrimoniaux, voies à grande circulation…). Les collectivités locales compétentes en termes d'urbanisme, comme Vichy Communauté, ont la possibilité d'établir un Règlement Local de Publicité qui adapte la réglementation nationale de publicité aux spécificités locales et aux enjeux du territoire, sans pour autant être moins restrictif.

Règlement national : le principe premier de la règlementation nationale est l'interdiction totale de la publicité hors agglomération.

Règlement local : traduction des objectifs stratégiques en règles. Document opposable qui encadre les implantations, les formes, les dimensions, les couleurs, la densité… en fonction de zones définies (centre-ville, zones commerciales, espaces résidentiels…).

LES AMBITIONS DU RLPI

PROTÉGER NOTRE CADRE DE VIE en luttant contre les nuisances visuelles, en préservant la qualité des paysages, en ayant une réflexion sur les économies d'énergie.

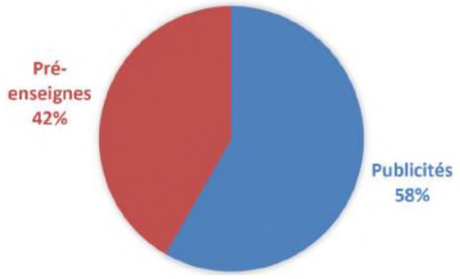
PARTICIPER À LA VITALITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE en œuvrant pour la bonne visibilité et la mise en valeur des activités et espaces économiques.

LE DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

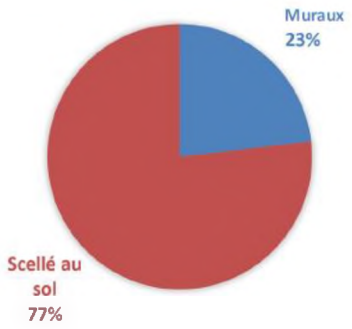
Première phase du RLPI, le diagnostic permet de comprendre les enjeux spécifiques au territoire et de mettre en lumière les secteurs problématiques à traiter plus particulièrement.

LE PARC PUBLICITAIRE EN CHIFFRES

566 dispositifs publicitaires recensés



Répartition des dispositifs

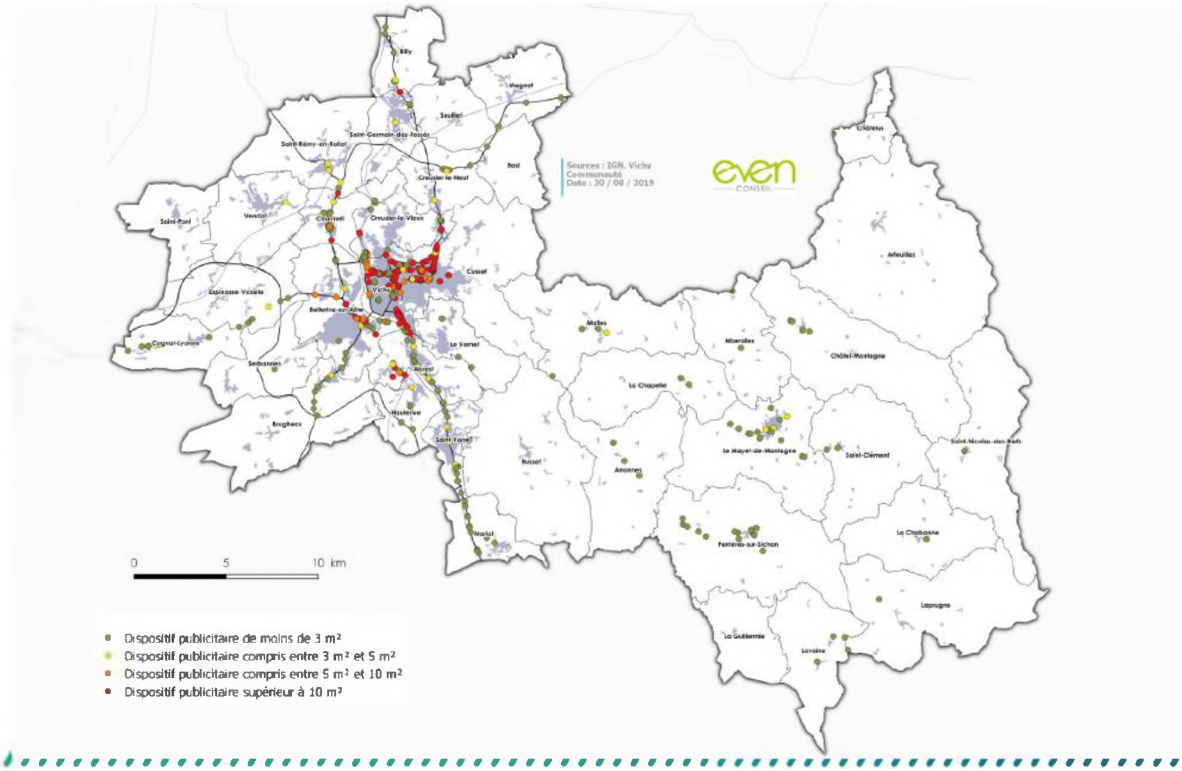


Répartition des dispositifs par mode d'implantation

La surface moyenne des dispositifs est de 5,71m² : 45% du parc publicitaire fait moins de 3m² et 33% des dispositifs ont un gabarit supérieur à 10m²

De nombreux motifs de non-conformité à la Réglementation Nationale sont constatés : implantation hors agglomération, dispositifs hors gabarit, dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants

RÉPARTITION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SELON LEUR TAILLE



UN TERRITOIRE AUX MILLE VISAGES...

PAYSAGES
Une nature et des paysages variés à préserver de l'affichage extérieur.

PATRIMOINE
Des secteurs bâtis d'intérêt patrimonial, aujourd'hui préservés de l'affichage extérieur : une dynamique à poursuivre pour la préservation et la valorisation de ce cadre de vie.

CENTRALITÉS
Les centres-villes, lieux privilégiés des enseignes : facteurs de qualité ou au contraire de dépréciation du paysage urbain

PÉRIPHÉRIES
Un réseau de transport et certaines entrées de ville banalisés du fait de la multiplicité des dispositifs

RURALITÉS
De nombreuses pré-enseignes dérogatoires devenues bien souvent illicites

ZONES D'ACTIVITÉ
Des zones d'activités friandes d'affichage extérieur, où l'accumulation et la diversité des dispositifs banalisent le paysage et gênent la lisibilité des informations.

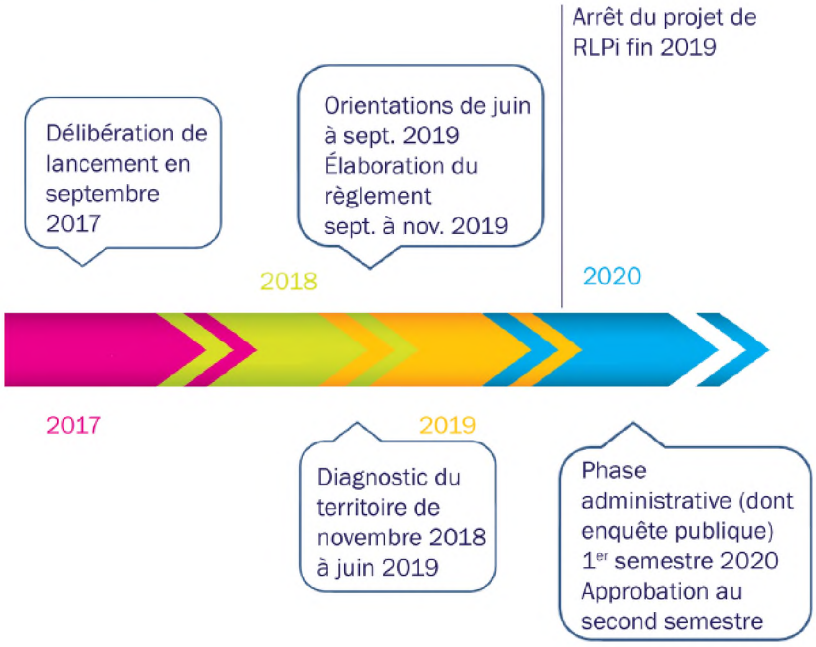
PUBLICITÉ NUMÉRIQUE
Des dispositifs numériques (enseignes, publicité, mobilier urbain) en expansion sur le territoire.

LE DIAGNOSTIC A MIS EN ÉVIDENCE DES ENJEUX À PRENDRE EN COMPTE DANS

L'ÉLABORATION DU RLPI...

- Requalifier les axes, entrées de ville et seuils d'agglomération
- Recadrer l'affichage publicitaire et la profusion d'enseignes dans les zones commerciales
- Affirmer la participation des dispositifs publicitaires à la qualité architecturale et à l'ambiance des centres-villes et centres-bourgs
- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage publicitaire
- Conjuguer protection des espaces patrimoniaux et publicité
- Assurer la lisibilité des activités économiques et touristiques en zone rurale

QUELLES ÉCHEANCES POUR LE RLPI ?



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

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 règlementaire 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

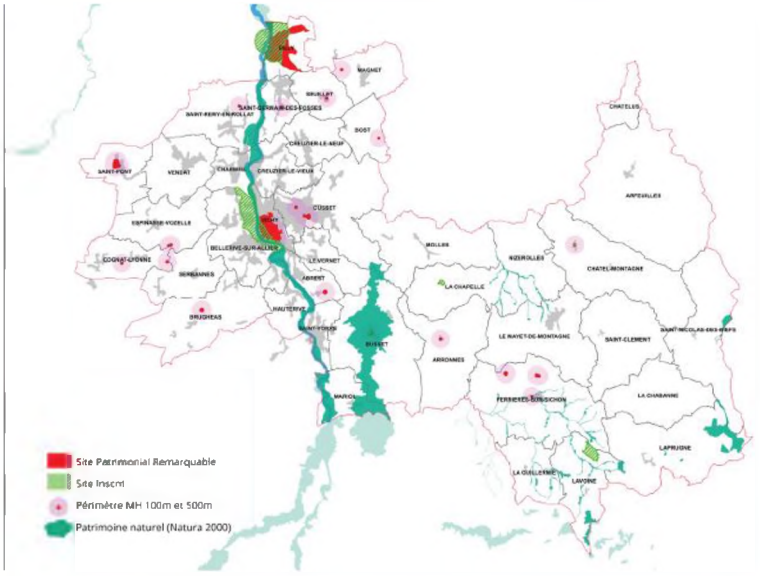
6 GRANDES ORIENTATIONS

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 1ère 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

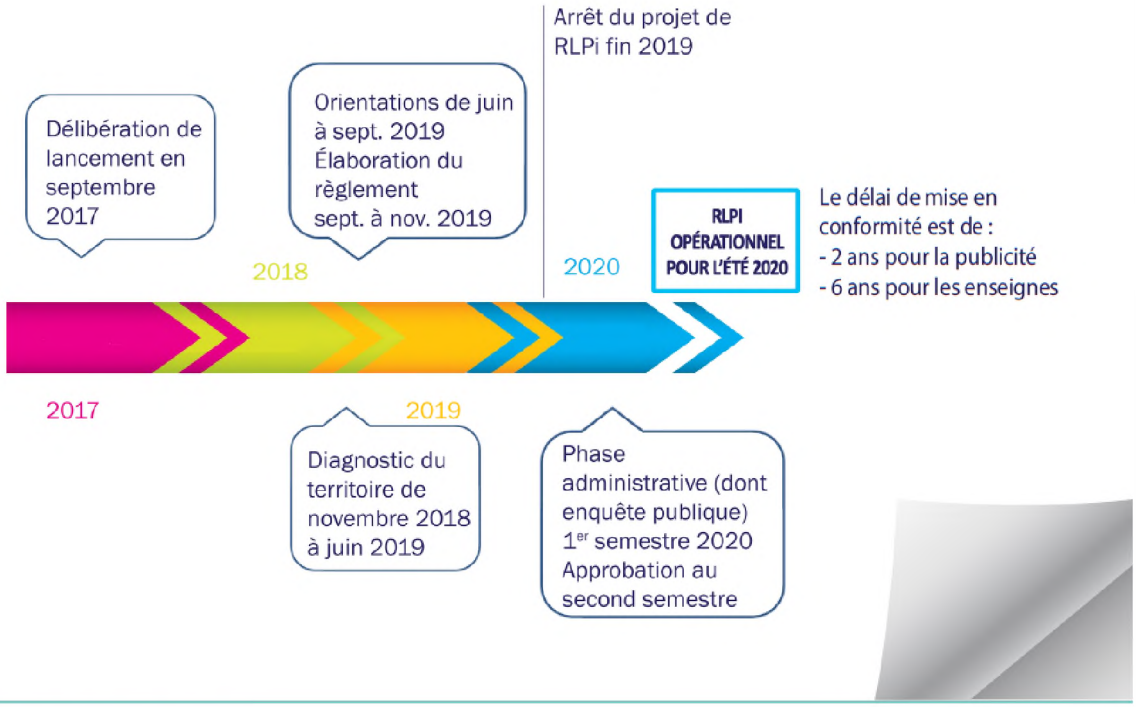
Si cette problématique reste relativement en marge du RLPi, le diagnostic a révélé une faible mise en valeur de ce type de dispositif sur le territoire (supports dégradés, accessibilité contrainte..). Il s'agit ici de requalifier la place de l'expression citoyenne en offrant une approche plus vertueuse 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, enseignistes, 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

LE RLPI
VICHY COMMUNAUTÉ

LE RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL : QUELLES RÈGLES POUR DEMAIN ?

Après un temps d'échanges autour des grandes orientations sur la place de la publicité demain dans le territoire, le volet règlementaire du RLPi est en cours de construction et doit décliner le projet par secteur.

Vichy Communauté souhaite aboutir à un projet de règlement simple et accessible à tous. À ce titre, la traduction règlementaire s'appuiera sur :

- Un **zonage clair et ciblé** limitant le nombre de sous-secteurs et visant uniquement les communes concernées par les enjeux majeurs en termes de publicités, de pré-enseignes et d'enseignes
- Un **règlement écrit** différenciant les prescriptions applicables aux publicités / pré-enseignes de celles applicables aux enseignes
- Une **illustration de la règle** permettant une meilleure compréhension des attentes en matière d'implantations

PRINCIPE DE ZONAGE DU TERRITOIRE

UN NOMBRE DE SOUS-SECTEURS LIMITÉ...

Le plan de zonage s'appuie sur 3 types de secteurs et une zone dite « blanche » correspondant aux parties du territoire aujourd'hui peu impactées par la publicité. Chaque secteur correspond à la traduction des orientations générales débattues par la collectivité :

SOUS-SECTEUR	ORIENTATION GÉNÉRALE À TRADIORE
ZP1 - Centre-ville	**Orientation n°4** : valoriser la qualité et l'ambiance des centres-villes **Orientation n°5** : considérer les nouvelles technologies d'affichage, notamment le numérique **Orientation n°6** : promouvoir l'expression citoyenne
ZP2 - Zones périphériques	**Orientation n°1** : préserver la qualité du cadre de vie et des paysages **Orientation n°2** : requalifier les axes et entrées de ville
ZP3 - Zones d'activités	**Orientation n°3** : requalifier les zones commerciales

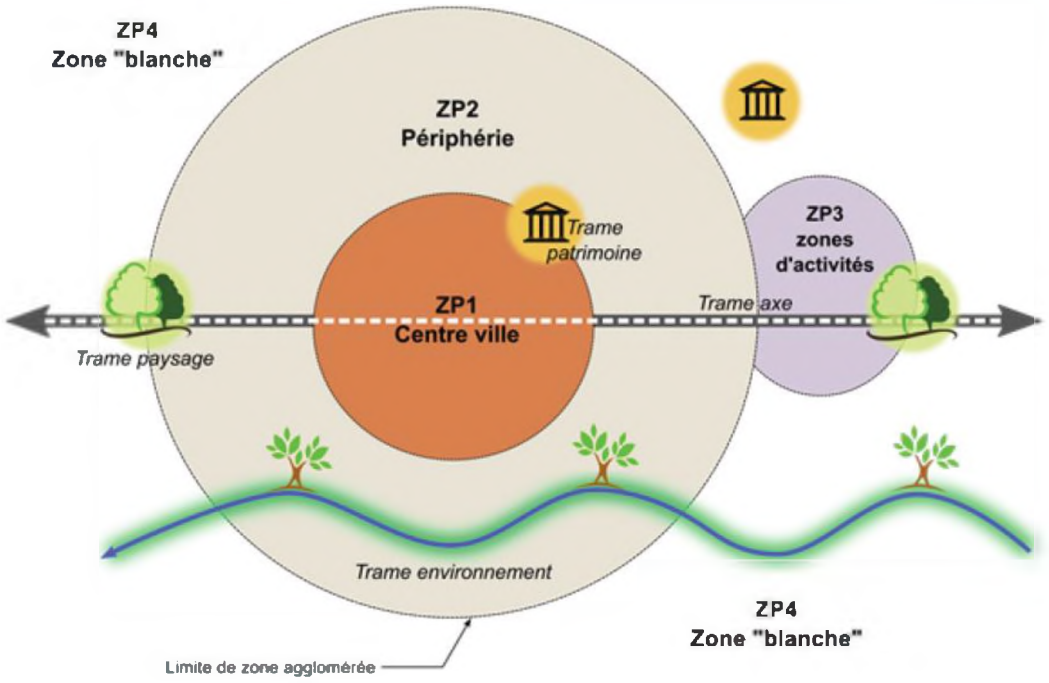
ZP4 – Zone blanche : La zone blanche s'attachera à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages tout en assurant une visibilité des activités économiques dans un environnement au caractère plus rural.

... NUANCÉ PONCTUELLEMENT PAR UN SYSTÈME DE TRAMES

Parce que le territoire est composé d'espaces au caractère spécifique, le plan de zonage propose d'apporter des nuances dans les sous-secteurs :

TRAME DES SOUS-SECTEURS	PRINCIPE DE RÈGLE COMPLÉMENTAIRE
Patrimoine	Correspondant aux sites patrimoniaux remarquables (SPR) et aux abords de monuments historiques, cette trame renverra aux règles supérieures du SPR et à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France.
Environnement	Cette trame reprend les espaces naturels traversant l'agglomération en intégrant des objectifs de limitation des dispositifs lumineux afin de ne pas perturber la vie nocturne des espèces vivantes présentes dans ces milieux.
Paysage	Appliquée sur les espaces sensibles identifiés dans le diagnostic et notamment les entrées de ville, cette trame exclura tout dispositif publicitaire autre que le mobilier urbain.
Axe routier	Les axes majeurs traversant l'agglomération sont des vitrines du territoire, à ce titre le règlement introduira des restrictions spécifiques en excluant notamment les dispositifs numériques.

SCHÉMATISATION DU PRINCIPE DE ZONAGE

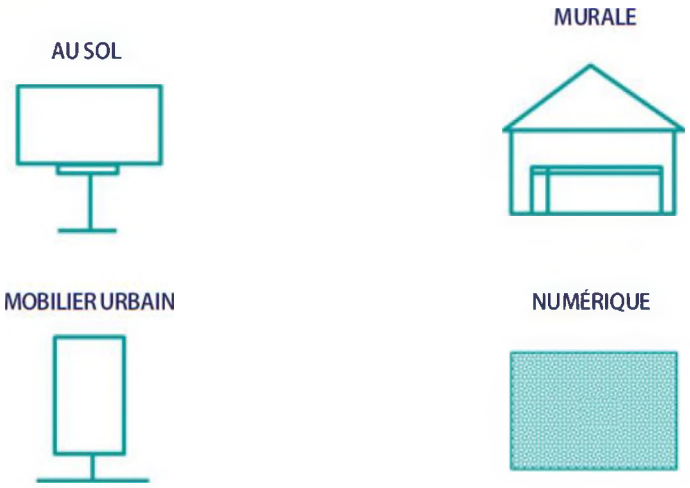


PUBLICITÉ ET PRÉ-ENSEIGNES

QUELQUES PRINCIPES GÉNÉRAUX...

- Encadrer **l'aspect extérieur** des dispositifs pour assurer leur insertion dans le paysage (habillage du dos pour les dispositifs mono face, discrétion des éléments techniques de type passerelle d'accès, éclairages, principe d'harmonie entre la teinte du cadre et le mur support…)
- **Extinction nocturne** : une obligation d'extinction de 22h à 7h
- **Densité** : un seul dispositif par support (suppression des doublons)

LA RÈGLE EN QUELQUES CHIFFRES



- Une gradation du format des dispositifs au sol du centre-ville vers les zones d'activité économique oscillant entre 2m² et 8m² maximum.
- Les dispositifs publicitaires apposés sur mur limités à 4m² sur tout le territoire de l'agglomération.
- Le mobilier urbain comme support privilégié pour la publicité numérique.

Rappel : La règle nationale interdit les dispositifs publicitaires au sol et la publicité numérique dans les communes comprenant moins de 10 000 habitants !

ENSEIGNES

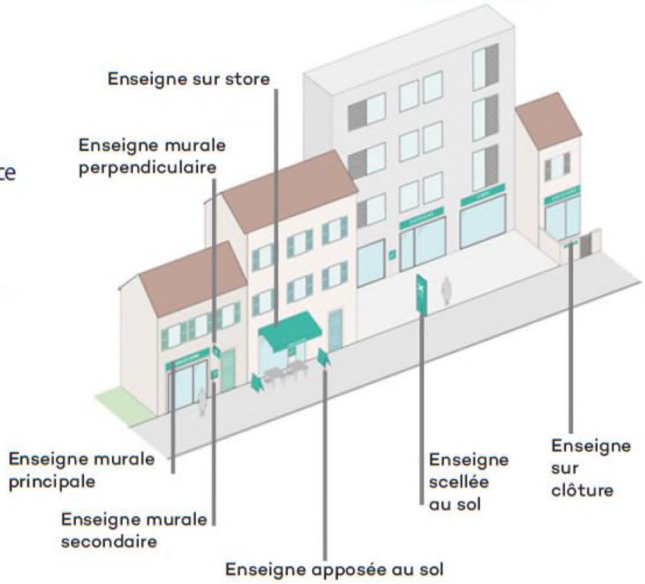
QUELQUES PRINCIPES GÉNÉRAUX...

- Privilégier le **format totem** pour les enseignes au sol
- **Pose d'un chevalet** conditionnée à une autorisation d'occupation du domaine public
- **Respect de l'architecture** du bâtiment pour l'intégration des enseignes

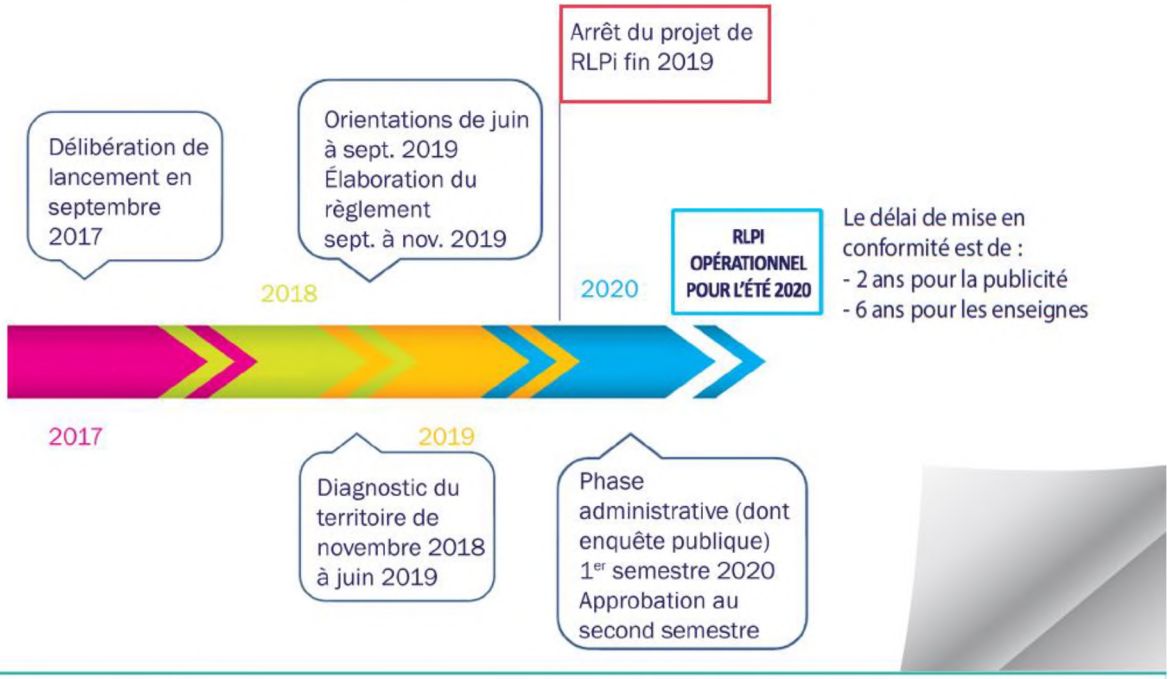
LA RÈGLE EN QUELQUES CHIFFRES

Application de la règle nationale pour la limite de surface cumulée d'enseigne, soit :

- 15% de la façade commerciale si celle-ci mesure plus de 50m²
- 25% de la façade si celle-ci mesure moins de 50m²
- Nombre d'enseignes en façade autorisé : 3 dispositifs par unité commerciale + 1 si la façade mesure plus de 15m linéaires



PROCHAINE ÉTAPE : ARRÊT DE PROJET EN CONSEIL COMMUNAUTAIRE



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

VICHYCOMMUNAUTÉ

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

14 OCTOBRE 2019

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL RÉUNION PUBLIQUE JEUDI 17 OCTOBRE

Vichy Communauté s'est engagée dans une démarche de régulation de la publicité sur son territoire en prescrivant l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

Ce document qui sera à terme applicable sur les 39 communes membres de la Communauté d'agglomération, vise à encadrer l'affichage publicitaire et la pose d'enseignes en proposant un équilibre entre visibilité des activités économiques et protection du cadre de vie.

Après une première phase d'analyse du parc publicitaire sur le territoire, les membres du conseil communautaire ont débattu sur les orientations générales du RLPi le 26 septembre 2019.
Ces orientations qui seront traduites par un règlement opposable aux autorisations de publicité, entendent agir sur les problématiques spécifiques du territoire qui portent notamment sur

- **la requalification des entrées de ville et des zones commerciales,**
- **la valorisation des centres villes et centres bourgs**
- **ou encore l'encadrement des dispositifs de publicité numérique**

dans un objectif de préservation de la qualité du cadre de vie et des paysages.

Afin de partager ces ambitions portées par l'agglomération, une réunion publique est programmée
jeudi 17 octobre 2019 à 19h,
à la salle des fêtes de Vichy
Place Charles-de-Gaulle.

Ce temps d'échange et de partage ouvert à tous sera également l'occasion de recueillir vos souhaits et propositions pour la mise en valeur de notre territoire.

DIRECTION DE LA COMMUNICATION - PRESSE
communication@vichy-communaute.fr
+33 (0)4 70 96 57 31 - +33 (0)6 24 60 62 88