
Règlement Local de Publicité - RLP – *Diagnostic, orientations et traduction règlementaire*

UN TERRITOIRE PRESERVÉE DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR

Première étape de la révision du Règlement Local de Publicité de la ville de Riorges, le diagnostic publicitaire a mis en lumière les constats suivants :

- Les dispositifs publicitaires sont peu nombreux du fait d’une volonté historique de maîtriser l’affichage extérieur au sein de la commune. Cette politique menée depuis les années 80 a conduit de manière globale à préserver le cadre de vie et à protéger les espaces *a priori* plus sensibles tels que les centres commerciaux/zones d’activités et les axes principaux comme le boulevard Ouest.



Le boulevard Ouest, un axe structurant où la publicité a été maîtrisée

LES ÉLÉMENTS CLEFS DU DIAGNOSTIC

Une quarantaine : le nombre de dispositifs (publicités et pré-enseignes) recensés sur le territoire communal.

3m² : la taille moyenne des panneaux publicitaires sur le territoire.

37% : la part du mobilier urbain dans le parc actuel des dispositifs publicitaires

38% : la part des dispositifs scellés ou apposés au sol dans le parc publicitaire actuel

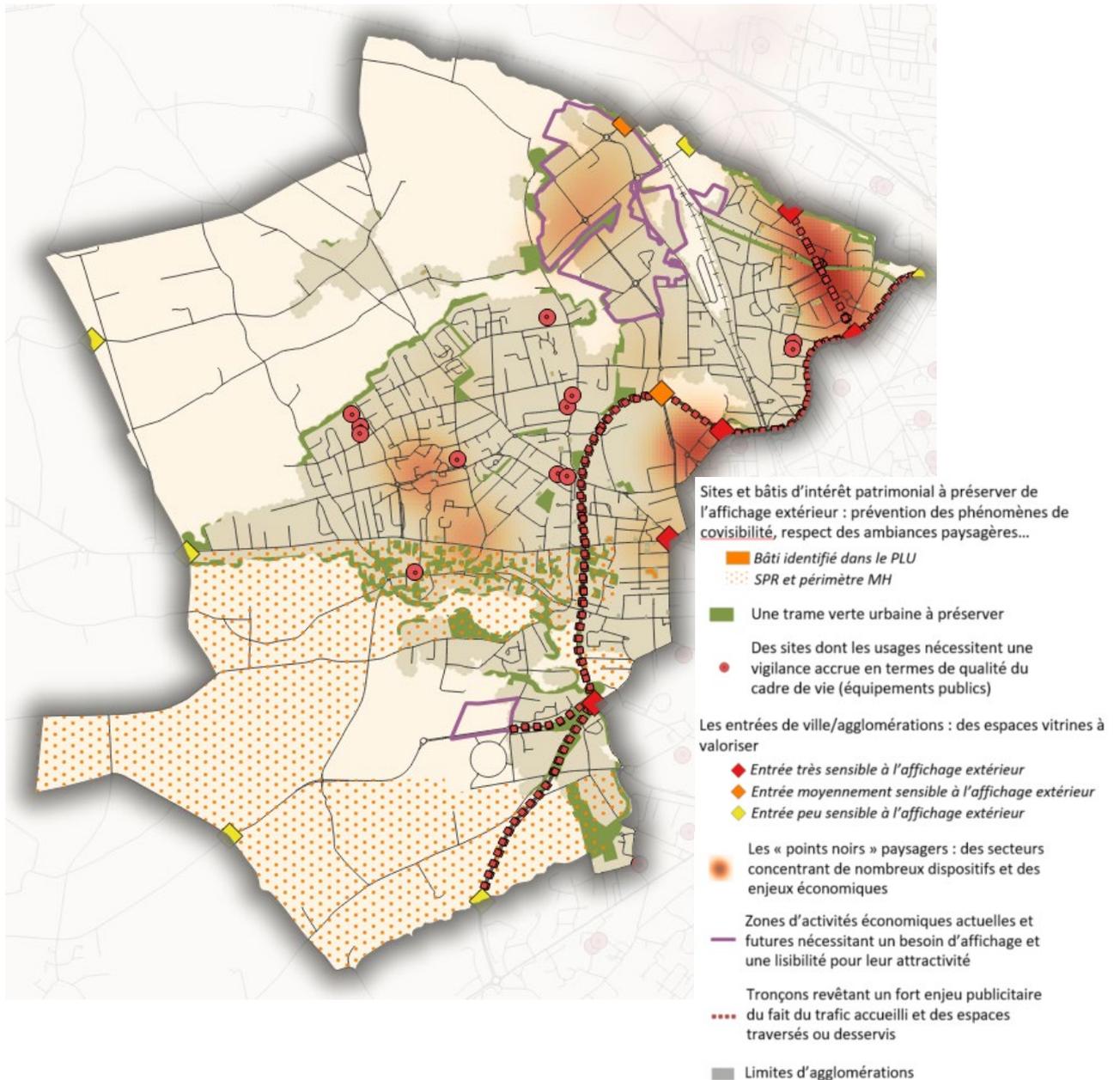
- Les dispositifs sont majoritairement de petit format ce qui facilite leur intégration dans le tissu urbain dense de la commune.
- Bien que les enseignes soient traitées de manière qualitative et s’intègrent plutôt bien au sein des différents paysages urbains, certains établissements présentent une densité plus conséquente de dispositif ce qui peut venir brouiller la lecture de l’information et générer une rupture visuelle. Autre dynamique pouvant banaliser le paysage, ponctuellement, l’intégration de certaines enseignes dans le bâti amplifie la perception de leur dimension augmentant



Le rond-point du Marcelet : une multiplicité de dispositifs implantés sur Roanne mais dont la visibilité depuis la commune impacte le paysage de Riorges

- leur présence dans le paysage et pouvant localement renforcer un effet péri-urbain.
- Malgré des chartes graphiques différentes, car propres à chaque activité économique, les zones d'activités de la ville demeurent lisibles.
- Une frange périphérique impactée par un traitement différent de la publicité entre les communes de Roanne et Riorges.

Les différents constats opérés à travers le diagnostic ont permis l'émergence des enjeux spatialisés sur la carte suivante :



UN CADRE DE VIE DE QUALITÉ QUE LES ORIENTATIONS POLITIQUES TENDENT A PERENNISER

Les orientations du Règlement Local de Publicité (RLP) traduisent l'ambition du projet et des acteurs qui y contribuent. Elles font suite au diagnostic, dont les enjeux qui en émergent concourent à préserver, à travers les choix d'implantation des dispositifs, les spécificités des espaces communaux tout en considérant leurs besoins d'affichage. Les orientations du RLP s'articulent autour d'une volonté générale de confortement d'un cadre de vie vertueux pour les habitants. La trajectoire suivie par la commune repose sur le fait que, quelles que soient les aires de vie des habitants, ces derniers puissent disposer d'un accès facilité à l'information et à l'expression, en veillant à un impact paysager moindre.

► Une orientation générale



Un patrimoine institutionnel à préserver de l'affichage extérieur

« Préserver les identités paysagères, naturelles ou bâties, du territoire »

Le territoire dispose d'une diversité de paysages urbains et naturels d'intérêt, mais également d'un patrimoine institutionnel (château de Neubourg, Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine), qui ensemble, participent à l'identité du territoire. Afin de préserver ces richesses, le RLP constitue un outil de premier choix. Il contribue à l'intégration paysagère et architecturale des dispositifs publicitaires et des enseignes, pour concourir à la limitation de leur nombre et de leur impact visuel, en garantissant la visibilité du tissu économique local.



Des paysages urbains lisibles où la publicité est maîtrisée et de petite taille

► Des orientations sectorielles

« Optimiser l'effet vitrine du territoire au droit des entrées de villes et axes stratégiques »

L'esthétisme des entrées de ville et des axes stratégiques représente également une réflexion majeure dans la construction du RLP. Ces axes qui structurent le territoire fournissent aux habitants et aux visiteurs des perceptions qui conditionnent des « images souvenir » du territoire. Pourtant, ces espaces abritent fréquemment de nombreux dispositifs dont la multiplicité des typologies ou le gabarit peut nuire à une image qualitative. Le RLP se positionne dans la lutte contre la banalisation paysagère de ces axes



Entrée de ville banalisée par la multiplicité des informations verticales

« Maîtriser la banalisation des zones commerciales et d'activités »

Nécessaires à l'attractivité économique du territoire, les zones d'activités économiques et commerciales représentent des espaces à enjeu fort d'affichage extérieur. Le territoire tient à maintenir un potentiel d'expression publicitaire et une visibilité des entreprises et services locaux adapté aux besoins des acteurs économiques du territoire tout en maîtrisant leur nombre afin de favoriser la lisibilité de l'espace.



Portes de Riorges : un paysage urbain lisible où chaque entreprise est visible



De nombreux exemples d'intégration qualitative d'enseignes dans le bâti : des bonnes pratiques existantes à faire perdurer.

« Accompagner la participation de l'affichage extérieur à l'ambiance des centralités urbaines »

Parmi les enjeux du territoire en matière d'affichage extérieur publicitaire, le maintien de la qualité fait office de priorité. Dans cette optique, une attention particulière sera apportée pour favoriser l'implantation d'enseignes de manière cohérente avec l'architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines. Le RLP contribuera à maîtriser la dimension et la densité des dispositifs en cohérence avec le paysage et les usagers des différents espaces, qu'ils soient automobilistes, cyclistes ou piétons.

« Maintenir les ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidienne (à proximité d'équipements publics et en particulier d'établissements scolaires) »

En plaçant la population au cœur des ambitions du document, des lieux jugés sensibles du point de vue du public visé (équipements recevant du public, établissements d'enseignement, etc.) constituent des points privilégiés de vigilance, particulièrement vis-à-vis des dispositifs publicitaires.



Equipements Recevant du Public, des paysages du quotidien à préserver pour conforter un cadre de vie apaisé



Des orientations thématiques



La maîtrise des dispositifs numérique : un enjeu s'inscrivant dans une dynamique globale de transition écologique

« Adapter la règle aux nouvelles technologies d'affichage extérieur notamment les dispositifs numériques »

Pour faire face à l'émergence de la nouvelle technologie d'affichage extérieur, notamment le recours aux dispositifs numériques, et plus largement lumineux, le RLP va mettre en place certaines réglementations. Des arguments environnementaux, en termes de consommations énergétiques et de préservation de la biodiversité (trames noires), ou relatifs à des risques sanitaires tels que la perturbation des rythmes circadiens, augmentée par la perception d'images en mouvement, ont orienté le positionnement du territoire en faveur d'une limitation de ces dispositifs sur le territoire.

« Promouvoir l'expression citoyenne »

L'utilisation des lieux d'expression citoyenne constitue des espaces privilégiés, notamment pour les associations. A ce titre, les supports dédiés à cet effet doivent répondre à un esthétisme et à une bonne intégration paysagère au sein de leur environnement immédiat et dans le respect des identités communales. Le territoire souhaite également favoriser et sécuriser leur accès.



Des panneaux d'affichage libre à requalifier

DES ORIENTATIONS POLITIQUES SE TRADUISANT REGLEMENTAIREMENT, QUELLES REGLES POUR DEMAIN ?

Le volet règlementaire du RLP doit décliner le projet politique par secteur. A l'appui du Règlement Local actuellement en vigueur, Riorges souhaite faire perdurer sa politique de maîtrise de l'affichage extérieur qui a déjà prouvé son efficacité au regard de la préservation du cadre de vie des Riorgeois.

Aussi, la traduction règlementaire s'appuiera sur :

- un zonage clair et ciblé limitant le nombre de secteurs (4) pour faciliter la lecture de ce règlement graphique ;
- un règlement écrit différenciant les prescriptions applicables aux publicités/pré-enseignes d'une part et celles relatives aux enseignes d'autre part.

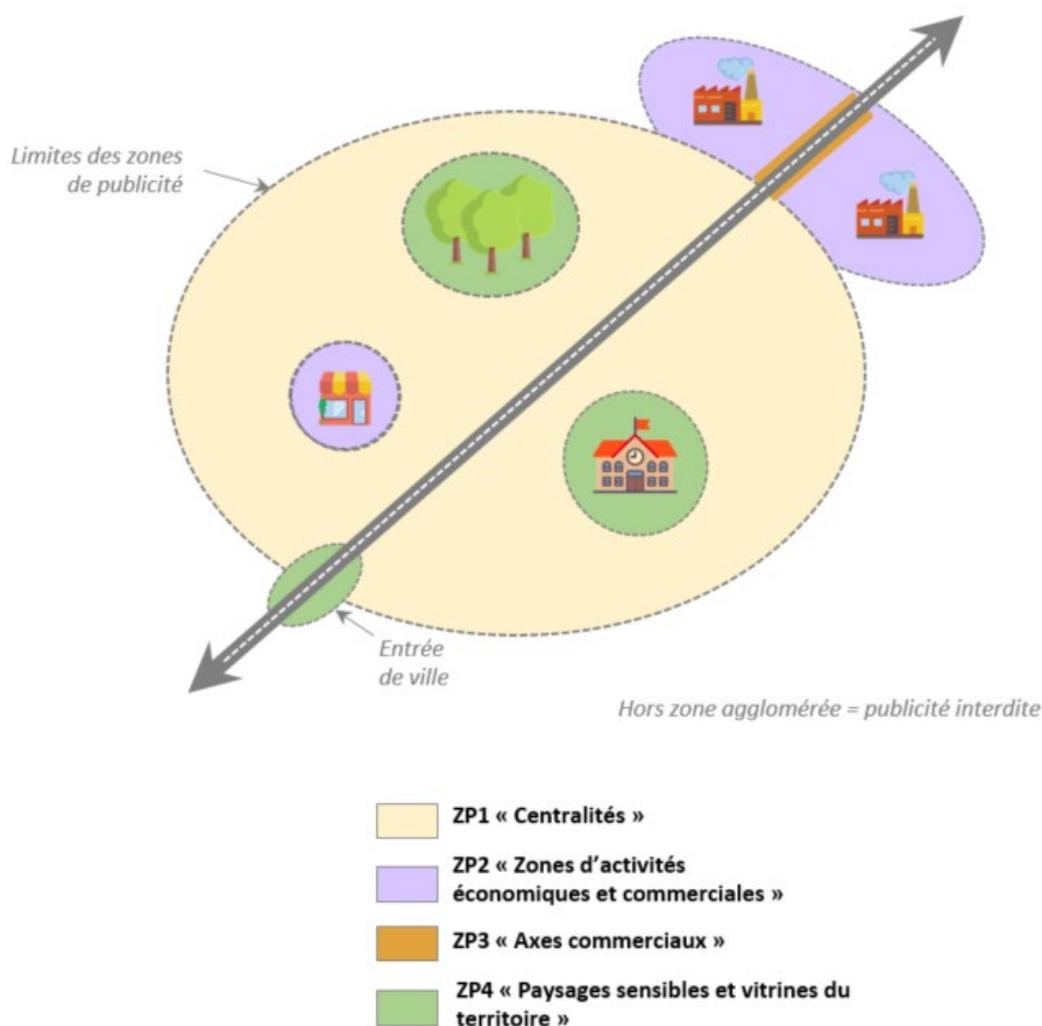
► Les grands principes du zonage du RLP révisé

Un nombre de zone restreint (4)

Zone de publicité du futur RLP	Nature de l'occupation des sols/localisation	Principales orientations politiques correspondantes
Zone de publicité 1 (ZP1) « Centralité »	Tissu mixte accueillant du résidentiel et des commerces de proximité correspondant aux secteurs privilégiés de vie quotidienne des Riorgeois.	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenir la présence encadrée et qualitative de dispositifs publicitaires dans les centralités • Maintenir des rapports d'échelle adaptés aux usagers des modes actifs • Maintenir une faible densité de dispositifs et une limitation de leurs dimensions sur les secteurs à vocation essentiellement d'habitats
Zone de publicité 2 (ZP2) « Zones d'activités économiques et commerciales »	Zones d'activités économiques et commerciales : Portes de Riorges, zone industrielle de La Villette / Beaucueil etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenir un potentiel d'expression publicitaire adapté aux besoins des acteurs économiques du territoire
Zone de publicité 3 (ZP3) « Axes commerciaux »	Certains axes (2) longeant les zones commerciales du territoire et nécessitant une possibilité d'affichage plus élargie afin de conjuguer visibilité, maintien de l'attractivité et esthétique.	<ul style="list-style-type: none"> • Adapter les formats à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées • Préserver l'image des espaces d'activités visibles depuis les axes stratégiques • Limiter le nombre d'informations pour favoriser la lisibilité de l'espace • Rechercher l'intégration des enseignes dans le bâti

Zone de publicité du futur RLP	Nature de l'occupation des sols/localisation	Principales orientations politiques correspondantes
Zone de publicité 4 (ZP4) « Paysages sensibles »	Espaces de nature en ville, espaces vitrines donnant à voir la commune (entrée de ville ou axes structurants), les abords des équipements publics quotidiennement fréquentés et devant offrir une image de la ville cohérente avec les valeurs qu'elle prône.	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenir une faible densité de dispositifs et interdire leur déploiement sur les itinéraires de promenade, notamment à proximité d'espaces verts. • Préserver la trame verte urbaine de tout affichage extérieur et respecter les corridors noirs • Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs d'intérêt patrimonial (AVAP) • Lutter contre la banalisation des entrées de villes et d'agglomération • Interdire tout dispositif publicitaire à proximité des équipements publics

Schématisation du principe de zonage



► Publicités et pré-enseignes, les principes généraux

- Un encadrement de l'aspect extérieur des dispositifs pour assurer leur insertion dans les paysages urbains (habillage du dos pour les dispositifs mono-face, encadrement de la taille et couleurs non criardes pour les moulures...)
- Une obligation d'extinction nocturne entre 20h00 et 7h00
- Une maîtrise de la densité à l'échelle des unités foncières en fonction des morphologies urbaines et la restriction d'un seul dispositif par support limitant le phénomène de doublon



Une gestion de la densité passant notamment par un seul dispositif autorisé par support, le mur étant ici le support

- Une gradation du format et des typologies de dispositifs autorisés des paysages sensibles vers les zones d'activités et les axes commerciaux
- Un support privilégié pour la publicité à l'échelle de tout le territoire : le mobilier urbain de type « sucette » en raison de l'optimisation possible de son intégration dans les tissus urbains (2m²)



La « sucette » le support privilégié sur la Ville de Riorges

► **Enseignes, les principes généraux**

- Une recherche optimale de l'intégration architecturale des enseignes dans le bâti
- Un encouragement à la mutualisation des enseignes en zones d'activités en particulier et du recours au format « totem »
- Une reprise des règles de densité actuellement en vigueur dans le RLP approuvé en 2009