

4- BILAN DE LA CONCERTATION

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE RIORGES

Délibération de prescription du RLP : 23 mai 2019

Débat sur les orientations : 26 septembre 2019

Délibération d'arrêt du RLP : 12 décembre 2019

Enquête publique : 14 septembre – 16 octobre 2020

Délibération d'approbation du RLP : 17 décembre 2020

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
1. CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION	4
1.1. Contexte règlementaire	4
1.2. Modalités de concertation	5
1.3. Modalités de production politique et technique	5
2. ACTIONS MISES EN PLACE	6
2.1. AFFICHAGE DES DELIBERATIONS	6
2.1. CREATION D'UNE PAGE INTERNET DEDIEE	6
2.2. PARUTION D'ARTICLES DANS LE MAGAZINE MUNICIPAL	7
2.3. TENUE D'UNE REUNION PUBLIQUE.....	9
2.4. ANIMATION D'UN ATELIER AVEC LES ACTEURS LOCAUX.....	12
2.5. FORMULATION DES PROPOSITIONS ET OBSERVATIONS.....	14
3. BILAN DE LA CONCERTATION	14
4. ANNEXE	15

1. CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION

1.1. Contexte réglementaire

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 préenseignes) tout en veillant à préserver la liberté d'expression.

Le RLP est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. 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'habitats et économiques. 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 préenseignes.

Le Conseil Municipal, dans sa délibération de prescription du 23 mai 2019, a fixé les objectifs poursuivis par le RLP qui se déclinent de la manière suivante :

- Lutter contre la pollution visuelle et lumineuse, préserver le cadre de vie de la ville, les espaces naturels et leur qualité paysagère ;
- Tenir compte de la présence des lieux protégés visés à l'article L581-8 du Code de l'Environnement, notamment les abords des monuments historiques, l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine valant Site Patrimonial Remarquable tout en prenant en considération les besoins de communication de la collectivité ;
- Prendre en compte les spécificités des secteurs à enjeux et à potentielle exposition publicitaire tel que le boulevard Ouest et les abords des écoles ;
- Prendre en compte, dans le respect du cadre de vie, du patrimoine et du paysage, la nécessaire animation des centralités ainsi que les besoins en communication des acteurs économiques, notamment des commerces et des entreprises ;
- Encadrer les dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires ;
- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire, notamment la loi portant ENE du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
- Prendre en compte les modes de publicité récents tels que les bâches publicitaires, le micro-affichage, les publicités numériques, le *covering* grand format ;

-
- Fixer les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses en application de l'article R 581-35 du Code de l'Environnement ;
 - Pour les enseignes, prescrire des règles de densité et de positionnement assurant le respect des éléments de façade et de visibilité routière.

C'est dans ce cadre que la concertation sur la révision du RLP de Riorges a été mise en œuvre. Cette démarche s'inscrit dans une volonté d'association des citoyens tout au long de la démarche et en particulier aux moments clefs du projet, à savoir les orientations et leur traduction réglementaire.

1.2. Modalités de concertation

Conformément aux articles L.103-2 à L.103-6 du Code de l'Urbanisme et L.581-14-1 du Code de l'environnement, l'élaboration du Règlement Local de Publicité a supposé qu'une concertation ait été mise en œuvre par la commune de Riorges permettant, pendant toute la durée d'élaboration du projet, à l'ensemble des personnes concernées d'accéder aux informations relatives au projet et d'exprimer des observations ou des propositions qui ont été enregistrées et conservées selon les modalités fixées par la délibération de prescription du 23 mai 2019 et rapportées ci-dessous :

- Création d'une page Internet dédiée au RLP sur le site de la Ville de Riorges permettant au public de prendre connaissance des grandes étapes de la procédure, du calendrier et des documents approuvés ;
- Parution d'articles dans le magazine municipal, faisant état de l'avancement de la procédure ;
- Organisation d'une réunion publique afin de présenter le projet et d'échanger avec le public ;
- Possibilité donnée à toute personne, tout organisme ou association compétents en matière de paysage, d'affichage extérieur, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire d'habitat et de déplacement de participer à l'atelier de travail sur les orientations et le projet de règlement ;
- Mise à disposition du public d'un registre de concertation au 1er étage de l'hôtel de Ville avec également la possibilité d'envoyer des messages vers l'adresse électronique spécifique : rlp@riorges.fr ou par courrier à l'adresse postale suivante : Monsieur le Maire de Riorges – Hôte de Ville – 411 rue Pasteur – 42153 Riorges en précisant en objet « Concertation préalable RLP ».

1.3. Modalités de production politique et technique

La révision du RLP de Riorges s'est appuyée sur les instances suivantes :

- Le Comité de Pilotage (COFIL) est l'instance politique coordinatrice du projet. Il a été en charge de la définition des grandes orientations et de la validation des différentes étapes de la procédure.
- Le Comité Technique (COTECH) a conduit techniquement et administrativement le projet. Composé des techniciens de la Ville de Riorges, le COTECH a eu 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 COFIL.

2. ACTIONS MISES EN PLACE

2.1. AFFICHAGE DES DELIBERATIONS

La délibération du Conseil municipal du 23 mai 2019 engageant la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) a été affichée le 24 mai 2019 sur le panneau d'affichage de la commune et a été annexée au registre des délibérations.

Le débat sur les orientations, devant impérativement être conduit au moins 2 mois avant l'arrêt du projet, s'est tenu lors du Conseil municipal du 26 septembre 2019. Le compte-rendu a été publié le 27 septembre 2019.

2.1. CREATION D'UNE PAGE INTERNET DEDIEE

La Ville de Riorges a créé une page dédiée spécifiquement au RLP sur son site Internet : <https://www.riorges.fr/riorges-au-quotidien/votre-cadre-de-vie/urbanisme/678-elaboration-d-un-nouveau-reglement-local-de-publicite>

Vous êtes ici : Riorges au quotidien > Votre cadre de vie > Urbanisme > Élaboration d'un nouveau règlement local de publicité

Élaboration d'un nouveau règlement local de publicité



Le 23 mai, le Conseil municipal a approuvé la prescription de révision du Règlement Local de Publicité (RLP). Depuis les années 1980, la commune fait preuve d'une vigilance particulière à la préservation du cadre de vie, dont la gestion publicitaire fait partie.

Cette page permet de replacer le projet dans son contexte en précisant ce qu'est un RLP et les moyens mis à dispositions pour la population de faire remonter ses observations et éventuelles

remarques. La page Internet permet également le téléchargement des actes administratifs liés à la procédure d'élaboration de RLP et de tenir la population informée des actions de concertation telle que la réunion publique. Un lien est également disponible pour télécharger le support de la réunion publique tendant ainsi à une diffusion plus large, et au-delà des personnes présentes à cette rencontre, de la teneur des informations transmises.

D'autre part, le site a été mis à jour afin de tenir informer la population de l'avancée du projet via des paragraphes explicatifs avec des chiffres et informations clefs synthétisant des articles plus complets téléchargeables directement sur la page Internet (*cf. article présentant le projet en annexe*).

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.

À suivre :

des extraits de l'article "Diagnostic, orientations et traduction réglementaire".

 [Télécharger l'article en intégralité](#)

2.2. PARUTION D'ARTICLES DANS LE MAGAZINE MUNICIPAL

Conformément à la délibération de prescription imposant la parution d'articles dans le magazine municipal, « Riorges Magazine » s'est fait le relais pour informer la population de l'élaboration du RLP et des différentes étapes de la procédure. Ces articles ont également offert l'opportunité de rappeler à la population l'adresse Internet permettant de faire remonter des observations ou questionnements.

>> RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ : RÉUNION PUBLIQUE

Dans le cadre de la Révision du Règlement Local de Publicité (RLP), vous êtes conviés à la présentation du projet du nouveau RLP (diagnostic, enjeux, règlement), en présence du bureau d'études Even Conseil.

Lundi 23 septembre, 18h
en salle du conseil municipal
Pour plus de renseignement :
rlp@riorges.fr

ÉLABORATION D'UN NOUVEAU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le 23 mai, le conseil municipal a approuvé la prescription de révision du Règlement Local de Publicité (RLP). Depuis les années 1980, la municipalité fait preuve d'une vigilance particulière concernant la préservation du cadre de vie, dont la gestion publicitaire fait partie.

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (2010) oblige l'approbation de nouveaux RLP avant juillet 2020, sous peine de régir la publicité par le Règlement National et de perdre l'instruction des autorisations des publicités, enseignes et pré-enseignes à l'échelle communale.

Après une année d'étude d'opportunité et d'identification des enjeux de maîtrise publicitaire communale, la phase de révision commence. Elle sera jalonnée notamment d'une réunion publique (septembre 2019) et d'une enquête publique (printemps 2020) pour dialoguer avec les citoyens.

→ Tout au long de la procédure, vous pouvez vous tenir informé sur www.riorges.fr
Plus d'info : rlp@riorges.fr

Ci-contre parution dans Riorges Magazine n°253 de septembre 2019 et ci-dessous, parution dans le Riorges Magazine n°252 de l'été 2019

En sus de ces articles, la presse locale a relayé la procédure dans laquelle s'est engagée la Ville de Riorges. C'est ainsi que le journal « Le Progrès » a édité deux articles : le 8 juillet 2019 et un second annonçant la tenue de la réunion publique le 20 septembre 2019.

RIORGES Conseil municipal

La municipalité révisera son Règlement local de publicité

Afin de maîtriser toute pollution visuelle ou lumineuse, la Ville régit elle-même depuis les années 1980 la gestion de suivi des publicités, enseignes et pré-enseignes sur le domaine public ou les propriétés privées visibles depuis la rue, à l'échelle de son territoire dont elle prend en compte les spécificités.

Puisque dans un cadre modernisé, la loi Grenelle II relative à la publicité oblige l'approbation de nouveaux RLP (Règlement local de publicité) dans les communes avant juillet 2020 pour répondre aux évolutions technologiques des supports publicitaires, sous peine d'être régi par un règlement national, la Ville a décidé de conserver et moderniser son règlement.

L'État, loin de « la réalité de terrain »

« À l'époque, on était parmi les premières communes de cette taille à se lancer dans un tel règlement local en Roannais ; on pensait qu'un RNL ne suffisait pas, se souvient Bernard Jayol, élu au cadre de vie. Aujourd'hui, les mailles du filet se sont resserrées ! »

Après une année d'études et d'identification des enjeux auprès d'un cabinet contre 20 000 euros, une procédure de révision a débuté. « Trop léger sur ces sujets à l'épo-



Pour Bernard Jayol, s'en retourner à un Règlement national de publicité « serait une régression ». Photo Progrès/Yannick VERNAY

que », Riorges devrait affiner ses prescriptions (zonage, taille et matériel des enseignes, disposition des pubs) et prendre en compte les modes de publicité récents (à l'image des dispositifs lumineux numériques) afin que publicités et enseignes « trouvent une harmonie pour s'intégrer dans le paysage et les façades d'immeubles ».

Aujourd'hui, le conseiller ne souhaite pas que l'État, loin de « la réalité de terrain », gère cette réglementation. « Ce serait une régression : on souhaite garder la maîtrise et la gestion de suivi de la publicité, notamment interdite près des parcs et

groupes scolaires. Sur le boulevard Ouest, on a aussi fait le choix de n'exposer aucune publicité des Élopes au Marclat pour respecter et préserver notre cadre de vie. »

Aussi, des ateliers avec des annonceurs, associations environnementales et autres personnes publiques associées permettront d'orienter puis d'arrêter un projet de règlement mis à jour. Lequel sera soumis à enquête publique au printemps 2020, après une première réunion publique attendue fin septembre.

Yannick VERNAY

Plus d'infos : rlp@riorges.fr

RIORGES

Une réunion publique sur le nouveau règlement local de publicité lundi

Dans le cadre de l'élaboration d'un nouveau règlement local de publicité (RLP), la municipalité organise une réunion publique lundi, à l'attention des habitants de la commune.

Le 23 mai, le conseil municipal a approuvé la prescription de révision du Règlement Local de Publicité (RLP). Depuis les années 1980, la commune fait preuve d'une vigilance particulière pour la préservation du cadre de vie, dont la gestion publicitaire fait partie.

La loi portant Engagement national pour l'environnement (2010) oblige l'approbation de nouveaux RLP avant juillet 2020, sous peine de régir la publicité par le Règlement national et de perdre l'instruction des autorisations des publicités, enseignes et pré-enseignes à l'échelle communale. Après une année d'étude d'opportunité et d'identification des enjeux de maîtrise publicitaire communale, débute aujourd'hui la phase de révision, accompagnée par le bureau d'études Even Conseil (Lyon). Cette première réunion publique, elle sera suivie au printemps 2020, d'une enquête publique, pour dialoguer avec les citoyens.

Réunion publique « RLP » le lundi 23 septembre à 18 heures, salle du conseil municipal, Hôtel-de-Ville. Entrée libre.

2.3. TENUE D'UNE REUNION PUBLIQUE

Ville de Riorges
Publié par Sarah Sanchez [?] · 19 septembre, 09:06 · 🌐

[RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ]

Une réunion publique est organisée le lundi 23 septembre en mairie concernant l'élaboration d'un nouveau règlement local de publicité.

RIORGES.FR
Élaboration d'un nouveau règlement local de publicité
Bienvenue à Riorges, seconde ville de l'agglomération roannaise, dans la...

603 Personnes touchées 45 Interactions [Booster la publication](#)

👍 8 2 partages

Dans l'objectif de présenter l'intégralité du projet de RLP, une réunion publique a été organisée le 23 septembre 2019 au soir.

Afin de mobiliser au maximum la population, la réunion publique a fait l'objet d'une forte publicité via la presse (article ci-dessus) mais également des annonces sur la page Internet dédiée sur le site de la Ville de Riorges, au sein du Riorges Magazine paru en septembre 2019 et enfin sur la page Facebook de la commune (cf. contre).

Dans un premier temps, il a été proposé à travers un quizz de découvrir le Règlement National de

la Publicité et la politique de gestion et de maîtrise de l'affichage extérieur conduite sur Riorges. L'objectif était double. Tout d'abord sensibiliser et informer la population quant à cette réglementation 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 RLP sur le parc actuel de publicités, préenseignes et enseignes.

La Réglementation de la Publicité - Quizz

Ces dispositifs sont-ils conformes à la Réglementation en vigueur ?

OUI NON



17

La Réglementation de la Publicité - Quizz

D'après vous, le RLP actuellement en vigueur sur la ville de Riorges restreint la publicité et les enseignes dans quel(s) secteur(s) ?

SUR L'ENSEMBLE DES SECTEURS URBANISES

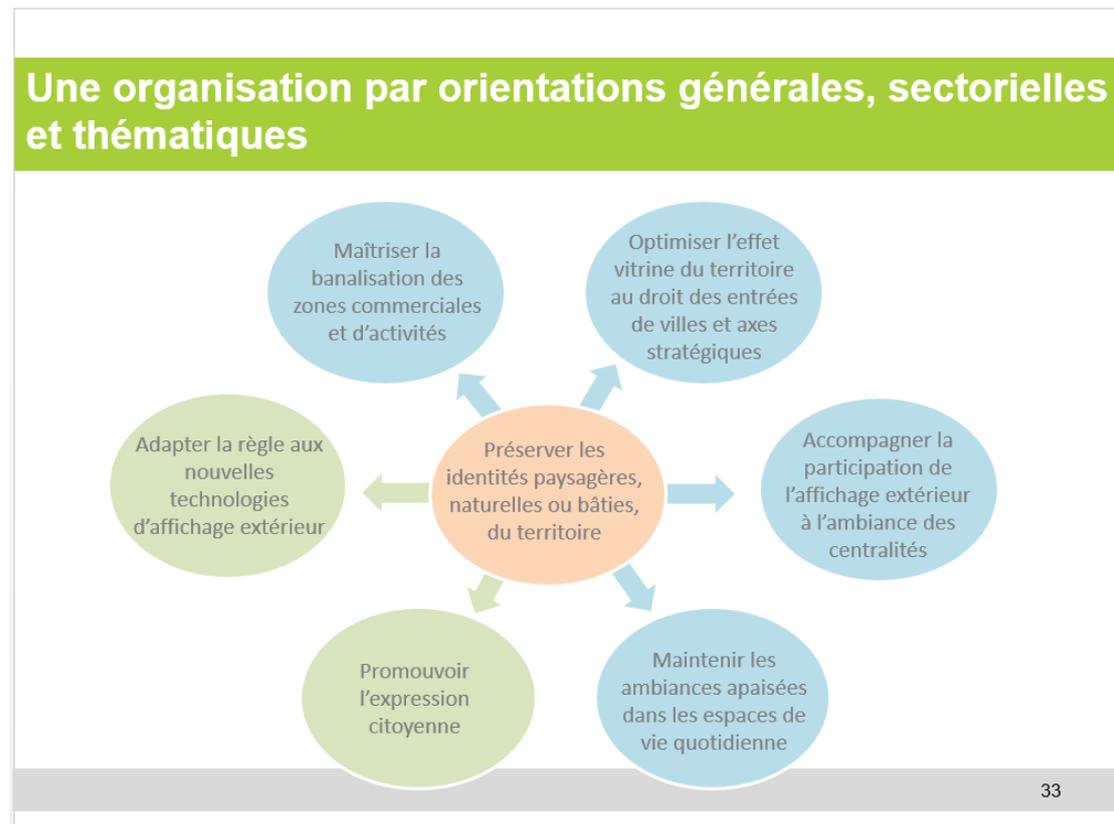
UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS

UNIQUEMENT DANS LES ZONES D'ACTIVITES

UNIQUEMENT LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS ET DANS LES ZONES D'ACTIVITES

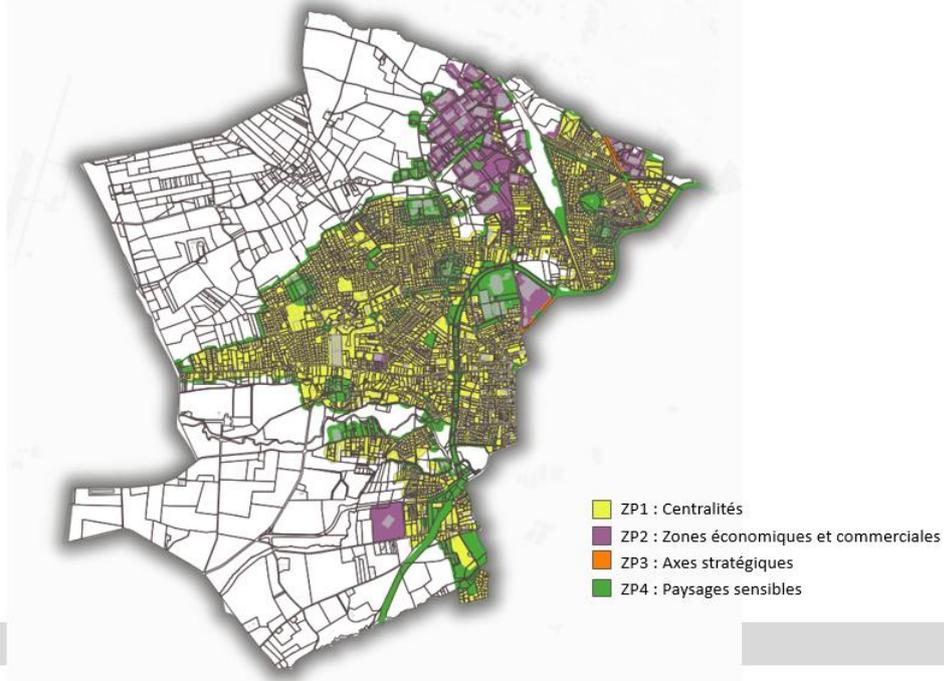
21

A l'issue de ce premier temps de la rencontre, la démarche globale de Riorges 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 la ville 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 exergue les enjeux liés à l'affichage extérieur propres au territoire et les orientations politiques du RLP débattues en septembre et qui constituent une réponse aux enjeux préalablement présentés.



La question de la traduction réglementaire a ensuite été abordée en présentant la philosophie de zonage et les grands principes réglementaires sous-jacents qui étaient alors encore en cours d'élaboration. Il a bien été rappelé qu'il s'agissait là d'une « philosophie » qui devait 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.

Philosophie de zonage



Un temps d'échanges a par la suite été proposé. Les questions n'ont pas porté sur le fond du projet mais uniquement sur des cas particuliers et l'historique de la gestion de la publicité sur la ville de Riorges.

2.4. ANIMATION D'UN ATELIER AVEC LES ACTEURS LOCAUX

En vue de recueillir les observations des acteurs directement concernés par l'affichage extérieur, une rencontre avec les acteurs économiques locaux et associations environnementales a été proposée le 30 septembre 2019.

Après une présentation du diagnostic et des orientations, la traduction réglementaire a été abordée pour les dispositifs publicitaires et préenseignes d'une part puis pour les enseignes d'autre part. A l'appui de la cartographie du zonage les acteurs présents ont pu faire remonter à la commune les constats et remarques suivantes. L'objectif étant de les relayer par la suite auprès du Comité de Pilotage afin qu'il statue sur leur prise en compte ou non.

- Le règlement alors présenté interdit les dispositifs numériques sur l'ensemble de la commune. Les acteurs présents alertent sur le risque de fragilité juridique du document que cette position induit. Il est rappelé que la Ville de Riorges souhaite un positionnement fort quant à l'intégration du RLP dans les principes du Grenelle de l'Environnement (maîtrise des consommations énergétique et préservation de la biodiversité) d'autant plus que les enjeux de préservation de la trame écologique nocturne (trame noire) est un enjeu particulièrement ciblé par l'Etat. Les acteurs économiques entendent l'argument mais craignent des

répercussions pour le tissu économiques, le dispositif en place avenue Général de Gaulle au droit de l'Intermarché permettant aujourd'hui de diffuser des publicités pour des commerces et activités locales. En outre, il a été soulevé par les professionnels de l'affichage extérieur que le numérique était un média aujourd'hui incontournable participant à une image dynamique et moderne des zones d'activités tout en participant dans une certaine mesure à la dé-densification des dispositifs, le numérique pouvant accueillir plusieurs publicités au lieu de multiplier les autres supports.

Face aux arguments apportés, le COPIL a fait le choix d'ouvrir la possibilité du déploiement des publicités numériques uniquement (pas pour les enseignes ni les préenseignes) mais de le maîtriser, en cohérence avec la volonté politique de la ville, en les limitant à la zone comprenant les axes commerciaux identifiés comme majeurs pour le territoire

- Le règlement présenté impose une extinction de l'ensemble des dispositifs de 20h à 7h. Cette plage horaire paraît trop restrictive aux acteurs présents et demande de privilégier une extinction entre 21h et 7h.

Dans la mesure où tant que l'activité est ouverte, les enseignes peuvent être allumées, cette augmentation de la plage horaire d'extinction ne semble pas si impactante et le COPIL a souhaité maintenir la proposition initiale. Concernant la publicité, Riorges devrait majoritairement accueillir du mobilier urbain qui, quant à lui, n'est pas soumis à l'obligation d'extinction, limitant de fait également les incidences potentiellement pressenties sur leur activité par les acteurs lors de la présentation de cette mesure.

- Le règlement propose également de limiter les nuisances sonores en imposant l'arrêt des moteurs des potentiels dispositifs déroulants ou tri-vision pouvant être implantés à proximité d'une baie d'habitation. Les afficheurs présents soulignent que ce n'est techniquement pas possible de conjuguer extinction des dispositifs et arrêt du moteur dans la mesure où le cumul peut induire, du fait de la création de condensation, une humidification des supports de publicités (papier) et un déchirement de celles-ci lors de la remise en fonctionnement du moteur. Il apparaît ainsi que le risque de dispositifs régulièrement dégradé pourrait nuire au cadre de vie.

Face aux arguments présentés, le COPIL retire cette mesure du règlement. Les dispositifs sont donc seulement astreints à l'extinction lumineuse mais non de leurs moteurs.

- Au sein de la zone de publicité 1 « Centralités » regroupant les espaces résidentiels et le tissu commerçant de Riorges, seul le mobilier urbain est autorisé. Bien que ne remettant pas fondamentalement en cause ce principe, les acteurs précisent qu'une telle disposition n'ouvre le droit qu'au dépositaire de la concession de mobilier urbain.
- Le boulevard Ouest, aujourd'hui ouvert à la publicité et accueillant 4 dispositifs, serait dans le futur RLP compris dans une zone d'exclusion des dispositifs publicitaires, la zone de publicité 4 « Paysages sensibles ». Les afficheurs souhaiteraient conserver la portion de boulevard Ouest aujourd'hui ouvert à la publicité quitte à réduire la taille.

D'un point de vue urbain, le boulevard Ouest apparaît comme une entrée de ville majeure du territoire et longe des zones résidentielles dont l'architecture, à certains endroits, sont de précieux témoins de l'histoire, de l'évolution et de la construction de la ville et de son identité. Aussi, le COPIL a souhaité maintenir l'intégralité du boulevard Ouest au sein de la zone de publicité 4 « Paysages sensibles » au regard de l'effet vitrine que cet axe peut véhiculer et ainsi assurer un traitement cohérent et homogène de l'intégralité du boulevard ouest situé sur la commune.

2.5. FORMULATION DES PROPOSITIONS ET OBSERVATIONS

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 RLP, ont été mis en place un cahier de la concertation et une adresse mail dédiée et le traitement au besoin de courrier envoyés à l'attention de M. le Maire.

Aucune contribution n'a été faite sur les supports mis à disposition.

3. BILAN DE LA CONCERTATION

Force a été de constater que malgré les moyens mis en œuvre conformément à la délibération de prescription de révision du RLP en date du 23 mai 2019, la population et acteurs ne se sont que très peu mobilisés pour faire part de leurs observations sur le sujet du Règlement Local de Publicité.

Hormis l'avis et les questions formulées lors de la réunion publique du 23 septembre 2019 et de l'atelier participatif avec les acteurs socio-économiques du 30 septembre 2019, aucune observation n'a été rapportée via les outils mis à disposition.

4. ANNEXE



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

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

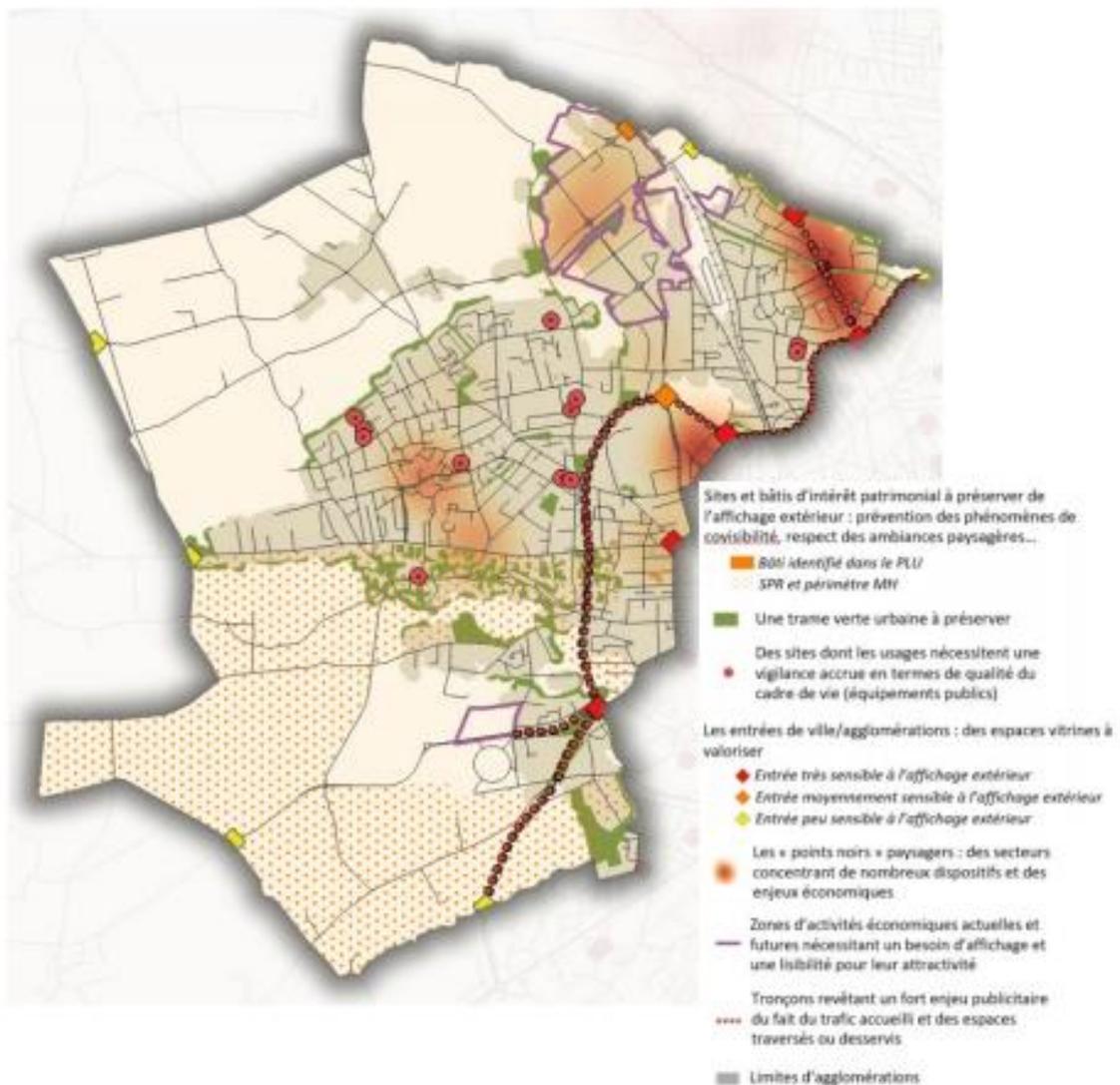
- Les dispositifs sont majoritairement de petit format ce qui facilite leur intégration dans le tissu urbain dense de la commune.
- Bien que les enseignes soient traitées de manière qualitative et s’intègrent plutôt bien au sein des différents paysages urbains, certains établissements présentent une 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 Marcllet : 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



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

« 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 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 réglementaire 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 réglementaire 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.

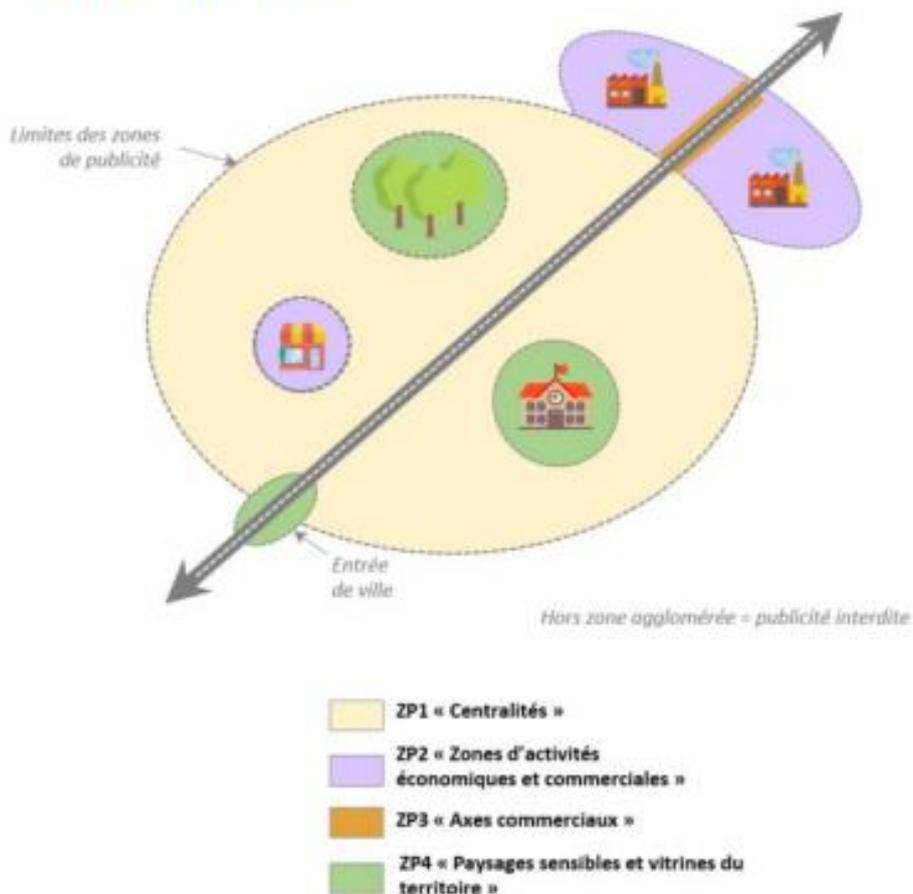
► Les grands principes du zonage du RLP révisé

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