

Règlement Local de Publicité

Envoyé en préfecture le 21/10/2021
Reçu en préfecture le 21/10/2021
Affiché le 21/10/2021
ID : 974-219740073-20211005-DL_2021_121-DE

DÉBAT DU CONSEIL MUNICIPAL DOCUMENT DE SYNTHÈSE SUR LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES DU FUTUR RLP

05 octobre 2021





Partie I

De la réglementation nationale au Règlement Local de Publicité

- 1) Les types de dispositifs réglementés
- 2) Les interdictions de la publicité
- 3) Les principes d'un Règlement Local de Publicité

Partie II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

- 1) Les secteurs identifiés
- 2) L'analyse de l'état initial
- 3) Les orientations générales du RLP
- 4) La planification et le suivi du projet de RLP



De la réglementation nationale au Règlement Local de Publicité

PARTIE I

De la réglementation nationale au RLP

I) Les types de dispositifs réglementés (art L. 581-3 du Code de l'environnement)

PREENSEIGNE : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée





PARTIE I

De la réglementation nationale au RLP

I) Les types de dispositifs réglementés (art L. 581-3 du Code de l'environnement)

ENSEIGNE : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâtiment ou terrain) relative à une activité qui s'y exerce.



PARTIE I

De la réglementation nationale au RLP

I) Les types de dispositifs réglementés (art L. 581-3 du Code de l'environnement)

PUBLICITE : toute inscription, forme ou image destinées à informer le public ou attirer son attention.



MODE D'UTILISATION

- Scellé au sol
- Apposé sur mur
- Apposé sur vitrine
- Apposé sur clôture
- Apposé sur palissade
- Apposé sur bâche de chantier
- Bâche publicitaire

PARTIE I

De la réglementation nationale au RLP

2) Les interdictions de la publicité



-  Périmètre délimité des abords
-  Espaces boisés classés
-  Limite d'agglomération

La publicité est interdite :

- A l'intérieur du périmètre délimité des abords et des espaces boisés classés
- A l'extérieur du périmètre d'agglomération



PARTIE I

De la réglementation nationale au RLP

3) Les principes d'un Règlement Local de Publicité

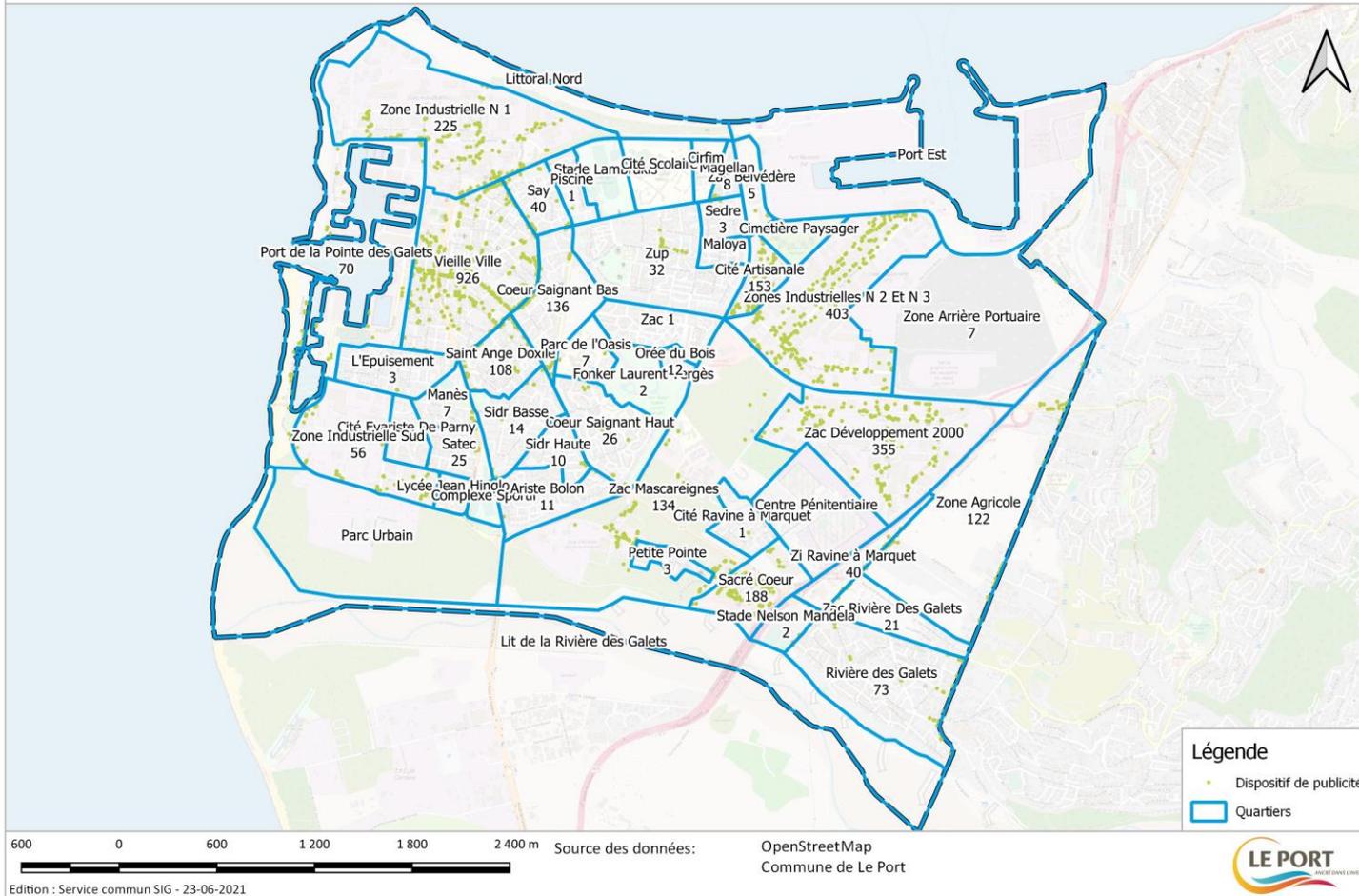
Le RLP permet à la collectivité :

- D'adapter les dispositions nationales au contexte local (**plus restrictives que la réglementation nationale**);
- D'encadrer les nouveaux dispositifs reconnus par la nouvelle réforme : dispositifs lumineux, écran numérique, faisceau laser, micro-affichage...;
- De redevenir compétente pour délivrer les autorisations (à défaut de RLP instruction par la DEAL);
- De prendre en charge la police de l'affichage.

Le RLP est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les artisans et commerçants, et les professionnels de l'affichage.



Plan diagnostic RLP

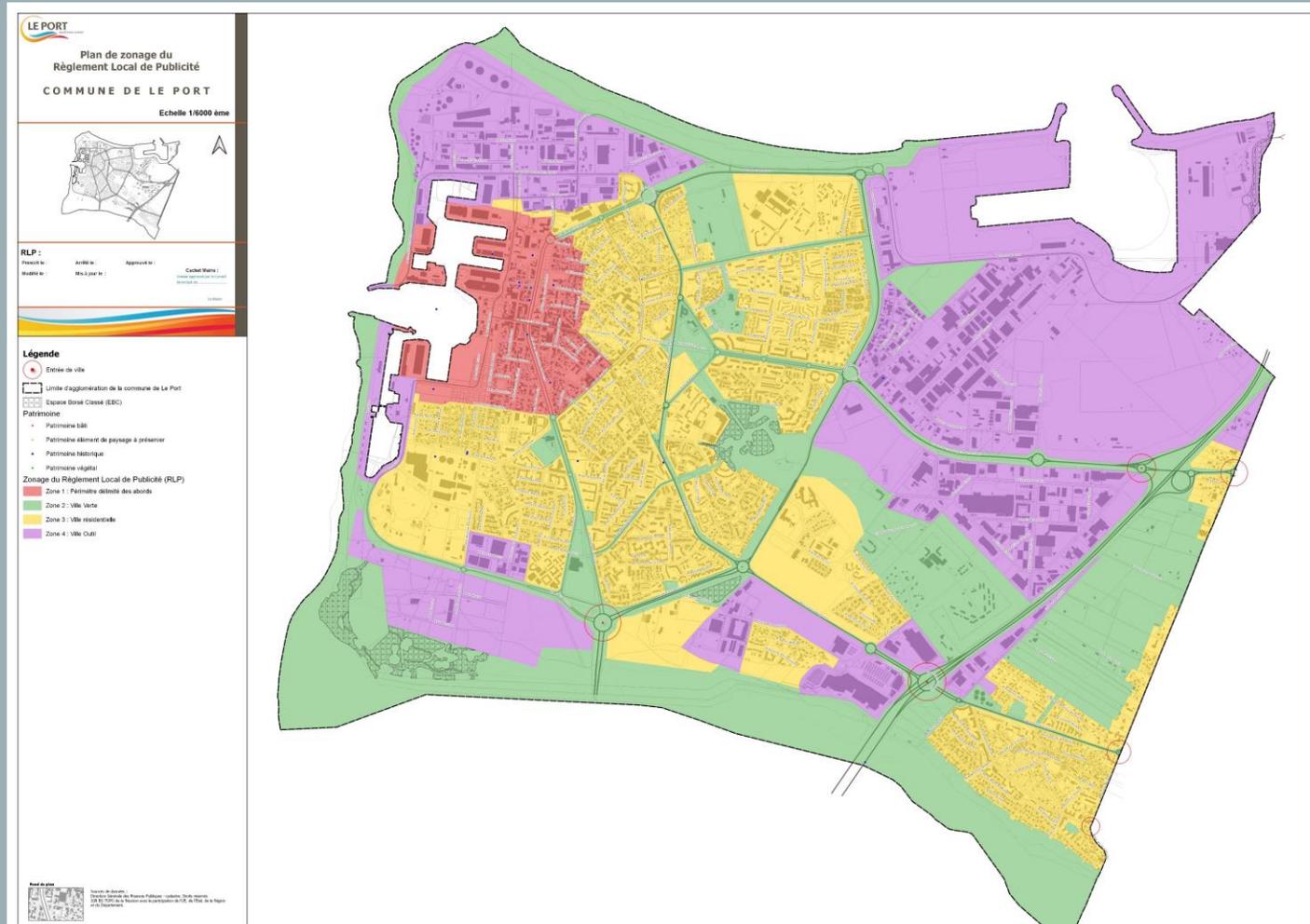


De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

I) Les secteurs identifiés

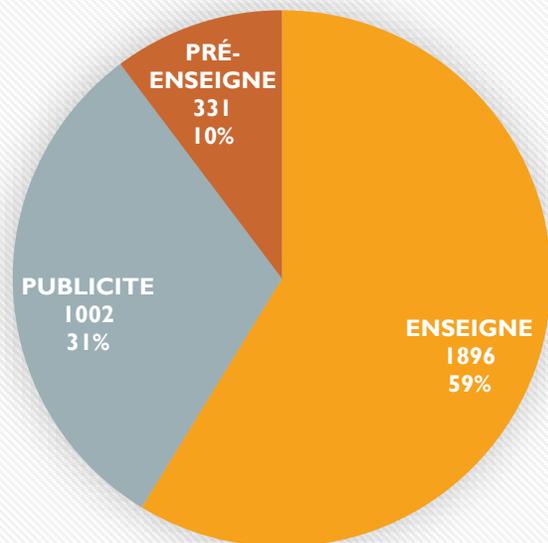


De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Relevé des dispositifs par type

Répartition par type de dispositif



La majorité des dispositifs relevés concerne les enseignes publicitaires du fait de la présence de nombreuses entreprises sur le territoire.



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Relevé des dispositifs par quartier

Nom quartier	Nb dispositif
Vieille Ville	926
Sidr Basse	14
Cité Artisanale	153
Zone Industrielle Sud	56
Zone Arrière Portuaire	7
Zac Rivière Des Galets	21
Zac Mascareignes	134
Zup	32
Saint Ange Doxile	108
Sacré Coeur	188
Port de la Pointe des Galets	70
L'Epuisement	3
Manès	7
Sidr Haute	10
Ariste Bolon	11
Cité Ravine à Marquet	1
Piscine	1
Zi Ravine à Marquet	40
Parc de l'Oasis	7

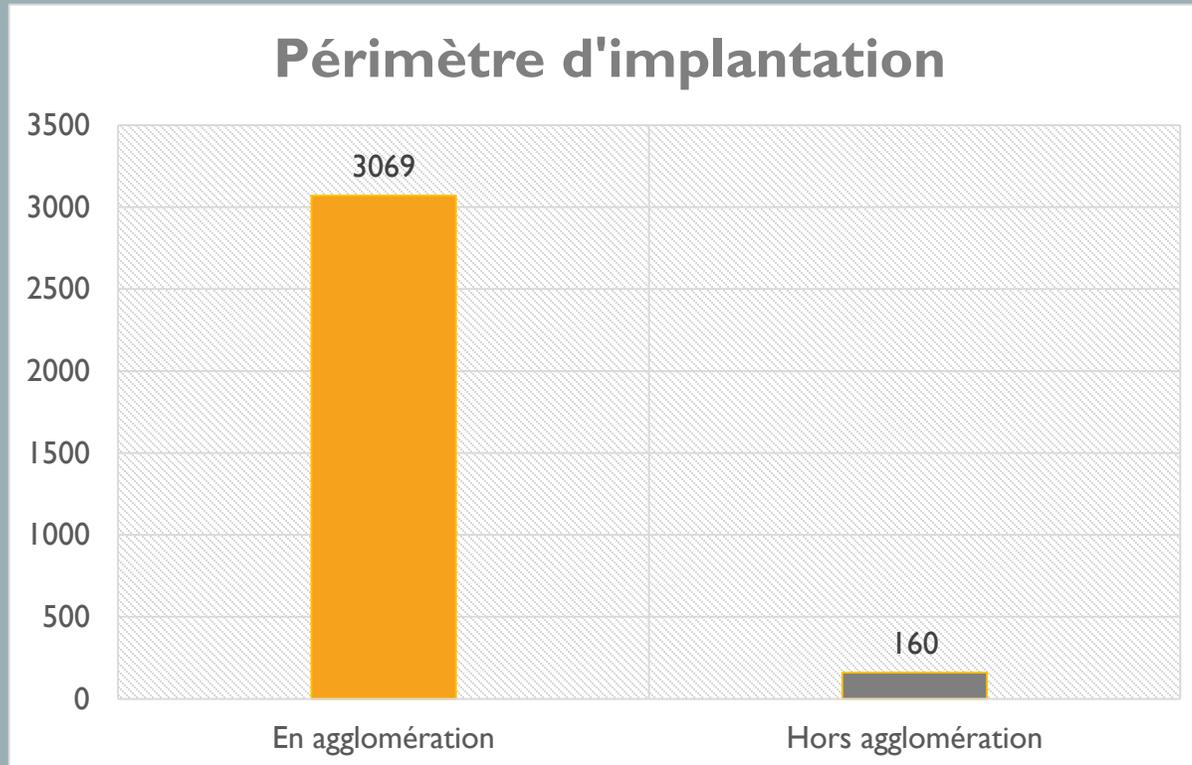
Sedre	3
Zone Industrielle N 1	225
Coeur Saignant Bas	136
Zone Agricole	122
Petite Pointe	3
Zac Développement 2000	355
Rivière des Galets	73
Zac Belvédère	5
Say	40
Stade Nelson Mandela	2
Coeur Saignant Haut	26
Magellan	8
Orée du Bois	12
Fonker Laurent Vergès	2
Zones Industrielles N 2 Et N 3	403
Satec	25

La majorité des dispositifs relevés sont situés dans le périmètre de la vieille ville et dans les zones d'activités

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Implantation des dispositifs - agglomération



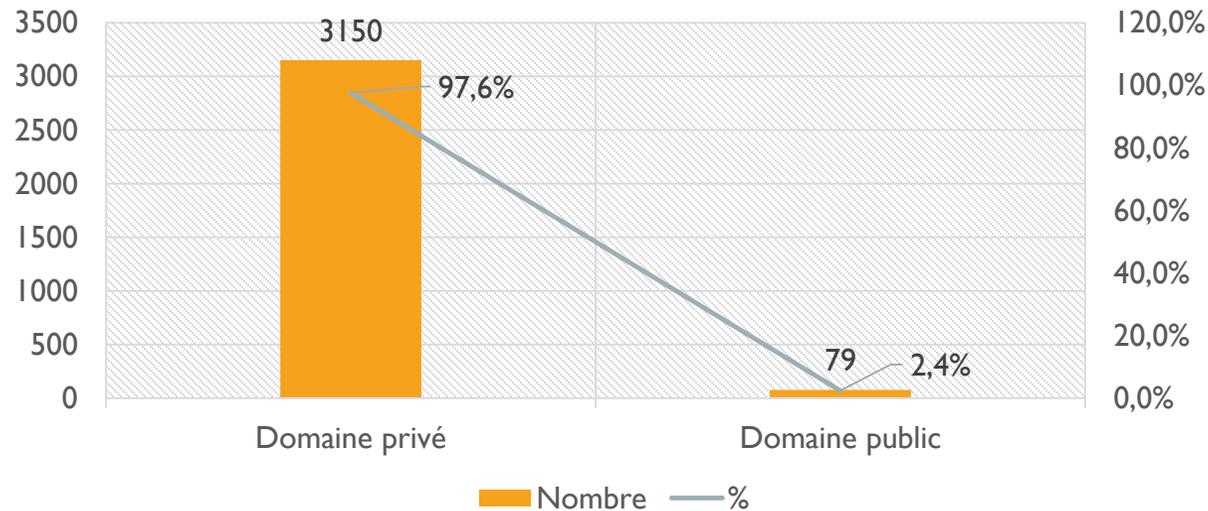
Les dispositifs sont situés globalement dans le périmètre d'agglomération, mais avec le développement urbain du périmètre hors agglomération, des dispositifs publicitaires y apparaissent de plus en plus.

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Implantation des dispositifs - domanialité

Répartition des dispositifs selon le lieu d'implantation



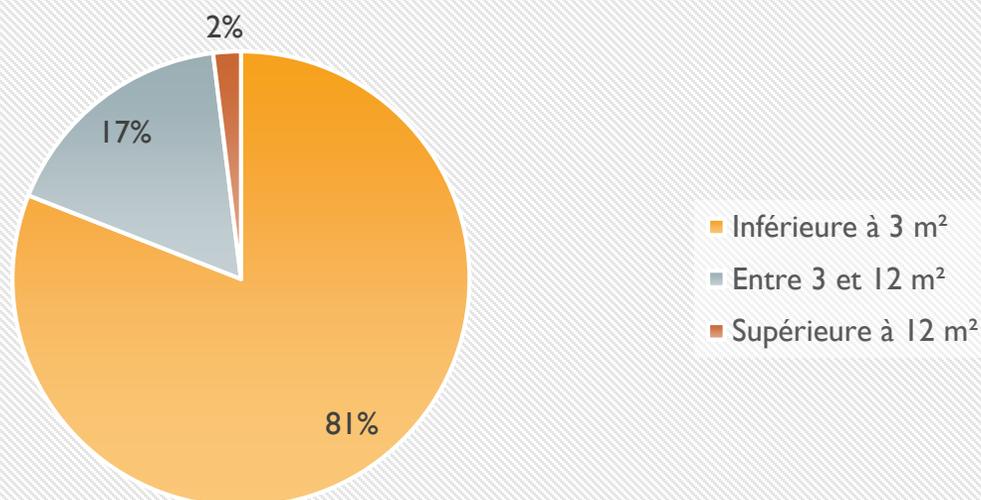
Au final très peu de dispositifs sont situés sur le domaine public qui reste préservé.

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Superficie des dispositifs

Répartition selon la superficie des dispositifs



Les dispositifs publicitaires sont majoritairement de petites tailles (<3m²). Certains dispositifs sont en revanche hors norme (>12m²) mais restent marginaux sur le territoire.



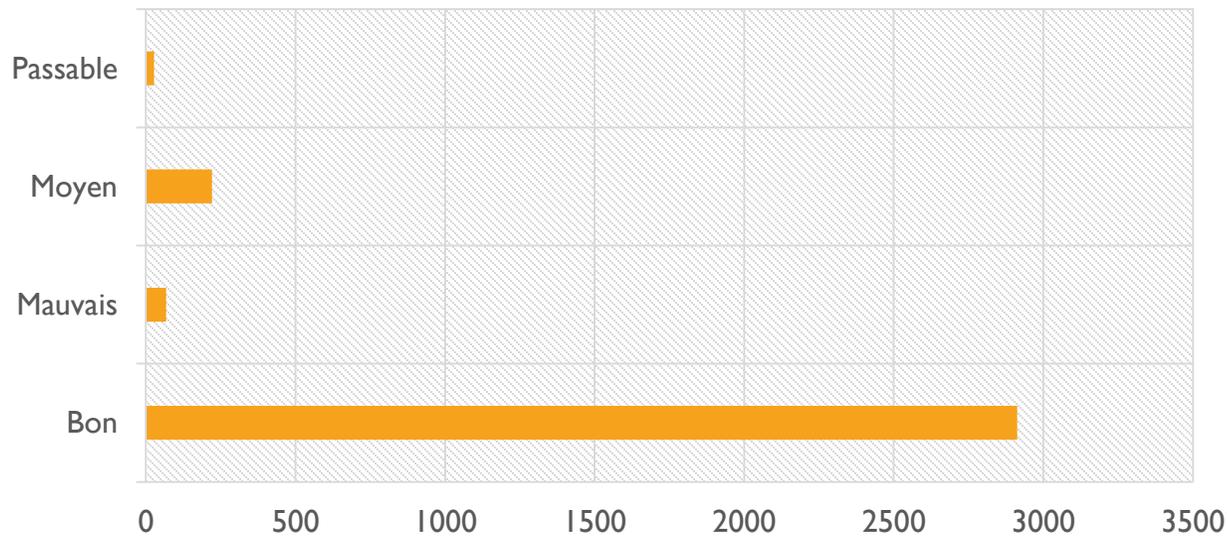
PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments quantitatifs

Obligation d'entretien des dispositifs

Etat des dispositifs publicitaires



Les dispositifs publicitaires relevés sur le territoire démontrent l'attachement des diverses entreprises à soigner leur image, ce qui participe au dynamisme du territoire.



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Périmètre Délimité des Abords

Secteur du centre-ville historique, comprenant un riche patrimoine qu'il convient de préserver





De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Espaces boisés classés

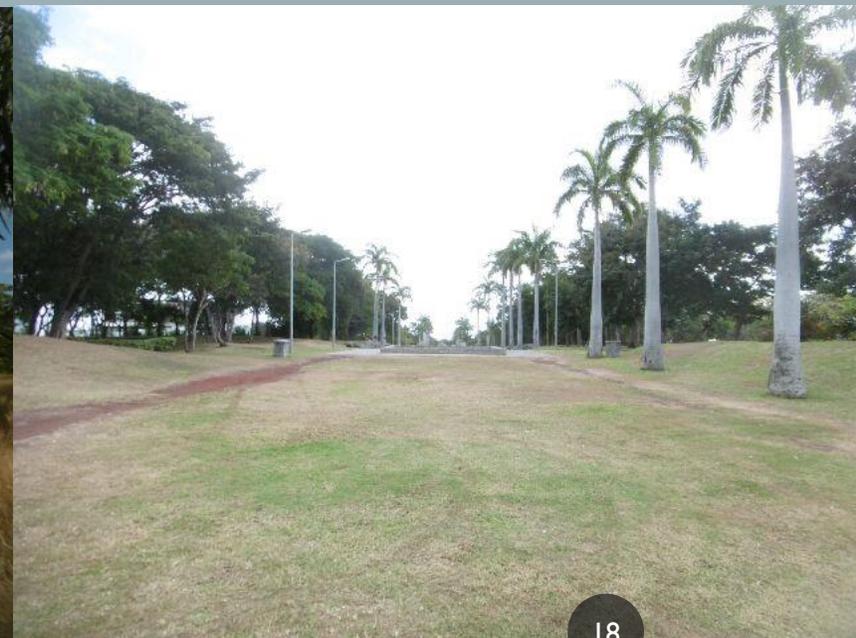
Trois périmètres d'EBC sont inclus dans la limite d'agglomération libres de toute publicité , qu'il convient de préserver



Embouchure de la RdG



Forêt communale



Parc Boisé



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Ville Verte

Il s'agit du tracé Fil Vert au sein du périmètre d'agglomération, globalement préservé de dispositifs publicitaires





PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Ville Résidentielle

Il s'agit des quartiers résidentiels de la ville hors PDA, les dispositifs publicitaires ont été recensés avec en général de faibles densité et dimension mais parfois mal entretenus



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Ville Outil

Il s'agit des zones d'activités, zones connaissant la plus forte pression publicitaire, que ce soit en densité ou dans la diversité des formes et matériaux



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Ville Outil

Il s'agit des zones d'activités, zones connaissant la plus forte pression publicitaire, que ce soit en densité ou dans la diversité des formes et matériaux



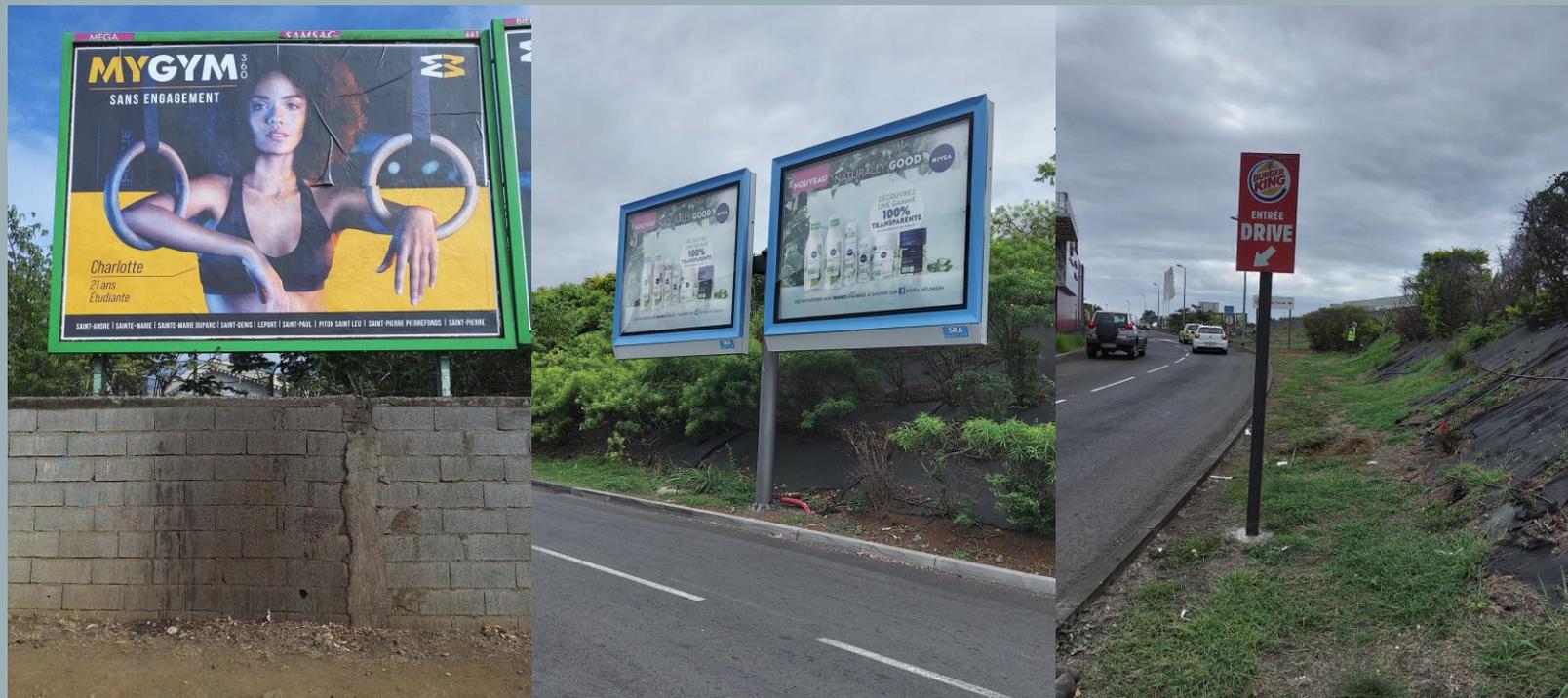
PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les entrées de ville

Des entrées de villes préservées de publicités jusqu'à ce jour, ci-dessous des exemples au-delà de 50m des giratoires Sacré-Cœur et Axe Mixte



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

La pression publicitaire le long des grands axes de la ville est facilement perceptible



Accumulation de dispositifs de publicité sur moins de 150 mètres (avenue de la Commune de Paris)



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

La pression publicitaire le long des grands axes de la ville est facilement perceptible



Accumulation de dispositifs de publicité de différentes dimensions, couleurs et implantation (avenue du 14 juillet 1789)

PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

La pression publicitaire le long des grands axes de la ville est facilement perceptible



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

Des grands axes relativement préservés, qu'il convient de protéger au regard des projets émergents



Route du Cœur Saignant



Route du Sacré Cœur



Boulevard de la Marine

PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

Des grands axes relativement préservés, qu'il convient de protéger au regard des projets émergents



Boulevard des Mascareignes



Av du 20 Décembre 1848



Av Rico Carpaye – Rue G De Gaulle

PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands axes

Des grands axes préservés pour lesquels il convient de poursuivre la maîtrise de l'implantation des publicités



Avenue Raymond Vergès



Avenue Amiral Bouvet



Avenue Raymond Mondon



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands centres commerciaux

Forte densité des dispositifs publicitaires, de dimension et matériaux différents mais bien intégrés au bâti



Secteur Sacré Cœur (198 dispositifs relevés)

PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands centres commerciaux

Forte densité des dispositifs publicitaires, de dimension et matériaux différents mais bien intégrés au bâti





PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial – Eléments qualitatifs

Les grands centres commerciaux

Forte densité des dispositifs publicitaires, de dimension et matériaux différents



Avenue du 14 Juillet 1789

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial - Conclusions

La publicité

- ✓ Un territoire dans son ensemble faiblement dégradé mais la publicité arrive à se regrouper le long des axes principaux et des grands centres commerciaux ;
- ✓ Impact inexistant sur les entrées de ville ;
- ✓ Des matériaux, formes, dimensions, densité et couleurs divergents ;
- ✓ Le précédent RLP ne prenait pas en compte les nouveaux dispositifs ;
- ✓ Des dispositifs publicitaires hors agglomération ;
- ✓ Des irrégularités au regard du RNP :

La publicité ne peut être installée sur une clôture non aveugle



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

2) L'analyse de l'état initial - Conclusions

Les enseignes

- ✓ Un territoire où les enseignes sont abondantes du fait de de la présence de nombreuses activités que ce soit dans les zones dédiées ou en centre-ville ;
- ✓ Des dispositifs parfois mal entretenus ;
- ✓ Une densité parfois non maîtrisée ;
- ✓ Des irrégularités au regard du RNP





De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

1) Harmoniser l'aspect des dispositifs publicitaires

- ✓ Prévoir un nuancier pour les structures des publicités, des règles sur l'esthétisme (fondation non visible, masquer les éléments techniques...) et limiter leur dimension ;



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

2) Réduire la règle de densité publicitaire

- ✓ Selon le zonage retenu, il conviendra d'élaborer une réglementation équilibrée entre les besoins de communication de l'ensemble des acteurs économiques de la ville et la préservation du paysage en mettant en place une règle de densité plus contraignante que le RNP non adapté au territoire



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

3) Assurer la qualité visuelle et paysagère des entrées de villes

- ✓ Interdire l'implantation de dispositifs de publicité et préenseignes au niveau des entrées de ville



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

4) Valoriser les axes structurants

- ✓ Limiter le nombre de dispositifs publicitaires le long des axes structurants
- ✓ Instaurer des règles d'implantation permettant de préserver les perspectives « montagne et mer »



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

5) Anticiper les projets urbains émergents

- ✓ Prévoir en amont des règles permettant de trouver l'équilibre entre les futurs besoins de communication des acteurs économiques et la préservation du paysage au sein des différents projets urbains émergents (Mascareignes, NPNRU, ZAP, Portes de l'Océan, Campus de l'Oasis, ZAC Environnement, ZI Sud, Zone de plaisance...)
- ✓ Selon l'avancement des études, prise en compte du référentiel de la qualité urbaine, architecturale, paysagère et environnementale du projet Ecocité



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

6) Prendre en compte le patrimoine naturel et architectural

- ✓ Un recensement du patrimoine bâti, naturel et paysager a été réalisé dans le cadre de la révision du PLU ;
- ✓ Instaurer des règles sur et autour de ce patrimoine ;
- ✓ Prendre en considération l'interdiction de publicité dans le périmètre délimité des abords des villas des ingénieurs et autoriser mais réglementer les préenseignes pour poursuivre le dynamisme commercial du centre-ville



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

7) Maîtriser l'implantation des nouveaux dispositifs

- ✓ Autoriser et réglementer selon les différents zonages l'implantation de nouveaux dispositifs (enseignes lumineuses, faisceaux, bâches...);
- ✓ S'assurer que ces éléments ne dégradent pas le cadre de vie en engendrant des nuisances en instaurant des horaires d'extinction propres à chaque zone.



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

8) Participer à la dynamisation du commerce de centre-ville

- ✓ Si les publicités sont interdites dans le Périmètre Délimité des Abords, les enseignes sont quant à elles autorisées.
- ✓ Il conviendra d'adopter une réglementation des enseignes appropriée :
 - Aux caractéristiques du bâti ;
 - À la typologie des enseignes (à plat, en drapeau, sur baie, sur store, sur auvent, sur balcon...)
 - Aux types d'installations (saillie, dimensions, densité, éclairage)



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

9) Etablir un zonage respectueux de celui du PLU

- ✓ Repartir des orientations du PADD et du zonage du PLU qui en découle pour proposer un zonage du RLP cohérent.
- ✓ Ville Verte, correspondant essentiellement au périmètre Fil Vert avec une réglementation plus stricte
- ✓ Ville résidentielle, correspondant aux quartiers dits résidentiels où il conviendra de s'assurer du nécessaire équilibre entre cadre de vie et vie économique de proximité ;
- ✓ Ville outil, correspondant aux zones d'activités où une plus grande densité pourra être autorisée sous réserve d'une bonne insertion paysagère des dispositifs.



De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

10) Inclure la totalité du territoire communal dans le périmètre d'agglomération

- ✓ Le Diagnostic établi a permis de relever de nombreuses infractions au RNP (37,4% de dispositifs non-conformes) ;
- ✓ En cohérence avec le nouveau PLU qui a ouvert aux commerces et services la zone Uca (le long de l'avenue Jacques Prévert), il convient de revoir le périmètre de l'agglomération pour réglementer à défaut de réprimer ;
- ✓ Les perspectives de développement de la ZAP incitent également à inclure ce périmètre dans l'agglomération pour pouvoir réglementer les dispositifs publicitaires.



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

3) Les orientations générales du RLP

Zonage

- ✓ Le territoire communal comprendra 4 zones

Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP)

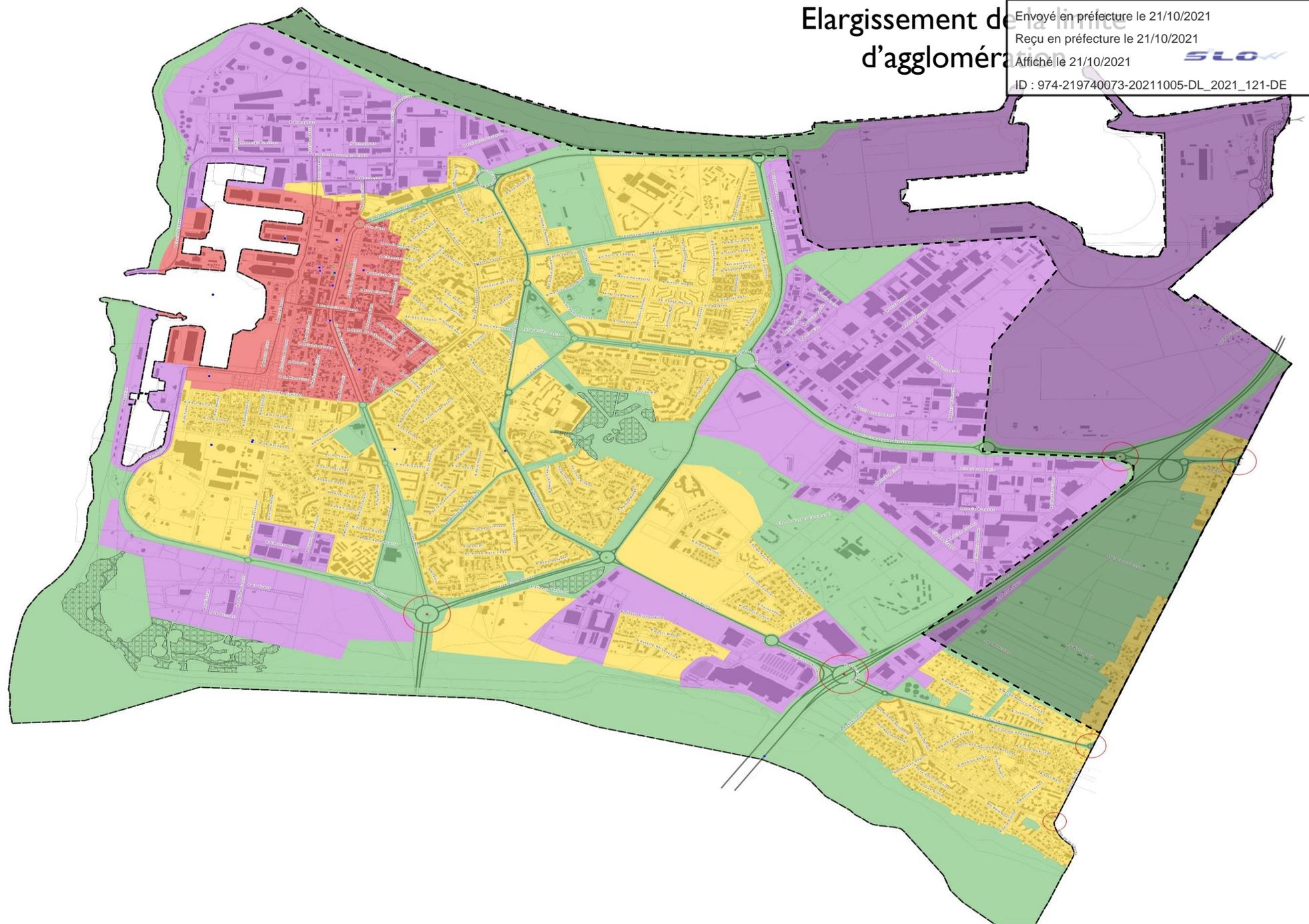
-  Zone 1 : Périmètre délimité des abords
-  Zone 2 : Ville Verte
-  Zone 3 : Ville résidentielle
-  Zone 4 : Ville Outil



RLP :
 Prescrit le : Arrêté le : Approuvé le : Cachet Maire :
 Modifié le : Mis à jour le :
 Dessiné approuvé par le Conseil Municipal de Le Port
 Le Maire

- Légende**
- Entrée de ville
 - Limite d'agglomération de la commune de Le Port
 - Espace Boisé Classé (EBC)
 - Patrimoine**
 - Patrimoine bâti
 - Patrimoine élément de paysage à préserver
 - Patrimoine historique
 - Patrimoine végétal
 - Zonage du Règlement Local de Publicité (RLP)**
 - Zone 1 : Périmètre délimité des abords
 - Zone 2 : Ville Verte
 - Zone 3 : Ville résidentielle
 - Zone 4 : Ville Outill

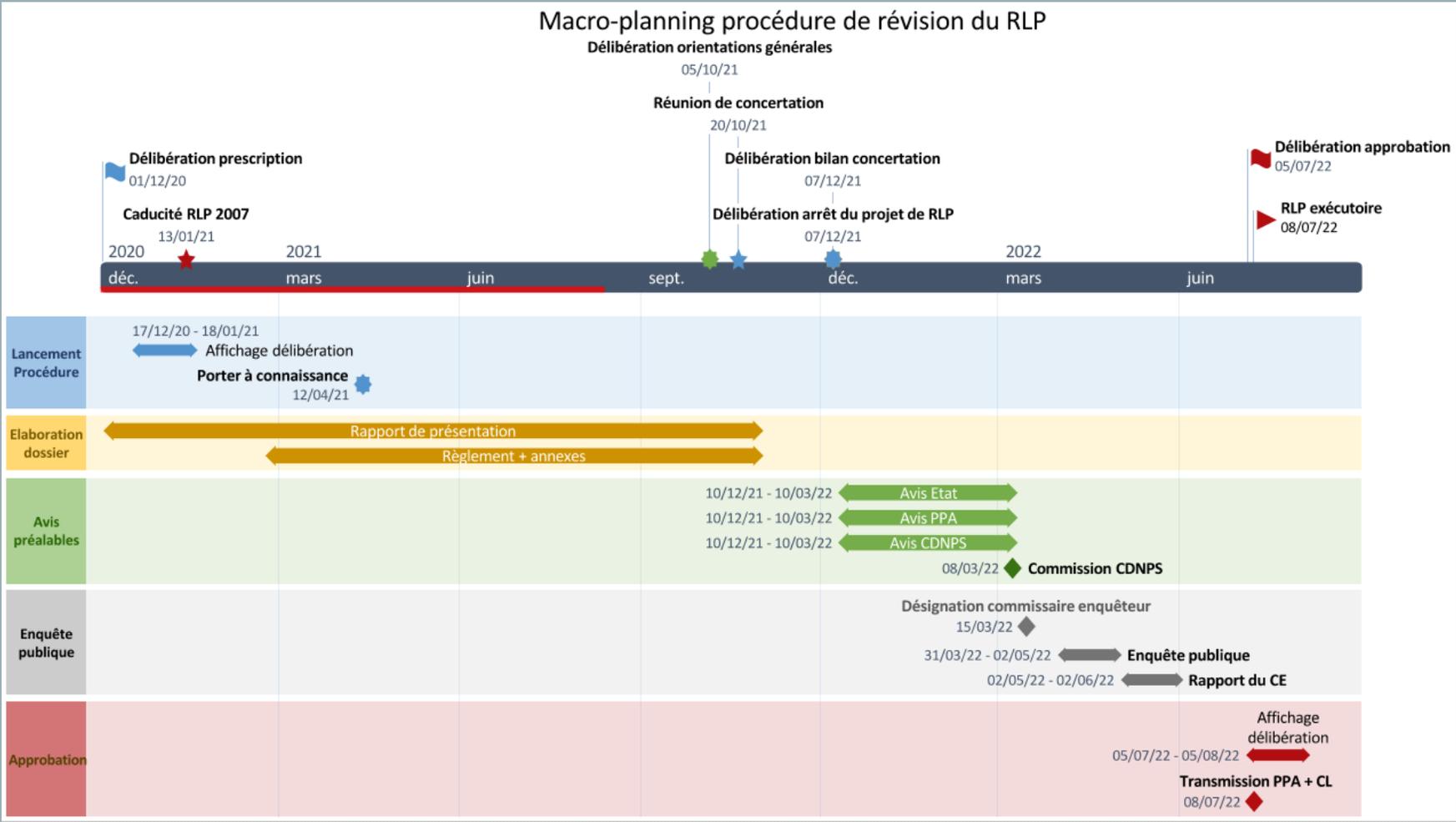
**Elargissement de la limite
 d'agglomération**
 Envoyé en préfecture le 21/10/2021
 Reçu en préfecture le 21/10/2021
 Affiché le 21/10/2021
 ID : 974-219740073-20211005-DL_2021_121-DE



PARTIE II

De la synthèse du diagnostic aux orientations générales du RLP

4) Planification et suivi du projet de RLP



Etapes importantes	Date
Réunion de concertation	20/10/21
Arrêt du RLP en CM	07/12/21
Enquête publique	31/03/22 02/05/22
Approbation du RLP	05/07/22