

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RLPI

BORDEAUX MÉTROPOLE

Réunion publique

24 novembre 2014



devient en
2015

BORDEAUX MÉTROPOLE

Sommaire

I. La réglementation nationale

1. Les dispositifs concernés
2. Les grands principes
3. Les prescriptions réglementaires

II. La réglementation locale : le RLPi de La Cub

1. Contexte et compétence
2. Une élaboration partagée et concertée
3. Les grands objectifs du RLPi de La Cub

III. Les grands éléments de diagnostic

1. L'étude de terrain
2. Les attentes locales

IV. Les orientations du RLPi de La Cub

V. Les grands principes réglementaires



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

I : La réglementation nationale

1. Objet de la réglementation et dispositifs concernés
2. Les grands principes
3. Les prescriptions réglementaires



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

1. Objet de la réglementation et dispositifs concernés

Réglementer la publicité, les préenseignes et les enseignes dans un but de protection du cadre de vie et des paysages tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées.



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

La publicité



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

La publicité



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

La publicité



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Les enseignes



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Les enseignes



Les enseignes



Les préenseignes



2. Les grands principes

- Des principes fixés par le législateur, généralement des principes d'interdiction ou de restriction

La publicité est interdite
hors agglomération



La publicité est interdite dans les lieux et sur les immeubles remarquables (MH, Secteurs sauvegardés, ZPPAUP/AVAP, etc.)



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- Des principes propres à chaque type de publicité (lumineuse, non lumineuse) et d'enseigne en fonction de la taille de l'agglomération et du type d'implantation (murale, scellée au sol, en toiture) fixés par décret.



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

3. Les prescriptions réglementaires

- régime de la publicité

	Murale	Scellée au sol	Numérique
Agglo de – de 10 000h	4 m2 et 6 m	Interdite	Interdite
Agglo de + de 10 000 h	12 m2 et 7,50 m	12 m2 et 6 m	8 m2 et 6 m

- régime des enseignes

En toiture	Murale	Scellée au sol
En lettres découpées et surface cumulée limitée à 60 m ²	15 % (ou 25 %) de la surface de la façade commerciale	1 par côté bordant la voie publique



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- Lettres découpées des enseignes en toiture



- Densité sur façade commerciale



II : La réglementation locale : le RLPi de La Cub

1. Contexte et compétence
2. Une élaboration partagée et concertée
3. Les grands objectifs du RLPi de La Cub
4. Les étapes de la procédure



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

1. Contexte et compétence

- Le règlement local de publicité (RLP) est **plus restrictif** que le régime national (RNP).
- Depuis la loi ENE, la Cub est compétente pour élaborer un RLPi, les **communes** demeurant compétentes pour le faire appliquer.
- Auparavant, les communes pouvaient élaborer leur propre RLP (*22 RLP en vigueur actuellement sur la Cub*).
- Aujourd'hui un RLPi est composé :
 - d'un rapport de présentation,
 - d'un règlement écrit,
 - des annexes



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

2. l'élaboration partagée et concertée du RLPi

L'élaboration du RLPi est identique à celle du PLU. Elle exige :

- L'association des 28 communes et des personnes publiques (PPA)
- La mise en œuvre de la concertation avec le public, les associations de protection de l'environnement et les acteurs concernés (afficheurs, commerçants)
- La consultation des PPA, des communes et de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites
- L'organisation d'une enquête publique



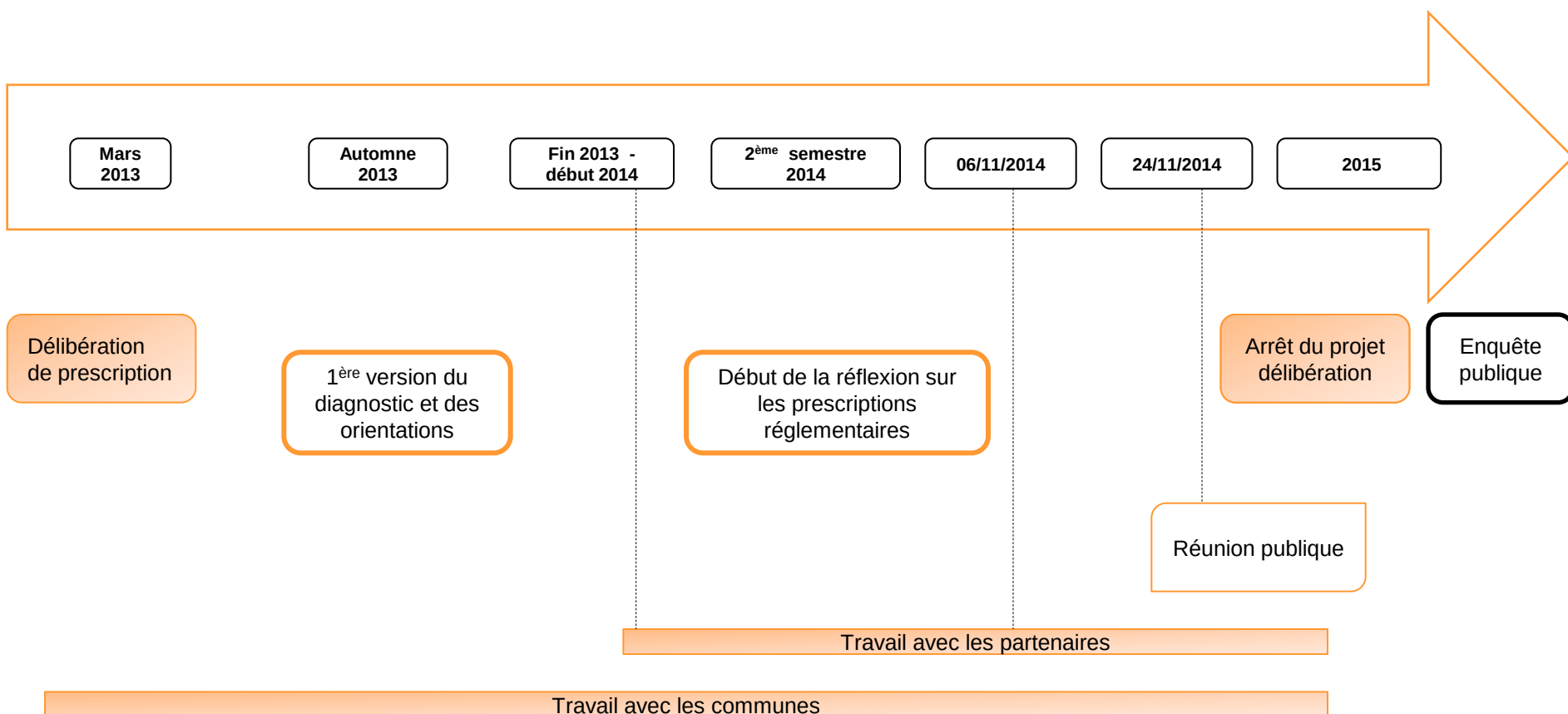
devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

3. Les grands objectifs du RLPi

- **Adopter** des dispositions plus respectueuses du cadre de vie applicables à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes.
- **Adapter** les règles nationales aux caractéristiques du territoire intercommunal.
- **Harmoniser** la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité.

4. Les étapes de la procédure



III : Les grands éléments de diagnostic

1. L'étude de terrain
2. Les attentes locales



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

1. l'étude de terrain

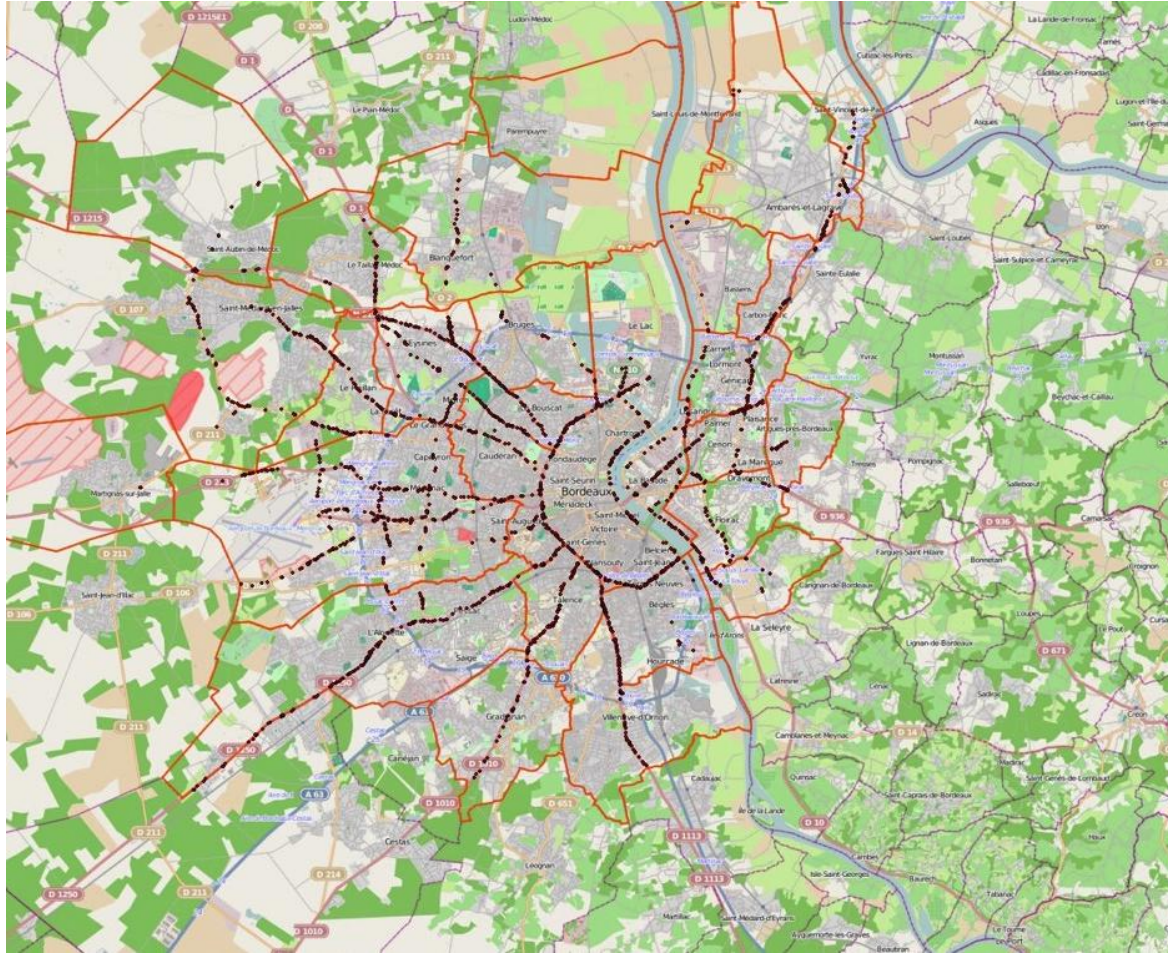


devient en
2015

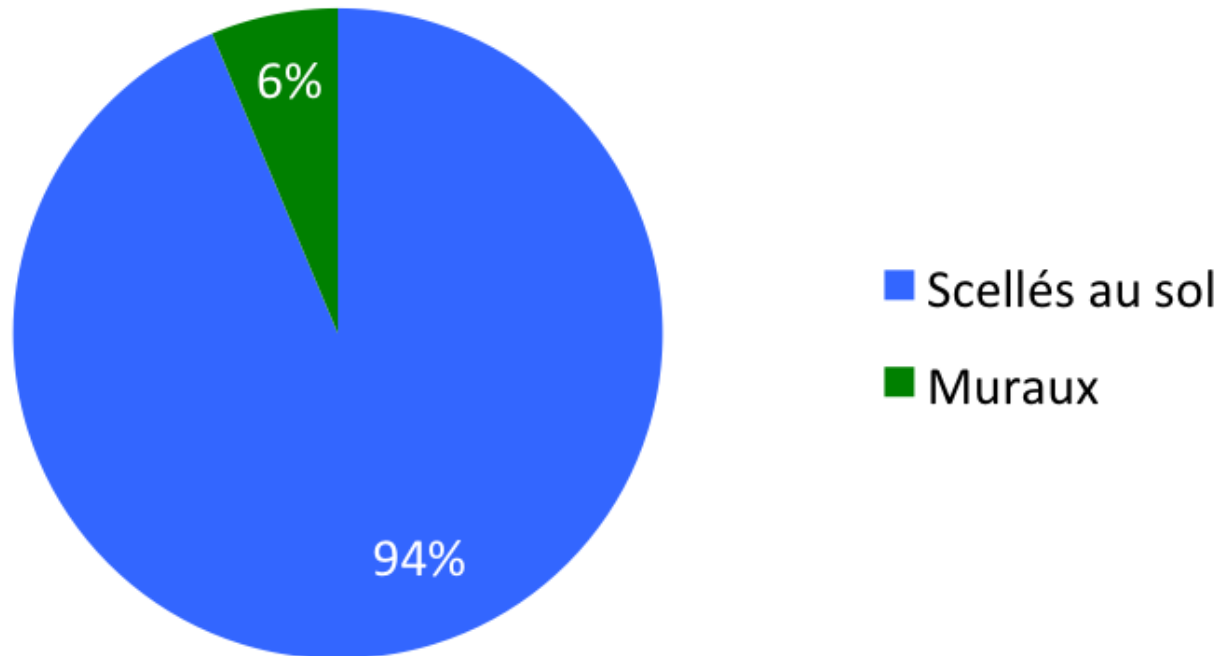
**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- En matière de publicité

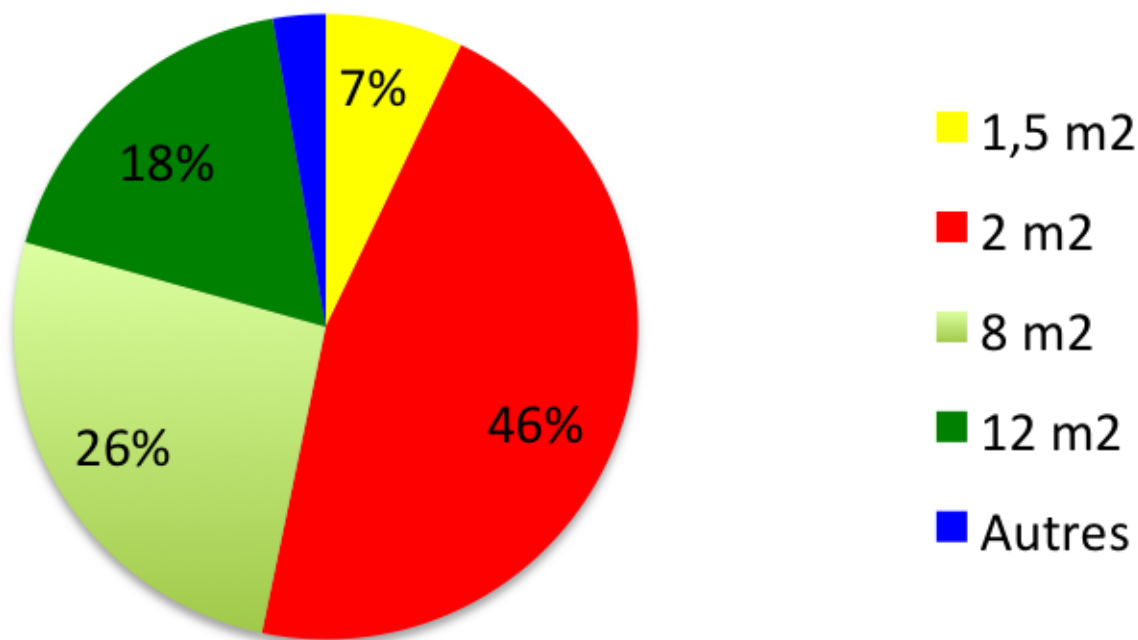
Plus de 2200 publicités recensées sur des axes sélectionnés



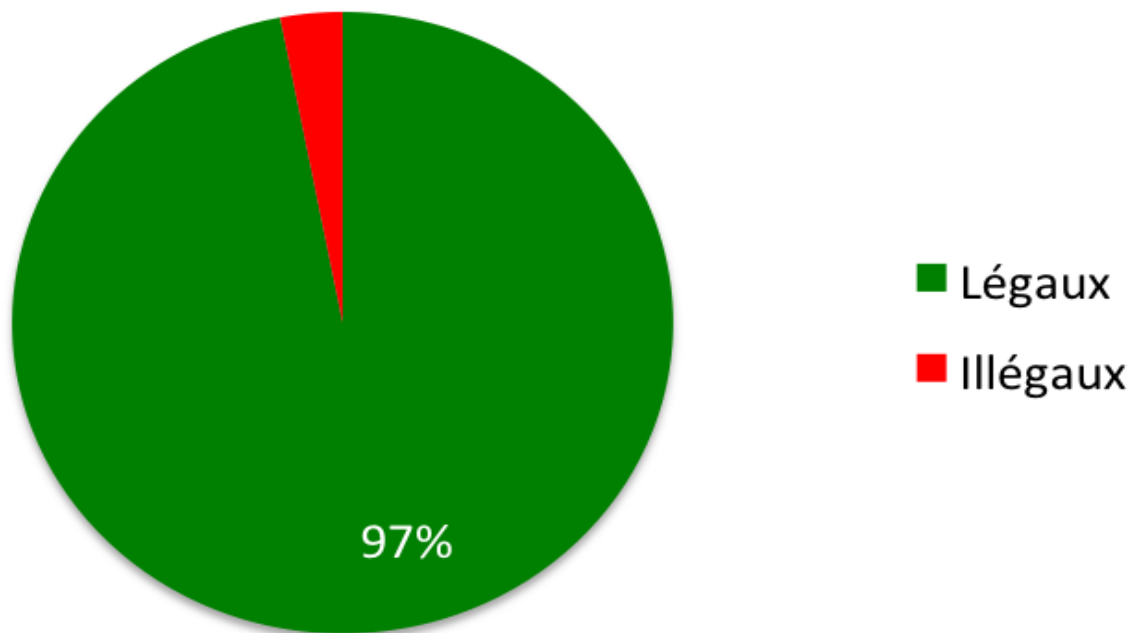
Une plus grande proportion de publicités scellées au sol que de publicité murales



Une part plus importante de publicités au format 2 m² que la moyenne nationale



Une faible proportion de publicités en infraction au regard de la réglementation nationale



De nombreux dispositifs de qualité...



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Ou bien intégrés...



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

... d'autres peu adaptés à leur contexte.



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

... d'autres peu adaptés à leur contexte.



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- En matière d'enseignes

Plus de 2000 enseignes recensées pour dégager des ambiances



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Une grande variété d'enseignes...



Certaines implantations sont maîtrisées dans les secteurs à forte qualité architecturale



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

D'autres sont soumises à une charte qualitative



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

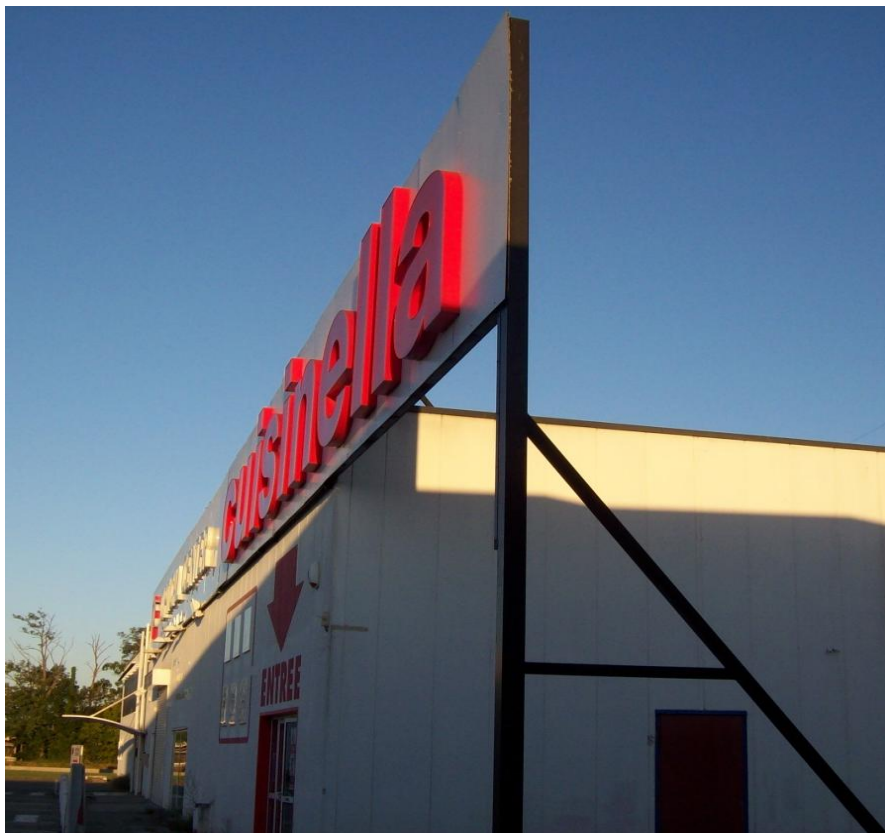
Ce n'est pas toujours le cas...



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

De nombreuses enseignes en infraction...



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

IV : Les orientations

Diagnostic



Orientations et objectifs

- Analyse de terrain
- collaboration avec les 28 communes
- contribution des partenaires (chambres consulaires, l'aéroport, Paysages de France, l'Union de la Publicité Extérieure.)

Pour la publicité

- Orientation n° 1 : Interdiction dans des lieux identifiés
- Orientation n° 2 : Harmonisation des règles dans des lieux identifiés
- Orientation n° 3 : Adaptation des formats aux lieux environnants
- Orientation n° 4 : Suppression des emplacements multiples
- Orientation n° 5 : Amélioration de l'aspect des dispositifs
- Orientation n° 6 : Adoption d'une règle d'extinction nocturne



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Pour les enseignes

- Orientation n° 1 : Adaptation au contexte environnant
- Orientation n° 2 : Application de la règle nationale dans les centres commerciaux
- Orientation n° 3 : Interdiction sur les clôtures
- Orientation n° 4 : Détermination d'un cadre pour les enseignes temporaires
- Orientation n° 5 : Amélioration de l'aspect de dispositifs



devient en
2015

BORDEAUX
MÉTROPOLE

V. Les grands principes réglementaires

- Un projet fondé sur des objectifs et des orientations et prenant en compte
 - Les attentes locales
 - Les zonages actuels
 - Les objectifs communautaires



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- La trame réglementaire en cours d'élaboration

- Une partie consacrée à la publicité, une autre aux enseignes,
- Des règles communes à tout le territoire métropolitain,
- Un zonage.

- Les règles communes

- Des règles qualitatives et esthétiques (formes, éclairage...),
- Des interdictions (ronds-points, murs de clôture...),
- Des règles de formats et de hauteurs,
- Des règles d'extinction nocturne.



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

- Un raisonnement global fondé sur une typologie des lieux
 - Lieux où interdire
 - Lieux où harmoniser
- Les lieux identifiés
 - Espaces de nature
 - Patrimoine bâti remarquable
 - Lignes de tramway
 - quartiers / secteurs résidentiels
 - Voies structurantes de la métropole
 - Zones commerciales en ou hors agglomération
 - L'aéroport



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**

Travail par table

Feuille de contribution collective

N° de table :



Réunion Publique

24 novembre 2014

- Contribution individuelle via des boîtiers de vote
- Contribution collective : fiche A3
- A la fin de la réflexion, restitution par table des principales attentes en matière réglementaire (points clés de la discussion)

Vos principales attentes pour le futur règlement local de publicité intercommunale :



Réunion publique

24 novembre 2014

Selon vous, en fonction des différents lieux, les dispositifs illustrés par les photos sont à :

- 1 : interdire
- 2 : autoriser
- 3 : réduire le format
- 4 : limiter le nombre
- 5 : limiter la durée d'affichage

Feuille de contribution individuelle



Réunion publique

24 novembre 2014

Élaboration du RLPI de La Cub

Consigne : Nous vous proposons pour chaque lieu des photos de dispositifs de publicité et d'enseignes et des propositions vous permettant de qualifier ces dispositifs. Ainsi, sous chaque photo, précisez le numéro de la proposition de votre choix. Vous avez la possibilité de commenter ce choix.

N° de table :

Les lieux	Photos de dispositifs				Commentaires
Espaces de nature	 Enseigne murale Proposition n°	 Microsignalétique sur mobilier urbain Proposition n°	 Enseigne temporaire Proposition n°	 Publicité scellée au sol 12m² avec accessoires Proposition n°	
Zones d'activités et/ou commerciales	 Enseigne murale Proposition n°	 Enseigne scellée au sol 12m² (drapeaux, totems, etc.) Proposition n°	 Enseigne temporaire Proposition n°	 Enseigne scellée au sol (drapeaux, totems, etc.) Proposition n°	
Voies structurantes	 Enseigne murale et scellée au sol Proposition n°	 Enseigne scellée au sol : drapeaux Proposition n°	 Enseigne temporaire Proposition n°	 Publicité scellée au sol 12m² Proposition n°	

Pour continuer à s'informer et à contribuer...

- **Des moyens d'information** : site internet de la CUB (www.participation.lacub.fr) et dossier accompagnement le registre à La Cub et dans les 28 mairies de La Cub
- **Des moyens de contribution** : registres, réunion publique, site internet de la CUB (www.participation.lacub.fr)
- **Des modalités d'animation** pour l'expression de tous et la construction d'avis collectifs utiles au projet



devient en
2015

**BORDEAUX
MÉTROPOLE**