

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE ROANNE



8f – BILAN DE LA CONCERTATION



Délibération de prescription du RLP : 3 novembre 2016

Délibération sur le débat des orientations : 15 octobre 2019

Délibération d'arrêt du RLP : 14 janvier 2020

Enquête publique : 15 juin 2020 – 3 juillet 2020

Délibération d'approbation : 8 octobre 2020

TABLE DES MATIERES

CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION	4
I. CONTEXTE REGLEMENTAIRE.....	4
II. MODALITES DE CONCERTATION	4
III. MODALITES DE PRODUCTION POLITIQUE ET TECHNIQUE.....	5
ACTIONS MISES EN PLACES	6
I. AFFICHAGE DES DELIBERATIONS	6
II. PUBLICATIONS PAR LE BIAIS DU SITE INTERNET DE LA COMMUNE	6
III. PUBLICATIONS DANS LA PRESSE ET DANS LE MAGAZINE MUNICIPAL	8
IV. TENUE D'UNE REUNION PUBLIQUE	9
1. Quizz RNP	10
2. Présentation du diagnostic à travers des exemples photographiques :.....	11
3. Projet politique de la ville :	12
4. Questions et remarques diverses :.....	13
V. ANIMATION D'ATELIERS AVEC LES ACTEURS LOCAUX	13
1. Rencontre 1 : Travail sur les enjeux et futures orientations du RLP de Roanne	13
2. Rencontre 2 : recueil des avis sur les propositions de traduction règlementaire	17
VI. CONCERTATION AVEC LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES	19
1. Rencontre avec les Personnes Publiques Associées du 25 juin 2019 : présentation du diagnostic et des orientations du projet du RLP de la Ville de Roanne	19
2. Rencontre avec les Personnes Publiques Associées du 7 novembre 2019 : présentation du diagnostic et des orientations du projet du RLP de la Ville de Roanne	20
VII. FORMULATION DES PROPOSITIONS ET OBSERVATIONS.....	22
BILAN DE LA CONCERTATION	23
ANNEXE	24

CONTEXTE ET MODALITES DE LA CONCERTATION

I. 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 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 3 novembre 2016 a fixé les objectifs poursuivis par le RLP qui se déclinent de la manière suivante :

- Renforcer la qualité de vie sur l'ensemble des quartiers de la Ville en limitant la pollution visuelle ;
- Permettre l'articulation entre la préservation du patrimoine architectural et le dynamisme commercial à renforcer ;
- Assurer un meilleur suivi des implantations des enseignes ;
- Permettre une intégration des enseignes de qualité dans un cadre bâti diversifié ;
- Harmoniser la réglementation des quartiers périphériques avec les communes limitrophes.

II. MODALITES 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 Roanne 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 3 novembre 2016 et rapportées ci-dessous :

- Mise à disposition d'un registre de concertation au Centre Administratif de la Ville de Roanne aux jours et heures d'ouverture au public ;

-
- Tenue d'une réunion publique
 - Publications par le biais du site Internet de la Ville et du magazine municipal

III. MODALITES DE PRODUCTION POLITIQUE ET TECHNIQUE

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

- Le Comité de Pilotage (COPIL) 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 Roanne, 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 COPIL.
- Les Personnes Publiques Associées (Etat, Chambres Consulaires, Maires des communes limitrophes, Roanne Agglomération et personnes ou organisme compétents en la matière conformément à l'article L.581-14-1 du Code de l'Environnement ayant saisie la commune afin d'être associée à la démarche de révision du RLP : UPE) sont réunies à la fin de chaque phase clef de la révision du RLP ce qui leur a permis d'apporter au fur et à mesure de la construction du projet leurs contributions tout en mettant en exergue des points de vigilance et des enjeux propres au territoire communal.

ACTIONS MISES EN PLACES

I. AFFICHAGE DES DELIBERATIONS

La délibération du Conseil municipal du 3 novembre 2016 engageant la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) a été affichée le 14 novembre 2016 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 15 octobre 2019. La délibération a été publiée le 17 octobre 2019.

II. PUBLICATIONS PAR LE BIAIS DU SITE INTERNET DE LA COMMUNE

La Ville de Roanne a créé une page dédiée spécifiquement au RLP sur son site Internet : <https://www.agglorooanne.fr/au-quotidien/urbanisme/reglement-local-de-publicite-2048.html>



Cette page a régulièrement été alimentée de façon à présenter le contexte et l'objet de la révision du RLP de la Ville de Roanne mais également l'état d'avancement du projet.

Le RLP de Roanne est en cours de révision

Par délibération en date du 3 novembre 2016, le Conseil Municipal a prescrit la procédure de révision du RLP.

Cette procédure de révision du RLP a été engagée en vue de poursuivre les objectifs suivants :

- ▶ Renforcer la qualité de vie sur l'ensemble des quartiers de la Ville en limitant la pollution visuelle ;
- ▶ Permettre l'articulation entre la préservation du patrimoine architectural et le dynamisme commercial à renforcer ;
- ▶ Assurer un meilleur suivi des implantations des enseignes ;
- ▶ Permettre une intégration des enseignes de qualité dans un cadre bâti diversifié ;
- ▶ Harmoniser la réglementation des quartiers périphériques avec les communes limitrophes

i [Télécharger la délibération du 3 novembre 2016](#)

Comment se déroule une révision de RLP ?

La procédure de révision des Règlements Locaux de Publicité est du ressort de la collectivité ou du groupement compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (la Ville de Roanne) et se déroule conformément aux procédures de révision du PLU, auquel il est annexé après approbation.

Cette révision sera conduite avec l'aide d'un bureau d'études qui accompagnera la Ville tout au long de la procédure. L'objectif est d'approuver la révision du RLP avant le 14 juillet 2020.

La population et les acteurs locaux concernés par le RLP seront associés à cette démarche que ce soit par le biais de réunion publique, de réunions avec les Personnes Publiques Associées (P.P.A) et/ou la mise en place d'une concertation.

Un registre de concertation, destiné à recueillir toutes les observations et propositions, a ainsi été ouvert. Il est mis à disposition du public pendant toute la durée de la révision au Pôle Foncier-Urbanisme-Patrimoine-Commerces, situé au 3^{ème} étage du Centre Administratif Paul Pillet, aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Différentes phases rythment la procédure de révision du RLP

- ▶ **Le diagnostic territorial, patrimonial et environnemental** : il s'agit de faire un diagnostic de l'existant, de mettre en avant les enjeux et objectifs du territoire, notamment par rapport au contexte réglementaire.
- ▶ **La traduction graphique et réglementaire** : elle consiste à traduire en termes de zonage et de règlement les enjeux définis au cours du diagnostic à l'échelle du territoire communal.
- ▶ **Arrêt du projet** : le projet de RLP est arrêté par délibération du Conseil Municipal. Un bilan de la concertation est réalisé.
- ▶ **Avis des Personnes Publiques Associées et de la Commission Départementale de la Nature des Sites et des Paysages (CDNPS)** : environ 3 mois
- ▶ **Enquête publique** : environ 1 mois
- ▶ **Ajustement du dossier de RLP** en fonction des observations du public, des Personnes Publiques Associées et du Commissaire Enquêteur
- ▶ **APPROBATION DU RLP** au Conseil Municipal

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 telles que la concertation avec des représentants du tissu économique local ou encore la réunion publique. Un lien est également disponible pour télécharger le support de ces réunions tendant ainsi à une diffusion plus large, et au-delà des personnes présentes à ces rencontres, de la teneur des informations transmises. Par ailleurs, la page permet également de rappeler à la population qu'un registre de la concertation est mis à sa disposition de façon à récolter les avis, remarques, propositions de tous citoyens dans le cadre de la révision du RLP.

[Télécharger le diaporama présenté lors de l'atelier avec les acteurs économiques le 29 avril 2019](#)

Un registre de concertation, destiné à recueillir toutes les observations et propositions, a par ailleurs été ouvert. Il est mis à disposition du public pendant toute la durée de la révision au Pôle Foncier-Urbanisme-Patrimoine-Commerces, situé au 3^{ème} étage du Centre Administratif Paul Pillet, aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Enfin, le site permet également d'aller plus loin dans l'information en mettant à disposition un article synthétisant l'ensemble du projet de RLP (cf. *annexe*).

III. PUBLICATIONS DANS LA PRESSE ET DANS LE MAGAZINE MUNICIPAL

Des actions de relations presse ont été mises en œuvre et ont donné lieu à un article au sein du journal «l'Essor», journal diffusé dans le département de la Loire. Cet article a permis de communiquer sur le projet conduit par la Ville mais également d'informer quant à la réalisation du débat en Conseil Municipal sur les Orientations du projet.

Roanne révisé son règlement de publicité

le 25 octobre 2019 - Jean-François Vaizand - Roannais



La Ville veut mener la révision de son règlement local de publicité sans pénaliser son patrimoine ni son attractivité.

Au début 2019, la Ville de Roanne a entamé la révision de son règlement local de publicité (RLP). En vigueur depuis 1983 (zone de publicité restreinte), il ne couvre qu'une partie du centre-ville, le règlement national s'appliquant sur le reste du territoire. Désormais, ce RLP est obsolète puisque les textes qui l'encadrent prévoient sa caducité le 14 juillet 2020.

Conduit par le bureau d'études Even Conseil, le projet souhaite notamment limiter la pollution visuelle, concilier la protection du patrimoine et le dynamisme commercial. Après le diagnostic avec les acteurs locaux et une réunion publique, la phase d'élaboration va commencer. Certains enjeux ont été soulignés, comme l'encadrement de l'affichage dans les zones de promenade et d'habitat, la vigilance vis-à-vis du numérique et de sa pollution lumineuse.

Présentées au conseil municipal du 15 octobre, les orientations retenues (préserver le cadre de vie, valoriser le centre-ville, améliorer l'image de la commune et la qualité des zones d'activités, maîtriser l'essor du numérique) ont été approuvées en bloc. « L'Etat va restreindre à 8 m² les panneaux 4 x 3. Il faudra anticiper et nos panneaux leds ne sont plus aux normes, a indiqué le maire Yves Nicolin. On devra mettre de l'ordre dans la signalétique des magasins et entreprises. Le nombre de points de publicité va baisser. »

« Pour les publicités numériques, attention à la sécurité, cela doit être réfléchi », a ajouté Paul Paput.

Jean-François Vaizand

Par ailleurs, conformément à la délibération de prescription du RLP, la parution d'un article dans le magazine municipal de Roanne est prévu en janvier 2020. L'objectif est de communiquer largement sur le projet arrêté et d'inviter ainsi la population intéressée à venir formuler dans le cadre de la future enquête publique ses remarques quant au RLP.

IV. TENUE D'UNE REUNION PUBLIQUE

Conformément à la délibération de prescription de la révision du RLP, une réunion publique s'est tenue le 1^{er} juillet 2019. Afin de mobiliser la population, la réunion publique a fait l'objet d'une communication sur le site Internet de la Ville et était couplée à une première partie portant sur la modification du Plan Local d'Urbanisme ce qui a entraîné la présence d'une quinzaine de personnes, habitants et représentant d'une association environnementale locale.

AGGLO  ROANNE

ACTUALITÉS



URBANISME, VILLE DE ROANNE

RÉUNION PUBLIQUE PLU ET RLP - 1ER JUILLET

Une Réunion Publique se tiendra le lundi 1^{er} juillet 2019, à 18h30, salle Charles de Gaulle, à l'Hôtel de Ville de Roanne et concernera la modification n°2 du Plan Local d'Urbanisme de la Ville de Roanne et la révision du Règlement Local de Publicité.

Modification du PLU de Roanne

Par arrêté n°267-2019 du Maire en date du 22 mai 2019, la Ville a lancé la modification n°2 de son Plan Local d'Urbanisme.

Cette modification est conduite avec l'aide d'un bureau d'études qui accompagne la Ville tout au long de la procédure. **L'objectif est d'approuver la modification du PLU à l'automne 2019.**

Une réunion Publique se tiendra le lundi 1^{er} juillet 2019, à 18h30, salle Charles De Gaulle à l'Hôtel de Ville de Roanne. Elle aura pour objet de présenter les évolutions souhaitées par la Ville concernant le Plan Local d'Urbanisme.

Une enquête publique aura par la suite lieu fin août à fin septembre 2019 où le public pourra prendre connaissance du dossier et consigner ses observations, propositions et contre-propositions ;

Révision du Règlement Local de Publicité

La Ville de Roanne a lancé la révision de ce document qui définit les orientations de la Ville en matière d'enseignes, pré-enseignes et publicité sur son territoire. C'est un outil au service de l'image de la ville, en terme de paysage et de cadre de vie.

Une présentation du diagnostic territorial, patrimonial et environnemental sera faite, ainsi que des premières orientations pressenties, en deuxième partie **de la réunion Publique qui se tiendra le lundi 1^{er} juillet 2019, à 18h30, salle Charles De Gaulle à l'Hôtel de Ville de Roanne.**

L'objectif de cette rencontre était d'informer la population de l'avancée de ce dossier et surtout de la sensibiliser à l'existence d'une réglementation de l'affichage extérieur et de l'impact sur le cadre de

vie que cette dernière peut avoir. L'objectif recherché était ainsi double : mobiliser et sensibiliser, d'une part et communiquer sur le projet de la commune d'autre part.

La rencontre s'est déroulée en plusieurs temps :

- Un quizz sur la réglementation nationale ;
- Qu'est-ce qu'un règlement local de la publicité ?
- Une présentation du diagnostic publicitaire de la ville de Roanne à travers des photographies de dispositifs locaux permettant de dresser un état des lieux du parc actuel et des incidences négatives ou positives sur les différents paysages urbains et du quotidien des roannais ;
- Une présentation du projet politique de la commune en matière d'encadrement de la publicité en vue d'améliorer la qualité du cadre de vie et répondre aux enjeux qui ont pu émerger du diagnostic.

1. Quizz RNP

- Le public répond majoritairement correctement aux questions. Le public comprend les objectifs du RNP bien que pour la majorité cela soit une découverte.
- Une question a été formulée afin d'avoir des précisions quant aux délais pour le retrait de dispositifs notamment annonces immobilières. Il est alors répondu que de manière globale le retrait des enseignes à la fin d'une activité est imposé lors de la cessation d'activité et dans le cas des enseignes temporaires, la réglementation précise qu'elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et qu'elles doivent être retirées au plus tard une semaine après. Le règlement local pouvant faire le choix de durcir ou non cette règle.
- Des personnes de l'assistance demandent s'il est possible d'avoir un relai de la présentation au sein des conseils de quartier.

La Réglementation Nationale de Publicité - Quizz

Ces dispositifs sont-ils conformes à la Réglementation Nationale?

☐ OUI

☐ NON



Enseigne en toiture à montants visibles



Publicités de plus de 12 m²



Publicité à moins de 0,5 m du sol



Enseigne dépassant de l'égout du toit



Publicité sur clôture non aveugle



Dispositif hors agglomération sur clôture non aveugle

19

La Réglementation Nationale de Publicité - Quizz

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

☐ SUR L'ENSEMBLE DE LA COMMUNE

☒ DANS LE CENTRE HISTORIQUE

☐ LE LONG DES AXES DE TRANSPORTS

☐ DANS LES ZONES D'ACTIVITES

25

2. Présentation du diagnostic à travers des exemples photographiques :

- L'assemblée partage de manière globale les constats formulés et partage ponctuellement son ressenti face aux images présentées ou par rapport à ses propres expériences.

Synthèse + POINTS POSITIFS



31

- Une question a été posée quant aux dispositifs numériques dont un exemple est présenté dans les incidences négatives sur les paysages urbains. Il est alors précisé que le numérique est un support incontournable aujourd'hui. Il donne une image de modernité et peut dans une certaine mesure participer à la dé-densification de certains secteurs qui au lieu d'accueillir par exemple 5 dispositifs « classiques » au format papier peuvent n'en avoir plus qu'un numérique qui affiche autant de possibilités d'affichage. En revanche, le numérique peut poser des questions en termes de consommation énergétique et luminance. Aussi l'idée dans le cadre du RLP est de venir encadrer ces dispositifs de façon à concilier l'ensemble des enjeux qui y sont liés et offrir un traitement qualitatif permettant une intégration adaptée dans les paysages urbains.

3. Projet politique de la ville :

- A l'issue des enjeux qui ont pu émerger des différents constats, le projet politique d'encadrement de l'affichage alors en cours de travail à l'échelle de la commune a été présenté. Il s'agit de :
 - Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages de la commune (cadre de vie, habitat et loisirs)
 - Valoriser le centre-ville, le patrimoine architectural et paysager ainsi que les pôles touristiques et de loisirs (tourisme et patrimoine)
 - Améliorer l'image perçue de la commune notamment au travers d'entrées de ville et de centre-ville plus qualitatives et un traitement de ses axes (entrées et dessertes du territoire + entrées dans le centre)
 - Améliorer la qualité des zones d'activités (commerciales, industrielles et artisanales) tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques
 - Maîtriser les dispositifs numériques

Le projet politique d'encadrement de l'affichage

Orientation générale

1/ Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages de la commune (**cadre de vie, habitat et loisirs**)

Orientations sectorielles

2/ Valoriser le centre-ville, le patrimoine architectural et paysager ainsi que les pôles touristiques et de loisirs (**tourisme et patrimoine**)

3/ Améliorer l'image perçue de la commune notamment au travers d'entrées de ville et de centre-ville plus qualitatives et un traitement de ses axes (**entrées et dessertes du territoire + entrées dans le centre**)

4/ Améliorer la qualité des zones d'activités (commerciales, industrielles et artisanales) tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques

Orientation thématique

5/ Maîtriser les dispositifs numériques

4. Questions et remarques diverses :

- Certaines enseignes ne respectent pas la réglementation de l'extinction des enseignes après 1h. Est-ce bien réglementé ? oui, c'est bien réglementé et une procédure peut être lancée pour imposer le respect de la réglementation. Dans le cadre de son élaboration, le RLP peut justement donner l'occasion lors des ateliers prévus avec les professionnels du territoire de leur rappeler la réglementation nationale.
- La majorité du temps les commerçants disent ne pas être au courant de cette réglementation. De même, dans le cadre de son élaboration, le RLP peut justement donner l'occasion lors des ateliers prévus avec les professionnels du territoire de leur rappeler la réglementation nationale.
- Les dispositifs numériques sur la commune sont majoritairement la propriété de celle-ci. Ces dispositifs sont-ils accidentogènes ? Il a alors été précisé que le développement du numérique est trop récent pour récolter des données d'accidents. De tels constats sont généraux et ne concernent pas forcément la commune de Roanne.
- Que prévoit la ville de Roanne pour le développement de son équipement en numérique ? Il a été répondu qu'aucun nouveau dispositif n'a été prévu à ce jour.

V. ANIMATION D'ATELIERS AVEC LES ACTEURS LOCAUX

En complément de la mise en œuvre des modalités imposées par la délibération du 3 novembre 2016 deux ateliers participatifs ont été organisés avec les acteurs économiques : afficheurs et représentants du tissu économique et associatif local. La première rencontre, portant sur la définition des enjeux et futures orientations du RLP, s'est tenue le 29 avril 2019. La seconde, concernant le recueil des avis sur la traduction réglementaire, s'est déroulée le 16 septembre 2019.

1. Rencontre 1 : Travail sur les enjeux et futures orientations du RLP de Roanne

L'objectif de cette rencontre sous forme d'ateliers était d'engager une réflexion collective et fédératrice autour du RLP et tendait à :

- Identifier les besoins des acteurs économiques en matière d'enseigne, pré-enseigne et publicité ;
- Compléter, bonifier et amender le diagnostic du territoire pour aller vers la formulation de pistes d'actions/orientations ;
- Fournir des éléments d'aide à la décision aux élus pour la formulation des orientations.

La réunion s'est organisée en trois temps :

- une séance en plénière pour présenter les grandes étapes du projet, une synthèse du diagnostic publicitaire et territorial et les enjeux qui en découlent pour la ville de Roanne ;
- un travail en ateliers sur les enjeux et la préfiguration des orientations ;
- une restitution en plénière des échanges lors des ateliers et conclusions de la rencontre.

Ci-après le relevé des remarques et échanges.

1.1. Plénière :

- Au début de la présentation, un quizz sur la réglementation nationale a été proposé afin de clarifier au besoin les termes utilisés dans la suite de la présentation.
- Dans un deuxième temps, le cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la commune de Roanne a été rappelé. Les délimitations des agglomérations ont été présentées et celles-ci induisent que 75% de la commune est susceptible d'accueillir de l'affichage publicitaire. Trois agglomérations ont été identifiées via un traitement SIG : une agglomération principale avec le centre-ville, les ZAC et faubourgs relevant des dispositions réglementaires spécifiques aux agglomérations de plus de 10 000 habitants et trois agglomérations satellites de l'autre côté de la Loire qui relèvent quant à elles des dispositions réglementaires spécifiques aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Par rapport aux périmètres environnementaux faisant l'objet d'interdiction d'affichage extérieur, il ressort, de manière globale, que la Loire et ses abords sont préservés de manière absolue de la publicité, de même que les monuments historiques de l'hyper-centre et qu'il est possible via le RLP d'élargir la réintroduction de la publicité au sein des périmètres de protection des monuments historiques en sus du site inscrit dans lequel la publicité est aujourd'hui autorisée par le règlement en vigueur.
- Les grandes étapes de la révision du RLP de Roanne ont ensuite été présentées :
 - Un diagnostic conduit sur la période de janvier à mars 2019 ;
 - Une définition des orientations entre avril et juin 2019 ;
 - Une traduction réglementaire du projet construite entre juin et octobre 2019 ;
 - Un arrêt du projet fin novembre 2019.

Il a alors été rappelé que la démarche sera ponctuée de plusieurs phases de concertation. Une réunion publique sera conduite avant les vacances d'été puis une deuxième rencontre sera proposée aux acteurs socio-économiques du territoire en phase réglementaire.

- Les caractéristiques du parc publicitaire roannais ont été par la suite abordées. A l'appui du recensement opéré par SOGEFI, prestataire spécialisé dans le recensement des dispositifs via caméra embarquée, 478 publicités et pré-enseignes ont été comptabilisées sur la commune. Il s'agit majoritairement de dispositifs publicitaires (61% du parc) et la majorité des dispositifs sont scellés au sol (77% du parc). Par rapport au gabarit des dispositifs, la surface moyenne est d'environ 6m², les 36% de panneaux supérieur à 10m² étant pondérés par les 57% de dispositifs dont la taille est inférieure à 3m². Il a été souligné que l'importance de dispositifs de petite taille s'explique par la nature de l'occupation du sol : centre-ville commerçant et densité plus propices au déploiement du mobilier urbain. La moyenne des formats à l'échelle de la commune a été rapportée à celles de collectivités voisines. Dans ce cadre, il a été soulevé que la comparaison devait bien porter sur des collectivités relevant également des dispositions réglementaires spécifiques aux agglomérations de plus de 10 000 habitants afin que l'analyse soit effective. Par la suite les paysages urbains les plus marqués par la publicité ont été mis en évidence en cartographiant la densité des dispositifs pondérés par leur taille. Dans ce cadre, la rue de Charlieu et le secteur de la gare ont plus particulièrement été mis en exergue. Ce travail constitue une approche relative et ne s'apprécie qu'en comparant les espaces au sein de la commune afin d'orienter par la suite le travail sur des zones à enjeux en vue d'un questionnement quant à leur éventuelle requalification. Un travail sur les infractions a également été conduit. Celui-ci a mis en évidence qu'en absence de RLP et que si le Règlement National venait à s'appliquer sur le territoire, il y aurait 61% des dispositifs à mettre en conformité, majoritairement en raison de leur surdimensionnement. Enfin, au regard de l'ensemble des éléments présentées, une synthèse des enjeux a été dressée :

- La prise en compte des spécificités des espaces (ambiance, morphologie urbaine) et des différents usagers (piéton, cycliste, voiture, ...) qui y sont associés dans les choix d'implantation et les types de dispositifs publicitaires ;
- Le traitement des transitions entre les différents secteurs et des entrées de ville à travers un encadrement des formats et types d'implantation ;
- La poursuite de la démarche de protection des espaces de patrimoine bâti et naturel ;
- L'affirmation de la participation des dispositifs à la qualité architecturale et à l'ambiance des quartiers ;
- La mise en valeur des vues sur des éléments du patrimoine depuis les axes routiers qui y mènent ;
- L'encadrement de l'affichage dans les zones à vocation apaisée (proximité d'espaces verts, de promenade, zone d'habitations, ...) ;
- L'encadrement et l'harmonisation des dispositifs des zones d'activités et commerciales pour permettre une meilleure qualité et lisibilité des espaces et des entreprises ;
- La réflexion autour des dispositifs numériques.

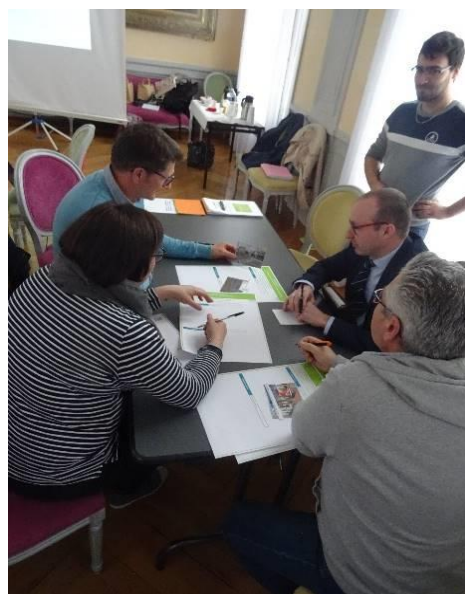


1.2. Atelier 1 « Publicité et paysage : quelles perceptions ? Quels retours d'expérience ? »

A partir de situations du quotidien illustrées par des photographies mettant en scène des publicités, enseignes et préenseignes implantées sur la commune de Roanne il a été proposé de faire un retour d'expérience sur les perceptions des ambiances urbaines/paysagères en présence. L'objectif était d'échanger sur les perceptions par petits groupes et de faire préciser ce qui plaît ou déplaît par rapport aux photographies et éventuellement compléter avec des préconisations/orientations.

Globalement, les commentaires s'accordaient sur les éléments suivants :

- certains dispositifs sont en surnombre et noient l'information ;
- certains dispositifs sont mal adaptés à leur lieu d'implantation et/ou au public visé (taille, emplacement...) ;



- globalement, le manque d'harmonie des enseignes dérange (et les enseignes harmonieuses plaisent) ;
- Les ensembles de panneaux indicateurs d'entreprises implantées sur des ZA sont inutiles, voire contre productifs ;
- Certaines façades sont trop chargées en information (menus, prix...) ;
- Certaines façades ne s'intègrent pas dans leur environnement (couleur criarde, dépréciation du bâti où est implanté la façade ou à proximité) ;
- Manque d'unité d'enseignes avec leur rue et/ou le bâtiment sur lequel elles sont implantées.

A l'appui des constats opérés les pistes de travail suivantes ont été formulées :

- Harmoniser la taille, la couleur, l'emplacement des enseignes ;
- Restreindre le nombre de publicités à des endroits stratégiques ;
- Rythmer l'implantation des dispositifs, par l'emplacement et des tailles pour établir des règles de visée attirant le regard plus subtilement ;
- Établir des chartes précises ;
- Diminuer le nombre d'enseignes d'une même activité, exemple : rassembler tabac + presse ;
- Redonner au mobilier urbain une vocation plus citoyenne.

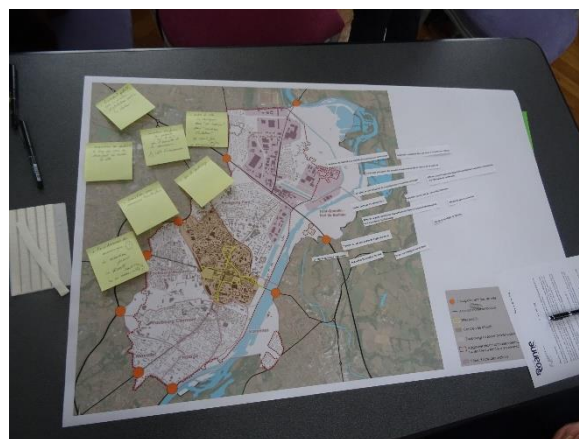
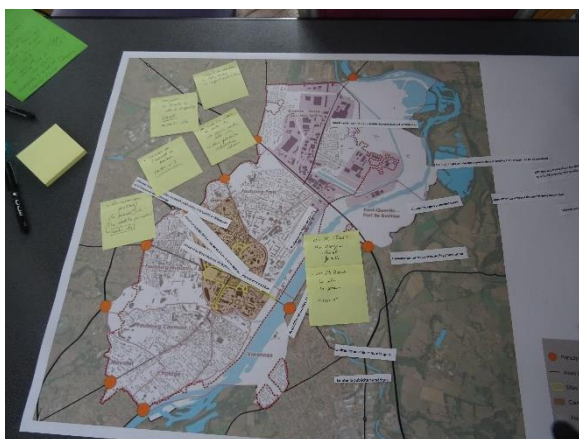
1.3. Atelier 2 « quels enjeux à quels endroits ? »

Sur un fond de carte reprenant les principales caractéristiques de l'occupation du sol, les acteurs ont pu venir amender, proposer et positionner les enjeux/orientations sur la carte. Cet atelier a également donné l'opportunité aux personnes présentes de formuler leur besoins et impératifs en matière d'affichage au regard de la rentabilité de leur activité.

Les éléments suivants sont ressortis des échanges :

- L'enjeu prioritaire est une couverture de l'ensemble du territoire afin de pouvoir continuer à valoriser pour les afficheurs un réseau d'opportunités d'être vu à leur client. Dans un souci de rentabilité l'uniformité de gabarit a également été soulevé (coût d'impression) ;
- Concernant les gabarits, les personnes présentes se sont accordées sur la diminution des dispositifs de 12m² à 8m². Pour les afficheurs en présence, en deçà de 8m², le réseau ne serait pas rentable car l'audience ne pourrait être garantie à leurs clients. Toujours dans le cadre du gabarit, il a été souligné qu'il était important in fine dans le règlement de bien parler de surface d'affichage et de dispositifs hors tout dans la mesure où au regard des pratiques et processus de fabrication des dispositifs, il n'est pas envisageable aujourd'hui de fabriquer des panneaux de 8m² hors tout. Les dispositifs présentant une surface d'affichage de 8m² font aujourd'hui 10,60m hors pied. Il a également été rappelé que le mobilier urbain est soumis à délivrance d'autorisation par la municipalité. Ainsi, le fait que le RLP puisse réintroduire dans les secteurs d'interdiction relative le mobilier urbain n'est pas nécessairement corrélé à une surenchère de dispositifs, la commune restant maîtresse de la délivrance ou non des autorisations d'occupation de son domaine public;
- Le maintien et la réintroduction de la publicité dans les périmètres d'interdiction relative de la publicité a également fait consensus en particulier pour autoriser dans l'hyper-centre le mobilier urbain, s'intégrant plus aisément dans le tissu urbain et rendant des services à la collectivité.

- Les axes d'entrée de ville, rue de Charlieu et boulevard Jean Baptiste Clément en particulier, ainsi que les entrées de villes apparaissent pour les afficheurs comme des secteurs stratégiques où la publicité et les pré-enseignes doivent être maintenus, même s'il est tout à fait envisageable de retravailler dans le RLP le gabarit actuel et la densité : attractivité, canalisation des flux de consommateurs vers les activités...
- La transition avec les communes limitrophes bien qu'apparaissant pour certains comme un enjeu semble néanmoins complexe à traduire réglementairement : justification de la délimitation, source de frustration pour les particuliers qui accueillent ou ne peuvent plus accueillir un dispositif sur leur parcelle (les redevances des particuliers correspondant grosso modo à un 13ème mois) ;
- L'adaptation des dispositifs avec les usages des espaces a également été discutée et dans ce cadre le possible retrait des dispositifs muraux en hyper-centre a été évoqué ;
- La question de la limitation du nombre de dispositifs aux abords des carrefours a aussi été soulevée pour gagner en lisibilité ;
- Concernant plus précisément les enseignes, un axe de travail sur l'intégration des enseignes dans l'architecture de manière globale a émergé des échanges : lettres découpées, respect de l'architecture, réduction de la taille et de la densité. Dans ce cadre l'axe Jean-Baptiste Clément a été plus particulièrement visé.
- Enfin, par rapport au numérique, bien que cela contribue à donner une image moderne de la collectivité et peut dans une certaine mesure participer à une dé-densification, il est apparu que les grands formats pouvaient être à requestionner et qu'ils n'étaient pas nécessairement adaptés au centre-ville alors qu'ils pouvaient être plus efficaces en périphérie. La possibilité de limiter à 2m² en centre-ville a été soulevée, de même que l'exploitation du mobilier pré-existant. Un point de vigilance a été soulevé par rapport à la sécurité routière.



2. Rencontre 2 : recueil des avis sur les propositions de traduction réglementaire

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, présenté avec le parc publicitaire actuel et l'état du parc avec application des règles proposées, 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.

- La proposition réglementaire initiale prescrivait qu'un dispositif ne peut excéder deux faces et aucun élément, en dehors du pied, ne peut dépasser le cadre du dispositif, excluant de fait les éclairages de type « pelle » venant amplifier la présence des dispositifs dans les paysages

urbains. La seconde partie de la prescription apparaît comme trop strict aux acteurs présents au regard de pratiques de certains afficheurs qui proposent des systèmes d'éclairage intégrés, s'inscrivant dans le cadre du dispositif mais en sailli de celui-ci ce qui serait de fait prohibé avec l'instauration de cette mesure.

→ *Après consultation du Comité de Pilotage, la seconde partie de la prescription a été retirée.*

- Le zonage de la zone de publicité 1 correspondant au site inscrit de Roanne et donc cœur historique de la ville, ne prend pas en considération la totalité des abords des monuments historiques. En phase projet le zonage et le règlement associé permettraient néanmoins de préserver le caractère patrimonial des périmètres de protection des monuments historiques qui sont pour partie compris au sein de la zone de publicité 2 correspondant au centre-ville et au faubourg et où seuls sont autorisés les dispositifs muraux et le mobilier urbain. La question de l'élargissement de la zone de publicité 1 « centre historique » a néanmoins été posée au Comité de Pilotage.

→ *Le Comité de Pilotage a statué sur un élargissement de la zone de publicité 1 mais pas sur l'intégration totale des périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques permettant néanmoins de prendre en considération les éventuels phénomènes de covisibilités.*

- Au sein de la zone de publicité 1 où la proposition réglementaire propose de n'autoriser que le mobilier urbain, une interdistance entre deux publicités supportées par du mobilier urbain de 50 mètres était proposée, reprenant la règle en vigueur dans le RLP approuvé en 1983. Les afficheurs présents ont alors souligné que dans la mesure où le mobilier urbain est implanté sur le domaine public et qu'il fait l'objet d'un contrat entre la collectivité et une société d'affichage, la collectivité a toute latitude pour décider des sites d'implantation des mobiliers urbains.

→ *Le Comité de Pilotage a statué sur le retrait de la règle d'interdistance entre deux mobiliers urbains. Les arrêts de bus présents au droit de la place de l'Hôtel de Ville, nœud du réseau de bus roannais, posaient par ailleurs question quant aux possibilités de respect de cette règle.*

- Au sein de la zone de publicité 2 couvrant le centre-ville et les faubourgs, il a été proposé que seuls les dispositifs muraux et le mobilier urbains, pouvant supporter de la publicité numérique soient autorisés, excluant de fait tous les dispositifs publicitaires scellés ou apposés au sol. Cette interdiction apparaît comme extrêmement contraignante aux acteurs présents et selon les estimations faites à l'issue de la réunion, ils devraient renoncer à une grande majorité de leur réseau pouvant remettre profondément en question leur activité et possibilité d'expression publicitaire à l'échelle de la ville de Roanne.

→ *Le zonage et les prescriptions réglementaires associées ont été retravaillés avec le Comité de Pilotage qui a décidé de découper la zone de publicité 2 en deux zones avec le centre-ville d'une part et les faubourgs d'autre part. Ces derniers sont aujourd'hui des espaces où la densité publicitaire est plus importante qu'en centre-ville aussi, la réglementation y sera plus permissive offrant ainsi une réglementation plus stricte depuis l'hyper-centre historique concentrant de forts enjeux de préservation vers le centre-ville, espace intermédiaire en termes architectural et d'usage et les faubourgs puis les zones économiques.*

- Par rapport aux règles de densité, il a été proposé de retravailler celle de la Réglementation Nationale de Publicité (RNP). Néanmoins il a été souligné qu'au regard des dispositions générales (à savoir un dispositif par support), il n'apparaît pas nécessaire de réglementer au-delà du RNP la densité des dispositifs muraux.

→ *Le Comité de Pilotage s'est rallié à cet avis. Le projet final de RLP prévoit in fine de reprendre les règles édictées dans le RNP mais de limiter la publicité à une par support et à*

deux dispositifs publicitaires maximum par unité foncière dès lors que la longueur de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation l'autorise selon le RNP.

- Par rapport à la zone de publicité 4 couvrant les principaux axes routiers roannais et le domaine public ferroviaire, les acteurs ont demandé s'il était possible d'ajouter les linéaires suivants : boulevard d'Arras et rue Général Giraud, afin de permettre une réglementation assurant un maintien relatif du parc publicitaire sur ces axes également considérés comme d'intérêt par les afficheurs au regard des audiences induites par le trafic.
→ *Le Comité de Pilotage n'a pas opté pour ce choix dans la mesure où le découpage de la zone de publicité 2, comprenant initialement le centre-ville et les faubourgs, permet de rouvrir/maintenir des espaces d'expression publicitaires conséquents, ces axes en contrepartie demeureront couverts par des zonages davantage préservés, facilitant la transition entre les différents tissus urbains.*

Afin d'aller plus avant dans la concertation, un plan du projet de zonage a été transmis aux acteurs présents afin qu'ils puissent évaluer de façon plus précise les incidences du projet de RLP sur leurs réseaux publicitaires. Diverses contributions ont ainsi pu alimenter les choix opérés par les élus. A ceux des afficheurs œuvrant sur la commune se sont également ajoutés les cahiers de recommandations de l'association Paysage de France.

VI. CONCERTATION AVEC LES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

Conformément aux articles L.132-7 à L.132-11, les Personnes Publiques Associées (PPA) 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 et l'Union de la Publicité Extérieure ont notamment répondu présents 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.

1. Rencontre avec les Personnes Publiques Associées du 25 juin 2019 : présentation du diagnostic et des orientations du projet du RLP de la Ville de Roanne

L'objectif de la réunion des personnes publiques associées était de présenter le diagnostic publicitaire et les orientations du RLP de la Ville de Roanne pour éventuels compléments et co-construction avec les services publics concernés.

La réunion s'est organisée en cinq temps :

- Un préambule permettant un rappel de l'articulation entre le Règlement National de Publicité et le Règlement Local de Publicité et ce que ce dernier implique en termes de compétences pour la collectivité et les obligations de mise en conformité pour les différents dispositifs ;
- Une présentation du cadre réglementaire dans lequel s'inscrit la ville de Roanne (périmètres d'interdiction d'affichage, définition des limites d'agglomérations et régime réglementaire dont chacune relève, analyse du RLP actuellement en vigueur) ;

- Une présentation du diagnostic territorial puis publicitaire permettant de faire émerger les enjeux propres au territoire ;
- Une présentation et des échanges autour des orientations ;

Ci-après le relevé des remarques et échanges.

1.1. Diagnostics territorial et publicitaire

- L'Etat (ou DDT 42) demande si le diagnostic a étudié en particulier les trames noires afin d'évaluer l'impact de la publicité lumineuse sur les espaces concernés. Il a été répondu que cette problématique n'avait pas fait l'objet d'une analyse spécifique dans le cadre du diagnostic mais était abordée dans les orientations. La collectivité souligne par ailleurs que les parcs de la ville font l'objet d'une extinction nocturne participant de fait à préserver les cycles de la faune et de la flore plus particulièrement présents au sein de ces espaces de trame verte urbaine. Il a par ailleurs été souligné que la pollution lumineuse n'était que très ponctuellement due à la publicité, celle-ci relevant majoritairement des éclairages publics, circulation et autres usages domestiques. Il n'en demeure pas moins qu'il s'agit d'une problématique à laquelle l'Etat sera particulièrement vigilant et qui est d'ailleurs ciblée dans le Porter à Connaissance.
- Autre problématique soulignée par la DDT 42, celle de l'accessibilité, une attention particulière doit être portée dans les choix d'implantation des dispositifs afin de ne pas gêner les déplacements des personnes à mobilité réduite.
- Par rapport aux dispositifs numériques et possibles craintes de l'impact du développement de tels supports en particulier au niveau des ronds-points, il a été rappelé que leur implantation est soumise à autorisation du maire.
- Concernant les infractions au Règlement National de la Publicité, il a été souligné que la principale source de non-conformité est le surdimensionnement de certains dispositifs mesurant plus de 12m².

1.2. Orientations

- La commune de Riorges, commune limitrophe de Roanne, demande si dans le cadre du RLP une attention sera portée en particulier au rond-point du Marclat où les dispositifs particulièrement denses sur la commune de Roanne impactent le cadre de vie de Riorges, ceux-ci étant parfaitement visibles depuis Riorges. Il a été répondu que c'est une problématique qui sera effectivement traitée afin de faciliter les transitions au sein d'un même tissu urbain.
- Autre problématique soulevée, les dispositifs non exploités de manière durable. Ceux-ci doivent être retirés par les propriétaires et à défaut par la collectivité. Un rappel pourra être fait dans le cadre du RLP mais il s'agit là d'une mesure édictée par le règlement national.
- La mutualisation des pré-enseignes apparaît comme un levier pertinent pour améliorer les paysages urbains de zones d'activités.

2. Rencontre avec les Personnes Publiques Associées du 7 novembre 2019 : présentation du diagnostic et des orientations du projet du RLP de la Ville de Roanne

Cette rencontre concernait la présentation de la traduction réglementaire (écrite et graphique) aux Personnes Publiques Associées.

2.1. Règlement écrit

Publicités et pré-enseignes – Dispositions générales

- A la demande de l'UPE et comme cela n'était pas précisé dans le support de présentation, il est rappelé que les surfaces énoncées dans le support concernent les surfaces d'affiche, et que le format hors-tout des dispositifs est réglementé à part. Ainsi, les formats hors-tout sont fixés de la manière suivante :
 - Format d'affiche de 8m² → Format hors tout de 10,60m²
 - Format d'affiche de 4m² → Format hors-tout de 5m²
- La publicité sur mobilier urbain n'est pas concernée par la notion de format hors-tout (mais seulement par le format d'affiche), le format hors tout de ces dispositifs qui peuvent supporter à titre accessoire de la publicité étant réglementé par le contrat de mobilier urbain de la Ville de Roanne. Comme le précise la DDT, la définition du mobilier urbain telle qu'entendue par le Code de l'Environnement (articles R581-42 à 47) sera précisée dans un glossaire annexé au règlement et au rapport de présentation.

Publicités et pré-enseignes – Dispositions particulières

- Zone de Publicité 2 – Centre-ville : l'UPE fait remarquer à la Ville de Roanne que les dispositifs publicitaires se vendent par « réseau ». Ainsi, les formats différents imposés sur le territoire communal compliquent la mise en œuvre et la prospérité de ce réseau (particulièrement la limitation à 4m² des formats des dispositifs scellés ou posés directement sur le sol). Il a alors été répondu ces différents formats ont été choisis par la Ville de Roanne au regard des morphologies urbaines en place de manière à intégrer au mieux les dispositifs dans leur environnement, tout en essayant de prendre en compte cette notion de « réseau de dispositifs publicitaires » en ne multipliant pas les formats autorisés.
- Zone de Publicité 5.a : Domaine Public Ferroviaire : l'UPE s'inquiète sur la notion de covisibilité introduite concernant la règle de densité. Après discussion avec les personnes présentes, d'un commun accord, il est convenu de supprimer la règle de covisibilité. Ainsi, la règle de densité des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol n'instaure qu'une notion d'interdistance de 150m entre deux dispositifs.
- Zone de Publicité 5.b – Entrées de ville et rd-points/carrefours : l'UPE s'interroge sur la pertinence de créer une zone spécifique à 4 entrées de ville identifiées. Il a été répondu que cette zone répond spécifiquement à une orientation sectorielle d'« Améliorer l'image perçue de la commune au travers des entrées de ville et axes plus qualitatifs ». La Ville de Roanne réaffirme sa volonté d'un traitement particulier pour 4 entrées de ville et son souhait de maintenir la délimitation de la ZP5 et des dispositions réglementaires associées. Par ailleurs, à proximité de ces secteurs, la Ville de Roanne informe que des projets de réhabilitation/requalification/construction sont en cours, et que la dynamique portée par le RLP en termes de gestion de l'affichage extérieur dans cette zone appuie les ambitions politiques relatives à la qualité de ces projets urbains.
- Zone de Publicité 6 – Paysages sensibles : l'UPE interroge la Ville sur son souhait de ne maintenir que le mobilier urbain dans cette ZP. La Ville répond qu'il s'agit d'une volonté forte de limitation de la publicité dans ces secteurs qui n'ont pas vocation à accueillir de l'affichage, et que des compromis ont été effectués sur d'autres zones pour trouver un équilibre entre protection de cadre de vie et expression des acteurs économiques.
- Par ailleurs, l'UPE demande si le mobilier urbain est concerné par les plages horaires d'extinction nocturnes prévues dans les dispositions générales. Il a alors été répondu que le mobilier urbain n'est pas concerné par l'extinction nocturne.

Enseignes – Dispositions générales et particulières

- Aucune remarque n'est formulée.

VII. FORMULATION DES PROPOSITIONS ET OBSERVATIONS

Habitants et acteurs du territoire ont pu s'exprimer tout au long de la démarche. Conformément à la délibération de prescription d'élaboration du RLP, a été mis en place un cahier de la concertation.

Aucune contribution n'a été faite sur le support mis à disposition.

BILAN DE LA CONCERTATION

Malgré la mise en place des différents moyens de concertation ciblés par la délibération de prescription de l'élaboration du RLP en date du 3 novembre 2016, 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. Hormis les questions formulées lors de la réunion publique du 1er juillet 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 grandement contribué à l'élaboration du document. Que ce soit via les ateliers participatifs organisés 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 RLP. Leurs demandes d'assouplissement ont été présentées au Comité de Pilotage. A noter enfin que les représentants des commerçants se sont peu mobilisés pour les ateliers participatifs puisque les membres présents étaient des afficheurs, le tissu économique local était néanmoins représentés via la présence des élus de la Ville de Roanne mais également via la participation des Chambres Consulaires.

ANNEXE

Orientations et traduction réglementaire du RLP

La révision du Règlement Local de Publicité (RLP), quels enjeux et comment y répondre pour améliorer notre cadre de vie ?

Afin d'améliorer le cadre de vie sur son territoire, la Ville de Roanne s'est engagée à l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP). Pour mémoire, celui-ci permet à la collectivité de décliner la Réglementation Nationale de Publicité (RNP) en fonction des enjeux locaux, en réglementant les formats, les hauteurs, le nombre de dispositifs... qui diffèrent en fonction des ambiances urbaines et des espaces (hyper-centre commerçant, faubourgs, zone d'activités économiques...).

A ce jour, deux phases sont terminées : le diagnostic territorial et les orientations (projet politique de la Ville en matière de maîtrise de l'affichage extérieur) et la traduction réglementaire est en cours de finalisation.

L'AFFICHAGE EXTERIEUR, QUELS ENJEUX ?

- La présence d'un patrimoine bâti, porteur d'identité, à préserver de l'affichage extérieur afin de maintenir sa mise en valeur
- Des intégrations qualitatives des enseignes sur le territoire, en particulier dans le centre-ville
- Une majorité de dispositifs grand format impactant l'environnement visuel des faubourgs et renforçant le caractère périurbain ou encore impactant des zones résidentielles à l'ambiance apaisée
- Des publicités, pré-enseignes et enseignes qui se concentrent sur les axes et les zones d'activités pouvant jusqu'à créer des effets de corridors publicitaires
- Des façades présentant une densité de dispositifs brouillant la lecture de l'information et générant une rupture visuelle dans le paysage urbain
- Des entrées de ville ou d'hyper-centre ou encore des horizons bâtis banalisés par l'affichage extérieur où l'effet vitrine est déprécié du fait de la perception de l'affichage extérieur avant les fronts bâtis ou l'identité de la ville
- Une persistance d'anciennes enseignes en façades d'immeubles qui donne une image dévitalisée de Roanne

La publicité et les pré-enseignes à Roanne, en quelques chiffres...

478 dispositifs recensés

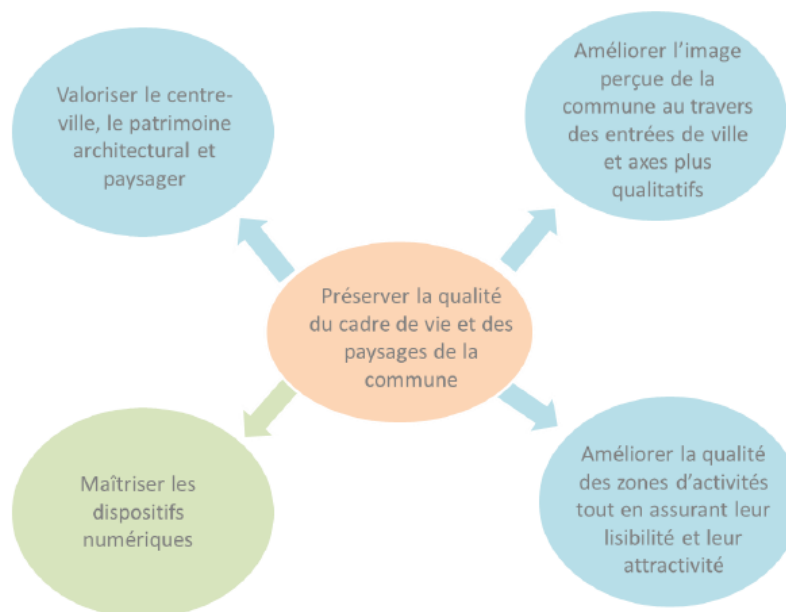
77% de dispositifs scellés ou apposés au sol

13% de dispositifs en façade

6 m² de surface d'affichage en moyenne

L’AFFICHAGE EXTERIEUR, QUELLES REPONSES POLITIQUES POUR L’AMELIORATION DU CADRE DE VIE ?

Les orientations permettent de répondre aux enjeux identifiés par le diagnostic. Celles-ci permettent de construire le règlement, phase suivante et dernière étape de l’élaboration du RLP. Les grandes orientations sont présentées dans le schéma ci-dessous et recensent une orientation générale (orange), des orientations sectorielles (bleues), spécifiques à une zone de Roanne, ou encore thématique et de fait plus transversales (verte).



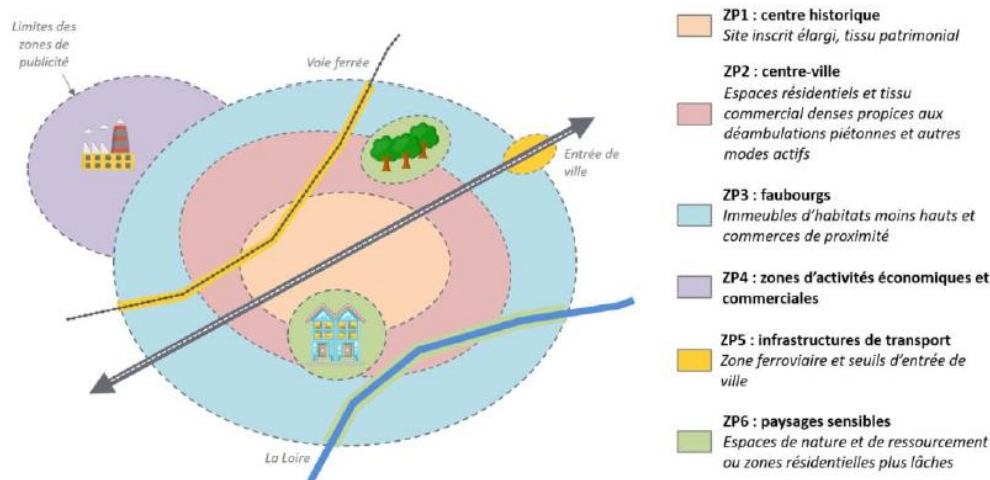
Pour clore la phase « orientations » du RLP, celles-ci ont été débattues au Conseil Municipal le 15 octobre 2019 par les élus. Chacune des orientations abordées a ensuite été traitée dans le règlement, de cette manière parfaitement cohérente avec les problématiques du territoire.

LA TRADUCTION DES ORIENTATIONS, QUELLE REGLEMENTATION DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR DEMAIN ?

Le volet réglementaire du RLP est en cours de construction et doit décliner le projet politique par secteur. Aussi la traduction réglementaire tend à s’appuyer sur :

- Un zonage clair et ciblé limitant le nombre de secteurs à 6 zones de publicité (ZP) pour faciliter la lecture de ce règlement graphique ;
- Un règlement écrit différenciant les prescriptions applicables aux publicités/préenseignes d’une part et celles relatives aux enseignes d’autre part ;

Un zonage reprenant les spécificités du territoire



Les publicités et pré-enseignes, quelques 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 interdiction d'implantation sur clôture aveugle, palissade, garde-corps de balcon (à l'exception des panneaux immobiliers)
- La restriction à un seul dispositif par support limitant le phénomène de doublon et les effets de corridors
- Le mobilier urbain de petit format, un support privilégié dans le centre-historique pour sa facilité d'intégration et son graphisme cohérent avec les enjeux de préservation du caractère patrimonial
- Une gradation des formats depuis le centre-ville jusqu'aux zones d'activités afin de concilier préservation du cadre de vie et besoins d'affichage des acteurs du tissu économique local
- Des espaces aux ambiances apaisées (habitats, bords de Loire, jardins publics...) où la publicité n'est supportée que par le mobilier urbain afin de limiter les sollicitations visuelles et favoriser la détente et des aires de respiration qualitatives.

Les enseignes, quelques principes généraux

- Une recherche optimale de l'intégration architecturale des enseignes dans le bâti
- Une interdiction des enseignes en toiture, devant une ouverture, une clôture ou entrée bâtiment, garde-corps d'un balcon à l'exception des enseignes immobilières

