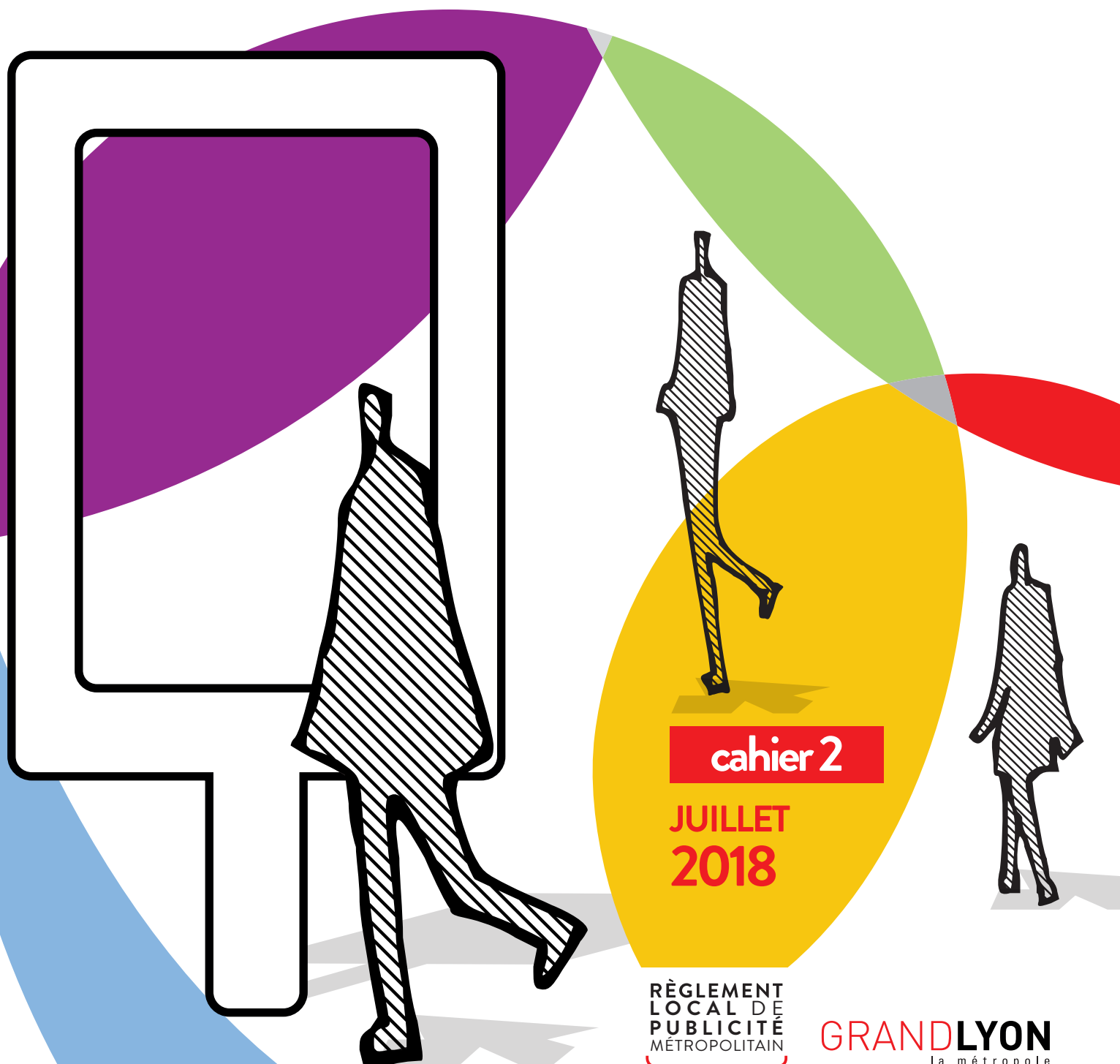


ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

—
ORIENTATIONS RETENUES



cahier 2

JUILLET
2018

RÈGLEMENT
LOCAL DE
PUBLICITÉ
MÉTROPOLITAIN

GRAND LYON
la métropole



Pour plus d'information sur la concertation publique et le RLP, consulter la plaquette « Cahier 1-Concertation publique ».

LE RLP EN DEUX MOTS...

CE QUE LE RLP RÉGLEMENTE ...

LES OBJECTIFS DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

La Métropole de Lyon est chargée d'élaborer le Règlement Local de Publicité (RLP) du territoire à la place des communes (code de l'environnement modifié par la loi Grenelle 2).

Les objectifs fixés :

- ✓ Garantir un cadre de vie de qualité,
- ✓ Développer l'attractivité métropolitaine,
- ✓ Développer l'efficacité des outils à la disposition des collectivités.

Le RLP métropolitain inscrit les règles et conditions pour implanter des publicités, des enseignes et des préenseignes sur le territoire de la Métropole de Lyon, sur les terrains publics, comme sur les terrains privés.

La publicité

Toute information, sous forme de texte, d'image, de forme, d'objet, visible depuis un espace ouvert à la circulation publique, que cette information soit située sur un terrain public ou sur un terrain privé.



L'enseigne

Toute information sous forme de texte, d'image, de forme, d'objet, à propos d'une activité et se trouvant sur le bâtiment ou sur le terrain même de l'activité.



La préenseigne

Une information indiquant la proximité d'une activité.



ÉLABORATION DU RLP, POINT D'ÉTAPE À MI-PARCOURS

La concertation publique continue... La Métropole de Lyon vous informe de l'avancement du projet de RLP et des orientations débattues par les élu(e)s de la Métropole.

Un travail partenarial avec les communes

En parallèle de la concertation publique qui s'est ouverte le 22 janvier 2018 et qui se tiendra jusqu'à la fin du mois d'octobre 2018 (les dates restant à préciser), la Métropole a engagé un travail de collaboration avec les communes pour recueillir leurs avis, leurs souhaits et leurs interrogations. Les cinq mois d'échanges, entre janvier et mai 2018, ont permis de construire un socle commun :

- ✓ Une maîtrise de l'affichage au bénéfice du cadre de vie.
- ✓ La protection des centres de villes, de villages et de quartiers.
- ✓ La protection des quartiers résidentiels, notamment pavillonnaires.
- ✓ L'accompagnement des activités commerciales et artisanales favorisant la vie de proximité.
- ✓ La protection des espaces de nature en ville.

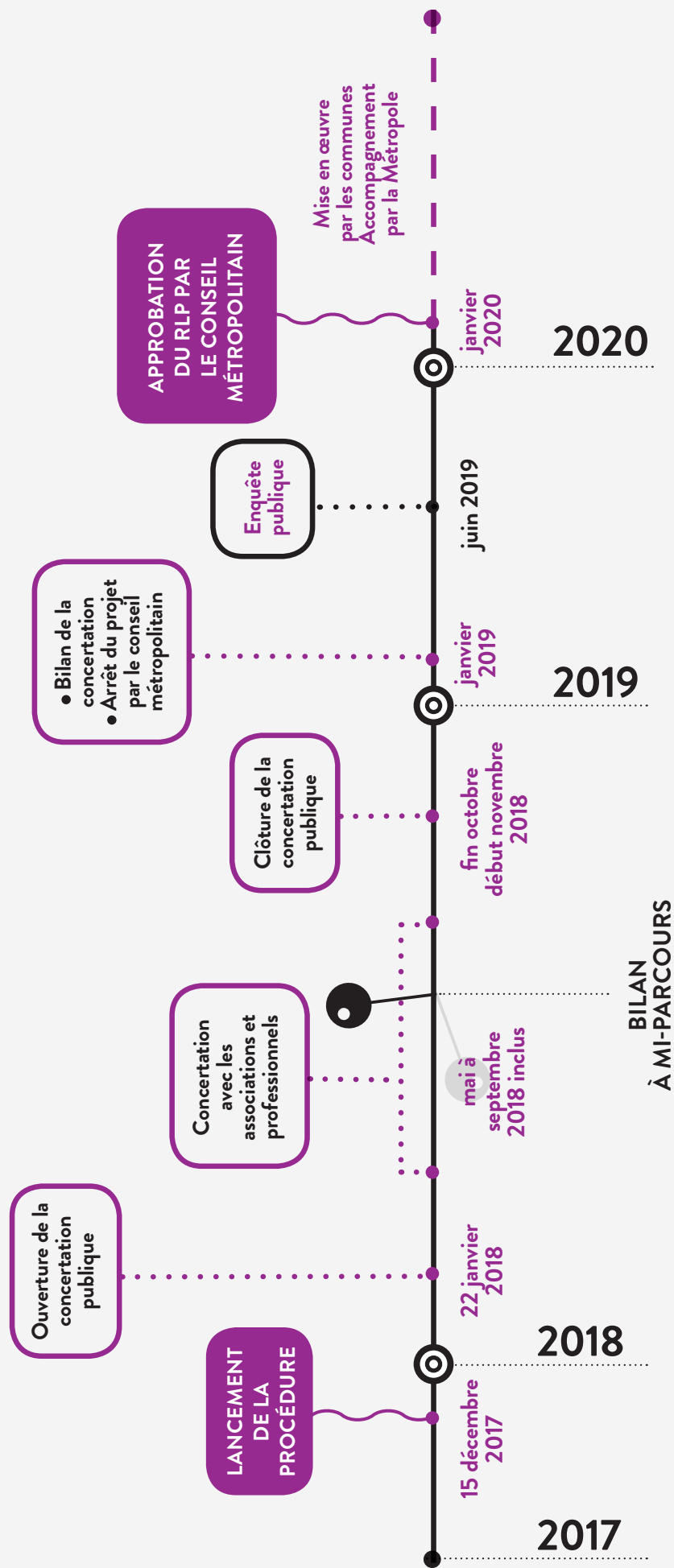
Un cadre précis à construire

À partir de ces priorités, il convient de construire des règles apportant un cadre précis au développement de nombreuses formes d'enseignes et de publicité concernant notamment :

- ✓ La publicité, l'encadrement de la publicité sur bâche de chantier.
- ✓ Les enseignes, les préconisations qualitatives sur les enseignes.
- ✓ Les enseignes et la publicité, la rationalisation de l'affichage sur les axes commerciaux majeurs et l'encadrement de l'usage du numérique.

Pour atteindre cet objectif, la Métropole continue de travailler avec les communes ainsi qu'avec les représentants des associations de défense du cadre de vie et avec les représentants du milieu professionnel de l'affichage et de l'enseigne.

Les étapes d'élaboration du RLP



LES ORIENTATIONS RETENUES

Intégrer la nouvelle réglementation nationale

Le Règlement National de Publicité (RNP) encadre fortement l'impact de la publicité et des enseignes sur le paysage.

Principales orientations générales du RNP limitant l'impact de la publicité sur le paysage :

- ✓ Les publicités et préenseignes sont interdites hors parties agglomérées des communes (hormis quelques dérogations).
- ✓ La publicité est interdite : sur les murs ou clôtures non aveugles, sur les plantations, sur le mobilier d'éclairage électrique et de télécommunication, sur les ouvrages de voirie (chemin de fer, ponts...).
- ✓ La taille et le nombre d'enseignes sont fortement réglementés.

La qualité urbaine et paysagère, une priorité

- ✓ Limiter la taille et le nombre des dispositifs publicitaires, encadrer la forme et l'implantation des enseignes, tout en assurant une liberté de communication.
- ✓ Harmoniser les règles pour un document unique sur tout le territoire.
- ✓ Offrir une réglementation qualitative des secteurs à enjeux en tenant en compte des spécificités locales et des bonnes pratiques issues des territoires déjà réglementés par les communes.



Pour plus d'information sur l'articulation entre le RNP et le RLP, consulter la plaquette « Cahier 1-Concertation publique ».



Un impact visuel réduit

- ✓ Dé densifier les dispositifs publicitaires en les adaptant aux différents contextes urbains.
- ✓ Encadrer les gabarits des dispositifs publicitaires en limitant les surfaces.
- ✓ Promouvoir une intégration qualitative, en interdisant les dispositifs en doublon.
- ✓ Favoriser la qualité et « l'esthétique » des supports des dispositifs.
- ✓ Interdire les publicités sur les murs de clôtures.



Une intégration qualitative des enseignes

- ✓ Accompagner la mise en valeur urbaine et architecturale des centres dans leur diversité, en recherchant une intégration qualitative des enseignes valorisant à la fois le cadre urbain et la protection du commerce de proximité.
- ✓ Encourager la mutualisation des dispositifs, pour permettre la réduction de l'impact visuel et l'amélioration de la lisibilité des messages (pôles commerciaux...).
- ✓ Limiter les enseignes lumineuses et numériques et encadrer leur développement.
- ✓ Encadrer l'implantation des enseignes dans les différents territoires, particulièrement dans les zones pavillonnaires.



Un patrimoine urbain et paysager préservé

- ✓ Assurer la protection et la valorisation des sites patrimoniaux les plus remarquables en limitant fortement l'impact de la publicité.
- ✓ Veiller à la qualité paysagère des sites considérés pour leur patrimoine ordinaire ou remarquable.
- ✓ Préserver les grandes séquences paysagères et les éléments ponctuels de nature en ville au sein de la trame urbaine.



Des dispositifs lumineux et numériques restreints

- ✓ Limiter les dispositifs numériques en les adaptant à leur contexte urbain, patrimonial et paysager, tout en garantissant un gabarit moindre au regard des dispositifs classiques.
- ✓ Limiter les dispositifs publicitaires lumineux et augmenter l'amplitude horaire d'extinction nocturne, lutter contre la pollution lumineuse.
- ✓ Développer des dispositifs ne fonctionnant qu'aux seules périodes de flux important.



Une prise en compte des sites et événements spécifiques

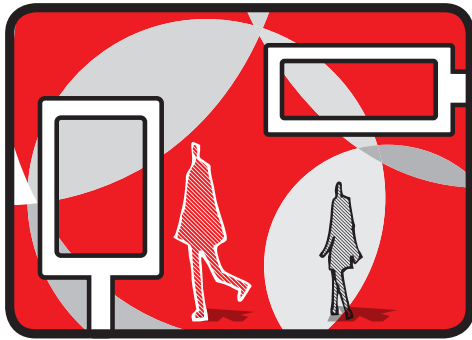
- ✓ Prendre en compte les espaces spécifiques qui participent au rayonnement et à l'attractivité de la Métropole.
Certains quartiers : Part-Dieu, Confluence, Carré de Soie, Cité Internationale...
Les grands équipements : gares de la Part-Dieu et de Perrache, grands équipements sportifs et culturels.
Les axes majeurs de circulation : A6-A7 déclassées, boulevard périphérique.
- ✓ Encadrer l'affichage exceptionnel présent lors des grands événements : les Biennales, les grandes compétitions sportives...



Une prise en compte des dispositifs spécifiques

- ✓ Encadrer les publicités sur les bâches de chantier sur certains territoires tout en limitant l'utilisation des bâches permanentes.





RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

VOUS POUVEZ VOUS EXPRIMER :

- ✓ En écrivant dans le registre que vous trouverez dans ce dossier
- ✓ En envoyant un message à cette adresse : **concertation.rlp@grandlyon.com**
- ✓ En écrivant à la Métropole :

Métropole de Lyon
DDUCV-DSTPU
Service planification
20 rue du Lac
CS 33569
69505 Lyon cedex 03

Retrouvez le dossier sur le site internet de la Métropole :

www.grandlyon.com/projets/concertations-enquetes-publiques.html