

Règlement Local de Publicité intercommunal

LES ORIENTATIONS

Version 3 - Proposition amendée suite à la conférence des maires du 19 février 2019

Pour débats en Conseils municipaux et Conseil de la métropole

Afin de protéger le cadre de vie, le Code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité.

C'est le choix qu'a fait la Métropole Montpellier Méditerranée en prescrivant l'élaboration de son RLPi le 27 septembre 2017.

Le diagnostic de territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la métropole fixe les orientations suivantes :

LES ORIENTATIONS GENERALES

- ✚ Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle de la métropole.
- ✚ Prendre en compte les nouvelles dispositions réglementaires et anticiper la caducité des RLP en vigueur (Castelnau-le-Lez, Juvignac, Lattes, Montpellier et Saint-Jean-de-Védas).
- ✚ Protéger le cadre de vie, limiter la pollution visuelle et les atteintes à l'environnement, concilier lisibilité des acteurs économiques et protection des paysages.
- ✚ Envisager, là où se rencontrent cœurs de villes, activités économiques et tourisme, la « réintroduction » de certaines formes de publicité dans des espaces où la législation interdit la publicité mais admet qu'une réglementation locale puisse en admettre la présence.

LES ORIENTATIONS EN MATIERE DE PUBLICITE

- ✚ **Valoriser la qualité du cadre de vie sur l'ensemble du territoire**
 - Proscrire sur l'ensemble du territoire les formats 12 m², fixer des formats maximum plus restrictifs et adaptés aux caractéristiques urbaines de chaque secteur (zones commerciales, zones résidentielles, ville centre, ...).
 - Encadrer la densité publicitaire pour réduire l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire ; pérenniser les secteurs aujourd'hui globalement bien préservés de l'affichage publicitaire.
 - Intégrer des règles de recul pour toute publicité implantée devant une baie d'habitation, afin de préserver le cadre de vie de tout habitant.

Valoriser les axes d'entrée vers la 1ère couronne métropolitaine, pôles d'échange

Aujourd'hui, plusieurs grandes pénétrantes urbaines connaissent une emprise publicitaire importante, qui altère l'image du territoire. Le RLPi vise en particulier à :

- Améliorer la qualité paysagère des axes Baillargues/Vendargues/Le Crès/Castelnau-le-Lez/Montpellier, Saint-Jean de Védas/Montpellier et Lattes/Montpellier, en y réduisant la densité publicitaire. Une harmonisation du traitement de ces axes dans leur ensemble est recherchée.
- Préserver la qualité des axes aujourd'hui peu impactés par l'affichage publicitaire.
- Anticiper les conséquences du développement ou de la requalification de certains pôles d'équipements et commerces, facteur d'attractivité publicitaire : interdire la publicité sur les murs de clôture le long des grands axes (et en particulier la RD5), encadrer l'affichage en sortie de la nouvelle gare Sud de France, etc.

Encadrer l'affichage publicitaire dans les secteurs remarquables et les centres-villes

Une attention particulière doit être portée aux secteurs présentant un intérêt architectural singulier. Afin de pérenniser la qualité de ces espaces et la lisibilité des éléments bâtis, l'affichage publicitaire doit y être très encadré. Il s'agit de :

- Privilégier l'affichage sur mobilier urbain dans les centres-villes et nouveaux quartiers d'architecture remarquable de la métropole, encadrer les formats.
- Encadrer la publicité sur les axes d'entrée du centre-ville de Montpellier et ses quatre sites patrimoniaux remarquables.
- Limiter l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire dans les cônes de vue d'intérêt, identifiés en agglomération.

Limiter la pollution lumineuse

Une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée sur certains secteurs, afin de réduire les atteintes à l'environnement.

LES ORIENTATIONS EN MATIERE D'ENSEIGNES

Réduire l'impact visuel de certaines enseignes, améliorer la lisibilité des activités

- Encadrer la densité des enseignes au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- Adapter les formats à la typologie des quartiers (zones commerciales, pôles de proximité, quartiers résidentiels, ...)
- Encadrer les enseignes sur murs de clôture et toitures, les interdire sur les murs non aveugles.
- Encadrer les enseignes numériques.
- Limiter l'emprise visuelle des enseignes hors agglomération.

Valoriser la qualité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti

Une attention particulière doit être portée aux centres-villes et noyaux villageois, au sein desquels les enseignes jouent un rôle fondamental dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues. Ainsi, il s'agit de :

- Encadrer le format des enseignes, améliorer leur intégration paysagère.
- Interdire les enseignes numériques.

Limiter la pollution lumineuse

De la même façon que pour la publicité, une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée sur certains secteurs, modulée selon les caractéristiques urbaines des différents quartiers.