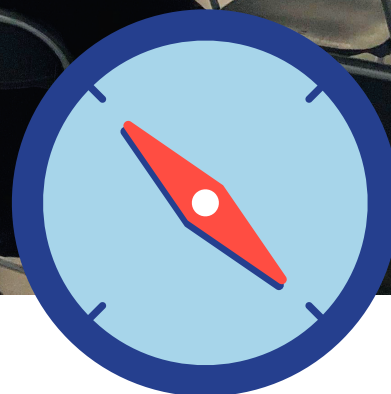


LETTRE D'INFO 4

À destination des habitants de la Métropole Rouen Normandie



Orientations: retour sur 3 temps forts de concertation

La Métropole a défini son projet de territoire en matière de publicité et d'enseignes, projet traduit par 5 grandes orientations permettant de préserver le cadre de vie et les paysages métropolitains, de s'inscrire dans une trajectoire de sobriété énergétique et de préservation de la biodiversité tout en promouvant l'attractivité et le dynamisme local.

Les constats tirés du diagnostic urbain et paysager, croisés avec le diagnostic publicitaire ont permis de révéler les enjeux du territoire : « ce qui est en jeu, ce qu'on a à gagner ou à perdre si on ne fait rien ». En ont découlé des grandes orientations qui serviront de cadre à l'établissement des règles auxquelles les publicités, pré-enseignes et enseignes devront se conformer.

Cette étape clé de dialogue autour des orientations a commencé par un débat au sein du Conseil Métropolitain le 16 mai. Actuellement, les débats se poursuivent

au sein des 71 conseils municipaux des communes de la Métropole.

Elle s'est poursuivie avec une présentation de ces orientations au grand public dans le cadre de deux réunions publiques qui se sont tenues le 9 mai à Malaunay et le 11 mai à Bois-Guillaume. Mai s'est enrichi avec deux nouvelles balades à Duclair et Rouen afin de découvrir in situ le traitement de la publicité et des enseignes. Enfin, pour "toucher" les jeunes citoyens une séance d'échanges a été organisée à Elbeuf au sein d'un centre de loisirs. Au menu : ça sert à quoi la publicité ?



En mai, concert comme il te plaît: des réunions publiques pour s'informer et débattre

Le mois de mai a été l'occasion de partager les propositions d'orientations avec les habitants, les associations et les professionnels de l'affichage. Deux réunions publiques se sont tenues à Malaunay et à Bois-Guillaume. L'occasion de faire le point sur le projet porté par ces orientations mais aussi de répondre aux nombreuses questions notamment sur les règles qui en découleront.



Le RLPi va-t-il changer notre quotidien ?

Ce document aura des impacts concrets, bien visibles dans la vie quotidienne des habitants et des usagers du territoire métropolitain. Qu'il s'agisse de l'attractivité du territoire, des paysages du quotidien ou de la visibilité des acteurs économiques, le RLPi permettra de garantir de meilleurs équilibres entre ces différents besoins. Au delà, le RLPi permet de questionner les liens entre le paysage et les autres fonctionnalités du territoire (l'habitat, le développement économique, les déplacements, la biodiversité, le climat, l'énergie...) et de l'affirmer comme une clé de lecture essentielle et structurante du projet de territoire.

Des règles simplifiées et harmonisées, oui, mais...

Globalement les orientations préfigurent des règles plus restrictives par rapport à ce qui est aujourd'hui possible sur le territoire métropolitain. L'harmonisation entre les communes à l'échelle métropolitaine est aussi un enjeu central. Actuellement les situations sont très hétérogènes en matière de règlement.

Les questions soulevées sont nombreuses : la question des moyens pour l'application des règles, la question des contrats de mobilier urbain confrontés aux nouvelles règles du RLPi, la question des dispositifs implantés en domaine privé... Sur ce dernier point la réponse est claire : « les règles s'appliqueront à tout dispositif quelle que soit sa domanialité dès lors qu'il est visible de toute voie ouverte à la circulation publique. »

Dans tous les cas, pour la mise en conformité du parc existant, le RLPi sera rétroactif. Les publicités et pré enseignes auront 2 ans pour se mettre en conformité avec les nouvelles règles. Les enseignes disposeront, quant à elles, d'un délai de 6 ans.

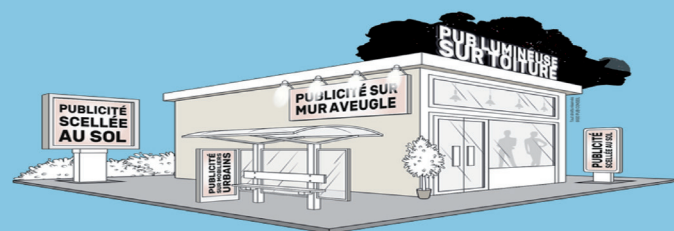
Une question de santé publique et d'environnement

La publicité peut impacter à bien des égards l'environnement et la biodiversité. Notamment en ce qui concerne la pollution visuelle et lumineuse ou la consommation énergétique, les différents leviers d'actions ont été présentés lors des réunions. La piste de réponse restant le plus souvent d'encadrer (ex. horaires d'allumage calés sur l'éclairage public) et de réguler (limitation des nouveaux dispositifs).



Et après ?

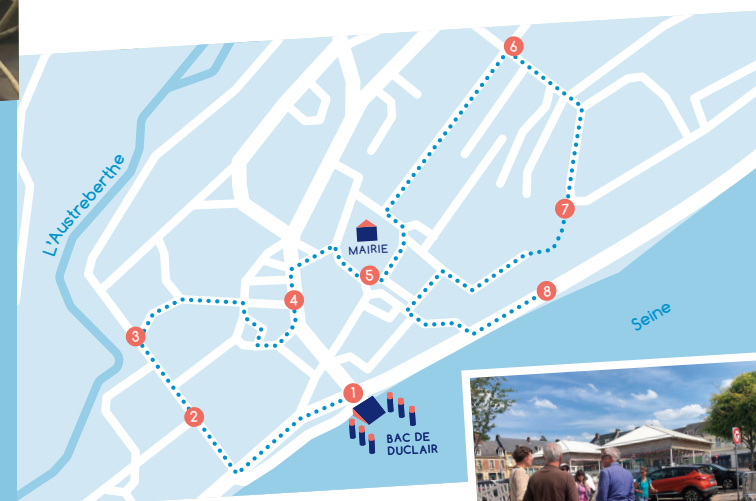
En mai toujours, les orientations ont été soumises au débat au sein du Conseil métropolitain. Les débats vont se poursuivre au sein des 71 Conseils municipaux jusqu'à la mi-septembre. La concertation avec les habitants, les professionnels et les associations se poursuivra pendant la phase d'élaboration du règlement et jusqu'à l'arrêt du projet de PRLPi soumis au vote. Rendez-vous sur <https://jeparticipe.metropole-rouen-normandie.fr/> pour participer aux prochains temps de concertation.



Des promenades pour comprendre les enjeux du RLPi

Les beaux jours de mai ont aussi guidé de petits groupes d'habitants sur des chemins de balades un peu particulières durant lesquelles il était évidemment question de publicité ! Rouen ou Duclair des objectifs communs mais également quelques singularités soulignées. Retour sur ces pérégrinations commentées par des spécialistes !

Balade à Duclair



Ils nous ont dit

“ Nous avons fait appliquer la réglementation nationale au sein du PNR en retirant la publicité présente (qui était illégale). Nous ne voulons pas de dérogation dans le futur RLPi

“ Nous avons mené un travail auprès de certains commerces notamment un supermarché pour veiller à la bonne insertion de ses enseignes

“ Qu'est-il envisagé de faire s'agissant des enseignes posées au sol ?

“ Il est primordial de préserver le paysage des communes et de limiter au maximum la présence des panneaux publicitaires et leur taille.



Autres sujets abordés

- La mise en valeur de certains espaces préservés de la publicité extérieure (secteurs résidentiels, panorama sur la Seine)

- La présentation de différents types d'enseignes présents sur la commune (enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines, enseignes numériques, enseignes temporaires pour des opérations immobilières, enseignes « en friche » d'activités ayant cessé

- Recherche de qualité des enseignes (exemple du Carrefour Market qui a supprimé son enseigne sur toiture pour l'installer en façade)

Balade à Rouen



Ils nous ont dit

“ La publicité est omniprésente dans le mobilier urbain au détriment de l'information locale. Il serait souhaitable de mettre prioritairement en avant des événements ou des produits locaux

“ La Métropole a-t-elle l'intention de supprimer tous les affichages illégaux existants sur le territoire ?

“ Comment le RLPi va-t-il être respecté ?

“ La luminosité des publicités et enseignes

Objectifs des balades

- Identifier les différents types de dispositifs existants (publicités / enseignes)

- Appréhender les publicités existantes dans le centre-ville d'une commune appartenant au Parc naturel et l'intégration des enseignes

- Saisir les marges réglementaires existantes permettant d'encadrer l'implantation de ces dispositifs

surtout les numériques est un enjeu majeur de transition écologique : la Métropole compte-t-elle les interdire ?

“ Les secteurs et éléments patrimoniaux reconnus du territoire sont souvent très bien protégés mais quid des espaces du quotidien sans caractère particulier quartiers résidentiels notamment collectifs ?

“ Dans les secteurs patrimoniaux il faut traiter toutes les enseignes de façon identique pour une harmonie des façades dans les rues commerçantes

Les enfants de la pub'

Le 25 mai dernier un premier temps totalement dédié au jeune public était organisé au centre de loisirs Prévert-Blin à Elbeuf. Au programme : sensibilisation des futurs éco-citoyens, présentation et échanges. Des propos savoureux, un regard juste et déjà critique. Retour en quelques mots-clés... percutants.

Une démarche importante d'explication et de sensibilisation pour un public particulièrement exposé et sensible aux messages dont l'impact est parfois mésestimé par les adultes qui les entourent. Pour s'en rendre compte nous leur avons posé quelques questions et recueilli leurs réactions.

QUELLES SONT LES TYPES DE PUBLICITÉ QUE VOUS CONNAISSEZ ?

TÉLÉPHONE **PANNEAUX BUS**
YOUTUBE ARRÊTS DE BUS
IL Y EN A PARTOUT DANS LA RUE **JOURNAL**
NETFLIX **TÉLÉ** MAGAZINE
IMMEUBLES / MAISONS

QUE VOUS APPORTE LA PUBLICITÉ QUE VOUS VOYEZ ? QUELLES INFORMATIONS VOUS INDIQUENT LES PUBLICITÉS ?

RENSEIGNEMENTS
PARFUM ENFANT **CINÉMA**
PLEIN D'IDÉE
DE CE QU'ON PEUT ACHETER
GRACE À LA PUB ON SAIT TOUT

QUEL EST SON IMPACT ?

IMAGES QUE TU AIMES,
PROJECTION DANS LA VIE
PAS DE
EMBÊTANT NOTRE ÂGE
D'EN VOIR PARTOUT



Leurs mots

“ La publicité permet d'avoir des révélations sur ce qu'on veut faire plus tard ”

“ Les publicités sur les maisons ça gâche la maison ”

“ Quelquefois ce n'est pas de notre âge et nos parents nous les interdisent ”

“ Certaines personnes touchent de l'argent pour avoir de la publicité sur leur maison ”

“ Permet d'avoir des renseignements ”

“ Les panneaux numériques sont comme des télé ”

“ Indique où il faut aller pour acheter des choses ”

“ Quand il y a plusieurs fois le nom sur un magasin, c'est beaucoup ”

“ Tu sais quand quelque chose est nouveau ”

“ Beaucoup trop d'arbres coupés pour fabriquer les panneaux ”

“ C'est une pollution ”

SUIVEZ-NOUS !

🐦 @MetropoleRouenN
f Métropole Rouen Normandie

UNE QUESTION ?

www.metropole-rouen-normandie.fr/quest-ce-que-le-rlpi
02 35 52 92 08
rlpi@metropole-rouen-normandie.fr



métropole
ROUENORMANDIE