

Règlement Local de PUBLICITÉ intercommunal

Conseil municipal – débat sur les orientations

VII ET ANNEXE
A LA DELIBERATION
DU CONSEIL MUNICIPAL
DU 5 mai 2021 no 21/05/05/007
LE MAIRE



ORDRE du jour

1 – L'élaboration du RLPi, préambule

- ✓ Définition - procédure
- ✓ Calendrier

2 – #Phase 2 – Les orientations

- ✓ Du diagnostic aux orientations
- ✓ Structure
- ✓ Déclinaisons

Envoyé en préfecture le 12/05/2021

Reçu en préfecture le 12/05/2021

Affiché le

SLOW

ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE

L'élaboration **rip**i du

Préambule

Envoyé en préfecture le 12/05/2021

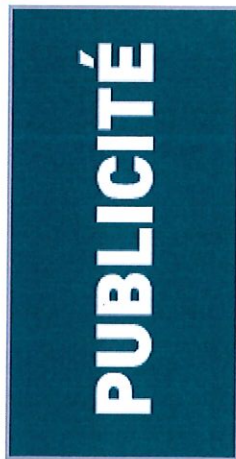
Reçu en préfecture le 12/05/2021

Affiché le

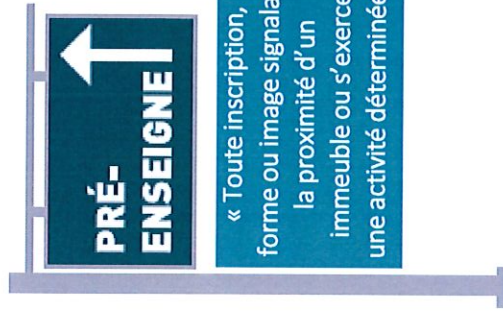
SLOW

ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE

L'affichage extérieur : quels dispositifs concernés ?



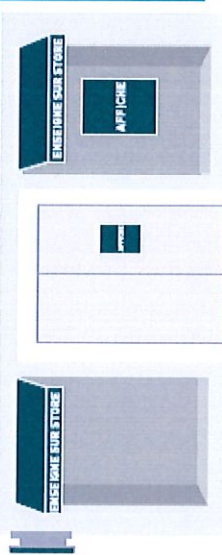
« Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »



« Toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée »

ENSEIGNE

ENSEIGNE SUR FAÇADE



« Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

Envoyé en préfecture le 12/05/2021

Reçu en préfecture le 12/05/2021

Affiché le

SLO

ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE

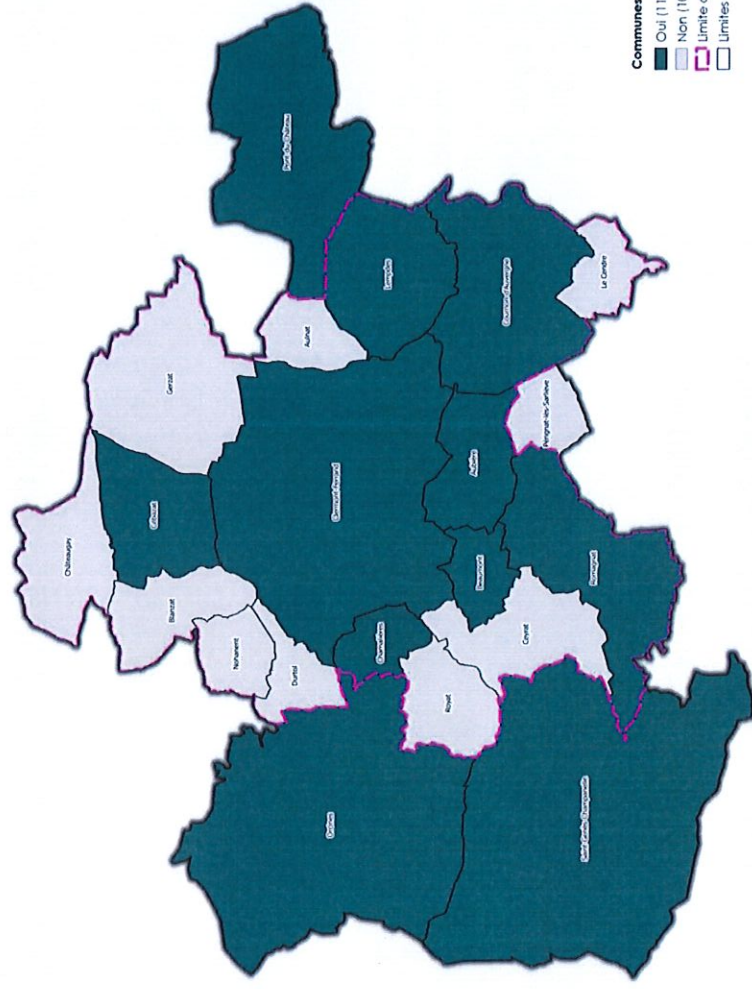
Du RNP au RLPi : évolutions législatives et caducité

Un report de l'échéance de caducité des RLP au 25 octobre 2022

➤ Une poursuite de la démarche plus sereine pour Clermont Auvergne Métropole

Attention : délais entre arrêt et approbation, 6 mois incompressibles (phase administrative)

Communes dotées d'un Règlement Local de Publicité (RLP)
RLPi Clermont Auvergne Métropole



Sources : IGN
Date : 03 / 01 / 2019

esri
conseil

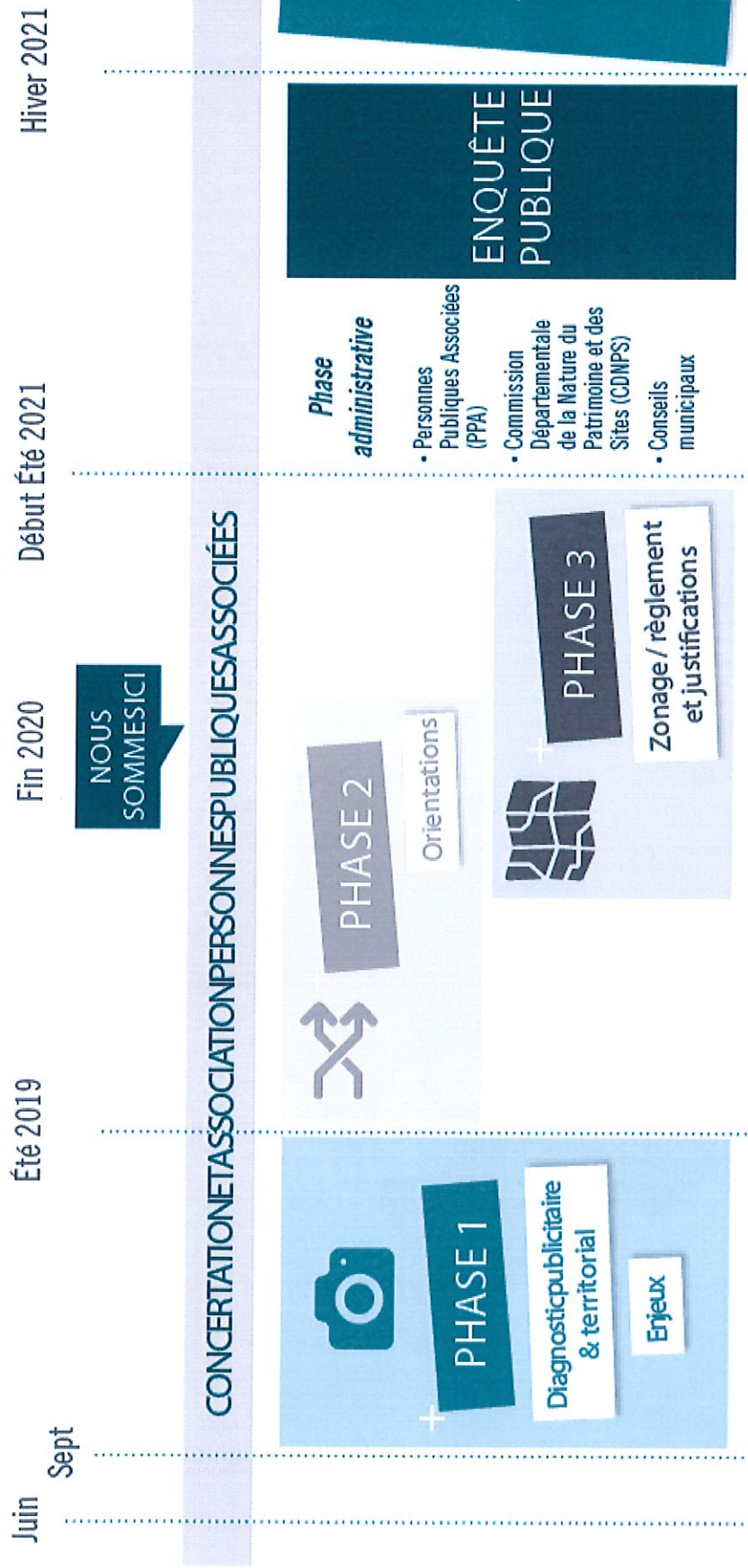
Envoyé en préfecture le 12/05/2021

Reçu en préfecture le 12/05/2021

Affiché le

ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE

Le RLPI : une procédure d'urbanisme



Envoyé en préfecture le 12/05/2021
Reçu en préfecture le 12/05/2021
Affiché le
ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE

- Un dossier final comprenant :
- Un **rapport de présentation** : diagnostic et justification des choix effectués ;
 - L'expression du **projet politique** : les orientations ;
 - La **traduction réglementaire** écrite et graphique : le règlement et le zonage ;
 - Des **annexes** : zonage, limites d'agglomération, actes de la procédure.

L'élaboration des ORIENTATIONS

Les grandes orientations

Structure du projet d'orientations : 4 échelles

L'échelle des grands paysages de la Métropole

- Le grand paysage et les vues
- Les espaces naturels
- L'activité touristique et les bourgs

L'échelle des zones urbaines et grandes infrastructures

- Les espaces urbains
- Les axes routiers structurants
- Les lignes de TC structurantes
- Les zones d'activités

L'échelle des espaces du quotidien

- Les zones d'habitat
- La « nature en ville »
- Les cœurs de bourgs
- Les secteurs patrimoniaux

Echelle transversale

- La qualité des dispositifs

LES GRANDS PAYSAGES DE LA METROPOLE

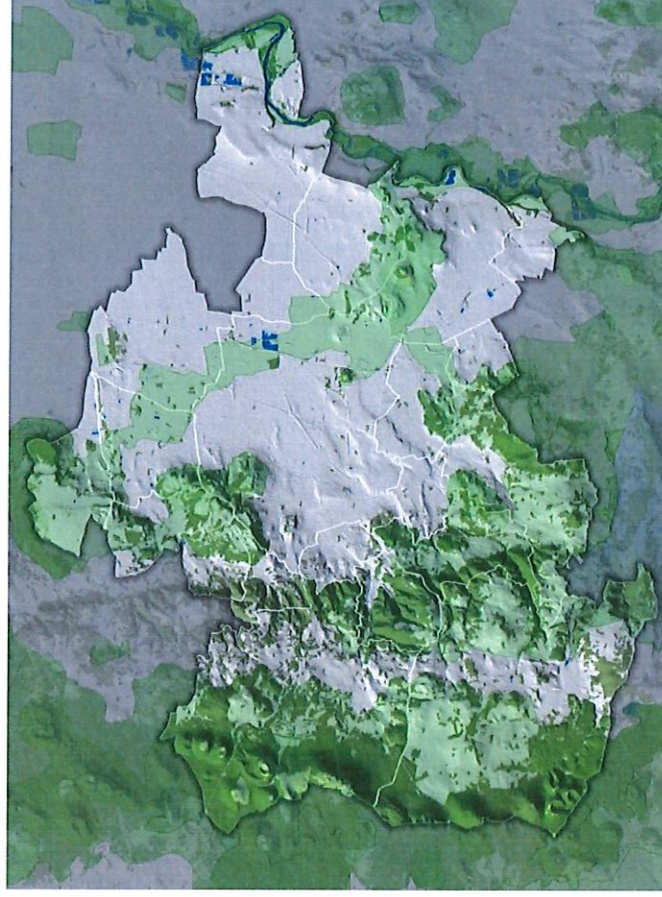
Les paysages et le patrimoine naturels emblématiques : une identité à préserver

1/ Affirmer l'image d'un territoire de nature en mettant en œuvre des **mesures de protection sur tous les espaces naturels** ceinturant le territoire métropolitain

2/ Tout en permettant la **visibilité des activités de proximité**

3/ **Préserver les vues vers les sites emblématiques** du territoire métropolitain

4/ Conforter l'image d'un territoire engagé dans la **préservation de la biodiversité et la lutte contre le changement climatique**



ZONES URBAINES, D'ACTIVITES ET INFRASTRUCTURES

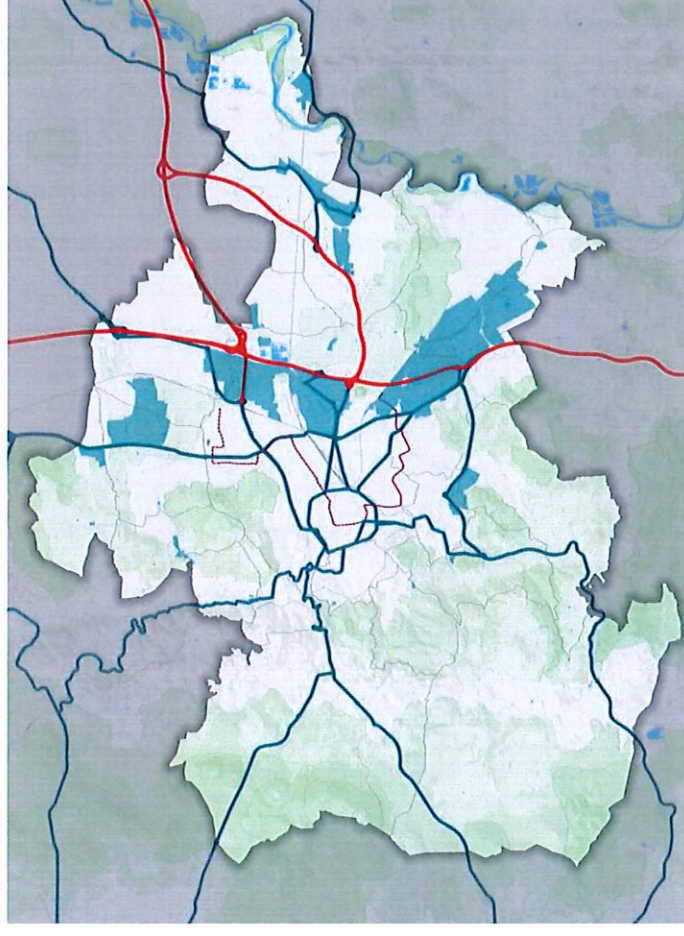
Les espaces urbains, d'activités et les grands axes : une image et une attractivité à valoriser

1/ Maîtriser les pratiques d'affichage aux abords des **axes routiers structurants** pour **valoriser les vitrines du territoire, images de la Métropole**

2/ Qualifier et **maîtriser les dispositifs** d'affichage pour améliorer la lisibilité et **l'attractivité des zones d'activités économiques**

3/ **Uniformiser les pratiques** d'affichage aux abords des **lignes de transport en commun structurantes (A-B-C)** dans leur positionnement d'axe majeur

4/ **Confirmer la continuité écologique** du territoire en atténuant **les obstacles à la trame noire**



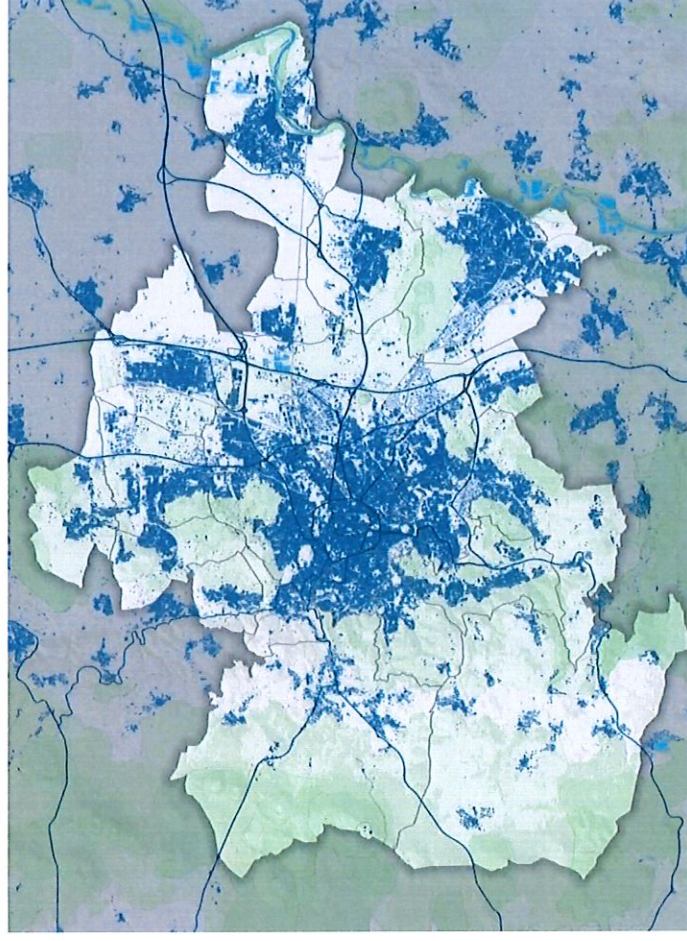
ESPACES DU QUOTIDIEN

Espaces du quotidien, patrimoine et centralités : une qualité à conforter

1/ Préserver de manière adaptée le **cadre de vie de toutes les zones à usage d'habitat**

2/ Maintenir les **ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidiens**

3/ **Préserver le caractère des espaces patrimoniaux** et des cœurs de bourgs tout en permettant l'animation de ces espaces du quotidien



ECHELLE TRANSVERSALE

Vers un parc publicitaire et d'enseignes de qualité

- 1/ Instaurer des **règles de qualité esthétique** pour harmoniser la perception des dispositifs publicitaires et des enseignes sur l'ensemble du territoire
- 2/ **Réduire le format d'affichage maximal actuel (4*3)** pour limiter l'impact visuel des publicités et des préenseignes

+
clermont
auvergne
métropole

Clermont Auvergne Métropole
64/66, avenue de l'Union Soviétique
BP 231 - 63007 Clermont-Ferrand - Cedex 1
Lun-Ven 8h00-17h30

Tél: 04 73 98 34 00

www.facebook.com/clermontmetropole/

www.clermontmetropole.eu/habiter-se-deplacer/urbanisme/rloi-reglement-local-de-publicite-intercommunal/

Envoyé en préfecture le 12/05/2021

Reçu en préfecture le 12/05/2021

Affiché le

SLOW

ID : 063-216300699-20210505-21_05_05_001-DE