

RLPI

DU

**PAYS
D'AIX**

RÈGLEMENT LOCAL
DE **PUBLICITÉ**
INTERCOMMUNAL

LETTRE DE CONCERTATION

N°3

**SEPT.
2022**



Les orientations du RLPI

du Pays d'Aix



LE RLPI : UN CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE ET LES ENSEIGNES

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document qui édicte des prescriptions à l’égard de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur l’ensemble des 36 communes du Pays d’Aix. Le RLPi est donc un document destiné à adapter la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes au contexte local en fonction des enjeux spécifiques du Pays d’Aix.

Cette démarche s’inscrit notamment dans un souci de la part des élus du Pays d’Aix d’améliorer l’intégration des dispositifs dans le paysage urbain, naturel ou agricole, d’assurer un traitement qualitatif des espaces publics, de préserver et mettre en valeur les espaces à fortes valeurs paysagères et de patrimoniales avec l’idée au final de mieux concilier la dynamique des activités économiques avec le respect du cadre de vie des habitants du Pays d’Aix.

Le diagnostic réalisé sur l’ensemble du Pays d’Aix a permis de mettre en évidence l’impact paysager des différents dispositifs de publicité, d’enseignes et de pré-enseignes, de faire émerger des enjeux et d’établir les grandes orientations du RLPi.



PUBLICITÉ, PRÉ-ENSEIGNE, ENSEIGNES : RAPPEL DES ENJEUX

EN MATIÈRE DE PAYSAGE ET DE PATRIMOINE

1/ Enjeu de « **qualité de vie** » et d’intégration urbaine des dispositifs dans les paysages du « quotidien » pour maintenir l’attractivité résidentielle du territoire et des communes, que ce soit au cœur des villages, quartiers, des zones commerciales comme sur les axes de transit quotidiens, avec une dimension d’ordre environnemental lié à la réduction des consommations d’énergies.

2/ Enjeu de « **qualité de vues** » sur le paysage typique et en particulier les reliefs emblématiques du territoire, les silhouettes villageoises et certains signaux paysagers (patrimoine bâti, routes belvédères, routes pittoresques...).

3/ Enjeu d’**image des sites remarquables et de lisibilité du patrimoine architectural et paysager**, en particulier sur les secteurs du Grand site Concors-Sainte Victoire, du Parc naturel régional du Luberon, du littoral de l’Étang de Berre et des sites patrimoniaux remarquables et autres centres historiques.

4/ Enjeu d’**image du Pays d’Aix sur les entrées du territoire et les entrées de ville**, « vitrines » qui jouent un rôle sur son attractivité touristique et résidentielle. Une attention est à porter en particulier sur les entrées de villes, sorties d’autoroutes et de voie express, pénétrantes vers les cœurs historiques, la gare TGV de l’Arbois et l’aéroport Marseille Provence...

5/ Enjeu de **visibilité des établissements pour se signaler (préenseignes)**, en particulier pour ceux situés en retrait des principaux axes routiers.

6/ Enjeu de **lisibilité des messages publicitaires, des enseignes et devantures dans les zones commerciales**, où se concentrent publicités, préenseignes et enseignes.

7/ Enjeu d’**information** avec la présence de supports d’information culturelle/municipale, notamment dans les centres-villages et les centre-villes.

Calendrier de la démarche

Faire un état des lieux, identifier les dispositifs existants et faire ressortir des enjeux par secteur

1. OBSERVER LE TERRITOIRE

2021



Délimitation des zones

de publicités et dispositions réglementaires

3. TRANSCRIPTION RÉGLEMENTAIRE

2022



2. DÉFINIR DES OBJECTIFS

De préservation du patrimoine et du cadre de vie
De maintien et de valorisation de l’attractivité économique

2023



4. ARRÊT ET APPROBATION

Mise en forme du dossier
d’arrêt du RLP

LES ORIENTATIONS

N°1



Valoriser les paysages urbains, la qualité du cadre de vie quotidien qui fait l'attractivité résidentielle du Pays d'Aix

- **Réduire de façon globale l'emprise de l'affichage publicitaire sur le territoire, en encadrant la densité et en réduisant, dans la majorité des secteurs, les formats d'affichage autorisés.**
 - Adapter les supports et le format des publicités et préenseignes à la réalité urbaine du Pays d'Aix, c'est à dire : aux différents profils de communes présents sur le territoire : aller vers un gradient entre noyaux villageois, centralités et pôles urbains.
 - au tissu urbain (zone résidentielle, zone économique, ...)
- **Améliorer l'intégration urbaine des enseignes** : encadrer leur nombre, format et qualité.
- **Limiter la pollution lumineuse et les consommations d'énergie** en définissant une plage d'extinction nocturne adaptée et en encadrant les dispositifs numériques et l'affichage lumineux.

N°2



Valoriser l'image du Pays d'Aix par la qualité de ses entrées de ville et de Territoire

- **Réduire l'emprise de l'affichage** sur les entrées de ville et traversées urbaines majeures du territoire, en travaillant sur le format et la densité.
- **Limiter le développement de l'affichage** sur la gare TGV de l'Arbois et l'entrée de l'aéroport Marseille-Provence, éviter notamment le développement des dispositifs de très grands formats.

N°3



Préserver et mettre en valeur l'identité du Pays d'Aix, ses richesses paysagères et patrimoniales, clefs de son attractivité touristique

- **Préserver de l'affichage publicitaire les villages du Grand site Concors-Sainte-Victoire**, l'encadrer sur les portes d'entrée du Grand Site (Aix-en-Provence, Pont de Bayeux, Meyrargues, ...), travailler l'intégration des enseignes sur ces secteurs.
- **Limiter voire interdire les dispositifs** (publicités, pré-enseignes, enseignes) **pouvant impacter la perception du grand paysage, de la campagne aixoise et du littoral de l'étang de Berre.**
- **Valoriser l'entrée du PNR du Luberon sur Pertuis** en limitant l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire : conserver les formats existants mais mieux encadrer la densité.
- **Limiter le développement de l'affichage publicitaire dans les centres historiques**, travailler l'intégration architecturale et urbaine des enseignes, avec une attention particulière en site patrimonial remarquable.

N°4



Intégrer la visibilité des activités économiques et culturelles

- **Prendre en compte le besoin des activités locales de se signaler**, notamment celles situées en retrait des axes principaux.
- **« Aérer » le paysage urbain des zones commerciales** en limitant la densité des différents dispositifs (publicités, pré-enseignes, enseignes), tout en maintenant des formats adaptés à la vocation de ces zones.

Conserver la possibilité d'installer du mobilier d'information municipale, qui pourra éventuellement recevoir une face publicitaire nécessaire à la gestion de ces supports.



Le Pays d'Aix met en place un dispositif d'élaboration du RLPi ouvert et participatif en proposant de :

S'informer



➤ **À l'antenne métropolitaine du Pays d'Aix, ainsi que dans chaque mairie des 36 communes**, aux jours et heures habituels d'ouverture au public : un dossier de présentation du projet de RLPi, complété au fur et à mesure de l'avancement de la procédure, est mis à disposition du public.



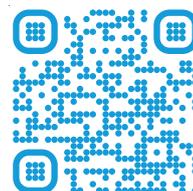
➤ **Lors de réunions publiques** de présentation du projet.



➤ **Sur le site dédié :**
www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation



➤ **Sur le site internet de la Métropole Aix-Marseille-Provence :**
<https://ampmetropole.fr/>



S'exprimer et échanger



➤ Sur le **registre papier** à l'antenne métropolitaine du Pays d'Aix et dans les mairies aux jours et aux heures habituels d'ouverture au public



➤ Sur le **registre numérique** à l'adresse suivante :
www.registre-numerique.fr/rlpi-ct2-concertation



➤ **Par courrier** à l'attention de Madame la Présidente - Métropole Aix-Marseille-Provence Concertation sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal du Pays d'Aix
BP 48014
13657 Marseille cedex 02



➤ **Par voie électronique** à l'attention de Madame la Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence via l'adresse :
rlpi-ct2-concertation@mail.registre-numerique.fr



➤ **Oralement**, à l'occasion des **réunions publiques** de concertation

