Définition des orientations

RLPi

Ordre du jour

I. Introduction
   - Gouvernance
   - Calendrier

II. Rappel des constats et des enjeux

III. Définition des orientations

IV. Conclusion : suite de la procèdure

I. Introduction

Gouvernance – Instances de collaboration

➢ **Charte de gouvernance adoptée le 18 novembre 2021** en conférence des maires.

Le Groupe—Projet :

- 2 référents désignés (élus et si possible techniciens) dans les communes de :
  - Louviers
  - Val de Reuil
  - Le Vaudreuil
  - Gaillon
  - Le Val D'Hazey
  - Pont de l'Arche
  - Courcelles-sur-Seine
  - Clef Vallée d'Eure
  - La Haye Malherbe
  - Saint-Pierre-du-Vauvray
  - Saint-Aubin sur Gaillon
- Sollicité au moment du diagnostic, de la définition des orientations et de la traduction règlementaire.
- Réunions de travail à l'échelle de l'Agglomération, des espaces de vie ou réunions communales.

Les Conseils Municipaux :

- Débattent sur les orientations
- Donnent leur avis sur le projet arrêté

Le Conseil Communautaire :

- Prescrit le RLPi
- Débat sur les orientations
- Arrête le projet de RLPi et tire le bilan de la concertation
- Approuve le projet de RLPi

Le comité technique :

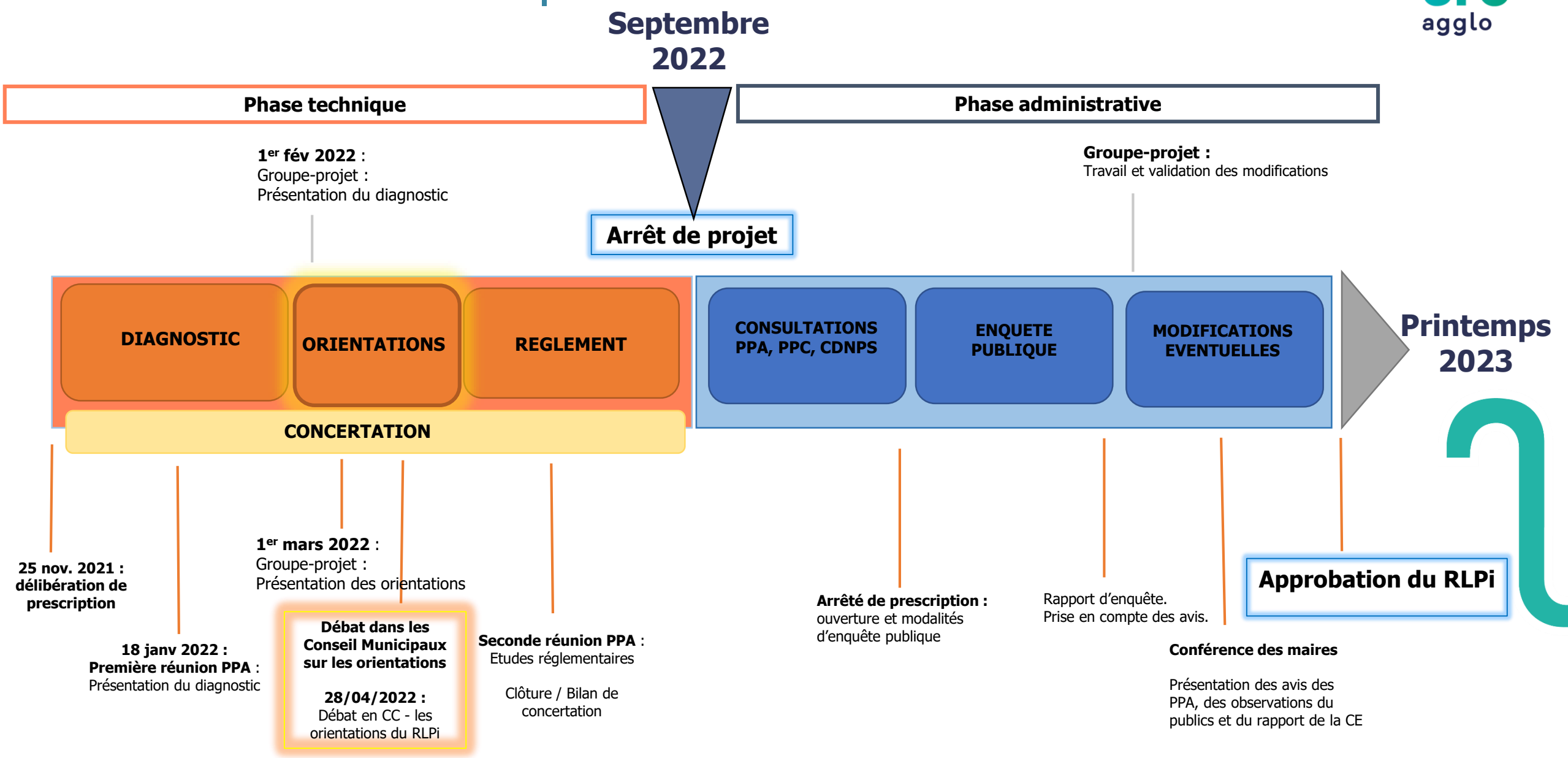
- Le service planification de l'Agglomération
- Chargée de mission RLPi : Emilia Lasseur
- Anime la démarche

Conférence des maires :

- Réunie aux grandes étapes du RLPi : présentation et échange sur l'avancement
- Examine, après enquête publique du RLPi les avis joints au dossier d'enquête publique, les observations du public et le rapport du commissaire enquêteur (L.153-21 du CU).

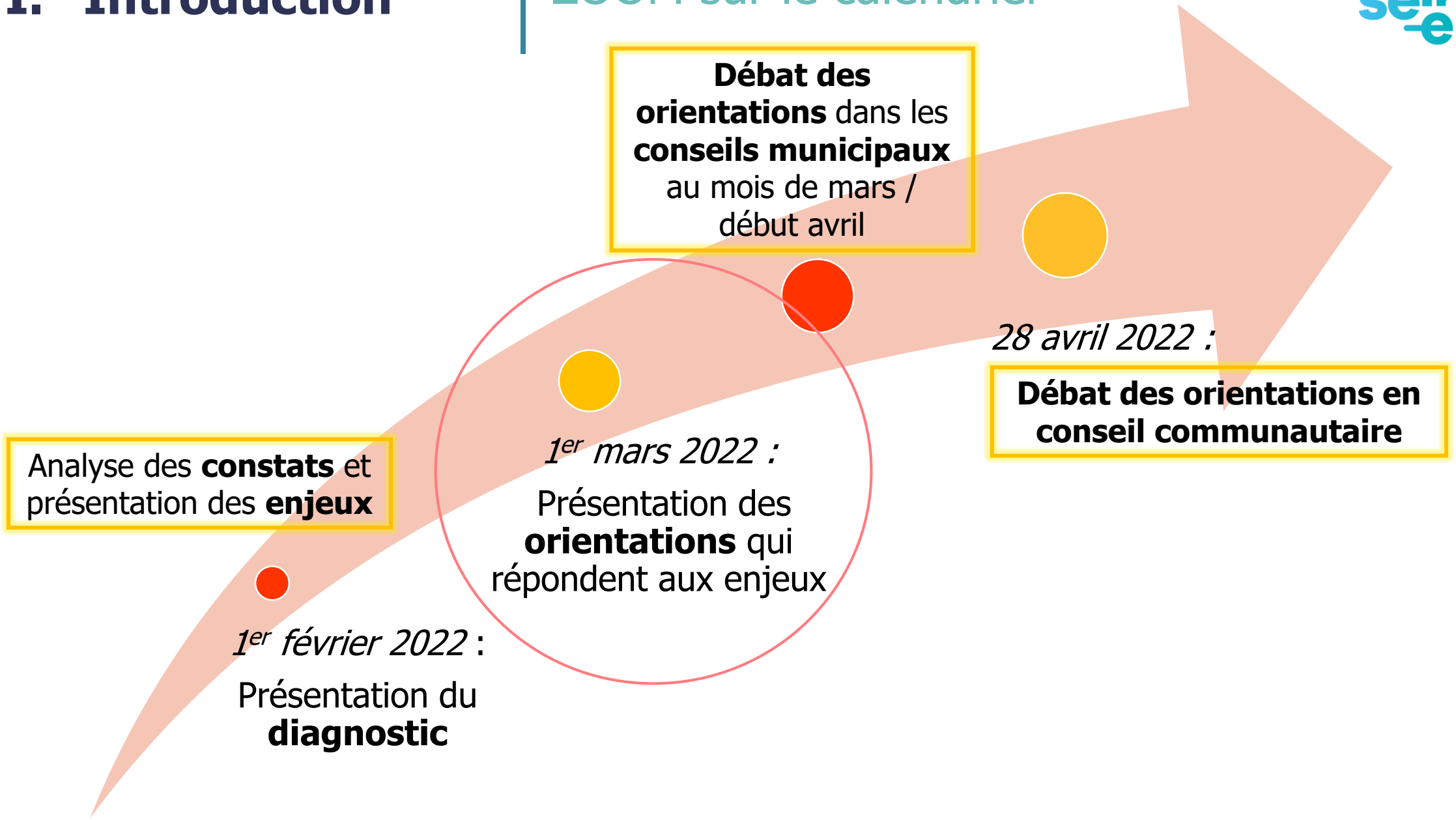
I. Introduction

Calendrier



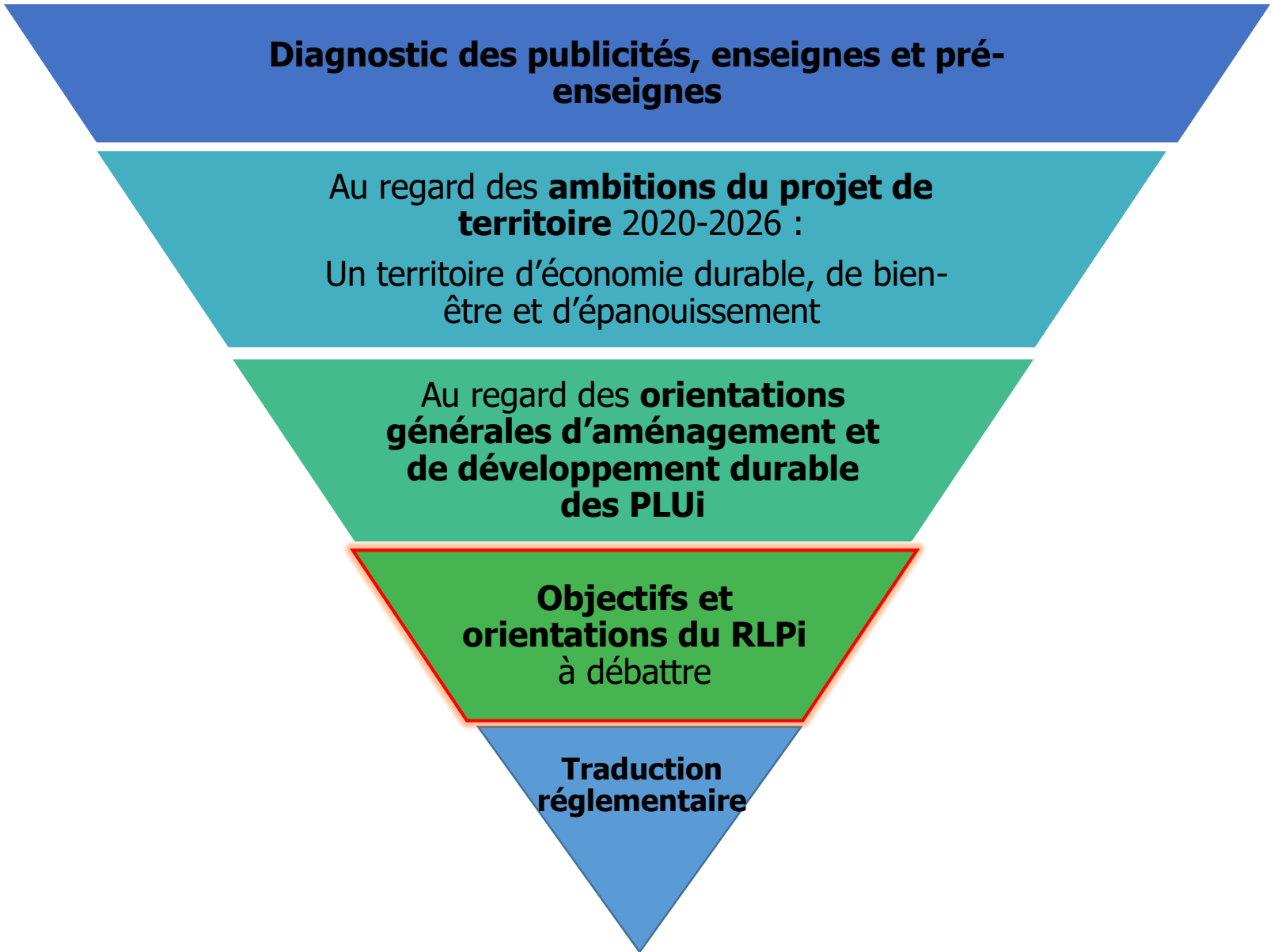
I. Introduction

ZOOM sur le calendrier



I. Introduction

Des orientations par ricochet aux projets territoriaux



Permet de ressortir les **forces/faiblesses** existants et les **enjeux**

Le RLPi, une action qui **assurera le bien-être** et la **qualité de vie** de la population

Reprise du PADD de chaque PLUi

→ Le RLPi **s'inscrit dans les projets urbains** du territoire

Des orientations qui **répondent aux constats et enjeux identifiés**

Traduction des orientations en règles, accompagnées de plans de zonage

II.

Les CONSTATS et les ENJEUX issus du diagnostic

II. Constats / Enjeux

Le diagnostic des **PUBLICITÉS ET DES PRÉ-ENSEIGNES**

Constats	Enjeux
Plus de la moitié des dispositifs existants sont **en infraction** avec le règlement national	La suppression / la **mise en conformité** des dispositifs existants avec la réglementation intercommunale future
La présence de la publicité dans les **secteurs paysagers protégés** (sites classés, zones classées Natura 2000) est quasi nulle.	Préserver la **qualité des grands paysages, des espaces agricoles et naturels** Maintenir la **protection des espaces verts de tourisme et de loisirs** (parcs, voies vertes)
En **centre ville/village**, est privilégié l'utilisation de mobilier urbain, gage de meilleure insertion paysagère (affichage réduit à 2m²)	**Préserver de l'affichage publicitaire les cœurs de vie** (urbains, patrimoniaux)
Les **entrées d'agglomération et le long des grandes voies** de circulation sont des secteurs à fort intérêt d'affichage.	**Maîtriser l'image du territoire** : Veiller à la qualité des entrées de ville / villages en encadrant l'implantation publicitaire sur les axes majeurs.
Certaines **zones d'activités**, notamment commerciales sont davantage marquées par la publicité et la pré-enseigne.	Assurer un **cadre de vie de qualité** pour les habitants limitrophes à une zone d'activité, sans contraindre l'activité des entreprises

II. Constats / Enjeux | Le diagnostic DES ENSEIGNES

<table>
<tr><th></th><th>Forces</th><th>Faiblesses</th><th>Enjeux</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Cœurs de villes / villages</td><td>✓ Efforts recherchés dans l'harmonisation et l'intégration architecturale</td><td>× Enseignes démesurées, en surnombre ou mal positionnées</td><td rowspan="3">➢ Maintenir la qualité architecturale du bâti situé en sites protégés

➢ Préserver la diversité commerciale des centres et leur attractivité

➢ Contribuer à l'économie d'énergie et réduire la pollution lumineuse (prise en compte de la trame noire)

➢ Aux abords et dans les zones d'activités :

• Contribuer au développement des entreprises en garantissant leur visibilité

• Améliorer la qualité du cadre de vie des résidents limitrophes

➢ Préserver le paysage des entrées de villes et des portes d'entrée du territoire (espaces vitrines)</td></tr>
<tr><td>✓ Absence d'enseigne en toiture</td><td>× Enseignes lumineuses mal intégrées et/ou trop éblouissantes</td></tr>
<tr><td>Zones d'activités
-
Voies pénétrantes (grands axes)</td><td>✓ Efforts sur la qualité de traitement des enseignes en façade

(généralement adaptées au bâti et au besoin de communication)</td><td>× Enseignes au sol de format et de densité trop impactant</td></tr>
</table>

III. Les ORIENTATIONS

III. Les orientations | La traduction des volontés politiques

- Le territoire de l'Agglomération conjugue **dynamisme et attractivité dans un cadre de vie de haute qualité**.

- Le RLPi a pour objectif de **traduire les ambitions territoriales** qui font la force de l'Agglomération :
  - Conserver la qualité du cadre de vie urbain et rural,
  - Maintenir une économie durable.

5 grandes orientations :

1. **Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale**
2. **Promouvoir le développement économique durable du territoire**
3. **Protéger les noyaux historiques, l'ambiance des cœurs de vie et quartiers résidentiels pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs**
4. **Maîtriser l'image du territoire et son attractivité à travers ses espaces vitrines**
5. **S'engager dans une démarche de sobriété énergétique et lutter contre la pollution lumineuse**

III. Les orientations | Trois grands espaces

Les grands paysages

Les espaces du quotidien

Les infrastructures de déplacement et les zones d'activités

III. Les orientations

5 orientations générales déclinées en 3 grands espaces

O1 - Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale

- O1.1 - Mettre en valeurs les grands paysages et les vues emblématiques du territoire
- O1.2 - Maintenir et conforter les continuités écologiques (prise en compte de la trame verte, bleue et noire)
- O1.3 - Conserver la qualité paysagère lors de projets d'aménagement durable de tourisme et de loisirs.

O2 - Promouvoir le développement économique durable du territoire

- O2.1 – Soutenir l'activité locale et permettre son évolution
- O2.2 - Accompagner le dynamisme touristique, gage d'attractivité territoriale
- O2.3 - Assouvir la communication des commerçants
- O2.4 - Améliorer la lecture de l'organisation des zones d'activités et la lisibilité des entreprises

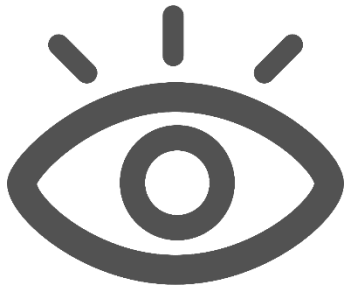
O3 - Protéger les noyaux historiques, l'ambiance des cœurs de vie et quartiers résidentiels pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs

- O3.1 - Protéger les secteurs patrimoniaux de la publicité
- O3.2 - Encadrer les dispositifs d'affichage dans les centres-villes et centres-bourgs
- O3.3 - Respecter l'ambiance apaisée des quartiers résidentiels et pérenniser leurs aménités environnementales

III. Les orientations

5 orientations générales déclinées en 3 grands espaces

O4 - Maîtriser l'image du territoire et son attractivité à travers ses espaces vitrines
O4.1 - Apaiser l'image des zones d'activités pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants limitrophes
O4.2 - Veiller à la qualité de l'affichage publicitaire situé au niveau des portes d'entrée du territoire
O4.3 - Mettre en valeur les entrées de villes et villages (interfaces villes / campagnes)
O4.4 - Lutter contre la banalisation paysagère et l'accumulation des dispositifs le longs des principaux axes routiers



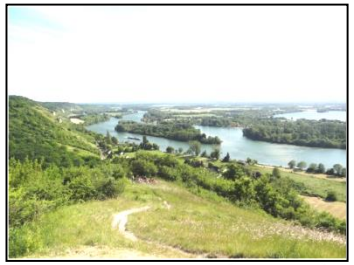
O5 (thématique) - S'engager dans une démarche de sobriété énergétique et lutter contre la pollution lumineuse
O5.1 – Limiter le besoin d'une énergie pour une croissance verte (réduction de la consommation énergétique)
O5.2 – Développer un environnement sain pour la santé et le bien-être des habitants et de la biodiversité

III. 1. Le grand paysage

Espaces naturels
Cônes de vues
Espaces de tourisme

➢ O1 - Préserver la qualité des paysages naturels et de sensibilité environnementale :

- ✓ Valoriser les vallées de Seine, de l'Eure, de l'Iton et de l'Oison, les coteaux calcaires et les terrasses alluviales de la Seine, la forêt de Bord et tout autre massif forestier.
- ✓ Préserver les vues emblématiques du territoires (panoramas).
- ✓ Maintenir et conforter les continuités écologiques (trame verte, bleue et noire).
- ✓ Conserver la qualité paysagère lors de projets d'aménagement durable de tourisme et de loisirs.



➢ **Vers quelle traduction règlementaire ?**

- **Interdire** la publicité dans les espaces paysagers identifiés
- **Étendre l'interdiction** aux zones naturelles situées en agglomération (zones Ah et Nh des PLU)

III. 1. Le grand paysage

Espaces naturels
Cônes de vues
Espaces de tourisme

➢ O2 - Promouvoir le développement économique durable du territoire :

✓ **Maintenir une activité locale** performante sur le territoire et permettre son évolution :

Comment ? En favorisant le développement des points de vente directe à la ferme, le RLPi viendrait assurer leur signalisation, tout en veillant au respect des paysages agricoles.

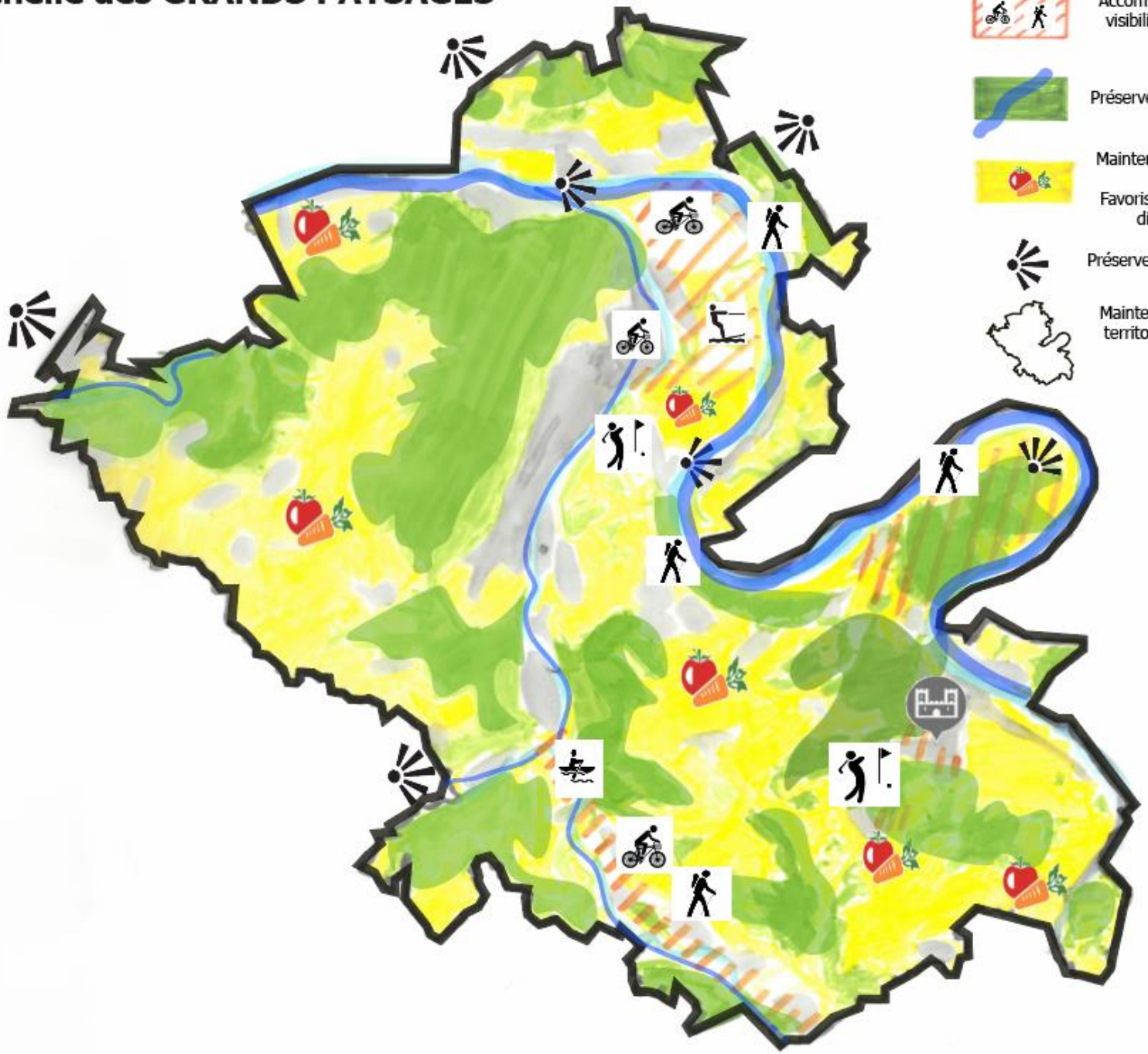
✓ **Accompagner le dynamisme touristique :**

Comment ? En assurant la visibilité des activités touristiques, tout en veillant au respect des ambiances paysagères dans les espaces de quiétudes et de loisirs : parcs, jardins et voies vertes.

➢ Vers quelle traduction réglementaire ?

- **Encadrer les dispositifs** de **vente de produits locaux du terroirs et d'activités touristiques et culturelles** situés hors agglomération : *localisation, format.*
- Des dispositifs **harmonisés** avec un **matériel de qualité.**

L'échelle des GRANDS PAYSAGES



Accompagner le **dynamisme touristique :** Assurer la visibilité des activités de loisirs tout en préservant les espaces paysagers.

Préserver la qualité des **espaces naturels et forestiers**

Maintenir une **activité agricole locale** performante sur le territoire et permettre son évolution :
Favoriser le développement des points de ventes de vente directe à la ferme en assurant leur signalisation.

Préserver les **vues emblèmatiques** du territoire

Maintenir et conforter les **continuité écologiques** du territoire (prise en compte de la trame verte, bleue et noire)

seine eure agglo

III.2. Les espaces du quotidien

Les secteurs patrimoniaux et cœurs de villes

Les zones résidentielles et villages

➢ **O3 – Protéger les noyaux historiques, l'ambiance des cœurs de vie et quartiers résidentiels pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants et visiteurs**

➢ **Protéger le patrimoine bâti et ses abords**, et notamment les axes de vues en direction des bâtiments (perspectives dégagées)

- ✓ Veiller à la bonne intégration architecturale et harmonieuse des enseignes en façades
- ✓ Tout en répondant aux besoins de communication des commerçants

➢ **Vers quelle traduction réglementaire ?**

- **Interdire la publicité murale** pour préserver et valoriser les façades.
- **Interdire certains dispositifs au sol** pour limiter l'encombrement des rues.
- **Autoriser uniquement la publicité sur mobilier urbain** (format d'affichage limité à 2m²) -> respect de la scénographie et de la morphologie des rues centrales.
- **Limiter la surface et la densité** de l'enseigne en façade.
- **Encadrer la source lumineuse de l'enseigne** pour une meilleure intégration au bâti, et **interdire les dispositifs numériques.**

III.2. Les espaces du quotidien

Les secteurs patrimoniaux et cœurs de villes

Les zones résidentielles et villages

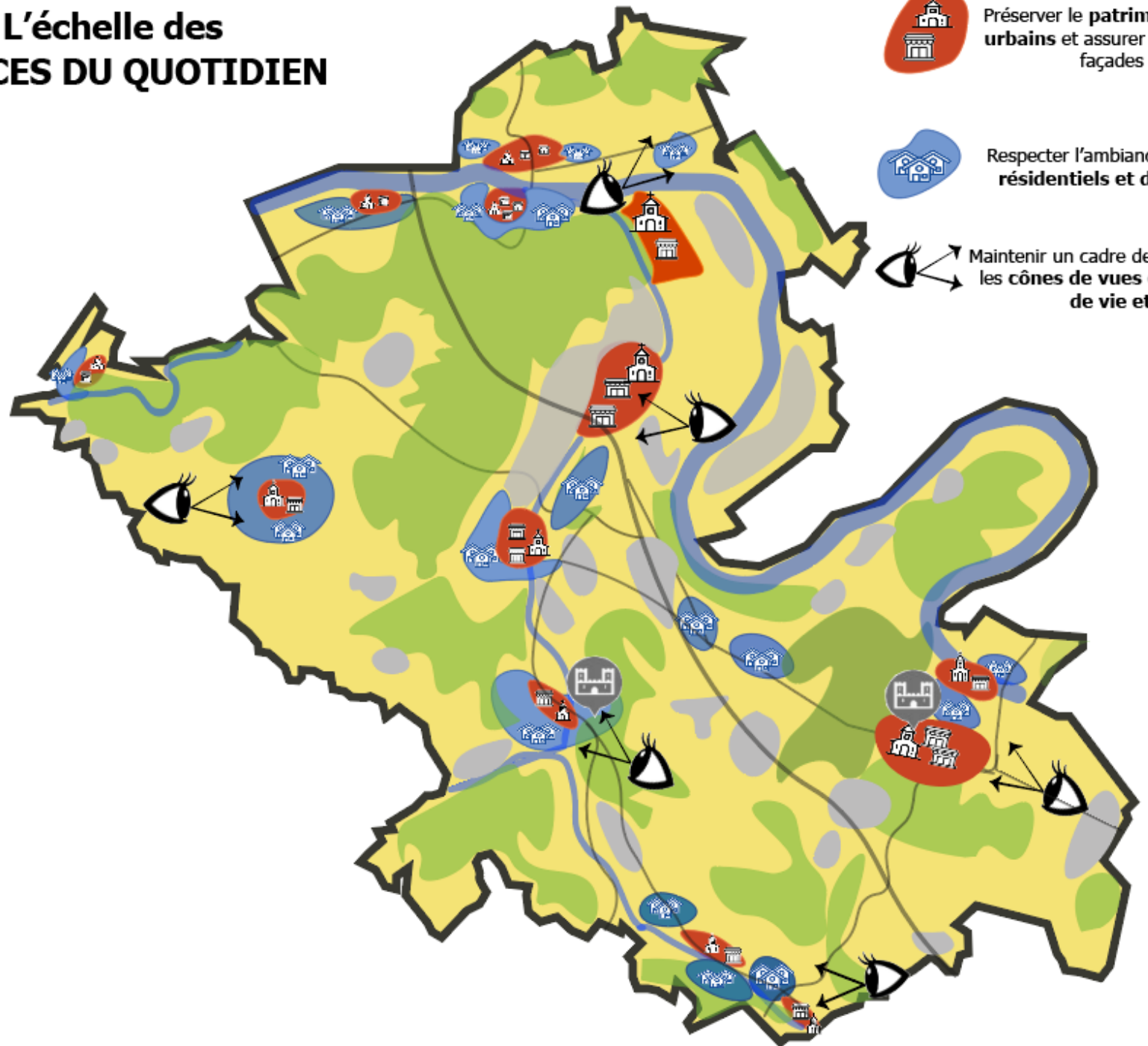
➢ **Respecter l'ambiance apaisée des quartiers résidentiels et des cœurs de village et pérenniser les aménités environnementales.**

Espaces bâtis à vocation dominante d'habitat qui ne correspondent ni à des cœurs de ville, ni à des zones d'activités.
Ces espaces peuvent être ponctués de commerces et d'équipements, localisées en entrée de ville/village, à proximité d'éléments patrimoniaux et naturels et où la circulation y est plutôt modérée.

➢ **Vers quelle traduction réglementaire ?**

- Création d'une **zone unique** pour une volonté de cohérence de ces espaces d'habitation et de quiétude.
- **Limiter les supports publicitaires de meilleure insertion** : uniquement des dispositifs muraux de format / densité limités et un affichage sur mobilier urbain dans une limite de 2m².
- **Interdire la publicité numérique**

L'échelle des ESPACES DU QUOTIDIEN



Préserver le **patrimoine bâti et les noyaux urbains** et assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales

Respecter l'ambiance apaisée des **quartiers résidentiels et des coeurs de villages**

Maintenir un cadre de vie de qualité en préservant les **cônes de vues en direction des espaces de vie et du patrimoine**

seine eure agglo

III.3. Les grandes infrastructures – **Espaces vitrines**

Les zones d'activités

Les axes routiers structurants

Les entrées de ville et d'agglomération

➢ O4 - Maîtriser l'image du territoire et son attractivité à travers ses espaces vitrines

- ✓ Apaiser **l'image des zones d'activités** pour améliorer la qualité du cadre de vie des habitants limitrophes
- ✓ Une vigilance particulière quant à l'affichage publicitaire au niveau des **entrées du territoire** doit être apportée
- ✓ Préserver le paysage de part et d'autre des voiries identifiées comme **entrées de ville** d'intérêt

- ○ Un affichage en cohérence avec le grand paysage (toile de fond), avec l'ambiance du tissus urbain traversé et les besoins économiques.

  ↳ Les **interfaces campagne/ville** : espaces stratégiques de communication publicitaire pouvant altérer l'image de la ville.

➢ Vers quelle traduction réglementaire ?

- **Encadrer différemment les tronçons** traversant les agglomérations de -/+ 10 000 habitants (besoins différents en termes d'affichage)
- **Dé-densifier l'affichage et réduire les formats** des supports pour lutter contre l'accumulation et le désordre visuel

III.3. Les grandes infrastructures – **Espaces vitrines**

L'axe structurant Louviers / Val-de-Reuil

- ✓ Les orientations du RLPi doivent **traduire les ambitions du projet Seine-Eure Avenue**.
- ✓ La colonne vertébrale **reflétant l'image de l'Agglomération**, réunissant zones résidentielles et zones économiques.
- ✓ Le projet du BHNS renforcera l'audience.

Le RLPi devra adapter les dispositifs d'affichage aux nouvelles pratiques de mobilités et de composition urbaine et paysagère.

➢ **Vers quelle traduction réglementaire ?**

- **Établir un zonage spécifique suivant les portions de l'axe** : être **en cohérence** avec les **différentes ambiances urbaines** traversées.

III.3. Les grandes infrastructures – **Espaces vitrines**

Les zones d'activités

Les axes routiers structurants

Les entrées de ville

➢ O2 - Promouvoir le développement économique durable du territoire :

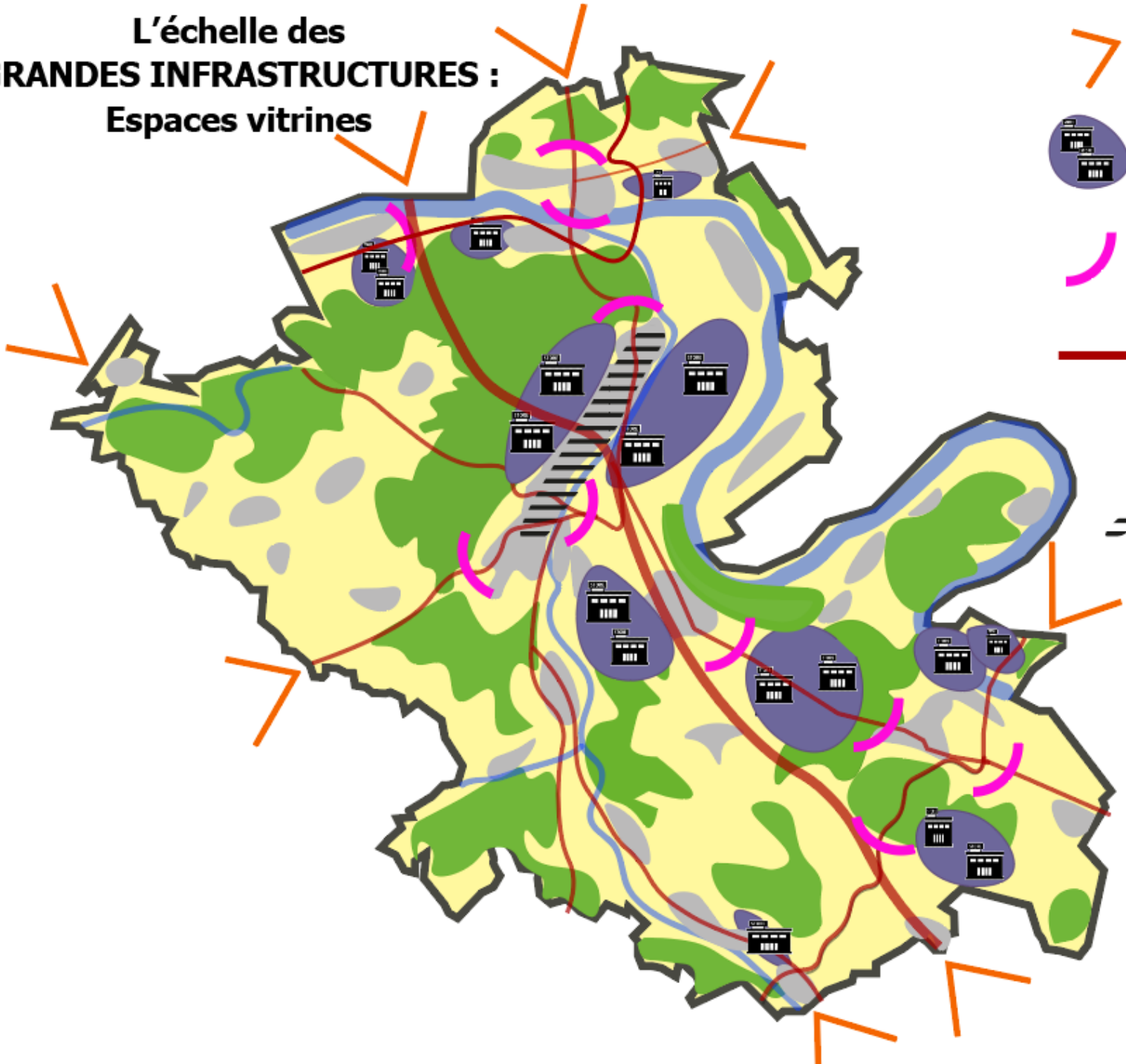
- ✓ Améliorer la lecture de l'organisation des zones d'activités et **assurer la visibilité des entreprises**
- ✓ Tendre vers davantage de qualité dans les pratiques d'affichage, parfois peu valorisantes dans ces espaces.

➢ Vers quelle traduction réglementaire ?

- Création d'une **zone unique pour les Z.A économiques et commerciales.**
- **Des dispositions plus souples** au regard des besoins plus importants en matière d'enseignes, de publicité et de pré-enseignes.
- **Encadrer la densité** pour maîtriser le cumul des dispositifs :

Autoriser la publicité numérique (sous conditions) : solution alternative à la multiplication des supports.

L'échelle des GRANDES INFRASTRUCTURES : Espaces vitrines



Veiller à la qualité de l'affichage publicitaire aux **portes d'entrée du territoire**

Apaiser l'image des **zones d'activités** tout en assurant la visibilité des entreprises

Préserver la qualité des **entrées de villes :** offrir un apaisement visuel et des perceptions recentrées sur le paysage bâti et naturel

Lutter contre la banalisation paysagère et l'accumulation des dispositifs le longs des **principaux axes routiers**

L'axe structurant - Seine Eure Avenue, nécessitant un traitement spécifique

seine eure agglo

III.4. La pollution lumineuse

Orientation thématique

➢ O5 - S'engager dans une démarche de sobriété énergétique plus large et lutter contre la pollution lumineuse

- ✓ Limiter le besoin en énergie pour une croissance verte (réduction des consommations énergétiques)
- ✓ Développer un environnement sains pour la santé et le bien-être des habitants et de la biodiversité (trame noire)

↳ Depuis la **loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021** : sont des enseignes lumineuses tout dispositif installé à l'extérieur du commerce (sur son assiette foncière) et situé à l'intérieur des vitrines

➢ Vers quelle traduction réglementaire ?

- **Acter une plage horaire d'extinction nocturne plus élargie** que la règlementation nationale, pour la publicité et les enseignes lumineuses
- **Encadrer la puissance lumineuse** (intensité à adapter suivant l'ensoleillement)
- **Limiter les dispositifs de publicité lumineuse** (dont numérique) à certaines zones

IV. Conclusion

La suite de la procédure

Traduction règlementaire

Zonage

Règlement écrit

- **Concertation publique** (registre de concertation à disposition dans les mairies)
- **Réunions de travail internes**
- **Réunions de travail communales** et **infra-territoires**
- **Temps de concertation** avec les **commerçants, associations et afficheurs**

Septembre 2022 :

Arrêt du projet

Procédure administrative

- Formalisation du dossier RLPi
- Consultation des Personnes Publiques Associées (PPA)
- Enquête publique
- Ajustement du dossier

Printemps 2023 :

Approbation du RLPi par le Conseil Communautaire

Débat sur les orientation du RLPi

- **La parole est à vous …**

➢ Les orientations définies répondent-elles selon vous aux enjeux identifiés suite à l'analyse du diagnostic ?

➢ Souhaitez-vous apporter des éléments complémentaires pour enrichir le contenu du débat ?

Merci de votre attention