

Le règlement local de publicité intercommunal

Comité territorial 31 mars 2016



1) Bilan des rencontres avec les communes

Novembre 2015 - janvier 2016



- 19 communes rencontrées
- □ Une volonté unanime de protéger le cadre de vie
- □ La qualité du cadre de vie, caractéristique majeure de plusieurs communes
- □ Une sensibilité à la cohérence territoriale (grands axes structurants, zones intercommunales, typologies)
- □ L'absence de publicité en deuxième couronne appréciée
- □ Un souhait de protection très forte des cœurs identitaires de villes. (voir au cas par cas)
- Un souhait de protection importante des secteurs résidentiels
- Une défiance vis-à-vis du numérique



- Maintien des acquis des règlements existants
- Actualisation des zonages
- □ Liberté de mise en place des mobiliers urbains et de la signalétique
- □ Pouvoir de police du maire = réactivité
- Questionnement sur l'évolution de la TLPE



2) Orientations



Les orientations sont fixées sur la base :

- du diagnostic
- des objectifs fixés par le conseil communautaire
- □ des vœux des communes



Les orientations doivent être débattues au sein de chaque conseil municipal avant l'été 2016



La valorisation du paysage, des entrées de ville et d'agglomération où se concentre l'affichage publicitaire

Orientations

Adapter les publicités aux lieux environnants en les harmonisant selon les typologies de lieux

Prendre en considération les vues remarquables

Mieux encadrer les publicités aux entrées de l'agglomération

Limiter les enseignes dans les zones commerciales















Vues remarquables









Orientations



La préservation du patrimoine ; en particulier, la maitrise de l'affichage publicitaire constitue un axe essentiel du plan de gestion du dossier du vignoble des Climats de Bourgogne, inscrit au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco depuis juillet 2015

Interdire les publicités ou minimiser leur présence dans le périmètre des monuments historiques, dans le secteur sauvegardé et les AVAP

Interdire les publicités ou minimiser leur présence

- dans les centres anciens des communes
- dans ou sur les éléments de patrimoine identifiés au PLU
- dans le patrimoine végétal protégé aux PLU
- dans le vignoble et dans les cônes de vue qui le concernent

Edicter des règles qualitatives et quantitatives pour les enseignes dans les zones sensibles

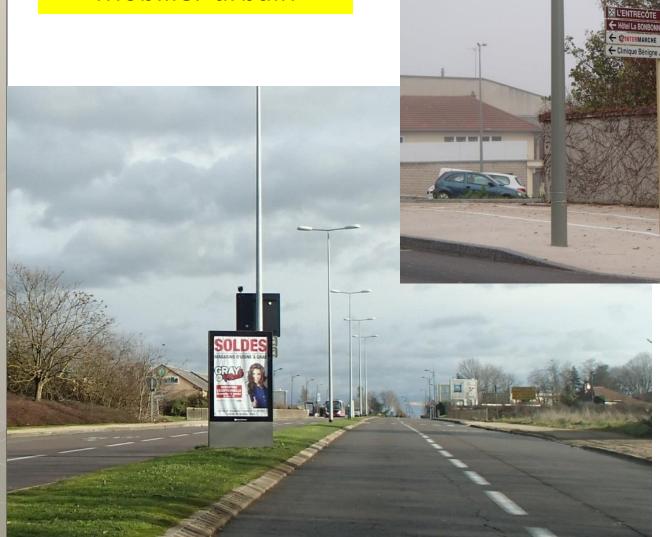








Mobilier urbain







Orientations



La nécessité d'intégrer les transformations du paysage urbain résultant de la mise en œuvre du tramway et des nombreux projets de renouvellement urbain ou de requalification des espaces publics Adopter des règles particulières pour les publicités et les enseignes sur le parcours du tramway

Inscrire chaque secteur de l'agglomération dans des zones de publicité en tenant compte des projets urbains en cours ou réalisés récemment







Plus largement, la mise en cohérence de la réglementation avec les projets de développement urbain des communes, à vocation de développement économique, d'habitat ou d'équipement

Orientations

Donner une cohérence aux publicités et aux enseignes dans les zones économiques en cours de création ou d'évolution suivant leur nature

Conserver et renforcer le caractère paisible des secteurs résidentiels suivant leur nature (faubourg, mixte ou pavillonnaire)

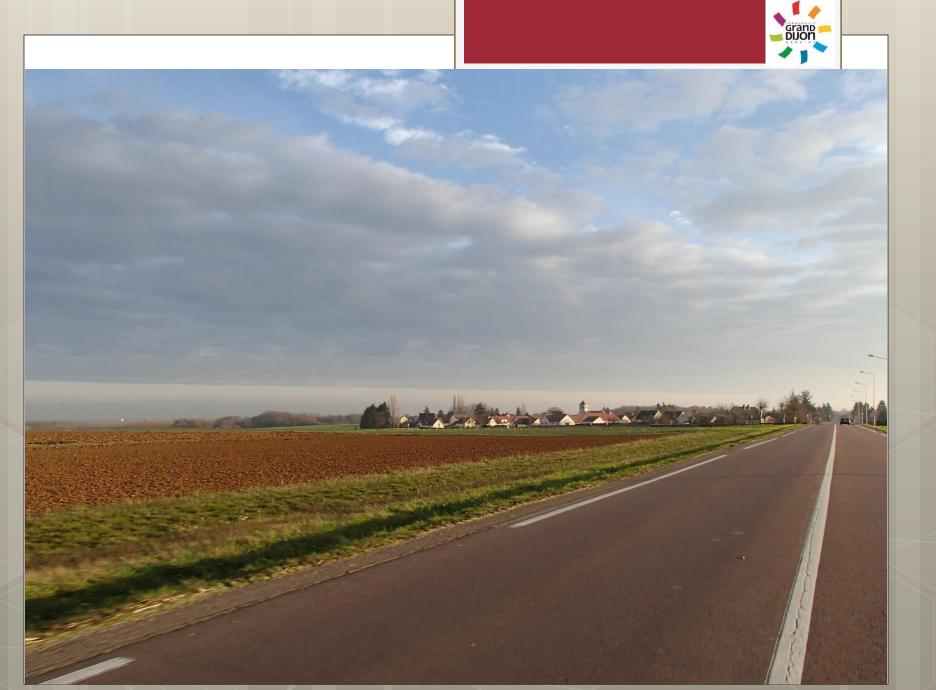


Saint-Apollinaire











La traduction de la politique environnementale impulsée par le Grand Dijon visant à favoriser la qualité du cadre de vie et les économies d'énergie, y compris en matière d'enseignes lumineuses et d'affichage numérique

Orientations

Améliorer et harmoniser la qualité du matériel (publicités et enseignes) et leur insertion dans l'architecture ou les paysages

Déterminer la plage d'extinction nocturne des publicités et enseignes

Maîtriser les publicités et enseignes numériques















3) La traduction réglementaire



Un projet de règlement

- 1) Des règles générales sur la qualité des matériels et des implantations
 - 2) Un zonage, 4 grandes typologies:
 - Zones de patrimoine
 - Secteurs résidentiels ou projets urbains
 - Grands axes
 - Zones commerciales