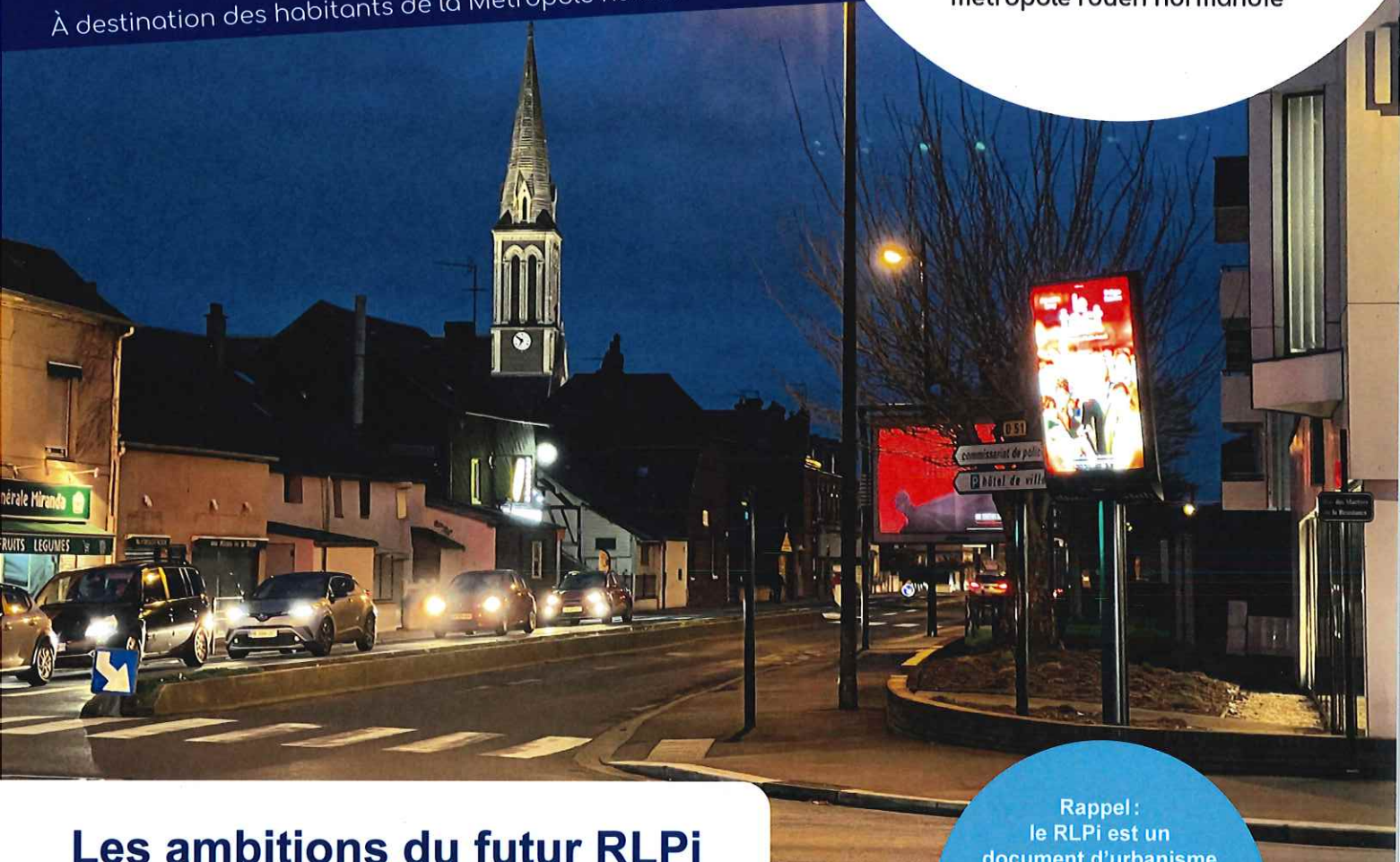


LETTRE D'INFO ³

À destination des habitants de la Métropole Rouen Normandie



Les ambitions du futur RLPi se précisent !

En 2020, la Métropole engageait l'élaboration de son RLPi. 2021 a été consacré à l'élaboration des diagnostics publicitaire et urbain. En 2022, les enjeux et les orientations du RLPi se concrétisent

Les constats tirés du diagnostic urbain et paysager, croisé avec le diagnostic publicitaire ont permis de révéler les enjeux du territoire (c'est-à-dire « ce qui est en jeu, ce qu'on a à gagner ou à perdre si on ne faisait rien »). Sur ces bases, la Métropole a défini les grandes orientations pour la préservation du cadre de vie, et a établi son projet de territoire en matière de publicité et d'enseignes. Ces orientations vont servir de cadre à l'établissement des règles auxquelles les publicités, pré-enseignes et enseignes devront se conformer.

Cette étape clef aboutira au cours du 1^{er} semestre 2022 avec tout d'abord un débat en conseil métropolitain, courant mai, puis des débats qui permettront d'arrêter les orientations définitives du futur RLPi dans les 71 conseils municipaux.

Ne manquez pas la présentation de ces orientations lors des prochaines réunions publiques, les 9 et 11 mai 2022 ! Toutes les informations sur la concertation du grand public sont à retrouver à la fin de cette lettre.

Rappel :
le RLPi est un document d'urbanisme qui va permettre de réglementer l'affichage extérieur, principalement les panneaux publicitaires et les enseignes.

LES GRANDS ENJEUX DU RLPI



préservation de la qualité et de la diversité des paysages



création de conditions favorables à la biodiversité et la sobriété énergétique



respect de la qualité du cadre de vie du quotidien



maintien et renforcement de l'attractivité du territoire



soutien au dynamisme économique local

5 ORIENTATIONS GÉNÉRALES faisant écho aux caractéristiques et à l'organisation du territoire

DEUX ORIENTATIONS SECTORIELLES

● traduisant la volonté de prendre en compte la diversité des espaces supports de nos pratiques quotidiennes

ESPACES D'INTERFACE ET INFRASTRUCTURES DE DÉPLACEMENT

Valoriser les espaces d'interface et des infrastructures de déplacement

QUALITÉ ET ADAPTATION AU CONTEXTE

Prendre en compte et s'adapter à la variété des contextes et ambiances

DEUX ORIENTATIONS THÉMATIQUES

● traduisant la force des enjeux paysagers et environnementaux

ENVIRONNEMENT ÉNERGIE

Œuvrer pour la sobriété énergétique et la préservation de la biodiversité

PAYSAGES ET PATRIMOINES NATURELS / BÂTIS

Préserver la qualité, la diversité et les identités paysagères et patrimoniales

CADRE URBAIN DU QUOTIDIEN

Maintenir et restaurer un cadre de vie apaisé, intégrant les besoins de visibilité des activités économiques

UNE ORIENTATION TRANSVERSALE

● traduisant la volonté d'atteindre un niveau élevé de qualité et la recherche constante d'une cohérence de l'affichage avec la variété des contextes d'implantation

L'AFFICHAGE LUMINEUX, ON EN PARLE

La perception de l'affichage lumineux au cœur d'un espace urbain et d'une zone commerciale: deux nouvelles balades ont été organisées le mercredi 23 février à Grand-Quevilly et Maromme autour des impacts de l'affichage lumineux. Rendez-vous avait été donné à 18h afin de mettre en avant la luminosité des dispositifs rencontrés. Une dizaine d'habitants, d'élus, de représentants associatifs, et d'afficheurs ont répondu présents.

Synthèse des échanges



Les sources lumineuses que l'on retrouve fréquemment dans les villes, sont présentes sous des formes variées : publicité extérieure, devantures commerciales et enseignes, locaux de bureaux, éclairage public, mobilier urbain...



Des dispositifs non publicitaires lumineux génèrent également des impacts visuels significatifs : des panneaux numériques installés en entrée de ville, diffusent uniquement des informations locales (actualités communales et métropolitaines, divers événements notamment culturels et récréatifs, ...) et fonctionnent actuellement 24h/24.



Le mobilier urbain est utile pour la diffusion des informations locales et municipales, mais avantage souvent la publicité en lui offrant les faces les plus visibles.

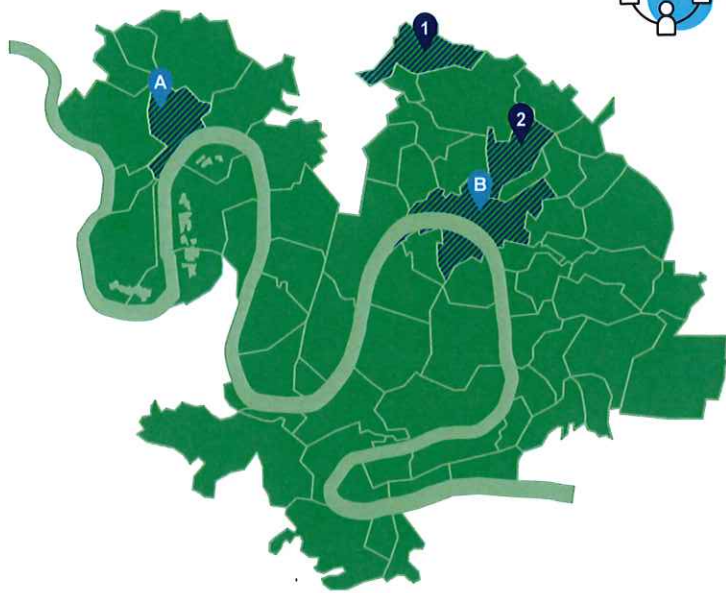


Certains des espaces commerciaux traversés sont actuellement préservés de la publicité et renvoient une image plus qualitative.



Les axes structurants, supports de flux automobiles importants, sont soumis à une pression publicitaire très importante; la publicité lumineuse se confronte directement aux dispositifs de signalisation routière.

LA CONCERTATION TOUJOURS AU CŒUR DU PROJET



RÉUNIONS PUBLIQUES

**lundi 9 mai 2022
à 19h**

1 Malaunay
Salle du Conseil,
en mairie
Place de la laïcité

**mercredi 11 mai
2022 à 19h**

2 Bois-Guillaume
Salle Schumann
328 rue du
Général de Gaulle



Les grandes
orientations
de votre futur
RLPi



BALADES

lundi 9 mai à 14h

A Duclair
Publicité et enseignes
dans une commune
du Parc Naturel

B Rouen
Publicités et enseignes
dans un centre-ville
historique



**Inscription
sur le site internet**

Je Participe

ou par mail

rlpi@metropole-rouen-normandie.fr

LA CONCERTATION SE POURSUIT

Les outils à votre disposition



Registres à
disposition dans
les 71 Mairies
+ siège MRN



Site internet
et plateforme
Je Participe



Articles
MAG



Balades
métropolitaines
n°3



2^e session
de réunions
publiques
et panneaux n°2



Lettres
d'information +
panneau n°2



3^e session
de réunions
publiques
et panneaux n°3



SUIVEZ-NOUS!

[@MetropoleRouenN](https://twitter.com/MetropoleRouenN)
[f Métropole Rouen Normandie](https://www.facebook.com/MetropoleRouenNormandie)

UNE QUESTION ?

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



métropole
ROUENNORMANDIE