

QUELS ENJEUX POUR LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI) DU TERRITOIRE MARSEILLE PROVENCE ?

400 KM de relevés publicitaires
18 communes

CHIFFRES CLÉS

2 490 SUPPORTS

29 539 M² CUMULÉS

Etat des lieux des publicités et pré-enseignes

Des secteurs à forte densité publicitaire



- ▶ L'emprise visuelle marque fortement l'espace urbain et impacte sa perception
- ▶ Les entrées de ville montrent 1ère image peu qualitative du territoire
- ▶ Le trop grand nombre d'informations publicitaires entraîne une perte de lisibilité

Des secteurs présentant ponctuellement de l'affichage (densité modérée)

- ▶ Des emprises parfois non adaptées au contexte urbain dans des villes telles que Marseille ou Toulon.



Des secteurs encore globalement préservés de l'affichage publicitaire

- ▶ Communes littorales et/ou touristiques
- ▶ Secteurs à forte valeur paysagère ou patrimoniale (vue sur le grand paysage, centres historiques, anses)
- ▶ Accès vers les sites remarquables du territoire : massif Ste Baume, Calanques ...
- ▶ Gares / Aéroport : 1ère image perçue du territoire



État des lieux des enseignes

Les enseignes en secteurs à forte valeur paysagère ou patrimoniale

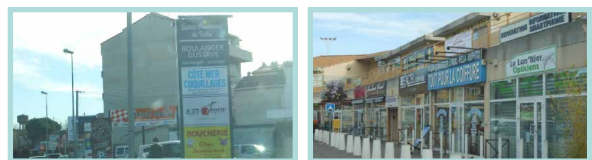
- ▶ Secteurs patrimoniaux
- ▶ Sites touristiques



- ▶ Ces secteurs à forte qualité architecturale peuvent être impactés par des dispositifs peu valorisants

Les autres façades commerciales

- ▶ Une diversité de dispositifs
- ▶ Existence d'enseignes mutualisées



- ▶ Le nombre important d'enseignes peut impacter la lisibilité des façades et/ou la qualité de l'environnement perçu
- ▶ Des enseignes de forme irrégulières sont scellées sur des supports au sol

Synthèse des enjeux relatifs à l'affichage publicitaire et aux enseignes sur le Territoire de Marseille-Provence

