

Le RLPi de Marseille Provence est conçu comme un véritable outil d'aménagement, participant au renforcement de l'attractivité du Territoire et à son dynamisme.

Il se décline en 4 grandes orientations qui répondent à des objectifs concrets du RLPi.

ORIENTATION 1. CONFORTER L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Préserver les richesses touristiques du territoire

Le Littoral méditerranéen est l'un des atouts majeurs du Territoire : richesses environnementales et paysagères d'exception sont à préserver.

Objectifs :

- Confirmer les interdictions de publicité au sein des sites inscrits du littoral.
- Préserver de l'affichage le reste des agglomérations littorales, en y limitant de façon significative la publicité.
- Préserver et valoriser les panoramas sur le littoral balnéaire de Marseille

ORIENTATION 2. VALORISER LES PAYSAGES PORTEURS DES IDENTITÉS LOCALES

Améliorer la mise en scène paysagère des principales entrées de ville et traversées urbaines du Territoire

Limiter l'emprise visuelle des affichages le long des grandes pénétrantes urbaines du Territoire

En plus de réduire la lisibilité des informations publicitaires, leur accumulation crée une première image négative du Territoire.

Objectifs :

- Limiter l'emprise visuelle des dispositifs tout en maintenant des possibilités d'affichage.
- Assurer une souplesse publicitaire sur les traversées de zones commerciales
- Limiter l'affichage publicitaire sur l'avenue du Prado et le boulevard Michelet.



Mettre en valeur les éléments remarquables du patrimoine

Préserver l'identité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine

Le Territoire Marseille Provence compte des centres-villes, des centres villageois, des noyaux villageois et des hameaux qui présentent un intérêt patrimonial singulier.

Objectifs :

- Améliorer l'intégration des enseignes
- Interdire toute publicité en dehors de l'affichage sur mobilier urbain et les dispositifs temporaires.



Préserver le patrimoine bâti et paysager

Le paysage naturel est un élément fondateur de l'identité du Territoire Marseille Provence : rivages, reliefs, crêtes...

Le patrimoine bâti se définit par les ensembles urbains à valeur architecturale, morphologique, culturelle ou identitaire.

Objectifs :

- Valoriser le patrimoine bâti remarquable
- Limiter l'emprise publicitaire sur les secteurs concernés par des cônes de vues remarquables.



ORIENTATION 3. AMÉLIORER LE CADRE DE VIE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Améliorer la qualité des paysages urbains ordinaires

Les quartiers urbains « ordinaires », mixtes ou à vocation plutôt résidentielle, sont des secteurs sur lesquels sont implantés ponctuellement des dispositifs très diversifiés (publicité, pré-enseignes, enseignes).

Objectifs :

- Améliorer l'intégration paysagère des enseignes.
- Limiter la publicité et l'adapter au contexte urbain, harmoniser les supports publicitaires utilisés (encadrements).



Préserver les espaces de nature en ville

Espaces de nature au cœur de la ville, les parcs présentent une valeur paysagère, sociale et écologique forte. Ils constituent des espaces de promenade et de détente en cœur urbain, où l'ambiance végétale est recherchée.

Objectifs :

- Interdire toute publicité dans les grands parcs urbains et espaces verts significatifs du Territoire, ainsi qu'aux abords ouverts du canal de Marseille et ses dérivations.

Limiter la pollution lumineuse des publicités et enseignes

L'éclairage publicitaire nocturne engendre des consommations énergétiques non négligeables qui participent aux émissions de gaz à effet de serre, perturbant également le cycle physiologique de certaines espèces animales.

Objectifs :

- Étendre les règles d'extinction nocturne à l'ensemble de l'intercommunalité.
- Encadrer l'affichage numérique sur certains secteurs à enjeu paysager ou patrimonial.

ORIENTATION 4. ASSURER LA LISIBILITÉ DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES ET CULTURELLES

Encadrer la densité des dispositifs pour une meilleure lisibilité de l'espace et des activités dans les zones commerciales et pôles commerciaux de proximité

Le Territoire Marseille Provence compte plusieurs grands pôles économiques et pôles commerciaux de proximité qui connaissent une certaine densité d'établissements. La lisibilité des activités et la qualité paysagère de ces zones jouent un rôle essentiel dans l'attractivité des entreprises locales.

Objectifs :

- Favoriser la mutualisation des enseignes et encadrer leur densité pour améliorer la lisibilité des activités.

Assurer la lisibilité des informations culturelles et institutionnelles

Outil de promotion culturelle, événementielle et institutionnelle, l'affichage sur mobilier urbain apparaît aujourd'hui essentiel en particulier dans les centres villes où la majorité des activités s'exercent.

Objectifs :

- Maintenir des possibilités d'affichage sur mobilier urbain sur l'ensemble des agglomérations.

