



Règlement local de publicité

Rapport de présentation

Février 2023

Introduction

Contexte législatif

De nombreuses législations se sont succédé afin de réglementer l'implantation de la publicité puis des enseignes dans un objectif initial de préservation de l'esthétique des lieux puis, plus généralement, de protection du cadre de vie.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétents en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi). Si l'EPCI n'est pas compétent en matière de documents d'urbanisme, le RLP est communal. C'est le cas à Tignieu-Jamezyieu.

Intérêt d'un RLP

Tenir compte du contexte local

Document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, le RLP répond à l'objectif d'adapter le RNP aux caractéristiques du territoire. Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi.

Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Tignieu-Jamezyieu n'est pas concernée par cette dernière disposition.

La caducité du RLP

Tignieu-Jamezyieu disposait d'un règlement de publicité communal. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, il est dit qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or le Code de l'environnement a imposé que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité. Autrement dit, les communes avaient jusqu'au 13 juillet 2020 pour adopter un RLP qui réponde aux exigences de la loi ENE, c'est-à-dire un RLP de deuxième génération. Le délai a été reporté de 6 mois en raison des mesures sanitaires liées à la pandémie COVID 19. Tignieu-Jamezyieu est donc soumise aux dispositions du RNP depuis le 13 janvier 2021.

Transférer le pouvoir de police

Par ailleurs, comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, lorsqu'il existe un règlement local de publicité, le maire est l'autorité de police au nom de la commune pour faire appliquer et respecter la réglementation de la publicité et des enseignes.

Le régime de l'instruction est donc le suivant :

- en l'absence de RLP, l'instruction des demandes d'autorisation préalable est confiée aux services de l'État. Les déclarations préalables sont également adressées aux services de l'Etat ;
- en présence d'un RLP, l'instruction appartient au maire qui agit au nom de la commune, permettant ainsi un meilleur contrôle de l'implantation des dispositifs sur le territoire communal.

La loi 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » a modifié les règles du pouvoir de police, qui sera exercé à compter du 1^{er} janvier 2024 selon le tableau ci-dessous :

| | |
|--|---|
| Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP | Le président de l'EPCI dans tous les cas |
| Commune de plus de 3 500 habitants n'appartenant pas à un EPCI | Le maire |
| Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP | Le président de l'EPCI |
| Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI qui n'est pas compétent en matière de PLU ou RLP | Le maire |

Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience. Plusieurs situations peuvent être identifiées :

- **dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2);**
- **dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;**
- **lorsque l'EPCI est déjà compétent au 1er janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1er juillet 2024. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience).**

Quant au président de l'EPCI, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposé(s) au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.

1. La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

1.1. Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLP est identique à celle d'un plan local d'urbanisme (PLU) (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

La délibération de prescription du RLP en date du 18 décembre 2020 a défini les objectifs poursuivis :

- *participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire, en luttant contre les nuisances visuelles et en réduisant les consommations énergétiques ;*
- *mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, et actualiser le document pour le mettre en adéquation avec les enjeux territoriaux de la commune ;*
- *agrandir la zone de l'ancien règlement devenu caduc avec l'intégration de la ZA des 4 Buissons, le centre village avec la route de Bourgoin, l'ensemble place du Dauphiné, à la totalité de la route de Crémieu, jusqu'en limite cadastrale de la commune ;*
- *assurer la qualité visuelle et paysagère des entrées de ville et des axes en limite d'agglomération ;*
- *aider à la réfection et à la requalification des zones d'activités et industrielles ;*
- *participer à l'amélioration des abords des centres commerciaux ;*
- *affiner et clarifier la réglementation des dispositifs publicitaires aux abords des équipements sportifs ;*
- *affiner et clarifier la réglementation pour les publicités, enseignes et préenseignes temporaires, ainsi que proposer la mise en place de structures spécifiques ;*
- *tenir compte de l'affichage libre et du mobilier urbain dans la future réglementation ;*
- *prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage, telles que les publicités, enseignes et préenseignes numériques ;*
- *maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et des préenseignes sur le territoire communal ;*
- *créer des indicateurs de suivi et d'évaluation de ce futur règlement.*

La même délibération a précisé les outils de concertation à mettre en œuvre pendant la phase d'études. Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- *une mise en ligne, sur le site internet de la commune du dossier, des informations sur l'avancée de la procédure, avec le recueil des mails sur l'adresse de la mairie permettant au public de formuler ses observations ;*
- *une mise à disposition du public d'un dossier et d'un registre à la mairie, où toute personne intéressée pourra émettre ses observations tout au long de la procédure ;*
- *l'organisation de groupe de travail avec les personnes concernées tout au long de la procédure de révision du RLP ;*
- *la possibilité aux habitants et aux personnes concernées d'énoncer leurs observations, pendant toute la durée de la concertation, à monsieur le maire, par voie postale (Mairie, BP1, Tignieu-Jamezyieu) .*

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Enfin, le projet de RLP est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

1.2. Les éléments constitutifs du RLP

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

1.2.1. Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de l'affichage publicitaire sur le territoire concerné. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, des RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux, c'est-à-dire les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

1.2.2. Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

1.2.3. Les annexes

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que l'arrêté municipal (ou les arrêtés municipaux) fixant les limites du territoire aggloméré de la commune et le document graphique les matérialisant.

2. Le champ d'application de la réglementation

L'article L.581-2 du Code de l'environnement précise les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

2.1 La publicité

Constitue une publicité « *toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention* » (art. L.581-3 du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Deux publicités

Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité, réglementés par le RNP suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de l'agglomération dans lesquels ils sont implantés.



Une publicité numérique

2.2 La préenseigne

Constitue une préenseigne « *toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* » (article L. 581-3 du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP(i) ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



Deux préenseignes

Le cas particulier des enseignes dérogatoires

Parmi les préenseignes, il existe une catégorie de préenseignes qualifiées de « dérogatoires » qui ne sont pas soumises aux mêmes règles que la publicité. Elles peuvent en particulier s'implanter hors agglomération, ce que ne peut pas faire la publicité.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que les activités suivantes :

- activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- activités culturelles ;
- monuments historiques (MH) classés ou inscrits ouverts à la visite.

- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du Code de l'environnement.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

- de format ;
- de distance par rapport à l'activité signalée ;
- de nombre.

| Activité signalée | Format | Nombre | Distance |
|------------------------------|--------------|--------|----------|
| Produits du terroir | 1 m X 1,50 m | 2 | 5 km |
| Activités culturelles | | 2 | 5 km |
| MH | | 4 | 10 km |

L'arrêté ministériel du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires limite la hauteur des dispositifs à 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol, panneau inclus. L'arrêté admet que deux préenseignes dérogatoires puissent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mat, ce qui n'était pas possible sous l'ancienne réglementation.

Enfin, ainsi que le précise une fiche du ministère de la transition écologique et solidaire (octobre 2019) le terme de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » exclut les commerces de distribution comptant un ou plusieurs rayons de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Toute autre activité signalée rend la préenseigne illégale, telle la signalisation d'un restaurant, d'un hôtel, d'un supermarché, d'un garage ou d'une station-service.



Deux préenseignes interdites

2.3 L'enseigne

Constitue une enseigne « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



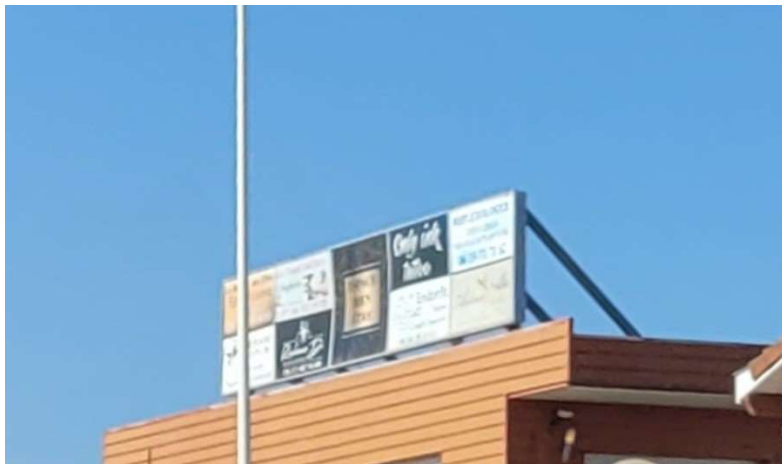
Enseignes parallèles au mur



Enseignes parallèles aux murs



Deux enseignes perpendiculaires au mur



Une enseigne sur toiture (non conforme au RLP : panneau plein)

2.4 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), les œuvres artistiques ou encore les dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



La signalisation d'information locale



Un relais-information-service



Un relais-information-service



Un journal électronique d'information

Les publicités situées à l'intérieur d'une enceinte sportive, et non visibles de l'extérieur, n'entrent pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

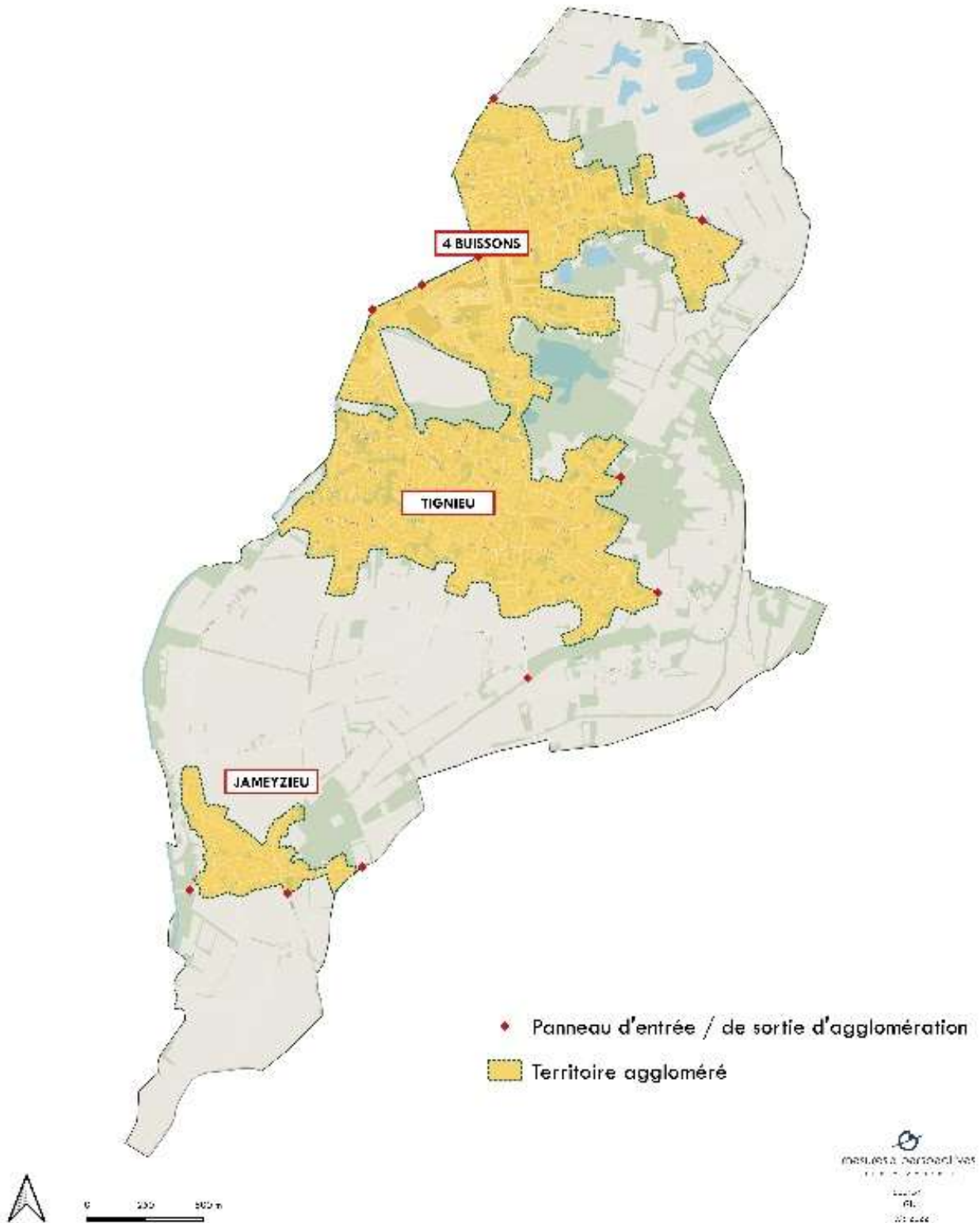
2.5 La notion d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». Par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération, ce qui conduit à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLP.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route : « *Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ».

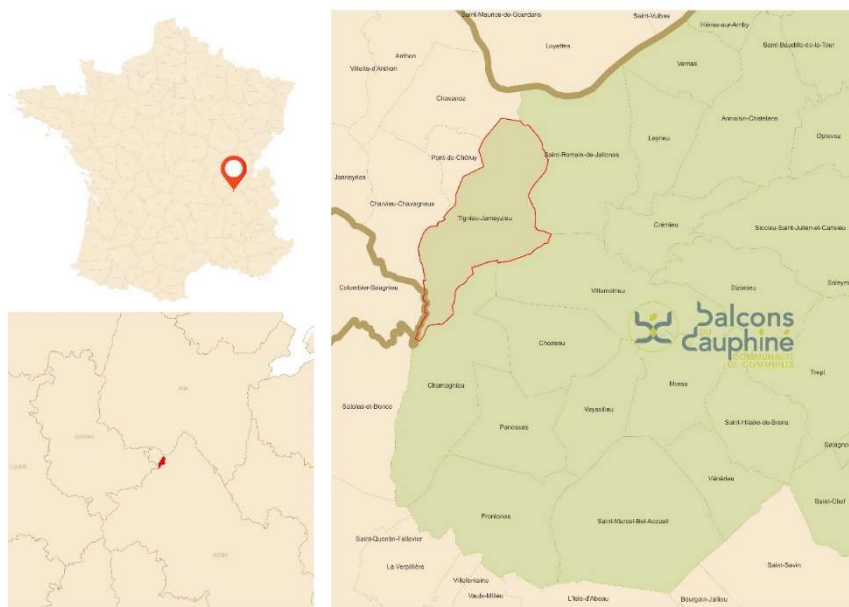


La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables. (Voir cartographie infra)



3. Situation de la commune

La commune de Tignieu-Jamezyieu est située dans le département de l'Isère (38). Elle fait partie de la communauté de communes Les Balcons du Dauphiné depuis 2017. Sa population totale est de 7 555 habitants (INSEE 2019).



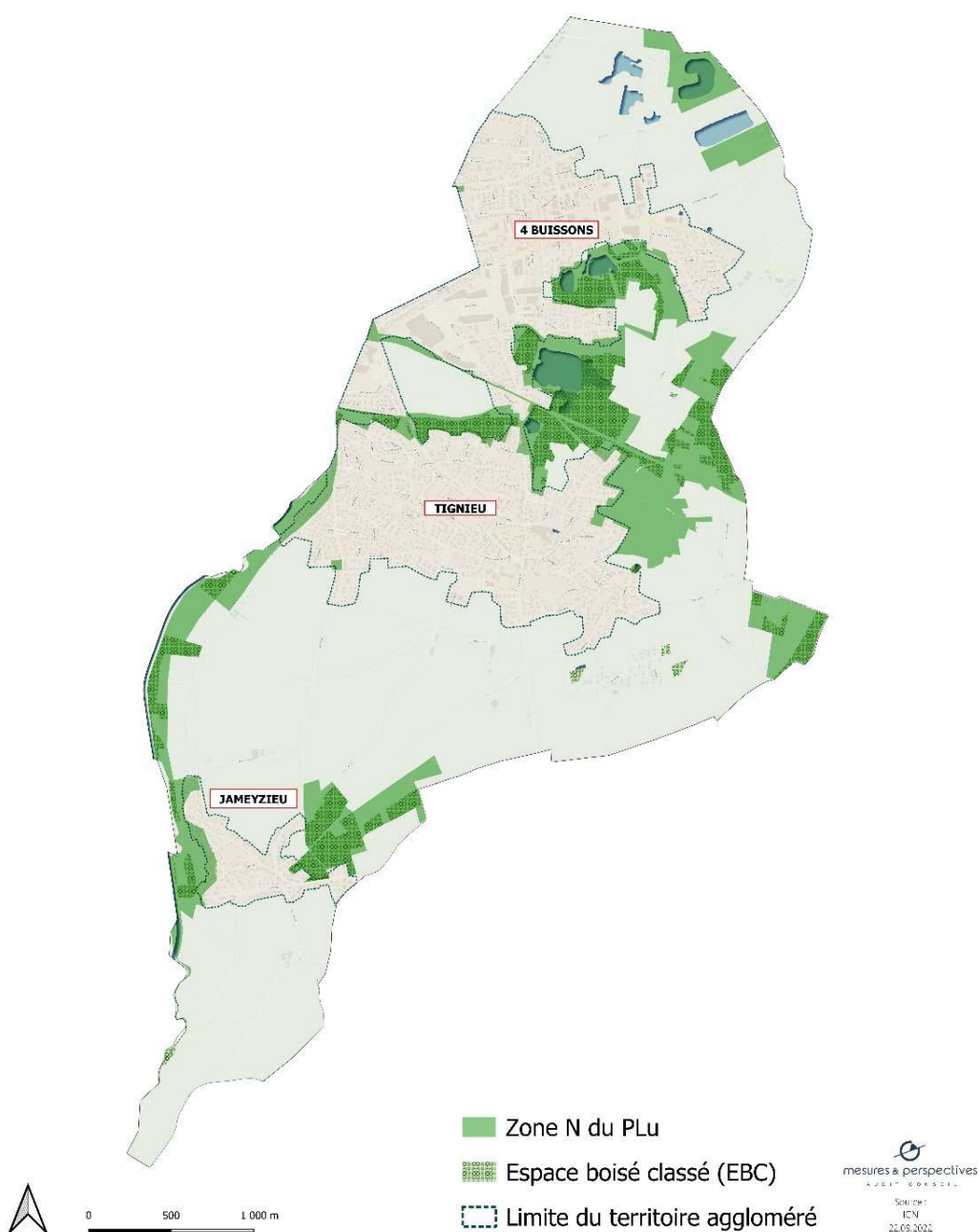
La commune est formée de 3 agglomérations (Tignieu, Jamezyieu et 4 Buissons) et aucune d'entre elles n'a plus de 10 000 habitants. Pour le Code de l'environnement, le territoire est donc soumis aux règles s'appliquant aux agglomérations de moins de 10 000 habitants :

| | Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + 100 000 h |
|---|--|
| Publicité murale supportant des affiches éclairées par projection ou transparence | 4 m ² et 6 m de haut |
| Publicité scellée au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence | Interdite |
| Publicité en toiture supportant des affiches éclairées par projection ou transparence | Interdite |
| Publicité lumineuse non-numérique sur mur ou scellée au sol | Interdite |
| Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur ≤ 20 m | Interdite |
| Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur > 20 m | Interdite |
| Publicité numérique | Interdite |

3.1 Le patrimoine naturel

Le PLU distingue des zones à caractère naturel, les zones N et les espaces boisés classés (EBC). Les dispositifs publicitaires scellés au sol y sont interdits (Art. R.581-30).

Les dispositifs scellés au sol sont déjà interdits au sein des territoires agglomérés du fait de la population inférieure à 10 000 habitants.



3.2 Les zones d'activités

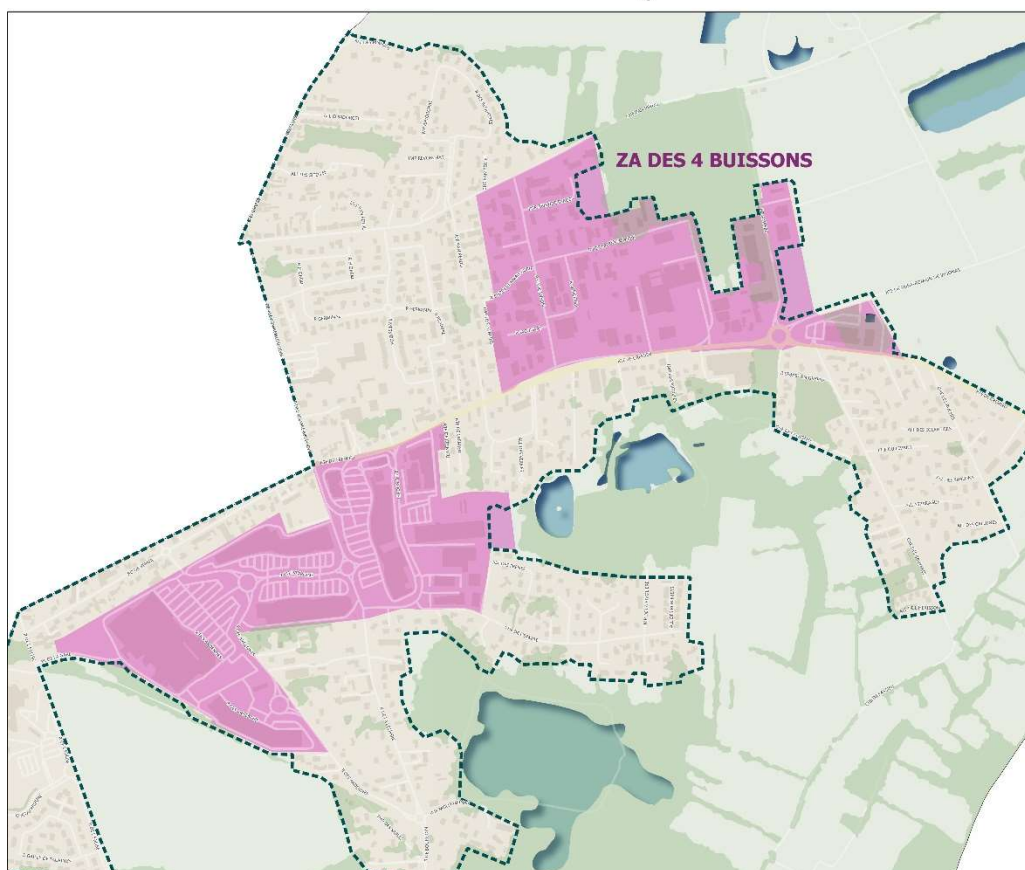
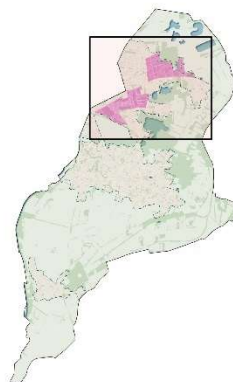
Deux zones d'activités et commerciales ont été recensées sur le territoire communal :

- La ZA des 4 Buissons ;
- La ZA et commerciales le Bochet.

Ces zones sont des cibles prioritaires pour les afficheurs et représentent des lieux où l'implantation de la publicité doit être maîtrisée.

RLP Ville de
Tignieu-Jamezieu

Les zones d'activités et commerciales



0 250 500 m

Zone d'activités et commerciale

Limite du territoire aggloméré

mesures & perspectives
LUDY CONSEIL

Sol1021
ISN
28.09.2022

3.3 Le réseau routier

Les principales voies structurantes du réseau routier assurent les liaisons au sein de l'agglomération et avec les communes environnantes.

Le réseau principal est constitué de la RD 18 (RD 18C) qui traverse les agglomérations de Tignieu et des 4 Buissons du nord au sud de la commune. La RD 517 et la RD 65B traversent l'agglomération des 4 Buissons d'est en ouest. La RD 24 quant à elle traverse l'agglomération de Jamezyieu.

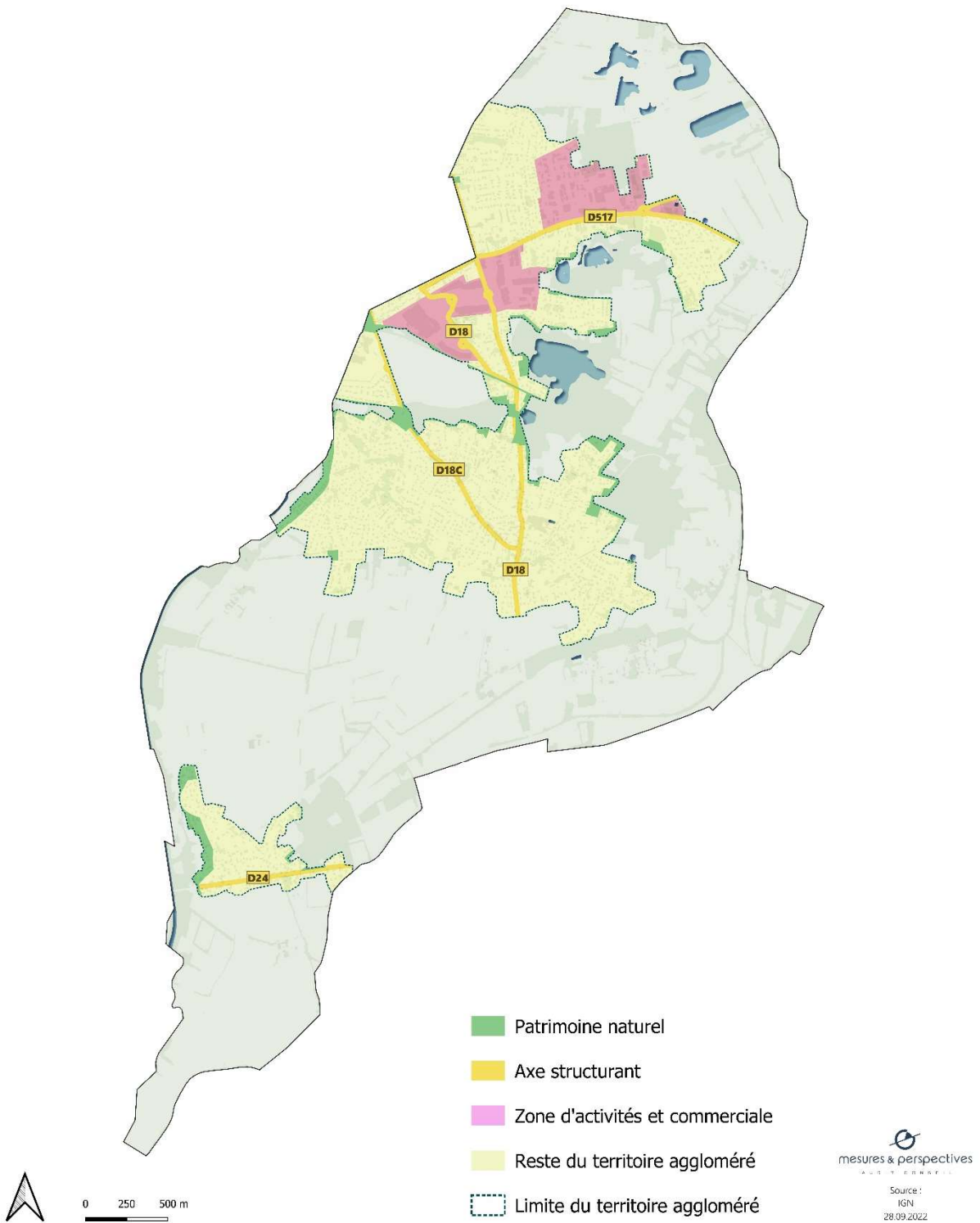
L'importance du trafic contribue au caractère attractif pour la publicité.

RLP Ville de
Tignieu-Jamezyieu

Le réseau routier



LES ENJEUX



4. Le RLP de 2000

Institué en 2000, le RLP avait créé 2 zones de publicité restreinte :

La ZPR 1 recouvrait des espaces essentiellement pavillonnaires, à caractère rural ou paysager, dans lesquelles la publicité était limitée aux palissades de chantier et au mobilier urbain. Le nombre et les dimensions des enseignes murales était restreint, et les enseignes scellées au sol interdites, comme les enseignes sur toiture.

La ZPR 2 correspondait à la première zone d'activité (La Plaine) dans laquelle la publicité ne devait pas excéder 12 m² (sur mur, la publicité scellée au sol étant interdite). Le nombre d'enseignes était limité à 2, et les enseignes sur toiture ne devait pas dépasser le faîtage.

Ce RLP succinct est caduc depuis janvier 2021.

5. Le diagnostic

Un recensement des dispositifs publicitaires d'une surface égale ou supérieure à 1,5 m² a été réalisé sur la totalité du territoire de la commune, qui a permis de dresser un bilan tant quantitatif que qualitatif de la situation.

Le diagnostic a été réalisé lors du troisième trimestre 2022. Il s'agit d'une **approche qualitative** de tous **les types de dispositifs** : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires, publicité lumineuse (numérique ou autre) etc.

1. La situation de la publicité : aspect quantitatif

92 dispositifs ont été répertoriés et fichés.

Répartition selon les surfaces :

| | |
|------------------------|----|
| 1,5 m ² | 41 |
| 2 m ² | 21 |
| 4 m ² | 18 |
| 7 et 12 m ² | 7 |
| autres | 5 |

2. Légalité

Les dispositifs d'1,5 m² sont majoritairement illégaux. Il s'agit de préenseignes hors agglomération qui ne peuvent prétendre au statut de préenseignes dérogatoires, puisque signalant des activités non prévues à l'article L.581-19 du Code de l'environnement (voir 1.3.3)

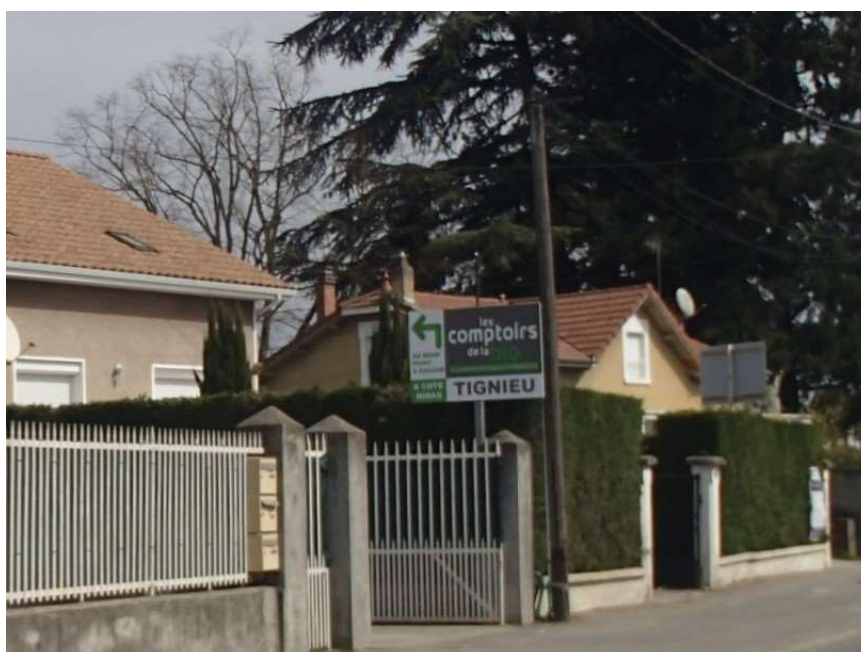


2 préenseignes hors agglomération, illégales

Il s'agit dans quelques cas de préenseignes scellés au sol en agglomération, également interdits.

Article R.581-31

Les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



Dispositif scellé au sol, interdit dans une agglomération de moins de 10 000 habitants.

Les dispositifs de 2 m² sont tous situés sur le parking de l'hypermarché Leclerc et appartiennent au même exploitant. Ils sont scellés au sol, donc non-conformes au Code de l'environnement.



Quelques dispositifs de 4 m² présentent des irrégularités.



2 préenseignes murales à moins de 50 cm du sol

Les dispositifs supérieurs à 4 m² sont interdits.

Article R.581-26

II.-Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.



Préenseigne de 12 m²



Préenseigne de 8 m², dépassant du mur et à moins de 50 cm du sol.

Deux dispositifs numériques de 7,5 m² sont installés sur un même immeuble. Enseignes à l'origine, ils présentent épisodiquement des messages sans rapport avec l'activité qui s'exerce dans l'immeuble et sont donc des publicités, interdites dans une agglomération inférieure à 10 000 habitants.

Article R.581-34

La publicité lumineuse ne peut être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.



Publicité numérique

3. Publicité sur mobilier urbain

3 mobiliers urbains supportant de la publicité ont été recensés (messages en faveur du conseil départemental).



Un abri destiné au public supportant un message

4. Aspect esthétique

Murs de clôture

Les murs et les clôtures structurent le paysage. Ils ne sont pas destinés à devenir des supports pour la publicité, ni pour les enseignes. Le RLP doit les protéger, en laissant éventuellement une possibilité pour des enseignes de petit format, afin de laisser la possibilité de se signaler aux établissements n'ayant pas d'autres moyens.



Publicité sur mur de clôture



Enseigne de petite surface sur un mur de clôture

Publicités dans les secteurs d'habitation

Les publicités d'1,5 m² sont pratiquement toutes illégales, ainsi que les dispositifs de 2 m² installés sur le parking de l'hypermarché. Ils sont amenés à disparaître.

Les publicités de 4 m² sont apposées sur les murs des habitations, conformément au règlement national de publicité. Leur surface unitaire est adaptée, mais leur nombre multiplie l'impact et la publicité prend dès lors trop de place dans le cadre de vie.



Plusieurs dispositifs sur un même support

On peut par ailleurs s'interroger sur l'opportunité de la publicité dans les parties anciennes et/ou résidentielles de la commune.



5. Aspect des enseignes

Les centres commerciaux regroupent la quasi-totalité des enseignes. Les concepteurs des parties les plus modernes ont prévu la place des enseignes dans l'architecture. S'ensuit une harmonie générale caractérisée par des enseignes de petites dimensions identiques pour chaque établissement.

Particulièrement, la surface maximum imposée par le règlement national est respectée.

Article R.581-63

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.



A la périphérie du centre commercial, de nombreuses entreprises sont restées raisonnables.



Hors des centres commerciaux, les entreprises sont très peu nombreuses. Disséminées sur le territoire communal, aucune atteinte au cadre de vie n'a été observée.



Diverses enseignes d'entreprises en centre-ville ou hors des centres commerciaux

6. Légalité et impact des enseignes

Un certain nombre de non-conformités est à déplorer.

Enseignes sur toiture

Afin de limiter leur impact dans les perspectives, le législateur a imposé que les enseignes sur toiture ou terrasses ne puissent être constituées de panneaux pleins.

Article R.581-62

/.../, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.



Panneaux en toiture



Enseigne dont les structures sont (presque) invisibles

Enseignes sur un mur

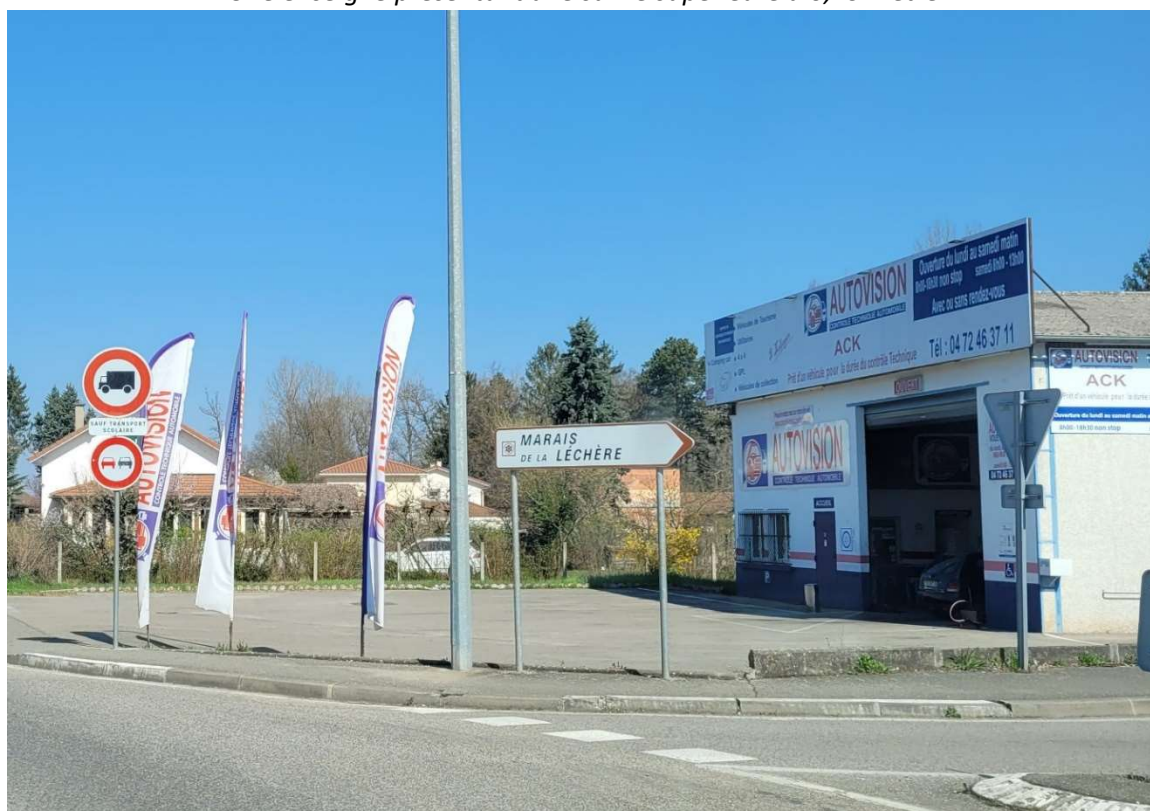
Outre la règle de pourcentage de l'article R.581-63 vue plus haut, le règlement national impose des règles esthétiques aux enseignes apposées sur un support existant (mur)

Article R.581-60

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 mètre, ni le cas échéant, dépasser les limites de l'éégout du toit.



Une enseigne présentant une saillie supérieure à 0,25 mètre



Enseigne dépassant du mur



Surface d'enseignes trop importante en pourcentage de la façade

Enseignes scellées au sol

Dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, la surface d'une enseigne scellée au sol (ou posée directement sur le sol, ce qui est rare) ne doit pas excéder 6 m².

Plusieurs enseignes dépassent cette norme.



Enseigne scellée au sol supérieure à 6 m²



Enseigne scellée au sol supérieure à 6 m²



Une enseigne illégale dont l'utilité reste par ailleurs à démontrer, la façade de l'établissement étant visible

Outre leur illégalité, les enseignes de grand format entraînent souvent des résultats inesthétiques.



Dos d'une enseigne de 12 m²

De petites surfaces suffisent généralement pour que l'enseigne scellée au sol remplissent son rôle : signaler la présence d'une activité en retrait de la voie.



Une enseigne de 4 m², parfaitement lisible

L'enseigne scellée au sol représente un obstacle visuel dans le paysage. Elle est née dans les années 1970 consécutivement à la création des centres commerciaux. Les magasins étant situés en fond de parking, la nécessité de se signaler au bord de la voie est apparue. Elles se sont dès lors multipliées et leur utilité s'en trouve diminuée.



Un exemple intéressant : les enseignes scellées au sol sont pratiquement absentes.

Le regroupement d'établissements sur un même dispositif représente une solution satisfaisante visuellement.

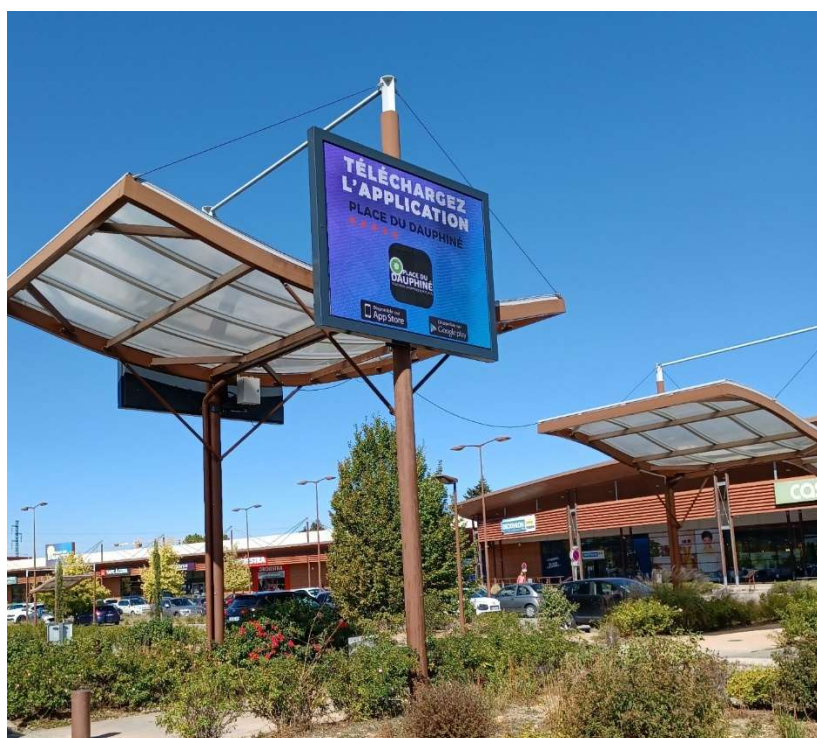


« totems » indiquant plusieurs établissements

Enseignes numériques

Les enseignes numériques (et lumineuses en général) n'ont pas de régime propre. Elles sont soumises à extinction nocturne, mais leur surface, leur nombre, leur type d'implantation sont identiques aux enseignes non-lumineuses.

Expression de la modernité, présentant de multiples messages, permettant une communication instantanée, elles séduisent les entreprises et se développent progressivement. Toutefois, leur impact sur le paysage et leur consommation d'énergie nécessitent de les encadrer dans le règlement local de publicité.



Enseignes numériques dans le centre commercial « Place du Dauphiné ».

Publicités et enseignes à l'intérieur des vitrines

La baisse des coûts et l'amélioration qualitative des procédés numériques permet également à tous les types de commerces d'installer dans leurs vitrines des écrans, quelquefois de grande dimension, afin de présenter leurs produits et services.

De la même façon, quelques sociétés d'affichage investissent l'intérieur des magasins, puisque cette forme de publicité n'est pas assujettie au code de l'environnement.

Par dérogation, la loi 2021-1104 (loi « Climat et résilience ») modifie l'article L.581-14-4 et permet au RLP de prendre des dispositions afin de limiter les effets de ces dispositifs numériques.

« Art. L. 581-14-4. - Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.



Ecrans (à droite et à gauche) dans des vitrines

6. Propositions d'orientations

Les données réglementaires, l'étude des enjeux, l'analyse du règlement précédent et les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir ses orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPi.

Les orientations retenues sont :

1. Réglementer les zones d'activités ;
2. Interdire ou restreindre fortement la publicité dans les zones résidentielles ;
3. Admettre une seule publicité par mur ;
4. admettre la publicité sur mobilier urbain dans l'ensemble de la commune ;
5. Interdire la publicité sur les murs de clôture ;
6. Mettre en valeur le centre-ville en limitant le nombre et la surface des enseignes ;
7. Limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ;
8. Limiter la surface et la hauteur des enseignes sur toiture ;
9. Réglementer fortement les enseignes numériques ;
10. Réglementer les dispositifs numériques dans les vitrines ;
11. élargir la plage d'extinction nocturne (RNP : 1 h – 6 h).

7. Explication des choix

Tenant compte des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux en termes de paysages et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont été retenus :

Tout d'abord, la ville a choisi d'élaborer un règlement simple, ne comprenant que 2 zones, ayant pour objet de protéger les secteurs résidentiels et de distinguer les secteurs d'activité où les dimensions des bâtiments et la nature des entreprises peuvent admettre la publicité et impose de traiter les enseignes différemment du reste du territoire.

1. Dispositions générales

Le règlement local de publicité n'a pas à rappeler les règles nationales qui restent en vigueur. Toutefois, pour une bonne compréhension et pour éviter aux utilisateurs non avertis de passer du RNP au RLP, quelques règles fondamentales sont reprises. Il en est ainsi de l'interdiction des publicités scellées au sol (article 3) de la publicité numérique (article 6), des autres publicités lumineuses (article 7, de la publicité sur bâches (article 9).

La publicité de petit format et la publicité sur palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites, sont également admises dans les conditions du règlement national (articles 5 et 10)

La publicité est interdite sur les murs de clôtures, qui sont des éléments structurants du paysage (article 2).

Prévoyant le cas où la commune jugerait dans le futur utile le déploiement de mobiliers urbains destinés à abriter ou informer le public, la possibilité est ouverte d'y apposer des publicités, dans les conditions du règlement national (article 4).

Les horaires d'extinction des publicités comme des enseignes sont adaptés à la commune et la plage est étendue à 23 h à 6 h, contre 1 h à 6 h dans le règlement national (articles 11 et 18).

La recherche d'une harmonie sur la totalité de la commune impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. A partir d'une situation globalement bonne, le RLP s'attache à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration dans le bâti comme dans les perspectives lointaines.

Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et de faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLP détaille les critères sur lesquels le service instructeur s'appuiera pour étudier les demandes d'autorisation. Ceux-ci sont tous liés au cadre de vie, rappelant ainsi la finalité de la réglementation (article 12).

L'obligation de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé est étendue aux propriétaires des locaux (article 13), avec pour objectif d'éviter que subsistent les enseignes d'établissements fermés.

La publicité est interdite sur les arbres par le règlement national et le RLP étend cette interdiction aux enseignes afin de protéger toute végétation (article 14).

Alors que les enseignes durables font l'objet de fortes exigences, il n'est pas acceptable que les enseignes temporaires puissent être implantées de façon anarchique, annihilant les efforts consentis sur les premières.

Celles-ci sont donc limitées dans le temps et en nombre pour les enseignes immobilières (article 17).

La zone 1

Sur les murs de bâtiments où la publicité est possible, elle doit être isolée, afin de ne pas démultiplier son impact (article 20).

Pour les enseignes, le règlement national convient aux bâtiments à caractère utilitaire, industriel (façades plates, toits-terrasses, grandes dimensions) des zones d'activité. Toutefois, la surface unitaire des enseignes numériques est limitée à 4 m² (article 21). Le RLP limite également les enseignes sur toiture (1/5^{ème} de la hauteur du bâtiment, hauteur de 2 mètres maximum (articles 23).

De même que les dispositions générales interdisent la publicité sur les clôtures et murs de clôture, le RLP interdit les enseignes d'une surface supérieure à 1 m². La possibilité est ainsi offerte à des petites entreprises, artisanales par exemple, de se signaler (article 22).

Le RLP limite toutefois les enseignes perpendiculaires (alignées sur la zone 1) les enseignes numériques (2 m²) et les enseignes sur toiture (hauteur de 2 mètres maximum (articles 23).

Les enseignes scellées au sol doivent s'en tenir à leur utilité première : signaler la présence d'un établissement. Une surface de 4 m² suffit à remplir cette fonction (article 24). De la même façon, les enseignes scellées au sol de petite surface (inférieure à 1 m²) sont limitées en nombre (article 25).

La loi 2021-1104 permet de réglementer - sans interdire - les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. La ville a choisi de limiter leur surface à 10 % de chaque vitrine et de les soumettre aux mêmes règles d'extinction nocturne que les autres dispositifs (article 26).

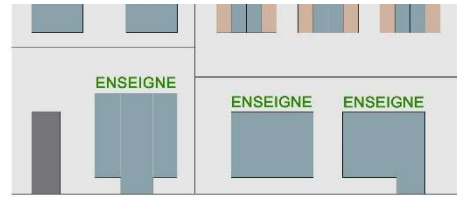
La zone 2

Dans ces secteurs sensibles, la publicité est limitée à quelques formes : publicité de petit format et publicité sur palissades de chantier, qui ne peuvent être interdites, chevalets. Ne voulant pas interdire les services aux usagers qu'apporte le mobilier urbain, la ville admet la publicité sur celui-ci, limitée à 2 m². Les chevalets posés généralement sur le domaine public sont utiles au commerce local. Toutefois, un nombre limité et des dimensions modestes suffisent à signaler l'établissement (article 28).

L'interdiction de la publicité est tendue aux véhicules terrestres (article 29).

Les enseignes font l'objet de prescriptions allant dans le sens d'une recherche de sobriété, de mise en valeur de l'architecture.

Il limite le nombre d'enseignes parallèles à 1 par établissement et par voie, avec toutefois une possibilité d'une enseigne par vitrine, solution esthétiquement préférable dans certains cas (article 30).



Dans le même souci de préservation des façades des bâtiments, les enseignes perpendiculaires sont limitées à 1 par établissement, avec une surface inférieure à 0,80 m x 0,80 m (article 30).

Afin de prévenir tout trouble de voisinage, les enseignes numériques sont limitées aux seules enseignes parallèles, avec une surface n'excédant pas 1 m²(article 31).

Obstacle inutile dans le paysage, éventuellement nuisible à la bonne circulation routière ou piétonne, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont réservées aux établissements objectivement non-visibles de la voie publique. Leur surface est limitée à 3 m² (article 35).

Dans cette zone, aucun bâtiment n'est à même de supporter une enseigne sur toiture (article 34).

Des mesures identiques à la zone 1 concernent les enseignes sur murs de clôture et clôture et les dispositifs dans les vitrines.