

# Règlement Local de Publicité intercommunal de Thonon Agglomération

\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

## Rapport de présentation

**PIECE n°1**

Délibération de prescription du RLPi : 29 janvier 2019  
Délibération sur le débat des orientations : 23 février 2021  
Délibération d'arrêt du RLPi : 30 novembre 2021  
Enquête publique : 9 mai au 13 juin 2022  
Délibération d'approbation : 27 septembre 2022



# SOMMAIRE

1. INTRODUCTION .....	6	1. Le Code de la route .....	14
I. Le cadre réglementaire du droit de l’affichage extérieur .....	6	2. La Convention Européenne du Paysage.....	14
II. Pourquoi élaborer un RLPi ? .....	7	3. Le pouvoir de police .....	14
III. Le RLPi, une plus-value par rapport au RNP .....	7	II. Le Règlement National de Publicité (RNP) .....	15
1. Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local .....	7	1. Le champ d’application du RNP .....	15
2. ... Avec un objectif de préservation toujours plus fort.....	8	2. Une définition des agglomérations qui conditionne le cadre réglementaire.....	18
3. Un document rétroactif.....	8	III. Les principales dispositions du RNP applicables à Thonon Agglomération.....	21
4. L’échelon intercommunal et l’échelon communal, une nouvelle répartition des compétences .....	8	1. Le régime des publicités et pré-enseignes .....	21
IV. Les objectifs du RLPi de Thonon Agglomération .....	9	2. Le régime des enseignes .....	31
V. La procédure d’élaboration.....	10	3. Le régime des dispositifs temporaires .....	33
VI. Le contenu .....	11	4. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE .....	35
2. PRESENTATION DE THONON AGGLOMERATION .....	12	I. Diagnostic des publicités et préenseignes .....	35
I. Une collectivité récente .....	12	1. Méthodologie.....	35
II. Une agglomération attractive .....	13	2. Analyse statistique : les chiffres clefs du parc publicitaire .....	36
1. Un pôle démographique en Haute-Savoie .....	13	3. Synthèse des constats – Chiffres clés.....	46
2. Une attractivité croissante .....	13	4. Analyse sensible des publicités et pré-enseignes : quels impacts dans les paysages ? .....	47
3. CODES ET REGLEMENTATIONS CONCERNANT L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE .....	14	5. Synthèse des constats – Approche sensible .....	57
I. Notions de référence.....	14	II. Diagnostic des enseignes .....	58
		1. Méthodologie.....	58
		2. Approche sensible des enseignes : Quels impacts dans les paysages ? .....	59
		3. Synthèse des constats – Approche sensible .....	66

III.	Les enjeux du territoire issus du diagnostic publicitaire .....	67
5.	LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL .....	68
I.	Méthodologie .....	68
II.	Un territoire « entre lac et montagne » .....	69
1.	Un cadre paysager remarquable .....	69
2.	Un patrimoine reconnu, véritable atout touristique.....	74
III.	Une économie tournée vers l'économie présentielle : l'économie résidentielle et l'économie touristique .....	83
1.	La structure économique du territoire.....	83
2.	Le tourisme.....	86
IV.	Les axes pour connecter et parcourir le territoire .....	88
1.	Le réseau viaire.....	88
2.	Les entrées de territoire, les entrées de ville .....	90
3.	Les autres modes de transports : les transports en commun et le réseau cyclable .....	93
4.	Les projets .....	93
V.	Les enjeux du territoire issus du diagnostic territorial.....	95
6.	VERS LES ORIENTATIONS.....	98
I.	La hiérarchisation des enjeux du territoire, un socle pour l'ambition du RLPi.....	98
II.	Les RLP communaux : un seuil « minimal » pour l'ambition du RLPi 101	
III.	Perspectives pour l'élaboration du RLPi de Thonon Agglomération.....	108
1.	Des RLP récents, qui se rapprochent ou sont conformes aux « exigences Grenelle ».....	108

2.	Des réglementations intéressantes mais « hors cadre RLP » : un travail à réaliser sur les leviers réglementaires à mobiliser, et des recommandations à inscrire .....	110
3.	Des réglementations peu solides juridiquement dont l'intégration dans le RLPi est à reconsidérer.....	110
7.	LES ORIENTATIONS : LE PROJET POLITIQUE DE THONON AGGLO .....	112
I.	ORIENTATION GENERALE : Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie .....	113
II.	ORIENTATION SECTORIELLE N°1 : Maîtriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte .....	115
III.	ORIENTATION SECTORIELLE N°2 : Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie 117	
1.	Améliorer la qualité des zones d'activités tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques.....	117
2.	Préserver les monuments historiques et leurs écrins et mettre en cohérence le traitement de l'affichage extérieur avec la qualité et les ambiances des centres-villes et centres-bourgs .....	117
3.	Respecter les ambiances apaisées, en pérennisant les aménités paysagères qui siègent au sein des espaces urbains .....	118
IV.	ORIENTATION THEMATIQUE N°1 : Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement.....	119
V.	Orientation thématique n°2 : Promouvoir une expression citoyenne et associative efficace et intégrée.....	120
8.	LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX OPERES DANS LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE .....	121
I.	Justifications de la délimitation des zones du RLPi.....	121

1. Un nombre restreint de zones de publicités ...	121
2. ...Nuancées localement par une trame .....	122
3. Un découpage territorial justifié par les orientations et objectifs du RLPi .....	122
4. Justification de la ZP1 – espaces naturels et bâtis d'intérêt patrimonial .....	124
5. Justifications de la ZP2 – axes d'entrée de ville et d'agglomération	125
6. Justification de la ZP3 – zones d'activités économiques et commerciales .....	126
7. Justification de la ZP4a – Tissus à dominante résidentielle ....	127
8. Justification de la ZP4b – Espaces hors agglomération.....	127
9. Justification de la trame « Paysages sensibles » .....	128
II. Justifications des choix règlementaires.....	129
1. Prescriptions communes à l'ensemble des zones, relatives à la publicité, aux pré-enseignes et pré-enseignes temporaires .....	129
2. Prescriptions communes à l'ensemble des zones, relatives aux enseignes et enseignes temporaires .....	133
3. Dispositions particulières à la zone de publicité 1 (ZP1) : Secteurs patrimoniaux et cœurs de villes et villages .....	137
4. Dispositions particulières à la zone de publicité 2 (ZP2) : Entrées de ville et d'agglomération.....	140
5. Dispositions particulières à la zone de publicité 3 (ZP3) : Zones d'activités économiques et commerciales .....	143
6. Dispositions particulières à la zone de publicité 4 (ZP4a et Z4b) : Zones résidentielles et espaces hors agglomération .....	147
7. Dispositions particulières à la trame « paysage » sensibles .....	150

GLOSSAIRE.....	151
----------------	-----

# 1. INTRODUCTION

---

## I. Le cadre réglementaire du droit de l’affichage extérieur

Depuis la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), les Règlements Locaux de Publicité (RLP) constituent des outils réglementaires qui permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de Plan Local d’Urbanisme (PLU) de réglementer la publicité extérieure dans un objectif de protection du le cadre de vie des populations, tout en veillant à préserver la liberté d’expression.

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier à ses difficultés d'application. Elle permet l’adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l’Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, (loi ENE dite « Grenelle II ») cette partie du Code de l’Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-

118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de nouveaux leviers réglementaires. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) est une déclinaison locale du RNP. C'est un document qui régit, majoritairement de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en tenant compte des spécificités du territoire pour lequel il est élaboré (entrées de ville, sauvegarder du patrimoine naturel).

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (intercommunal) est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

## II. Pourquoi élaborer un RLPi ?

Par délibération en date du 29 janvier 2019, le Conseil Communautaire de Thonon Agglomération a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), qui se substituera aux 5 règlements locaux de publicité communaux existants sur le territoire.

Le délai de caducité des RLP « non grenellisés » (d'avant 2010) initialement fixé à partir du 14 juillet 2020 (loi Grenelle II) ayant été prolongé par la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique du 27 décembre 2019 (articles 22 et 23) pour les EPCI ayant prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal, ce

qui est le cas de Thonon Agglomération, les RLP communaux voient leur caducité reportée de 2 ans, soit au 13 juillet 2022. Sur le territoire, seul le RLP d'Anthy-sur-Léman est concerné par la caducité (élaboration en 1998), l'ensemble des autres RLP ayant été élaborés post-Grenelle. Toutefois, ce délai est l'occasion pour Thonon Agglomération d'uniformiser la réglementation de l'affichage extérieur sur l'ensemble du territoire, et d'élaborer un document qui se positionne sur un panel de nouveaux outils réglementaires existants.

## III. Le RLPi, une plus-value par rapport au RNP

Au-delà de la perspective de l'application des règles nationales sur le territoire de Thonon Agglomération, l'élaboration d'un RLP à l'échelle intercommunale permet aussi d'assurer l'harmonisation des règles applicables pour l'affichage extérieur sur l'ensemble du territoire communautaire, et confère davantage de cohérence au territoire, en adaptant et précisant la réglementation nationale au regard d'enjeux paysagers, touristiques, économiques et de cadre de vie propres au territoire.

### 1. Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local ...

Le RLPi permet notamment une possibilité d'adaptation des règles nationales au regard :

- De la géographie du territoire : co-visibilités, relief, etc. ;

- De l'organisation urbaine du territoire : zones d'activités, zones résidentielles, axes, etc. ;
- Des volontés politiques : volonté de préservation forte, etc. ;
- Du non encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <1m<sup>2</sup>, nouvelles technologies d'affichage, entre autres.

## 2. ... Avec un objectif de préservation toujours plus fort

Une obligation de **proposer une réglementation plus contraignante** (souvent plus vertueuse pour le territoire) que celle du RNP sur tout le territoire, sauf :

- Hors agglomération où la publicité reste toujours interdite ;
- Au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions de qualité de la réglementation établie (formats réduits, etc.).

## 3. Un document d'application immédiate

Lorsque le RLPi sera approuvé, il s'appliquera sur l'ensemble du territoire et se substituera à ce titre, aux règlements locaux de publicité encore en vigueur et viendra préciser le Code de l'Environnement sur les points abordés dans son règlement intercommunal. Les dispositifs publicitaires installés antérieurement et qui ne respectent pas ses prescriptions disposeront d'un délai de 2 ans pour se mettre en conformité. Les enseignes non conformes disposeront quant à elles d'un délai de mise en conformité de 6 ans.

Cas particulier, les publicités et enseignes lumineuses installées 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 ont un délai de mise en conformité de deux ans à compter de l'entrée en vigueur du RLPi, sous réserve de ne pas contrevenir aux dispositions antérieurement applicables.

## 4. L'échelon intercommunal et l'échelon communal, une nouvelle répartition des compétences

Une nouvelle **répartition des compétences** entre l'échelon intercommunal et communal :

- Thonon Agglomération est compétente pour l'élaboration ;
- L'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale à partir de l'approbation du RLPi.

Compétence	Aujourd'hui		Demain
	Commune avec RLP	Commune sans RLP	Une fois le RLPi approuvé
INSTRUCTION	Maire	Etat	Maire au nom de la commune
POLICE	Maire	Préfet	Maire

Répartition des compétences // Even Conseil

Toutefois, avec l'adoption de la loi Climat et résilience du 22 Août 2021 et à compter du 1er janvier 2024, le pouvoir de police pourra être transféré au président de Thonon Agglomération, sauf opposition dans un délai de 6 mois à compter de l'entrée en vigueur du présent article et le président de cet établissement peut, jusqu'à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la fin de la période pendant laquelle les maires étaient susceptibles de faire valoir leur opposition, renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit.

Pour précision, la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) est et reste de compétence communale, et peut être instaurée qu'il existe ou non un RLP ou un RLPi.

## IV. Les objectifs du RLPi de Thonon Agglomération

Thonon Agglomération a prescrit l'élaboration de son RLPi en date du 29 janvier 2019, en s'engageant à poursuivre les objectifs suivants :

### **>> Généraliser et harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire**

- En adaptant la réglementation nationale aux spécificités des communes ;
- En s'appuyant sur les RLP en vigueur existants.

### **>> Renforcer l'attractivité et la lisibilité du territoire, en conciliant préservation du cadre de vie et visibilité des activités économiques, touristiques, mais aussi culturelles**

Il s'agit plus précisément d'apporter une réponse équitable et adaptée aux besoins de communication extérieure des acteurs économiques, et de visibilité des activités du territoire, tout en :

- Luttant contre la pollution visuelle et limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur les paysages et le cadre de vie ;
- Protégeant le patrimoine bâti et naturel et assurant la qualité de leurs perceptions ;

- Valorisant le bâti, par des règles d'implantation des enseignes respectueuses de la typologie et la modénature des façades ;
- Préservant et valorisant la qualité des espaces ou séquences à valeur paysagère, en adéquation avec le SCoT du Chablais, dont l'un des objectifs stratégiques vise à « Faire de l'environnement et des paysages du Chablais un atout pour le territoire, permettant de concilier protection, valorisation et aménagement » (PADD du projet de SCoT) ;
- Veillant à une cohérence d'ensemble des dispositifs (implantations, densités, formats, éclairage, ...), tout en adaptant la réglementation locale aux spécificités communales.

### **>> Encadrer plus particulièrement la publicité, les enseignes et pré-enseignes dans les secteurs à enjeux, etc.**

Pour garantir la meilleure insertion paysagère possible des dispositifs : tronçons en agglomération des routes à fort trafic (RD 1005, RD 1206, RD 903), entrées de ville ou d'agglomération, zones d'activités économiques, zones commerciales et autres secteurs d'activités (y compris les centres historiques), bande littorale.

### **>> Limiter en nombre les dispositifs temporaires de petit format (moins de 1 m<sup>2</sup>), qui ne sont pas pris en compte dans la réglementation nationale.**

### **>> Intégrer les enjeux environnementaux en matière de pollution lumineuse et de consommations énergétiques.**

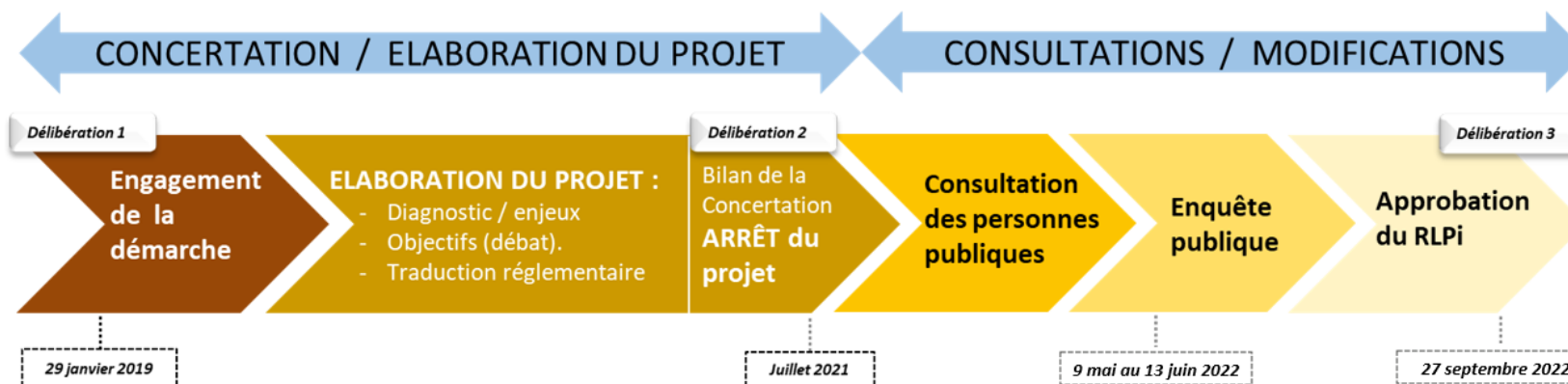
### **>> Permettre aux maires des 25 communes de Thonon-Agglomération d'appliquer dans les meilleures conditions leur police de l'affichage publicitaire.**

## V. La procédure d'élaboration

Au regard des dispositions de la loi Grenelle II, la procédure d'élaboration d'un RLPi est identique à celle d'un Plan Local d'Urbanisme. Les principales étapes sont :

- Le diagnostic et les orientations, soumises à débat ;
- La transcription réglementaire des orientations en règlement et en zonage publicitaire ;
- Le bilan de la concertation et l'arrêt du projet ;
- L'approbation du projet après consultation des personnes publiques, puis enquête publique

Ci-dessous un rappel des temps forts de l'élaboration du RLPi.



## VI. Le contenu

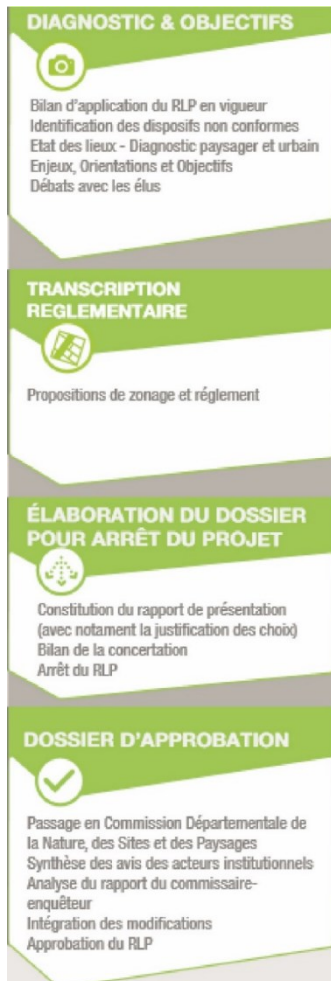


Schéma simplifié de la procédure d'élaboration du RLPi // Even Conseil

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de divers documents :

- Un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, et définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- Un règlement détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- Des annexes obligatoires : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLPi et les limites de l'agglomération fixées par le maire, également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.
- Des annexes complémentaires (facultatives) facilitant l'appréhension et la future mise en œuvre du RLPi : des atlas communaux indiquant les périmètres d'interdictions relatives ou absolues de publicité.

Le RLPi peut en outre comporter d'autres éléments permettant de faciliter la compréhension du document tels qu'un glossaire, des schémas explicatifs, etc.

## 2. PRESENTATION DE THONON AGGLOMERATION



Le territoire et les communes membres de Thonon Agglomération // Dossier de candidature Appel à projet RLPI 2019 de Thonon Agglomération

### I. Une collectivité récente

Créée le 1er janvier 2017, sous l'impulsion du schéma départemental de coopération intercommunale de Haute-Savoie, Thonon Agglomération est un Etablissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) né du regroupement des Communautés de communes du Bas-Chablais et des Collines du Léman, avec extension à la ville de Thonon-les-Bains et intégration du SYMASOL (Syndicat Mixte des Affluents du Sud-Ouest Lémanique).

Cette structure intercommunale associe **25 communes** réparties sur plus de 250 km<sup>2</sup>, de la Métropole Genevoise à Thonon-les-Bains, sa ville-centre en limite nord-est du territoire.

## II. Une agglomération attractive

### 1. Un pôle démographique en Haute-Savoie

Avec 90 994 habitants (population en janvier 2021 données INSEE), Thonon Agglomération rassemble 10,8% de la population du département de la Haute-Savoie (1,1% de la population de la région Auvergne Rhône-Alpes) et compte parmi les trois premières intercommunalités de Haute-Savoie.

Seule la ville centre de **Thonon-les-Bains** comporte **plus de 10 000 habitants** (elle concentre 41 % de la population de l'agglomération), les 24 autres communes comptant chacune moins de 10 000 habitants (seuil démographique qui conditionne certaines règles du RNP).

### 2. Une attractivité croissante

Au-delà des caractéristiques naturelles et paysagères qui rendent attractif car agréable à vivre le territoire de Thonon Agglomération, sa caractéristique frontalière du bassin économique du Genevois constitue une autre source majeure d'attractivité.

La population de l'agglomération a augmenté en moyenne de 1,4 % par an, entre 2011 et 2016 (INSEE).

Données surfaciques et démographiques par commune // INSEE, 2016

Communes	Superficie (km <sup>2</sup> )	Population (2016)	Densité (hab./km <sup>2</sup> )
Allinges	15,01	4 433	295
Anthy-sur-Léman	4,62	2 159	467
Armoy	4,95	1 303	263
Ballaison	13,30	1 479	111
Bons-en-Chablais	19,09	5 563	291
Brenthonne	8,38	1 017	121
Cervens	6,36	1 181	186
Chens-sur-Léman	12,56	2 653	211
Douvaine	10,55	5 922	561
Draillant	10,41	811	78
Excenevex	6,66	1 095	164
Fessy	8,53	902	106
Loisin	7,8	1 523	195
Lully	4,86	710	146
Lyaud	9,17	1 713	187
Margencel	7,38	2 120	287
Massongy	9	1 531	170
Messery	9,2	2 163	235
Nernier	1,82	382	210
Orcier	9,39	943	100
Perrignier	7,85	1 839	234
Sciez	20,47	5 866	287
Thonon-les-Bains	16,21	35 132	2 167
Veigy-Foncenex	13	3 562	274
Yvoire	3,12	981	314

# 3. Codes et réglementations concernant l’affichage publicitaire

## I. Notions de référence

Le champ d’application de la réglementation suppose d’identifier les dispositifs visés par la réglementation et les lieux où les règles du RNP s’appliquent.

### 1. Le Code de la route

Les publicités, enseignes et préenseignes sont interdites :

- Sur l’emprise des voies ouvertes à la circulation publique sauf dérogation spécifique ;
- Sur les aires de stationnement et les aires de services pour les préenseignes.

Les règlements de voirie doivent également être pris en considération (en particulier pour les dispositifs scellés ou apposés sur le sol) de façon à

préserver l’intégrité des domaines publics et ne pas générer d’obstacle à la circulation ou à l’accessibilité des différents espaces du territoire.

### 2. La Convention Européenne du Paysage

*« Le paysage constitue un élément essentiel du bien-être individuel et social, et sa protection, sa gestion et son aménagement impliquent des droits et des responsabilités pour chacun ». (Convention européenne, 20 octobre 2000).*

La loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (RBNP) du 8 août 2016 désigne le paysage comme « *une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l’action de facteurs naturels ou humains et de leurs interrelations dynamiques* ». Le paysage évolue et nécessite d’être accompagné pour maîtriser le cadre de vie et assurer sa qualité. Sans pour autant mettre sous cloche ou « muséifier » le paysage, il s’agit de le conforter dans ses dimensions patrimoniales et contemporaines, dans le respect des modes de vie.

### 3. Le pouvoir de police

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s’il existe un RLP. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024 en vertu de la loi dite Climat et Résilience et sous réserve de l’adoption d’une loi de finances compensant les charges résultant des compétences transférées, le transfert au maire pourra être automatique, que les communes soient dotées ou non d’un règlement local. De surcroît, le pouvoir de police pourra être transféré au président de Thonon Agglomération, sauf opposition dans un délai de 6 mois à compter de l’entrée en vigueur du présent article et le président de cet établissement peut, jusqu’à l’expiration d’un délai d’un mois à compter de la fin de la période pendant laquelle les maires étaient

susceptibles de faire valoir leur opposition, renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF), du Préfet de région ou du service de l'aviation civile.

**L'accord de l'ABF est nécessaire pour les autorisations d'enseignes sur les monuments historiques ainsi qu'au sein de leurs abords et dans les sites patrimoniaux remarquables.**

## II. Le Règlement National de Publicité (RNP)

**Le droit de l'affichage (le Règlement National de Publicité, RNP) relève du Code de l'Environnement** (livre V consacré à la Prévention des pollutions, des risques et nuisances) et s'inscrit donc prioritairement dans un objectif de protection de l'environnement, des paysages et du cadre de vie.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) constitue une déclinaison locale du droit environnemental de l'affichage : lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général (le RNP).

**Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLPi, les dispositions du Règlement National de Publicité en vigueur demeurent opposables.**

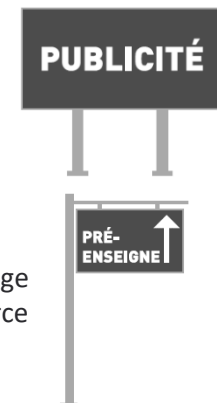
### 1. Le champ d'application du RNP

**Le droit environnemental de l'affichage concerne les dispositifs visibles depuis « toute voie ouverte à la circulation publique »** : la notion de terrain public ou privé n'entraîne pas de différence de traitement. Toutefois, les dispositifs doivent être implantés sur des voies extérieures en bordure desquelles un paysage urbain ou naturel est à protéger.

#### 1. Trois catégories de dispositifs

Trois catégories de dispositifs identifiés par le Code de l'Environnement font l'objet de règles spécifiques :

- **Les publicités** : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »
- **Les préenseignes** : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée ».



Jusqu'au 13 juillet 2015, certaines activités pouvaient bénéficier de dispositifs dérogatoires. Ces exceptions sont désormais interdites.

Depuis le 13 juillet 2015, pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

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

- **Les enseignes :** « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce ».



Pour ces dispositifs, le RNP fixe des règles de conformités concernant le format, le nombre, la localisation, la typologie, les modalités d'installations, le mode d'éclairage, entre autres.

## 2. Les supports spécifiques

Le **moblier urbain** peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité. C'est le cas pour (Art. R581-42 à 47 du Code de l'Environnement) :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public ;
- Les colonnes porte-affiches ;
- Les mâts porte-affiches ;
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m<sup>2</sup> (communément appelé sucette) et un de 8 m<sup>2</sup>.

Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité // Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure MEDDE

A noter toutefois que les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (Art. R581-45 du Code de l'environnement) et que les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46 du code de l'environnement).

Les **bâches** comprennent les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ainsi que les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier. (Art. R581-53 du Code de l'environnement).

Les **enseignes et préenseignes temporaires** considèrent :

- Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

**L'affichage d'opinion** : conformément à l'article L.581-16 du Code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ». L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune.

### 3. Les dispositifs qui ne relèvent pas du RNP

Par ailleurs, il existe également certains dispositifs de publicité qui ne relèvent pas du champ de compétence du RNP, ce sont pour les principaux :

- Les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS) : ces dispositifs se caractérisent par la matérialisation sur un même support via un dispositif de « réglettes » qui permettent d'harmoniser et regrouper les informations tout en donnant une meilleure lisibilité aux activités économiques ;
  - Les chartes commerciales communales ;
  - Les chartes signalétiques de Parc Naturel Régional (par exemple) ;
  - La publicité sur véhicule pour les véhicules de transport en commun, les taxis, les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires ;
- Les dispositifs localisés à l'intérieur d'un local. Excepté, lorsque le RLPi décide de s'en saisir « 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 »



Exemple de dispositifs qui ne relèvent pas du RLPi // Even Conseil

## 2. Une définition des agglomérations qui conditionne le cadre réglementaire

Pour l'application de la réglementation de la publicité, la notion d'agglomération est utilisée à deux fins :

- Déterminer où la publicité est autorisée ou interdite. Pour cela, il convient de fixer les limites physiques de l'agglomération. C'est le sens géographique de la notion.
- Déterminer le type de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération, nombre d'habitants dont il convient de préciser les modalités de calcul. C'est le sens démographique de la notion.

### 1. La définition des limites d'agglomération

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération. L'article L.581-7 qui fixe ce principe précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du Code de la Route.

La notion d'agglomération au sens du Code de la Route constitue l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art.R.110-2 du code de la route).

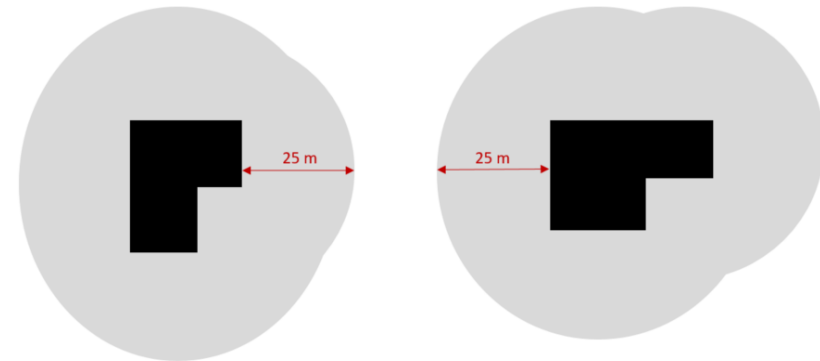
Toutefois, **dans le cadre de la réglementation de la publicité, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti** (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

La réalité physique de l'agglomération correspond aux espaces bâtis caractérisés par :

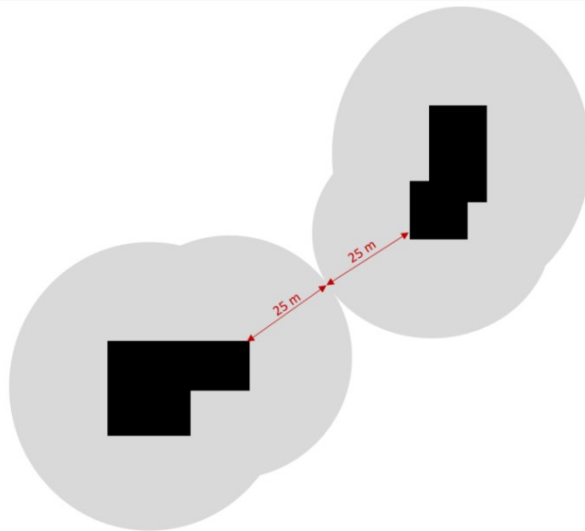
- Un espacement entre bâti de 50 mètres ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

En application de ces principes, les limites d'agglomération ont été définies via les traitements géomatiques successifs suivants :

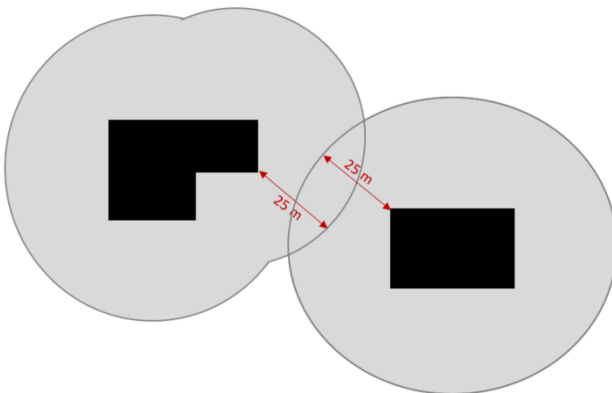
1. Le traitement s'est basé sur les bâtiments de plus de 30m<sup>2</sup> afin d'exclure de l'analyse les bâtis qui ne sont pas destinés à l'habitat ou au commerce ;
2. Une zone tampon de 25 m a ensuite été appliquée à chacune des entités. Dès lors qu'entre les bâtiments la zone tampon ne se touche pas, cela signifie que l'inter-distance est supérieure à 50 mètres et on considère alors qu'il n'y a plus de continuité urbaine.



Bâtiments présentant une inter-distance supérieure à 50 mètres et considérés comme non agglomérés // EVEN Conseil



Bâtiments présentant une inter-distance égale à 50 mètres et considérés comme agglomérés // EVEN Conseil



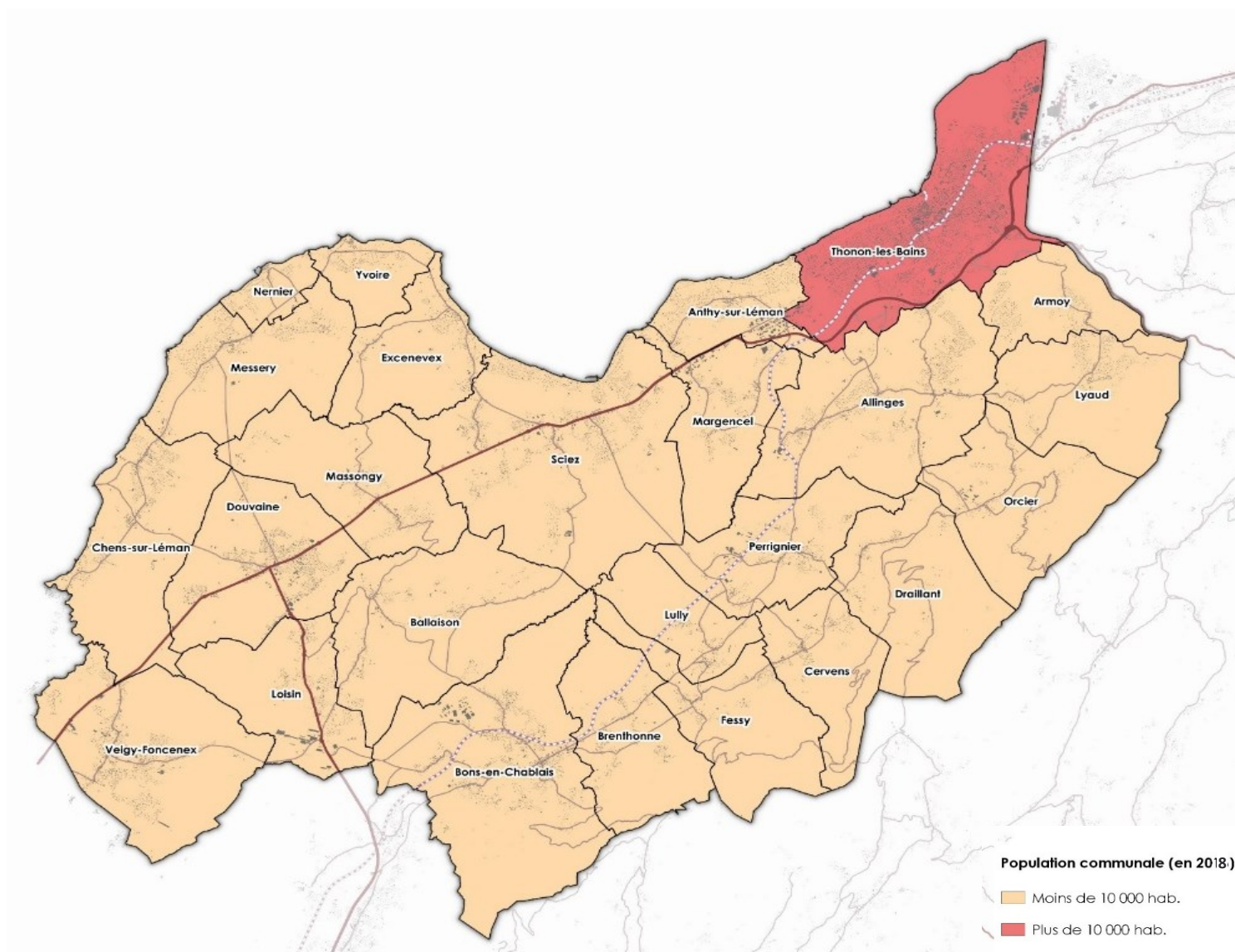
Bâtiments présentant une inter-distance inférieure à 50 mètres et considérés comme agglomérés

3. Ensuite, un nettoyage automatique de l'enveloppe est effectué pour supprimer les éventuels trous et obtenir une cohérence dans la continuité bâtie. Les éventuels artefacts liés à l'utilisation d'une zone tampon et incluant des espaces non agglomérés au-delà de voirie en particulier ont également été supprimés de façon à ne pas pouvoir permettre l'implantation de publicité dans des secteurs situés en réalité hors agglomération ;
4. Dans cette approche, les bâtiments isolés se retrouvent logiquement exclus des limites d'agglomération, de même que les zones agglomérées où la densité bâtie n'apparaît pas comme suffisamment conséquente pour présenter, à priori, de réels enjeux au regard des problématiques soulevées par l'affichage extérieur (seuils de densité définis à 10 bâtiments).  
Si le critère de densité de bâti ne permet pas de sélectionner de manière pertinente les zones agglomérées, un critère de surface d'un noyau bâti peut être mis en place (non réalisé à ce stade).

## **2. La définition de la population au sein des agglomérations**

Aucune commune de Thonon Agglomération n'est concernée par l'appartenance à une unité urbaine supérieure à 100 000 habitants telle que définie par l'INSEE pour apporter des souplesses dans la réglementation de l'affichage extérieur.

Seule la commune de Thonon dénombre une population communale supérieure à 10 000 habitants. L'ensemble des autres communes ont une population communale inférieure à 10 000 habitants. Aussi, il peut être considéré par extension que même si la commune est composée de différents hameaux, ceux-ci sont logiquement habités par une population inférieure à 10 000 habitants.



Répartition démographique de la population // Even Conseil, INSEE

### III. Les principales dispositions du RNP applicables à Thonon Agglomération

#### 1. Le régime des publicités et pré-enseignes

##### 1. La règle nationale des interdictions : périmètres d'interdiction absolue et périmètres d'interdiction relative

Dans l'objectif de préserver le cadre de vie, la publicité est très strictement encadrée dans certains périmètres institutionnels spécifiques. Sont ainsi définis des périmètres d'interdiction absolue de publicité, et des périmètres d'interdiction relative où l'affichage extérieur peut être réintroduit via un Règlement Local de Publicité.

Secteurs d'interdiction absolue
➤ Hors agglomération
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques</li> <li>➤ Sur les monuments naturels et dans les sites classés</li> <li>➤ Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles</li> </ul> <i>(art. L581-4 CE)</i>

Secteurs d'interdiction absolue
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dans les espaces boisés classés (EBC des PLU(i)) identifiés en agglomération</li> <li>➤ Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au sein des PLU(i)</li> </ul> <i>(Art. R581-30 CE)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Au sol, dans les zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute</li> </ul> <i>(Art. R581-31 CE)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ En façade : la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.</li> </ul> <i>(Art. R418-6 Code de la Route)</i>

Secteurs d'interdiction relative
<p>A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;</li> <li>➤ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;</li> <li>➤ Dans les parcs naturels régionaux ;</li> </ul>

Secteurs d'interdiction relative
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dans les sites inscrits ;</li> <li>➤ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS) ;</li> <li>➤ Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;</li> <li>➤ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000)</li> </ul> <p>(Art. L581-8 CE)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La publicité peut être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret.</li> </ul> <p>(Art. L581-7 CE)</p>

Les cartes ci-après localisent les espaces au sein desquels aucune publicité ou pré-enseigne ne peut être implantée, comme le stipule le RNP (interdiction absolue), ou bien les espaces au sein desquels le RLPi est compétent pour réintroduire de la publicité (interdiction relative).

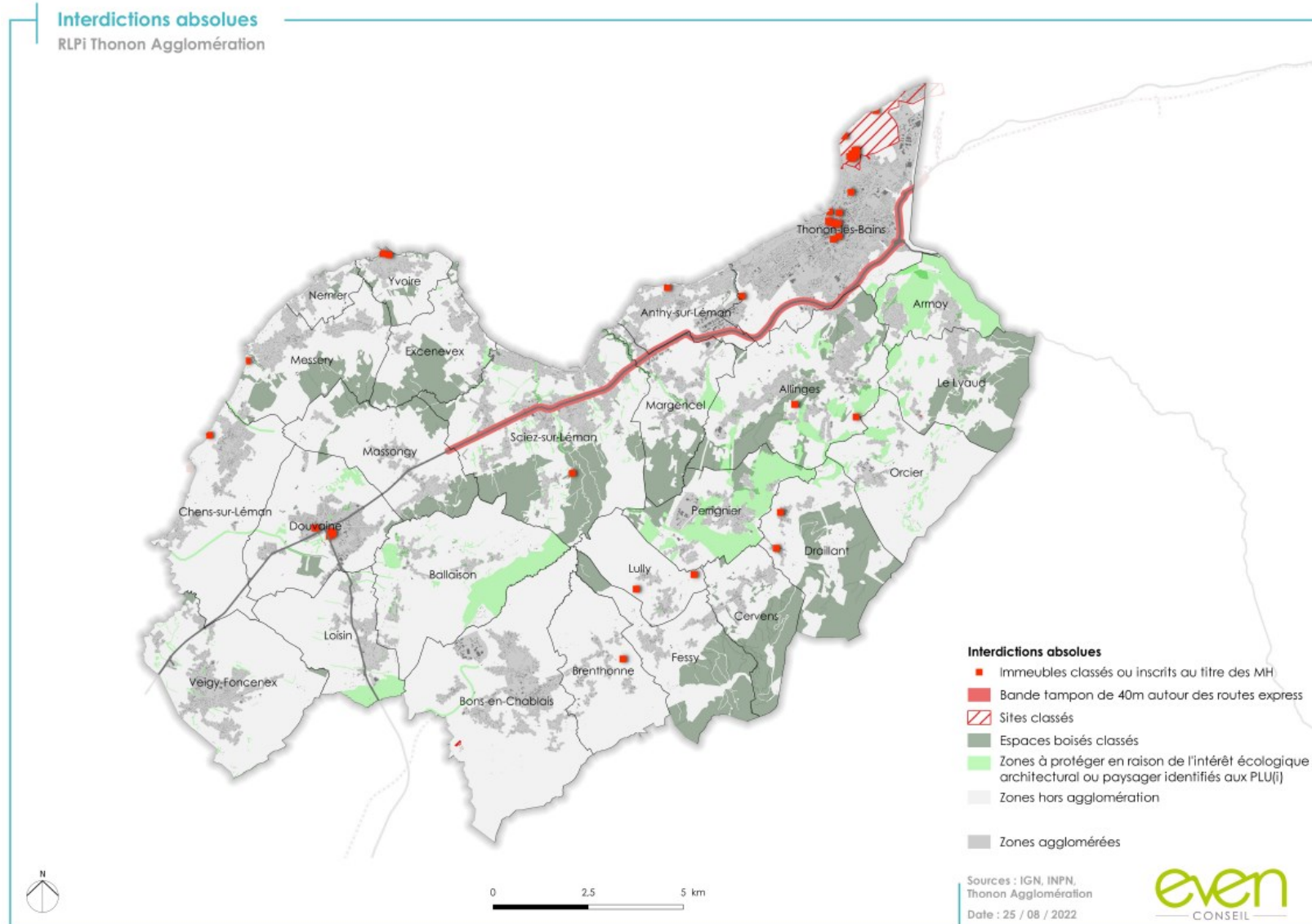
Pour les espaces qui ne sont pas cartographiés, le RLPi est compétent pour la gestion de l'affichage extérieur, à condition de n'être que plus disant, donc plus contraignant, que le RNP.

*N.B : Les périmètres d'interdiction absolue et relative qui relèvent d'espaces déterminés par les documents d'urbanisme locaux (PLU(i)) ne sont pas représentés sur la carte ci-après, à savoir :*

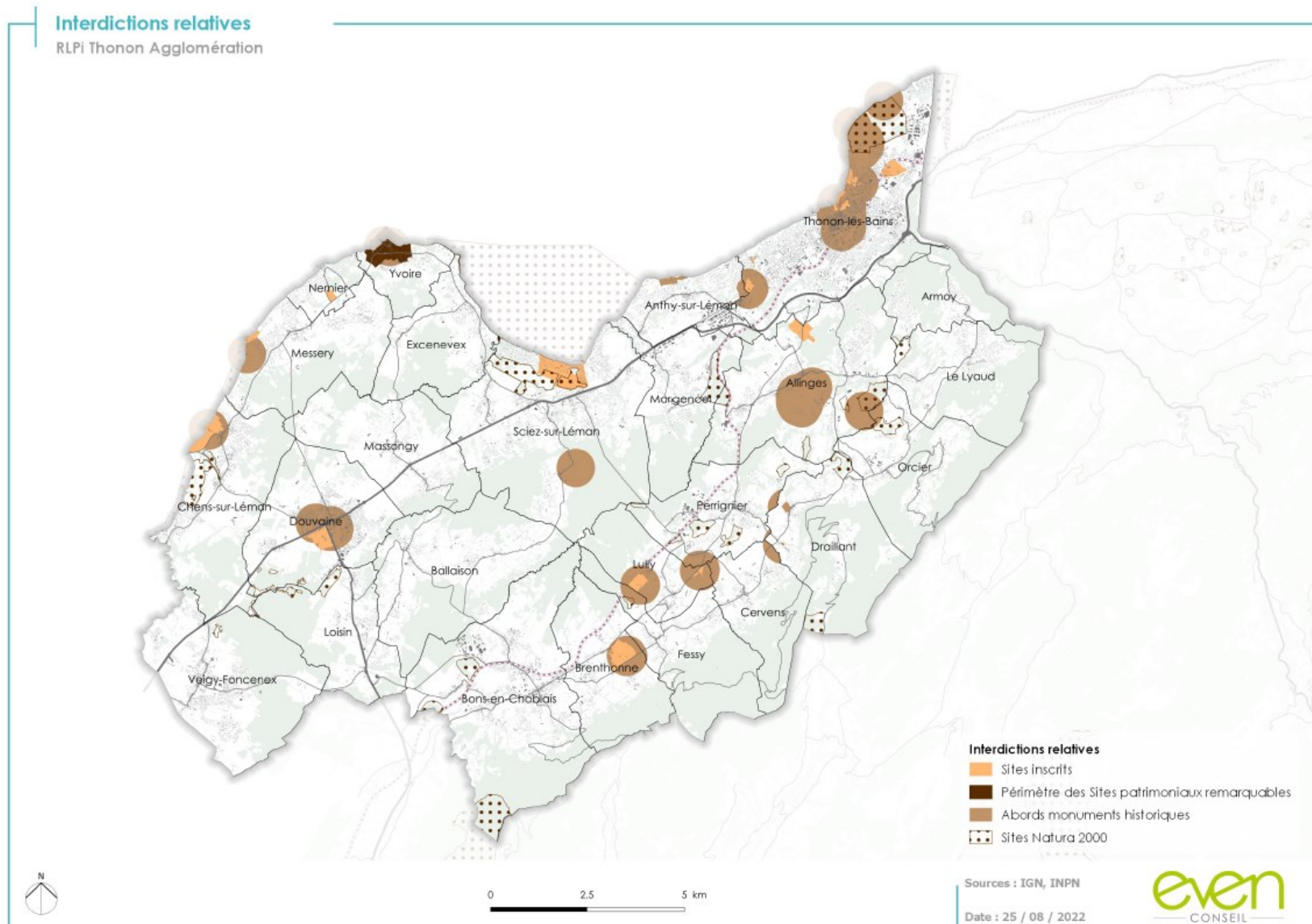
- *(Interdiction absolue) Espaces Boisés Classés (EBC) et zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et*

*de leur intérêt notamment du point de vue esthétique ou écologique figurant dans les documents d'urbanisme locaux en vigueur, zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute*

- *(Interdiction relative) Immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque (art. L581-4 alinéa II du Code de l'Environnement) repérés par un arrêté municipal/préfectoral*



Périmètres couverts par une interdiction absolue de publicité au sein de Thonon agglomération // Even Conseil



Périmètres couverts par une interdiction relative de publicité au sein de Thonon agglomération // Even Conseil

## 2. Les interdictions de dispositifs applicables à l'ensemble des agglomérations

Le RNP définit des dispositifs spécifiques interdits dans l'ensemble des agglomérations, quelle que soit leur typologie.

Ainsi, la publicité ne peut être apposée :

- Sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) (Art. R581-27 CE) ;
- Sur les arbres (Art. R581-4 CE) ;
- Sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (Art. R581-22 CE) ;
- Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré (Art. R581-22 CE) ;
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (Art. R581-22 CE) ;
- Sur les murs de cimetière et de jardin public (Art. R581-22 CE) ;
- Les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière (Art. R418-3 CR).

## 3. L'implantation sur la parcelle ou le bâtiment

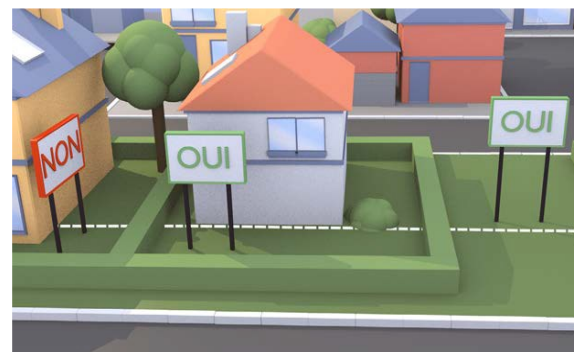
La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-27 CE). Lorsque deux lignes d'égout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.



La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol (Art. R581-27 CE).

La saillie sur façade maximale autorisée est de 0,25m (Art. R581-28 CE).

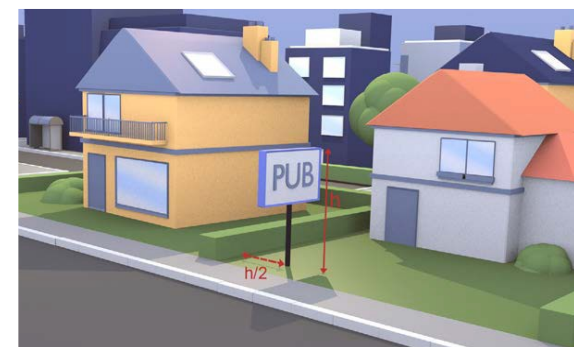
Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (Art. R581-33 CE).



Les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale. Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé

blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.

Le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.



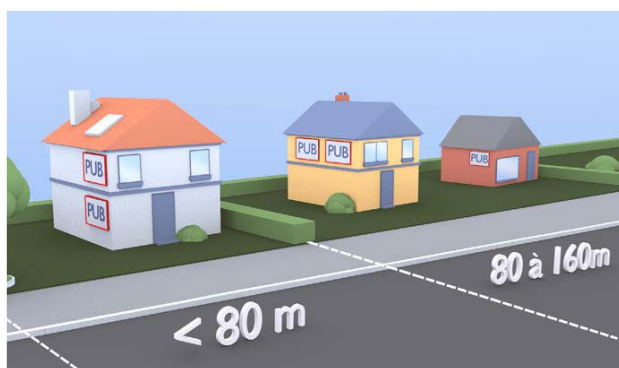
#### 4. La règle nationale de densité

Afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires susceptibles d'être implantés dans une agglomération, l'article R.581-25 du Code de l'environnement fixe une règle de densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositifs scellés au sol double face sont considérés comme un seul dispositif des lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos-à-dos, sans séparation visible.

Sur le **domaine privé** (Art. R581-25 du code de l'environnement) :

- Dispositifs muraux : lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...). Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.



- Dispositifs scellés ou apposé au sol : Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à quarante mètres. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.



Aucune règle d'inter-distance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'inter-distance est de 100 mètres (Art. R581-55 CE).

Sur le **domaine public** (Art. R581-25 du Code de l'environnement) : le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante. Un dispositif par tranche de quatre-vingts mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'inter-distance n'est imposée.

## 5. Le graphisme

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base (Art. R581-39 CE).

## 6. L'affichage d'opinion

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (Art. R581-2 CE) :

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> + 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> + 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

## 7. La publicité lumineuse

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel (non pris à ce jour), portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.

La publicité numérique supportée par le mobilier urbain est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, qu'elles appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou non.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des

publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (Art. R581-35 CE).

## 8. Les dispositions applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m <sup>2</sup>	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m <sup>2</sup>	6 m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m <sup>2</sup> sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m <sup>2</sup> pour les autres	6 m
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m <sup>2</sup>	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	12 m <sup>2</sup>	7,5 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	12 m <sup>2</sup>	6m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m <sup>2</sup> sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m <sup>2</sup> pour les autres	6 m
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches interdites dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non réglementé	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m <sup>2</sup> Cumulée : 2m <sup>2</sup> et 1/10 <sup>e</sup> de la surface de la devanture commerciale	-

**9. Les dispositions applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants**

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4 m <sup>2</sup> 8m <sup>2</sup> en bordure des routes à grande circulation au sens du L110-3 CR identifié par arrêté préfectoral	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m <sup>2</sup> sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 4 m <sup>2</sup> pour les autres	6 m
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Interdit	Interdit
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m <sup>2</sup> Cumulée : 2m <sup>2</sup> et 1/10 <sup>e</sup> de la surface de la devanture commerciale	-

**Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique**

> <b>Interdite sur tout type de support</b>	<b>Art. R581-34 CE</b>
> <b>Interdite également sur mobilier urbain</b>	<b>Art. R581-42 CE</b>

**10. Les règles applicables aux dispositifs spécifiques**

**Les bâches**

Le RNP prévoit des dispositions applicables à la publicité lorsqu'elle est apposée sur une bâche. Deux types de bâche sont visés :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- Les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

**La publicité ne peut être installée sur une bâche, qu'elle soit de chantier ou publicitaire, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.**

Les bâches sont également interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération. Lorsqu'elles sont admises, la surface de la publicité sur la bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci. Cette surface peut être supérieure lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « BBC rénovation ». Ce plafond peut être dépassé par décision de l'autorité compétente en matière de police.

Pour les autres bâches, la seule limite de surface publicitaire est constituée par le mur qui les supporte puisqu'elles ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

**Les dispositifs de petit format intégrés aux devantures commerciales**

L'article L.581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Selon l'article R.581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m<sup>2</sup>.

La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m<sup>2</sup>.

**Les dispositifs de dimensions exceptionnelles**

L'article L.581-9 permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation.

**Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.** Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à 50m<sup>2</sup>. Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité. Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches à une exception :

- Le 2ème alinéa de l'article R.581-27 prévoit que la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.

### ***Les dispositifs publicitaires implantés dans l'emprise des équipements sportifs***

Quelle que soit la population de l'agglomération, des dispositifs publicitaires peuvent être implantés dans l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places dans des conditions d'emplacement, de surface et de hauteur dérogatoires par rapport aux règles nationales applicable aux autres publicités (art. L581-10 CE).

Les conditions d'apposition de publicité dans l'emprise des grands équipements sportifs doivent néanmoins respecter les dispositions suivantes :

- Le nécessaire lien avec une manifestation temporaire (sans condition de localisation de la manifestation) ;
- La possibilité de dispositifs installés sur toitures ou terrasses en tenant lieu, scellés au sol ou installés directement sur le sol.
- La publicité lumineuse (dont la publicité numérique) apposée sur un mur, une façade ou une clôture, scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de 50 m<sup>2</sup>. Une élévation supérieure à 10 m peut être autorisée, pour la publicité apposée sur un mur, une façade ou une clôture, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière.

L'implantation des dispositifs au sein de ces équipements est soumise à l'autorisation du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'établissement public de coopération intercommunale compétent et dispose ainsi d'un large pouvoir d'appréciation au cas par cas lors de la délivrance de l'autorisation.

### ***Les dispositifs publicitaires sur véhicule***

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques.

Ils ne peuvent circuler en convoi ni rouler à une vitesse anormalement réduite, c'est-à-dire à une vitesse moindre que le trafic. La surface cumulée des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup> (Art. R.581-48).

### ***Les préenseignes dérogatoires***

Par principe, les préenseignes sont soumises au régime de la publicité, ce qui explique que le présent diagnostic ne les évoque pas de manière spécifique (art. L.581- 19 du Code de l'environnement).

Lorsqu'elles signalent certaines activités, elles peuvent s'implanter hors agglomération, ce que l'article L.581-7 interdit à toute publicité. Elles doivent alors respecter certaines conditions de format et d'implantation. Sont concernées les activités suivantes :

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

Depuis le 13 juillet 2015, les activités autres que celles énumérées ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. Il s'agit de l'institution d'une signalisation d'intérêt local (SIL) « *qui a pour objet d'apporter aux usagers de la route des indications sur les services et activités liés au tourisme et au voyageur en déplacement* » et qui ne doit pas être confondue avec les dispositifs dits de « micro-signalétique » que les communes mettent en place pour signaler en agglomération commerces et équipements publics (voir plus loin).

Les dimensions des dispositifs admis ne peuvent excéder 1 m en hauteur et 1,5 m en largeur tout en veillant à ce que cette hauteur n'excède pas 2,20 m au-dessus du niveau du sol.

Par ailleurs, ces pré-enseignes dérogatoires doivent être implantées à moins de 5 km de l'activité signalée, cette distance maximale pouvant être portée à 10 km lorsqu'il s'agit de signaler les monuments historiques.

Leur nombre est limité à 2 par activité signalée, porté à 4 dispositifs pour les monuments.

## 2. Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicables aux enseignes sont différentes selon qu'elles sont : installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

### 1. Les dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon (Art. R581-61 CE) ;
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (Art. R581-59 CE).

### 2. L'implantation des dispositifs

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10<sup>e</sup> de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-61 CE).

Lorsqu'elles sont installées sur auvent ou marquise, elles ne peuvent dépasser 1 m de haut (Art. R.581-60 du Code de l'environnement).

Les enseignes apposées sur balcon et balconnet ne peuvent dépasser la hauteur du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie.

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. (Art. R581-64 CE).

### **3. Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu**

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, 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 (Art. R581-62 CE). Dans ce cas, les panneaux de fond ont une hauteur limitée à 0,50 mètre. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres.

Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, la hauteur des enseignes ne doit pas dépasser 20 % de cette hauteur dans une limite de 6 mètres. La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup> à l'exception des établissements culturels, c'est-à-dire les salles de cinéma, les salles de spectacle et les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

### **4. Les enseignes lumineuses**

Concernant les enseignes lumineuses (Art. R581-59 CE), elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Il n'y a pas de distinction entre les typologies d'agglomérations.

Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

### **5. Les enseignes en façade**

La surface cumulée des enseignes murales parallèles et/ou perpendiculaires ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

### **6. Les enseignes scellées ou apposées au sol**

Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées.

Ainsi, comme la publicité scellée au sol, lorsque l'enseigne mesure plus de 1 m<sup>2</sup>, elle ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Toutefois, deux enseignes peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Une règle de densité, distincte de celle de la publicité, s'applique lorsqu'elle fait plus de 1 m<sup>2</sup>. Ainsi, elle est limitée à un dispositif simple ou double face, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

**7. Les dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants**

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	12 m <sup>2</sup> unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m <sup>2</sup> : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m <sup>2</sup> : non réglementé

**8. Les dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération**

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	6 m <sup>2</sup> unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m <sup>2</sup> : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m <sup>2</sup> : non réglementé

**3. Le régime des dispositifs temporaires**

**1. Les pré-enseignes temporaires**

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si (Art. R581-71 CE) :

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur ;
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation.

**2. Les enseignes temporaires**

Elles suivent les règles d'extinction lumineuse des enseignes permanentes (Art. R581-70 CE).

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-70 et 60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-70 et 61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-70 et 60 CE) ;
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10<sup>e</sup> de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-70 et 61 CE).

Les enseignes de plus de 1m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées

à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété (Art. R581-64 CE).

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m<sup>2</sup>) (Art. R581-70 et 62 CE).

La surface des enseignes ou pré-enseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m<sup>2</sup> unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol (Art. R581-70 CE).

## 4. LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE

### I. Diagnostic des publicités et préenseignes



#### 1. Méthodologie

L'élaboration du Règlement local de Publicité intercommunal de Thonon Agglomération suppose de disposer d'un état de la situation actuelle du territoire en matière d'affichage extérieur. Le diagnostic publicitaire remplit cet objectif.

Le premier temps d'analyse se base sur un recensement représentatif du parc publicitaire.

En effet, un inventaire publicitaire quasi exhaustif (publicités et préenseignes) sur un linéaire de voirie défini a été réalisé dans l'été 2019 par un véhicule doté d'une caméra.

Le parcours de cet inventaire s'est porté sur les zones à enjeux pressenties sur le territoire de Thonon Agglomération en matière d'affichage extérieur : les axes majeurs du territoire, les zones d'activités économiques et commerciales, les axes et entrées de ville et les centres villes des communes du territoire. Ils représentent un échantillonnage représentatif des tendances en matière de publicité et préenseigne

Ce recensement a permis de mettre en évidence les secteurs les plus concernés et impactés par la présence de ce type de dispositifs publicitaires, ainsi que les caractéristiques des dispositifs publicitaires recensés.

Ainsi, pour chaque dispositif ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

- Le type de dispositif (publicité ou préenseigne) ;
- Le nombre de faces ;
- La hauteur et la largeur du support ;
- La surface de l'affiche publicitaire et son encadrement.

En complément de ces éléments, le diagnostic publicitaire a également pour objectif d'identifier la « conformité » du parc de dispositifs par rapport au Règlement National de Publicité (RNP). Ces éléments permettent ainsi d'établir le profil « chiffré » du territoire en matière d'affichage extérieur.

Le second temps d'analyse (approche dite « sensible ») s'attache à caractériser la place de l'affichage extérieur dans le paysage et son influence sur le cadre de vie, tout en tenant compte des besoins du tissu économique local.

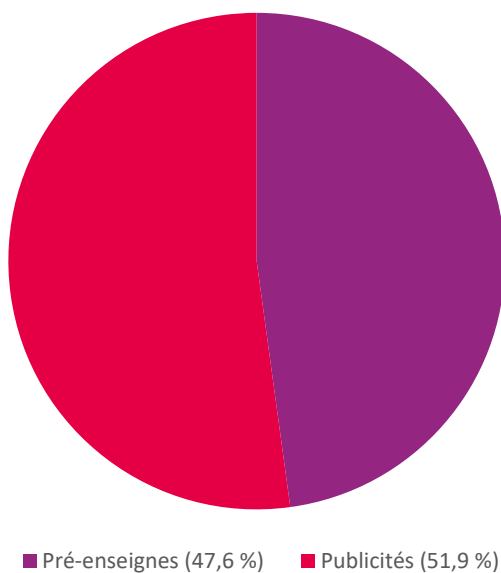
## 2. Analyse statistique : les chiffres clefs du parc publicitaire

*Le recensement ayant été réalisé durant l'été 2019, il ne prend pas en compte les éventuelles évolutions postérieures.*

### 1. Typologie et répartition territoriale des dispositifs

Sur l'ensemble des 25 communes composant l'agglomération, **441** dispositifs de publicités et pré-enseignes ont été recensés, avec une répartition quasi égale entre ces deux types de dispositifs.

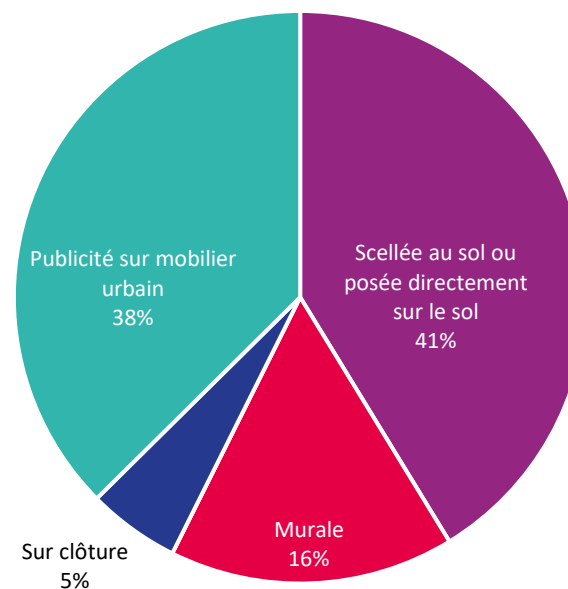
TYPES DE DISPOSITIFS



Au regard du type d'implantation de ces dispositifs, une **majorité de dispositifs visuellement au sol** est observée (**79%**) avec :

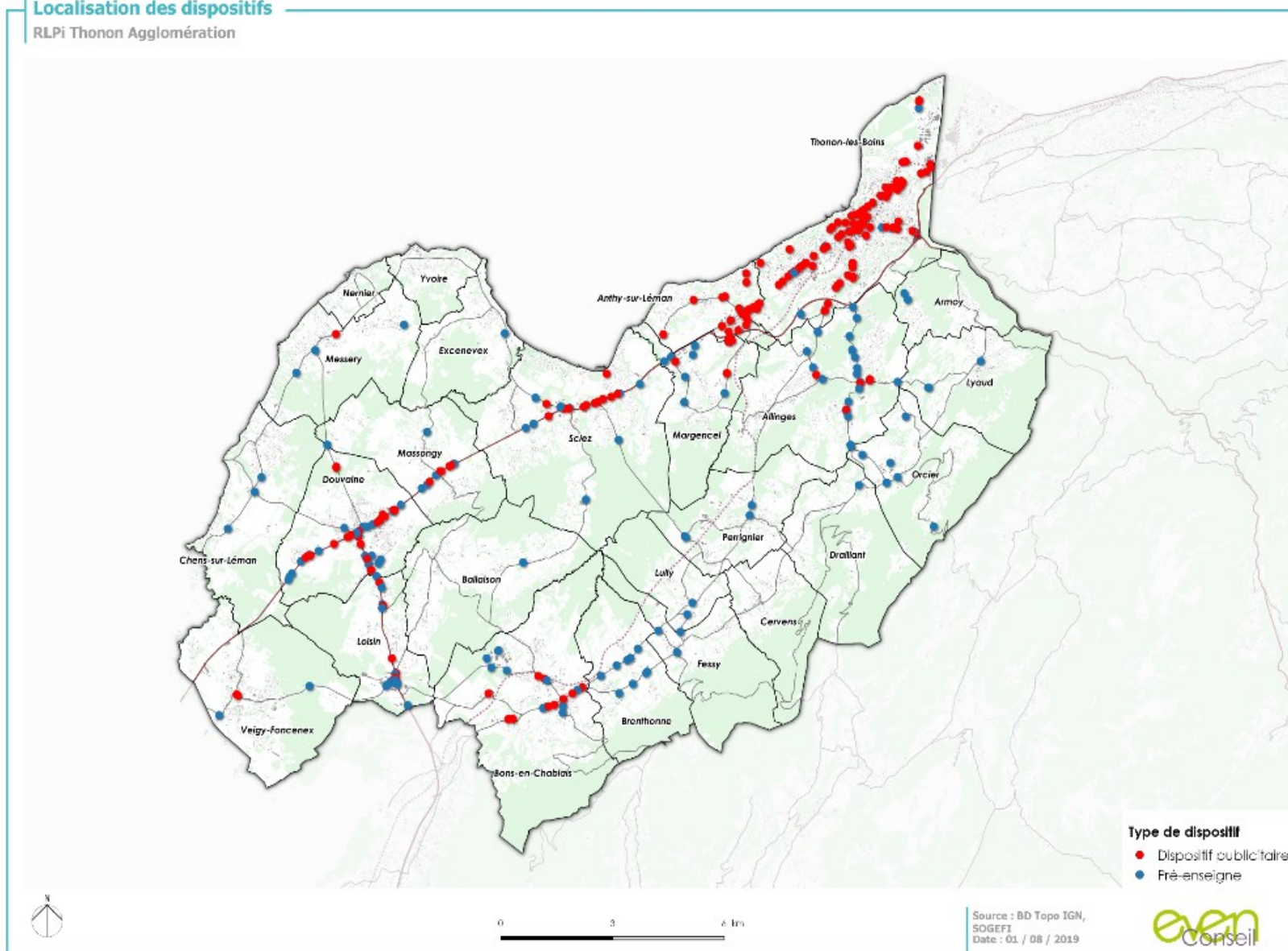
- 41% de dispositifs dits « scellés ou posés directement sur le sol » ;
- 38% de mobilier urbain (abribus et sucettes principalement).

TYPES D'IMPLANTATION PAR TYPOLOGIE DE DISPOSITIF



## Localisation des dispositifs

RLPi Thonon Agglomération



Localisation des dispositifs recensés : une concentration aux abords des axes majeurs du territoire et dans le centre de Thonon-les-Bains // Even Conseil

## 2. Des « petits » formats majoritaires

La **surface moyenne des dispositifs** du territoire, tous dispositifs confondus, est de **2,86 m<sup>2</sup>**.

Ce chiffre moyen correspond à un format dit « petit » (< 3m<sup>2</sup>) au regard des formats standards existants.

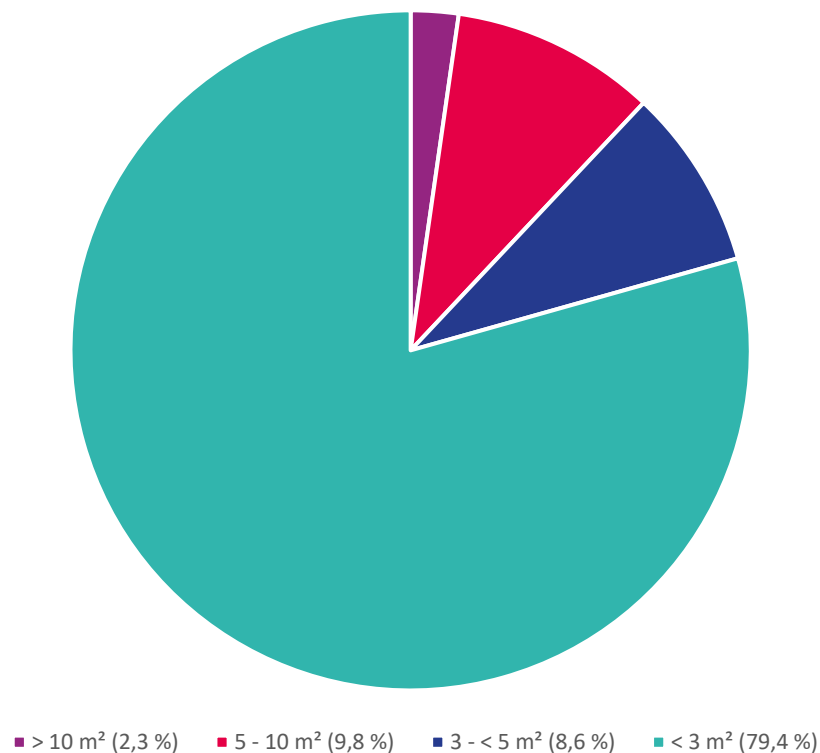
Cette majorité de petits dispositifs (79,4%) s'explique par une **part importante** :

- De **mobilier urbain** (38% des dispositifs recensés, surtout à Thonon) ;
- Et de **pré-enseignes** (47,6%, souvent des « petits formats » au sol partout ailleurs sur le territoire).

En termes de localisation géographique, ces petits formats sont observables partout sur le territoire, principalement sous forme de mobilier urbain ou de pré-enseignes, et quelques plus grands formats (entre 5 et 10m<sup>2</sup> ou > 10m<sup>2</sup>) sont observés aux abords des axes d'entrée de ville de Thonon-les-Bains.

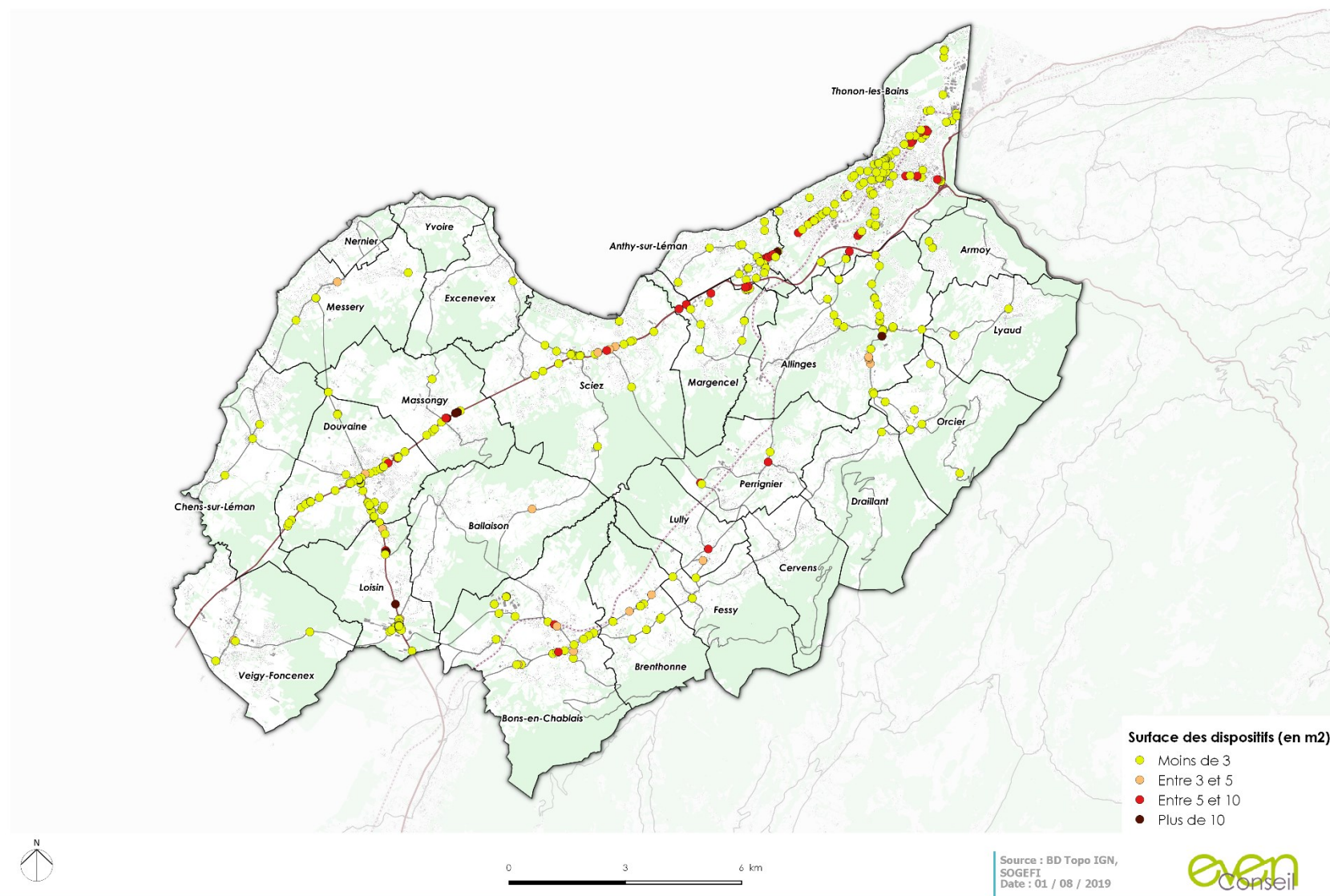
Par ailleurs ; les **zones d'activités** (Espace Léman, Loisin, Douvaine, Bons, Perrignier, etc.) apparaissent comme **points de concentration** des dispositifs.

## RÉPARTITION DES FORMATS DES DISPOSITIFS



Formats d'affichage publicitaire

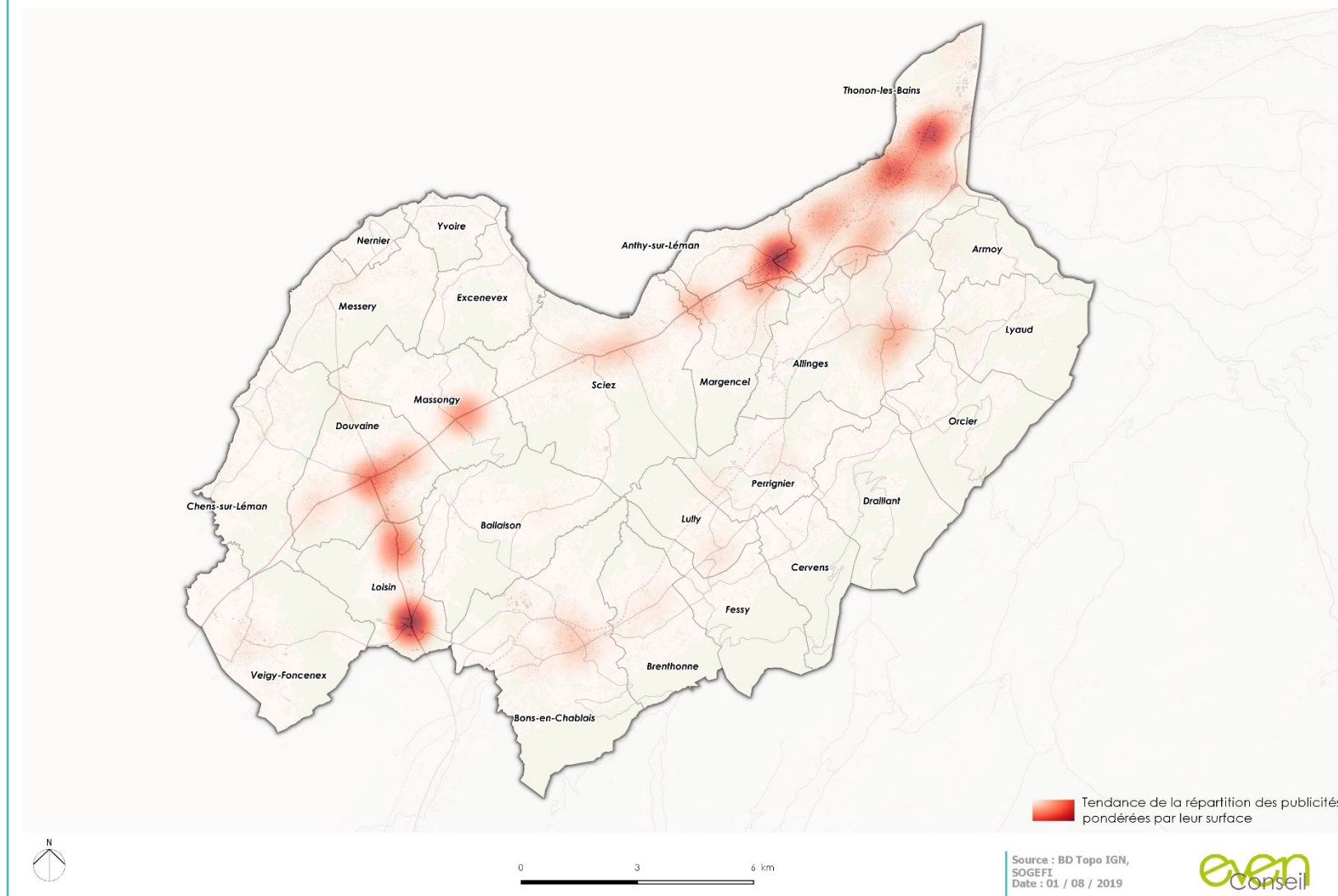
RLPi Thonon Agglomération



Format d'affichage des dispositifs du territoire // Even Conseil

## Les points chauds du territoire en matière d'affichage publicitaire

RLPi Thonon Agglomération



Les points chauds publicitaires du territoire // Even Conseil

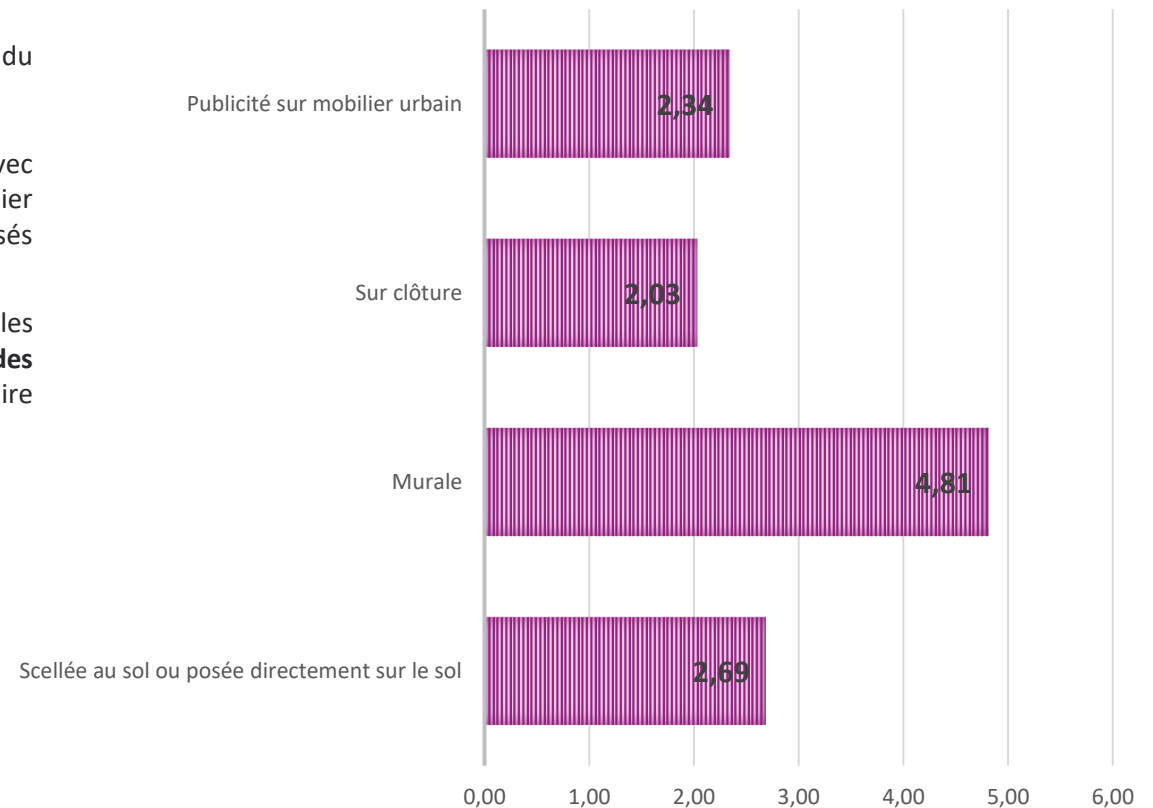
### 3. Focus : les dispositifs muraux

Les **dispositifs muraux** ressortent plus particulièrement sur le territoire du fait de leur **format** moyen supérieur à la moyenne territoriale (**4,81 m<sup>2</sup>**) et de leur **présence** sur le territoire (16% des dispositifs recensés).

Ce phénomène trouve des explications très spécifiques au profil du territoire et aux politiques qui y ont été menées :

- Une récente « **chasse aux publicités au sol** » (mise en conformité avec le RNP ou les RLP communaux en vigueur) : l’affichage (hors mobilier urbain) se **reporte** alors sur les dispositifs muraux qui sont autorisés dans toutes les communes par le RNP ;
- Un format standard possible qui s’échelonne **entre 4m<sup>2</sup>** (pour les communes < 10 000 habitants) **et 12m<sup>2</sup>** (Thonon-les-Bains), soit **des dispositifs plus grands que le mobilier urbain** (format 2m<sup>2</sup>), majoritaire sur le territoire.

#### SURFACE MOYENNE PAR TYPOLOGIE DE DISPOSITIF



#### 4. Mise en conformité au regard du Règlement National de Publicité

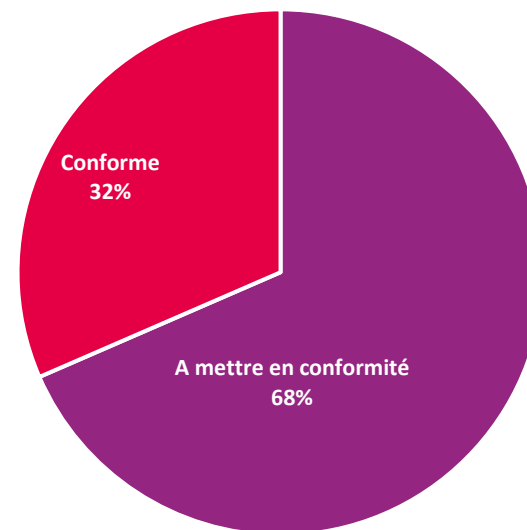
Malgré les actions de mise en conformité engagées sur certaines communes (Thonon-les-Bains, Sciez-sur-Léman, etc.), une **majorité de dispositifs** apparaît comme « **A mettre en conformité** » au regard de la **Réglementation Nationale**.

En effet, 68% des dispositifs ont **au moins un motif de mise en conformité** (souvent entre 1 et 2) à effectuer avec le Règlement National de Publicité.

Ce taux apparaît conséquent mais ce pourcentage s'explique **et doit se nuancer au regard de la base d'analyse employée**. En effet, cette analyse **ne prend pas en compte la conformité des dispositifs par rapport aux réglementations des RLP communaux**. Aussi, des dispositifs actuellement en place peuvent être conformes avec le RLP communal mais pas avec le RNP (cas en particulier de dispositifs implantés au sein d'un périmètre d'interdiction relative), et apparaissent ainsi comme « à mettre en conformité » dans la présente analyse.

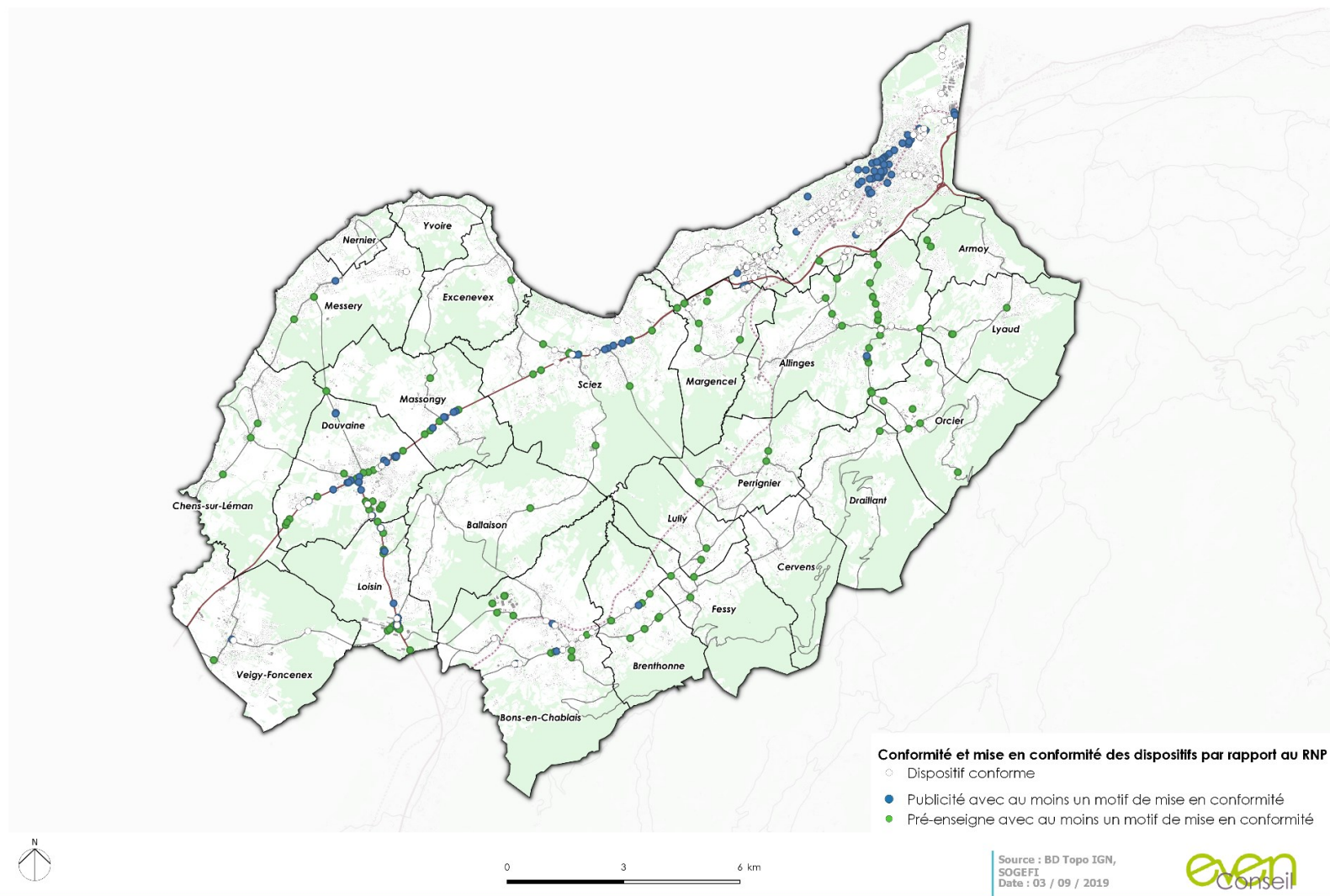
*NB : Le travail de mise en conformité et plus globalement de mise en œuvre des RLP communaux est détaillé dans la partie dédiée à l'analyse des RLP communaux.*

#### CONFORMITÉ/MISE EN CONFORMITÉ AU REGARD DU RNP



# Localisation des publicités et pré-enseignes selon leur conformité au regard du RNP

RLPi Thonon Agglomération



Localisation des dispositifs conformes et à mettre en conformité par rapport au RNP // Even Conseil

L'analyse permet de mettre en évidence de grandes tendances de motifs de mise en conformité et qui sont relatives :

- à la **localisation géographique non conforme** des dispositifs ;
- aux **motifs d'infraction propres aux typologies de dispositifs** mobilisées.

### **La localisation des dispositifs**

*Au regard de ce critère, les besoins de mise en conformité sont dus à deux éléments principaux :*

- **Hors agglomération**, toute publicité ou préenseigne autre que dérogatoire est **interdite** : sur le territoire, de nombreuses préenseignes sont localisées hors agglomération (**23%** des motifs de mise en conformité) ;
- Dans un périmètre **d'interdiction relative**, toute publicité ou préenseigne est **interdite, sauf si un RLP(i) l'autorise** (**17,9%** des motifs de mise en conformité).

### **Les motifs d'infractions propres aux typologies de dispositifs**

*Au regard de ce critère, les besoins de mise en conformité sont dus à plusieurs éléments :*

- Des **dispositifs implantés au sol dans une commune < 10 000 habitants** (hors unité urbaine > 100 000 habitants) (**32,7%** des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs **muraux de format supérieur à 4m<sup>2</sup> dans une commune < 10 000 habitants** (hors unité urbaine > 100 000 habitants) (**10,4%** des motifs de mise en conformité) ;

- Des dispositifs localisés sur un mur non aveugle (5,3% des motifs de mise en conformité) ou sur un poteau électrique (4% des motifs de mise en conformité) ou non alignés sur le même support (2,7% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs muraux trop proches du sol (< 0,5m) (1,5% des motifs de mise en conformité) ou qui dépassent la limite de l'égout du toit (0,2% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs localisés sur une clôture non aveugle (0,9% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs au sol trop hauts (> 6m par rapport au terrain naturel) (0,4% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs numériques au sein de communes < 10 000 habitants (0,4% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs numériques > 8m<sup>2</sup> (0,2% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs de format > 12m<sup>2</sup> (0,2% des motifs de mise en conformité).

Les deux principaux motifs de mise en conformité propres aux typologies des dispositifs s'expliquent par :

- De **nombreuses pré-enseignes** sur le territoire, qui représentent tout autant de dispositifs au sol, localisés dans des communes < 10 000 hab. (prises en compte même si < 1m<sup>2</sup>) ;
- Des **dispositifs muraux** dont les **formats dépassent** régulièrement **4m<sup>2</sup>** (le **cadre du dispositif** étant compris dans la mesure du format).

*Illustration des motifs de mise en conformité*



Dispositif hors agglomération, Douvaine, D1005 // Thonon Agglomération



Dispositifs au sol dans une communes < 10 000 habitants, Bons-en-Chablais, ZAE Bracots // Even Conseil



Dispositif mural > 4m<sup>2</sup> dans une commune < 10 000 habitants, Massongy, D1005 // Even Conseil



Dispositif localisé sur un mur non aveugle, Perrignier, Route de Curcinges // GoogleStreet



Dispositif localisé sur un support non prévu à cet effet, Orcier, D35 // Even Conseil

### 3. Synthèse des constats – Chiffres clés

#### *Atouts*

- + Peu de dispositifs publicitaires sur le territoire
- + Une surface moyenne d’affichage peu élevée (2,86m<sup>2</sup>)
- + Une mobilisation importante du mobilier urbain « petit format » pour une meilleure intégration paysagère des dispositifs
- + Des périmètres d’interdiction absolue parfaitement respectés : aucune infraction
- + Une mise en conformité des publicités et des pré-enseignes réalisée ou engagée à Thonon, et dans les autres communes dotées d’un RLP

#### *Faiblesses*

- Une forte proportion de dispositifs au sol impactant davantage le champ visuel des usagers (79% : mobilier urbain et dispositifs dits scellés au sol)
- Une forte proportion de pré-enseignes (48%), souvent localisées au sol, peu qualitatives, et dont la pose est souvent « anarchique »
- Des points de concentration importants de dispositifs (cœur urbain de Thonon avec le mobilier urbain, Espace Léman, Douvaine et Loisin)
- Des motifs d’infractions au RNP et donc au futur RLPi qui vont induire l’exercice d’un pouvoir de police assidu : localisation des dispositifs exclusivement en agglomération, réduction des formats des dispositifs muraux, pas de mobilisation des murs non aveugles, entre

#### 4. Analyse sensible des publicités et pré-enseignes : quels impacts dans les paysages ?

##### 1. Un territoire entre lac et montagne préservé de l'affichage publicitaire

Le territoire présente un **intérêt paysager reconnu nationalement et internationalement** pour la diversité des paysages qui le composent, dont les témoins identitaires sont le **Lac Léman et les montagnes chablaisiennes**. Bien que territoire touristique de renommée, des ambiances apaisées et intimes maillent l'espace et contribuent à la perception d'un lieu de qualité.

Par ailleurs, le territoire est encore, dans sa globalité, **relativement préservé des logiques de l'affichage publicitaire**.

Ce constat s'explique par deux éléments :

- Le **profil en majorité rural du territoire** et les **exigences du RNP** liées à ces profils ruraux (interdiction de toute publicité hors agglomération et interdiction des dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, formats réduits, etc.) ;
- La réalisation d'une **récente vague de mise en conformité** (2017) effectuée sur les dispositifs avec les RLP communaux ou le RNP, ce qui a permis, sur les communes concernées, de supprimer une grande partie des dispositifs « illégaux », et souvent impactants sur les perceptions du paysage.



Vue sur le lac Léman depuis Thonon-les-Bains, Quai de Rives une vue « courante » pour le territoire, D25// Even Conseil



L'arrière-pays Chablaisien au Lyaud// Even Conseil



Vue sur le lac Léman depuis Excenevex, une vue « courante » pour le territoire, D25// Even Conseil

## 2. Des cœurs de vie (urbains, patrimoniaux) où l'affichage extérieur a été mis en cohérence avec les qualités architecturales et les usages

Le territoire de Thonon Agglomération comporte de **nombreux périmètres de protection patrimoniale**, de type monuments historiques, site patrimonial remarquable, sites classés ou sites inscrits, relatifs au **patrimoine construit** :

Château de Troches à Loisin, Chapelle de Notre-Dame-du-Lac à Nernier, Site Patrimonial Remarquable d'Yvoire, Château d'Avully à Brenthonne, Château de Coudrée à Sciez-sur-Léman, Château de Chignens à Allinges, Château de Marclaz ou Château de la Fléchère et encore Domaine de Ripaille à Thonon-les-Bains, etc.

Globalement, l'ensemble de ces périmètres est **très préservé de l'affichage publicitaire** : **aucun affichage** n'y est observé, ou alors, de l'affichage sur **mobiliers urbains « petit format »** (< 2m<sup>2</sup>) de type abribus ou « sucettes », comme par exemple dans le centre de Thonon-les-Bains.

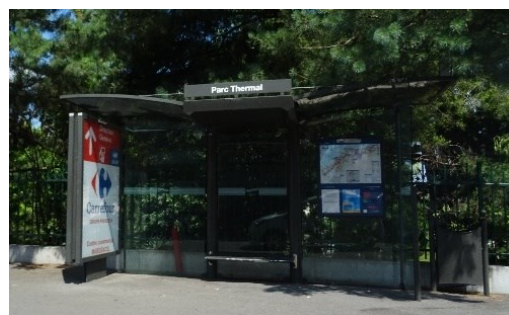
Dans ces contextes patrimoniaux, le mobilier urbain a l'avantage d'avoir une **ligne graphique épurée, homogène** à l'échelle de la commune et de combiner de **l'information relative à la promotion des activités de la commune ou de l'agglomération**, avec de la **publicité** qui ne peut y être apposée qu'à titre **accessoire**.



Le centre d'Yvoire, Site Patrimonial Remarquable// Even Conseil



Mobilier urbain « sucette » à Thonon, Avenue Saint-François de Sales// Even Conseil



Mobilier urbain abribus à Thonon, Avenue du Général de Gaulle// Even Conseil



Les abords de l'Hôtel de Ville de Thonon, monument historique// Even Conseil

Quelques problématiques très localisées peuvent toutefois être observées, tels que :

- Des dispositifs de **plus grand format** (8m<sup>2</sup>) ;
- Certaines **localisations** de mobiliers urbains parfois **impactantes** pour les espaces à proximité ;
- Quelques « **points de concentration** » de mobiliers urbains, et ainsi de publicité, comme par exemple sur la place des Arts de Thonon-les-Bains.



Mobilier urbain implanté dans un talus vert à Thonon, Chemin de Ronde // Even Conseil



La place des Arts, un point de concentration de mobilier urbain  
// Even Conseil

### 3. Des problématiques d'affichage spécifiques aux espaces naturels touristiques et aux profils ruraux de certaines communes

Le cadre paysager, naturel et bâti du territoire l'érige indéniablement en **territoire touristique**, reconnu notamment pour la **palette d'activités de plein air** offerte.

Pour autant, **certains affichages** relatifs aux **activités de loisirs** sont parfois signalés de manière **peu qualitative** dans les centres-bourgs. Le même constat peut être effectué pour la signalisation de certains **services à la population** : qualité esthétique peu recherchée, couleurs vives et diverses, apposition sur des éléments. Un manque d'entretien peut aussi être observé, et l'ensemble de ces éléments **réduisent la qualité des ambiances urbaines**.



Préenseigne sur un mur en pierre à Anthy, Rue de l'Eglise  
// Even Conseil



Préenseignes indiquant diverses activités de plein air à Excenevex, Route du Lac  
// Even Conseil



Préenseigne indiquant un camping à Thonon, Avenue de Saint-Disdille  
// Even Conseil

De manière similaire, mais plus spécifiquement pour les **événements temporaires**, les affichages sont peu maîtrisés. Bien que temporaires, ces événements sont **nombreux, courants**, et créent dans ce sens **un impact permanent** sur les ambiances de bourgs.



Préenseignes signalant des manifestations temporaires à Cervens, Le Lyaud et Allinges  
// Even Conseil

En **milieu plus urbain**, ce sont les **chevalets** (dispositifs au sol), qui signalent la proximité d'un commerce, dont **les localisations et le nombre questionnent**.



Chevalets à proximité du port de Rives à Thonon et au sein du cœur urbain  
// Even Conseil

#### 4. Des lieux qui impactent l'image du territoire à repenser au regard de l'affichage extérieur

Bien que relativement préservé de l'affichage publicitaire, le territoire de Thonon Agglomération est un **bassin économique et d'emploi attractif** à proximité du bassin Genevois, et constitue de ce fait un **territoire stratégique pour l'affichage publicitaire**.

Les abords d'axes majeurs, les entrées de ville et les zones d'activités sont alors ces lieux stratégiques pour les flux supportés.

L'axe **D1005**, axe majeur et entrée de ville de Thonon-les-Bains, représente par exemple un secteur stratégique, au même titre que le **carrefour D1206/D1005 de Douvaine**. Des dispositifs jalonnent ces itinéraires routiers à forte « audience visuelle » et particulièrement dans les secteurs où les automobilistes sont à l'arrêt (le carrefour du centre de Douvaine et sa « clôture de publicités »).



La clôture de publicités à Douvaine, RD 1206// Even Conseil



L'axe D2005 à Thonon, quai de Ripaille // Even Conseil

Au sein des zones d'activités économiques, les problématiques d'affichage sont plutôt imputées aux enseignes. Toutefois, dans les zones artisanales et industrielles plus particulièrement, les **préenseignes** sont nombreuses et **prégnantes** dans le paysage. Cette **surdensité génère une perte de lisibilité**, de compréhension de l'implantation des activités et du fonctionnement global de la zone économique.

La **diversité** des formats, coloris et modes d'implantation des dispositifs publicitaires étant hétérogènes, du fait de chartes graphiques propres à chaque entreprise, et plus ou moins « qualitatives », **impacte** aussi la **qualité** du secteur et **l'image** qu'elle renvoie à un usager.

Par ailleurs, à **proximité des zones commerciales**, les dispositifs publicitaires **numériques** font leur apparition, ayant l'avantage de pouvoir diffuser **sur un même support des messages diversifiés**. Bien qu'il soit **encore limité**, ce développement soulève des questions quant à l'impact de ces dispositifs animés et lumineux sur les **ambiances urbaines qu'ils créent (forte luminosité)**, sur les **consommations énergétiques** engendrées ou encore sur la **biodiversité nocturne**.

Des questions de **sécurité routière** peuvent se poser également, ces dispositifs attirant fortement l'attention, surtout à l'aube et au crépuscule, et encore plus lorsqu'ils sont localisés le long d'axes à circulation rapide.



Dispositif numérique à Douvaine  
// Even Conseil



Préenseignes en ZA à Bons-en-Chablais // Even Conseil

Les **entrées de ville**, considérées également comme **lieux stratégiques** pour l'affichage publicitaire, peuvent être le siège **d'affichages peu qualitatifs** : Dispositifs muraux en nombre, dispositifs anciens, etc., constituent tout autant de caractéristiques qui **banalisent ces espaces**.

Cet effet est **accentué** par une **non adaptation de la typologie** d'affichage à l'espace traversé : que ces espaces soient des centres villes, des espaces naturels, des zones économiques, etc., l'affichage opéré y est le même



Publicités murales à Loisin, D1206// Even Conseil



Eclairage non intégré au cadre du dispositif à Sciez, D1005  
// Even Conseil



Publicités murales à Sciez, D1005// Even Conseil

## 5. Des infractions au RNP qui impactent le paysage perçu

Comme expliqué dans la partie « Chiffres clés », plusieurs types d'infractions au règlement national de publicité (RNP) impactent fortement les paysages perçus du territoire de Thon Agglomération.

Par exemple, les **préenseignes localisées hors agglomération** ou sur des **soutis de soutis interdits** (pylône électrique, arbres, panneau de signalisation routière, etc.) ou encore, les **publicités sur des clôtures non aveugles**.

Bien que peu constatée sur le territoire, cette infraction au RNP a un impact très fort dans le paysage (cas de la « clôture de publicités » à Douvaine vu ci-avant).

*Pour rappel, les seuls dispositifs autorisés à être localisés au sol hors agglomération sont les préenseignes dérogatoires : elles ne peuvent que signaler des activités de vente ou de production de produits du terroir, ou bien des monuments historiques ouverts au public.*



Préenseigne hors agglomération à Orcier// Even Conseil



Publicité sur clôture non aveugle à Thonon, ZAE de Vongy// Even Conseil



Préenseigne localisée sur pylône électrique le long de la D1206// Even Conseil

## 6. L'affichage d'opinion

La présence de supports pour l'affichage d'opinion est une **obligation légale** pour toutes les communes, la surface à disposition étant fonction de strates démographiques.

Le **RLPi** a peu de pouvoir d'action sur ce type de dispositifs, et ne peut, éventuellement, **qu'autoriser leur réintroduction dans les périmètres d'interdiction relative** de publicité.

Toutefois, sur le territoire de Thonon Agglomération il est important de préciser que cet affichage est **globalement bien opéré** : toutes les communes en disposent, et les dispositifs sont globalement en bon état de maintenance.



Affichage d'opinion à Thonon-les-Bains // Even Conseil

## 7. L'affichage sur le domaine public ferroviaire

L'affichage sur le **domaine public ferroviaire** fait l'objet d'une **concession nationale** détenue par l'afficheur JC Decaux, et qui arrive à échéance en 2024.

Dès lors que ces dispositifs sont localisés au sein du périmètre de l'agglomération, **le RLPi peut édicter des règles particulières pour encadrer les conditions d'implantations de ces dispositifs.**

Ainsi, au regard du passage d'une ligne ferroviaire sur le territoire et particulièrement dans le cœur aggloméré de Thonon-les-Bains, mais aussi à Bons-en-Chablais, l'élaboration du RLPi est l'occasion de se questionner sur les conditions de cet affichage.

## 5. Synthèse des constats – Approche sensible

### *Atouts*

- + Un territoire aux vastes espaces naturels, touristique et préservé de l’affichage publicitaire
- + Un affichage installé sur format réduit et quasi exclusivement concentré au sein du cœur urbain

### *Faiblesses*

- Quelques points de concentration peu qualitatifs : abords des grands axes de circulation, zones d’activités
- Des préenseignes en nombre sur tout le territoire et particulièrement hors agglomération (activités touristiques, restaurants, hôtels et campings, etc.), vestiges d’une réglementation caduque depuis 2015
- Des dispositifs temporaires peu maîtrisés qui impactent la qualité des paysages et en altèrent la perception.

## II. Diagnostic des enseignes

### 1. Méthodologie



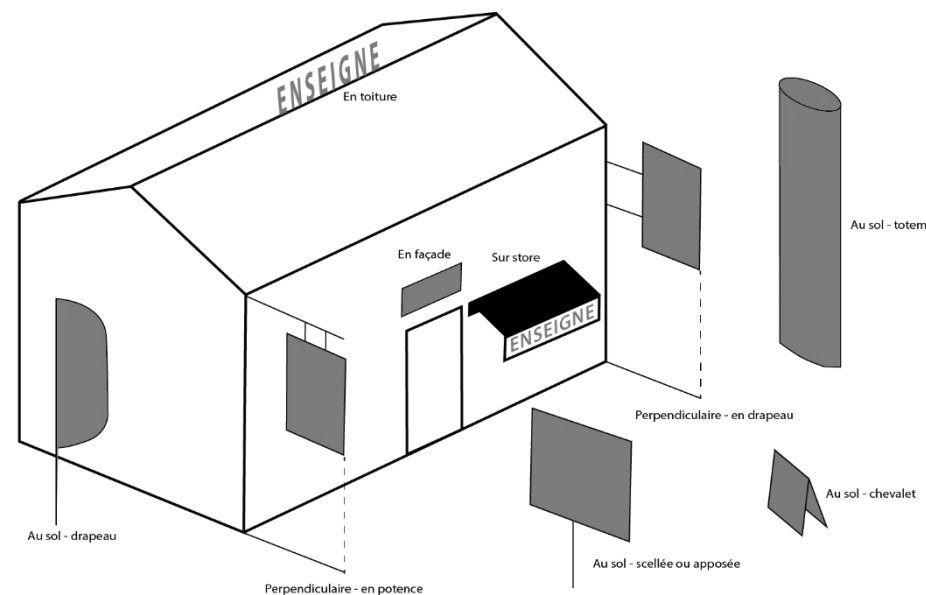
Les enseignes sont présentes sur l'ensemble des secteurs économiques du territoire, dès lors qu'une activité y siège : cœurs urbains, bourgs, espaces résidentiels, zones commerciales et d'activités, etc.

A la différence des publicités et préenseignes dont les formats font l'objet de standards ( $12\text{m}^2$  -  $8\text{m}^2$  -  $4\text{m}^2$  -  $2\text{m}^2$ ), les enseignes présentent des formats, aspects, couleurs ou modes d'implantation très variés, dans la mesure où ils sont spécifiques à l'activité concernée.

L'impact visuel des enseignes est lié à leur nombre, à leurs dimensions, dans l'absolu et par rapport au support, à l'environnement ou aux perspectives, à leur hauteur, leurs couleurs ou formes et localisations.

Dans ce contexte, **un dénombrement exhaustif des enseignes n'est pas envisageable sur un territoire d'envergure intercommunale. Par ailleurs, un échantillonnage ne permettrait pas forcément de dégager des tendances représentatives** de celles en place sur le territoire. **C'est pourquoi une approche qualitative des enseignes a été privilégiée.** Elle s'attache à dégager les caractéristiques des dispositifs observables sur le territoire ainsi que les conséquences sur les ambiances urbaines concernées.

Les analyses ci-après sont le reflet des principaux constats positifs ou négatifs réalisés en arpentant le territoire.



Les différentes typologies d'enseignes // Even Conseil

## 2. Approche sensible des enseignes : Quels impacts dans les paysages ?

### 1. Un territoire touristique de renommée, comme en témoignent la majorité des enseignes

Les qualités paysagères du territoire de Thonon Agglomération, « entre lac et montagne », conditionnent une attractivité d'envergure. Sur cette base, le territoire a su se constituer une **image de renommée**, largement orientée vers la valorisation et la mise en scène de ces paysages exceptionnels.

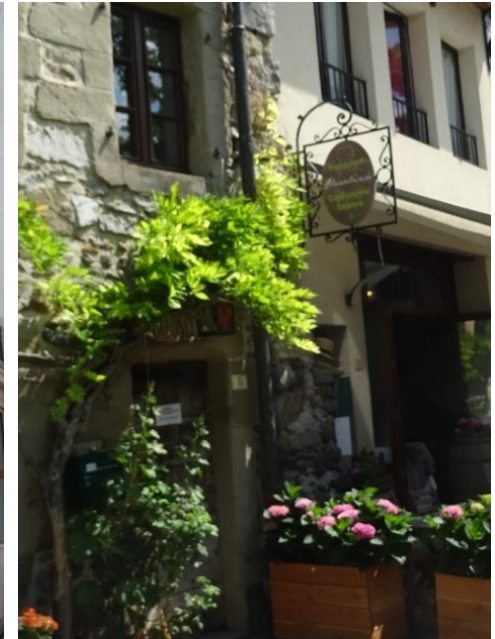
La **visibilité** de ce territoire de renommée, s'exprime entre autres à travers l'affichage extérieur et notamment des **enseignes de qualité**.

En effet, ces dernières, et en particulier celles indiquant des activités liées au tourisme, font l'objet d'un **esthétisme particulier** : Des couleurs en harmonie avec le bâti parfois mises en valeur par des compositions florales et végétales, dont les formats permettent de signaler l'activité sans surcharger les façades et qui s'intègrent dans les lignes de composition du bâti, etc.

**Au sein des périmètres patrimoniaux**, et particulièrement en milieu urbain, ce constat reste valide : certaines enseignes nationales ont par exemple su adapter leur charte graphique aux exigences des périmètres patrimoniaux, et ont limité les formats ou encore les répétitions de messages.



Hôtel à Excenevex// Even Conseil



Enseigne à Nernier// Even Conseil



Enseigne à Yvoire// Even Conseil



Auberge à Anthy-sur-Léman// Even Conseil



Enseigne nationale à proximité de l'Hôtel de Ville de Thonon (MH) // Even Conseil

## 2. Des axes d'amélioration possibles

Bien que l'affichage des enseignes sur le territoire soit globalement qualitatif, certains espaces ou types d'affichage pourraient faire l'objet d'un traitement plus adapté.

Ainsi, **hors des périmètres patrimoniaux et des vitrines touristiques** du territoire, des efforts restent à entreprendre, sur **l'intégration architecturale et la qualité des enseignes** dans les centres-bourgs et aux abords des grands axes de circulation, par exemple.

Les leviers d'amélioration d'ores et déjà ciblés sont :

- Utilisation de **lettrages découpés sans bandeaux de fond** ;
- **Adaptation des formats aux gabarits des bâtiments** et aux lignes architecturales ;
- Format et hauteur d'apposition des **enseignes en façade en potence ou en drapeau** (aussi appelées « enseignes perpendiculaires ») pour offrir une cohérence au rythme urbain, etc.



Un bâtiment architecturalement intéressant que l'enseigne pourrait davantage appuyer, Sciez// Even Conseil



Des enseignes avec de larges bandeaux de fond, Douvaine// Even Conseil



Peu de cohérences des enseignes avec l'architecture des bâtiments, Thonon// Even Conseil



Enseignes perpendiculaires, Thonon// Even Conseil

Par ailleurs, des enseignes au sol de type chevalets interrogent de par leurs formats et leur qualité : les couleurs et les matériaux sont hétérogènes, parfois peu qualitatifs (plastique), ce qui nuit à la qualité et aux ambiances des espaces urbains concernés, y compris dans les espaces patrimoniaux.

Enfin, la question des **enseignes clignotantes** est mise en exergue par un parcours nocturne du territoire : celles-ci sont interdites par le RNP, à l'exception de celles signalant des services d'urgence (pharmacie de garde par exemple).

Pourtant, cette interdiction formelle n'est pas respectée par certaines enseignes.



Enseignes de type chevalets très hétérogènes à Yvoire// Even Conseil



Les enseignes clignotantes sont interdites à l'exception de celles signalant des services d'urgence, Thonon// Even Conseil

### 3. Les zones d'activités économiques et commerciales comme points de concentration des enseignes et des infractions

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent les hauts lieux de la publicité. Pour autant, ce sont plutôt des **lieux de concentration d'enseignes**, dont la diversité des formats et typologies d'implantation fait percevoir un large panel de possibilités, et dont des formats au sol sont souvent **confondus avec de la publicité**. Pour rappel, constitue une enseigne tout dispositif implanté dans les limites de l'assiette foncière de l'activité et signalant cette activité.

Au sein de ces zones, les enseignes ont un **impact visuel important** : d'une part puisque les formats, typologies et gamme de couleurs mobilisées doivent **attirer l'œil des usagers**, et d'autre part au regard de leur localisation très souvent aux **abords d'axes majeurs de circulations et en entrées de ville**, d'où les usagers ont « le temps de regarder ».

Lieux de prolifération d'enseignes, les zones d'activités économiques et commerciales cumulent aussi les **infractions au RNP** : enseignes au sol en surnombre (drapeaux, promotion), enseignes sur des supports interdits (pylônes, arbres, etc.), enseignes trop hautes enseignes en toiture sans lettrage découpé, pour ne citer que les principales.

Ainsi, cette surenchère de dispositifs a tendance à **complexifier la lecture de l'espace** et à **desservir la visibilité** de l'activité ou sa qualité.



Des dispositifs au sol (enseignes directement au sol ou drapeaux) en entrée de ville, Douvaine // Even Conseil



Enseignes de promotion en surnombre, et enseigne dépasse l'égoût du toit, Anthy-sur-Léman // Even Conseil



Enseigne haute et imposante, Thonon // Even Conseil



Des lettres non découpées pour les enseignes en toiture, Douvaine // Even Conseil

Localement, certaines zones d'activités économiques et commerciales offrent de **bons exemples de requalification**, aussi bien d'un **point de vue urbanistique que d'affichage extérieur**.

L'Espace Léman a fait l'objet, pour partie, d'une requalification et d'un effort d'harmonisation et de sobriété des enseignes. Combiné au traitement paysager de l'axe principal de desserte, l'effet est plutôt qualitatif : les activités sont parfaitement distinguables les unes des autres et les aménagements paysagers réalisés offrent un espace agréable et allégé.



Un effort d'harmonisation dans les enseignes en façade au sein de l'Espace Léman d'Anthy-sur-Léman//  
Even Conseil



Entrée dans Anthy-sur-Léman par l'Espace Léman où un traitement paysager des abords a été réalisé//  
Even Conseil

#### 4. Un besoin de visibilité des activités de l'arrière-pays collinaire qui pourrait parfois être mieux exprimé

Les enseignes au sol constituent une typologie de dispositifs dont le « rendu paysager » peut interpeller, puisque les formats installés sont souvent imposants. En effet, conformes au RNP ou non, ces enseignes perturbent souvent le champ visuel de l'usager et peuvent **entrer en conflit avec le grand paysage et déqualifier les espaces environnants**.

Sur le territoire, cette problématique est observée de manière **localisée et ponctuelle** dans l'arrière-Pays collinaire. Cette partie de territoire au profil plus rural offre de remarquables **paysages de moyenne montagne**, parsemés de nombreux villages et hameaux.

Toutefois, la présence de quelques **enseignes au sol de format imposant** vient **contraster** avec ces ambiances préservées. Ce phénomène est accentué dans un contexte de relief.



Enseigne pour un bar au Lyand // Even Conseil



Enseigne viticole peu qualitative à Ballaison // Even Conseil

**5. Une pression foncière qui se traduit par un affichage temporaire très prégnant dans le paysage**

L'agglomération offre une qualité de vie et une proximité avec le pôle Genevois, qui la soumet ainsi à une **forte pression foncière**. En effet, de nombreux projets immobiliers voient le jour et s'accompagnent, en termes d'affichage, d'un grand nombre **d'enseignes de promotion immobilière**, auxquelles s'ajoutent celles des entreprises de travaux.

Mais c'est la **multiplicité** des dispositifs, la **durée des opérations** et la **permanence** de ces affichages qui ont pour effet de déprécier les paysages environnants. Ces enseignes temporaires contrastent également avec la qualité des espaces, notamment patrimoniaux, tels que Nernier et Yvoire, entre autres.



Thonon-les-Bains// Even Conseil



Nernier// Even Conseil



Bons-en-Chablais// Even Conseil

### 3. Synthèse des constats – Approche sensible des enseignes

#### *Atouts*

- + Des enseignes de qualité dans les espaces patrimoniaux et touristiques
- + Des efforts de qualité engagés dans le traitement de l’affichage extérieur dans les zones d’activités.

#### *Faiblesses*

- En dehors des espaces de « représentation » du territoire, des enseignes banalisantes
- La nuit, des enseignes clignotantes non conformes
- Les zones d’activités comme points de concentration de dispositifs peu qualitatifs et en surnombre
- Une pression foncière sur le territoire qui démultiplie le nombre d’enseignes temporaires en lien avec l’activité immobilière

### III. Les enjeux du territoire issus du diagnostic publicitaire

#### *Publicités et pré-enseignes*

- ▶ Des espaces très préservés de l’affichage à maintenir pour les enjeux de cadre de vie qu’ils revêtent
- ▶ Des leviers efficaces à saisir pour assurer la conformité des dispositifs au RNP et par extension au futur RLPi (pas de dispositifs hors agglomération, pas de dispositifs au sol dans les communes < 10 000 hab., format de 4m<sup>2</sup> pour les dispositifs muraux dans les communes < 10 000 hab., entre autres)
- ▶ Des pré-enseignes qui peuvent être reportées sur de la SIL ou de RIS (en zone d’activités) pour gagner en efficacité et en qualité visuelle.

#### *Enseignes*

- ▶ Des espaces naturels et touristiques dont la qualité de l’affichage extérieur est à pérenniser
- ▶ Une vision plus globale du territoire à adopter pour assurer une cohérence dans les affichages extérieurs pratiqués : apporter de la qualité dans les zones d’activités et aux abords des grands axes de circulation notamment
- ▶ Une politique de gestion des dispositifs temporaires relatifs aux opérations de promotions immobilière à mettre en place, pour assurer leur intégration dans le paysage quotidien du territoire
- ▶ Une politique harmonisée d’extinction des dispositifs et un accroissement de la plage horaire d’obligation d’extinction en vue de la préservation voire restauration de paysages nocturnes plus apaisés.

## 5. LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL

---

Le diagnostic territorial vise à caractériser les différentes composantes du territoire mais aussi de leurs enjeux urbains, paysagers, architecturaux et patrimoniaux, afin d'identifier les conditions d'une intégration harmonieuse des dispositifs publicitaires dans leur environnement et de les mettre en vis-à-vis avec les enjeux d'affichage.

### I. Méthodologie

Le diagnostic territorial du RLPi ne vise pas l'exhaustivité.

En effet, il est centré sur les principales caractéristiques du territoire susceptibles d'être impactées par les dispositifs publicitaires et les enseignes.

Les données présentées s'appuient sur divers documents d'urbanisme locaux qui couvrent le territoire, et sur des analyses spécifiques menées dans le cadre du RLPi.

Ainsi, trois thématiques principales ont été retenues pour le diagnostic territorial du RLPi de Thonon Agglomération :

- Le cadre physique et paysager, en tant que marqueur de l'identité « entre lac et montagne » du territoire ;

- Le contexte économique qui met en lumière la sensibilité de ce secteur au regard de l'affichage extérieur ;
- Le contexte mobilités pour les connexions entre les espaces et témoins de l'attractivité du territoire en lien avec les flux qu'ils supportent ou génèrent.

## II. Un territoire « entre lac et montagne »

### 1. Un cadre paysager remarquable

#### 1. Le cadre géographique du territoire

Situé au nord de la Haute-Savoie, en partie septentrionale du massif alpin français et au cœur du Chablais lémanique, le territoire de Thonon Agglomération s'inscrit entre « lac et montagne ».

Le **lac Léman** borde la partie nord du territoire et **reliefs montagneux** (Dent d'Oche, massifs forestiers des Hermones et des Voirons) en parties sud-est et est. Bien que marqué par une forte topographie avec une altitude variant de 350 à 900 mètres, de grandes plaines agricoles sont présentes.

Le territoire de Thonon Agglomération a pour limites :

- au nord, le lac Léman ;
- à l'Est sur le torrent de la Dranse, marquant sa limite administrative avec le territoire de la CCPEVA (Communauté de Communes Pays d'Evian Val d'Abondance), et au-delà, le Valais (Suisse) ;
- au sud le Faucigny ;
- et à l'ouest, le Genevois (Canton de Genève et Genevois français).

Cette situation géographique, associée au cadre physique (relief, hydrographie, etc.), ainsi qu'à l'armature routière en font un territoire particulièrement sensible sur les plans environnementaux et paysagers, et très exposé visuellement, avec de nombreux points de vue sur le lac et les montagnes.



Contexte géographique de Thonon Agglomération // Dossier de candidature Appel à projet RLPi

#### Dans le cadre du RLPi

Les **caractéristiques et ambiances paysagères variées** nécessitent un traitement différencié vis-à-vis de l'affichage extérieur, pour prendre en compte des caractéristiques essentielles et permettre une bonne intégration de l'affichage extérieur.

## 2. La structure paysagère du territoire

La dynamique démographique, économique et urbaine observée sur le bassin de vie du Chablais, et sur le territoire de Thonon Agglomération en particulier, n'est pas neutre sur les paysages : l'urbanisation soutenue (y compris dans les implantations commerciales) et les pressions foncières croissantes, ont généré un tissu urbain (habitat et zones d'activités) dense, parfois diffus, et souvent « banalisant » pour les paysages alentours.

C'est dans ce contexte qu'à la suite de l'élaboration du Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) du Chablais, le Syndicat Intercommunal du Chablais (SIAC) s'est doté d'une Charte paysagère et architecturale dès 2012. Les orientations paysagères écrites et graphiques formulées sur la base d'un diagnostic, définissent des pistes d'actions, à décliner dans les documents d'urbanisme locaux, pour assurer la préservation des paysages inhérents au territoire. Le périmètre de Thonon Agglomération est concerné par trois entités paysagères identifiées dans le SCoT :

- Dans la partie littorale :
  - L'entité paysagère de l'agglomération de Thonon ;
  - L'entité paysagère du Bas-Chablais ;
- Pour la partie collinaire :
  - L'arrière-pays collinaire (anciennement « Pays de la Côte », puis « Collines du Léman »).



Extrait de la charte paysagère et architecturale du Chablais de 2012 // Dossier de candidature Appel à projet RLPI

### Dans le cadre du RLPI

Ce paysage, **support d'attractivité et de qualité du cadre de vie**, nécessite une réflexion vis-à-vis de la préservation de sa lisibilité sur le territoire, au regard des logiques de l'affichage extérieur. Dans ce cadre, le RLPI peut contribuer à la construction de l'image du Chablais en complément d'autres outils réglementaires et politiques publiques en matière de signalétique institutionnelle ou touristique.

### ***L'entité paysagère de l'agglomération de Thonon***

Les **villages centres** se sont **fortement développés**, mais en général quelques coupures vertes par rapport aux nouveaux quartiers ont été maintenues. De nombreux hameaux ont fait l'objet d'un **mitage** résidentiel, qui **tend à transformer** cette zone en une **banlieue banale**.

Certains cœurs historiques et hameaux gardent néanmoins un **beau patrimoine naturel et bâti avec des perspectives visuelles** à la fois sur le grand paysage de Thonon, sur le grand paysage du Chablais et sur le lac Léman.

La côte a fait l'objet d'une urbanisation linéaire banale qui risque de la rendre moins attractive : une série d'opérations publiques, d'aménagement de plages, de ports tend heureusement à restaurer sa qualité.

Une disparition progressive des espaces agricoles par l'urbanisation ou l'enfrichement est constatée et **l'agriculture devient résiduelle**.

#### **Dans le cadre du RLPi**

La **préservation des vues sur le grand paysage** pour la qualité du cadre de vie qu'elles offrent, la **préservation des coupures vertes** localisées au sein d'ensembles urbanisés, la maîtrise de l'affichage extérieur à proximité du Lac Léman, pour **conforter la qualité des espaces et la préservation des noyaux patrimoniaux**, sont autant d'enjeux à relever par le RLPi.



Vue sur Thonon-les-Bains depuis le lac Léman // France3 Régions



Vue sur le port de Thonon-les-Bains depuis le Quai de Rives // Even Conseil

### ***L'entité paysagère du Bas-Chablais***

Le Bas-Chablais s'articule autour d'une plaine de dépôts glaciaires allant des berges du Lac Léman au Mont de Boisy et à la colline d'Allinges.

La **forte pression résidentielle** (travailleurs frontaliers suisses), mais aussi touristique (installation d'activités touristiques et développement de résidences secondaires en bord de lac) a touchée tous les villages et hameaux du secteur. Des **nappes de nouveaux lotissements** ont multiplié les surfaces urbanisées antérieures et l'agriculture est en recul.

La forêt reste stable.

Toutefois, certains **hameaux** gardent un **beau patrimoine** et des opérations publiques (de service, touristiques, etc.) tendent à restaurer la qualité générale des espaces.

Globalement, **quelques perspectives visuelles** à la fois sur le grand paysage du Chablais, sur le lac Léman et les montagnes.

#### **Dans le cadre du RLPi**

Le RLPi peut participer à **maintenir la limite d'urbanisation**, en agissant notamment sur les dimensions des supports d'affichage et en **protégeant les vues** tant recherchées depuis les hauteurs.

Une réflexion pourra également être menée sur la contribution du document à la **création de transitions douces** (possibilité d'un traitement des publicités et des enseignes davantage en cohérence avec les ambiances en présence et limitant les risques d'implantation de codes, motifs à consonance trop urbaine dans les paysages en particulier de lisières avec des zones bâties).



Vue sur le Lac Léman depuis Excenevex le long de la D25, avec une opération publique de mise en valeur de ce point de vue // Even Conseil



Plaine du Bas-Chablais, vue depuis la colline du château des Allinges // Le Messenger

### ***L'entité paysagère de l'arrière-pays collinaire***

L'arrière-pays collinaire, avec ses bourgs et **villages aux constructions traditionnelles, ses vergers, ses châteaux** qui s'égrènent le long de la RD903 et de la RD35 (pour l'essentiel), présente un paysage au caractère rural et patrimonial encore affirmé.

Globalement, il s'agit de « **pré-montagnes** » (contreforts du Chablais) qui s'organisent autour d'un chapelet de petites dépressions humides (vouas).

En se **rapprochant de Thonon**, la **situation** est un peu **différente**.

Allinges, Armoy ou Le Lyaud sont gagnés progressivement par une **urbanisation pavillonnaire** en desserrement de l'agglomération de Thonon.

Les centres se développent sans structuration suffisante et les nombreux hameaux s'étendent sous forme d'un « mitage banal ».

Les remembrements sont à l'origine d'un paysage agricole plus banal ; la forêt se développe sur les pentes fortes et les clairières se ferment.

Des **perspectives visuelles** à la fois sur le grand paysage du Chablais, sur le lac Léman et les montagnes sont toutefois présentes.

#### **Dans le cadre du RLPi**

Les enjeux de préservation d'une ambiance rurale et apaisée ainsi que des noyaux historiques sont majeurs dans cette entité.

Le RLPi devra veiller à **maintenir la qualité des franges villageoises**, particulièrement bien intégrées aux paysages environnants.



Le Lyaud // Even Conseil

## 2. Un patrimoine reconnu, véritable atout touristique

### 1. *Le patrimoine naturel, une biodiversité riche*

Les milieux naturels sont l'expression des caractéristiques physiques d'un territoire et témoignent de la qualité de son environnement.

Éléments fondateurs du paysage et par voie de conséquence du cadre de vie, ils sont également des indicateurs du bon « fonctionnement » de l'environnement au sein duquel le projet de territoire se construit.

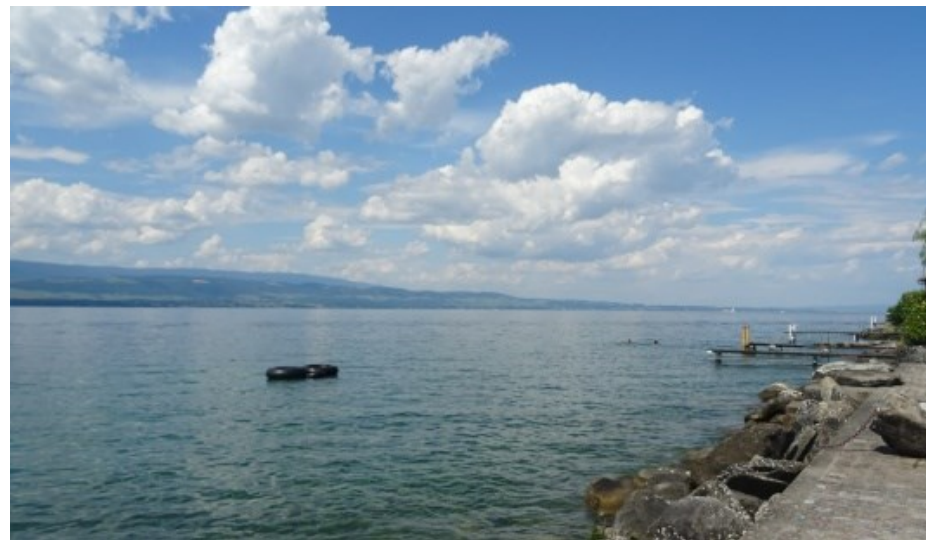
#### **Le lac Léman**

Les rives du Lac Léman, dont 8 communes de Thonon Agglomération sont riveraines, constituent un espace riche sur le plan de la biodiversité et du patrimoine naturel.

La partie française du lac Léman est couverte par deux sites classés « zone de protection spéciale » au titre de la directive Oiseaux et classé « Natura 2000 » :

- Le site « lac Léman » ;
- Le « delta de la Dranse », classé par ailleurs réserve naturelle (en limite est du territoire de l'agglomération).

Ces sites, confrontés à une pression anthropique et à des conflits d'usages grandissants, présentent des enjeux environnementaux et paysagers particulièrement importants. Les rives du lac Léman ont par ailleurs été retenues par la convention « Ramsar », en raison de leur rôle très important comme halte migratoire et zone d'hivernage pour de nombreuses espèces d'oiseaux d'eau, et sont même appelées « **la petite mer aux milliers d'oiseaux d'eau** ».



Lac Léman depuis Nermier // Even Conseil



Réserve naturelle du delta de la Dranse

### ***Les sites naturels de plaines, collines et piémonts***

Entre rives du lac et pré-alpes du Chablais, le territoire de Thonon Agglomération compte de nombreux espaces et milieux naturels d'intérêt écologique, réglementés et/ou gérés (sites Natura 2000, ZNIEFF, ZICO, ENS), parmi lesquels plusieurs réseaux de zones humides, et massifs forestiers collinaires ou de plaine, dont la forêt de Planbois (la plus vaste forêt de plaine du Chablais et le domaine de Chignens (Allinges), propriété de Thonon Agglomération).

#### **Dans le cadre du RLPi**

L'ensemble de ces espaces, dont les qualités écologiques sont largement reconnues **offrent au territoire une grande visibilité touristique.**

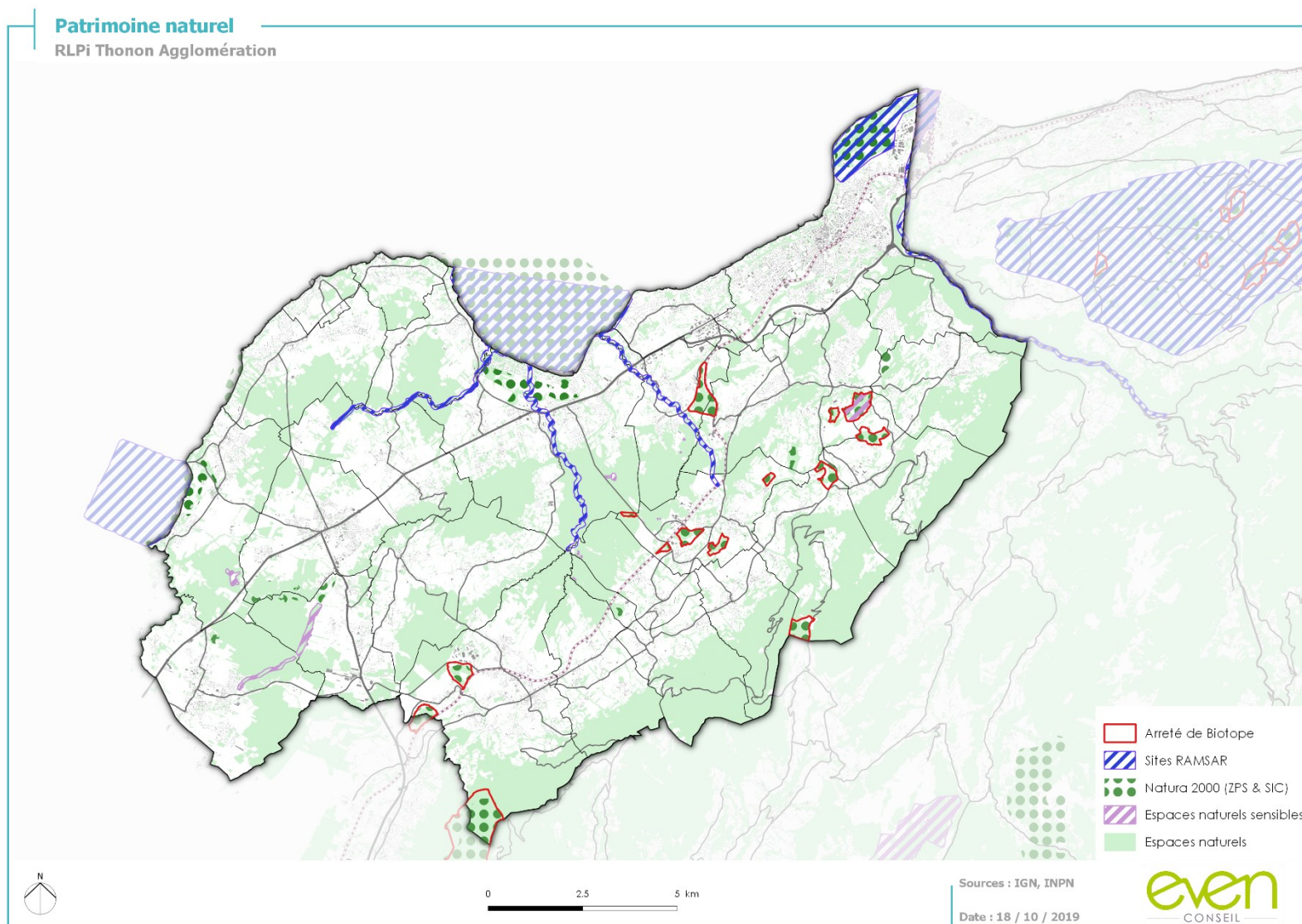
Souvent **localisés à distance des espaces d'enjeu** pour l'affichage publicitaire, car « hors agglomération », une réflexion quant à la gestion de **l'impact visuel des enseignes** (enseignes sur toitures, au sol) qui peuvent siéger à proximité de ces espaces est importante pour assurer la pérennité des ambiances offertes.



Forêt de Planbois // Société Mycologique et Botanique du Chablais



Thonon-les-Bains et domaine de Chignens vus depuis la colline des Allinges // Thonon



Patrimoine naturel de Thonon Agglomération // EVEN Conseil

### La « nature en ville »

Les grands espaces naturels présentés précédemment sont complétés par des mailles écologiques plus fines, représentées par les parcs et jardins privatifs ou publics présents en zones agglomérées et qui structurent la trame verte urbaine et offrent des potentialités de valorisation de la « nature en ville ».



Parc de la Châtaigneraie et parc Thermal à Thonon-les-Bains // Ville de Thonon



Jardin des Cinq Sens à Yvoire // Potagers de France

#### Dans le cadre du RLPi

L'encadrement de la publicité pourra également contribuer à **préserver cette trame verte urbaine**, en adaptant sa réglementation à la présence d'espaces hybrides de nature en ville.

### Focus sur la trame noire

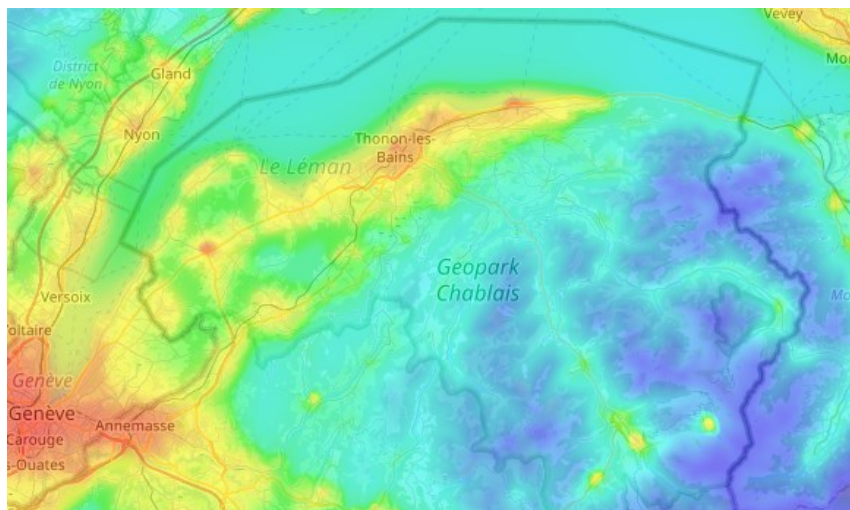
La notion de « trame noire » a fait son apparition depuis quelques années, s'ajoutant à celle de « trame verte et bleue » déjà bien connue. L'objectif est de limiter la dégradation et la fragmentation des habitats naturels dues à l'éclairage artificiel, par l'intermédiaire d'un réseau écologique formé de réservoirs et de corridors propices à la biodiversité nocturne.

Plusieurs démarches de trames noires sont en cours ou même déjà achevées en France.

Le terme de « pollution lumineuse » est employé lorsque les éclairages artificiels sont si nombreux et omniprésents qu'ils nuisent à l'obscurité normale et souhaitable de la nuit.

Ainsi, à la tombée de la nuit, d'innombrables sources de lumières artificielles (éclairages urbains, enseignes publicitaires, vitrines de magasins, bureaux allumés en permanence...) prennent le relais du soleil. Les conséquences de l'excès d'éclairage artificiel ne se limitent pas à la privation de l'observation du ciel étoilé. Elles sont aussi une source de perturbations pour la biodiversité (modification du système proie-prédateur, perturbation des cycles de reproduction, des migrations...) et représentent un gaspillage énergétique considérable.

Bien que localisé à proximité du pôle genevois, source d'une importante pollution lumineuse, le territoire du Thonon Agglomération constitue un espace nocturne plutôt perméable : à l'exception de la bande littorale et des abords des axes de circulation majeurs, le territoire est encore relativement épargné par la pollution lumineuse. Toutefois, la localisation « en bande continue » au bord du lac Léman de cette pollution peut constituer un obstacle important pour la circulation nocturne des espèces.

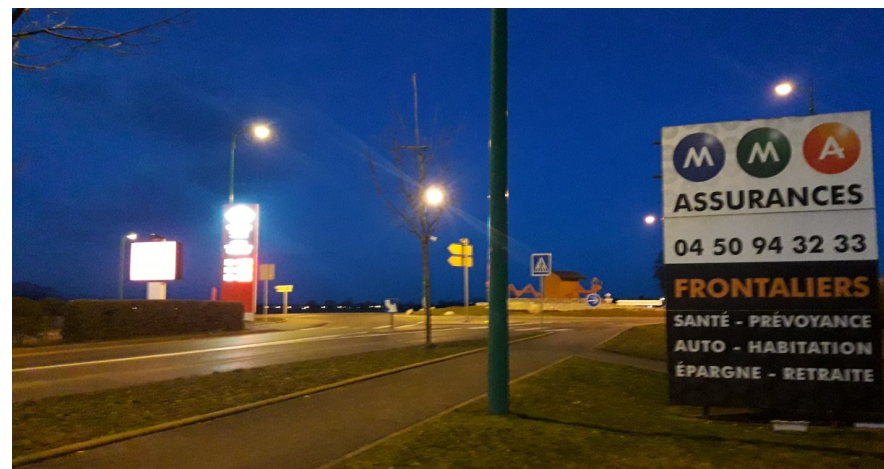


Carte de pollution lumineuse centrée sur le territoire de Thonon Agglomération, la couleur rouge signifie une pollution lumineuse forte // Avex

De manière ponctuelle, la concentration de dispositifs lumineux peut également avoir des impacts négatifs sur les rythmes de vie de la biodiversité au-delà des incidences sur la banalisation des paysages nocturnes du territoire.

#### Dans le cadre du RLPi

**Le RLPi est un véritable levier** pour la préservation de cette trame noire, à travers, par exemple, des restrictions de l’affichage lumineux dans les secteurs jugés sensibles. A travers ces mesures, le RLPi peut également participer à limiter l’impact lumineux sur le bien-être de la biodiversité et des humains.



Un cumul de dispositifs lumineux à Douvaine et Sciez le long de la RD 1005, se cumulant avec l'éclairage public // Thonon Agglomération



Vouas du Lyaud, site emblématique du Géopark du Chablais



Les géosites du Géopark du Chablais // SIAC

### Un patrimoine géologique exceptionnel

Le massif préalpin du Chablais, auquel appartient le territoire de Thonon Agglomération, constitue un patrimoine géologique exceptionnel, reconnu à l'échelle mondiale. A ce titre, il a intégré en mars 2012 le réseau des Geoparks mondiaux de l'UNESCO.

Le territoire de Thonon Agglomération compte plus d'une vingtaine de géosites emblématiques ou remarquables. Au regard de l'affichage extérieur, il convient que celui-ci ne vienne pas s'inscrire de manière concurrentielle avec la valorisation et l'information relatives à ces sites emblématiques du territoire (cf. photo ci-après).



Zone d'activités où les informations directionnelles sont multiples à Douvaine // Thonon Agglomération

### Dans le cadre du RLPi

Dans le cadre du RLPi, un **classement UNESCO n'implique pas de mesures de restriction quant à l'affichage extérieur.**

Toutefois, ce label et sa reconnaissance portent un enjeu d'image pour le territoire et témoignent d'une qualité à préserver.

## 2. Le patrimoine bâti

### *Le patrimoine bâti institutionnel*

Le territoire de Thonon Agglomération concentre un patrimoine bâti et une architecture **identitaire**, témoins de l'histoire du territoire et des activités passées. Cette richesse participe à la qualité du cadre de vie.

Outre les sites inscrits ou classés, le territoire compte également de nombreux monuments historiques protégés (inscrits ou classés) :

- 12 monuments historiques classés ;
- 17 monuments historiques inscrits ;
- 8 abords de monuments historiques ;
- 1 site patrimonial remarquable.

Ces monuments constituent parfois des points focaux, des repères visuels forts dans le paysage proche ou lointain.



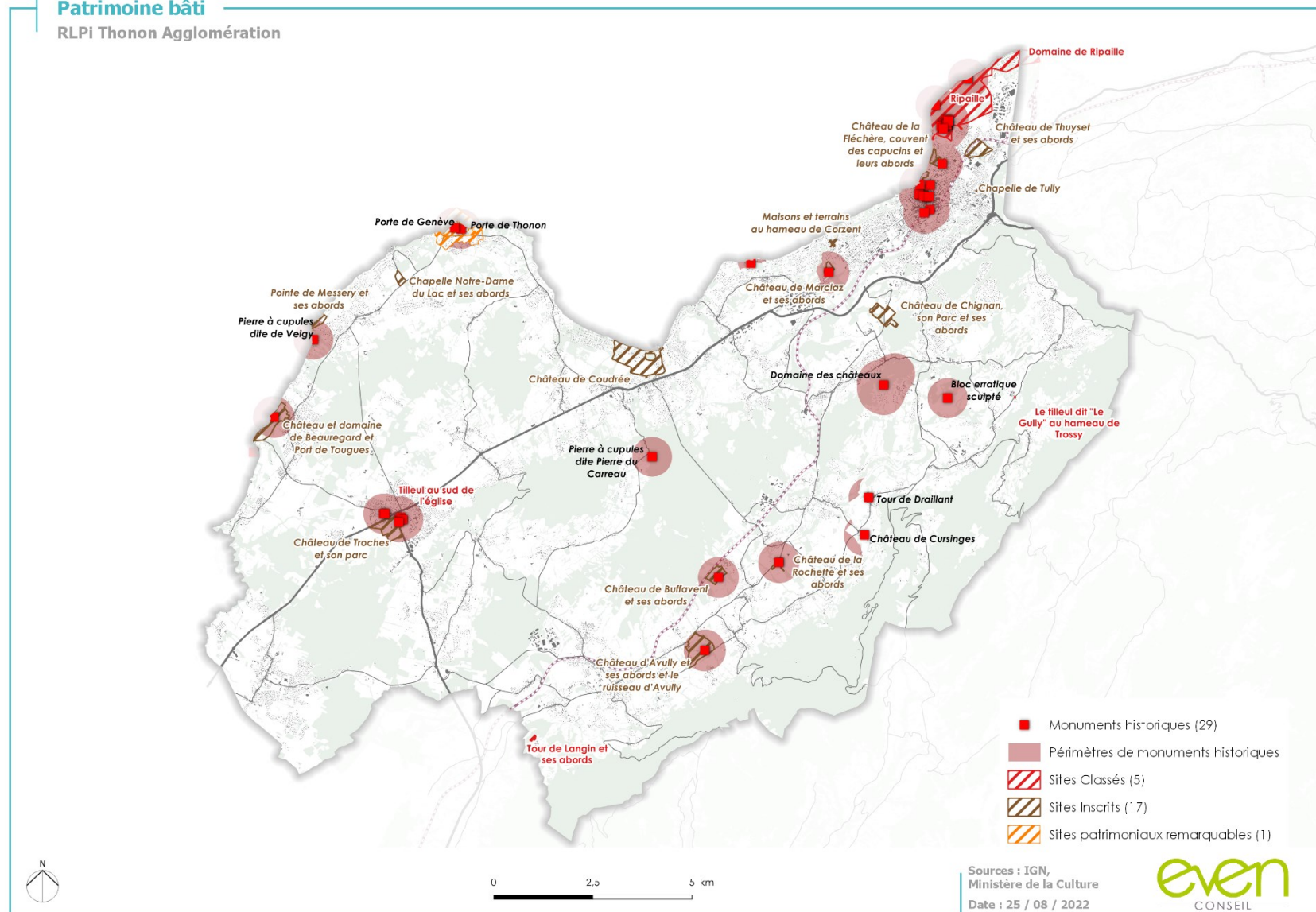
Le Site Patrimonial Remarquable d'Yvoire, vue aérienne //  
Dossier de candidature Appel à projet RLPi



Domaine de Ripaille (Thonon),  
vu de l'avenue de Ripaille //  
Thonon Agglomération

## Patrimoine bâti

RLPi Thonon Agglomération



### Le patrimoine bâti vernaculaire

Le patrimoine vernaculaire est caractérisé par des ouvrages autrefois liés à la vie quotidienne, ou des éléments qui ont contribué à fonder l'identité d'un bourg.

Le territoire possède un patrimoine bâti vernaculaire important comme des maisons en pierre, des églises, croix, fontaines et lavoirs, etc.



Port traditionnel de pêcheurs de Thonon (gauche, voûte à Douvaine (droite) // Charte paysagère et architecturale SIAC



Fontaine à Nernier (gauche), détail architectural d'une voûte à Douvaine (droite) // Charte paysagère et architecturale SIAC



Architectures rurales emblématique du Chablais à Margencel (gauche) et à Chens-sur-Léman (droite) // Charte paysagère et architecturale SIAC



Porte patrimoniale à linteau ornementé à Lully // Charte paysagère et architecturale SIAC

#### Dans le cadre du RLPi

A proximité des éléments de patrimoine, le RLPi doit proposer **un traitement spécifique de l'affichage extérieur** en harmonie avec la qualité et la signification de ces bâtiments et de leurs abords immédiats. Une attention particulière devra être portée sur les portes d'entrées des centres historiques qui constituent des espaces de transition entre axes économiques et centres historiques.

### III. Une économie tournée vers l'économie présentielle : l'économie résidentielle et l'économie touristique

#### 1. La structure économique du territoire

L'économie du territoire est principalement tournée vers l'économie présentielle regroupant à la fois les activités relatives à l'économie résidentielle et celles en lien avec l'économie touristique.

Les **caractéristiques économiques du territoire sont donc fortement imprégnées par cette attractivité résidentielle** :

- Fort déficit d'emplois au regard de l'attractivité résidentielle ;
- Poids des bases présentielles : commerces, services notamment, dynamique du secteur de la construction, etc. ;
- Faible densité d'entreprises (51 entreprises pour 1 000 habitants) et un faible taux d'entrepreneuriat (75,2 créations d'entreprises pour 10 000 habitants). Mais plusieurs zones d'activités du territoire sont en cours d'extension.

Le **secteur du commerce est le premier employeur du territoire**, devant l'industrie.

Le tissu économique et artisanal est caractérisé par une surreprésentation de petits employeurs et une forte dynamique entrepreneuriale.

L'agriculture, la sylviculture et la pêche sont présents sur le territoire (plusieurs labels AOP, AOC, IGP, présence d'une filière bois-énergie, ressources piscicoles, etc.) mais ont un poids faible dans l'économie du territoire.

#### Les zones d'activités économiques :

Le territoire est globalement bien équipé en zones d'activités économiques et recense 3771 entreprises tous secteurs confondus (artisanat, commerce, industrie) (source : données Portrait de territoire : Département Haute-Savoie, décembre 2019).

Elles concentrent des équipements à vocation économique de type commercial, artisanal, industriel, bureaux, les zones portuaires le long du lac Léman, mais aussi les zones de stockage et de friche. La commune de Thonon-les-Bains concentre un tiers des surfaces de vente du Chablais et constitue le premier pôle du Chablais en matière de commerce.

Activité		2002	2019	
		Périm.	Périm.	Dépt
ARTISANAT	Alimentation	98	186	1 970
	Travail des métaux	43	32	669
	Textile, habillement, cuir	12	33	351
	Bois et ameublement	39	49	620
	Autres fabrications	97	116	1 322
	Bâtiment	456	679	7 092
	Transport, réparation	293	499	5 670
	Autres			
	Inconnu	2	0	
	TOTAL ARTISANAT	1 040	1 594	17 694
COMMERCE	Comm. de détail, réparations	654	1 230	11 611
	Comm. de gros	200	267	2 957
	Comm. et réparation auto.	114	232	2 130
	TOTAL COMMERCE	968	1 729	16 698
INDUSTRIE	Agricole et alimentaire	95	104	937
	Biens de consommation	59	105	1 306
	Automobile	3	0	54
	Biens d'équipement	48	47	637
	Biens intermédiaires	97	100	1 651
	Energie	22	92	936
	TOTAL INDUSTRIE	324	448	5 521

Sources : CMA 74, CCI 74, INSEE - SIRENE

Répartition du nombre d'établissements par activité sur le périmètre de Thonon Agglomération, 2019 // Portrait de territoire (réalisation Département de la Haute-Savoie), CCI

Le SCoT du Chablais identifie sur le territoire :

- 12 zones d'activités économiques prioritaires ;
- 9 centralités commerciales ;
- 5 zones commerciales périphériques.

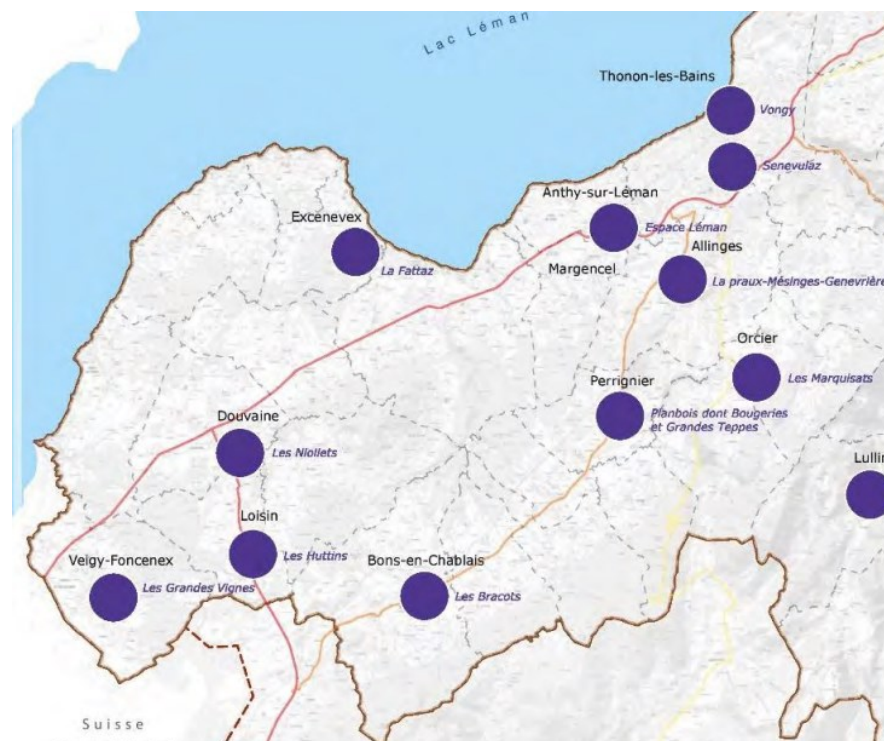
Les sites d'activités les plus importants du territoire sont :

- L'Espace Léman (93 ha) : 1er pôle commercial du Chablais ;
- La Zone Industrielle de Vongy à Thonon (70 ha) : ce site accueille une pépinière d'entreprises ;
- La ZAE des Bracots à Bons-en-Chablais (35 ha) : une extension est prévue sur 20 ha supplémentaires ;
- Le Pôle économique de Perrignier (39 ha) : une extension est prévue sur 11,5 ha supplémentaires ;
- Le Pôle économique de Douvaine (15 ha) : une extension est prévue sur 8 ha supplémentaires.

Ces sites sont pour la plupart situés le long **des axes routiers structurants** (RD1005, RD1206, RD903) et peuvent être intégrées dans le tissu urbain ou en être déconnectées.



Exemple de dispositifs rencontrés le long de l'Espace Léman au bord de la RD1005 // EVEN Conseil



Zones d'activités prioritaires du SCOT du Chablais // DOO du SCOT du Chablais, SIAC

Par ailleurs, Thonon Agglomération s'est engagé dans une étude sur le déploiement d'une signalétique spécifique et harmonisée à toutes les ZAE intercommunales (ainsi qu'aux équipements et bâtiments communautaires).

Ce futur déploiement, parallèlement à la mise en œuvre du RLPi, favorisera l'harmonisation et la mise en cohérence des supports de signalétique de l'ensemble des bâtiments, équipements et mobiliers communautaires. Ces deux démarches concourent à renforcer la visibilité de l'agglomération et de son action concrète sur le territoire.

**Dans le cadre du RLPi**

Des typologies de zones d'activités diversifiées, dont l'envergure s'organise à plusieurs échelles au sein de tissus urbains aux morphologies et qualités différentes : un enjeu de taille pour **l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux particularités locales**.

Des sites d'activités dont l'implantation le long des axes routiers structurants, accentue la forte perception par les usagers de l'affichage extérieur qui renvoie à des codes urbains et à une prégnance des espaces urbanisés dans le **sens est-ouest**. Une dynamique pouvant créer un contraste avec le grand paysage et les ambiances agro-naturelles induisant une vigilance quant à l'insertion de l'affichage extérieur qui **ne doit pas accentuer ces fractures**.

## 2. Le tourisme

Le territoire de Thonon Agglomération présente une forte attractivité touristique lié à son cadre sitologique, à son littoral lacustre, à ses espaces naturels de plaine et à son arrière-pays collinaire, qui ont forgé des paysages emblématiques, facteurs de l'identité et de l'attractivité touristique du territoire.

Son patrimoine naturel, ainsi que les témoins bâtis de son histoire, offrent divers lieux d'aménités et favorisent la pratique de nombreuses activités de plein-air, de thermalisme ainsi que des découvertes culturelles.

Les sites du Géoparc du Chablais, évoqué précédemment, participent de cette attractivité.

On mentionnera principalement :

- Les rives du lac Léman : le siège de nombreuses activités sportives, de plaisance, de promenade ou de détente (plages et sites de baignade, ports, bases nautiques, sentiers littoraux, thermalisme à Thonon les bains ...).
- Plusieurs communes littorales sont labellisées : « Stations Vertes » (Sciez-sur-Léman, Yvoire), « Pavillon Bleu » (Thonon-les-Bains, Port de Sciez-sur-Léman, Excenevex et sa plage de sable), « France Station Nautique » (Thonon-les-Bains).
- Le cœur médiéval d'Yvoire (reconnu parmi les « plus beaux villages de France ») et celui de Nernier.
- Les divers sites historiques et espaces naturels ouverts à la promenade et à la randonnée, ou à des animations culturelles :
  - Domaines du château de Ripaille et de Montjoux (Thonon les bains) ;
  - Bois de ville de Thonon les bains ;

- Domaine de Guidou (Sciez sur Léman) ;
- Domaine communautaire de Chignens (Allinges) ;
- Collines et châteaux des Allinges (Allinges, Perrignier/colline de la Maladière) ;
- Forêt de Planbois (la plus vaste forêt de plain du Chablais).
- Mont-Boisy (colline de Ballaison) ;
- Château d'Avully (Brenthonne).
- Granges de Servette (Chens sur Léman).
- Domaine Départemental de Rovorée (Yvoire).

Etc.



Un tourisme de plein-air favorisé par des aménités éco-paysagères // Destination Léman

Les capacités d'accueil touristique s'élèvent à un peu plus de 32 000 lits, dont une majorité (67%) de lits non marchands (résidences secondaires).

Les structures d'hébergement marchand (217) sont représentées à près de 85 % par des meublés classés (source : Agence Savoie Mont-Blanc, 2020).

L'offre touristique du territoire s'organise et se structure principalement autour de l'Office du Tourisme Intercommunal (OTi) « Destination Léman » créé en 2018, qui impulse et coordonne la promotion touristique du territoire, autour des 4 axes de développement :

- Lac et sports nautiques.
- Culture et patrimoine.
- Terroir et Cénotourisme.
- Itinérance douce.



Base nautique de Sciez-sur-Léman // Thonon Agglomération

Thonon Agglomération s'est dotée en 2021 d'un Schéma Directeur de la Randonnée (SDR), comptant 25 sentiers balisés, dont 13 déjà inscrits au Plan Départemental (PDIPR), et intégrant des sentiers de grande randonnée (GRP « Littoral du Léman » et GR « Balcon du Léman »). Ces sentiers, ainsi que la Véloroute « Via-Rhône » (en cours de réalisation) sont autant de moyens de découverte du territoire par les modes actifs.

Au-delà de la valorisation de l'offre existante, il s'agit de développer une vision globale quant aux équipements et services qui profitent aux touristes et aux habitants pour un tourisme « 4 saisons ».

#### Dans le cadre du RLPi

Dans un cadre naturel à forte valeur identitaire et à forte attractivité touristique et de loisirs, l'affichage extérieur doit **participer à la visibilité des sites touristiques**, naturels et bâtis, tout en les **préservant d'un affichage qui pourrait dénaturer leurs qualités**.

L'affichage extérieur doit **accompagner le dynamisme touristique**, en veillant à la qualité et à la localisation des dispositifs.

## IV. Les axes pour connecter et parcourir le territoire

Par sa géographie, son organisation urbaine et sa caractéristique de territoire frontalier, le territoire de Thonon Agglomération supporte des **flux de déplacements importants sur des infrastructures organisées principalement sur un axe ouest-est.**

Au regard de leur rôle premier de support de flux et de desserte des zones urbaines, ces axes sont **particulièrement concernés par l’affichage extérieur.** De plus, au regard de leur confrontation avec les paysages et de la traversée du territoire qu’ils offrent, ce sont des **espaces sensibles de perceptions**, qui définissent **l’image de marque de Thonon Agglomération.**

### 1. Le réseau viaire

Le territoire de Thonon-Agglomération est irrigué par **plusieurs routes départementales dont certaines, à caractère structurant**, constituent le support de multiples points de vue, proches ou lointains, et plus ou moins valorisants pour le cadre de vie et l’identité du territoire :

- La RD 1005 (entre Douvaine et Thonon-les-Bains) ;
- La RD 1206 (entre Machilly et Douvaine);
- La RD 25 (desserte des communes littorale de la presqu’île et offrant de fréquents points de vue sur le lac) ;
- La RD 903 (entre Machilly et Thonon-les-Bains).

**L’usage de la voiture individuelle est très majoritaire** sur le territoire. Un phénomène de saturation des réseaux routiers est avéré comme l’attestent les données de trafic rapportées ci-dessous :

- Sur la RD 903 au droit de Bons-en-Chablais 12 753 véhicules en moyenne par jour en 2020 ont été comptés avec une pointe à 22 286 véhicules. Pour ce même axe, une moyenne journalière annuelle s’élevant à 12321 véhicules a été estimée au niveau d’Allinges avec une pointe à 19 160 véhicules pour l’année 2020.
- Au droit de Veigy-Foncenex, 9 563 véhicules circulant sur la RD 1005 ont été recensés en moyenne par jour en 2020. Au niveau de Sciez, ce sont plus de 16 000 véhicules par jour en moyenne qui ont emprunté la RD 1005 en 2020.
- En ce qui concerne la RD 1206, au niveau de Loisin, plus de 16 000 véhicules ont circulé en moyenne quotidiennement en 2020.

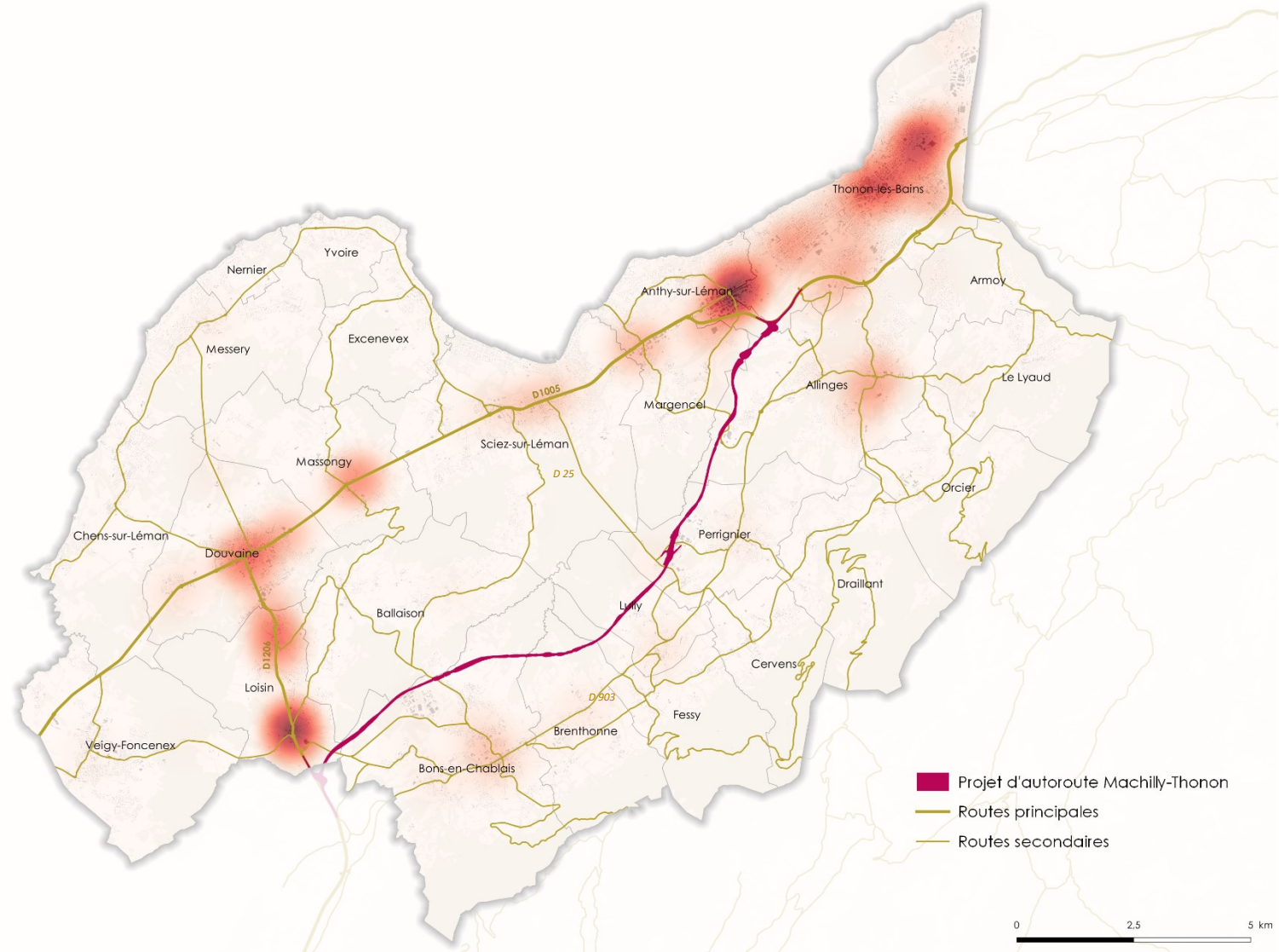
Ce phénomène de saturation est notamment lié à la relative faiblesse de **l’offre en transports en commun qui est compliquée à structurer** au regard de la configuration géomorphologique et urbaine des espaces. Des projets de développement des transports en commun sont en cours ou ont été récemment mis en œuvre sur le territoire. Dans ce cadre et à terme, **la mise en service du BHNS projeté sur la RD 1005, renforcera le potentiel d’audience** de cet axe structurant. A noter par ailleurs que la problématique de saturation est également prise en compte via **le projet de 2x2 voies à statut autoroutier Machilly-Thonon.** Ce projet offre donc des opportunités de désaturation du réseau de routes départementales du territoire en permettant de faciliter le trafic de transit et de poids lourds tout en **ouvrant de nouvelles fenêtres sur le paysage.**

Aussi, **au regard de l’audience induite, les abords des voiries départementales sont également des lieux préférentiels d’implantation des dispositifs d’affichage extérieur** ainsi que le montre la carte suivante.

### Dans le cadre du RLPi

L'usage de la voiture individuelle comme principal mode de déplacement renforce les enjeux d'affichage à proximité des axes routiers du territoire, en tant que principaux supports « d'audience ».

L'encadrement de la publicité doit **s'adapter aux typologies d'axes et aux particularités de certaines séquences**, tout particulièrement lorsque des enjeux paysagers forts siègent (points de vue).



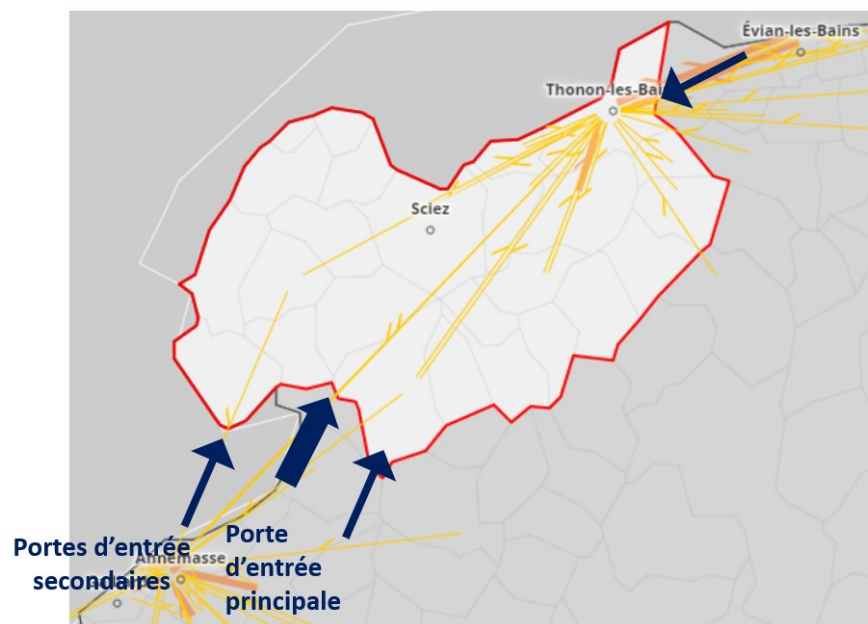
Un réseau routier impacté par l'affichage extérieur avec des densités plus conséquente aux intersections (points chauds de la publicité en rouge = densité de dispositifs plus conséquente) // EVEN Conseil

## 2. Les entrées de territoire, les entrées de ville

Concentrant souvent les dispositifs de publicité et associées à des zones d'activités économiques et commerciales qui accueillent des flux importants, **les entrées de territoire sont des lieux privilégiés pour l'affichage extérieur**, tout particulièrement les publicités et pré-enseignes. Les caractéristiques intrinsèques des axes selon leur situation sur le territoire permettent de définir deux typologies distinctes :

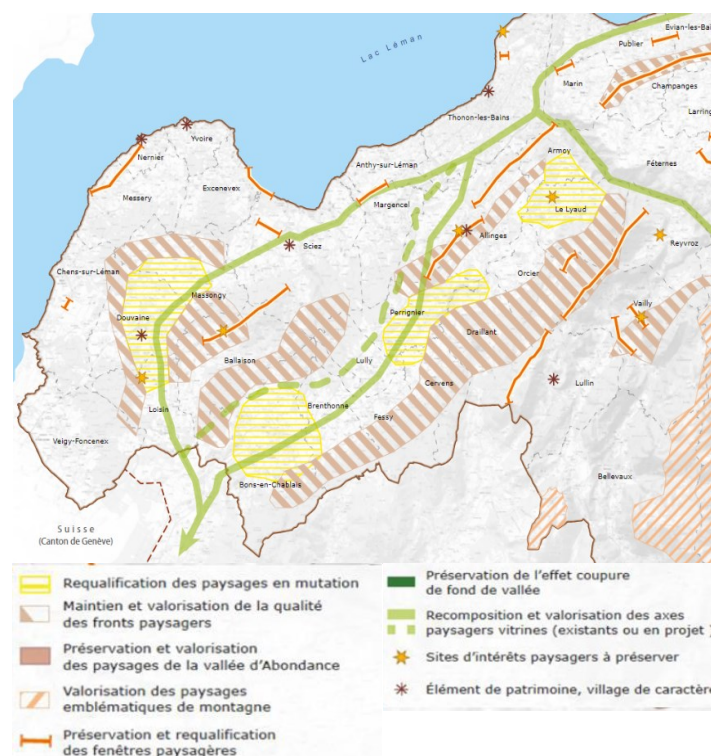
- **Les entrées de territoire** : principales ou secondaires, elles permettent d'accéder facilement au grand territoire de Thonon Agglomération ;
- **Les entrées de ville** : organisées au sein du tissu urbanisé territoire de l'agglomération, les entrées de ville permettent de rejoindre un noyau aggloméré plutôt d'envergure communale.

### Les entrées de territoire



Flux domicile – lieu de travail 2016 // INSEE

Identifiée comme porte d'entrée principale, la RD 1005 concentre un flux jusqu'à 22 834 véhicules par jour aux heures de pointe (données 2020 entre Douvaine et Sciez), et constitue un axe frontalier majeur avec la Suisse. Les principaux pôles économiques sont situés le long de cet axe (Espace Léman, Pôle industriel et commercial de Publier, ZAZ de Vongy). Les entrées de territoire, de par leur fonction d'accueil sur le territoire constituent les lieux de première et de dernière perception, et **définissent dans ce sens « l'image du territoire »**. En effet, les axes support des entrées de territoire ont été définis comme des « **axes vitrines** » par le SCoT du Chablais : au-delà de l'entrée dans le territoire, ils permettent sa traversée et se combinent avec les paysages emblématiques du territoire (vues sur le Lac Léman et les montagnes du Chablais).



Armature paysagère du territoire // SCOT du Chablais

### **Les entrées de ville**

D'envergure communale, les entrées de ville sont des séquences qui annoncent l'entrée dans un centre-ville : depuis les axes qui supportent ces séquences, **les perceptions de premier plan** sont importantes. En effet, les **repères paysagers de la commune** sont visibles (souvent le clocher de l'église par exemple), aménagement paysager de carrefours, panneaux d'entrée de ville attractifs, etc.

Également lieux d'affichage des événements de l'agglomération et de la commune qui témoignent du dynamisme territorial, **l'affichage extérieur** doit parvenir à s'insérer de manière à **participer à la qualification de ces séquences**.



Entrée d'Excenevex Plage : un carrefour avec un aménagement paysager qualitatif et des supports d'affichage d'événements temporaires // Even Conseil

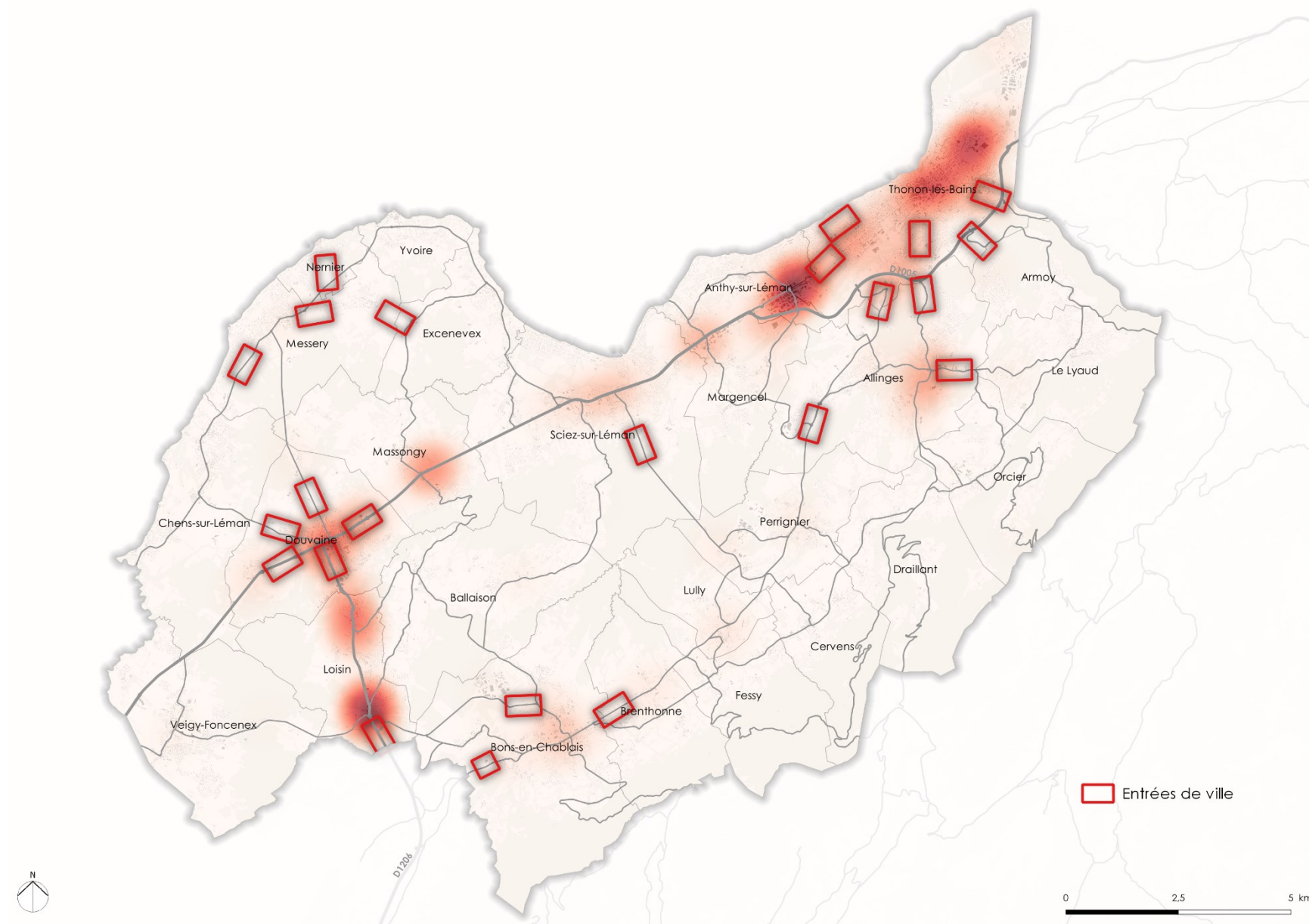


Entrée de ville de Sciez-sur-Léman : une transition franche et peu qualitative entre paysage agricole et paysage urbain, le repère paysager du clocher en toile de fond derrière l'enseigne commerciale // Even Conseil

#### **Dans le cadre du RLPi**

Les entrées de territoire et de ville sont quasi systématiquement en **co-visibilité avec une toile de fond paysagère**.

« **L'effet vitrine** » offert justifie la nécessité d'une **vigilance particulière quant à la qualité de l'affichage extérieur** : cohérence avec les ambiances des tissus urbains traversés et les besoins économiques, identification de séquences sensibles.



Des entrées de ville plus ou moins impactées par les dispositifs publicitaires (points chauds de la publicité en rouge = densité de dispositifs plus conséquente) // Even Conseil

### 3. Les autres modes de transports : les transports en commun et le réseau cyclable

La communauté d'Agglomération de Thonon est Autorité Organisatrice de la Mobilité (AOM) : elle est impliquée dans la gestion d'une délégation de service public (DSP) pour les transports publics (urbain & interurbain) et de deux marchés, pour le transport scolaire (écoles primaires) et pour le transport à la demande (TAD).

Globalement, le territoire est desservi par un réseau de bus défini à plusieurs échelles :

- Transfrontalière (Lignes Transalis et TPG) ;
- Interurbaine (Lignes LIHSA) : par exemple, desserte des établissements scolaires ;
- Urbaine (Thonon-les-Bains et communes limitrophes).

La **couverture spatiale** du réseau de bus est **en adéquation** avec les besoins, mais la **fréquence et les horaires constituent des facteurs limitants** de sa fréquentation.

Thonon agglomération dispose également d'une desserte par la voie ferrée Annemasse/Evian (pôles gare de Thonon, Perrignier et Bons-en-Chablais) ainsi qu'une **offre de transport lacustre** accessible depuis les ports de Thonon-les-bains et Yvoire (Lignes N1, N2 et N3).

Concernant les modes doux, le **réseau cyclable** est encore **peu développé du fait des conditions urbaines** (éloignement des pôles générateurs de flux les uns par rapport aux autres, contraintes foncières), **et topographiques**.

#### Dans le cadre du RLPi

**L'évolution des modes de transports** doit être prise en compte dans l'élaboration du RLPi, afin de cibler les publics et donc **d'adapter les typologies de dispositifs**, notamment de publicités utilisées.

### 4. Les projets

En tant qu'Autorité Organisatrice de la Mobilité, Thonon Agglomération s'est engagée dans un Schéma Directeur de Mobilité. Ce document cible un scénario de développement des mobilités en intégrant les relations nord-sud permettant de relier les deux artères structurantes du territoire que constituent la RD 903 et la RD 1005, elles-mêmes bénéficiant respectivement du Léman Express (train cadencé) et du futur BHNS (Bus à Haut Niveau de Service) sur la RD 1005. Ce scénario repose également sur le principe d'une desserte minimale de toutes les communes du territoire, ce qui n'est pas le cas actuellement, et ce qui impose dès lors la création ou la modification de certaines liaisons.

Dans ce cadre sont notamment à noter les cinq **projets structurants** suivants :

- La mise en service de la **liaison autoroutière Machilly-Thonon** ;
- L'ouverture de la liaison ferroviaire franco-suisse Cornavin – Eaux Vives – Annemasse (CEVA) et développement du réseau express régional (RER) qui offrira une liaison rapide entre Thonon-les-Bains et Genève Centre (**Ligne L1 Léman Express**) ;
- Le renforcement du **rôle intermodal des pôles gare de Thonon-les-Bains, Perrignier et Bons-en-Chablais** ainsi que des gares lacustres de Thonon-les-Bains et Yvoire ;

- La **ligne de bus transfrontalière BHNS** sur la RD 1005 entre Thonon-les-Bains et la gare routière de Genève ;
- La future **Véloroute – Voie Verte « Sud Léman »** (dont certains tronçons sont déjà en service) entre Chens-sur-Léman et Saint-Gingolph, artère majeure du réseau cyclable du Chablais.

#### Dans le cadre du RLPi

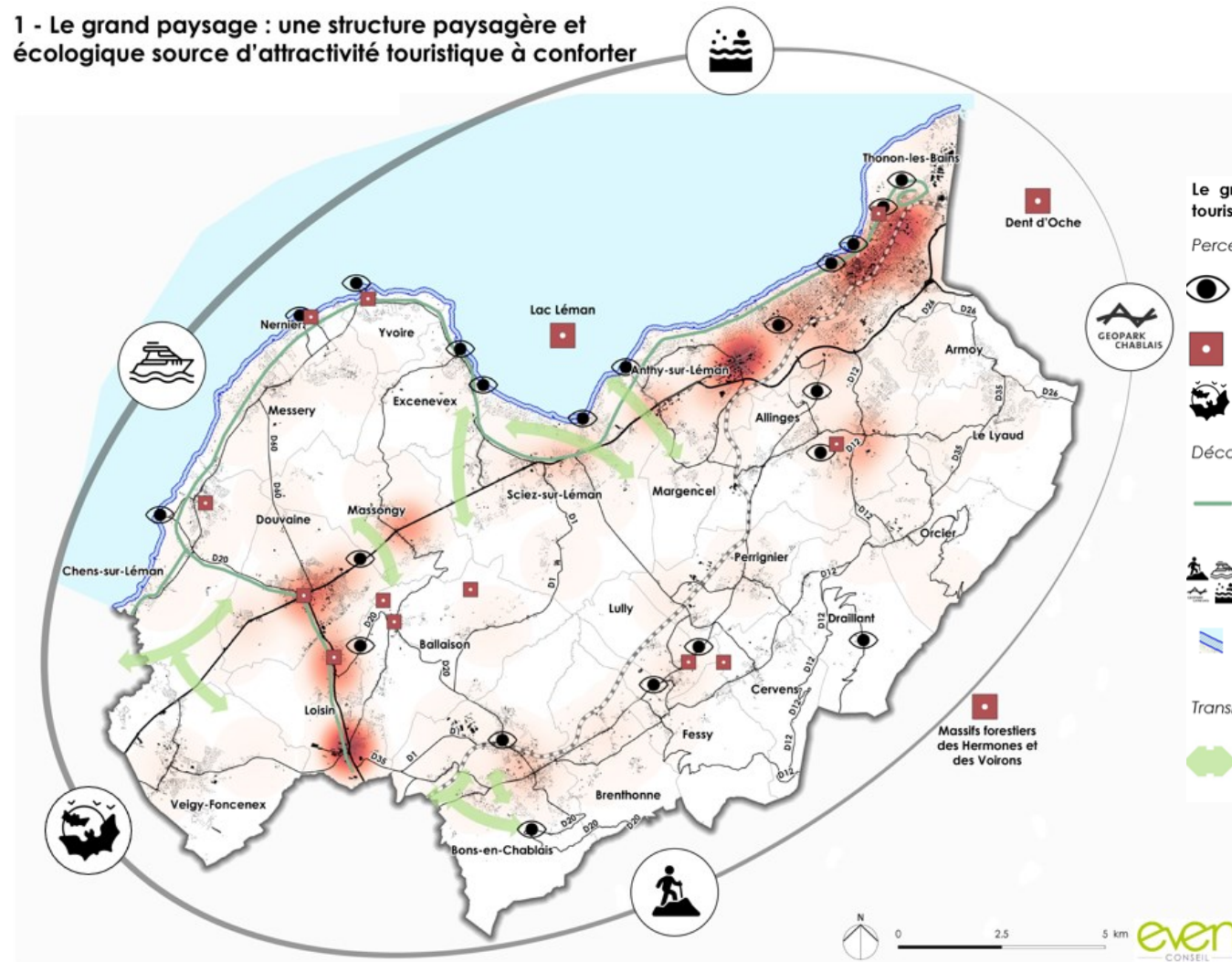
La réalisation des nouveaux projets de mobilité serait l'occasion de repenser les stratégies d'affichage publicitaire sur les axes et secteurs concernés, afin d'**adapter les pratiques aux nouveaux enjeux générés**.



Projets relatifs à la mobilité// Thonon Agglomération

## V. Les enjeux du territoire issus du diagnostic territorial

### 1 - Le grand paysage : une structure paysagère et écologique source d'attractivité touristique à conforter



#### Le grand paysage : une structure paysagère et écologique source d'attractivité touristique à conforter

##### Perception

- La préservation des points de vue emblématiques qui génèrent des perceptions sur la diversité des paysages
- La mise en valeur des plans de vue dans lesquels entrent des points focaux naturels ou bâtis ou des repères majeurs que l'affichage ne doit pas altérer
- La préservation des paysages nocturnes apaisés et la participation à la maîtrise de la pollution lumineuse

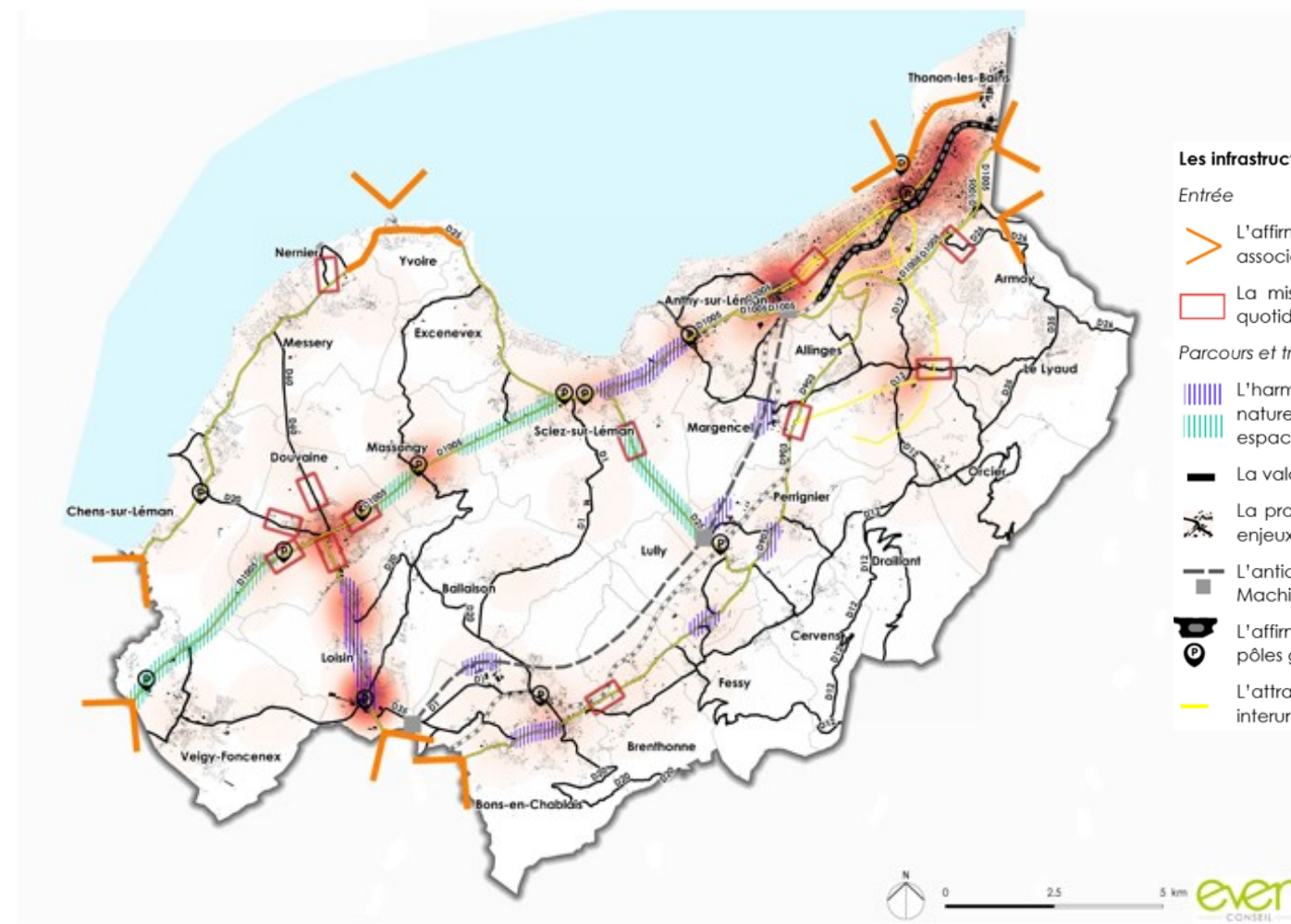
##### Découverte

- L'affirmation de l'itinéraire de la véloroute « Via Rhôna » en tant que support de découverte du grand paysage lacustre et montagnard, et support d'attractivité
- La promotion des activités touristiques offertes par les qualités naturelles du territoire en tant que vecteurs d'attractivité (randonnées, plaisance, thermalisme, géopark)
- La mise en valeur de l'espace littoral comme spécificité du territoire

##### Transition



- La confirmation de la préservation des coupures d'urbanisation pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité et la réduction des consommations énergétiques

## 2 - Les infrastructures de déplacement : des vitrines du territoire à valoriser









### Les infrastructures de déplacement : des vitrines du territoire à valoriser

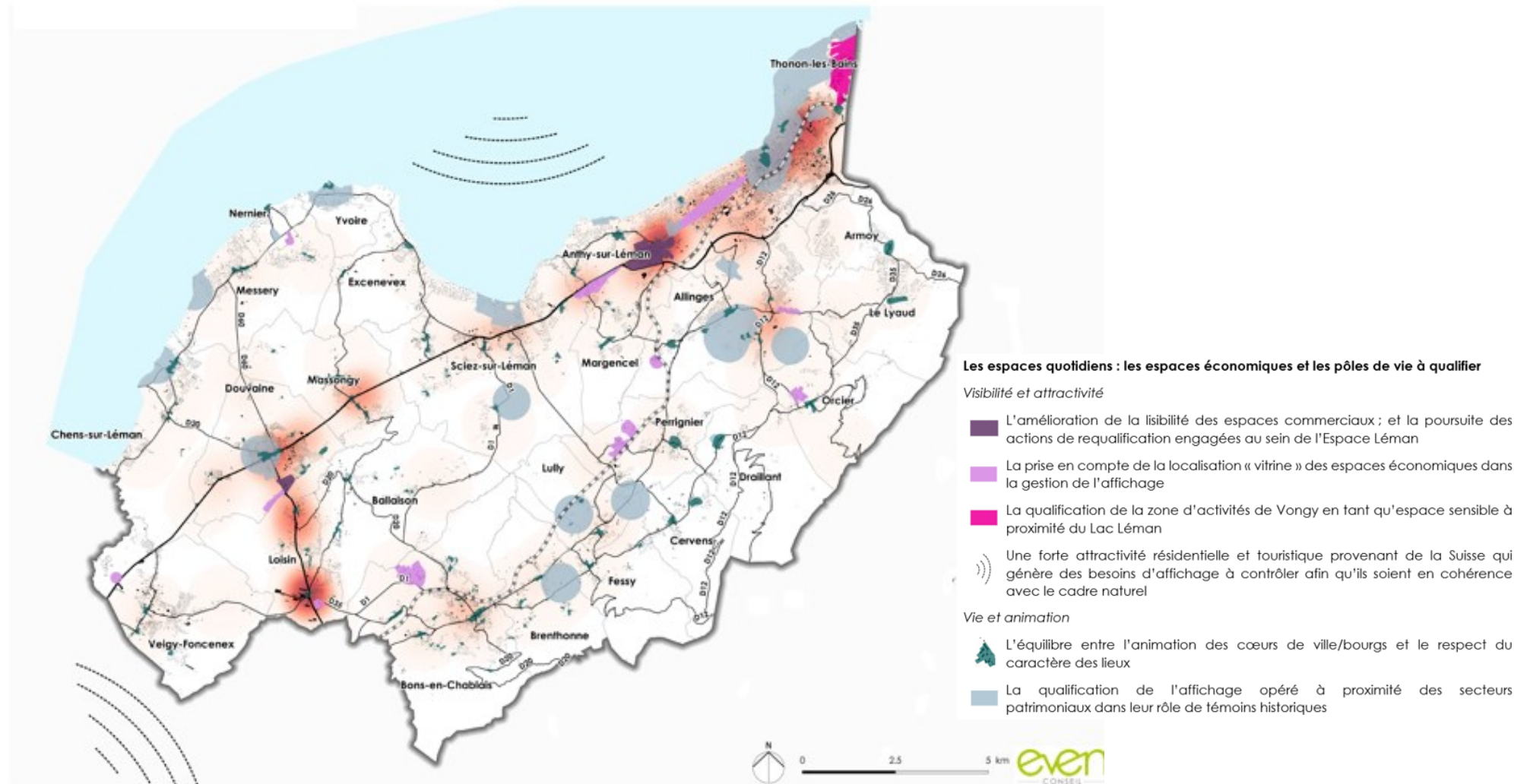
#### Entrée

-  L'affirmation des portes d'agglomération et les axes de desserte associés comme vitrines terrestres ou lacustres majeures
-  La mise en valeur des entrées de ville en tant que lieux de perceptions quotidiens

#### Parcours et traversée

-  L'harmonisation des séquences traversées de paysage urbain ou de paysage naturel pour limiter les effets de seuils entre les espaces agglomérés et les espaces naturels
-  La valorisation des axes structurants comme supports de l'image du territoire
-  La protection des espaces habités à proximité des axes structurants pour les enjeux de cadre de vie qu'ils revêtent
-  L'anticipation de la nouvelle vitrine de territoire créée par le projet autoroutier Machilly-Thonon (tracé et échangeurs)
-  L'affirmation des nouveaux lieux de l'intermodalité (séquences ferroviaires, pôles gares et parkings-relais) pour les enjeux d'audience qu'ils vont générer
-  L'attractivité des itinéraires de transports en commun en milieu urbain et interurbain pour accompagner le parcours piéton

### 3 - Les espaces du quotidien : des espaces économiques et des pôles de vie à qualifier



## 6. VERS LES ORIENTATIONS

### I. La hiérarchisation des enjeux du territoire, un socle pour l'ambition du RLPi

En vue de la co-construction du projet politique en matière d'affichage extérieur, les enjeux mis en exergue par les diagnostics publicitaire et territorial ont été hiérarchisés. L'objectif était de pouvoir faire émerger une priorisation politique des enjeux propres à Thonon Agglomération et de donner ainsi une base de travail pour la co-construction, dans un second temps, des orientations du projet de RLPi.

A l'appui d'une matrice, les 25 communes de Thonon Agglomération ont été invitées à attribuer un degré d'importance à l'ensemble des enjeux formulés à l'échelle du grand paysage, des infrastructures de déplacement et enfin des espaces du quotidien et ce à l'échelle de leur commune mais également à l'échelle de l'agglomération.

*NB : Plus de 70% des communes ont répondu à cette sollicitation ce qui peut être considéré comme représentatif dans la mesure où les communes*

*ayant contribué présentent différents profils du territoire : rurales, plus urbaines, littorales...*

Suite au travail effectué par les communes, deux moyennes ont été calculées puis combinées de façon à pondérer l'intérêt pour les enjeux estimés à l'échelle communale par l'intérêt accordé aux mêmes enjeux à l'échelle communautaire. Une première hiérarchisation a ainsi pu être dressée en s'appuyant sur la méthode des seuils naturels.

*NB : Cette méthode de discrétisation présente l'avantage d'optimiser le regroupement des valeurs similaires et à maximiser les différences entre les classes permettant, dans le cadre de notre volonté de hiérarchisation, de mettre en exergue de façon claire la priorisation accordée à chaque enjeu.*

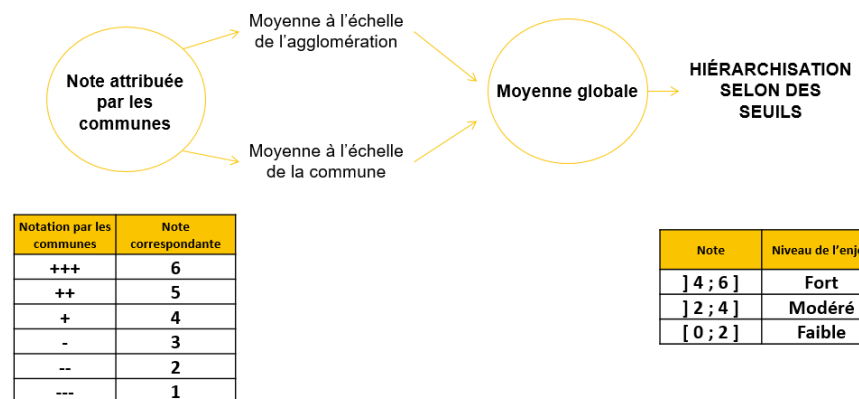


Schéma de la méthode de hiérarchisation des enjeux – apport des communes // EVEN Conseil

Le même travail a été effectué par les membres du Comité Technique afin de pouvoir offrir un croisement avec le regard des techniciens, qui pour certains instruisent déjà dans le cadre de RLP communaux alors en vigueur.

Les moyennes issues de la contribution des communes combinées avec les valeurs travaillées et obtenus via le Comité Technique a enfin été pondéré

par la capacité du RLPI à répondre à l'enjeu, nous permettant de faire émerger une hiérarchisation finale. De même que pour l'obtention des moyennes des communes et du COTECH, la discrétisation des notes finales évaluées s'est faite en utilisant la méthode des seuils naturels.

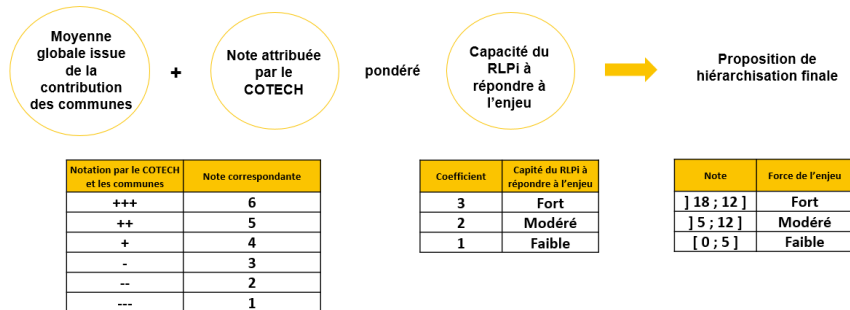


Schéma de la méthode de hiérarchisation globale des enjeux // EVEN Conseil

Ci-après le résultat des analyses et contributions des différents acteurs sollicités pour l'émergence d'une hiérarchisation partagée des enjeux d'affichage extérieur de Thonon Agglomération.

Enjeux	Hiérarchisation contribution des communes actualisée	Hiérarchisation contribution COTECH 16/11/2019	Hiérarchisation finale	
			Capacité de réponse du RLPI	Force de l'enjeu
L'affirmation de l'itinéraire de la véloroute « Via Rhôna » en tant que support de découverte du grand paysage lacustre et montagnard, et support d'attractivité	FORT	FORT	1	MODERE
La promotion des activités touristiques offertes par les qualités naturelles du territoire en tant que vecteurs d'attractivité (randonnées, plaisance, thermalisme, géopark)	FORT	FORT	1	MODERE
La confirmation de la préservation des coupures d'urbanisation pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité et la réduction des consommations énergétiques	FORT	MODERE	1	FAIBLE

Grand paysage : une structure paysagère et écologique source d'attractivité touristique à conforter// EVEN Conseil

Enjeux	Hiérarchisation contribution des communes actualisée	Hiérarchisation contribution COTECH 16/11/2019	Hiérarchisation finale	
			Capacité de réponse du RLPI	Force de l'enjeu
La mise en valeur de l'espace littoral comme spécificité du territoire	FORT	FORT	3	FORT
La préservation des points de vue emblématiques qui génèrent des perceptions sur la diversité des paysages	FORT	FORT	1	MODERE
La mise en valeur des plans de vue dans lesquels entrent des points focaux naturels ou bâtis ou des repères majeurs que l'affichage ne doit pas altérer	FORT	FORT	2	MODERE

Enjeux	Hiérarchisation contribution des communes actualisée	Hiérarchisation contribution COTECH 16/11/2019	Hiérarchisation finale	
			Capacité de réponse du RLPi	Force de l'enjeu
L'affirmation des portes d'agglomération et les axes de desserte associés comme vitrines terrestres ou lacustres majeures	FORT	FORT	3	FORT
La mise en valeur des entrées de ville en tant que lieux de perceptions quotidiens	FORT	FORT	3	FORT
L'harmonisation des séquences traversées de paysage urbain ou de paysage naturel pour limiter les effets de seuils entre les espaces agglomérés et les espaces naturels	MODERE	FORT	3	FORT
La protection des espaces habités à proximité des axes structurants pour les enjeux de cadre de vie qu'ils revêtent	FORT	MODERE	3	FORT
L'anticipation de la nouvelle vitrine de territoire créée par le projet autoroutier Machilly-Thonon (tracé et échangeurs)	FORT	FORT	3	FORT
La valorisation des axes structurants comme supports de l'image du territoire	MODERE	FAIBLE	2	MODERE
L'affirmation des nouveaux lieux de l'intermodalité (séquences ferroviaires, pôles gares et parkings-relais) pour les enjeux d'audience qu'ils vont générer	FORT	MODERE	2	MODERE
L'attractivité des itinéraires de transports en commun en milieu urbain et interurbain pour accompagner le parcours piéton	FORT	MODERE	2	MODERE

Les infrastructures de déplacement : des vitrines du territoire à valoriser // EVEN Conseil

Enjeux	Hiérarchisation contribution des communes actualisée	Hiérarchisation contribution COTECH 16/11/2019	Hiérarchisation finale	
			Capacité de réponse du RLPi	Force de l'enjeu
La prise en compte de la localisation « vitrine » des espaces économiques dans la gestion de l'affichage	MODERE	FORT	3	FORT
La qualification de l'affichage opéré à proximité des secteurs patrimoniaux dans leur rôle de témoins historiques	FORT	FORT	3	FORT
L'amélioration de la lisibilité des espaces commerciaux ; et la poursuite des actions de requalification engagées au sein de l'Espace Léman	MODERE	FORT	2	MODERE
La qualification de la zone d'activités de Vongy en tant qu'espace sensible à proximité du Lac Léman	MODERE	FAIBLE	3	MODERE
Une forte attractivité résidentielle et touristique provenant de la Suisse qui génère des besoins d'affichage à contrôler afin qu'ils soient en cohérence avec le cadre naturel	FORT	MODERE	2	MODERE
L'équilibre entre l'animation des cœurs de ville/bourgs et le respect du caractère des lieux	FORT	FORT	2	MODERE

Les espaces du quotidien : des espaces économiques et des pôles de vie à qualifier // EVEN Conseil

## II. Les RLP communaux : un seuil « minimal » pour l'ambition du RLPi

### 1. Les RLP communaux du territoire

Parmi les 25 communes de Thonon Agglomération, seules 5 d'entre elles sont déjà dotées d'un RLP.

Communes du territoire couvertes par un RLP // Thonon Agglomération



RLP EN VIGUEUR EN MARS 2020

Communes dotées d'une réglementation locale	Date des actes administratifs
Anthy-sur-Léman	25/05/1998 (arrêté municipal)
Douvaine	22/03/2011 (arrêté municipal)
Massongy	16/06/2011 (arrêté municipal)
Sciez-sur-Léman	29/06/2016 (délibération du Conseil municipal)

Communes dotées d'une réglementation locale	Date des actes administratifs
Thonon-les bains	14/12/2016 (délibération du Conseil municipal)

Les arrêtés municipaux instituant ces RLP s'étendent sur une période plutôt récente, entre 2011 et 2016, à l'exception du document d'Anthy-sur-Léman qui date de 1998.

### 2. Le report de caducité

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (ou loi « Grenelle II ») du 12 juillet 2010 a fixé un délai de 10 ans à compter de sa publication pour mettre en conformité les RLP avec ses dispositions.

Ce délai ainsi fixé au 13 juillet 2020, a été reporté de 2 ans, par la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique du 27 décembre 2019 (articles 22 et 23) pour les EPCI ayant prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal : Thonon Agglomération remplit ces conditions et le RLP d'Anthy-sur-Léman, seul RLP concerné par la caducité sur le territoire, voit celle-ci reportée de 2 ans, soit au 13 juillet 2022.

### 3. Les grandes lignes des contenus des RLP communaux

Chaque règlement a ses spécificités directement liées à la géographie et à l'histoire de la commune, au caractère de son urbanisme, à la nature des voies qui la traversent. Il se fait le reflet des perceptions de l'environnement publicitaire que la municipalité a eues à un instant défini.

C'est l'affirmation de la volonté des élus de préciser les prescriptions du règlement national de publicité (RNP) et de les adapter aux spécificités locales.

### Typologie des RLP

Des zones de publicité restreinte (ZPR) ont été créées pour toutes les communes, à l'exception de la commune d'Anthy-sur-Léman, ainsi que des zones de publicité autorisée (ZPA) sur les communes d'Anthy-sur-Léman et de Douvaine. Sciez-sur-Léman a créé une zone unique pour tout le périmètre communal.

En dehors de ces périmètres, ce sont les règles du Règlement National de Publicité (RNP) qui s'appliquent.

La ZPA ne peut être instituée qu'hors agglomération et les prescriptions qui s'y appliquent peuvent être plus ou moins restrictives que le RNP.

La ZPR, quant à elle, est instituée en agglomération et sert à durcir le RNP ou à réintroduire la publicité dans les périmètres d'interdictions relatives (abords de monuments historiques, etc.). La ZPR permet également de soumettre les enseignes à autorisation du maire au sein du périmètre de la zone.

Aucun des 5 RLP ne dispose de zone de publicité élargie (ZPE).

Autorisés jusqu'en 2012, ces zonages permettaient de déroger au régime général en définissant des règles moins restrictives que le RNP. De fait, ce constat vient confirmer la volonté des municipalités de maîtriser et limiter fortement la publicité extérieure.

	Zone unique pour tout le territoire communal	Nbre de ZPR	Nbre de ZPA
<b>Anthy-sur-Léman</b>	-	-	1
<b>Douvaine</b>	-	1	1
<b>Massongy</b>	-	2	-
<b>Sciez-sur-Léman</b>	Oui	-	-
<b>Thonon-les-Bains</b>	-	3	-

Types de zonages définis dans les RLP existants

La surface territoriale couverte par les ZP concerne des secteurs à enjeux pour l'affichage extérieur :

- Les abords des axes de circulation majeurs (particulièrement la RD1005) ou des séquences d'axes d'entrée de ville ou de traversée importante des communes, font l'objet, soit de ZPA soit de ZPR selon les communes, ce qui traduit des volontés différentes de réglementation (à nuancer avec les règles instaurées dans les ZPA ou ZPR, souvent protectrices) ;
- Les zones d'activités économiques (industrielles, artisanales) et commerciales ;
- Les espaces habités à sensibilité patrimoniale, tels que les cœurs de hameaux anciens, les cœurs de bourgs ou les abords d'éléments de patrimoine.

Un tableau de synthèse des zonages et des dispositions de chacun des RLP figure en annexe du présent rapport. Ce tableau fait également référence à un travail effectué par la commune d'Excenevex, qui bien que ne disposant pas de RLP, avait engagé une démarche de maîtrise de l'affichage extérieur.

### **Principales règles relatives aux publicités et pré-enseignes**

Les réglementations instaurées au sein des ZPA et des ZPR tendent vers un **encadrement fort, visant à limiter la densité visuelle des dispositifs**.

Il est à savoir qu'à l'exception de la commune de Thonon-les-Bains (comptant plus de 10 000 habitants), le niveau démographique des communes (moins de 10 000 habitants) induit une réglementation du RNP plutôt stricte, qui n'autorise entre autres pas les dispositifs au sol mais seulement les dispositifs muraux de format 4m<sup>2</sup>, pour ne citer que les règles phares.

Une **synthèse des possibilités d'affichage par profil de territoire est proposée sous forme de tableau en annexe**.

*NB : La plupart des communes de moins de 10 000 habitants le mobilier urbain est autorisé au sein de leur RLP faisant écho à ce qui est mentionné dans le guide ministériel, à savoir que l'interdiction de mobilier urbain au sein des agglomérations de moins de 10 000 habitants correspond à une erreur rédactionnelle du Code de l'Environnement.*

Ainsi, les communes se sont bien engagées dans cette ligne « protectrice » et les **publicités et pré-enseignes ont plutôt tendance à être interdites à l'exception du mobilier urbain** (Anthy-sur-Léman, Douvaine).

Toutefois, la commune de **Massongy** va plutôt à l'encontre de cette tendance, et interdit les publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain sur la quasi-totalité de son territoire, en **préférant un affichage sur mur**.

**Sciez-sur-Léman** est, en comparaison, la commune **la moins protectrice** des communes de moins de 10 000 habitants et exploite la totalité des possibilités d'affichage offerte par le RNP : dispositifs muraux de format 4m<sup>2</sup> et mobilier urbain.

La commune de **Thonon-les-Bains**, pour laquelle le Code de l'Environnement prévoit des possibilités d'affichage plus importantes que

dans les autres communes du territoire, dicte toutefois une **ligne très stricte** en :

- **Opérant des distinctions** en termes de possibilités d'affichage **grâce à la délimitation de 3 ZPR**, qui répondent à des enjeux spécifiques (axes principaux, secteurs d'activités commerciales, ensemble du territoire communal) ;
- **Interdisant** les dispositifs dans le périmètre identifié de la bande littorale et les **cônes de vue** identifiés ;
- Limitant l'affichage publicitaire sur le territoire communal au **mobilier urbain 2m<sup>2</sup>**, à l'**exception** des séquences d'axes **d'entrée de ville** (8m<sup>2</sup> pour les dispositifs au sol) et les **zones d'activités économiques et commerciales** (12m<sup>2</sup> pour les dispositifs au sol) ;
- Encadrant les conditions d'installations des dispositifs de **dimensions exceptionnelles et des bâches**, qu'elles soient relatives à un chantier ou exclusivement publicitaires.

Toutefois, dans les cas où la publicité et les pré-enseignes autres que sur mobilier urbain sont autorisées, des **règles de densité** sont imposées pour contrôler la « prolifération » des dispositifs et éviter les concentrations sur un même lieu : la tendance est de limiter le nombre de dispositifs à **un par unité foncière** (Sciez-sur-Léman, Massongy, Thonon-les-Bains) en **complétant** parfois cette mesure par des **longueurs d'unité foncière** à offrir pour pouvoir accueillir un dispositif (entre 30 et 50m selon les ZP à Thonon-les-Bains).

**L'esthétisme de l'affichage** est également important pour ce territoire. Par exemple, des règles générales d'esthétique sont souvent imposées aux dispositifs comme l'habillage du dos des faces non utilisées (Massongy), ou des gammes de couleurs (Thonon-les-Bains), et les publicités et les pré-enseignes sur clôture font même l'objet d'une interdiction totale à Thonon-les-Bains.

Par ailleurs, les **plages horaires d'extinction des dispositifs sont parfois élargies** par rapport au Code de l'Environnement (1h-6h) : Ainsi, les RLP de Massongy et Thonon demandent-ils des extinctions entre 23h-6h.

Enfin, les **pré-enseignes temporaires**, utilisées pour l'affichage de manifestations temporaires culturelles, touristiques, pour des opérations de moins de 3 mois ou pour des travaux publics, opérations immobilières, etc., souvent « oubliées » dans les réglementations, sont traités par les RLP :

Ces dispositifs font parfois l'objet :

- D'autorisations d'installation dans des zones où toute publicité ou pré-enseigne est interdite (Massongy, Douvaine) ;
- D'interdictions (Thonon-les-Bains pour les pré-enseignes culturelles ou touristiques ou signalant des opérations de moins de 3 mois) ;
- D'une réduction de leur durée d'installation par rapport au RNP (Massongy) ;
- D'une interdiction à proximité de certains lieux tels que des carrefours aménagés (Massongy).

### **Principales règles relatives aux enseignes :**

Concernant les enseignes, les approches sont moins variées et visent les mêmes objectifs : **un paysage urbain de grande qualité, quels que soient les espaces concernés.**

C'est pourquoi :

- Des **critères de qualité esthétique** sont imposés à ces dispositifs : Habillage du dos des enseignes au sol dont une des faces n'est pas utilisée (Massongy), réalisation en matériaux durables (Douvaine), intégration aux bâtiments (dans les lignes de composition des

façades, sans dissimuler de détails architecturaux, etc.) (Sciez-sur-Léman, Thonon-les-Bains), lettrage découpé et priorité aux éclairages indirects par rapport aux caissons lumineux (Sciez-sur-Léman, Thonon-les-Bains) ;

- Les **enseignes au sol**, dont les **formats totem** sont largement imposés, sont le plus souvent limitées à **un dispositif par tènement** (Anthy-sur-Léman, Douvaine, Sciez-sur-Léman, Thonon-les-Bains). Des exceptions sont à noter dans le cas où plusieurs activités exercent sur le même tènement, sauf à Thonon-les-Bains, dont le RLP impose une mutualisation des enseignes qui exercent sur le même tènement.

Cette règle est moins stricte pour les mats avec drapeaux, qui peuvent être installés jusqu'au nombre de 3 par tènement (voire en nombre supplémentaire en cas d'un tènement particulièrement grand) ;

Dans une perspective de dé-densification des abords immédiats des axes routiers, des **règles de recul** pour l'implantation des dispositifs par rapport au domaine public (existe aussi par rapport aux limites séparatives) sont en général imposées à 2m ou 3m (Anthy-sur-Léman, Douvaine) ;

- Des **règles de regroupement** sont mises en place pour limiter les risques de points noirs paysagers du fait d'une plus forte concentration (Anthy-sur-Léman, Douvaine) ou des lieux sont interdits comme à proximité des carrefours aménagés (Massongy) ;
- Les dispositifs sont souvent **interdits sur clôture, garde-corps, auvent et marquise** (Douvaine, Sciez-sur-Léman, Thonon-les-Bains).

Il en est de même pour les dispositifs en **toitures ou terrasses** en tenant lieu, qui font l'objet d'un encadrement réfléchi visant à **protéger les perceptions du grand paysage et des paysages de**

**proximité:** interdits au sein des zones d'activités économiques et commerciales de Douvaine, interdits dans toute la commune de Massongy, sur la traversée de Sciez-sur-Léman et à proximité du port, interdits de manière totale au sein d'ensemble urbains remarquables identifiés et à proximité des monuments historiques et autorisés ailleurs uniquement pour les activités hôtelières à Thonon-les-Bains ;

- Des **plages horaires élargies d'extinction des enseignes lumineuses** ont été instaurées par certains RLP, avec évidemment, une adaptation à la période d'exercice de l'activité : 22h-6h (Douvaine), 23h-6h (Massongy) ;
- Les **enseignes apposées dans les étages** des bâtiments, pour les activités qui exercent dans ces mêmes étages, font l'objet de prescriptions de hauteur, de nombre ou de surface pour limiter la prégnance des enseignes sur les bâtiments (Sciez-sur-Léman, Thonon-les-Bains).

Par ailleurs, certaines communes ont **ponctuellement** mis en place des dispositions spécifiques :

- L'affichage au sein des zones d'activités économiques et commerciales de la commune de **Douvaine** est **différent en zone commerciale ou en zone artisanale et industrielle** : dans cette dernière, les enseignes sont limitées à 1 seul dispositif par activité ;
- La commune de **Sciez-sur-Léman** instaure une limitation du nombre de dispositifs considérés comme du **micro-affichage** pour protéger les devantures commerciales ;
- La ville de **Thonon-les-Bains** introduit des conditions strictes pour les nouvelles technologies d'affichage en **interdisant** :
  - Les **enseignes numériques** sur tout le territoire ;
  - Toutes les enseignes **à l'intérieur d'un cône de vue** et dans le périmètre identifié de la **bande littorale** ;

- Dans le centre-bourg de Douvaine, seule une enseigne permanente en façade ainsi qu'une enseigne temporaire au sol est autorisée ;
- Les villes de **Thonon-les-Bains** et de **Sciez-sur-Léman** règlementent particulièrement les enseignes au sol de type **chevalets** en limitant les dispositifs à 1 par activité et dans le périmètre de l'autorisation d'occupation du domaine public si l'activité dispose de cette autorisation.

Enfin, dans le même esprit que pour les pré-enseignes temporaires, les **enseignes temporaires** font l'objet de dispositions précisées par rapport au RNP, qui peuvent néanmoins **différer entre les communes** :

- A Douvaine, elles sont limitées à 1 dispositif de format 16m<sup>2</sup> maximum par type d'activité, pour l'annonce de manifestations exceptionnelles à caractère culturel, touristique ou pour des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois ;
- Les formats autorisés varient selon le type de manifestation organisée (sur le domaine public ou non) comme à Massongy ;
- Les enseignes temporaires nécessaires à des activités de **promotion immobilière** notamment sont limitées à **1 dispositif par opération** (Massongy, Thonon-les-Bains) avec parfois une réduction du délai d'affichage (2 semaine avant – 1 semaine après, maximum 18 mois) (Massongy).

#### 4. La mise en œuvre des RLP communaux

L'élaboration et l'approbation d'un RLP communal implique ensuite un suivi rigoureux des demandes d'autorisation de dispositifs, ainsi que la mise en œuvre de mesure de contrôle *in-situ* de la conformité de l'ensemble des dispositifs. En effet, le RLP est un document rétroactif, dont les mesures s'appliquent aussi bien sur les dispositifs existants que sur les dispositifs futurs.

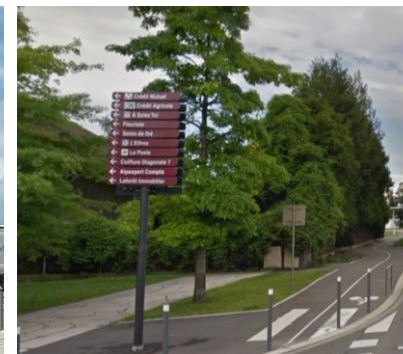
Ce suivi est conséquent pour les communes et nécessite la mobilisation d'agents formés et disponibles sur le terrain.

Parmi les 5 communes de Thonon Agglomération disposant d'un RLP, trois communes se sont plus particulièrement engagées dans la mise en œuvre des dispositions prescrites par leur RLP pour diminuer le nombre de dispositif illégaux et mettre les dispositifs existants en conformité avec le RLP : **Anthy-sur-Léman** (Espace Léman), **Thonon-les-Bains** et **Sciez-sur-Léman**.

- **Thonon-les-Bains**, dont le RLP est en vigueur depuis décembre 2016, s'est engagée rigoureusement dans la mise en œuvre de son RLP. Dans un bilan de la mise en œuvre du document, il est précisé qu'en mars 2019, toutes les situations d'irrégularités pointées ont été corrigées à la suite de 26 procès-verbaux dressés pour demande de mise en conformité.
- **Sciez-sur-Léman** a fait procéder à la mise en conformité (par suppression ou modification) de la quasi-totalité des publicités et préenseignes recensées en août 2011 : A cette date, les 137 dispositifs (répertoriés de façon exhaustive) étaient porteurs de 155 motifs d'infraction (seulement 43 dispositifs étaient conformes) ; l'infraction principale étant l'implantation hors agglomération.

Les résultats de la mise en œuvre du RLP de Sciez-sur-Léman sont visibles dans les traversées de Sciez et de Bonnatrait (RD 1005).

Nombre de pré-enseignes ont été par ailleurs supprimées et reportées sur la Signalisation d'Information Locale (SIL).



Incidences du RLP de Sciez-sur-Léman sur les paysages : avant RLP à gauche et après RLP à droite// Sciez-sur-Léman

- **Anthy-sur-Léman**, malgré l'ancienneté de son RLP, a pu faire procéder à une mise en conformité des dispositifs pour la partie de l'Espace Léman située sur son territoire, améliorant de façon significative, la perception de la zone commerciale dans sa traversée par la RD 1005.



Source : Google Maps

Par ailleurs, le Préfet de la Haute-Savoie a informé les communes de Massongy, Loisin et Perrignier, de nécessités de mises en conformité, dont toutes n'ont pas été réalisées à ce jour :

- **Pour Massongy**, il s'agit de deux dispositifs localisés en long de la RD1005 (entrée Est), dont les formats muraux de 16m<sup>2</sup> ne sont pas légaux vis-à-vis du RLP (ainsi que du RNP), et dont la mise en conformité a été demandée en novembre 2019 : Conformité qui n'est toujours pas constatée en 2021.
- **Pour Loisin**, il s'agit de plusieurs dispositifs localisés le long de la RD 1206 qui ne sont pas conformes au RNP (la commune ne dispose pas de RLP), pour lesquels les équipes préfectorales ont adressé des procès-verbaux (au printemps 2019), pour demande de mise en conformité.
- **Pour Perrignier**, il s'agit de plusieurs pré-enseignes installées sur clôtures le long de la RD 903, et d'un dispositif mural de 16 m<sup>2</sup> (d'une discothèque ayant cessé son activité).



Persistance de dispositifs non conformes a Massongy (RD1005) EN SEPTEMBRE 2021 // THONON AGGLOMERATION



Persistance de dispositifs non conformes à Loisin au niveau de RD 1206 : repérage effectué par la DDT74 en 2018 (en haut) et constat effectué en septembre 2021 (en bas) // DDT 74 et Thonon Agglomération

### III. Perspectives pour l'élaboration du RLPi de Thonon Agglomération

#### 1. Des RLP récents, qui se rapprochent ou sont conformes aux « exigences Grenelle »

A l'exception du RLP d'Anthy-sur-Léman, le caractère relativement récent des documents communaux en font de potentiels points d'appui pour la construction du RLPi de l'agglomération : Les dispositions appliquées correspondent à l'esprit de la réglementation de l'affichage extérieur portée par le Code de l'Environnement, et constituent une base intéressante pour déployer le document d'envergure intercommunal.

Même si l'élaboration du RLPi ne doit pas constituer une agrégation des documents communaux, ces derniers permettent d'identifier les volontés des territoires sous-jacentes au besoin de réglementation de l'affichage extérieur, et sont de ce fait des **indicateurs du niveau d'ambition que doit traduire le RLPi de Thonon Agglomération**.

La suite de l'analyse proposée met en lumière certaines **dispositions intéressantes des RLP communaux** qui pourraient être remobilisées dans le RLPi de Thonon Agglomération, et identifie le « **niveau minimum** » qui devrait être proposé.

#### 1. Des zonages à déployer sur l'ensemble du territoire intercommunal

- Dans une certaine mesure : Se servir de la base des zonages des documents d'urbanisme locaux (PLUi du Bas-Chablais et PLU communaux, dans l'attente du PLUi-HM à 25 communes), qui

identifient les morphologies urbaines des espaces, et adapter ces zonages aux enjeux spécifiques à l'affichage extérieur (séquences d'axes d'entrées de ville, paysages sensibles, abords des axes principaux, entre autres).

#### 2. Des dispositions à potentiellement mobiliser ou à réinterroger pour traduire l'ambition d'un paysage de qualité

Pour tous les dispositifs :

- Instauration de **plages horaires d'extinction nocturne élargies** : 23h-6h ou 22h-6h, à l'exception du mobilier urbain.

Publicités et pré-enseignes :

- Interdiction totale dans une bande littorale, dans les cônes de vue ;
- Interdiction totale sauf mobilier urbain 2m<sup>2</sup> dans les noyaux urbains avec influence ou présence patrimoniale ou historique ;
- Interdiction du numérique dans les séquences d'entrées de ville ;
- Interdiction d'apposition de dispositifs sur murs en bois ou en pierres apparentes ;
- Couleur ou **gamme de couleurs** définie à imposer ;
- Instauration de **règles de densité fonction de la longueur de l'unité foncière** (50m minimum d'unité foncière partout, 30m minimum dans les zones d'activités économiques et commerciales) ;
- Mobilisation du **format 8m<sup>2</sup>** en entrée de ville ;
- Dispositifs muraux ne pouvant être localisés à moins de 0,5m de toute arrête du support ;

- Bâches :
  - De chantier : idem RNP (50% d'occupation de la surface de la bâche) ;
  - Publicitaires : interdiction dans les zones à connotation patrimoniale et sur la quasi-totalité du territoire, 8m<sup>2</sup> max en entrée de ville, 50m<sup>2</sup> dans les zones d'activités économiques et commerciales ;
- Dispositifs de dimensions exceptionnelles :
  - Interdits en toiture, sur clôture et sur murs même aveugles, à l'intérieur d'un cône de vue ;
  - Autorisés uniquement pour les manifestations culturelles, touristiques ou sportives ;
  - Format 50m<sup>2</sup> et 30m<sup>2</sup> si lumineux ou numériques ;
  - Période d'affichage : 30 jours avant – 15 jours après ;
- Micro-affichage (si réintroduit dans les périmètres d'interdiction relative) : 2 dispositifs par devanture commerciale ;
- Pré-enseignes temporaires :
  - Période d'affichage : 2 semaines avant – 1 semaine après ;
  - Réglementations différentes selon les 2 catégories de dispositifs reconnues par le Code de l'Environnement (Opérations culturelles, touristiques ou de moins de 3 mois / Travaux publics, opérations immobilières).

#### Enseignes :

- Des règles fortes de **qualité esthétique** à **maintenir et à étendre** pour tout le territoire, avec des **distinctions en fonction des morphologies urbaines** des espaces (zones patrimoniales, centres-bourgs, faubourgs, hameaux, zones d'activités économiques et commerciales) ;

- Interdiction des enseignes sur clôtures (aveugles ou non), sur balcon, sur garde-corps, sur marquises et auvents ainsi que des caissons lumineux ;
- **Interdiction d'enseignes en toiture** sur tout le territoire ou à minima au sein d'ensembles urbains remarquables, d'axes de traversée de commune, à proximité d'éléments de patrimoine ;
- Recours privilégié au **format totem** avec mobilisation de **règles de densité (1 dispositif par unité foncière**, recours à la **mutualisation** lorsque plusieurs activités exercent sur la même unité foncière) ;
- Autorisation d'un dispositif au sol uniquement si un dispositif en façade n'est pas perceptible (étendue de la mesure à définir) ;
- Chevalets : 1 par activité si l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public ;
- Dans les zones de centres-bourgs, autorisation d'1 dispositif en façade et d'1 dispositif au sol temporaire (chevalet) ;
- Enseignes au sol de format < ou = à 1m<sup>2</sup> limitées à 1 dispositif par activité ;
- Instauration de **règles de recul** des dispositifs au sol par rapport au domaine public et aux limites séparatives ;
- Instauration de surface unitaire maximale pour les enseignes en façade perpendiculaires ;
- Limitation du **nombre d'enseignes en étage** : uniquement un dispositif en façade parallèle (pas de dispositifs en façade perpendiculaires) ;
- Enseignes temporaires :
  - Période d'affichage : 2 semaines avant – 1 semaine après ;
  - Réglementations différentes selon les 2 catégories de dispositifs reconnues par le Code de l'Environnement (Opérations culturelles, touristiques ou de moins de 3 mois / Travaux publics, opérations immobilières) ;

- Relatives à la promotion immobilière : 1 dispositif par opération, uniquement sur palissades ;
- Format : 12 m<sup>2</sup>.

## 2. Des réglementations intéressantes mais « hors cadre RLP » : un travail à réaliser sur les leviers réglementaires à mobiliser, et des recommandations à inscrire

- Les enseignes sont encadrées de manière très précise, mais tous les paramètres encadrés ne peuvent en réalité être réglementés dans le RLPi, notamment, par exemple, quand il y a **interférence avec le contenu du message** (sur les mats avec drapeaux, enseignes en toiture selon le type d'activité), ou sur le **nombre de dispositif par établissement/activité** (alors que le RLPi ne peut que réglementer le nombre de dispositifs par unité foncière sans distinction du nombre d'activités).

L'objectif est de parvenir à conserver l'esprit de ces règles tout en **trouvant une écriture réglementaire légale** ;

- **Recommander** la mise en place de **signalétiques** pour compenser la limitation du nombre de pré-enseignes ;
- Les **chevalets** :
  - Lorsqu'ils relèvent du régime de la publicité et des pré-enseignes au sol, ils ne peuvent être réglementés différemment de ces dispositifs et ne peuvent ainsi être autorisés si la publicité et les pré-enseignes ne le sont pas ;
  - Lorsqu'ils relèvent du régime des enseignes (autorisation d'occupation du domaine public), ils peuvent être différenciés du traitement des enseignes au sol, car le **Code**

**de l'Environnement considère les chevalets comme une catégorie d'enseignes.**

## 3. Des réglementations peu solides juridiquement, dont l'intégration dans le RLPi est à reconsidérer

- Impossibilité de maintenir des ZPA, car le RLPi est obligatoirement plus restrictif que le RNP (à l'exception des périmètres d'interdiction relative et des centres commerciaux hors agglomération exclusifs de toute habitation) ;
- L'autorisation des seules pré-enseignes temporaires dans les zones où la publicité et les pré-enseignes sont interdites est impossible ;
- La durée maximale en nombre de mois pour les dispositifs temporaires/les bâches est impossible à écrire, car le Code de l'Environnement offre une seule possibilité de réglementation : avant et après la « manifestation » ;
- L'encadrement de la localisation des dispositifs temporaires (au sein d'une ZP et de manière différente entre les ZP) est peu solide juridiquement pour le document, le Code de l'Environnement étant peu précis sur le sujet et la jurisprudence peu fournie ;
- L'interdiction des dispositifs sonores n'est pas valable juridiquement car cette catégorie n'est pas définie par le Code de l'Environnement ;
- Les exceptions réglementaires instaurées pour les enseignes indiquant des équipements collectifs ou les services publics : impossibles à maintenir car interférence avec le contenu du message ;

- Micro-affichage : dérogation pour établissements à caractère culturel (nombre non limité) impossible à maintenir dans le RLPi, pas de distinction possible selon le contenu du message.

## 7. LES ORIENTATIONS : LE PROJET POLITIQUE DE THONON AGGLO

Afin de protéger le cadre de vie, le Code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité. C'est le choix qu'a fait Thonon Agglomération en prescrivant l'élaboration de son RLPi le 29 janvier 2019.

Aussi, pour répondre aux enjeux propres au territoire et à leur importance mise en exergue précédemment, la collectivité fixe les orientations synthétisées dans le schéma ci-contre.

Autour d'une orientation générale, ont été définies :

- **Deux orientations sectorielles (OS)**, visant plus particulièrement des secteurs géographiques correspondant à des fonctions territoriales spécifiques ;
- **Puis deux orientations thématiques (OT)**, cherchant à apporter des réponses à des problématiques transversales pouvant concerner l'ensemble de Thonon Agglomération ;

Ces orientations ont été débattues au sein du Conseil Communautaire le 23 février 2021 et au sein de chacun des conseils municipaux.

Suite à ces débats politiques, ainsi qu'à la concertation avec la population, les acteurs économiques, professionnels et associatifs, ces orientations ont été amendées, précisées, ou parfois reformulées, sans pour autant que leur équilibre général n'ait été modifié.



Schéma des grandes orientations du RLPi de Thonon Agglomération // EVEN Conseil

Dans la partie explicative suivante, sont surlignés en gris les objectifs déclinant chacune des orientations.

## I. ORIENTATION GENERALE :

### Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie

Traduisant les enjeux de l'échelle « grand paysage », cette orientation générale a pour objectif de **préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles, ainsi que les éléments d'intérêt patrimonial** (centres historiques, hameaux anciens, ensembles urbains remarquables, sites inscrits, paysages lacustres, trames vertes et bleues, ainsi que la trame noire).

Effectivement, le territoire de Thonon Agglomération est riche d'un patrimoine naturel et bâti -institutionnel et vernaculaire- diversifié (lac Léman, delta de la Dranse, sites Natura 2000, forêts de Planbois, Châteaux des Allinges, centres historiques d'Yvoire et Nernier, château de Ripaille, château d'Avully, patrimoine thermal...) et présente également des motifs paysagers et architecturaux de proximité emblématiques du Chablais : parcelles potagères, fontaines et lavoirs, croix, églises et clocher ..., autant de vestiges symboliques, d'une vie collective faite d'entraides, d'usages collectifs et de croyances, qui participent à l'identité d'un territoire.

L'ambition a ainsi été fixée de préserver de l'affichage extérieur ces composantes de la qualité du cadre de vie, sources de bien-être et d'attractivité. Dans ce cadre, le paysage lacustre, motif paysager structurant du territoire, doit faire l'objet d'une vigilance particulière au regard de l'affichage extérieur.

Le respect et la valorisation des aménités paysagères passent aussi par la volonté de **préserver les vues emblématiques sur le grand paysage (lac et montagnes) ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité**. S'agissant d'un atout indéniable pour la qualité du cadre de vie, il s'agit là de maîtriser les risques de concurrence voire de co-visibilité entre

l'affichage extérieur et le grand paysage. La préservation des rapports de vues, par un encadrement garant de la valorisation des relations visuelles aux paysages, renforcera et valorisera l'identité territoriale.

Dans ce cadre, le projet politique ambitionne de **promouvoir des dispositifs de qualité adaptés aux enjeux en présence et harmonisés sur des secteurs cohérents du territoire**. L'objectif est de limiter l'impact visuel des dispositifs au détriment de motifs paysagers et architecturaux pouvant faire identité.



Une concurrence entre le grand paysage, des motifs emblématiques et l'affichage extérieur que le RLPI ambitionne de maîtriser pour la valorisation des aménités paysagères du territoire et le maintien d'échappées visuelles non banalisées // EVEN Conseil

Enfin, présentant de multiples attraits naturels (Lac Léman et ses plages, montagnes et randonnées, patrimoines historique et géologique, ViaRhôna...), Thonon Agglomération est un territoire accueillant un

tourisme 4 saisons, ainsi qu'un terroir reconnu (reblochon, charcuterie, vins, ...).

S'agissant de moteurs de l'économie locale, l'ambition est également **d'assurer la visibilité des activités touristiques et de promotion du terroir, de manière intégrée et qualitative.**



Des activités promouvant le terroir et/ou les savoir-faire locaux et nécessitant une visibilité //

EVEN Conseil

## II. ORIENTATION SECTORIELLE N°1 :

### Maîtriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte

Les axes routiers desservant le territoire, tels que les RD 1005, RD 1206, RD 903, RD 25 ..., sont à la fois des secteurs privilégiés pour l'expression publicitaire, mais aussi des vecteurs de l'identité du territoire et de son attractivité.

Ils méritent de ce fait une ambition spécifique, dans l'optique de préserver et requalifier la qualité des paysages.

Il s'agit plus précisément de :

- **Veiller à la qualité des entrées de ville et d'agglomération en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur.** L'ambition recherchée est un traitement qualitatif et adapté de l'affichage extérieur en lien avec l'importance qu'ils revêtent et la toile de fond du paysage urbain à caractère plus ou moins patrimonial et de manière plus globale du paysage du quotidien. L'idée est bien d'apporter une lisibilité optimale de ces secteurs porteurs de flux importants tout en offrant un apaisement visuel et des perceptions recentrées sur les paysages bâtis et naturels. De manière concrète, l'objectif tend ainsi à hiérarchiser les perceptions : naturel, puis bâti, puis affichage extérieur.



Entrée de ville de Douvaine, dont la banalisation liée à une architecture standard de zones d'activités est renforcée par le traitement de l'affichage extérieur : une densité des dispositifs combinée à des typologies et des gabarits diversifiés générant une saturation visuelle // Thonon Agglomération

- **Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs de déplacements et de perception, et tout particulièrement des séquences commerciales, en recherchant une cohérence des dispositifs.** L'objectif porté ici est de mettre en cohérence l'affichage extérieur sur les axes majeurs avec les ambiances urbaines traversées (en fonction de l'occupation dominante des lieux), afin de concilier expression publicitaire et qualité paysagère pour des espaces davantage apaisés.

Cet objectif passe également par la volonté d'adapter les dispositifs d'affichage aux pratiques de mobilité en cherchant notamment à :

- Maintenir une faible densité et dimensions de dispositifs sur des itinéraires de promenade telle que la ViaRhôna ou encore à proximité d'espaces considérés comme source d'aménités (loisirs, détente) et plus propices aux mobilités actives et au ressourcement et nécessitant de fait des ambiances apaisées ;
- Adapter l'affichage extérieur aux pôles multimodaux et leurs abords en cohérence avec les ambiances urbaines dans lesquelles ils évoluent.



RD 1206



Thonon-les-Bains

Les axes de transports et les pôles multimodaux (gare routière), des espaces à rationaliser au regard de l'affichage extérieur // EVEN Conseil

En tendant à adapter le traitement de l'affichage extérieur aux séquences paysagères traversées et bien qu'au vu de l'avancée du projet, il ne puisse y avoir de traduction réglementaire dans le présent RLPi, cette orientation s'attache également à **anticiper le projet autoroutier Machilly-Thonon en tant que futur axe structurant de perception.**

### III. ORIENTATION SECTORIELLE N°2 :

## Adapter l’affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie

Cette orientation cible l’amélioration du cadre de vie de plusieurs paysages du quotidien revêtant des enjeux et des ambiances spécifiques : les zones d’activités économiques et commerciales, les secteurs patrimoniaux ainsi que les centres-villes et centres-bourgs.

#### 1. Améliorer la qualité des zones d’activités tout en assurant la lisibilité et l’attractivité des pôles économiques

Le paysage commercial dans les zones d’activité est souvent peu lisible et confus, du fait de la multiplication des dispositifs entraînant un cumul d’informations, aussi ambitionne-t’il d’**apaiser les zones d’activités économiques pour améliorer la lisibilité des paysages urbains et lacustres et la visibilité des activités, en particulier au sein de l’Espace Léman et de la zone d’activités de Vongy.**

Toujours en vue d’améliorer la lisibilité des paysages économiques, le projet du territoire ambitionne également de **rechercher l’intégration et l’esthétisme des enseignes**, en favorisant une cohérence d’implantation, de gabarit... dans une logique d’harmonisation entre l’affichage extérieur et la conception du bâtiment.

Dans ce cadre, le présent objectif **encourage également à la mutualisation des supports d’affichage** et, bien que ne relevant pas du RLPi, les élus souhaitent **favoriser l’application des chartes commerciales et le report d’informations via des chartes signalétiques ou des Relais d’Information**

**Service (RIS)**, comme alternatives à l’affichage publicitaire, mobilisant des outils de dé-densification de l’espace visuel complémentaires au RLPi.

#### 2. Préserver les monuments historiques et leurs écrans et mettre en cohérence le traitement de l’affichage extérieur avec la qualité et les ambiances des centres-villes et centres-bourgs

La valorisation des ambiances urbaines et patrimoniales s’inscrit par un encadrement de l’affichage extérieur limitant les impacts sur le patrimoine et l’architecture. Cette ambition se traduit par une volonté politique de **positionner le mobilier urbain comme support publicitaire privilégié pour les agglomérations qui y ont le droit et d’adapter les caractéristiques des enseignes adaptées aux secteurs patrimoniaux et touristiques.** Des mesures d’amélioration/pérennisation esthétiques et d’harmonisation des dispositifs limiteront alors les nuisances visuelles tout en favorisant le respect des ambiances patrimoniales en présence. Concernant plus précisément les centres-villes et les centres-bourgs, ils correspondent à des tissus historiques recensant également un patrimoine vernaculaire témoignant du développement propre au territoire. Ces espaces sont aussi souvent propices à la déambulation piétonne et accueillent des flux du quotidien liés aux activités présentes.

Au regard de ces enjeux et dans la même logique que pour le patrimoine historique institutionnel, le projet de Thonon Agglomération ambitionne de **mettre en cohérence le traitement de l’affichage extérieur avec la qualité des ambiances des centres-villes et centres-bourgs**.

Il s’agit bien là de préserver le patrimoine bâti identitaire et ses abords de l’affichage publicitaire et de **favoriser l’implantation d’enseignes de manière cohérente avec l’architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines**. Des mesures d’encadrement et d’homogénéisation des enseignes traduiront, ainsi, une valorisation de ces centralités et favorisera la lecture d’accès des commerces de proximité.

### **3. Respecter les ambiances apaisées, en pérennisant les aménités paysagères qui siègent au sein des espaces urbains**

Espaces essentiellement de ressourcement, les zones résidentielles ou encore les espaces verts urbains font l’objet d’une volonté de préservation. L’objectif est d’œuvrer au confort visuel et d’y maîtriser l’affichage extérieur de manière globale et **d’encadrer plus particulièrement les éventuelles sur-sollicitations ponctuelles liées aux opérations immobilières**, dès lors que ces dispositifs sont très présents sur le territoire soumis à une importante pression urbaine.

## IV. ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :

### Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement

Dans un contexte de transition énergétique et écologique des territoires (Grenelle de l'Environnement, Arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses et plus récemment la loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, extinction total ou partiel de l'éclairage public dans de plus en plus de communes), la question de la maîtrise des dispositifs lumineux et numériques en particulier est incontournable. Cette problématique est d'autant plus cruciale au regard des divers enjeux liés à la préservation du ciel nocturne et de la biodiversité et à l'attention croissante portée par la population, les associations, ainsi que les élus locaux, à ce sujet.

L'affichage extérieur numérique est un procédé en voie de développement qui contribue à véhiculer une image moderne des territoires et peut participer dans une certaine mesure à une dé-densification de l'affichage extérieur. Mais il convient néanmoins de l'encadrer dans le RLPi, afin d'en maîtriser les incidences sur les paysages perçus et la qualité du cadre de vie, et dans un souci plus général de préservation de l'environnement.

Aussi, il s'agira de :

- **Œuvrer en faveur de la sobriété énergétique du territoire**
- **Préserver la trame noire et les espaces nocturnes apaisés.**

En utilisant les leviers offerts par le Code de l'Environnement (tels que les horaires d'extinction des dispositifs, ...) ou plus récemment la Loi dite Climat et Résilience d'août 2021 permettant au RLPi de pouvoir agir dans une certaine mesure sur les publicités et enseignes lumineuses installées derrière des baies commerciales.



Des dispositifs lumineux participant à la pollution lumineuse à maîtriser - Douvaine // Thonon Agglomération

## V. Orientation thématique n°2 : Promouvoir une expression citoyenne et associative efficace et intégrée

Le territoire est riche d'un tissu associatif dense et divers, dont les activités et manifestations occasionnelles nécessitent une lisibilité, et donc, une certaine forme de publicité.

L'expression citoyenne et institutionnelle est garante du dynamisme associatif et de la démocratie locale.

C'est pourquoi, bien que ne relevant pas uniquement et directement du champ d'application du RLPi, les élus de Thonon agglomération souhaitent faciliter ce type de communication, en encourageant :

- La **mise à disposition de dispositifs permettant l'expression citoyenne** dans l'ensemble du territoire et en y favorisant un accès aisé et sécurisé lors des choix d'implantation de ces dispositifs, et à l'échelle de chaque commune.
- A un horizon temporel allant au-delà du présent RLPi, l'intention exprimée est de **disposer de modes d'affichage d'expression citoyenne, avec un format défini et harmonisé à l'échelle de Thonon Agglomération** pour faciliter l'identification de ce type de support.
- **L'encouragement à un report sur les panneaux d'information municipales**, des événements culturels, associatifs, comme moyen alternatif susceptible de limiter les affichages temporaires de formats très divers en bord de voie.

# 8. LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX OPERES DANS LA TRADUCTION REglementaire

*Pour rappel, le RLPi n'exprime que des dispositions plus restrictives que le Règlement National de Publicité (exception faite de la possible réintroduction de certains dispositifs publicitaires au sein de certains périmètres d'interdiction relative). Le RNP continue donc de s'appliquer sur les volets règlementaires non abordés par le RLPi.*

## I. Justifications de la délimitation des zones du RLPi

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été classés en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies, afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Les quatre zones de publicité instituées permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée.

Un système de trame venant prendre en considération des spécificités paysagères entre ensuite en jeu, et permet de nuancer localement la réglementation propre à chacune des zones.

### 1. Un nombre restreint de zones de publicités ...

L'ensemble du territoire de Thonon Agglomération est zoné en fonction des enjeux dégagés du diagnostic, et pour lesquels des ambitions ont été définies dans les orientations.

Quatre zones de publicité ont ainsi été définies :

- **La zone 1 (ZP1)** couvre les espaces naturels et bâtis présentant un intérêt patrimonial (abords des monuments historiques, secteurs urbains patrimoniaux identifiés dans les documents d'urbanisme, zones Natura 2000, RAMSAR...), ainsi que les cœurs de ville et cœurs de bourg (noyaux anciens des communes), mais ne présentant pas de caractère patrimonial institutionnel. Ce secteur comprend également les espaces proches du rivage au sens de la Loi Littoral et tels que définis par le SCoT du Chablais afin de maintenir la qualité du paysage lacustre ;
- **La zone 2 (ZP2)** comprend les axes d'entrées de ville et d'agglomération ainsi que les tronçons de routes qui offrent des fenêtres sur le grand paysage. Dans cette zone, il s'agit d'éviter la mise en concurrence entre des motifs paysagers et architecturaux emblématiques et l'affichage extérieur.
- **La zone 3 (ZP3)** couvre les zones d'activités économiques et commerciales ;

- **La zone 4 (ZP4)** concerne le reste du territoire et est subdivisée en deux sous-zones : la ZP4a correspondant aux tissus à dominante résidentielle et la ZP4b couvrant les espaces hors agglomération.

## 2. ...Nuancées localement par une trame

Du fait de la topographie et de l'irrigation routière du territoire, le diagnostic et les orientations du RLPi de Thonon Agglomération identifient également un enjeu fort en termes de préservation des espaces perçus depuis certaines fenêtres offertes depuis le tissu urbain et les axes routiers sur le grand paysage. Ces espaces donnent à voir de grands motifs de naturalité ou du patrimoine emblématiques de Thonon Agglomération, qu'il convient de préserver de l'affichage extérieur afin de favoriser leur valorisation.

Aussi, le RLPi propose d'identifier ces secteurs via une trame dénommée « T1 - paysages sensibles ».

Toutefois, au regard de la dispersion de ces espaces, la création de zones spécifiques « pastillerait » le zonage d'une part, et alourdirait la traduction réglementaire écrite d'autre part ; avec des dispositions redondantes au sein desquelles seuls un ou deux articles varieraient venant de surcroît limiter la pertinence de la définition d'autant de zones.

Pour cette raison, ces espaces sont traités via une trame délimitée dans les documents graphiques annexés au RLP.

S'y appliquent une compilation de dispositions réglementaires, à savoir :

- Les dispositions générales du RLPi ;
- Les dispositions particulières du RLPi relatives à la zone de publicité dans laquelle se situe l'espace ;
- Les dispositions spécifiques du RLPi relatives à l'identification dans une trame, qui précise seulement certains points réglementaires des dispositions particulières.

**Dans ce cadre, la trame « paysages sensibles »** couvre : les espaces perçus depuis les points de vue identifiés dans le diagnostic et complétés par les communes ainsi que, de manière ponctuelle, les abords des percées visuelles offertes depuis les axes routiers et les paysages pouvant paraître comme sensibles au regard de la relation étroite avec le littoral (plus spécifiquement pour certaines communes). C'est le cas pour Thonon-les-Bains, où la trame reprend, en sus des éventuels cônes de vue, les espaces proches du rivage tels que définis par le SCoT du Chablais.

## 3. Un découpage territorial justifié par les orientations et objectifs du RLPi

Le zonage publicitaire du territoire est justifié par les orientations suivantes :

<p><b>ZP1 – Les espaces naturels et bâtis d'intérêt patrimonial</b></p>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie</p> <p><b>ORIENTATION SECTORIELLE N°2 :</b> Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie avec en particulier l'objectif suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Préserver les monuments historiques et leurs écrans et mettre en cohérence le traitement de l'affichage extérieur avec la qualité et les ambiances des centres-villes et centre-bourgs.</li> </ul> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la</p>
---	---

	préservation et à la mise en valeur de l'environnement
<b>ZP2 – Les axes d'entrée de ville et d'agglomération</b>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie :</p> <p><b>ORIENTATION SECTORIELLE N°1 :</b> Maitriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte, avec en particulier les objectifs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veiller à la qualité des entrées de ville et d'agglomération en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur</li> <li>▪ Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs de déplacements et de perception.</li> </ul> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement</p>
<b>ZP3 – Les zones d'activités économiques et commerciales</b>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie</p> <p><b>ORIENTATION SECTORIELLE N°1 :</b> Maitriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte avec en particulier l'objectif suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs de déplacements et de perception, et tout particulièrement des</li> </ul>

	<p>séquences commerciales, en recherchant une cohérence des dispositifs.</p> <p><b>ORIENTATION SECTORIELLE N°2 :</b> Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie avec en particulier l'objectif suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Améliorer la qualité des zones d'activités tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques</li> </ul> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement</p>
<b>ZP4a – Les tissus à dominante résidentielle</b>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie</p> <p><b>ORIENTATION SECTORIELLE N°2 :</b> Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie, avec en particulier l'objectif suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Respecter les ambiances apaisées, en pérennisant les aménités paysagères qui siègent au sein des espaces urbains.</li> </ul> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement</p>

<b>ZP4b – Les espaces hors agglomération</b>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie</p> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement</p>
<b>Trame « Paysages sensibles »</b>	<p><b>ORIENTATION GENERALE :</b> Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie avec en particulier les objectifs de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Préserver les vues emblématiques sur le grand paysage (lac et montagnes) ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité</li> <li>▪ Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles, ainsi que les éléments d'intérêt patrimonial</li> </ul> <p><b>ORIENTATION THEMATIQUE N°1 :</b> Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement</p>

#### 4. Justification de la ZP1 – espaces naturels et bâtis d'intérêt patrimonial

Evoluant entre le Lac Léman et la toile de fond montagnarde, les nombreux monuments historiques (Châteaux des Allinges, Château de la Rochette, Hôtel de Dieu de Thonon, la Tour et la chapelle Saint Bon, Château d'Avully etc.), les bâtiments à l'architecture chablaisienne typique, composant une grande partie des centres anciens (ville, bourgs, villages), les coeurs patrimoniaux de Nernier et Yvoire ..., sont autant de témoins de la richesse patrimoniale et paysagère du territoire, participant à son identité globale, mais également à celle de chaque commune.

A ce titre, la préservation du patrimoine bâti et l'affirmation de la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des activités et des espaces de vie constituent une orientation forte du RLPI.

Le respect des abords des monuments historiques, et plus globalement des ambiances de chacun des noyaux historiques des communes, où se mêlent des architectures caractéristiques témoignant du développement historique et souvent un tissu commerçant plus propice aux déambulations piétonnes et usages des modes actifs, nécessite de traiter la publicité et les enseignes de manière spécifique et restrictive. Ces espaces revêtent une importance paysagère, patrimoniale et historique cruciale, en concentrant des motifs identitaires du territoire justifiant ainsi de leur identification au sein d'une zone spécifique offrant un cadre réglementaire adapté aux enjeux patrimoniaux.

De même, le site lacustre, borné par les rives helvétiques et les monts du Jura, accueille des activités et des itinéraires touristiques qui nécessitent certes un affichage extérieur et une lisibilité des activités touristiques, mais qui doit être maîtrisé au regard des enjeux paysagers en présence.

Cette volonté de maîtrise des dispositifs publicitaires et des enseignes s'inscrit également en cohérence avec les politiques globales de préservation du paysage lacustre et des écosystèmes qui y évoluent, mises en œuvre via la Loi Littoral. Elle justifie donc l'intégration de cet espace littoral au sein de cette première zone de publicité.

Sur la base de ces considérations, la zone ZP1 est celle où le RLPi est le plus restrictif. La publicité et les pré-enseignes ne peuvent y être installées que sur le domaine public, sur du mobilier urbain dans une limite de 2m<sup>2</sup> et ce uniquement pour Thonon-les-Bains, seule agglomération de plus de 10 000 habitants à ce jour.

Concernant les enseignes, leur encadrement est placé sous le signe de la qualité. L'objectif est bien de maîtriser les risques de concurrence entre le patrimoine institutionnel et vernaculaire, bâti et paysager, avec l'affichage extérieur. Ceci afin de privilégier une perception première de ce qui fait identité dans la scénographie urbaine (maîtrise des risques de co-visibilité avec un monument historique, valorisation des façades en encadrant et harmonisant les pratiques en matière d'enseignes...).

*La ZP1 comprend les zones urbaines cœur de hameaux à tendance historique (UH), les zones urbaines à dominante habitat -centre-bourg historique (UA) ou les zones urbaines à dominante d'habitats mais à valeur patrimoniale forte (UP) et très ponctuellement des zones correspondant à des espaces de développement des pôles (UB) des Documents d'Urbanisme Locaux (DUL).*

*Sont également compris en ZP1 les espaces compris dans le Plan Local d'Urbanisme intercommunal du Bas Chablais au sein de l'inscription graphique "patrimoine" ainsi que les espaces proches du rivage tels que défini par le SCoT du Chablais, le Site Patrimonial Remarquable d'Yvoire et les espaces contenus dans les abords des monuments historiques.*

*A savoir : Un travail de redécoupage a été effectué au cas par cas au sein des abords des monuments historiques, afin de nuancer l'approche et adapter ponctuellement le zonage à la nature réelle des tissus urbains concernés.*

*Par exemple, il est possible que les abords d'un monument historique couvrent des zones d'activités comme c'est notamment le cas à Thonon avec l'Espace Léman et la proximité du Château de Marclaz. Aussi malgré*

*la présence des abords du monument historique, un classement en ZP3 "zones d'activités" a été opéré. Plus ponctuellement, des déclassements au sein de ces périmètres patrimoniaux ont pu être effectués vers de la ZP3 "zones d'activités économiques et commerciales" ou de la ZP4 "zones hors agglomération et zones résidentielles".*

*A noter : Le domaine public fluvial n'a pas été zoné, considérant que les règles imposées par le Code de l'Environnement au regard des pratiques d'affichage extérieur actuelles sur le territoire étaient satisfaisantes pour préserver le paysage lacustre.*

## 5. Justifications de la ZP2 – axes d'entrée de ville et d'agglomération

Du point de vue du paysage, les axes routiers d'entrées de ville constituent les premières et les dernières perceptions du territoire, et fondent ainsi l'impression, l'image que se font les usagers de ces axes, qu'ils soient locaux ou en transit. Pour les usagers locaux, leur environnement proche constitue un espace traversé du « quotidien », qu'il s'agit alors de préserver, conformément aux objectifs visés par le RLPi (orientation sectorielle n°1).

Pour ce faire, l'affichage extérieur doit s'implanter en cohérence avec le grand paysage servant de toile de fond ou encore en cohérence avec l'ambiance urbaine traversée et le public concerné (automobiliste, cycliste, piéton). Enfin, les entrées d'agglomérations existantes constituent des espaces privilégiés pour orienter les consommateurs potentiels vers les lieux de vente ou de service. Ce sont des espaces stratégiques alors même qu'ils constituent un enjeu important pour la qualité de l'image de la ville et plus largement de Thonon Agglomération.

D'un point de vue réglementaire une différenciation a été faite pour le traitement des dispositifs publicitaires entre :

- Thonon-les-Bains, la ville centre, agglomération de plus de 10 000 habitants et concentrant des codes urbains marqués,
- et les agglomérations de moins de 10 000 habitants devant davantage composer avec des interfaces ville/espaces agro-naturels.

Cette différence de traitement est certes rendue possible par le seuil réglementaire de 10 000 habitants, au-dessus duquel les possibilités offertes à l'affichage extérieur sont plus souples, mais également par le zonage.

Effectivement, les communes limitrophes de Thonon-les-Bains et cette dernière n'ont aucun tronçon commun identifié en ZP2, évitant les risques de transition dans le traitement de l'affichage extérieur au droit d'un même axe. De surcroît, en raison de son statut de polarité principale, la commune/ville Thonon-les-Bains présente des besoins potentiellement plus conséquents en termes d'affichage publicitaire ; C'est pourquoi, contrairement aux agglomérations de moins de 10 000 habitants, la publicité et les pré-enseignes y sont admises sur diverses typologies mais avec un format adapté au tissu urbain de ces zones (bâti plus lâche qu'en zone 1, voies larges tant en termes de gabarit que de dégagement visuel), ainsi qu'au rôle vitrine de ces espaces.

*La ZP2 correspond à une bande tampon de 20 m estimé de part et d'autre des voiries identifiées comme entrées de ville d'intérêt dans le diagnostic, ou à posteriori lors du travail sur le zonage avec les communes. La bande tampon de 20 m a été choisie de façon à comprendre dans la zone à minima les trottoirs et les façades des bâtiments longeant les axes d'entrées de ville, permettant ainsi une préservation des perceptions d'ensemble aux abords de ces axes.*

## 6. Justification de la ZP3 – zones d'activités économiques et commerciales

Cette zone couvre principalement les zones d'activités intercommunales, au sein desquelles les dispositions réglementaires sont moins restrictives que dans les autres zones de publicité, au regard de la vocation économique de ces espaces et donc, des besoins (plus importants) identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes.

Du point de vue des domaines d'activités exercés, les zones d'activités économiques et commerciales ne présentent pas les mêmes caractéristiques, certaines étant mixtes, d'autres étant plutôt industrielles ou artisanales, d'autres enfin étant plutôt commerciales, telle une grande partie de l'Espace Léman. Les zones d'activités du territoire communautaire n'échappent globalement pas à l'image négative ou pour le moins peu valorisante, de ce type d'espace, qui est largement le fait de la multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur. Ces paramètres ont tendance à altérer la lecture des messages figurant sur ces dispositifs.

Ainsi, au sein des zones ZP3, le RLPi s'engage dans un objectif de maîtrise de la densité et du cumul des dispositifs, et propose un cadre commun pour tendre vers davantage de cohérence et de qualité dans les pratiques.

*En sus des zones d'activités communautaires [Espace Léman, Vongy/Thonon, les Bracots/Bons, les pôles économiques de Douvaine, Planbois et la Tuilerie/Perrignier, les Marquisats/Orcier, Mésinges, la Proux et Genevièvre/Allinges, la Fattaz/Excenevex, les Lanches/Cervens, Grandes Vignes/Veigy], certains sites d'activités identifiés dans les Documents d'Urbanisme Locaux (zones UX/UY) ont été intégrés dans la zone de publicité. Toutefois, bien que pouvant être identifié comme tel dans les DUL, quand la zone ne comprend qu'un seul bâtiment (cas en particulier à Margencel ou Veigy-Foncenex) il a été proposé de maintenir un zonage en cohérence avec le tissu urbain majoritairement présent à proximité, plutôt*

*que de pastiller le zonage et que d'y admettre des dispositifs potentiellement plus impactants (tels que ceux admis en ZP3).*

*Par ailleurs, certains projets d'extension en cours ou en projet de zones d'activités ont été intégrés au zonage et de fait aux limites d'agglomération. C'est le cas pour les communes de Perrignier et de Bons-en-Chablais, pour lesquelles des autorisations d'urbanisme ont déjà été accordées ou dont la construction et/ou la commercialisation du projet ont déjà été engagées.*

*Enfin, à la zone d'activités de la Tuilerie de Perrignier ont été ajoutés en ZP3 des zones hors agglomérations : les petites zones d'activités du Pré d'Eau et celle, plus à l'Est, le long de la route de Sciez. Ce choix a été effectué de façon à permettre un traitement des enseignes et une possibilité de visibilité des activités économiques équitables pour l'ensemble des espaces présentant des enjeux semblables.*

## **7. Justification de la ZP4a – Tissus à dominante résidentielle**

Cette zone regroupe les espaces bâtis agglomérés qui ne correspondent ni à des cœurs de ville, ni à des zones d'activités.

Il s'agit donc principalement d'espaces résidentiels, à vocation dominante d'habitat. Ils accueillent ponctuellement des commerces, des équipements, localisés en entrée de ville ou village, à proximité d'éléments de patrimoine ou de nature, etc.

En lien avec cette diversité de fonctions et de localisations, puisque ce secteur accueille une part non négligeable de la population communautaire, et dans une volonté d'unité et de cohérence dans les espaces perçus par tous les habitants, une zone unique a été créée.

Dans ce cadre, la publicité est limitée aux catégories de support favorisant au mieux l'insertion dans les tissus urbains, afin de maintenir une ambiance apaisée et cohérente avec ces espaces majoritairement résidentiels, et où le bien-être et la qualité du cadre de vie sont primordiaux :

Dispositifs muraux pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, (afin d'exploiter des volumes préexistants) et mobilier urbain dans une limite de 2m<sup>2</sup> pour Thonon-les-Bains, du fait d'un graphisme propice à l'intégration urbaine et une maîtrise de la localisation par la collectivité. Les enseignes quant à elles, peuvent être installées sur diverses typologies de supports, mais avec des gabarits limités, pour maîtriser les affichages et les adapter aux vocations des espaces.

## **8. Justification de la ZP4b – Espaces hors agglomération**

Cette zone est dédiée aux espaces « hors agglomération », où toute publicité est interdite par la réglementation nationale, et qui ne vise donc que les règles relatives aux enseignes.

Le règlement de cette zone s'attache à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages à caractère rural ou naturel prégnant, tout en assurant une visibilité des quelques activités économiques présentes de façon ponctuelle.

La ZP4b offre un encadrement des enseignes plus restrictif que le RNP, s'inscrivant ainsi dans l'optique générale du RLPi, de maîtriser la qualité, le nombre et la typologie de ces dispositifs.

Le zonage de l'intégralité du territoire, y compris des zones hors agglomération, assure d'autre part une limitation des « effets de seuils » avec le passage d'une zone couverte par le RLPi à une zone sous RNP moins restrictive pour les enseignes.

## 9. Justification de la trame « Paysages sensibles »

Cette trame identifie les paysages considérés comme plus particulièrement sensibles, car présentant une co-visibilité avec des grands motifs paysagers des bâtiments emblématiques du territoire, ou des points focaux (le clocher d'une église, ...). Cette trame a été proposée de façon ciblée sur les espaces où la réglementation des zones ne proposait pas une protection suffisante au regard des enjeux paysagers ou patrimoniaux plus prononcés et tels que perçus par les communes, usagers au quotidien du territoire.

En outre, il a été proposé aux communes de se saisir de ce levier réglementaire pour protéger des espaces présentant un enjeu paysager ou patrimonial accru au regard de leur perception ou de leur pratique du territoire, en y interdisant tout dispositif publicitaire ainsi que les enseignes numériques. C'est ainsi l'opportunité pour Thonon-les-Bains de perpétuer une dynamique actuellement en cours via l'application de son RLP, au droit de la bande littorale qui est une zone d'exclusion de publicité.

*La détermination des espaces perçus, autrement appelé cônes de vue, et repris au sein de cette trame, s'est basée sur une modélisation, qui, à partir des points de vue identifiés dans le diagnostic et par les communes (dans le cadre de leur travail collaboratif sur la traduction réglementaire), a mis en exergue des espaces plus ou moins perçus depuis les points de vue, en fonction de la végétation et de la hauteur des bâtiments.*

*Au regard de la volonté de réglementation au sein de cette zone (interdiction d'enseigne numérique + interdiction de toute publicité), seuls ont été retenus les espaces perçus au sein des secteurs agglomérés. Ceux-ci ont fait l'objet par la suite, d'un travail de simplification des polygones et reprenant uniquement les espaces les plus perçus, car considérés comme plus sensibles.*

Il convient de souligner que cette trame, induisant l'exclusion de la publicité sur certains secteurs, demeure ponctuelle et ne représente que 2% du territoire de Thonon Agglomération et 12% des espaces agglomérés.

En ce qui concerne Thonon-les-Bains, commune présentant le plus d'enjeux pour les professionnels de l'affichage (car celle où le Code de l'Environnement permet davantage l'exploitation d'un parc publicitaire conséquent), 17% du territoire communal est couvert par cette trame, dont une majorité était déjà concernée par une exclusion de publicité dans le RLP de 2016 (exclusion dans la bande littorale).

## II. Justifications des choix réglementaires

Le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre préservation/valorisation des paysages de Thonon Agglomération et liberté d'expression ; Et ce, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes* ».

Le règlement vise également un équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de la publicité scellée au sol à l'échelle du territoire communautaire.

En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer les formats maximums et les typologies autorisés, et limiter la densité dans une certaine mesure, via les dispositions générales.

### 1. Prescriptions communes à l'ensemble des zones, relatives à la publicité, aux pré-enseignes et pré-enseignes temporaires

#### 1. Correspondance avec les orientations

Les choix généraux s'appliquant à l'ensemble des zones de publicité sont justifiés par l'orientation générale visant à préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie ; Mais également par les orientations suivantes, l'une sectorielle, l'autre thématique, du projet politique de Thonon Agglomération :

- Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie avec en particulier l'objectif suivant :
- Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement

#### 2. Article DG1-1, interdiction de publicité, pré-enseigne

Plusieurs typologies de dispositifs sont interdites sur l'ensemble du territoire au regard du fort impact paysager qu'elles peuvent générer :

- **La publicité et les pré-enseignes sur clôture**, que cette dernière soit aveugle ou non. Il s'agit ici de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, souvent opéré de manière «sauvage» le long des rues et grands axes. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments présentant des façades aveugles, moins nombreux ;
- **La publicité et les pré-enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet** ainsi que sur les marquises ou auvent dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade ;
- **La publicité et les pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**. Ce type de publicité peut engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important. Le RLPi anticipe le développement de ce type de dispositif en l'interdisant.

#### 3. Article DG1-2, dérogations à certaines interdictions légales de publicité

Rappel de l'article L581-8 du Code de l'Environnement :

« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Le RLPi vient déroger à l'interdiction stricte de publicité dans certains de ces lieux (cités ci-dessous) et pour certains types de dispositifs :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- 4° Dans les sites inscrits ;
- 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

**La dérogation porte sur les dispositifs suivants, pour les raisons suivantes :**

- La **publicité supportée par le mobilier urbain**, dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des

zones de publicité. Conformément au Code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou intercommunales. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver une possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux qui, au regard de l'erreur rédactionnelle du Code de l'Environnement ne peut concerner en outre que la commune de Thonon-les-Bains qui bénéficie déjà de cette dérogation via son RLP. Ainsi l'incidence sur les paysages par rapport à la situation actuelle ne serait pas dégradée et la collectivité reste maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain.

- Les **emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif**, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du même code. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des quartiers. Cette dérogation ne concerne pas les autres lieux identifiés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'Environnement.

#### 4. Article DG1-3, dimensions

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des **surfaces « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement.**

La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que **les deux faces d'un dispositif publicitaire « sont rigoureusement de même dimensions, alignées et placées dos à dos, sans espace visible entre les deux faces »**. Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi la qualité du parc d'affichage extérieur.

Par ailleurs, **les pré-enseignes de type chevalet, ne peuvent excéder 1,2 m de hauteur par 0,65 de largeur**. Il s'agit ainsi d'éviter que ces éléments ne surchargent l'espace public de par leur taille.

#### 5. Article DG1-4, format

Afin de limiter la présence des dispositifs dans les paysages urbains, le règlement stipule **qu'un dispositif ne peut excéder deux faces et doit être installé sur un pied unique.**

Dans cette même optique de désencombrement du champ visuel, **aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre** du dispositif, y compris les dispositifs d'éclairage ou seuls sont ainsi autorisés, les dispositifs éclairés par transparence, rétroprojection ou encore numériques lorsque le règlement spécifique à la zone publicitaire autorise ce dernier.

#### 6. Article DG1-5, accessoires annexes à la publicité

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLPi précise un certain nombre de **critères d'esthétique à respecter** (habillage du dos des faces non utilisées des dispositifs, passerelles interdites sauf si amovibles).

#### 7. Article DG1-6, couleur

La vigilance quant à la couleur des dispositifs constitue un levier tout particulier pour traduire l'ambition de promouvoir des dispositifs de qualité. Ainsi, ces derniers devront respecter une **couleur neutre ou respectant le caractère des lieux**. Dans un souci d'harmonisation, les teintes grises ou vertes sont recommandées. A noter enfin, que les matériaux de type inox brossé sont également permis par le RLPi dans la mesure où le reflet induit par le matériau du cadre garanti une intégration dans le paysage environnant.

#### 8. Article DG1-7, hauteur

La hauteur des dispositifs, qu'ils soient **au sol ou muraux, ne doit pas excéder 6 m par rapport au sol**. Il s'agit ainsi d'éviter que des dispositifs ne soient trop haut et entrent « en compétition » avec les vues sur les éléments de paysages lointains, que tout usager perçoit en levant le regard.

#### 9. Article DG1-8, éclairage

Le RLPi **élargit la plage d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses, dont numériques, ainsi que les publicités supportées par le mobilier urbain** (en dehors de celui affecté aux services de transports et durant les heures d'ouverture desdits transports).

L'obligation d'extinction est portée à **22h-7h.**, augmentant ainsi significativement (+ 4 heures) l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (extinction de 1h à 6h soit 5 heures d'extinction).

**Cette forte évolution répond à un double enjeu de maîtrise des consommations énergétiques du territoire d'une part mais également à une volonté d'œuvrer à une restauration de paysages nocturnes plus apaisés pour la biodiversité d'autre part.** Cette extension de la plage horaire d'extinction répond également au point de vigilance initié par les associations environnementales rencontrées lors de la démarche.

Ces dispositions permettent également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse). Toutefois, **le champ de compétences du RLPi dans la réduction de la luminance des dispositifs est limité, dans l'attente d'un arrêté ministériel qui doit se prononcer sur les seuils de luminance tolérés pour les dispositifs.** Afin de marquer cependant davantage son engagement dans la lutte contre les pollutions lumineuse, le RLPi a fait le choix de formuler des recommandations de façon à prévenir, limiter et réduire les nuisances lumineuses des dispositifs lumineux (température de couleur de la lumière et orientation).

#### 10. Article DG1-9, densité

Toujours en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que **la densité des dispositifs publicitaire est limitée à un seul dispositif par support et pour le domaine privé à un seul dispositif par unité foncière.** Cela conduit à interdire la superposition ou la juxtaposition de dispositifs sur un même support que celui-ci soit mural ou fixé au sol. A noter que dès lors que deux dispositifs au sol partagent un élément structurel, il est considéré qu'il s'agit d'un seul et même support accueillant deux dispositifs.

L'objectif recherché est de rendre cohérent les rapports d'échelles entre les supports, les dispositifs et les usages de l'espace public tout en offrant l'opportunité de limiter le nombre de publicité dans les paysages urbains.

#### 11. Article DG1-10, implantation

Le règlement vient fixer des **règles d'implantation** afin de faciliter l'insertion des dispositifs dans leur environnement et permettre une cohérence d'échelle entre leur implantation et les supports qui les accueillent, de même qu'avec les paysages environnants.

#### 12. Article DG1-11, préenseignes temporaires

Le RLPi a fait le choix **d'interdire les pré-enseignes temporaires installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières** de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente. Ces dispositifs, nombreux sur le territoire du fait de la pression foncière, impactent fortement le paysage.

Le RLPi les interdit dans un souci de désencombrement des paysages urbains, permettant par là-même également, une meilleure lisibilité des pré-enseignes temporaires relatives à des manifestations culturelles, associatives ou autres manifestations de moins de 3 mois et valorisant la vive activité du tissu associatif local.

**Pour les dispositifs temporaires autorisés sur le territoire, le RLPi ne vient pas contraindre davantage (par rapport au RNP) le laps de temps d'implantation avant et après la tenue de la manifestation.** Toutefois, il choisit **d'encadrer davantage ces dispositifs sur leur nombre et leur format**, en harmonisant les pratiques de l'ensemble du territoire sur les possibilités offertes pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants mais en élargissant via le RLPi les dimensions du RNP à toutes les typologies de pré-enseignes temporaires (mural et au sol).

Cela se justifie par le fait que la succession de divers évènements sur les communes, quel que soit leur population, peut nuire à la qualité paysagère des espaces concernés par ces types d'affichage, souvent en entrée de ville. Toutefois, ils sont importants et même fondamentaux pour la vie du territoire et le souhait est de **trouver un compromis acceptable. Ainsi, imposer un format maximum de 1,5 m<sup>2</sup> unitaire par dispositif, dans la limite de 4 dispositifs par opération** devrait permettre la bonne lisibilité des informations annoncées, tout en favorisant une intégration paysagère plus optimale. De plus, un format unique, permet d'identifier plus aisément à l'échelle de Thonon Agglomération cette typologie de dispositif.

### 13. Article DG1-12, bâches comportant de la publicité

Deux catégories de bâches sont instaurées par le Code de l'Environnement :

- Les bâches publicitaires, autres que les bâches de chantier ;
- Les bâches de chantier comportant de la publicité.

Le RLPi propose de gérer les dispositifs sur bâche en fonction des zones de façon à les autoriser en cohérence avec les tissus urbains en présence.

Toutefois, de manière globale les dispositions générales viennent préciser que **les bâches publicitaires sont limitées dans le temps à une durée maximale de 12 mois**, avec démontage obligatoire de la structure au terme de la période, afin de maîtriser dans les lieux où elles demeurent autorisées leur temps de présence.

**Les bâches de chantier comportant de la publicité sont également autorisées dans les limites fixées par le Code de l'Environnement** (50% de la surface de la bâche occupée par de la publicité), puisque ces dispositifs sont temporaires et participent au financement de certains rénovations des espaces bâtis.

### 14. Article DG1-13, dispositifs de dimensions exceptionnelles

Dans la mesure où cette typologie de dispositif **ne concerne que la commune de Thonon-les-Bains**, celle-ci a fait le choix de pérenniser dans le RLPi les règles de son RLP. Par ailleurs, l'impact de ces dispositifs est maîtrisé à priori, puisqu'ils font l'objet d'une **autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites** (CDNPS).

## 2. Prescriptions communes à l'ensemble des zones, relatives aux enseignes et enseignes temporaires

### 1. Correspondance avec les orientations

De même que pour les dispositifs publicitaires et pré-enseignes, les choix généraux s'appliquant à l'ensemble des zones de publicité sont justifiés par l'orientation générale visant à préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie ; Mais également, par les orientations suivantes, l'une sectorielle, l'autre thématique, du projet politique de Thonon Agglomération :

- Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie ;
- Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement.

## 2. Article DG2-1, dérogations

Le règlement autorise, à titre exceptionnel, que certaines enseignes dérogent aux dispositions générales ou particulières lorsqu'elles concourent à la mise en valeur des bâtiments sur lesquels elles sont apposées, ou lorsque l'architecture du bâtiment ne permet pas de mettre en œuvre ces dispositions.

Il apparaît pertinent d'autoriser cette disposition, en particulier dans les cœurs de ville où l'architecture ne permet pas toujours techniquement le respect des prescriptions du RLPI.

En outre, cela permet de laisser toute liberté d'appréciation au cas par cas, soit aux services de l'UDAP, soit aux services instructeurs, de privilégier et favoriser des projets d'enseigne parfois plus adaptés à des contextes architecturaux ou patrimoniaux spécifiques.

## 3. Article DG2-2, interdiction d'enseignes et d'enseignes temporaires

Le RLPI interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti, notamment au sein des espaces densément bâtis :

- Sur clôture non aveugle ;
- Sur tout type de portails ;
- Sur les arbres ;
- Sur les volets ;
- Sur les marquises et auvents à l'exception des lambrequins ;
- Sur une fresque artistique ;
- Apposées sur les garde-corps de balcon à l'exception des enseignes temporaires ;

- Sur les éléments de modénatures des façades s'agissant notamment des encadrements des baies, des corbeaux, des décors en relief, piliers d'angle et tout autre motif décoratif ;
- Sur les piliers des arcades ou en suspension à l'intérieur du cintre de la baie ;
- Apposées à plat qui débordent au-delà de la largeur des baies au-dessus desquelles elles sont apposées ;
- Reliant plusieurs bâtiments distincts ;
- Les enseignes ou partie d'enseigne situées au-dessus d'une porte d'entrée d'immeuble à dominante d'habitation ;
- Apposées sur un support souple ;
- Correspondant à des formes non conventionnelles ou gonflables.

Le RLPI interdit également des dispositifs qui ont un impact paysager très important, particulièrement lorsqu'ils sont localisés en entrée de ville et devant la toile de fond montagnarde notamment. Pour ces raisons, **les enseignes apposées sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en tout point du territoire.**

De plus, en cohérence avec les ambitions de protection de la biodiversité nocturne et de réduction des consommations énergétiques, **les enseignes à projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autres) sont interdites.**

## 4. Article DG2-3, intégration architecturale des dispositifs

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne.

Ainsi, **au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones)**, il s'agira de veiller à ce que :

- L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;
- Le choix des matériaux et couleurs des enseignes apposées sur façade se fasse en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

#### **5. Article DG2-4, enseigne lumineuse**

La récente **Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021**, a précisé le champ de compétence du RLPi sur les enseignes lumineuses : Ainsi, dans le RLPi, **est entendu comme enseigne lumineuse tout dispositif installé à l'extérieur du commerce sur son assiette foncière, ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique.**

Cette nouvelle possibilité réglementaire a été saisie par Thonon Agglomération pour **engager le territoire dans une transition écologique plus large, et pour lutter contre des dispositifs qui peuvent perturber de manière importante les paysages urbains nocturnes**, en proposant un encadrement.

Conscient que les enseignes lumineuses sont garantes d'une visibilité de l'activité économique et d'un certain dynamisme des centres-villes et centres-bourgs, notamment en période hivernale, Thonon agglomération ne s'est pas positionnée en faveur d'une interdiction de ces dispositifs lumineux. Toutefois, **une plage horaire élargie d'extinction nocturne a été actée, imposant une extinction entre 22 heures et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé, exception faite de la ZP1.**

De même que pour la publicité, l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse) et répond plus généralement aux sujets liés au développement durable.

#### **6. Article DG2-5, enseignes scellés au sol ou installées directement sur le sol**

Cette typologie d'enseigne fait l'objet de **dispositions spécifiques tendant à maîtriser leur esthétique** en cohérence avec les choix opérés pour les publicités également implantées au sol, partant du principe que l'impact dans les paysages est sensiblement identique (limitation à 2 faces...).

**Le recours à la forme de type TOTEM pour les enseignes scellées au sol est vivement recommandé.** En effet, cette forme permet de limiter leur impact paysager par leur verticalité qui constitue un obstacle moins important dans le paysage qu'un format du même type qu'un panneau d'affichage. De plus, cela permet d'éviter la confusion fréquente entre enseigne et publicité et pour les clients d'identifier clairement le lieu de l'activité signalée par l'enseigne.

Le règlement aborde aussi la **question des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de format inférieur ou égal à 1 m².** Ces dispositifs, non encadrés par le Règlement National de Publicité, peuvent, selon les utilisations, avoir un impact très fort sur le paysage en multipliant notamment les supports visibles. Le territoire se positionne donc de manière plus restrictive sur ces dispositifs et **les autorise dans toutes les zones, dans la limite d'un seul dispositif par unité commerciale.** Ce nombre est considéré comme cohérent avec les besoins de visibilité que permettent ces supports, et « protecteur » pour les paysages.

De plus, dans un objectif de dé-densification et rationalisation des messages, **le règlement prône un principe de mutualisation des affichages**

**sur un même dispositif au sol pour les activités qui exerceraient au sein d'un même bâtiment ou d'un même ensemble commercial.** Dans ce cas, si les enseignes au sol sont autorisées par les règles de la ZP concernée, ce dispositif doit respecter les formats spécifiques inscrits dans chacune des ZP.

### **7. Article DG2-6, enseignes en façade**

Le choix a été fait de maintenir les **règles de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface commerciale édictées dans le Règlement National de Publicité**, ces règles permettant d'avoir un rapport d'échelle cohérent.

Toutefois, **pour les « grandes façades commerciales » (dont le seuil a été fixé à 100 m²), les enseignes pourront occuper au maximum 10% de la surface de la façade**, ceci, de manière à bien respecter les objectifs « visuels » de réduction de la place de l'affichage que s'est fixé le territoire. A noter également, que les règles d'implantations formulées au sein des ZP1, ZP2 et ZP4 permettent par ailleurs de limiter les possibilités surfaciques et de nombre des enseignes.

D'autre part, pour appuyer les objectifs d'intégration paysagère des dispositifs que s'est fixé le territoire, des **règles plus spécifiques à l'installation des enseignes en façade** sont édictées et notamment :

- L'enseigne perpendiculaire à la façade doit être alignée sur l'enseigne parallèle à la façade ;
- Les professions réglementées (tabac-presse...) pourront disposer de deux enseignes drapeaux au maximum par établissement et par façade bordant une voie ouverte à la circulation publique afin de désencombrer les façades et participer à leur éventuelle valorisation.

Enfin, puisque les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces, et ainsi sur les

paysages urbains, le RLPi de Thonon Agglomération a choisi d'édicter des dispositions spécifiques à ce sujet. Ainsi, dans un objectif de limitation de la surface de la vitrine recouverte par de la vitrophanie extérieure, le RLPi impose que **seuls 30% de la surface totale de la baie vitrée peut accueillir de la vitrophanie extérieure**, ceci de manière à limiter l'opacification complète des baies.

Cette disposition, combinée aux autres dispositions sur les enseignes en façade (limitation en surface et en nombre), devrait permettre d'améliorer les devantures commerciales. Néanmoins, cette règle se limite à la vitrophanie extérieure, puisque le RLPi n'est pas compétent pour réglementer l'intérieur des locaux commerciaux.

### **8. Article DG2-7, enseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ou des travaux publics**

Le RLPi fait le **choix d'encadrer davantage ces dispositifs en termes de nombre** (4 par opération) mais pas de format. Effectivement, la diversité des affichages qui pourraient être opérés est telle qu'il est difficile de la prévoir, et que les communes ne souhaitent pas « bloquer » des initiatives très bénéfiques au dynamisme et à l'attractivité du territoire.

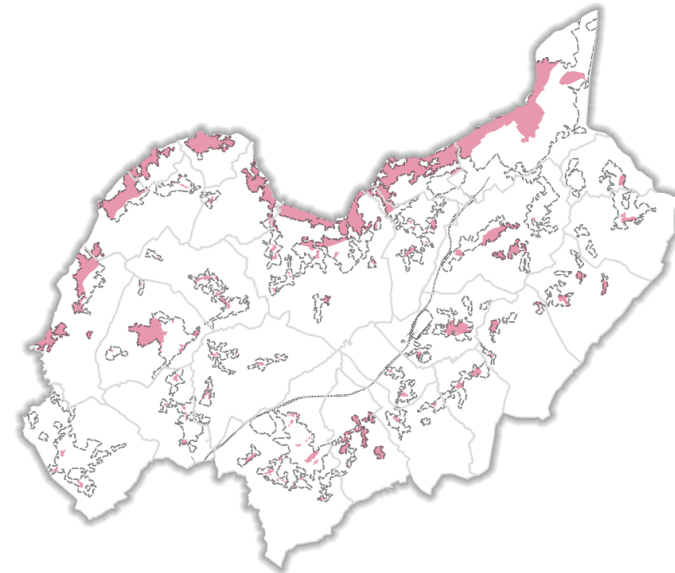
### **9. Article DG2-8, enseignes temporaires signalant des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location, vente, de location ou vente de fonds de commerce de plus de trois mois**

**Les dispositifs relatifs à des opérations immobilières** (enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction,

réhabilitation, location et vente, y compris location et vente de fonds de commerce) **sont encadrées de manière plus restrictive que le RNP.**

Là où ce dernier n'impose pas de limite en termes de nombre et très peu en terme de surface (12m<sup>2</sup> pour les dispositifs au sol et 60m<sup>2</sup> cumulé en toiture), le territoire fait le **choix**, pour des raisons de dé-densification et de qualification, **de n'autoriser que les dispositifs au sol, en façade dans une limite de 1 dispositif au sol maximum et un cumul de 12m<sup>2</sup> maximum.**

### **3. Dispositions particulières à la zone de publicité 1 (ZP1) : Secteurs patrimoniaux et cœurs de villes et villages**



La ZP1 couvre 6,6% du territoire de Thonon Agglomération

En préambule du règlement spécifique à la ZP1, il est précisé qu'en cas de bâtiment couvert par plusieurs zones de publicité, le règlement le plus strict s'applique. L'objectif est de simplifier l'interprétation et la future instruction du RLPi.

#### **1. Correspondance avec les orientations**

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent plus particulièrement les orientations suivantes :

- ORIENTATION GENERALE : Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie
- ORIENTATION SECTORIELLE N°2 : Adapter l’affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie avec en particulier l’objectif de préservation des monuments historiques et leurs écrans et mettre en cohérence le traitement de l’affichage extérieur avec la qualité et les ambiances des centres-villes et centre-bourgs.
- ORIENTATION THEMATIQUE N°1 : Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l’environnement

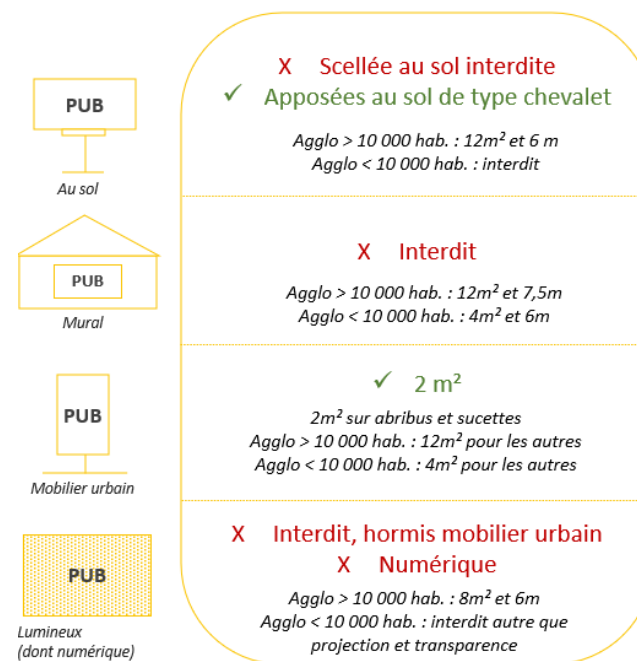
## 2. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes en ZP1

Afin de répondre aux enjeux de préservation du patrimoine bâti et naturel ainsi que des noyaux urbains historiques, d’assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, **le RLPi interdit strictement tout type de publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.**

Dans l’agglomération de plus de 10 000 habitants (en l’occurrence, Thonon), les dispositifs de publicité scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en raison de la densité des tissus ne permettant pas une exploitation pertinente de cette typologie de dispositif, mais aussi et surtout, pour éviter l’implantation de nouveau volume dans la scénographie urbaine pouvant dénoter dans l’ambiance patrimoniale des secteurs.

Dans une optique de préservation et de valorisation des façades, les dispositifs muraux sont également interdits. **La publicité sur mobilier urbain est toutefois admise dans la limite d’une surface unitaire maximale de 2m<sup>2</sup> d’affiche.** Conformément au Code de l’Environnement,

ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageur) ou à la diffusion d’informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l’objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l’ensemble de ces prestations. De plus, le format de 2 m<sup>2</sup> apparaît plus adapté au contexte urbain (tissu commerçant et souvent patrimonial propice aux déambulations piétonnes et à l’usage des modes actifs). Enfin, le mobilier urbain présente une ligne graphique souvent signature d’une ville et la collectivité demeure maîtresse dans les choix d’implantation de ces dispositifs permettant, ainsi de pleinement maîtriser leur déploiement.



Synthèse des dispositions particulières aux publicités et pré-enseignes en ZP1

### 3. Dispositions relatives aux enseignes en ZP1

Concernant les enseignes, **une vigilance particulière est portée sur l'intégration des enseignes** au sein des tissus historiques et aux abords des périmètres bâti ou naturel d'intérêt dans l'objectif de respecter les ambiances en présence et les espaces de ressourcement et touristiques pouvant être à proximité immédiate.

Aussi, **les enseignes installées sur le sol (type chevalet) ainsi que les enseignes scellées au sol dans un format de 2 m<sup>2</sup> sont autorisées**. Ces dispositifs sont par ailleurs très mobilisés actuellement et indispensables à la visibilité des activités exercées en ZP1.

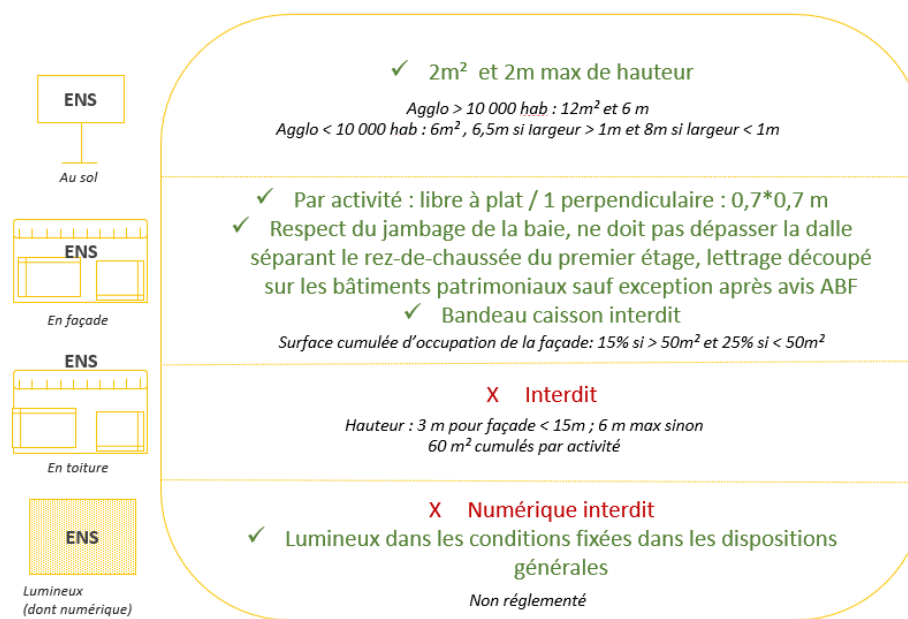
Il s'agit toutefois, en limitant les gabarits, d'affirmer l'ambition de Thonon Agglomération de préserver la richesse de son patrimoine.

De manière globale, afin de limiter l'accumulation des dispositifs sur les façades, le RLPi fixe des **règles d'implantation et d'intégration limitant les possibilités pour les enseignes**. Les enseignes en façade doivent effectivement se fondre dans les lignes de force du bâtiment concerné (alignement enseigne perpendiculaire - enseignes parallèles, enseignes parallèles devant être installée dans la devanture ou en tympan des entrées...), pour les enseignes parallèles arborer un caractère sobre par l'obligation du lettrage découpé et l'interdiction des bandeaux caissons... Par ailleurs, il convient de souligner que la limitation des enseignes au rez-de-chaussée les positionne au plus proche du niveau du regard compte-tenu des mobilités pratiquées et privilégiées en ZP1 (déambulations piétonnes et mobilité active) et facilite leur lisibilité à l'échelle de la rue, d'autant plus que le tissu bâti dense ne permet pas nécessairement de vues lointaines.

De manière plus spécifique aux enseignes positionnées perpendiculairement à la façade, il est apparu nécessaire de contraindre leur nombre (1 à l'exception des professions réglementées tel que les Tabac-Presses qui ont le droit à 2 dans le cadre des dispositions générales) leurs dimensions et plus particulièrement celle de la saillie afin de préserver

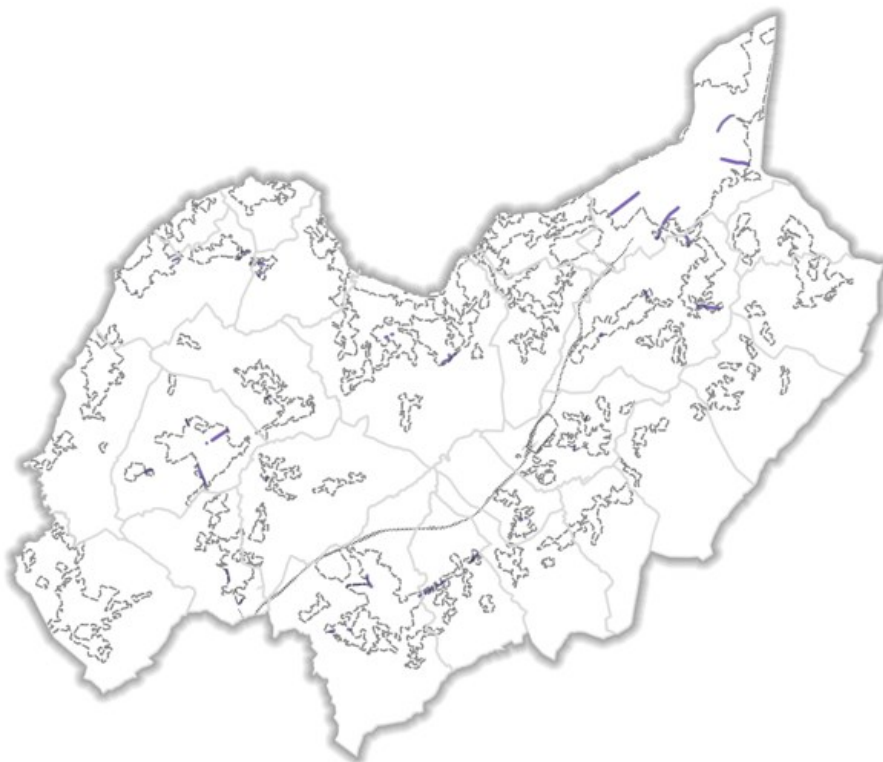
les perspectives offertes à l'échelle des rues et y apporter un rythme harmonieux. La hauteur d'implantation est par ailleurs déjà définie par la contrainte liée au niveau d'étage.

Concernant les enseignes lumineuses, ces dernières sont autorisées selon **les conditions générales (rétroéclairage ou rampe linéaire) et le numérique est interdit de façon à favoriser des systèmes d'éclairage plus sobres visuellement**. Enfin, dans la mesure où la ZP1 couvre les centralités, cœurs de vie de chaque commune, le choix a été fait d'adapter la plage horaire d'obligation d'extinction (23h-7h au lieu de 22h-7h sur le reste du territoire) en cohérence avec le rythme de vie de ces secteurs pouvant accueillir des restaurants, des salles de spectacles, etc.



Synthèse des dispositions particulières aux ENSEIGNES en ZP1

#### 4. Dispositions particulières à la zone de publicité 2 (ZP2) : Entrées de ville et d'agglomération



La ZP2 couvre 0.2% du territoire de Thonon Agglomération

En préambule du règlement spécifique à la ZP2, il est précisé qu'en cas de bâtiment couvert par plusieurs zones de publicité, le règlement le plus strict s'applique. L'objectif est de simplifier l'interprétation et la future instruction du RLPI.

##### 1. Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

ORIENTATION GENERALE : Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie :

ORIENTATION SECTORIELLE N°1 : Maitriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte, avec en particulier les objectifs suivants :

- Veiller à la qualité des entrées de ville et d'agglomération en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs de déplacements et de perception.

ORIENTATION THEMATIQUE N°1 : Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement

##### 2. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes en ZP2

Cette zone regroupe des espaces à enjeux pour l'affichage extérieur puisqu'ils supportent des flux quotidiens d'utilisateurs et sont donc support d'audience, d'autant plus qu'ils peuvent traverser des zones d'activités économiques et commerciales. Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique relatif à la dé-densification et à la (re)qualification de ces secteurs véhiculant la première ou la dernière image perçue des différents espaces agglomérés du territoire.

C'est pourquoi, **pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants** présentant un profil parfois plus rural et pour lesquelles les entrées de ville identifiées doivent traiter une interface entre des tissus agro-naturels et

des tissus urbains peut-être plus lâches, le RLPi a fait le **choix fort d'interdire les seuls dispositifs autorisés par la Réglementation Nationale de la Publicité : les publicités et pré-enseignes murales.**

Dans le cadre de la concertation avec les communes, il est apparu cohérent à la majorité d'interdire la publicité sur ces axes et à leurs abords immédiats au regard du rôle joué par ces tronçons dans la découverte du territoire.

Comme expliqué dans la justification du zonage, **Thonon-les-Bains, agglomération de plus de 10 000 habitants bénéficie d'une traduction réglementaire différenciée.** Cela est justifié par le caractère davantage urbain des tronçons concernés et des flux plus conséquents vers la ville-centre, et par extension, des audiences intéressantes, nécessitant de trouver un consensus entre l'affichage extérieur et la préservation de ces espaces vitrines. **Aussi, l'affichage publicitaire y est admis au format maximal de 10,5 m<sup>2</sup>, sur supports scellés au sol avec une règle de densité, sur le domaine privé,** égale à 1 seul dispositif implanté par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au moins égale à 50 mètres. Cette distance a été définie au regard du rythme parcellaire moyen de cette zone et au regard de l'impact sur le paysage du potentiel maximum de dispositifs que cela permettrait d'implanter dans ces secteurs. Cette disposition est plus restrictive que la règle nationale qui permet l'implantation d'un dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au moins égale à 80 mètres avec la possibilité de rajouter un dispositif supplémentaire si la longueur de l'unité foncière est supérieure à 40 mètres linéaire.





Malgré la présence de dispositifs publicitaires, l'objectif via la règle de densité est de minimiser toutefois les possibilités d'implantation des dispositifs afin de préserver néanmoins ces entrées de ville et de pouvoir favoriser la perception des ambiances paysagères avant celle de l'affichage extérieur.

**Concernant le gabarit de ces dispositifs, le RLPi reprend celui déjà imposé par le RLP de Thonon,** car jugé comme correspondant au tissu et à la taille des voiries, permettant un dégagement et une cohérence d'échelle entre les dispositifs et les pratiques modales.

Il s'agissait déjà d'une réduction de format par rapport au RNP, permettant de limiter l'emprise des dispositifs au sol dans le champ visuel d'un usager. L'objectif était déjà bien là de rationaliser les perceptions depuis les axes et de permettre de percevoir davantage ce qui fait identité avant l'affichage extérieur.

**Le mobilier urbain est également autorisé en ZP2 dans des gabarits supérieurs à la ZP1 portés à 8m<sup>2</sup> d'affiche.** Cela répond à un souci de lisibilité et de cohérence avec le tissu urbain traversé, constitué généralement d'un bâti plus lâche qu'en ZP1, de voies larges tant en termes de gabarit que de dégagement visuel et permettant ainsi d'envisager un mobilier urbain aux gabarits plus importants. En outre, **le gabarit du mobilier urbain répond également à un souci de cohérence et d'équité avec le traitement proposé pour les dispositifs publicitaires.** L'impact visuel du mobilier urbain est en outre maîtrisable du fait que la recherche de qualité esthétique est souvent accrue pour ces dispositifs qui composent avec une ligne graphique plutôt épurée et homogène à l'échelle des communes.

Enfin, répondant à l'enjeu global de préservation de paysages nocturnes apaisés et à une maîtrise des consommations énergétiques du territoire, **les dispositifs lumineux répondent aux mêmes mesures réglementaires que celles édictées pour la ZP1.**

 Au sol  Mural  Mobilier urbain  Lumineux (dont numérique)	< 10 000 hab	> 10 000 hab
	<b>X Interdit</b> Sol : interdit	✓ 10,5 m <sup>2</sup> + règle de densité : Si UF ≥ 50m, 1 dispositif + 6m de hauteur Sol : 12m <sup>2</sup> et 6 m
	<b>X Interdit</b> Mural : 4m <sup>2</sup> et 6m	<b>X Interdit</b> Mural : 12m <sup>2</sup> et 7,5m
	<b>X Interdit</b> interdit	✓ 8 m <sup>2</sup> 2m <sup>2</sup> sur abribus et sucettes 12m <sup>2</sup> pour les autres
<b>X Numérique interdit</b> <b>✓ Lumineux autorisé</b> Agglo > 10 000 hab : 8m <sup>2</sup> et 6m Agglo < 10 000 hab : interdit autre que projection et transparence		

Synthèse des dispositions particulières aux PUBLICITES et aux PRE-ENSEIGNES en ZP2


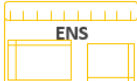
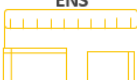

### 3. Dispositions relatives aux enseignes en ZP2

Comme évoqué précédemment, la ZP2 recouvre des enjeux en matière d'affichage extérieur et de préservation des espaces vitrines des centralités des communes de Thonon Agglomération. De ce fait, les enseignes au sol sont autorisées mais limitées à 4m<sup>2</sup> afin de restreindre l'emprise de ces dispositifs (qui peuvent venir se cumuler aux dispositifs publicitaires) et l'impact qu'ils pourraient occasionner dans le champ visuel d'un usager au

profit des motifs paysagers – urbains ou agri-naturels- perçus depuis ces axes d'entrées de ville.

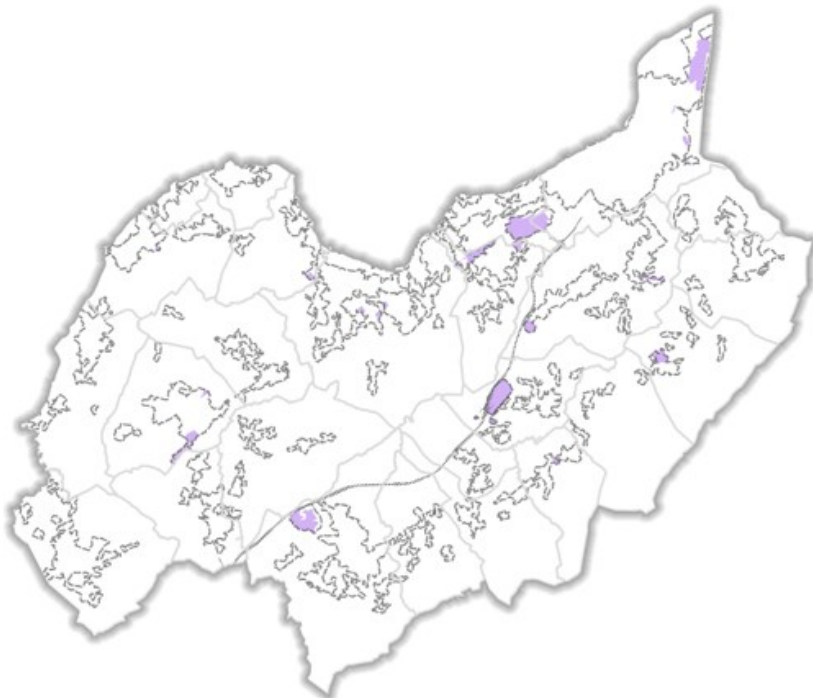
En ce qui concerne les enseignes en façade, la réglementation est identique à celle proposée en ZP1, exception faite des règles propres aux bâtiments d'intérêt patrimonial avec l'obligation de lettrage découpé, sauf impossibilité technique. Cette similitude s'explique par l'ambition de préserver voire participer à la requalification, dans certains cas ces espaces vitrines tout en permettant un affichage des activités évoluant aux abords immédiats de ces linéaires.

Enfin, répondant à l'enjeu global de préservation de paysages nocturnes apaisés et à une maîtrise des consommations énergétiques du territoire, les dispositifs lumineux répondent aux mêmes mesures réglementaires que celles édictées pour la ZP1.

 Au sol  En façade  En toiture  Lumineux (dont numérique)	Agglo > 10 000 hab : 12m <sup>2</sup> et 6 m Agglo < 10 000 hab : 6m <sup>2</sup> , 6,5m si largeur > 1m et 8m si largeur < 1m
	✓ 4 m <sup>2</sup> et 2,5m de hauteur ✓ Par activité : libre à plat / 1 perpendiculaire : 0,7*0,7 m ✓ Ne doit pas dépasser les appuis des fenêtres du 1 <sup>er</sup> étage Surface cumulée d'occupation de la façade: 15% si > 50m <sup>2</sup> 25% si < 50m <sup>2</sup>
	<b>X Interdit</b> Hauteur : 3 m pour façade < 15m ; 6 m max sinon 60 m <sup>2</sup> cumulés par activité
	<b>X Numérique interdit</b> ✓ Lumineux dans les conditions fixées dans les dispositions générales Non réglementé

Synthèse des dispositions particulières aux ENSEIGNES en ZP2

## 5. Dispositions particulières à la zone de publicité 3 (ZP3) : Zones d'activités économiques et commerciales



La ZP3 couvre 1,2% du territoire de Thonon Agglomération

En préambule du règlement spécifique à la ZP3, il est précisé qu'en cas de bâtiment couvert par plusieurs zones de publicité, le règlement le plus strict s'applique. L'objectif est de simplifier l'interprétation et la future instruction du RLPi.

### 1. Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

ORIENTATION GENERALE : Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie

ORIENTATION SECTORIELLE N°1 : Maitriser l'image du territoire à travers ses espaces vitrines ou de découverte avec en particulier l'objectif suivant :

- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs de déplacements et de perception, et tout particulièrement des séquences commerciales, en recherchant une cohérence des dispositifs.

ORIENTATION SECTORIELLE N°2 : Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie avec en particulier l'objectif suivant :

- Améliorer la qualité des zones d'activités tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques

ORIENTATION THEMATIQUE N°1 : Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement

### 2. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes en ZP3

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur, puisqu'elles drainent une part importante de la population et concentrent une partie non négligeable de l'affichage du territoire, du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant.

De plus, les zones d'activités économiques et commerciales sont souvent localisées en entrée de territoire et sont ainsi associées à la première et dernière image perçue du territoire. Au sein de ces zones, la succession et

la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d'entrée de zone commerciale), aussi bien que la disproportion du rapport d'échelle entre le dispositif et le public visé, nuit à la bonne visibilité de chaque activité et complique l'orientation de l'utilisateur, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Ce constat mène à conclure que les zones d'activités et commerciales souffrent d'un problème d'image : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc.

Face à ce constat, la micro-signalétique (Signalétique d'Information Locale : SIL et Relais d'Information Service : RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Bien qu'hors champ de compétence du RLPi, ces dispositifs, lorsqu'ils sont bien conçus et implantés, s'intègrent dans le paysage, qu'il soit urbain ou rural. Ils permettent notamment de compenser le nombre et la diversité des préenseignes. Ainsi, le RLPi ne peut qu'encourager le recours à ces pratiques, et tout particulièrement en zone d'activités économiques et commerciales (ZP3).

Au regard de l'envergure des espaces concernés par la ZP3 et de l'importance économique intercommunale qu'ils occupent, en prenant en compte le nécessaire besoin de « dé-densification du champ visuel » et pour garantir l'expression de l'ensemble des acteurs économiques concernés, les choix effectués conduisent à autoriser toutes les typologies de dispositifs (au sol, au mur, sur mobilier urbain), excepté au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants.





Alors que le RLPi maintient les règles du RNP pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, **le projet encadre plus strictement les formats des dispositifs pour l'agglomération de plus de 10 000 habitants, en l'occurrence Thonon-les-Bains**. L'objectif est d'optimiser la lisibilité des activités et des informations sur ces espaces à enjeux. Dans cadre, le choix

d'un format de 10,5 m<sup>2</sup> pour les dispositifs au sol permet une bonne lisibilité des messages publicitaires au regard des pratiques modales privilégiant la voiture dans ces secteurs d'activités tout en permettant une réduction du format d'affichage maximal autorisé par rapport au Code de l'Environnement et ce, conformément aux pratiques actuelles du territoire et déjà mises en œuvre à travers le RLP de Thonon-les-Bains. Concernant les dispositifs muraux, le choix a été fait d'étendre les possibilités offertes par le RNP à l'ensemble des agglomérations quelle que soit leur population. Ainsi le format des dispositifs muraux est limité à 4 m<sup>2</sup>, encadrement compris. Ces formats sont donc identiques pour l'ensemble des ZP3 définies sur le territoire facilitant ainsi les transitions entre les agglomérations de plus de 10 000 habitants et de moins de 10 000 habitants relevant d'un régime réglementaire plus strict mais pouvant néanmoins s'inscrire dans un continuum urbain, comme c'est en particulier le cas pour l'Espace Léman.

D'autre part, le RLPi vient renforcer les règles de densité sur le domaine privé de façon à limiter les risques de points noirs paysagers liés à une accumulation rapprochée de dispositifs. Alors que l'ensemble des zones d'activités doivent présenter une longueur d'unité foncière supérieure ou égale à 80m pour ouvrir des droits d'implantation d'un dispositif publicitaire, une distinction a été faite pour Thonon-les-Bains, où les zones d'activités des avenues des Abattoirs, Amédée de Foras et de la Fontaine Couverte disposent d'une règle de densité spécifique, adaptée à la taille plus restreinte des unités foncières composant les secteurs. Cette adaptation ponctuelle et très localisée permet de maintenir des possibilités d'affichage publicitaire également sur ces secteurs.

Enfin, la publicité numérique est autorisée dans la limite de 4m<sup>2</sup>, soit 50% de moins que la limite maximale autorisée par le Code de l'environnement. Il s'agit de l'unique zone du RLPi où le numérique est autorisé, et dans des surfaces moindres que ce qui est aujourd'hui autorisé par le RLP de Thonon (8m<sup>2</sup>). Ce choix se justifie par la volonté forte du territoire de s'inscrire dans la dynamique actuelle de développement des nouvelles technologies mais

de façon maîtrisée, avec une prise en considération des paysages et du cadre de vie en limitant surfaciquement et spatialement ces dispositifs. D'autre part, l'ouverture au numérique au sein de la ZP3 a également été motivé par la possibilité que laisse le numérique de dédensifier via un report sur un seul support de plusieurs publicités permettant de répondre au besoin plus conséquent d'affichage des secteurs d'activités économiques et commerciales tout en cherchant à limiter le nombre de dispositifs et la multiplication d'informations verticales induites.

	< 10 000 hab	> 10 000 hab
 Au sol	X Interdit Interdit	✓ 10,5 m <sup>2</sup> , 1 dispositif par unité foncière ≥ 80 m ou 30m pour petites ZAE (sinon interdit) Sol : 12m <sup>2</sup> et 6 m
 Mural	✓ 4m <sup>2</sup> , 1 dispositif par unité foncière ≥ 80 m ou 30m pour petites ZAE de Thonon (sinon interdit) Agglo > 10 000 hab : 12m <sup>2</sup> et 7,5m Agglo < 10 000 hab : 4m <sup>2</sup> et 6m	
 Mobilier urbain	X Interdit Interdit	✓ 8 m <sup>2</sup> 2m <sup>2</sup> sur abribus et sucettes 12m <sup>2</sup> pour les autres
 Lumineux (dont numérique)	✓ Autorisé X Numérique interdit autre que projection et transparence	✓ Autorisé ✓ Numérique : 4m <sup>2</sup> Numérique : 8m <sup>2</sup> et 6m

Synthèse des dispositions particulières aux PUBLICITES et aux PRE-ENSEIGNES en ZP3

### 3. Dispositions relatives aux enseignes en ZP3

Au sein des zones d'activités économiques et commerciales, les enseignes des activités se conforment à une charte graphique, souvent imposée à l'échelle nationale. Les enseignes observées sont alors très diverses, sans nécessairement respecter l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives visuelles autour du lieu.

Ainsi, dans les zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLPi de Thonon Agglomération affiche une orientation spécifique sur l'apaisement des paysages des zones d'activités économiques et commerciales, pour assurer autant que faire se peut, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes au sein d'une même zone.

Dans le cadre du RLPi, le choix de sectoriser les zones d'activités n'a pas été retenu (voir justification de la zone ZP3), pour privilégier un traitement équitable et homogène de tous les espaces d'activités concernés dont certains, tel l'Espace Léman, se sont développés sur plusieurs communes présentant des régimes réglementaires différents en termes d'affichage extérieur.

**La réglementation des enseignes au sol autorise un dispositif au sol par activité, dont la surface maximale autorisée est de 6 m<sup>2</sup> et une hauteur de 4,5 m :** il s'agit, comme évoqué précédemment d'aligner l'ensemble des agglomérations sur les limites « basses » du Code de l'Environnement, de manière à avoir un traitement uniforme pour toutes les zones d'activités de l'agglomération.

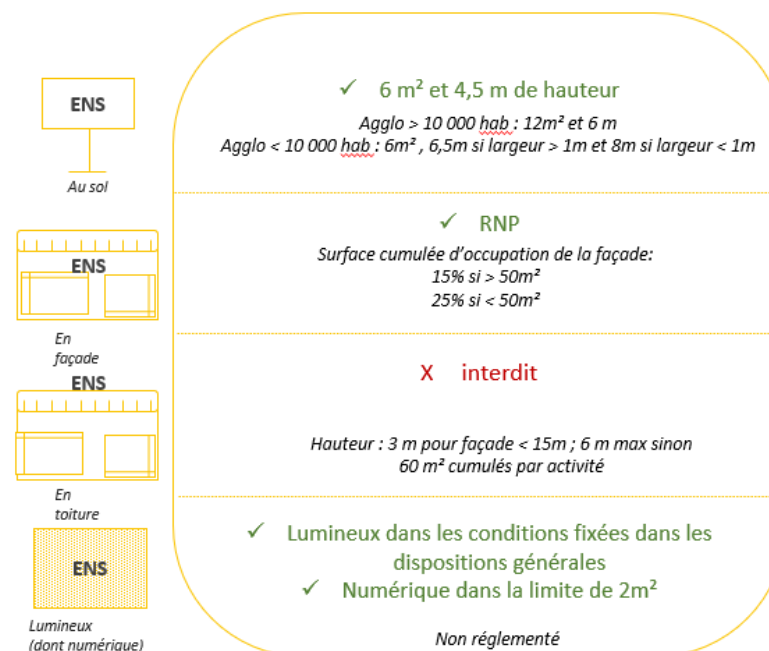
Cela peut impliquer une réduction de 50% de la surface des enseignes au sol dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, car la limite du Code de l'Environnement est fixée à 12 m<sup>2</sup>.

De plus, une réduction de la hauteur des dispositifs pour la porter à 4,5 m est imposée de manière à limiter les éléments visuels trop hauts.

Les enseignes en façade étant très représentées au sein des zones d'activités économiques et commerciales et les gabarits des bâtiments étant divers, **le nombre d'enseignes en façade n'est pas précisé par le RLPi et les règles du RNP s'appliquent, conformément aux dispositions générales.**

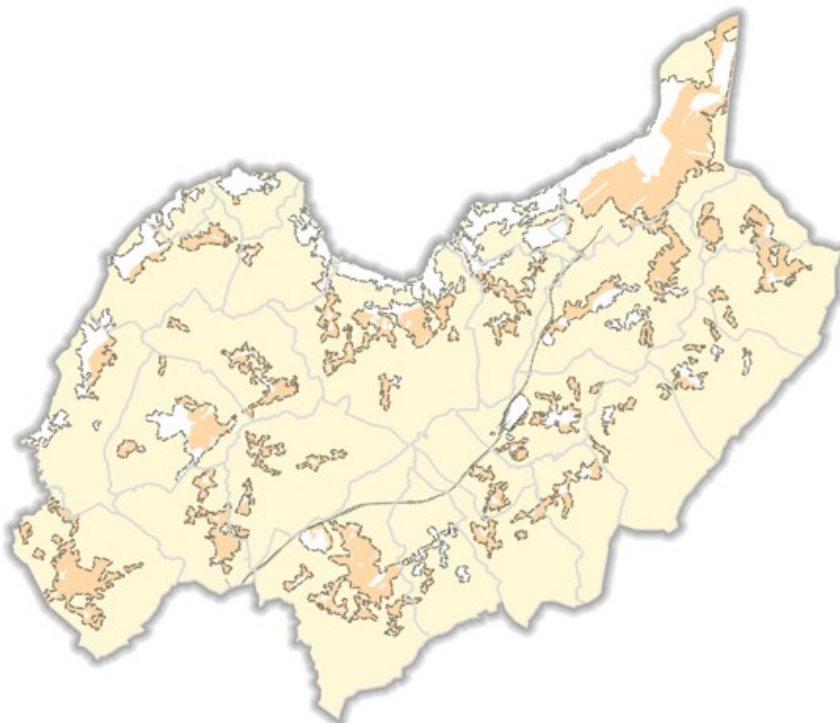
Celles-ci permettent de maîtriser la surface cumulée des enseignes en façade via un pourcentage d'occupation maximal de la surface de la façade commerciale concernée.

Par ailleurs, **les dispositions générales portant sur l'encadrement esthétique des enseignes tendent à maîtriser l'intégration des enseignes dans leur environnement et dans les bâtis.** Par conséquent, les secteurs d'activités économiques et commerciales bénéficient de la dynamique globale du RLPi veillant à la qualité du traitement de l'affichage extérieur de façon à lutter contre la banalisation des paysages.



Synthèse des dispositions particulières aux ENSEIGNES en ZP3

## 6. Dispositions particulières à la zone de publicité 4 (ZP4a et Z4b) : Zones résidentielles et espaces hors agglomération



La ZP4a (orange) couvre 12,2% du territoire de Thonon Agglomération et la ZP4b (jaune) 80,2%

En préambule du règlement spécifique à la ZP4, il est précisé qu'en cas de bâtiment couvert par plusieurs zones de publicité, le règlement le plus strict s'applique. L'objectif est de simplifier l'interprétation et la future instruction du RLPi.

### 1. Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

ORIENTATION GENERALE : Préserver et respecter la qualité et la diversité des paysages, garantes de la qualité du cadre de vie

ORIENTATION SECTORIELLE N°2 : Adapter l'affichage extérieur, comme participant aux ambiances et à la dynamique des espaces de vie, avec en particulier l'objectif suivant :

- Respecter les ambiances apaisées, en pérennisant les aménités paysagères qui siègent au sein des espaces urbains.

ORIENTATION THEMATIQUE N°1 : Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires, qui doivent concourir à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement

### 2. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes en ZP4a

Cette zone regroupe une vaste partie du territoire communautaire aggloméré et ainsi, des espaces qui peuvent s'avérer à enjeux pour l'affichage extérieur : Espaces résidentiels qui accueillent ponctuellement des commerces, des équipements et qui sont localisés en entrée de ville, à proximité d'éléments de patrimoine ou de nature, etc.





Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique des élus, relatif à la dé-densification et à la qualification des affichages opérés, particulièrement au sein des espaces « habités ».

Afin de ne pas interdire sur la totalité d'un territoire communal la publicité, le choix a été fait d'autoriser les dispositifs muraux selon les gabarits proposés par le RNP. Toutefois **les dispositions générales relatives à la densité, conjuguées à l'obligation d'implantation sur des façades**

aveugles devraient permettre de maîtriser le nombre de dispositifs dans ces secteurs, aujourd'hui plutôt préservés de l'affichage extérieur.

Concernant l'agglomération de plus de 10 000 habitants, les dispositifs au sol sont interdits pour supprimer leur emprise dans le champ visuel d'un usager au profit de la découverte des paysages naturels et bâtis communaux. Le mobilier urbain est, quant à lui, autorisé mais dans la limite d'un format de 2 m<sup>2</sup>, puisque ces formats s'adaptent bien aux ambiances et aux morphologies urbaines à dominante résidentielle concernées.

Pour l'ensemble des agglomérations, les publicités lumineuses et numérique sont interdites à l'exception du mobilier urbain pouvant être éclairé par rétroéclairage ou transparence, permettant ainsi à la collectivité d'appuyer les enjeux de biodiversité et de transition écologique et énergétique.





	< 10 000 hab	> 10 000 hab
 Au sol	<b>X Interdit</b> Sol : interdit	<b>X Interdit</b> Sol : 12m <sup>2</sup> et 6 m
 Mural	4 m <sup>2</sup> et 6m de hauteur + règle de densité : Si UF ≥ 50m, 1 dispositif 4m <sup>2</sup> et 6m	<b>X Interdit</b> 12m <sup>2</sup> et 7,5m
 Mobilier urbain	<b>X Interdit</b> interdit	✓ 2 m <sup>2</sup> 2m <sup>2</sup> sur abrisbus et sucettes 12m <sup>2</sup> pour les autres
 Lumineux (dont numérique)	✓ Lumineux autorisé X Numérique interdit Agglo > 10 000 hab : numérique 8m <sup>2</sup> et 6m Agglo < 10 000 hab : interdit autre que projection et transparence	

Synthèse des dispositions particulières aux PUBLICITES et aux PRE-ENSEIGNES en ZP4a

### 3. Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes en ZP4b

Non concerné.

### 4. Dispositions relatives aux enseignes en ZP4a et ZP4b

 Au sol	✓ 4 m <sup>2</sup> et 2,5m de hauteur Agglo > 10 000 hab : 12m <sup>2</sup> et 6 m Agglo < 10 000 hab : 6m <sup>2</sup> , 6,5m si largeur > 1m et 8m si largeur < 1m
 En façade	✓ Règle ZP2 ✓ Sauf pour les bâtiments à vocation principale d'habitation : 1 dispositif, 1 m <sup>2</sup> Surface cumulée d'occupation de la façade : 15% si > 50m <sup>2</sup> et 25% si < 50m <sup>2</sup>
 En toiture	<b>X Interdit</b> Hauteur : 3 m pour façade < 15m ; 6 m max sinon 60 m <sup>2</sup> cumulés par activité
 Lumineux (dont numérique)	✓ Eclairage 1h max avant ouverture et extinction 1h max après fermeture X Numérique interdit Non réglementé

Synthèse des dispositions particulières aux ENSEIGNES en ZP4a et ZP4b

Cette zone couvre l'ensemble des espaces à dominante résidentielle du territoire et ne présentant pas d'enjeux patrimoniaux spécifiques, ainsi que les secteurs agro-naturels situés hors agglomération.

Bien que ces espaces ne soient pas des lieux privilégiés d’affichage, des activités liées au tourisme ou aux services de proximité, des activités artisanales ou libérales exerçant à domicile peuvent siéger et présenter un besoin de visibilité.

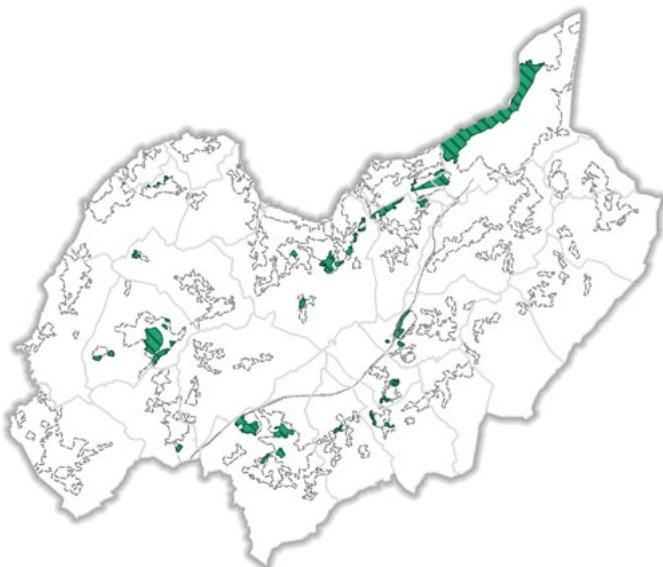
L’objectif du RLPi est de permettre un traitement des enseignes œuvrant au maintien de l’attractivité, de la vie économique locale et à la lisibilité/valorisation du terroir, tout en garantissant une intégration cohérente avec le paysage habité ou naturel de proximité. C’est pourquoi **le choix a été fait de ne pas laisser ces secteurs au RNP, afin de leur faire bénéficier de la dynamique globale du RLPi tendant à une maîtrise des typologies, de l’esthétique et des formats des enseignes.**

Aussi, le RLPi reprend les mêmes dispositions qu’en ZP2, zones d’entrées de ville et d’agglomération. Ces dispositions permettent de conserver de la visibilité pour des activités qui exercent au sein de tissus à dominante résidentiel ou dans les tissus agro-naturels, faisant parfois face à des reculs par rapport à la voirie et où les activités sont visibles depuis des voies empruntées par des véhicules motorisés.

Enfin, concernant les enseignes lumineuses, **les règles d’extinction sont durcies au regard des enjeux de biodiversité accrus hors agglomération et au nécessaire besoin d’une ambiance nocturne apaisée dans les zones à dominante résidentielle.** Le RLPi impose effectivement **que les enseignes soient éclairées au plus tôt 1h avant l’ouverture des activités et éteintes 1h au plus tard après leur fermeture.** Au regard des typologies d’activités exerçant dans la ZP4 et évoquées précédemment, il apparaît alors hautement probable que l’extinction des dispositifs se fassent globalement en début de soirée, préservant ainsi davantage la trame noire et favorisant une sobriété énergétique accrue.

## 7. Dispositions particulières à la trame « paysage » sensibles »

L'objectif est bien de favoriser la valorisation et la perception des motifs éco-paysagers identitaires de Thonon Agglomération via la préservation stricte des cônes de vue du territoire et de la bande littorale pour la ville de Thonon-les-Bains.



La trame « paysage sensible » couvre 2% du territoire de Thonon Agglomération

Au regard des enjeux accrus de préservation de paysages emblématiques du territoire, le choix a été fait de faire de cette trame une **zone d'exclusion de la publicité**.

Concernant l'encadrement des enseignes, celui-ci suit les réglementations de chaque zone auxquels les secteurs appréhendés se rapportent hormis pour **les enseignes numériques qui sont interdites** afin de limiter davantage la concurrence entre la perception des grands motifs de naturalité, du patrimoine et l'affichage extérieur.

# GLOSSAIRE

---

## **ABF**

Architect des Bâtiments de France

## **Accessoire de publicité**

Tout élément technique permettant l'accès au dispositif pour assurer son entretien ou le changement des affiches (échelles, plateformes, etc.).

## **Activités culturelles**

Sont qualifiées comme tels les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

## **Agglomération**

La notion d'agglomération au sens du Code de la route constitue l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art.R.110-2 du Code de la route).

## **Arcades**

Série ordonnée de baies cintrées.

## **Arête de mur**

Droite ou angle délimitant deux façades d'un bâtiment

## **Auvent**

Petit toit en surplomb, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture, soutenu ou non par des poteaux, dont l'objet est de protéger des intempéries.

## **Bâche de chantier**

Bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux. Le chantier est la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux. Les bâches de chantier sur monument historique bénéficient d'une réglementation spécifique relevant du Code du Patrimoine.

## **Bâche publicitaire**

Une bâche publicitaire se compose d'une toile publicitaire, généralement de très grandes dimensions, apposée directement sur la façade d'un immeuble. C'est une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

## **Baie (synonyme : Ouverture)**

Surface de l'enveloppe d'un bâtiment laissée libre ou fermée par une fenêtre ou une porte (exemple : porte, vitrine, fenêtre, etc.).

### **Balcon**

Plate-forme accessible située en avancée par rapport au corps principal de la construction.

### **Balconnet**

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

### **Barre d'appui**

Pièce horizontale en bois ou en métal placée entre les tableaux d'une fenêtre, à une hauteur d'un mètre environ par rapport au plancher, de manière à éviter les risques de chute.

### **Bandeau (enseigne en)**

Également appelée enseigne à plat, ce dispositif sert de support de fond sur lequel est apposé ou peint le lettrage de l'enseigne, et qui est accroché à la façade.

### **Cadre**

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

### **Caisson lumineux**

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

### **Chevalet**

Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographie, etc.). En fonction de leur lieu d'apposition, les chevalets sont soit des enseignes lorsqu'ils sont situés au sein de l'assiette foncière de l'activité à laquelle ils se rapportent, soit des pré-enseignes dès lors qu'ils sont hors de l'assiette foncière de l'activité à laquelle ils se rapportent. Si le chevalet est posé sur le domaine public, il doit faire l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public et devient alors une enseigne et non plus une pré-enseigne.

### **Clôture**

Terme désignant toute construction destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### **Clôture aveugle**

Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ouverte. Les clôtures sont à différencier des palissades de chantier. et sur lesquels il est possible d'installer des enseignes.

### **Clôture non aveugle**

Se dit d'une clôture comportant des parties ouvertes, elle est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

### **Corbeau :**

Élément saillant d'un mur

### **Devanture commerciale**

Ouvrage qui revêt la façade d'une boutique pour mettre son étalage en valeur. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

### **Dispositif publicitaire**

Terme désignant le support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

### **Document d'urbanisme local (DUL)**

Un document d'urbanisme est établi à l'échelle d'une commune ou d'un groupement de communes (EPCI) et a pour objectif d'étudier le fonctionnement et les enjeux du territoire, de construire un projet de développement respectueux de l'environnement, et de formaliser ces éléments dans des règles d'utilisation du sol. Le document d'urbanisme doit permettre l'émergence d'un projet de territoire partagé, consolidant les politiques nationales et territoriales d'aménagement avec les spécificités du territoire.

### **Drapeau (enseigne en)**

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur. Cf. Schéma ci-contre.

### **Egout du toit**

Limite ou ligne basse d'un pan de couverture, vers laquelle ruissellent les eaux de pluie. La ligne d'égout correspond, dans la plupart des cas, à la partie basse d'une gouttière ou d'un chéneau.



### **Encadrement**

Cadre entourant une publicité, appartenant au support publicitaire sur lequel est collée l'affiche.

### **Enseigne**

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Est appelé dans le présent règlement enseigne principale, l'enseigne dont la surface est la plus importante et portant le nom de l'activité. Les enseignes secondaires constituent toutes autres enseignes relatives à l'activité.

### **Enseigne de forme non conventionnelle**

Sont considérés comme des formes non conventionnelles les détournements d'objets ou de produits/marchandises en vue de signaler une activité économique (exemple : piscine mise à la verticale).

### **Enseigne lumineuse**

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

### **Enseigne en façade**

Est considérée en façade l'ensemble des enseignes apposées sur un mur, que ce soit parallèlement (bandeau principale ou secondaire, vitrophanie, store-banne) ou perpendiculairement (potence, drapeau)

### **Enseigne temporaire**

Enseigne signalant :

- Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.

Ne sont pas considérées comme des enseignes temporaires les panneaux contenant les informations obligatoires relatives au chantier (permis de construire, partenaires financiers...) ainsi que les informations communales ou intercommunales relatives à l'information du grand public sur le projet.

### **Façade ou mur aveugle**

Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

### **Façade commerciale**

Façade d'un immeuble comportant habituellement des vitrines et l'entrée principale d'un commerce. Les faces latérales d'un immeuble sont considérées comme des façades commerciales dès lors qu'elles accueillent des enseignes.

### **Garde-corps**

Barrière à hauteur d'appui, formant protection devant un vide.

### **Immeuble**

Terme désignant le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

### **Jambage**

Élément vertical s'élevant de part et d'autre d'une baie et qui assure l'étanchéité avec le mur.

### **Lambrequin**

Bande de tissu correspondant au tombant d'un store ou encore d'un parasol

### **Marquise**

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

### **Mobilier urbain**

*Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire au sein du présent RLPi.*

Le mobilier urbain est une installation sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité par les usagers (poubelles, bancs publics, abris bus, ...). Le code de l'Environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- Les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mats porte-affiches ;
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont la publicité commerciale ne peut excéder la surface totale réservée à ces informations et œuvres.

### **Modénature**

Terme désignant les éléments en relief ou en creux qui décorent la façade d'un bâtiment.

### **Mur de clôture**

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### **Oriflamme**

Bannière souple suspendue à une hampe ou rigide (voile ou drapeau fixe ou mobile).

### **Palissade**

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité. Les palissades peuvent recevoir des informations communales ou intercommunales relatives aux projets d'aménagement sans que cela soit considéré comme des enseignes.

### **Pilier (synonyme de piedroit)**

Terme désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

### **Panneau déroulant**

Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement.

### **Porche**

Galerie se trouvant à l'avant d'un édifice et abritant généralement l'entrée de celui-ci.

### **Potence (enseigne en)**

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif. Cf. *schéma ci-contre*.

### **Pré-enseigne**

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

### **Préenseigne temporaire**

Voir enseigne temporaire.

### **Publicité**

Terme désignant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

### **Publicité lumineuse**

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

### **Publicité de petit format**

Publicité d'une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>, généralement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

### **Retrait de la voirie (activité exerçant en)**

Marge de recul imposée par un document d'urbanisme à une construction à édifier en bordure d'une voie publique ou privée.

### **Rétroéclairage**

Procédé permettant d'éclairer une affiche par transparence en plaçant la source lumineuse (par exemple : néons, led, etc.) derrière elle.

### **RNP :**

Règlement National de Publicité

### **RLP(i)**

Règlement Local de Publicité (intercommunal)

### **Saillie**

Partie de construction qui dépasse le plan de façade ou de toiture d'une construction.

### **Scellé au sol**

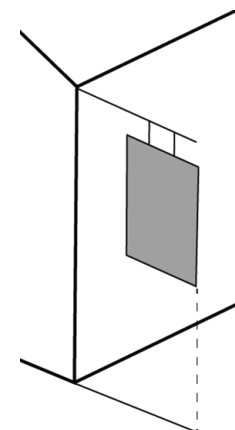
Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une pré-enseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

### **Spot-pelle**

Système d'éclairage installé en saillie d'un dispositif et qui projette une source lumineuse sur ce dispositif. Cf. *Photographie ci-contre*.

### **Store-banne**

Toile tendue qui permet de procurer de l'ombre.



**Support publicitaire**

Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

**Surface d'un mur**

Terme désignant la face externe, apparente du mur.

**Surface hors-tout**

Surface d'un dispositif publicitaire comprenant l'encadrement.

**Surface utile/Surface d'affiche**

Surface d'un dispositif publicitaire ou d'une enseigne exploitée.

**Totem**

Dispositif vertical, simple ou à double face, d'aspect monolithique, scellé ou posé au sol destiné à recevoir une ou plusieurs enseignes ou préenseignes.

**Toiture-terrasse**

Couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15 %.

**Unité foncière**

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

**Unité commerciale**

Lieu nécessitant un déplacement du client pour qu'il soit mis au contact d'une offre de produits ou de services. Un même commerce pouvant regrouper plusieurs activités/services (dépôt colis, bar-tabac-presse etc.)

**Enseignes collées ou appliquées sur la vitrine**

Procédé spécial qui permet de coller sur une vitrine un adhésif valant enseigne.

*P.S : ce dispositif entre dans le champ de compétence du RLPi que lorsque le dispositif est collé sur l'extérieur de la vitrine.*

**Voie ouverte à la circulation publique**

Au sens de l'article R 581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée.