Vu, pour être annexé à :
- la délibération n° 2017-141 du 19/12/17
- l'arrêté Municipal n° du
Le Maire,

Mme Le Maire
Michèle FLAMAND

Saint Nazaire les Eymes

Département de l'Isère

Commune de Saint-Nazaire-les-Eymes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

Version approuvée par le conseil municipal le 19 décembre 2017

GOPUB CONSEIL

Sommaire

Introduction 3

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure 6

1. La notion d'agglomération 6
2. La notion d'unité urbaine 6
3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire 7
   a) Les interdictions absolues 7
   b) Les interdictions relatives 8
4. Les règles applicables au territoire 11
   a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de préenseignes 11
   b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires ... 20
   c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes 21
   d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires 27
   e) La règlementation locale 28
5. Régime des autorisations et déclarations préalables 30
6. Les compétences en matière de publicité extérieure 30

II. Diagnostic du parc d'affichage 31

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes 31
2. Les infractions relevées 34
3. Les caractéristiques des enseignes 35
4. Les infractions relevées 39

III. Enjeux en matière de publicité extérieure 40

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure 49

1. Les objectifs 49
2. Les orientations 49

V. Justification des choix retenus 50

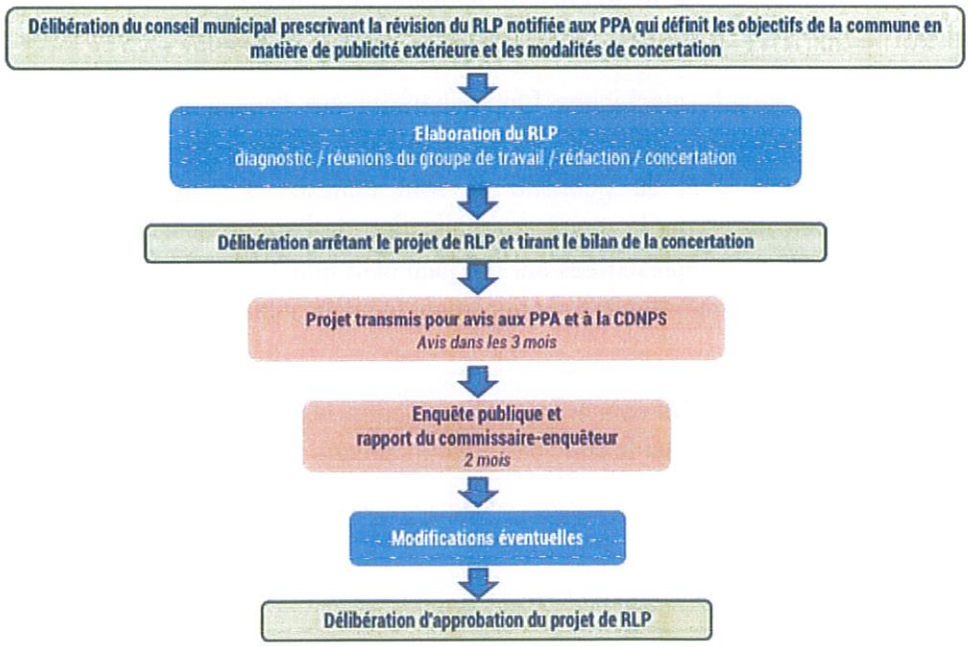
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes 50
2. Les choix retenus en matière d'enseignes 51

Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La règlementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise à concilier liberté d'expression[1] et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une règlementation qui datait de 1979.

Parmi les évolutions de la règlementation issues de la loi ENE et de son décret, citons notamment :
- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions notamment financières ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.



Différentes phases de la procédure de révision d'un RLP

[1] L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes

La loi ENE a intégralement refondée les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique. Suite à son approbation le RLP est annexé au PLU ou au document d'urbanisme en tenant lieu.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter la règlementation nationale aux caractéristiques d'un territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci.

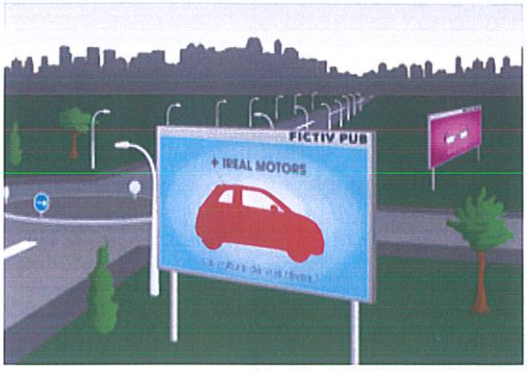
Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la règlementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les préenseignes. Ces trois dispositifs sont définis par le code de l'environnement.



Constitue **une publicité**[2], à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

Constitue **une enseigne**[3] toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Constitue **une préenseigne**[4] toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

[2] article L581-3-1° du code de l'environnement
[3] article L581-3-2° du code de l'environnement
[4] article L581-3-3° du code de l'environnement

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

La commune de Saint-Nazaire-les-Eymes est située dans le département de l'Isère dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Elle compte 2 950 habitants[5]. La commune appartient à la communauté de communes du Grésivandan qui regroupe 46 communes.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, **une agglomération** est un 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.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite[6]. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité[7], elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :
- 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,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.

2. La notion d'unité urbaine

La notion d'**unité urbaine** repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune appartient à l'unité urbaine de Grenoble qui regroupe 53 communes. Cette unité urbaine compte 508 201 habitants.
Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes[8] entre 1 heure et 6 heures, 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.

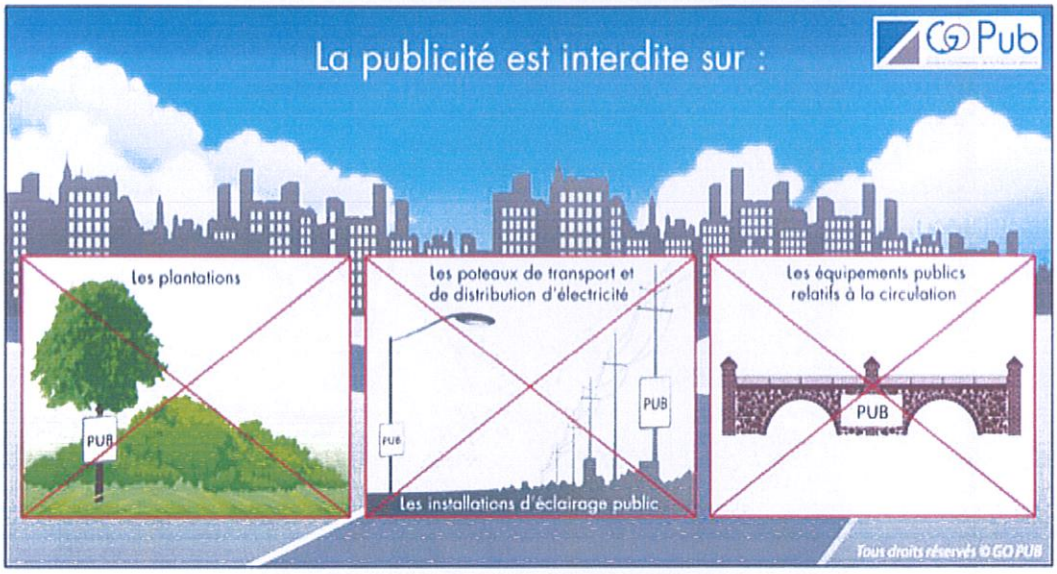
[5] Données démographiques issues du recensement 2013 de l'INSEE
[6] Article L581-7 du code de l'environnement
[7] Article L581-19 du code de l'environnement
[8] il peut être dérogé à cette extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

3. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

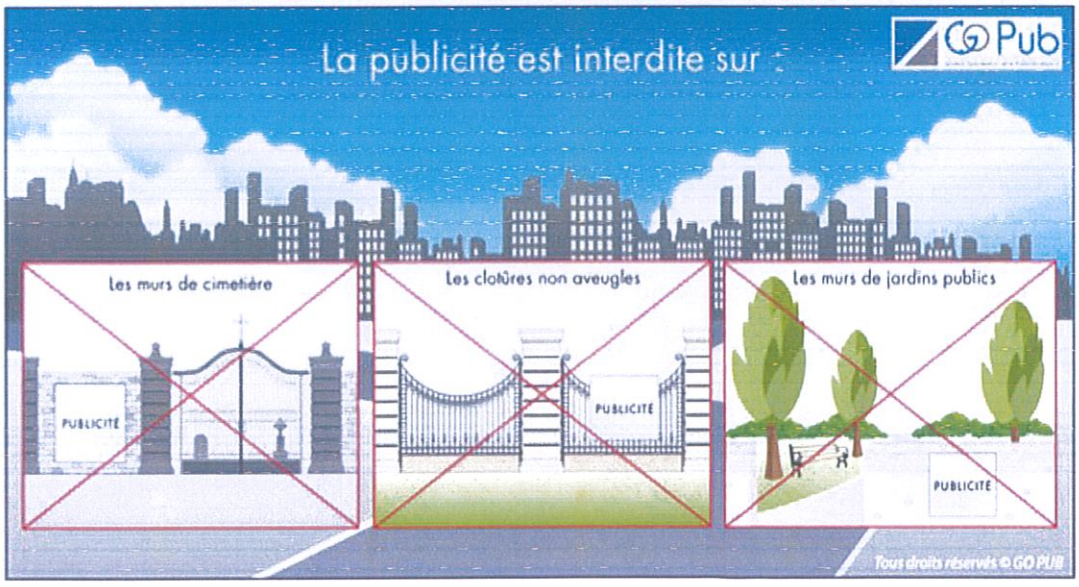
a) Les interdictions absolues[9]

La publicité est interdite de manière absolue :

1° Sur les arbres, les plantations, 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 ;



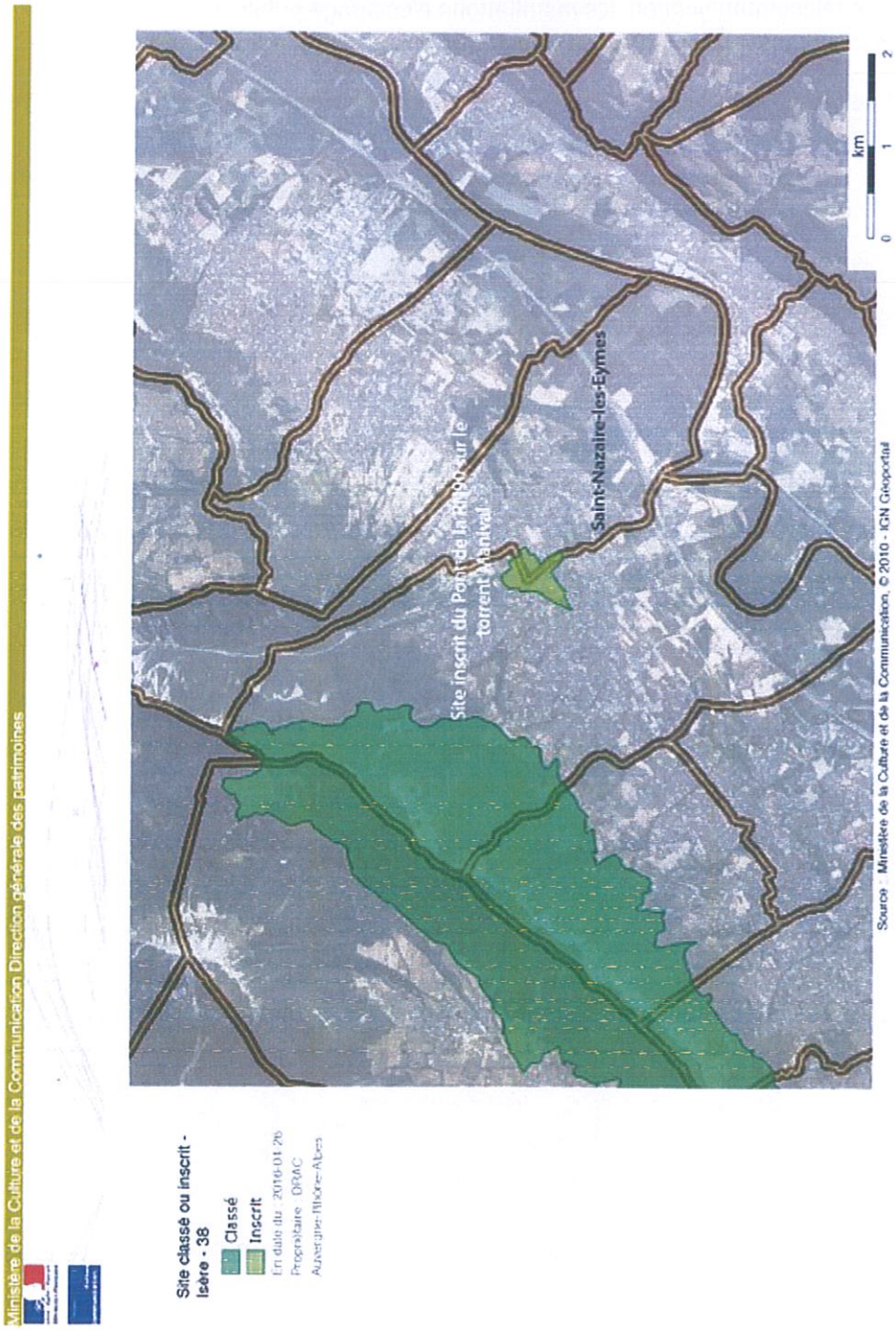
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;
3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
4° Sur les murs de cimetière et de jardin public[10].



[9] Article L581-4 du code de l'environnement
[10] Article R581-22 du code de l'environnement

b) Les interdictions relatives[11]

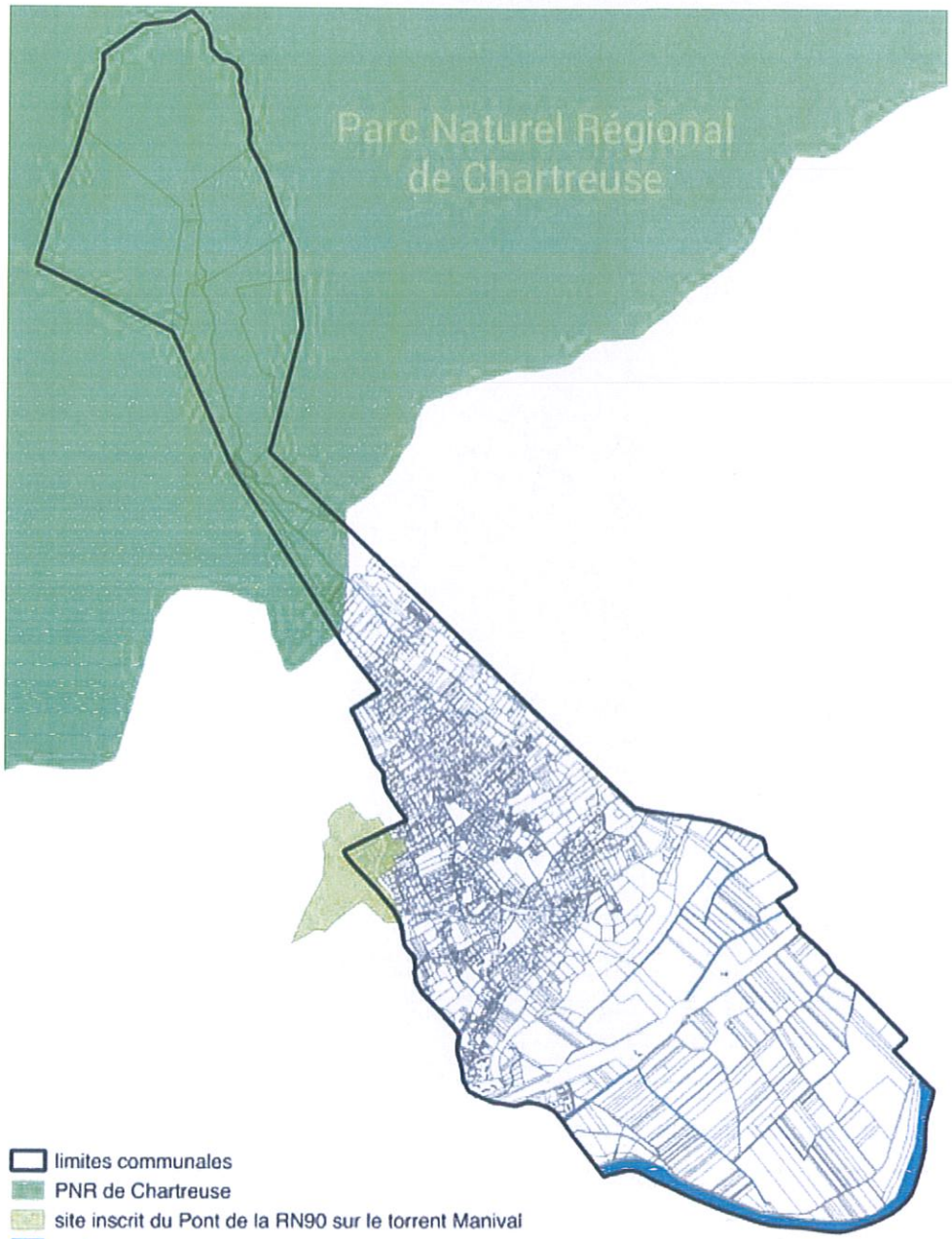
La commune de Saint-Nazaire-les-Eymes est concernée par l'interdiction relative de la publicité et des préenseignes dans le site inscrit du Pont de la RN90 sur le torrent Manival qui se trouve partiellement sur la commune (l'autre partie du site inscrit se trouve à Saint-Ismier). Le site est inscrit depuis 1946.



[11] Article L581-8 du code de l'environnement

La commune est membre du parc naturel régional de Chartreuse qui occupe la partie septentrionale du territoire communal se trouve hors agglomération. De fait, aucune publicité ou préenseigne n'est autorisée. Par ailleurs, le PNR fixe dans sa charte, des orientations en matière de publicité extérieure.

L'orientation stratégique n°2 vise à établir une charte des paysages naturels et bâtis et un programme sur l'ensemble du Parc. Elle contient un objectif opérationnel n°3 qui vise à mettre en œuvre les dispositions de la loi 1979 relatives à l'affichage et à la publicité dans les PNR. Cet objectif fait référence à la loi de 1979 qui a été profondément revue lors par la loi Grenelle II.



synthèse des zones d'interdiction des publicités et des préenseignes sur le territoire communal

4. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies par la réglementation locale actuellement en vigueur. En l'absence de règle locale dans une zone donnée ou sur une catégorie de dispositif spécifique, les règles qui s'appliquent sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

a) Les règles du code de l'environnement en matière de publicités et de préenseignes

Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.

Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent[12].

Interdiction

Sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants :

- la publicité sur les bâches (de chantier ou publicitaires),
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Densité

Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante[13] applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

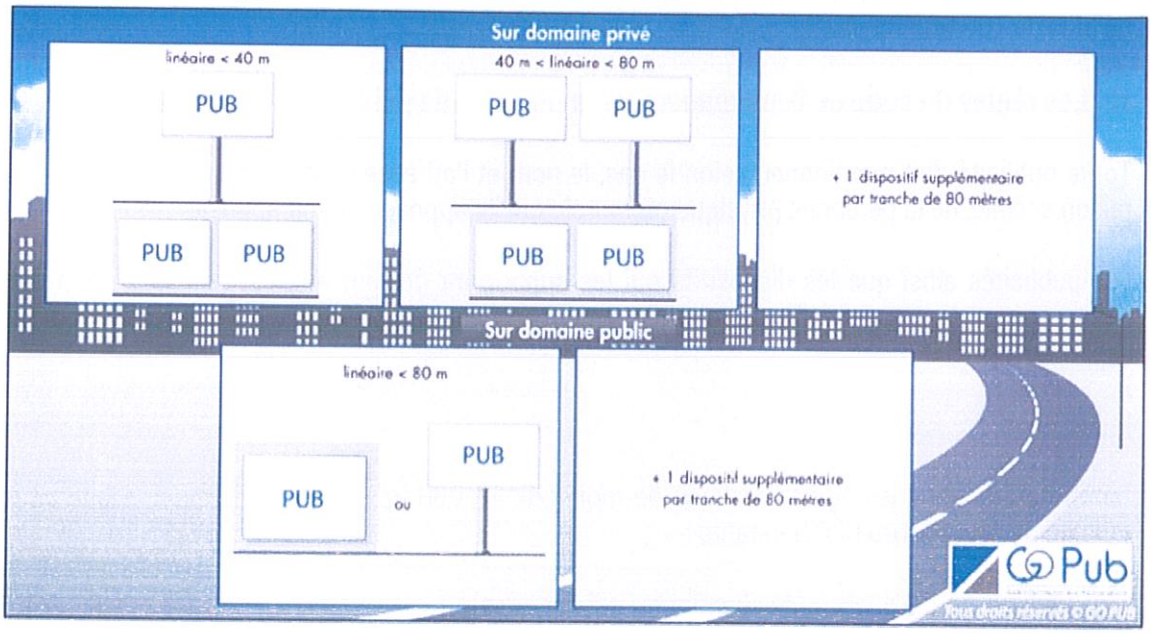
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

[12] Article R581-24 du code de l'environnement
[13] Article R581-25 du code de l'environnement

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



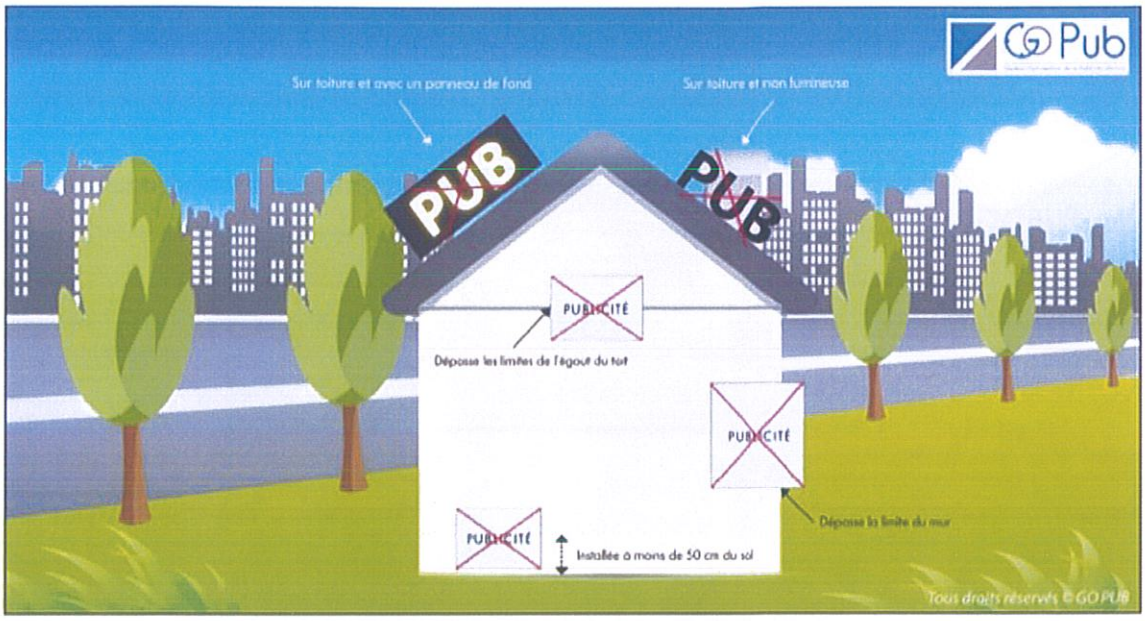
Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

Surface unitaire maximale ≤ 12 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 7,5 m

Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :

- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale ≤ 12 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

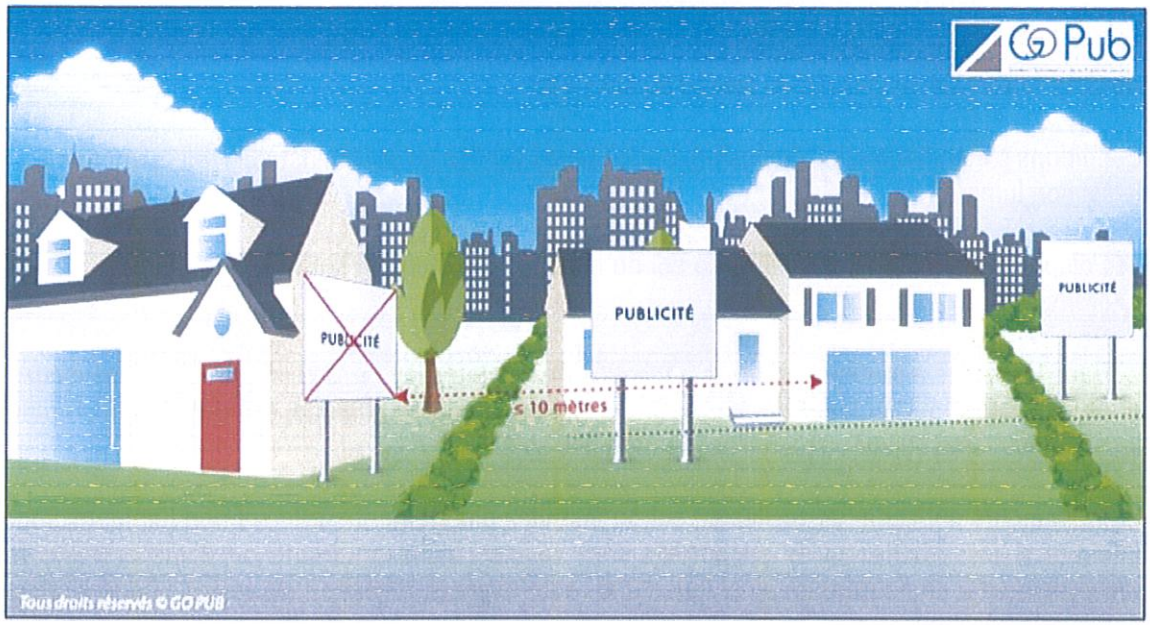
Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :
1° Dans les espaces boisés classés[14],
2° 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, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.

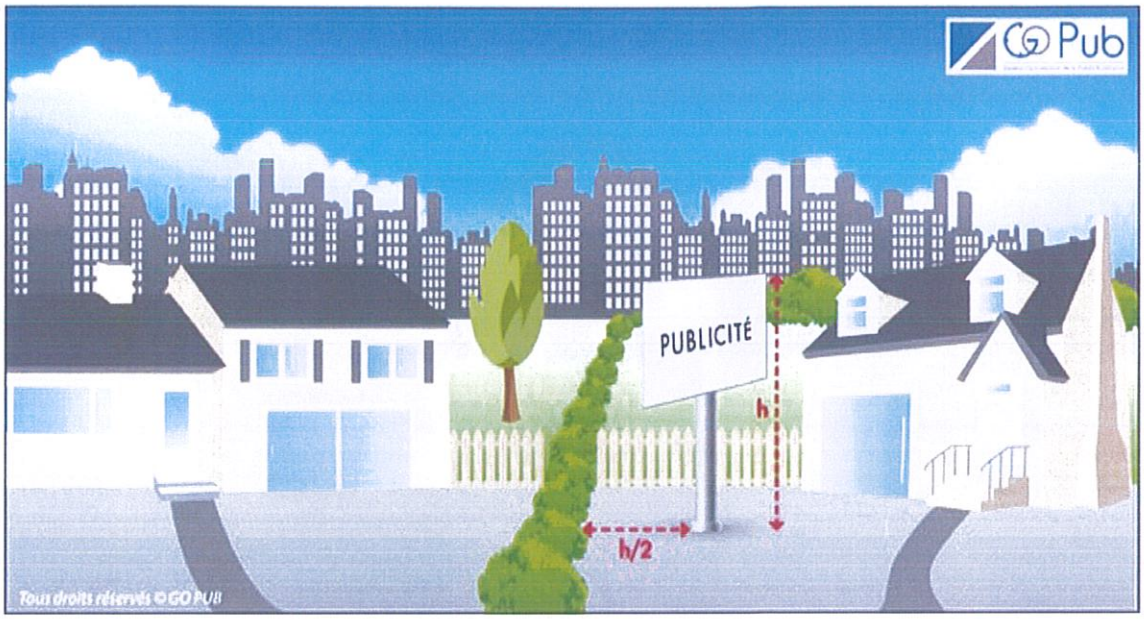
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

[14] Article L130-1 du code de l'urbanisme

Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation située sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, 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.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel[15].

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

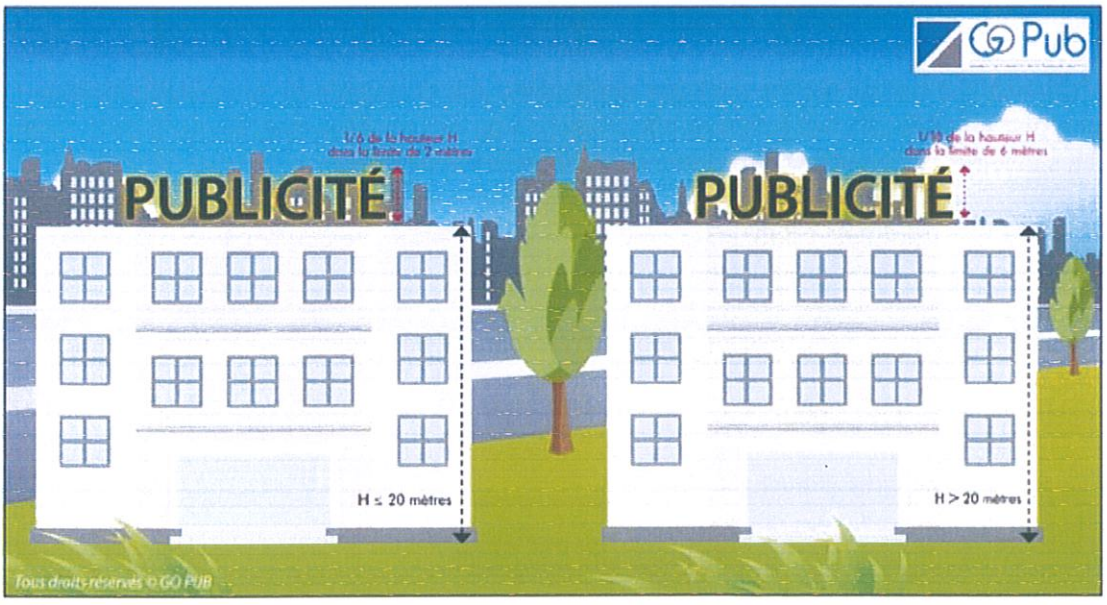
La publicité lumineuse ne peut :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

[15] arrêté ministériel non publié à ce jour

Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle 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. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel[16], la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :
- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans les parcs naturels régionaux ainsi que dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- 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, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.

[16] arrêté ministériel non publié à ce jour

Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale ≤ 2 m² ; Surface totale ≤ 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale ≤ 2 m² ; Surface totale ≤ 6 m² ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale ≤ 2 m².
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques,	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire > 2 m² et hauteur > 3 m alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m² si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m 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.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale dans la limite maximale de 2 mètres carrés.

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Les publicités sur les véhicules terrestres[17] ainsi que sur les eaux intérieures[18] sont également règlementées par le code de l'environnement.

[17] Article R581-48 du code de l'environnement pour les véhicules publicitaires
[18] Articles R581-49 à 52 du code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

b) Les règles du code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :
- 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,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Type de dispositif	scellée au sol ou installée directement sur le sol panneaux plats de forme rectangulaire mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	hors agglomération uniquement			hors agglomération et dans les agglomération de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

c) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :
- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

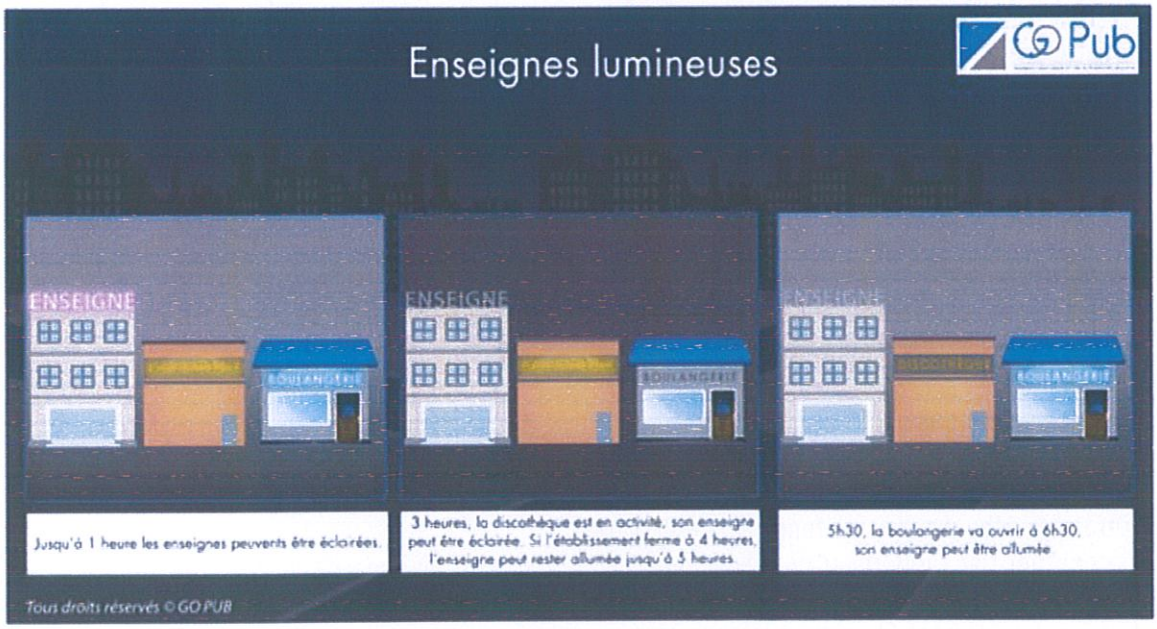
Les enseignes lumineuses

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel[19].

Elles sont éteintes[20] entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. 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.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



[19] arrêté non publié à ce jour
[20] l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

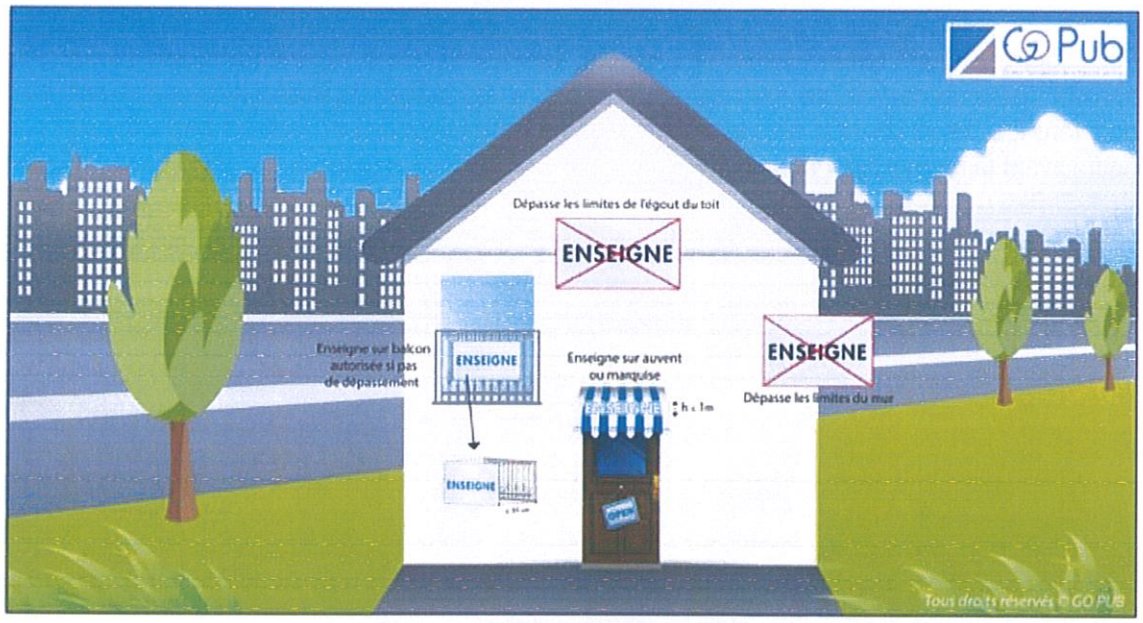
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser les limites de ce mur,
- constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm,
- dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

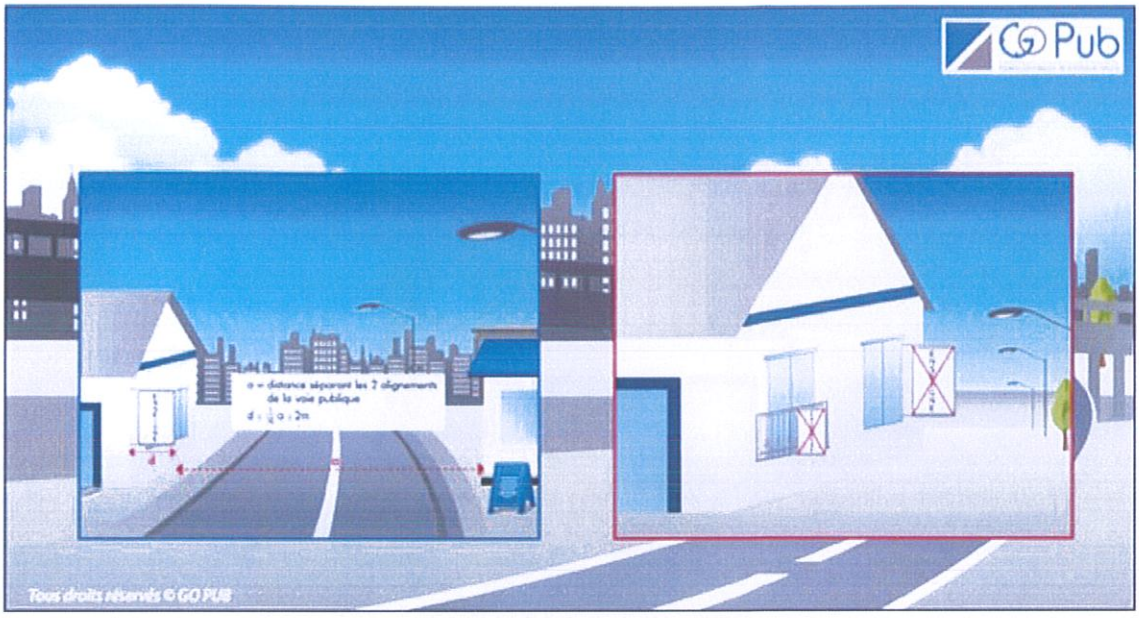
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser la limite supérieure de ce mur,
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).



Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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

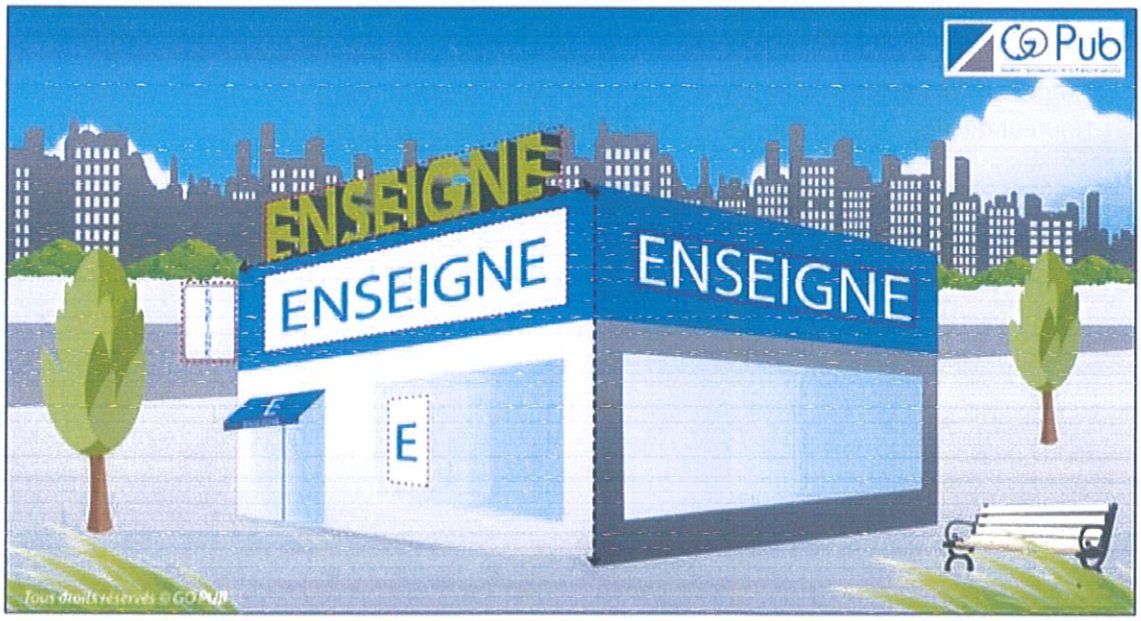
	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m

Surface cumulée[21] des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²

[21] Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes apposées sur une façade commerciale

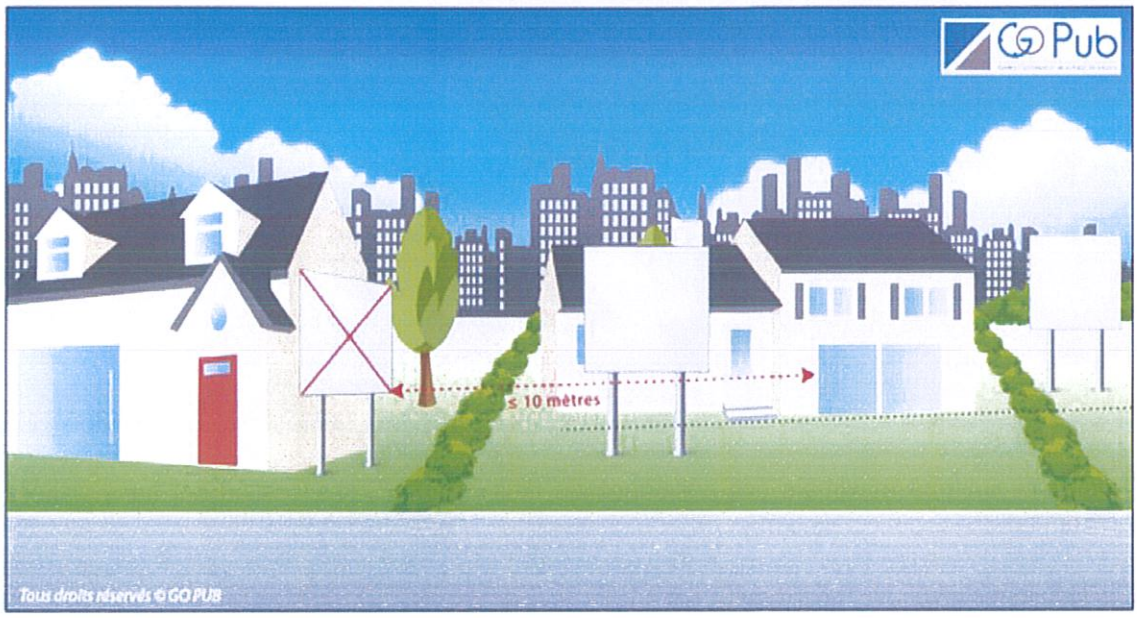
Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée[22] excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



[22] Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble située 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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m².

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,5 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.

d) Les règles du code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° 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.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes[23] entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires 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. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel[24].

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie ≤ 1/10ème de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines
- Surface ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

[23] il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral
[24] arrêté non publié à ce jour

e) La règlementation locale

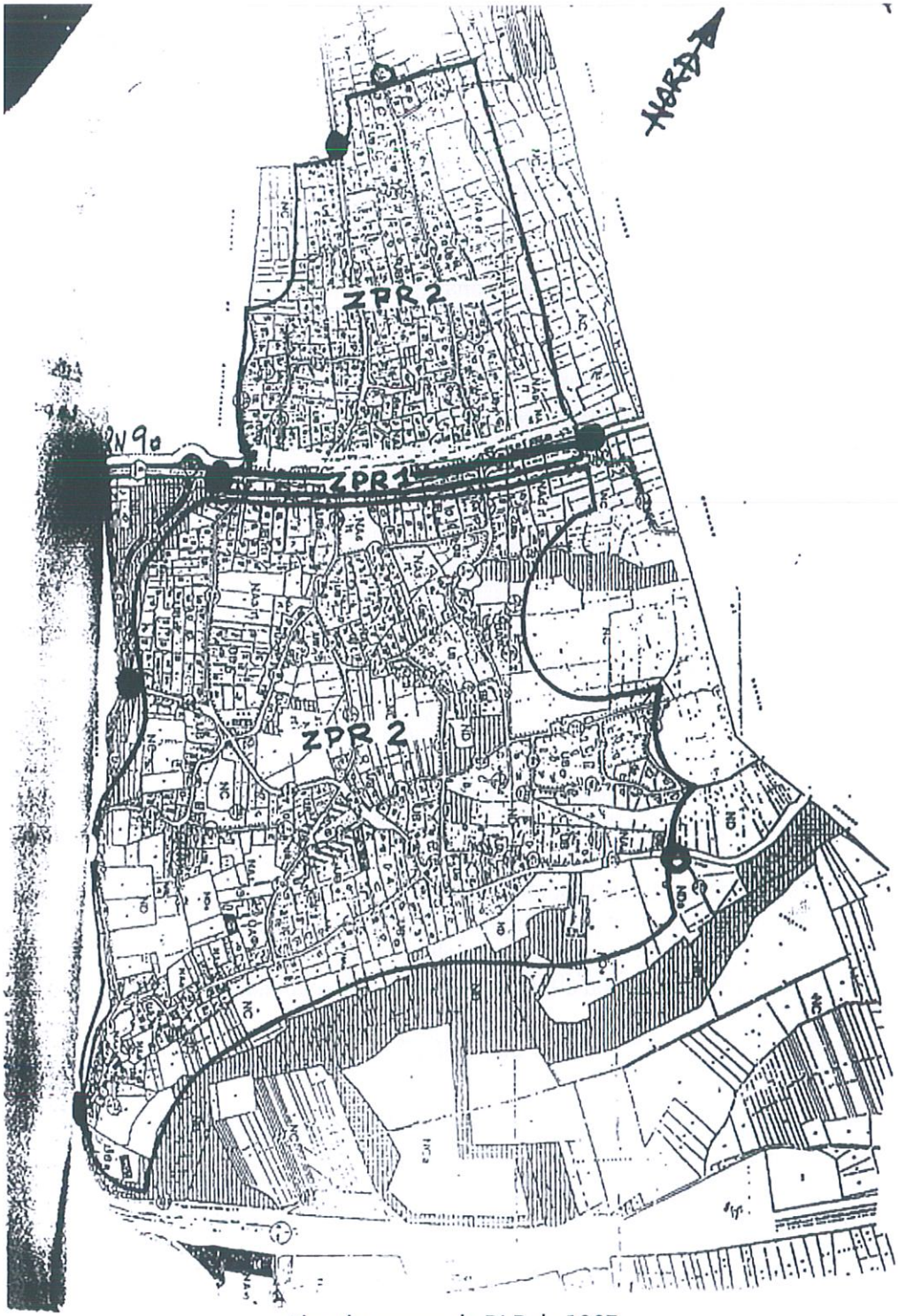
La commune de Saint-Nazaire dispose d'un RLP datant de 1997. Celui-ci reste en vigueur jusqu'à sa révision, et ce, même s'il est plus souple que la réglementation nationale exposée précédemment. Le RLP de 1997 instaure deux zones de publicité sur le territoire communal.

La Zone de Publicité Restreinte n°1 (ZPR1) couvre une partie de la RD1090 avec une emprise de 15 mètres par rapport à l'axe de la chaussée dans le sens Grenoble-Chambéry.
Les règles applicables dans cette zone sont :

- interdiction de la publicité lumineuse et de la publicité sur mur ou clôture ;
- surface < 12 mètres carrés et hauteur < 5 mètres pour les autres publicités ;
- bardage si une seule face exploitée ;
- implantation à au moins 30 mètres de tout carrefour ou bâtiment d'habitation ;
- implantation à au moins 40 mètres des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération ;
- implantation à au moins la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété avec au minimum 2,5 mètres de recul ;
- nombre maximum sur un même entité foncière : 2 ;
- la publicité supportée par le mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local est limitée à 5 mètres de hauteur maximale et 12 mètres carrés de surface maximale.

La Zone de Publicité Restreinte n°2 (ZPR2) couvre l'ensemble de l'agglomération excepté la zone de publicité restreinte n°1. Dans cette zone, les publicités et préenseignes sont interdites sauf celles admises pour les activités bénéficiant d'une dérogation légale (hôtels, restaurants, services publics ou d'urgences activités relatives à la fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales, garages). Aucun format spécifique n'est précisé dans le RLP. Il existe donc dans le RLP, une distorsion entre les activités en ZPR2 ce qui fait peser un risque contentieux sur le RLP actuel.
La publicité sur mobilier urbain est limitée à 2 mètres carrés dans cette zone. Elle n'est toutefois autorisée que si la publicité ou préenseigne concerne une des activités citées précédemment.

Aucune règle spécifique n'est fixée concernant les enseignes dans le règlement local de publicité de 1997, cela signifie que seule la réglementation nationale s'applique.



Plan de zonage du RLP de 1997

5. Régime des autorisations et déclarations préalables

1) l'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :
- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :
- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

2) la déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration. Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

6. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

II. Diagnostic du parc d'affichage

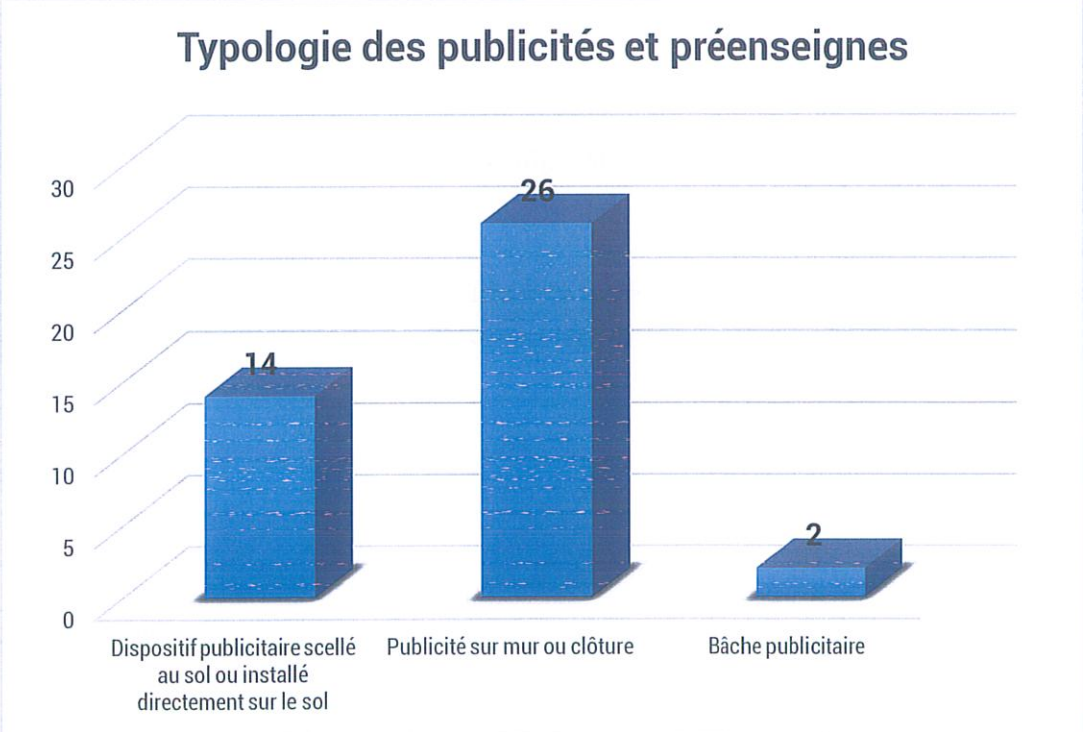
Un inventaire des publicités, enseignes et préenseignes situées à Saint-Nazaire-les-Eymes a été effectué en décembre 2016-janvier 2017. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une règlementation locale renforcée sur le territoire communal.

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

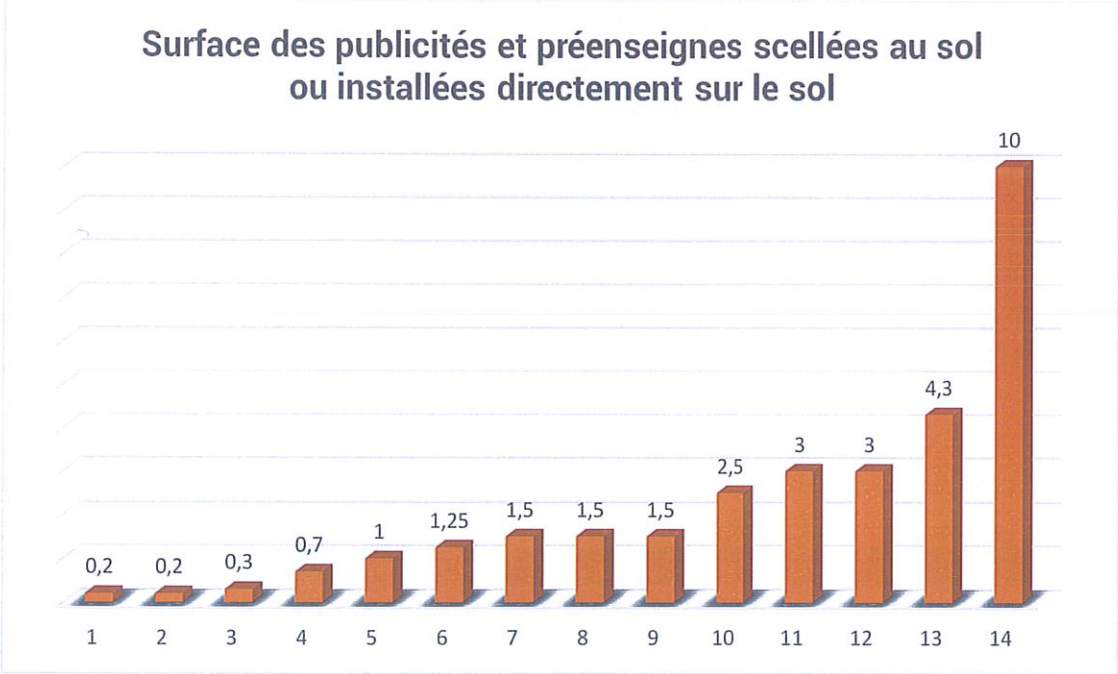
42 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal.



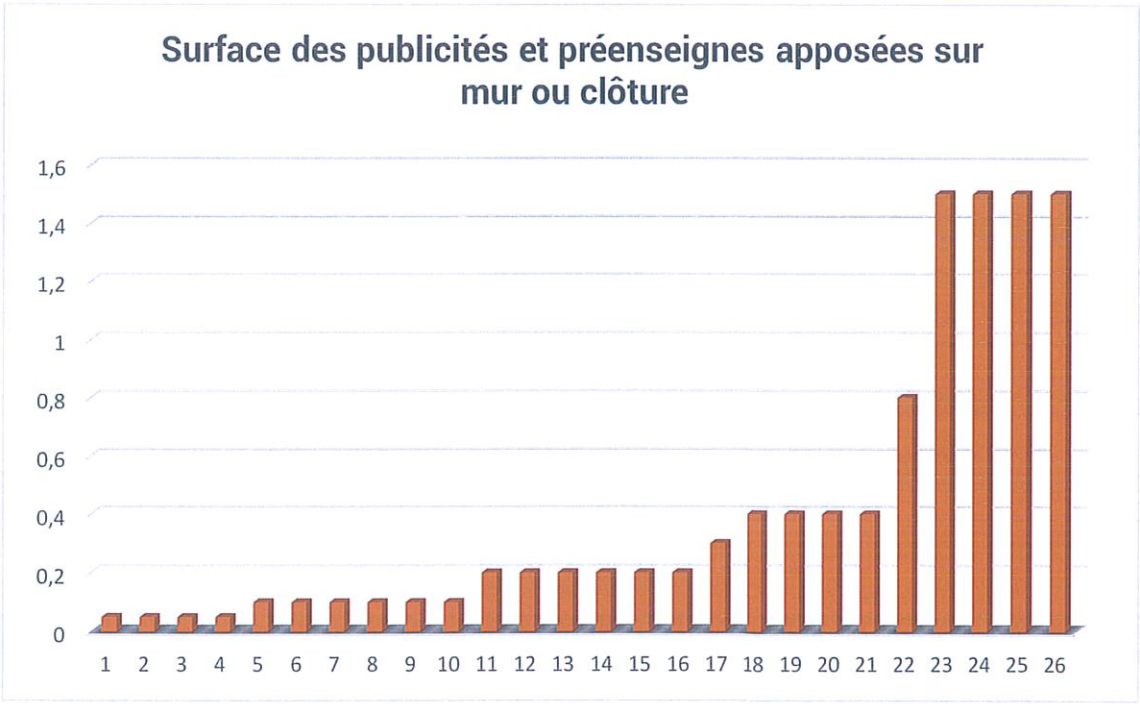
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent un tiers des dispositifs présents sur le territoire communal. Les publicités apposées sur mur ou sur clôture représentent la majorité des dispositifs recensés (près de 62% des dispositifs de la

commune). L'inventaire a également montré la présence de deux bâches publicitaires. Les bâches publicitaires sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

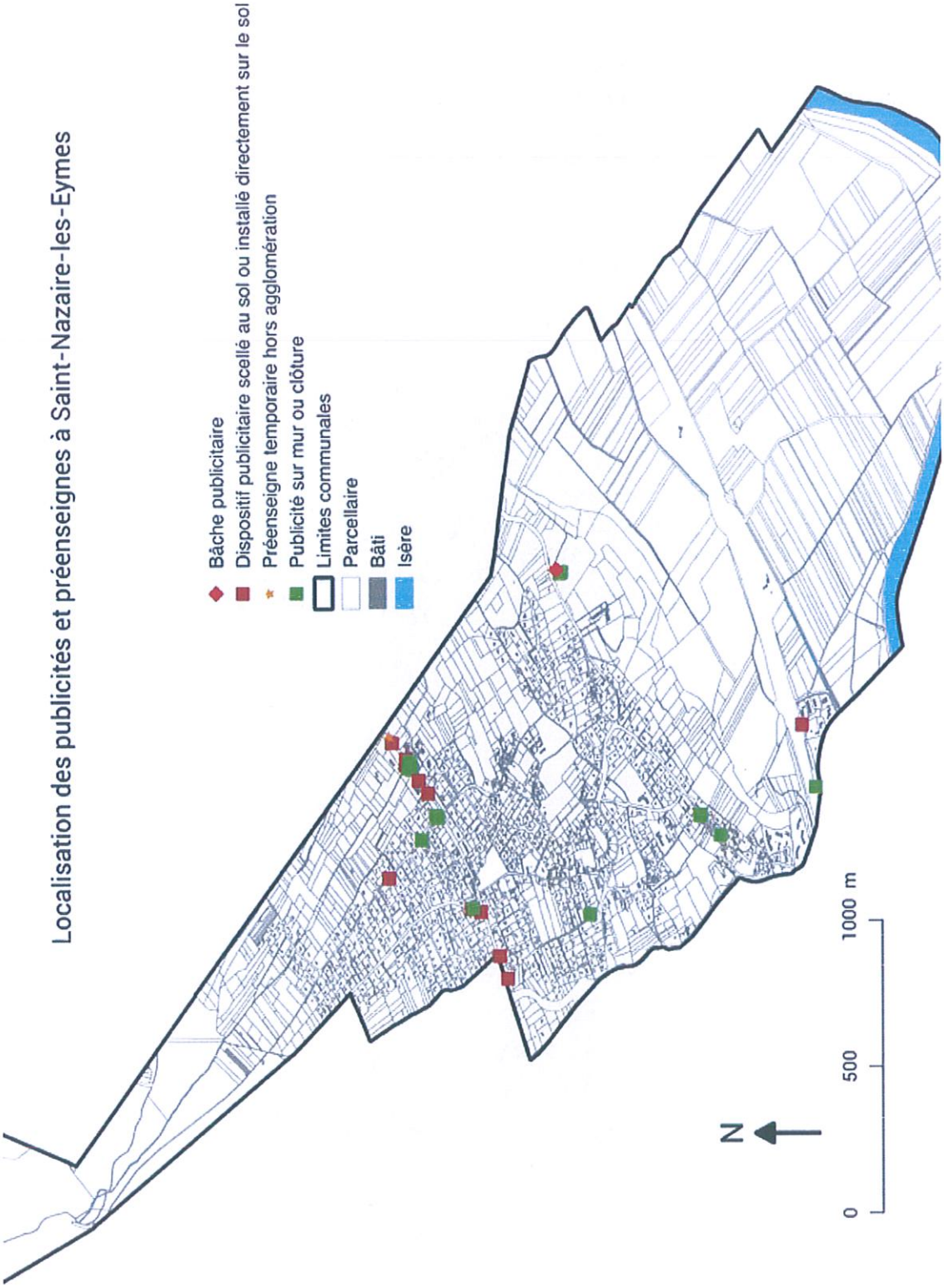
La publicité lumineuse est très peu présente sur la commune. Seuls deux dispositifs scellés au sol sont lumineux. L'inventaire a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques.



En matière de surface, plus de 85% des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées au sol font moins de 3 mètres carrés. La plus grande publicité présente sur le territoire a une surface de 10 mètres carrés.



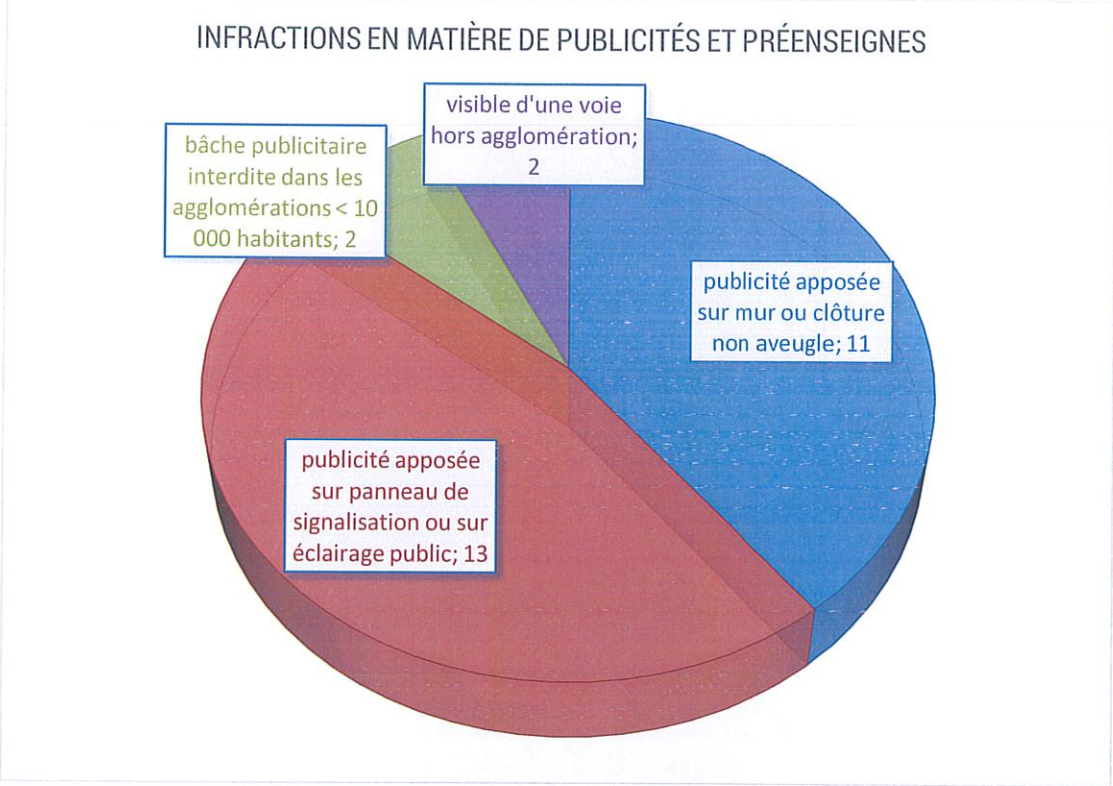
Les publicités et préenseignes apposées sur mur ou clôture ont des surfaces relativement faibles puisqu'aucune ne dépasse 1,5 mètre carré.



La cartographie ci-dessus montre la localisation des publicités et préenseignes sur le territoire communal. On remarque que la plupart des dispositifs présents sur le territoire sont localisés le long de la RD 1090.

2. Les infractions relevées

Le diagnostic des publicités et préenseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'infractions au code de l'environnement et au RLP.
On constate que 28 dispositifs sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 60% des dispositifs inventoriés. Deux dispositifs ne sont pas conformes au RLP de 1997.

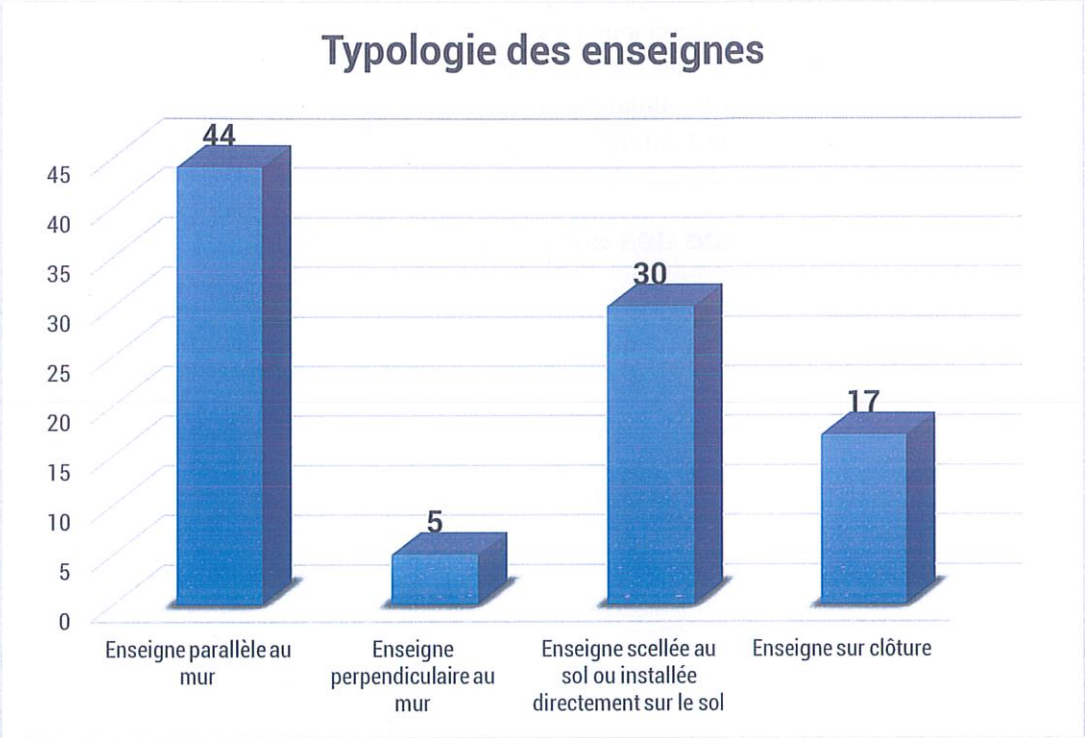


On relève également deux dispositifs en infraction avec le RLP en ce qui concerne l'implantation à moins de 30 mètres d'un immeuble d'habitation et l'interdiction de la publicité lumineuse.

bâche publicitaire non conforme sur une préenseigne scellée au sol, route de Chambéry, décembre 2016

3. Les caractéristiques des enseignes

96 enseignes ont été recensées sur le territoire communal.



Près de 45% des enseignes recensées à Saint-Nazaire-les-Eymes sont des enseignes parallèles apposées sur un mur support. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne et sur panneau de fond.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la seconde catégorie d'enseignes la plus répandue (plus de 31% des enseignes du territoire). Elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support.

Les enseignes perpendiculaires au mur ont des surfaces assez faibles (inférieure à 1,2 mètre carré) comparées aux autres enseignes. Elles sont très peu nombreuses sur le territoire.

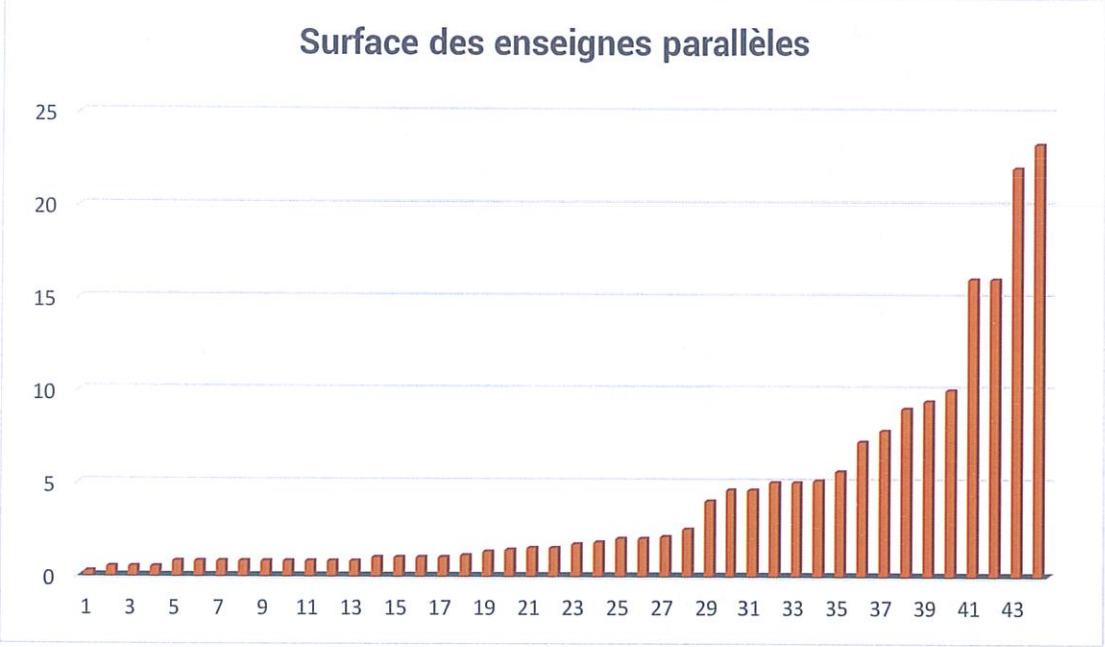
Les enseignes sur clôture représentent 17,5% des enseignes. Elles peuvent avoir un impact important sur le paysage notamment lorsque cela concerne des clôtures non aveugles.

Enfin, aucune enseigne sur toiture n'a été inventoriée sur le territoire communal. Une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité.

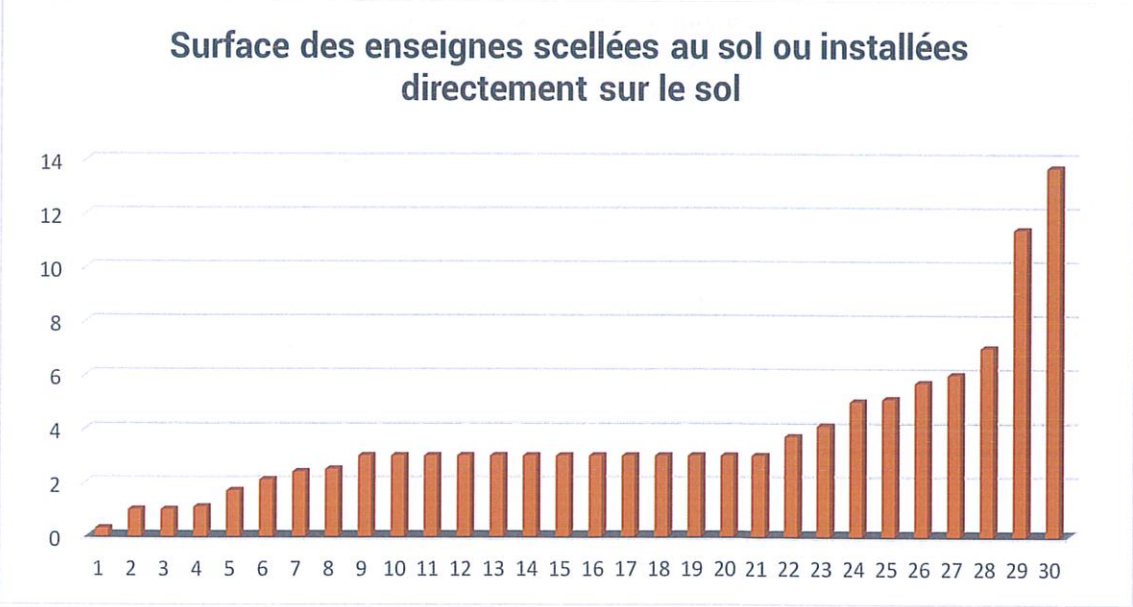
L'inventaire a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R581-59 du code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet

effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc.

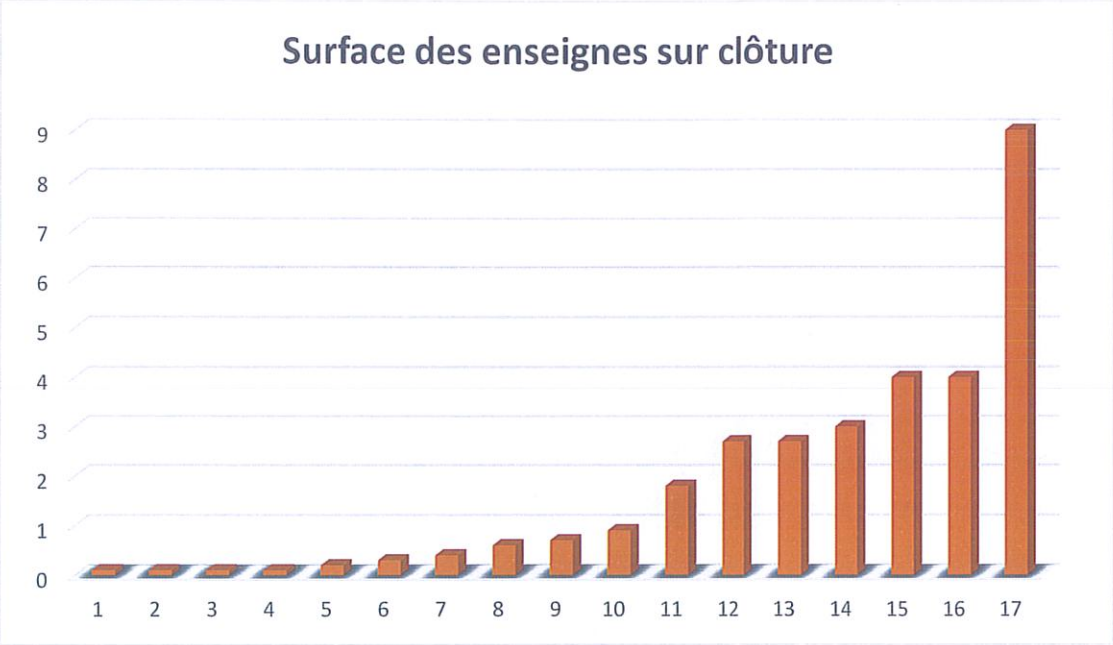
Les enseignes lumineuses représentent près de 35% des enseignes recensées (34 enseignes sur les 97 enseignes locales). Les éclairages les plus utilisés sont les spots pour l'éclairage par projection, les LED et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence. Aucune enseigne numérique n'a été localisée sur le territoire communal. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



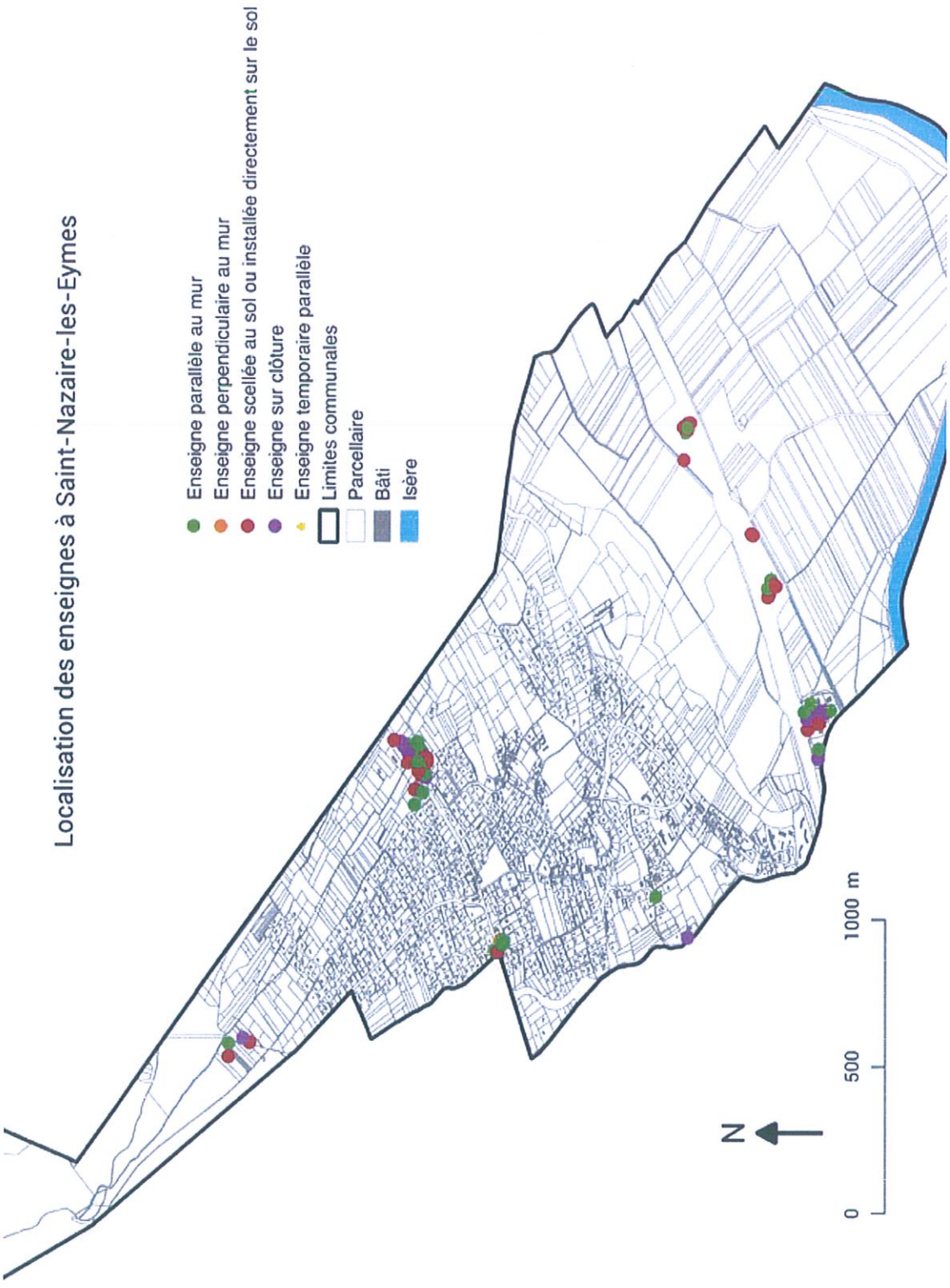
Les enseignes parallèles au mur ont globalement des surfaces assez faibles. 75% d'entres-elles mesurent moins de 5 mètres carrés. Quatre enseignes parallèles dépassent les 10 mètres carrés.



Concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, on note que plus de 73% d'entre-elles mesurent moins de 4 mètres carrés. Trois enseignes scellées au sol dépassent les 6 mètres carrés ce qui constitue pourtant la surface maximale fixée par le code de l'environnement.



Près de 59% des enseignes sur clôture mesurent moins d'un mètre carré. Une enseigne sur clôture atteint 9 mètres carrés.



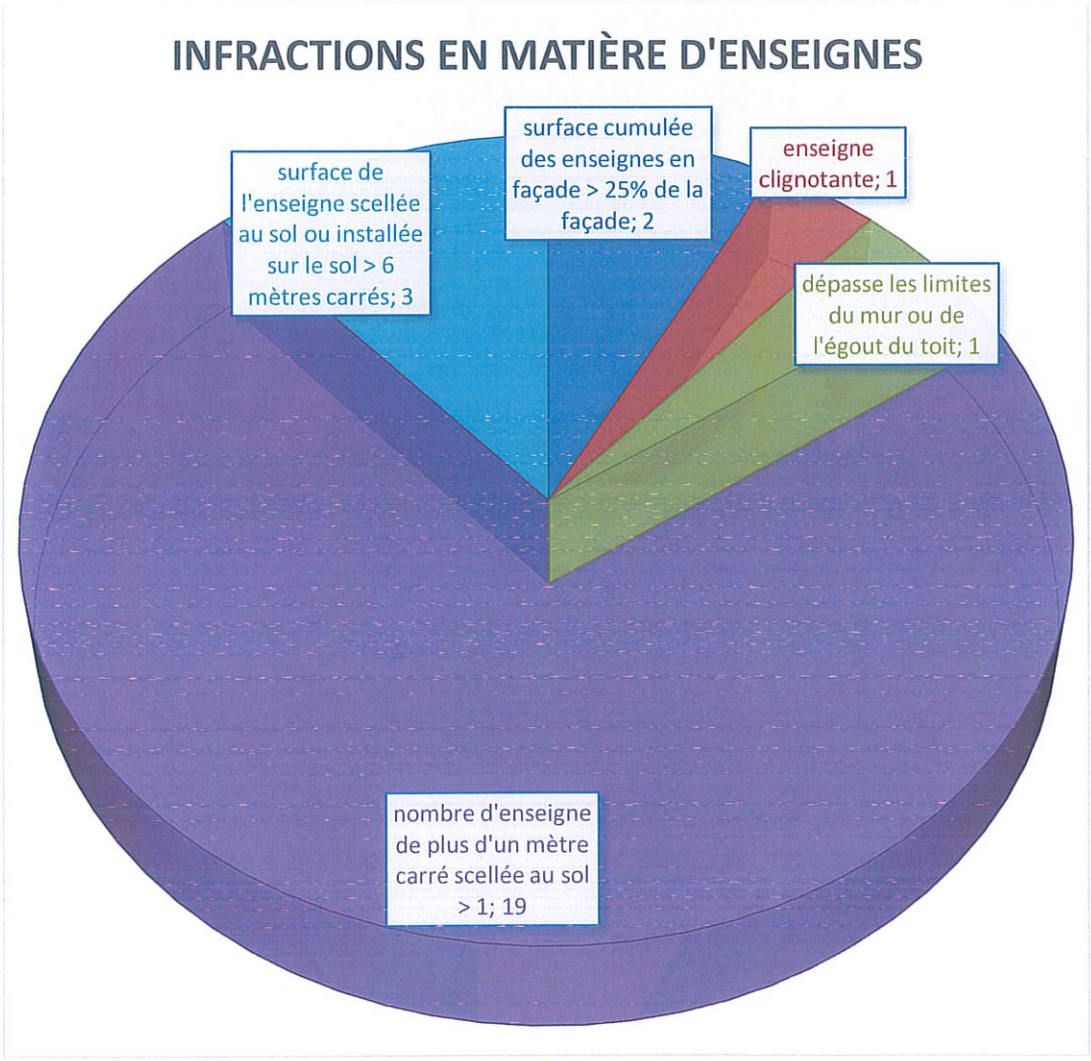
La cartographie ci-dessus, nous montre que les enseignes sont principalement localisées dans les deux zones d'activités du territoire.

4. Les infractions relevées

Le diagnostic des enseignes a permis de mettre en avant un certain nombre d'enseignes non conformes au code de l'environnement.

On constate que 24 enseignes sont non conformes au code de l'environnement ce qui représente 25% des enseignes de Saint-Nazaire-les-Eymes. Trois enseignes sont non conformes à deux articles du code de l'environnement. La principale infraction concerne le non-respect du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule[25].

Pour certaines infractions relatives à des enseignes installées avant le 1er juillet 2012, le délai de mise en conformité court jusqu'au 1er juillet 2018. Il s'agit notamment :
- de la surface maximale des enseignes sur toiture (60 m²) ;
- de la surface cumulée des enseignes sur façade commerciale (15% ou 25%) ;
- du nombre d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant l'activité ;
- des règles concernant les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.



[25] Article R581-64 du code de l'environnement

III. Enjeux en matière de publicité extérieure

Au-delà de la règlementation en vigueur sur le territoire, évoquée précédemment, il apparaît d'autres enjeux en matière de publicité que le RLP permettra d'appréhender.

Enjeu n°1 : la préservation des paysages et notamment les perspectives vers les massifs de Belledonne et Chartreuse

Gorges du Manival dans le PNR de Chartreuse, Saint-Nazaire-les-Eymes, décembre 2016

Gorges du Manival dans le PNR de Chartreuse, Saint-Nazaire-les-Eymes, décembre 2016

Vue vers le massif de Belledonne depuis la D30, Saint-Nazaire-les-Eymes, décembre 2016

Les Gorges du Manival situées au Nord de la commune se trouvent hors agglomération et dans le PNR de Chartreuse. La zone est préservée. Aucune publicité ni préenseigne n'a été

inventoriée. Il existe également des vues vers le massif de Belledonne situé de l'autre côté de la vallée formée par l'Isère. Un des enjeux du RLP est de garantir cette qualité en veillant à ce que les dispositifs situés en agglomération n'entrent pas en covisibilité avec ces grands paysages.

Enjeu n°2 : l'impact de la publicité scellée au sol ou installée sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée sur le sol est peu présente sur le territoire. Néanmoins, les quelques dispositifs présents interrogent par leur faible insertion paysagère.

Le dispositif ci-dessous est implanté sur le domaine public (en dehors de l'immeuble de l'activité) et, est destiné à attirer l'attention ou informer le public. Il constitue donc une publicité au sens du code de l'environnement. Il s'agit d'un dispositif clignotant et se détachant sur la ligne de crête formée par le massif de Belledonne situé à l'arrière-plan. Son impact sur le paysage est donc important. Une implantation à une hauteur plus faible et sur le lieu de l'activité (son parking par exemple) permettrait une meilleure insertion paysagère sans nuire à la visibilité de l'activité.

covisibilité entre massif de Belledonne et dispositif publicitaire scellé au sol, Saint-Nazaire-les-Eymes, décembre 2016

Le dispositif publicitaire ci-dessous a également un fort impact sur la paysage en masquant des perspectives vers le massif de Belledonne situé à l'arrière-plan. Par ailleurs, son implantation à l'entrée de l'agglomération contribue à la banalisation des paysages d'entrée de ville. On note également que le format du dispositif est assez peu adapté au cadre bâti de la commune (pavillonnaire dominant).

covisibilité entre massif de Belledonne et dispositif publicitaire scellé au sol, décembre 2016

On relève également de nombreux « micro-dispositifs » pas toujours conformes et dont l'impact peut être dommageable sur le paysage, du fait de leur mauvaise implantation. Par ailleurs, ils n'apportent que rarement de la visibilité aux activités signalées du fait de leur petite taille. D'autre part, la commune a placé à l'entrée de chacune des deux zones d'activités du territoire un relais information service (RIS) permettant de repérer les activités présentes dans les deux zones.

préenseignes de petit format non conformes car apposées sur éclairage public, Chemin des Silos, décembre 2016

préenseignes de petit format non conformes car apposées sur signalisation routière, route de Chambéry, décembre 2016

Enjeu n°3 : l'impact des enseignes scellées au sol ou installées sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ont souvent un impact important sur le paysage de par leur hauteur, leur largeur ou encore leur surface. Le code de l'environnement limite ces enseignes à 6 mètres carrés de surface maximale et la hauteur à 6,5 mètres ou 8 mètres maximum suivant la largeur. Néanmoins, ces maximums semblent peu adaptés au contexte local d'un bâti comprenant rarement plus d'un étage.

Enseigne scellée au sol de grand format, route de Chambéry, décembre 2016

Enseigne scellée au sol de grand format, route de Chambéry, décembre 2016

Enseigne scellée au sol de grand format non conforme (surface > 6 mètres carrés), A41, décembre 2016

Nombre et impact des enseignes installées sur le sol (non conformes), A41, décembre 2016

Enjeu n°4 : l'impact des enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont relativement présentes sur la commune et bien souvent implantées sur des clôtures non aveugles ce qui peut être dommageable en termes de paysage. Par ailleurs, certaines enseignes sont parfois supportées par des bâches ce qui n'est pas très qualitatif pour le paysage local.

Enseigne sur clôture aveugle, route de Chambéry, décembre 2016

Enseigne sur clôture non aveugle supportée par une bâche, RD30, décembre 2016

Enseigne sur clôture non aveugle, Chemin du Pré Figouroud, décembre 2016

IV. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par délibération du Conseil municipal n°2017-008 du 17 janvier 2017, la commune s'est donnée 3 objectifs en matière de publicité extérieure afin de garantir la protection du cadre de vie :

1. La préservation des paysages notamment les vues vers les massifs de Belledonne et de Chartreuse ;
2. La préservation de la qualité des zones pavillonnaires du territoire peu impactées par la publicité extérieure ;
3. L'amélioration de la qualité des zones d'activités notamment les zones Chalendrier, du Pré Figaroud et de la Grande Chantourne ainsi que le long de la RD1090, principal axe de circulation du territoire situé en agglomération.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs, la commune s'est donnée 9 orientations en matière de publicité extérieure :

Orientation 1 : Interdire les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol qui ont un impact important sur le paysage de la commune

Orientation 2 : Réduire la densité ainsi que le format des publicités sur mur ou clôture aveugles pour être adaptés au contexte local

Orientation 3 : Eviter l'implantation de dispositifs numériques

Orientation 4 : Renforcer la plage d'extinction nocturne des dispositifs lumineux

Orientation 5 : Renforcer les règles applicables à la publicité supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages

Orientation 6 : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes perpendiculaires

Orientation 7 : Limiter la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont l'impact est important sur le paysage

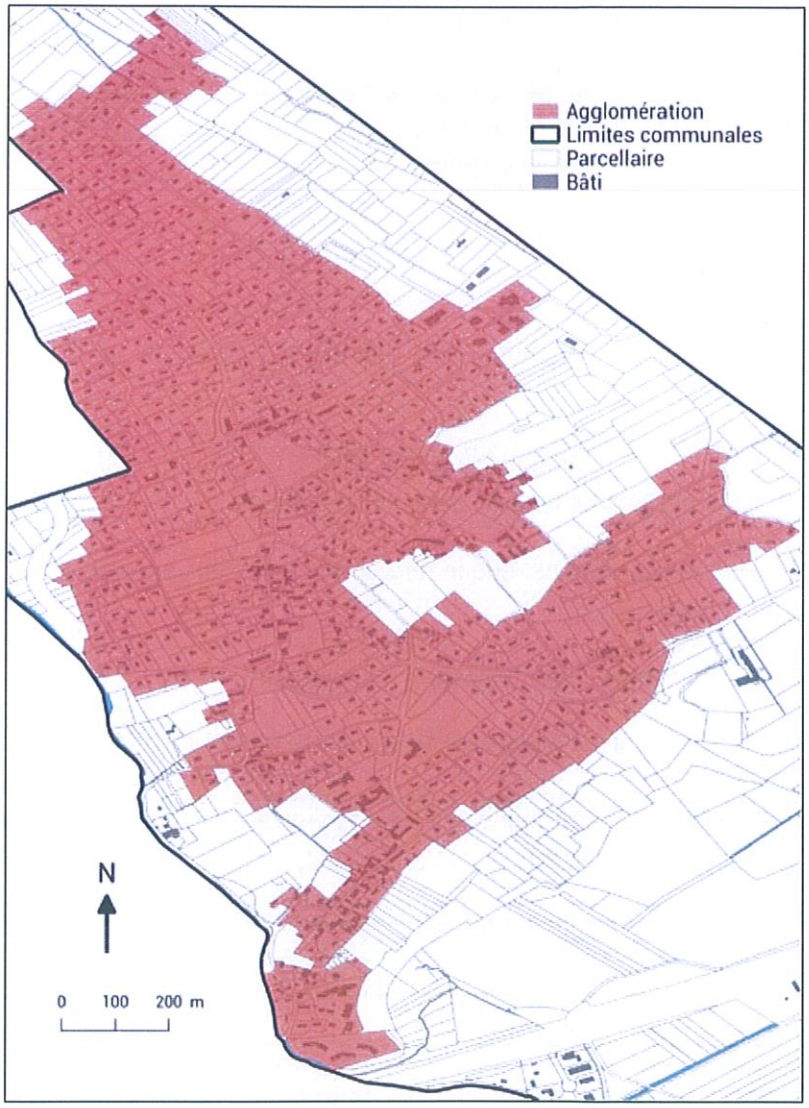
Orientation 8 : Eviter l'implantation d'enseignes sur toiture

Orientation 9 : Encadrer les enseignes sur clôture

V. Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, la commune a fait le choix de définir une zone de publicité dénommée zone de publicité n°1 (ZP1) couvrant l'ensemble de l'agglomération. Ce choix s'appuie sur le précédent règlement qui couvrait également l'ensemble de l'agglomération et permet une protection complète du territoire.



La commune appartient à l'unité urbaine de Grenoble qui compte plus de 100 000 habitants. Ainsi, malgré le fait que l'agglomération compte moins de 10 000 habitants, les règles nationales sont très souples. Par exemple, la publicité numérique est autorisée dans la limite de 8 mètres carrés et, la publicité scellée au sol de grand format dans la limite de 12 mètres carrés. Les règles nationales en matière de publicités et préenseignes sont donc pour la plupart peu adaptées au contexte local, à plus forte raison, dans une commune membre du parc naturel régional (PNR) de Chartreuse. La commune souhaite donc se donner des règles locales proches

de celles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants mais situées en dehors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

C'est-à-dire d'interdire :
- Les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités numériques ;
- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol.

Pour les deux premières catégories, il s'agit d'une règle préventive qui vise à éviter une implantation sur la commune. Pour les dispositifs scellés au sol, une dizaine de dispositifs sont concernés sachant que certains dispositifs sont déjà en infraction avec la réglementation nationale car visible d'une voie située hors agglomération (ils vont être supprimés prochainement). La mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) et de relais information service (RIS) à l'entrée des deux zones d'activités du territoire permettra d'harmoniser le paysage commercial de la commune.

La publicité apposée sur un mur ou une clôture aveugle, sera limitée en surface à 4 mètres carrés et en hauteur à 6 mètres au-dessus du niveau du sol (ce qui est applicable dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants en dehors d'une unité urbaine de 100 000 habitants). Cette catégorie de dispositif apparaît suffisante pour répondre aux besoins d'affichage existant sur la commune. Ce type de publicité sera limitée en densité à une par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique afin d'éviter que des murs soient saturés de publicités.

La commune a également souhaité limiter la surface et la hauteur de la publicité supportée par le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, à 2 mètres carrés et 3 mètres au-dessus du niveau du sol. En effet, cette catégorie de publicité peut atteindre jusqu'à 12 mètres carrés de surface et s'élever jusqu'à 6 mètres de hauteur en étant scellé au sol, ce qui n'est pas adapté au bâti et aux paysages de la commune.

Enfin, les publicités lumineuses seront éteintes entre 0 heure et 6 heures afin de réduire la pollution lumineuse qu'elles génèrent. Cette plage d'extinction est proche de celle qui existe sur la commune pour l'extinction de l'éclairage public. Cela permet une harmonisation du paysage nocturne.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, la commune a fait le choix d'une harmonisation des règles sur l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération.

L'inventaire a montré une enseigne fixée sur un arbre. Il existe une interdiction de la publicité sur les arbres. En revanche, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes. La commune a donc retenu l'interdiction des enseignes sur les arbres. Par ailleurs, les enseignes seront interdites, à titre préventif (aucune n'ayant été identifiée lors de l'inventaire) sur :
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

La commune considère que ces types d'implantation sont peu qualitatifs, en particulier sur toiture où cela pourrait fermer des points de vue vers les massifs alentours. L'idée est donc de préserver le paysage actuel de ces implantations.

Très peu d'enseignes perpendiculaires sont présentes sur le territoire. Elles seront limitées en nombre à deux par façade d'une même activité. L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne pourra excéder 70 centimètres. Ces choix n'affectent pas les enseignes perpendiculaires existantes, qui respectent ces règles. Cela évitera de futures implantations peu qualitatives ou trop nombreuses.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront avoir une surface unitaire excédant 4 mètres carrés, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol et ni excéder 1 mètre de largeur. Cette restriction permettra d'améliorer le paysage. Elle impactera quelques enseignes peu intégrées au paysage par leurs dimensions importantes.

Aucune règle nationale n'existe sur les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Afin d'en limiter l'impact sur le paysage communal, la commune a choisi d'en limiter le nombre à une placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, ce type d'enseigne ne pourra s'élever à plus de 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol afin de ne pas fermer des perspectives paysagères de qualité.

De même, aucune règle nationale n'existe sur les enseignes sur clôture. Elles seront donc limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. La surface unitaire maximale d'une enseigne sur clôture sera limitée à un mètre carré. Cela permettra de fixer un cadre local sur ce type d'enseignes et de préserver le paysage actuel.

Les enseignes lumineuses seront éteintes entre 0 heure et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé contre 01h00-06h00 dans le code de l'environnement. Cela permettra de caler l'extinction des enseignes lumineuses sur celle de l'éclairage public, de faire ainsi des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse. Dans le même but, les enseignes numériques seront interdites excepté si elles signalent des services d'urgences. Cette interdiction participera à la préservation du cadre de vie en évitant des implantations dommageables pour un territoire situé en partie dans le PNR de Chartreuse.

Enfin, les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes dispositions que les enseignes « permanentes ». Ceci a pour but d'harmoniser l'impact sur le paysage des enseignes qu'elles soient permanentes ou temporaires.