

MAIRIE DES ALLUES

Note de présentation non technique relative au projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune des Allues

Objet : Enquête publique pour l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la ville des Allues

En élaborant son Règlement local de publicité, la commune des Allues a souhaité réglementer l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et pré-enseignes) afin d'assurer la préservation de son patrimoine bâti et naturel dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses concitoyens.

Le conseil municipal de la commune des Allues a fixé par délibération du 25 juillet 2023, les objectifs suivants :

- Adopter un nouveau règlement en tenant compte du nouveau cadre juridique, réglementaire et des objectifs de la démarche "Méribel 2038" ;
- Protéger la qualité paysagère du territoire et de valoriser le cadre de vie des habitants ;
- Adapter le zonage aux nouvelles limites urbaines ;
- Traiter les nouvelles formes de publicité légalisées par la Loi Grenelle 2 comme les micro-affichages publicitaires sur devanture, les dispositifs numériques, les bâches de chantier et publicitaires ;
- Intégrer dans le règlement les spécificités liées à la saisonnalité et au tourisme, ainsi qu'à l'accueil de grands événements ;
- Cadrer, limiter, et penser une intégration des panneaux en entrée d'agglomération notamment les panneaux d'informations diverses (village fleuri, flocon vert...)

Afin de remplir ces objectifs, plusieurs orientations ont été débattues en conseil municipal en date du 25 juin 2024, à savoir :

Orientation 1 : Maintenir un faible impact paysager des publicités et préenseignes dans les villages et hameaux de la commune

Orientation 2 : Réduire l'impact des dispositifs publicitaires et enseignes lumineux y compris numériques afin de diminuer la pollution lumineuse

Orientation 3 : Préserver le cadre architectural et, l'identité alpine de la commune des Allues en assurant une bonne intégration des enseignes sur façade

Orientation 4 : Maintenir l'impact paysager limité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans les hameaux et villages en favorisant des dispositifs de petit format

Orientation 5 : Traiter le domaine skiable de manière spécifique afin de répondre aux enjeux des activités de sport d'hiver

Orientation 6 : Limiter l'impact paysager des enseignes temporaires en lien notamment avec les opérations immobilières

Les caractéristiques principales du projet sont :

1. Zonage

En ce qui concerne le zonage, la commune a fait le choix de mettre en place deux places zones, chacune divisée en deux sous-secteurs :

La zone de publicité (ZP) couvre les secteurs agglomérés de la commune divisée en deux sous-secteurs :

- La ZP-1 couvre les secteurs agglomérés n'appartenant pas au domaine skiable ;
- La ZP-2 couvre les secteurs agglomérés appartenant au domaine skiable.

La zone hors agglomération (ZHA) couvre les secteurs hors agglomération divisée en deux sous-secteurs :

- La ZHA-1 couvre les secteurs hors agglomération n'appartenant pas au domaine skiable ;
- La ZHA-2 couvre les secteurs hors agglomération appartenant au domaine skiable.

La zone de publicité (ZP-1 et ZP-2) correspond aux secteurs d'agglomération où la publicité est autorisée par le Code de l'environnement et où le RLP met en place des règles sur les publicités et préenseignes. Pour rappel, les zones hors agglomération (ZHA-1 et ZHA-2) sont soumises à une interdiction de publicités et préenseignes par le Code de l'environnement, interdiction qui ne peut pas être levée par le RLP.

Dans la zone de publicité et la zone hors agglomération, la commune a fait le choix de distinguer le domaine du skiable du reste du territoire afin de pouvoir mettre en place des règles spécifiques sur les enseignes sur le domaine skiable. Contrairement aux publicités et préenseignes, les enseignes sont autorisées hors agglomération et font l'objet de la mise en place de règles. Il est souhaité traiter spécifiquement le domaine skiable afin de prendre en compte les besoins particuliers de visibilité des activités de sport d'hiver.

2. En matière de publicités et préenseignes

La zone de publicité (ZP-1 et ZP-2) :

La zone de publicité est traitée uniformément que l'on soit sur le domaine skiable (ZP-2) ou non (ZP-1) dans l'objectif d'assurer une cohérence et une préservation des paysages sur l'ensemble des secteurs agglomérés.

Afin de préserver le caractère alpin des villages et hameaux de la commune, la surface des publicités sur mur aveugle est réduite à 2,5 m² (contre 4,7 m² autorisé par le Code de l'environnement) dans l'optique



d'autoriser sur le territoire uniquement des dispositifs de petit format.

La densité publicitaire est limitée à 1 publicité par unité foncière afin d'éviter une surenchère de publicités et notamment la pose de dispositifs publicitaires sur un même mur qui entraînerait une augmentation de la présence paysagère des publicités. Les publicités et préenseignes sont également interdites sur les clôtures aveugles afin de limiter les implantations de dispositifs publicitaires et ainsi réduire leur présence paysagère.

La publicité est interdite sur les mobiliers urbains de type « abris destinés au public » qui comprennent notamment les abris-bus. La commune disposant d'abris bus esthétiques réalisés en bois et un soubassement en pierre afin de respecter le cadre architectural de la commune, il est souhaité préserver l'esthétique de ces mobiliers urbains en interdisant la pose de publicités sur ces derniers.

La publicité sur les autres mobiliers urbains est autorisée dans les conditions prévues par le Code de l'environnement qui permet un impact paysager limité de ces dispositifs. Il est notamment autorisé de la publicité sur mobilier urbain d'information locale ou générale (appelée communément « sucette » ou « Mupi ») et de la publicité sur mât porte-affiche (catégorie de mobilier urbain destinée uniquement à l'information événementielle) d'un format de 2 m². Ces dispositifs permettent à la commune de réaliser de la communication locale, générale et événementielle dans le but de répondre aux besoins des administrés.

Dans l'optique de réduire les nuisances lumineuses, la commune a fait le choix d'élargir la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 23h00 à 7h (contre 1 h-6h dans le Code de l'environnement).

A noter que dans la zone de publicité se trouve le périmètre délimité aux abords (PDA) du chalet de Charlotte Perriand inscrit au titre des monuments historiques, la commune a fait le choix de maintenir l'interdiction de publicité (interdiction relative du code de l'environnement) qui s'applique dans ce périmètre en raison de l'absence d'enjeux de publicité dans ce secteur et une volonté de préserver cette zone.

La zone hors agglomération (ZHA-1 et ZHA-2) :

Les publicités et préenseignes sont interdites hors agglomération par le Code de l'environnement.

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Les sous-zones appartenant au domaine skiable en agglomération (ZP-2) et hors agglomération (ZHA-2) sont traitées de manière identique afin de répondre aux nécessités de visibilité des activités de sport d'hiver sur l'ensemble du domaine skiable.

Toutefois, afin d'assurer la bonne intégration architecturale et paysagère des enseignes sur l'ensemble de la commune, un certain nombre de règles s'applique dans toutes les zones.

Une disposition générale est mise en place afin que l'enseigne ne doit pas par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation ne doit pas porter atteinte à la qualité de la façade, aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages ou à l'environnement. La commune pourra s'appuyer sur cette règle lors de l'instruction afin d'assurer la bonne intégration d'une enseigne. Dans le même principe, les couleurs vives, fluorescentes et agressives sont à éviter afin de privilégier des couleurs douces.



Certaines formes d'enseignes sont interdites sur la totalité du territoire comme les enseignes sur les arbres, les plantations et les enseignes sur marquise. Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont également interdites en raison de l'impact qu'elles peuvent engendrer sur les vues paysagères vers les sommets.

Les enseignes sur façade font l'objet de règles locales s'appliquant sur l'ensemble du territoire communal. Les enseignes parallèles au mur ne doivent pas dépasser l'appui des fenêtres du premier étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée. Cela permet de contenir la pose des enseignes à la façade commerciale de l'activité et limiter les implantations aux étages des façades. Afin d'assurer la bonne intégration architecturale des enseignes, de privilégier des enseignes en phase avec l'identité alpine de la commune et de développer une meilleure homogénéité des enseignes, les enseignes parallèles sont autorisées uniquement dans les conditions suivantes : si elles sont réalisées en lettres ou signes découpés ou peints, ou réalisées sur un panneau sur fond en bois ou aspect bois ou sur un panneau sur fond d'une teinte RAL 8019, pin tyrol ou mélèze (cela correspond à des teintes marron foncé). Lorsque l'enseigne est sur un panneau sur fond d'une teinte RAL 8019, pin tyrol ou mélèze, les inscriptions doivent être de couleur blanche pour permettre une bonne lisibilité et une meilleure homogénéité des enseignes.

Les enseignes sur auvent et sur garde-corps très présents sur le territoire doivent être réalisées uniquement en lettres ou signes découpés ou sur panneau sur fond en bois ou aspect au même titre que les enseignes parallèles afin d'assurer leur bonne intégration architecturale.

Lorsqu'elles sont sur un store-banne, les enseignes sont autorisées uniquement sur le lambrequin afin de privilégier des enseignes discrètes et éviter des inscriptions sur la totalité du store. Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une enseigne par façade d'une même activité afin d'éviter leur multiplication pouvant amener une présence paysagère non négligeable. Les enseignes perpendiculaires sont limitées en dimensions à une largeur de 1 mètre et à une hauteur de 1 mètre afin de privilégier des dispositifs de petit format.

Dans les secteurs n'appartenant pas au domaine skiable en et hors agglomération (ZP-1 et ZHA-1), les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à une surface de 3m^2 et une hauteur au sol de 4 mètres. Lorsqu'elles mesurent 1m^2 ou moins d' 1m^2 , elles sont limitées en nombre à un dispositif par voie bordant l'activité afin d'éviter leur multiplication. Pour rappel, lorsque ces enseignes mesurent plus d' 1m^2 , elles sont déjà limitées à une par voie bordant l'activité par le Code de l'environnement.

Sur le domaine skiable en et hors agglomération (ZP-2 et ZHA-2), les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles locales et restent donc uniquement soumises au code de l'environnement. Elles sont donc autorisées avec une surface de 6m^2 et lorsqu'elles mesurent 1 m ou moins, elles ne sont pas soumises à une limite de nombre. Cela permet d'assurer la visibilité des activités de sport d'hiver qui utilisent notamment des enseignes installées directement sur le sol de petit pour le besoin de ses activités.

De plus, il s'agit généralement de dispositifs installés uniquement lors de la saison de sports d'hiver. Cependant, afin d'assurer la bonne intégration paysagère, il est imposé que lorsqu'elles sont scellées au sol (donc lorsqu'elles sont destinées à être implanté de manière permanente toute l'année) doivent être réalisées en lettres ou signes découpés ou sur un panneau sur fond en bois ou aspect bois sur l'ensemble du territoire communal. La mise en place de cette règle permet d'assurer une cohérence réglementaire avec les enseignes parallèles et sur garde-corps.

Les enseignes sur clôture (aveugle ou non) sont limitées à une surface unitaire de 2m^2 afin de privilégier des dispositifs avec une surface réduite et ainsi interdire la possibilité de dispositifs de grand format. Les bâches sont interdites sur les clôtures pour les enseignes permanentes car il s'agit de dispositifs peu esthétiques.



Afin de limiter leurs nuisances lumineuses sur le cadre de vie des habitants de la commune, les enseignes numériques sont limitées en nombre à 1 dispositif par établissement et à une surface d'1 m². La réduction permet d'autoriser uniquement des dispositifs de petit format avec un impact réduit.

Toujours dans cette optique de réduire l'impact des enseignes numériques, elles sont autorisées uniquement s'il s'agit d'images fixes. La diffusion d'images animées et de vidéos est donc interdite en raison des nuisances lumineuses que cela occasionne.

Afin d'assurer une cohérence, les enseignes lumineuses sont soumises à la même plage d'extinction que les publicités lumineuses à savoir 23h00 – 7h. A noter que cette plage d'extinction s'applique seulement aux activités qui ont cessé. Un établissement encore ouvert durant la plage d'extinction peut conserver ses enseignes lumineuses allumées jusqu'à une heure après la fermeture de l'activité et peut les allumer une heure avant l'ouverture.

Publicité et enseigne lumineuse à l'intérieur des vitrines :

La commune des Allues a saisi l'opportunité donnée par la loi climat et résilience du 22 août 2021 permettant aux collectivités d'encadrer les publicités et les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines dans la cadre de la mise en place d'un RLP. Cela concerne notamment les écrans numériques apposés à l'intérieur des vitrines en pleine expansion sur le territoire national y compris sur la commune des Allues. Ces dispositifs sont donc soumis à la même plage d'extinction nocturne que les autres publicités et enseignes lumineuses à savoir 23h00 – 7h (aucune plage d'extinction imposée par la réglementation nationale).

Afin de limiter la pollution lumineuse et l'impact sur le cadre de vie de ces dispositifs numériques, la commune souhaite restreindre les enseignes et publicités numériques à l'intérieur des vitrines à un dispositif par activité et leur surface à 1 m². Cela permet de maîtriser leur développement et d'autoriser des dispositifs avec un impact moindre.

4. Conclusion

La population, les professionnels de l'affichage, les associations de protection de l'environnement ainsi que les personnes publiques ont été associées à l'élaboration du projet et ont pu exprimer leurs observations et propositions permettant ainsi de faire évoluer le projet désormais abouti et prêt à être soumis à enquête publique, dans le respect de la procédure fixée par le Code de l'Environnement.

