

**Élaboration du règlement local de
publicité intercommunal de la
Communauté de Communes
de Miribel et du Plateau**

Dossier d'enquête publique

Note de présentation

PREAMBULE

Conformément à l'article R123-8 alinéa 2 du Code de l'environnement, le dossier d'enquête publique comprend « en l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu ».

LES COORDONNEES DU MAITRE D'OUVRAGE

Coordonnées de l'EPCI : Communauté de communes de Miribel et du Plateau

Le responsable du projet de l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est *Isabelle MONIOTTE* en qualité de responsable Habitat et Urbanisme.

OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau.

TEXTES REGISSANT L'ENQUETE PUBLIQUE

Code de l'environnement :

Les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants.

Code de l'urbanisme :

Les articles L.153-19 et R.153-8 à R.153-10.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1er du code de l'urbanisme à l'exception de la procédure de modification simplifiée (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

L'État a émis le 8 février 2023, un avis favorable avec remarques sur le projet de règlement arrêté le 26 septembre 2022. La commission départementale nature, paysages et sites de l'Ain en formation « publicité » s'est réunie le 23 juin 2025 et a émis un avis favorable.

Conformément aux dispositions des articles L 153-16 et R 153-4 du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées ont exprimés leurs avis.

Le bilan de la concertation figure dans le dossier d'enquête publique.

Insertion de l'enquête publique dans la procédure de révision du RLP

La procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal a été engagée par délibération du conseil communautaire, en date du 20 septembre 2022.

Dans le cadre de l'association des PPA et des associations de protection de l'environnement au projet, une réunion s'est tenue le 13 janvier 2025.

Les professionnels de la publicité extérieure ont participé à une réunion le 13 janvier 2025.

Le public et les commerçants ont été conviés à deux réunions les 13 janvier et 17 février 2025.

Le bilan de la concertation a été tiré et le projet de règlement arrêté par le conseil communautaire le 18 mars 2025.

Il a été transmis pour avis, aux Services de l'Etat et Personnes Publiques Associées par courriel en date de 03/04/2025,

Il a été transmis au préfet pour avis de la commission départementale nature, paysages et sites de l'Ain par courriel en date du 03/04/2025

Le projet est soumis à enquête publique conformément au chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'environnement.

Décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête publique

A l'issue de l'enquête publique, le projet de RLPi, éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, sera soumis pour approbation au conseil de communauté.

Les différentes étapes de l'enquête publique

Saisine du Tribunal Administratif de Lyon qui désigne le 24/06/2025, sous le n° E25000097/69, Madame Marie-Thérèse ANTOINETTE-FONT en qualité de commissaire-enquêteur titulaire et M. Henri CALDAIROU en qualité de commissaire enquêteur suppléant ;

Arrêté n° A-20250718-001 du 24/07/2025 de Madame la présidente de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau portant ouverture d'une enquête publique portant sur le projet de règlement local de publicité intercommunal.

Mesures de publicités :

- Un avis informant le public de l'ouverture de cette enquête sera publié, par les soins de la Communauté de Communes de Miribel et du Plateau, quinze jours au moins avant le début de l'enquête et rappelé dans les huit premiers jours de celle-ci, dans deux journaux du département.
- Quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci, cet avis sera publié, par voie d'affichage et, éventuellement, par tous autres procédés en usage à la Communauté de Communes de Miribel et du Plateau, 238 rue des Brotteaux, 01700 MIRIBEL, siège de l'enquête ainsi que dans toutes les communes membres. Ces formalités devront être justifiées par un certificat d'affichage de la Présidente.
- Dans les mêmes conditions de délai, cet avis sera mis en ligne sur le site internet de la Communauté de Communes de Miribel et du Plateau : <https://cc-miribel.fr/> Il sera procédé, par les soins du maître d'ouvrage, à l'affichage du même avis dans les communes de la Communauté de Communes de Miribel et du Plateau.
- L'enquête publique portant sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunale se déroulera du 04/09/2025 à 10H00 au 29/09/2025 à 12H00, pour une durée de 26 jours.

Le dossier d'enquête publique et le registre d'enquête seront mis à disposition du public :

- Sur le site internet suivant : <https://cc-miribel.fr/>
- En format papier au siège de l'enquête publique ainsi que dans les communes de la communauté de communes de Miribel et du Plateau, aux jours et heures habituelles d'ouverture ;

Chacun pourra prendre connaissance du dossier et consigner éventuellement ses observations sur les registres d'enquête disponibles au siège de l'enquête publique ainsi que dans les communes de la communauté de communes de Miribel et du Plateau, aux jours et heures habituelles d'ouverture.

Les observations pourront également être présentées pendant la durée de l'enquête :

- Par courrier adresser à Madame le commissaire enquêteur, Communauté de Communes de Miribel et du Plateau, 238 rue des Brotteaux, 01700 MIRIBEL
- Par voie électronique à l'adresse suivante : rlpi@cc-miribel.fr
- En outre, les observations écrites ou orales du public seront également reçues par la commissaire enquêteur aux lieux, jours et heures qui auront été fixés.

Il est précisé que les observations et propositions du public transmises par voie postale au commissaire enquêteur sont consultables au siège de l'enquête ainsi que celle transmise par voie électronique.

A l'expiration du délai d'enquête, les registres seront clos et signés par le commissaire enquêteur. Dès réception du registre et des documents annexes, le commissaire enquêteur devra remettre au président de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau ses observations consignées dans un procès-verbal de synthèse, en l'invitant à produire dans un délai de 15 jours ses observations éventuelles. Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête, le commissaire enquêteur adressera au président de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau son rapport et ses conclusions motivées.

Ce rapport pourra être consulté à la préfecture de l'Ain, à la mairie des cinq communes et au siège de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau pendant une durée d'un an. Il sera également consultable sur les sites Internet de la mairie des cinq communes et de la Communauté de communes de Miribel et du Plateau (pendant une durée d'un an à compter de sa mise en ligne).

CONTENU DU DOSSIER D'ENQUETE PUBLIQUE

Les documents exigés dans le dossier d'enquête publique

- Art. R.123-8 du Code de l'Environnement : « 2° En l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu ; »
- Art. R.123-8 du Code de l'Environnement : « 3° La mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, plan ou programme considéré, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation ; »
- Art. R.123-8 du Code de l'Environnement : « 4° Lorsqu'ils sont rendus obligatoires par un texte législatif ou réglementaire préalablement à l'ouverture de l'enquête, les avis émis sur le projet plan, ou programme. Dans le cas d'avis très volumineux, une consultation peut en être organisée par voie électronique dans les locaux de consultation du dossier ; »
- Art. R.123-8 du Code de l'Environnement : « 5° Le bilan de la procédure de débat public organisée dans les conditions définies aux articles L. 121-8 à L. 121-15, ou de la concertation définie à l'article L. 121-16, ou de toute autre procédure prévue par les textes en vigueur permettant au public de participer effectivement au processus de décision. Lorsqu'aucune concertation préalable n'a eu lieu, le dossier le mentionne ; ».

Caractéristiques les plus importantes du projet et résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, soumis à enquête a été retenu.

Les objectifs de l'élaboration du RLPi ont été fixés par délibération du 20 septembre 2022. Ils portent sur :

- Préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère du territoire en limitant et réglementant les implantations de dispositif publicitaires, enseignes et préenseigne, mais aussi favoriser leur harmonie et leur cohérence ;

- Prendre en compte les évolutions urbaines, technologiques et réglementaires ;
- Préserver les entrées du territoire, comme le secteur du giratoire de la Dombes à Beynost et Saint-Maurice-de-Beynost ou les axes structurants du territoire comme la RD 1084 ;
- Améliorer la qualité de certaines zones d'activités situées sur des axes passant ;
- Préserver les espaces peu impactés par la publicité extérieure notamment les secteurs résidentiels et les espaces hors agglomération.

Les orientations suivantes ont été retenues :

Publicité

- Limiter la densité des dispositifs publicitaires :
Les règles de densité du RNP n'empêchent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent donc être renforcées.
- Adapter la surface des dispositifs :
La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant afin de mieux les intégrer.
- Préserver les entrées de ville :
Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être libres.
- Exiger un matériel de qualité :
Nombre de dispositifs en place sont obsolètes et ils doivent être modernisés.
- Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :
La publicité numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Elle ne peut être acceptée partout.
- Traiter la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines :
De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de publicité.
- Admettre la publicité sur mobilier urbain dans les secteurs protégés :
En raison du service rendu aux usagers, les villes doivent conserver la possibilité d'implanter raisonnablement des mobiliers urbains publicitaires, comme prévu par le Code de l'environnement.
- Élargir la plage des horaires d'extinction :
La réduction de la facture énergétique, la lutte contre la pollution lumineuse nocturne et le respect de la trame noire conduisent à imposer une plage horaire plus importante que la règle nationale.

Enseignes

- Poursuivre les efforts de respect de l'architecture :
Lorsque leur nombre et leurs dimensions sont restreintes, lorsque leur disposition est soignée, les enseignes sur façade contribuent à la mise en valeur de l'architecture et des commerces.
Il est utile d'établir des règles de cohérence d'implantation entre les enseignes perpendiculaires et les enseignes à plat. L'harmonisation d'implantation sur une façade doit être recherchée pour la valoriser.
- Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires :
La prolifération des enseignes perpendiculaires sur une même façade commerciale nuit aux perspectives car elles sont souvent disposées de manière anarchique. Ceci a pour effet d'en perturber la lecture et la compréhension.

- Harmoniser le format et la surface des enseignes scellées au sol
De bons exemples d'enseignes sont présents (totem). Cette forme doit être étendue à tout le territoire dans un esprit d'harmonisation de présentation.
- Adapter les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées : Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLP doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.
- Traiter les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines :
De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de communication.
- Fixer des horaires d'extinction :
Pour les mêmes motifs que pour la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue, avec les mêmes horaires.

Ces orientations ont permis d'établir le projet du règlement arrêté.

Sur la base des objectifs définis, des enjeux se rapportant à chaque lieu et au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, de la topographie et de l'urbanisme de la communauté de communes, il est décidé de créer une carte commune pour la publicité et les enseignes.

Le diagnostic a identifié 5 secteurs à enjeux :

- le patrimoine naturel ;
- le patrimoine bâti ;
- le réseau viaire, les entrées de ville et les points de vue ;
- les zones d'activités économiques ou commerciales ;
- les quartiers résidentiels.

Après analyse, il a été convenu de retenir **3** zones :

- Zone 1

Cette zone regroupe les secteurs les plus sensibles du territoire au regard de la protection du cadre de vie. Y sont ainsi visés les éléments naturels identifiés par les PLU (zones N, Espaces Boisés Classés et site Natura 2000), le site inscrit et le site patrimonial remarquables de Miribel. La CCMP s'est engagée dans une démarche de protection renforcée de son patrimoine architectural et paysager. Le RLPi participe à cet engagement en accompagnant la préservation des lieux par des dispositions spécifiques pour la publicité.

- Zone 2

Lieux privilégiés d'implantation de la publicité, les zones d'activités et les zones commerciales suscitent l'intérêt des annonceurs. Elles sont regroupées dans cette zone pour un traitement quasiment similaire des différents types de publicité et d'enseignes.

- Zone 3

Les quartiers résidentiels des communes sont les lieux caractérisés par de l'habitat pavillonnaire ou collectif. Les voies les parcourant supportent un trafic automobile varié et la publicité doit y avoir une place très réduite pour préserver le cadre de vie et d'en assurer une insertion harmonieuse en rapport avec les volumes bâtis.

- Hors agglomération :

Les enseignes, puisqu'elles y sont autorisées, sont soumises à certaines règles.

Les attentes de traitement en matière de publicité et d'enseignes sont distinctes, notamment au regard des protections des zones naturelles ou patrimoniales pour la publicité et de la présence d'établissements commerciaux et d'enseignes hors agglomération. Une réglementation adaptée est proposée pour chaque type de secteur.

Publicité

Dispositions générales

Au-delà des interdictions établies par la réglementation nationale, le RLPi ajoute d'autres prescriptions directement liées aux préoccupations de protection des paysages et du cadre de vie poursuivies par la CCMP.

Dérogation à l'interdiction de la publicité (article P.A)

La CCMP a fait le choix d'admettre par son RLPi la publicité dans les lieux d'interdiction relative énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement et plus spécifiquement du site patrimonial remarquable de Miribel. Ce choix s'est fondé notamment sur la nécessité de maintenir un service permettant d'assurer la protection et le confort des usagers des transports et de relayer les informations municipales auprès de la population.

Implantation et aspect des dispositifs publicitaires scellés au sol (articles P.B)

Les règles visent à garantir la qualité esthétique de ces dispositifs publicitaires. De plus, pour éviter un effet de surplomb inesthétique, une hauteur de 6 mètres s'applique par rapport à la voie la plus proche.

Accessoires (article P.C)

Le RLPi permet les accessoires disgracieux de sécurité (passerelles, échelles) visibles des voies ouvertes à la circulation publique uniquement lors des interventions d'affichage ou de maintenance du panneau.

Préenseignes temporaires (article P.D)

Pour assurer une présentation homogène, en agglomération, elles sont soumises aux mêmes règles que celles qui s'appliquent à la publicité.

Publicité sur clôture aveugle (article P.E)

La réglementation nationale interdit la publicité sur les clôtures lorsqu'elles ne sont pas aveugles. Au regard du fort impact paysager également induit par les publicités sur clôtures aveugles, de leur incidence sur le cadre de vie, et par souci de cohérence de traitement de l'ensemble des clôtures, le RLPi étend cette interdiction à toutes les clôtures, qu'elles soient aveugles ou non

Publicité sur chevalet (article P.F)

Outils de communication important pour les commerces, ils sont admis avec des restrictions de dimensions.

Dans tous les cas, ils sont soumis à autorisation d'occupation du domaine public, garantissant le respect des normes d'accessibilité et le contrôle de leur présence.

Publicité lumineuse sur toiture (article P.G)

En raison de l'impact visuel de ces dispositifs sur les perspectives environnantes et les paysages, il est décidé de les interdire.

Extinction nocturne (article P.H)

Afin d'assurer une plus grande tranquillité des habitants de la CCMP en limitant leur impact visuel, en contribuant à lutter contre le gaspillage énergétique et en réduisant la

pollution lumineuse nocturne, une règle d'extinction des dispositifs publicitaires lumineux, y compris lorsqu'ils sont supportés par du mobilier urbain, plus restrictive que la règle nationale a été instituée. Elle tient toutefois compte des obligations de service public lorsqu'elle concerne la publicité supportée par les abris-voyageurs.

Dans une approche globale du sujet et pour faciliter l'application du règlement, ces horaires s'appliquent également aux publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines.

Zone 1

La qualité des sites et lieux identifiés en zone 1 justifie des mesures de protection sévères. Elles expliquent que la publicité y soit interdite.

Trois exceptions toutefois :

Espaces boisés classés, zones N des PLU et site Natura 2000 (article P.1.2)

Le Code de l'environnement y interdit la publicité scellée au sol, mais pas la publicité murale. Dans un souci de cohérence, toute forme de publicité y est interdite.

Publicité de petit format (article P.1.3)

La jurisprudence ne permet pas de les réglementer.

Publicité supportée par le mobilier urbain (article P.1.4)

Répondant à la dérogation instaurée par l'article P.A, elle doit être contenue. Sa surface et sa hauteur sont donc limitées à celle des communes de moins de 10 000 habitants hors UU.

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines (article P.1.5)

Elle ne peut pas être interdite et donc voit sa surface cumulée limitée à 0,50 m² au regard de son impact environnemental.

Publicité numérique autre que celle située à l'intérieur des vitrines (article P.1.6)

Au regard de son impact sur l'environnement proche, elle est interdite.

Publicité sur palissade de chantier (article P.1.7)

Elle ne peut être interdite (article L.581-14 du code de l'environnement) Sa présence n'est néanmoins admise que dans la limite de deux dispositifs par palissade avec une surface limitée à 2 m²

Autres publicités (article P.1.5)

Pour prévenir d'éventuelles implantations futures, elles sont interdites.

Zone 2

Densité sur le domaine public (article P.2.2)

Une règle de densité plus contraignante que celle du RNP évite la multiplicité des dispositifs, hors mobilier urbain, sur le domaine public. Elle fait le pendant à la règle édictée sur le domaine privé.

Publicité murale (article P.2.3)

Une règle de densité limite le nombre de dispositif à 1 par unité foncière pour éviter leur multiplication sur un même site.

Pour un motif d'harmonisation entre les 4 communes appartenant à l'unité urbaine (UU) de Lyon et aux 2 autres hors UU, la hauteur sur mur ne dépasse pas 6 mètres.

Publicité scellée au sol (article P.2.4)

Comme pour la publicité murale, une règle de densité plus contraignante que celle fixée par le Code de l'environnement s'applique. Une règle d'interdistance entre deux dispositifs sur une même unité foncière est à respecter, évitant leur regroupement.

Publicité supportée par le mobilier urbain (article P.2.5)

Pour la même raison que pour la publicité murale, sa surface et sa hauteur sont limitées à celles admises dans les 2 communes hors UU.

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines (article P.2.6)

En corrélation avec les dimensions des vitrines, sa surface cumulée est limitée à 2 m².

Publicité numérique autre que celle située à l'intérieur des vitrines (article P.2.7)

Lieux d'animation et de vie commerciale, ces zones peuvent admettre de la publicité numérique dans les conditions du Code de l'environnement.

Règles spécifiques à la ZAC des Malettes (article P.2.8)

Cette zone est soumise à un cahier des charges spécifiques. Cet article en reprend les prescriptions pour éviter une double réglementation.

Zone 3

Deux des objectifs que s'est fixée la CCMP portent sur la « Préservation et l'amélioration du cadre de vie et de la qualité paysagère » et la « Préservation des espaces peu impactés par la publicité extérieure notamment les secteurs résidentiel et les espaces hors agglomération ».

Publicité murale (article P.3.2)

Sa densité est fortement réduite et sa surface sur tout le territoire est celle qui s'applique dans les 2 communes hors UU. Sa hauteur est également limitée.

Publicité scellée au sol (article P.3.3)

La majorité de grands axes traversent la zone 3. Ils sont aujourd'hui particulièrement touchés par la publicité scellée au sol. Cette forme de publicité impacte les perspectives et n'est souvent pas en relation d'échelle avec le bâti. Il a donc été décidé de l'interdire.

Publicité supportée par le mobilier urbain (article P.3.4)

Pour les mêmes raisons qu'en zone 1 et 2, sa surface et sa hauteur sont limitées.

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines (article P.3.5)

Sa surface cumulée est inférieure ou égale à 0,5 mètre carré.

Publicité numérique autre que celle située à l'intérieur des vitrines (article P.3.6)

Pour les mêmes raisons qu'en zone 1 et pour la tranquillité des habitants, elle est interdite.

Enseignes

Dispositions générales

Insertion dans l'environnement (article E.A)

Afin d'améliorer le niveau qualitatif des enseignes, le RLPi rappelle que les demandes d'autorisations ne seront acceptées que si, au-delà du seul respect des prescriptions réglementaires, leur bonne intégration dans l'environnement est garantie. Les enseignes devront donc, en toutes zones, prendre en compte et respecter la qualité des façades, des lieux avoisinants, des perspectives, du paysage en général.

Suppression des enseignes (article E.B)

La réglementation nationale impose que l'enseigne soit supprimée dans les trois mois de la cession de l'activité qu'elle signale. Il arrive toutefois que cette obligation ne soit pas respectée et il est alors difficile pour l'autorité de police de retrouver l'occupant du local défaillant pour lui imposer cette obligation. Le règlement complète cette obligation en faisant également peser sur le propriétaire l'obligation de les faire supprimer.

Enseignes sur les arbres et les haies (article E.C)

À la différence de la publicité, le RNP n'interdit pas l'installation des enseignes sur les arbres. Dans un souci de protection du patrimoine végétal, le RLPi soumet les enseignes au même régime d'interdiction sur les arbres et les haies.

Enseignes sur balcon, balconnet, garde-corps, auvent ou marquise (article E.D)

Structures rapportées sur les façades, ces éléments n'ont pas vocation à soutenir des enseignes. Elles y sont interdites.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins de 1 m² hors chevalet ou porte-menu (article E.E)

Les enseignes au sol d'une surface inférieure ou égale à 1 m² ne sont pas soumises à une règle de densité par le RNP. L'objectif est notamment de limiter une prolifération excessive de ce type de dispositifs du fait de l'absence de réglementation, et pouvant porter atteinte à la qualité paysagère. Elles sont donc interdites.

Enseignes sur clôture aveugles ou non (article E.F)

Dans le souci de présenter des interfaces entre espaces publics et privés de qualité, l'interdiction d'apposer des enseignes sur des clôtures aveugles ou non s'applique lorsque l'enseigne sur façade n'est pas suffisamment visible depuis la voie publique. Pour éviter tout excès, leur surface unitaire est limitée à 1,5 m².

Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol (article E.G)

Le RLPi prévoit des dispositions visant à garantir la qualité esthétique des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Ces mesures ont notamment vocation à alléger l'impact visuel de la structure sur son environnement. Un gabarit est imposé pour ces dispositifs : une hauteur au moins égale à deux fois leur largeur, de manière à présenter une forme de totem. Le format vise à une harmonisation de leur aspect, et une distinction plus aisée des enseignes par rapport aux panneaux publicitaires.

Les établissements installés sur la même unité foncière doivent regrouper leur message sur un support unique pour éviter la multiplication des dispositifs.

Chevalets et porte-menus (article E.H)

Soutiens actifs du commerce local, ils sont cependant limités à un dispositif par voie bordant l'établissement. Pour faciliter l'application du règlement, leurs dimensions sont identiques à celles des chevalets publicitaires.

Enseignes à faisceau de rayonnement laser (article E.I)

Ces enseignes, dont les faisceaux très puissants sont dirigés vers le ciel, vont à l'encontre de la lutte contre la pollution lumineuse nocturne. Elles sont donc interdites.

Enseignes temporaires (article E.J)

Régies uniquement en durée d'exposition, il a été jugé intéressant d'y fixer les mêmes règles qu'aux autres enseignes pour simplifier la mise en application du règlement.

Horaires d'extinction (article E.K)

À l'instar de la publicité lumineuse, afin de contribuer à la lutte contre la facture énergétique et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLPi prévoit une règle d'extinction pour les enseignes. Par souci de cohérence, la plage horaire d'extinction retenue pour les enseignes est donc également fixée de 22 h à 7 h. Intégrant la possibilité offerte par la loi Climat et Résilience, les enseignes situées à l'intérieur des vitrines suivent le même régime.

Zone 1

Enseignes sur façades (article E.1.2)

Enseigne en applique

La qualité patrimoniale des secteurs inclus dans cette zone justifie que des mesures spécifiques soient établies. Leur positionnement sur le bandeau et leur alignement sur la devanture sont des garanties de bonne intégration dans la façade. Les établissements situés exclusivement en étage doivent pouvoir se signaler et répondent à des règles spécifiques.

Enseignes perpendiculaires

Dans cette même recherche de qualité, une limitation des enseignes perpendiculaires à une seule par façade et par voie ouverte à la circulation, a notamment été retenue. Le principe d'alignement de l'enseigne perpendiculaire avec les enseignes parallèles contribue à cette recherche.

La hauteur et la saillie sont par ailleurs encadrées de manière à permettre une meilleure intégration.

Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol (article E.1.3)

Pour être en relation d'échelle avec un patrimoine à préserver, leur surface est limitée à 2 m².

Enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines (article E.1.4)

Dans cette zone, les vitrines sont généralement de petites dimensions.

Généralisant le même impact environnemental que la publicité, les mêmes règles de surface cumulée s'y appliquent.

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu (article E.1.5)

Les enjeux patrimoniaux de la zone conduisent à leur interdiction.

Enseignes numériques (article E.1.6)

Au regard de son impact sur l'environnement proche, comme pour la publicité, elles sont interdites.

Zone 2

Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol (article E.2.2)

L'urbanisme de cette zone autorise à maintenir la règle du Code de l'environnement sans modification.

Enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines (article E.2.3)

Le même dispositif peut exposer alternativement une enseigne ou une publicité. Ne pouvant les interdire, un traitement similaire à la publicité en zone P2 a été retenu et limite leur surface cumulée à 2 m².

Enseignes numériques situées à l'extérieur des vitrines (article E.2.4)

Pour éviter leur prolifération et leur impact, la surface est limitée.

Règles spécifiques à la ZAC des Malettes (article E.2.5)

Cette ZA ayant un cahier des charges spécifique pour les enseignes, l'article en reprend les prescriptions pour éviter une double réglementation.

Zone 3

Enseignes sur façades (article E.3.2)

Enseigne à plat

Les prescriptions du Code de l'environnement ne nécessitent pas de restrictions car elles encadrent suffisamment les enseignes de cette zone.

Enseignes perpendiculaires

Les règles touchent essentiellement à la densité et aux dimensions pour supprimer les implantations anarchiques constatées sur ce type d'enseignes.

Enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol (article E.3.3)

L'environnement urbain est à même de supporter des enseignes de surface conforme avec celle du Code de l'environnement.

Enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines (article E.3.4)

Dans cette zone, les vitrines sont généralement de petites dimensions.

Leur surface reprend celle fixé en en zone 1.

Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu (article E.3.5)

Très peu présentes dans cette zone à dominante résidentielle, elles ne trouvent pas leur place dans les perspectives.

Enseignes numériques situées à l'extérieur des vitrines (article E.3.6)

Pour les mêmes raisons qu'en zone 1, elles sont interdites.

Hors agglomération

Contrairement à la publicité, les enseignes sont autorisées hors agglomération.

Les prescriptions de la zone 3 sont suffisantes pour éviter tout excès.