



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI)

RAPPORT DE PRÉSENTATION

NOVEMBRE 2025

INTRODUCTION	4
1.1 CONTEXTE LEGISLATIF.....	4
1.2 INTERET D'UN RLPI	4
1 : LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RLPI.....	5
1.1 LES PRINCIPALES ETAPES DE LA PROCEDURE.....	5
1.2 LES PIECES CONSTITUTIVES DU RLPI	8
1.2.1 <i>Le rapport de présentation</i>	8
1.2.2 <i>Le règlement</i>	8
1.2.3 <i>Les annexes</i>	8
1.3 LE CHAMP D'APPLICATION MATERIEL	8
1.3.1 <i>La publicité</i>	9
1.3.2 <i>L'enseigne</i>	10
1.3.3 <i>La préenseigne</i>	11
1.3.4 <i>Le cas particulier des préenseignes dérogatoires</i>	12
1.3.5 <i>L'affichage d'opinion</i>	13
1.3.6 <i>Les bâches</i>	15
1.3.7 <i>La publicité de petit format</i>	15
1.3.8 <i>La publicité sur véhicules terrestres</i>	16
1.3.9 <i>Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation</i>	17
2 : ANALYSE TERRITORIALE	18
2.1 PRESENTATION DU TERRITOIRE.....	18
2.2 LES PAYSAGES.....	18
2.3 LE PATRIMOINE NATUREL	19
2.4 LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL.....	22
2.5 LE RESEAU VIAIRE	25
2.6 LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES	27
2.7 LES ZONES RESIDENTIELLES	29
2.8 SYNTHESE DES SECTEURS A ENJEUX	30
3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES	32
3.1 LE CHAMP D'APPLICATION GEOGRAPHIQUE.....	32
3.1.1 <i>La population de référence (INSEE)</i>	32
3.1.2 <i>Définition de l'agglomération</i>	32
3.1.3 <i>Définition de la communauté d'agglomération (INSEE)</i>	32
3.1.4 <i>Définition de l'unité urbaine (INSEE)</i>	32
3.2 LA NOTION D'AGGLOMERATION	35
3.3 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES A LA PUBLICITE	38
3.3.1 <i>Les interdictions relatives ou absolues</i>	38
3.3.2 <i>La surface de la publicité</i>	40
3.3.3 <i>Les principales règles applicables à la publicité murale</i>	40
3.3.4 <i>Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol</i>	40
3.3.5 <i>Le régime applicable au mobilier urbain</i>	41
3.3.6 <i>Le régime applicable à la publicité numérique</i>	41
3.3.7 <i>La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines</i>	42
3.3.8 <i>La publicité sur véhicules terrestres</i>	42
3.3.9 <i>La publicité sur bâches</i>	42
3.3.10 <i>La règle nationale de densité</i>	43
3.3.11 <i>L'obligation d'extinction nocturne</i>	43
3.4 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES	44
3.4.1 <i>Les principales règles applicables à l'enseigne murale</i>	44
3.4.2 <i>Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol</i>	45
3.4.3 <i>Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse</i>	46
3.4.4 <i>Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines</i>	46
3.4.5 <i>Les règles d'extinction nocturne</i>	47
3.5 LE POUVOIR DE POLICE	47

3.6	LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP DE NEYRON	48
4 : LE DIAGNOSTIC	49
4.1	METHODE DE RECENSEMENT	49
4.1.1	<i>Publicité</i>	49
4.1.2	<i>Enseignes</i>	50
4.2	LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITE	51
4.2.1	<i>La publicité sur le territoire</i>	51
4.2.2	<i>La publicité sur mobilier urbain</i>	53
4.2.3	<i>La publicité hors mobilier urbain</i>	55
4.3	LA LEGALITE DES DISPOSITIFS	59
4.3.1	<i>La publicité au regard du RNP</i>	59
4.3.2	<i>Les enseignes au regard du RNP</i>	64
4.4	LES CONSTATS POUR LA PUBLICITE	67
4.4.1	<i>Hors agglomération</i>	67
4.4.2	<i>Le patrimoine naturel</i>	67
4.4.3	<i>Le patrimoine architectural</i>	68
4.4.4	<i>Le réseau viaire</i>	69
4.4.5	<i>Les zones d'activités ou commerciales</i>	70
4.4.6	<i>Les secteurs résidentiels</i>	71
4.4.7	<i>Les autres constats</i>	72
4.5	LES CONSTATS POUR LES ENSEIGNES	74
4.5.1	<i>Le patrimoine bâti</i>	74
4.5.2	<i>Le réseau viaire</i>	78
4.5.3	<i>Les zones d'activités</i>	81
4.5.4	<i>Les quartiers résidentiels</i>	85
4.5.5	<i>Autres constats pour les enseignes</i>	89
4.6	SYNTHESE DES CONSTATS	94
5 : LES ORIENTATIONS	95
5.1	LES OBJECTIFS	95
5.2	LES ORIENTATIONS POUR LA PUBLICITE	96
5.3	LES ORIENTATIONS POUR LES ENSEIGNES	97
6 : EXPLICATION DES CHOIX	98
6.1	ZONAGE	98
6.1.1	<i>Le Choix de la zone 1</i>	98
6.1.2	<i>Le choix de la zone 2</i>	98
6.1.3	<i>Le choix de la zone 3</i>	98
6.2	LES RÈGLES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ	98
6.2.1	<i>Dispositions générales</i>	99
6.2.2	<i>Zone P 1</i>	100
6.2.3	<i>Zone P 2</i>	100
6.2.4	<i>Zone P 3</i>	101
6.3	LES RÈGLES APPLICABLES AUX ENSEIGNES	101
6.2.1	<i>Dispositions générales</i>	101
6.3.2	<i>Zone E 1</i>	103
6.3.3	<i>Zone E 2</i>	103
6.3.4	<i>Zone E 3</i>	104
6.3.5	<i>Hors agglomération</i>	104

INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE LEGISLATIF

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

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi).

1.2 INTERET D'UN RLPI

La caducité

Actuellement, seule la ville de Neyron dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal.

Approuvé le 7 mai 2019, il est opposable jusqu'à l'approbation du RLPI.

Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire :

Les règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi) sont de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser sur leur territoire l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicité, enseignes et préenseignes.

Les RLPI s'inscrivent dans une vision stratégique d'aménagement. Ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie. Ils renforcent l'identité du territoire.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLPI sera établi.

Le RLPI institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLPI peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et les sites Natura 2000.

1 : LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RLPI

1.1 LES PRINCIPALES ETAPES DE LA PROCEDURE

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

L'arrêté préfectoral du 05/07/2022 intègre aux statuts de la Communauté de Communes de Miribel et du Plateau (CCMP) la compétence « élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal ».

La délibération de prescription du RLPI en date du 20 septembre 2022 a précisé les objectifs poursuivis et a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPI (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Ces objectifs sont :

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

La concertation avec le public se déroulera de la prescription du RLPI jusqu'à la phase « bilan de la concertation et arrêt du projet de RLPI ».

Les modalités de la concertation avec le public seront les suivantes :

- Mise à disposition d'un registre à la CCMP ;
- Information sur les sites internet de la CCMP et des 6 communes ;
- Mise à disposition d'une adresse électronique ;
- Possibilité pour le public d'envoyer ses observations par courrier à la CCMP ;
- Organisation d'au moins une réunion publique afin d'informer le public et les professionnels.

Au-delà de cette concertation avec le public, les personnes publiques associées et les services de l'État seront associés à la démarche, conformément aux articles L.132-7 et suivants du Code de l'urbanisme.

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du projet de règlement peut être organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil d'agglomération.

Concomitamment à la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation est tiré.

Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

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

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Une nouvelle conférence intercommunale tire le bilan de toute la procédure et le projet de RLPI est définitivement approuvé par le conseil d'agglomération.

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

	RNP ou modification de dispositif	RLPI
Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation



Schéma de la procédure du RLPi

1.2 LES PIECES CONSTITUTIVES DU RLPI

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

1.2.1 Le rapport de présentation

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

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

1.2.2 Le règlement

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

1.2.3 Les annexes

Les annexes sont constituées :

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones et, le cas échéant les périmètres identifiés⁽¹⁾ existants, dans le rapport de présentation et le règlement ;
- des arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes membres de l'agglomération ;
- des documents graphiques les matérialisant.

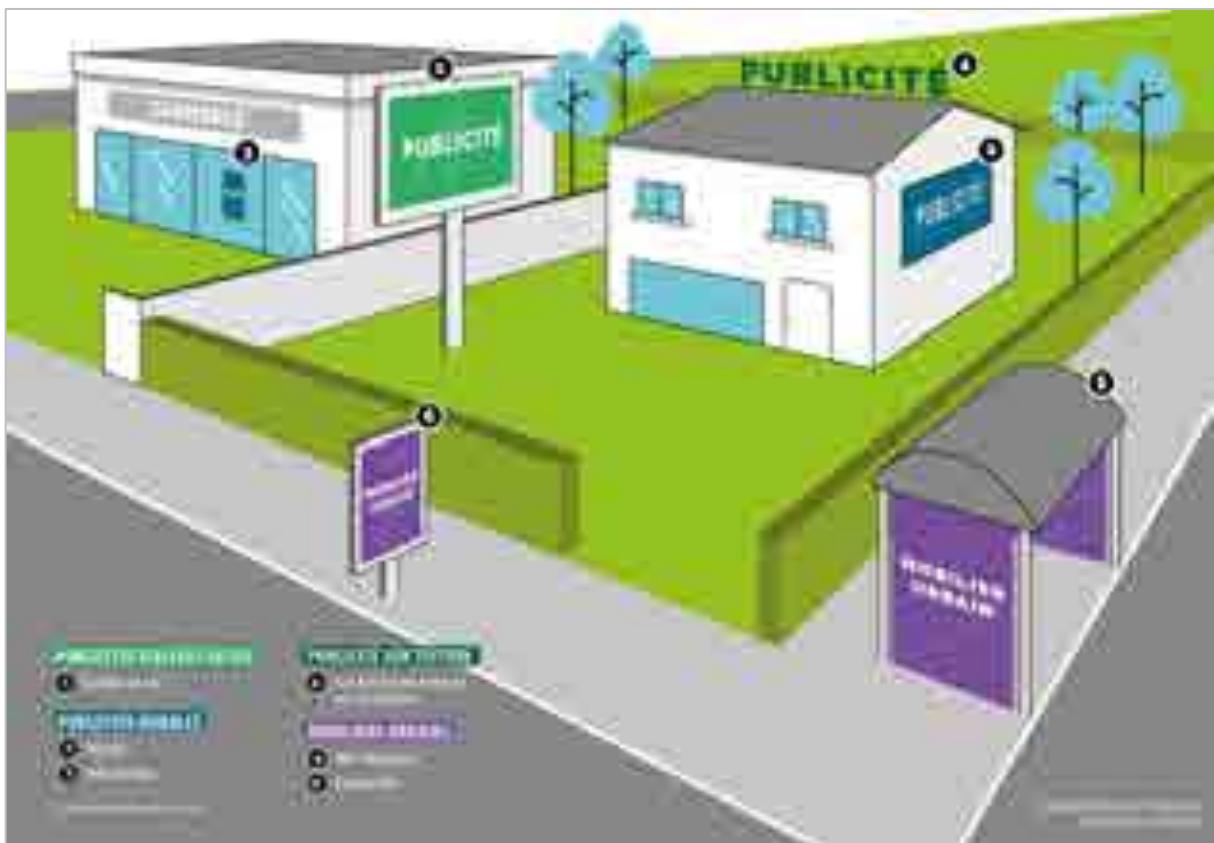
1.3 LE CHAMP D'APPLICATION MATERIEL

L'article L.581-2 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées : la publicité, les enseignes et les préenseignes.

¹ Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement).

1.3.1 La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité suivant :

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

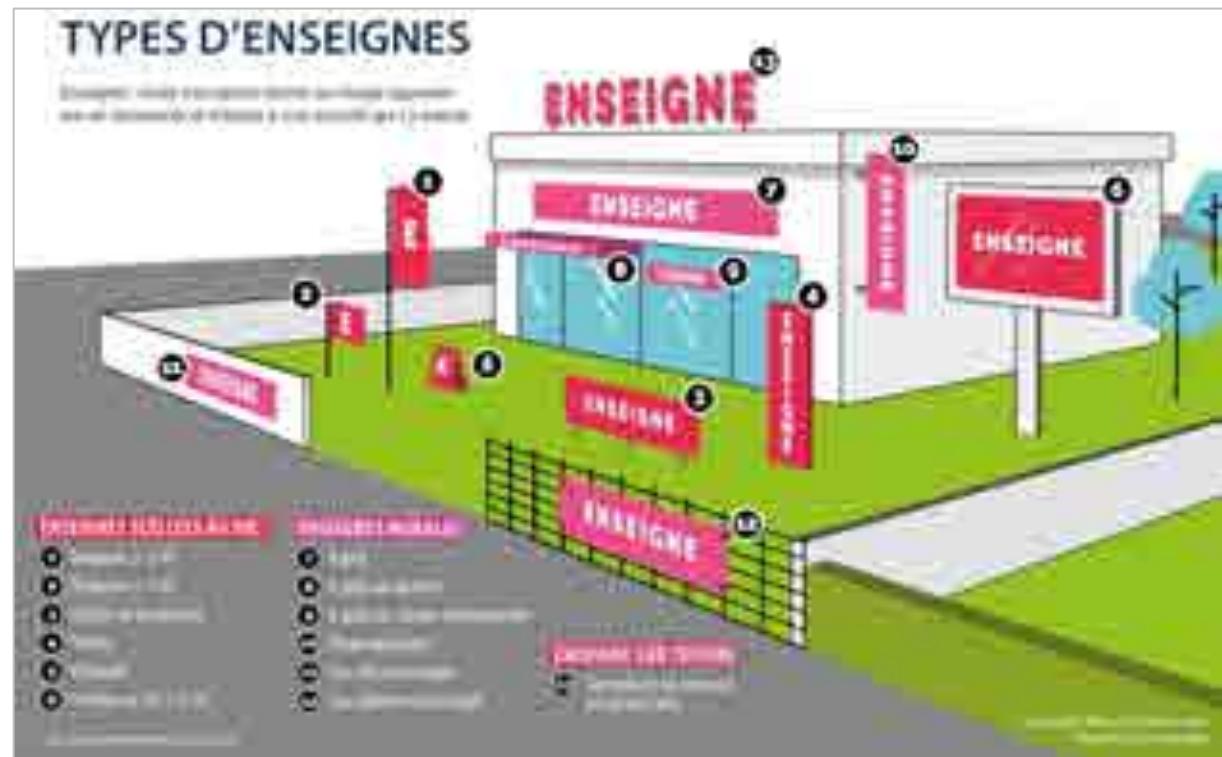
Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune d'implantation et de son appartenance à une unité urbaine.

1.3.2 L'enseigne

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode ou de leur lieu d'implantation :

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

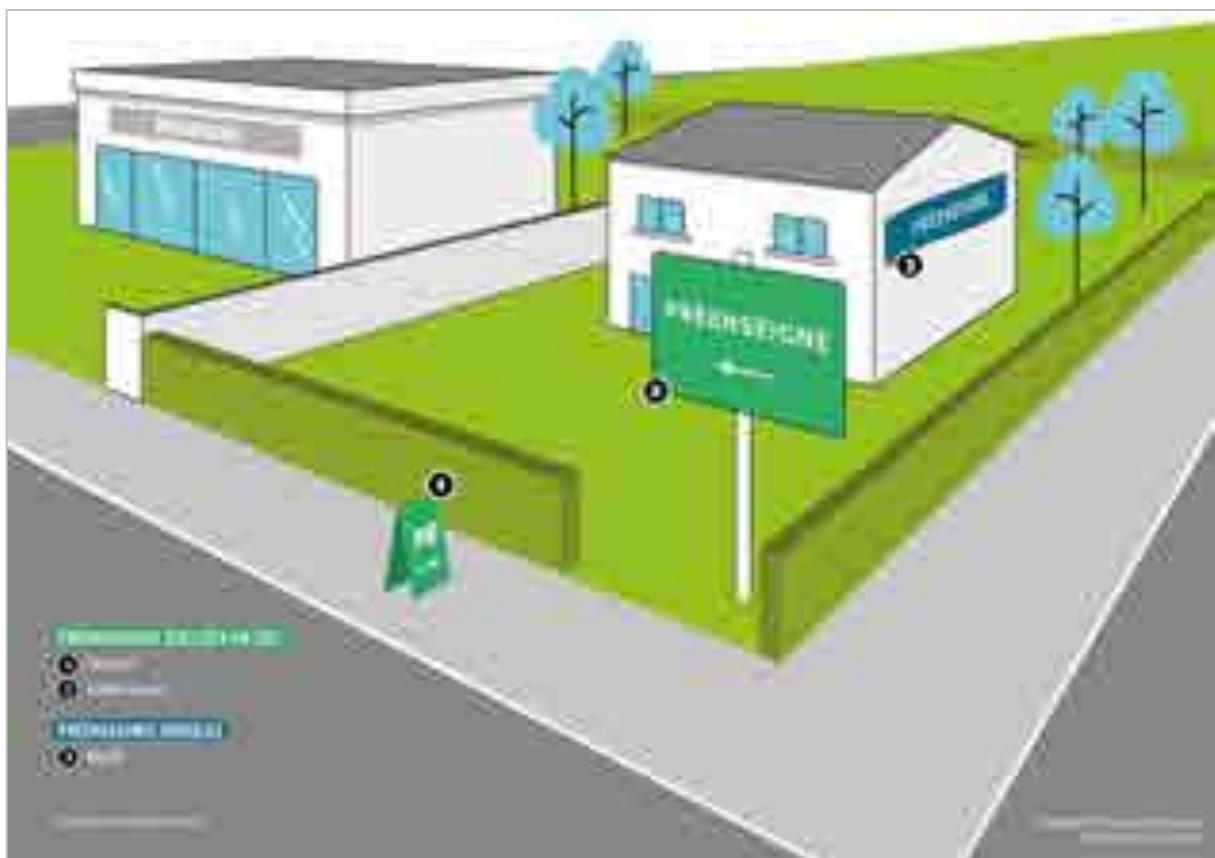


1.3.3 La préenseigne

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

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

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



1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Seules les préenseignes dérogatoires (articles L.581-19 et R.581-66 et 67 et article 3 de l'arrêté du 23 mars 2015) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. Par dérogation à l'interdiction, elles sont implantées hors agglomération.

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

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Elles sont soumises à des conditions de format, de distance par rapport à l'entrée de la commune ou du lieu où est exercée l'activité et de nombre par rapport à l'activité signalée :

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1m (h) x 1,5 m (L) Hauteur < à 2,2 m	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



Préenseigne dérogatoire (Tramoyes)

1.3.5 L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble de son territoire des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

La surface minimale ainsi réservée est de :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m ²
De	A	
0	2 000	4
2 001	4 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m ² par tranche supplémentaire de 10 000

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal.

La surface à mettre à disposition dans chacune des communes est la suivante :

COMMUNE	Population (source INSEE en vigueur au 1er janvier 2020)	Surface Affichage libre
Beynost	4721	8
Miribel	10075	17
Neyron	2576	6
Saint-Maurice de-Beynost	4006	8
Thil	1113	4
Tramoyes	1724	4



Panneau d'affichage d'opinion - Miribel

1.3.6 Les bâches

Les bâches de chantier sur échafaudage ou publicitaires peuvent être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis ou accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'il est requis.



Bâche de chantier (photo prise en dehors du territoire)



Bâche publicitaire (photo prise en dehors du territoire)

1.3.7 La publicité de petit format

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

Selon l'article R.581-57 du Code de l'environnement, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m². La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m².



Publicité de petit format (photo prise en dehors du territoire)

1.3.8 La publicité sur véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (article R. 581-48 du Code de l'environnement).



Véhicule publicitaire (photo prise en dehors du territoire)

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

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement. Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain ne comportant aucune publicité.



Signalisation routière



Signalisation d'Information locale (SIL) – Beynost



Relais Informations Service (RIS) - Miribel



Journal électronique d'information (JEI) - Tramoyes

2 : ANALYSE TERRITORIALE

2.1 PRESENTATION DU TERRITOIRE

La communauté de commune de Miribel et du Plateau est une intercommunalité de six communes localisées dans le sud du département de l'Ain à la frontière du Rhône et l'Isère. Le nom de la communauté de communes fait référence d'une part aux communes se trouvant dans le canton de Miribel et d'autre part au plateau de la Dombes sur lequel est situé la commune de Tramoyes ainsi que l'agglomération des Echets (à Miribel).

La commune de Miribel est située à 13 km de la ville de Lyon, et 4 des communes de la communauté de communes appartiennent à l'unité urbaine de Lyon.



Miribel est la seule commune de plus de 10 000 habitants de la communauté de communes. Elle est aussi la seule des communes à posséder 3 secteurs agglomérés, le centre, le Mas Rilier et les Echets au nord de la commune sur le plateau de la Dombes. De fait, aucune de ces trois agglomérations ne fait plus de 10 000 habitants.

2.2 LES PAYSAGES

L'atlas des paysages du département de l'Ain distinguent 34 unités paysagères propres au territoire. La communautés de commune de Miribel et du Plateau se répartie sur 3 d'entre elles.

Unité de la Dombes ouverte (N°10)

Historiquement maillés de haies, les paysages de l'extrême ouest du plateau dombiste se sont ouverts avec le développement de grandes cultures céréalières. Les quelques vallons dessinés

par les cours d'eau (Calonne, Formans, Morbier, etc.) créent des brèches, accompagné de leurs risylves, qui contrastent avec les étendues ouvertes.

Les villages, initialement ruraux, subissent une pression foncière entraînant un étalement urbain causé par la proximité avec la Métropole Lyonnaise.

Les infrastructures autoroutières et ferroviaires, ainsi que les lignes à Haute Tension dessinent les horizons au même titre que les arrière-plans montagneux des Monts du Mâconnais et du Beaujolais

Cette unité paysagère définit les paysages des communes de Beynost (au nord), Saint-Maurice-de-Beynost (au nord), Miribel (Les Echets) et Tramoyes.

Unité de la Côte de l'Ain et du Rhône (N°13)

La Côte de l'Ain présente un puissant talus, découpé d'assez nombreux talwegs.

Au sommet de la Côte de l'Ain, la vue s'ouvre vers le plateau sur le liseré des champs et des cultures maraîchères mais aussi vers les grandes étendues agricoles de la plaine ponctuées d'implantations industrielles.

Les noyaux anciens des villes et villages sont situés au pied de la côte (parfois auprès d'un cours d'eau : la Sereine, le Cotey...). L'implantation a pu aussi se faire sur des terrasses ou à mi-pente pour échapper aux caprices de l'Ain ou du Rhône.

La Côte de l'Ain, autrefois longée par une voie romaine, est desservie d'ouest en est par des petites routes qui longent combes et creux des talwegs. La route départementale et la voie ferrée reliant Lyon à Ambérieu longent la Côte de l'Ain.

Cette unité paysagère définit les paysages des communes de Saint-Maurice-de-Beynost, Beynost, Miribel et Neyron.

Unité de la plaine de l'Ain et du Rhône (N°11)

La confluence de l'Ain et du Rhône, un des derniers deltas naturels et actifs d'Europe est un site classé et préservé pour son intérêt paysager et biologique.

De grandes exploitations ont créé un paysage ouvert de grandes cultures où domine le maïs, avec l'organisation d'une irrigation collective (qui profite depuis peu, en quantité infinitésimale, du débit du fleuve).

Les implantations bâties se sont d'abord réalisées sur des terrasses en bord de Côte de l'Ain ou pour échapper aux caprices de l'Ain ou du Rhône. Ainsi des vestiges gallo-romains indiquent la présence de villas (résidence et exploitation agricole) sont présents à proximité de Lyon (Beynost, ...).

Aujourd'hui, l'urbanisation sous pression cerne la Côte de l'Ain et s'allonge au pied de la Côte de l'Ain, avec des bâtiments d'activités qui s'étirent en façade des axes routiers. L'étalement urbain semble se développer sans freins apparents le long des axes de circulation, dans une longue conurbation qui rejoint la métropole lyonnaise.

2.3 LE PATRIMOINE NATUREL

Le territoire hérite d'un patrimoine naturel riche visible à travers la diversité des paysages précédemment détaillée. Cela se traduit également dans la volonté politique de vouloir protéger ces espaces, car ils sont le socle d'une forte identité. Le code de l'environnement s'appuie sur ces protections juridiques existantes afin de protéger ces lieux de la pollution visuelle et notamment de la publicité extérieure.

Le **PLU** de chacune des communes classent des zones N (naturelle) et les EBC afin de protéger particulièrement les cours d'eau et leurs abords, principalement le Rhône, les espaces boisés et les forêts, les marais au nord ...

Le réseau **Natura 2000** a pour objectif de préserver la biodiversité sur le territoire et de mettre en valeur le patrimoine des territoires de l'union européenne. Sur le territoire de la communauté de communes, 2 zones Natura 2000 :

- **Pelouse, milieux alluviaux et aquatiques de l'île de Miribel-Jonage (FR8201785)**

L'île de Miribel-Jonage, située en zone péri-urbaine au nord-est de l'agglomération lyonnaise, constitue une entité artificielle, délimitée par deux canaux :

- au nord : le canal de Miribel créé en 1850 pour la navigation (activité disparue),
- au sud : le canal de Jonage créé en 1900 pour la production hydro-électrique.

Ces aménagements ont fortement modifié la nature du site, qui était l'un des plus grands bassins de tressage de la vallée du Rhône (existence de dizaines d'îles instables).

Ce site est exceptionnel car il abrite encore de rares milieux témoins de ce qu'était le fleuve naturel avant son aménagement. Le canal de Miribel, simplement bordé d'enrochements, a retrouvé au cours des décennies une physionomie diversifiée favorable à un grand nombre d'espèces piscicoles.

- **La Dombes (FR8201635)**

La Dombes est un plateau marqué par une multitude d'étangs alimentés par les précipitations. Les étangs sont de création artificielle dont la plus ancienne remonte au XIII^e siècle. Il y a actuellement environ 1100 étangs répartis sur 67 communes du département de l'Ain. Ces étangs sont alimentés par les eaux de ruissellement et les pluies. Pour compléter leur remplissage, il s'est établi au fil du temps un système de chaîne d'étangs dont le fonctionnement dépend de l'accord de tous les propriétaires.

Une partie de l'originalité de la Dombes vient de l'exploitation traditionnelle des étangs qui fait alterner deux phases : l'évolage (phase de mise en eau des étangs) et l'assèc (avec en général mise en culture). Cette pratique a favorisé l'extension de milieux de grèves riches en plantes rares en région Rhône-Alpes.

Des sites protégés par la loi

Depuis 1906, l'État mène une politique nationale de protection renforcée avec la loi du 2 mai 1930 « organisant la protection des sites et des monuments naturels de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque ». Cette politique centenaire, menée sur le terrain par les Inspecteurs des sites des Directions régionales de l'environnement, de l'aménagement et du logement, permet à la France de se prévaloir d'un patrimoine paysager d'une qualité et d'une diversité remarquables.

Le Marais des Echets se situe au nord du territoire, sur les communes de Miribel, de Tramoyes et de Mionnay. Il a une superficie de 1 000 ha dont 700 ha sont asséchés et dont une faible partie est protégée (23 ha) en tant que site naturel inscrit. Il a également, depuis 2007, le statut de ZNIEFF (sur 56 ha).



RLPI
Réseau des lieux de la biodiversité

LE PATRIMOINE NATUREL



2.4 LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Les sites patrimoniaux remarquables (SPR)

Les SPR ont pour objectifs de protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural, urbain et paysager de nos territoires. Les sites patrimoniaux remarquables sont des servitudes d'utilité publique c'est-à-dire instituées par une autorité publique dans un but d'intérêt général. Les sites patrimoniaux remarquables se substituent aux anciens dispositifs de protection : secteurs sauvegardés, zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).

Seule la commune de Miribel bénéficie de la présence d'un SPR. Celui-ci valorise trois aspects du centre-ville :

- **Le secteur d'intérêt architectural et urbain (S1)**

Les secteurs S1 concentrent au sein d'un tissu bâti dense et qualitatif de nombreux édifices de grande qualité architecturale. Le centre-ville de Miribel est la composante majeure du paysage de la commune. Les hameaux de Saint-Martin et du Mas Rillier accompagnent ce centre-bourg, en conservant toutefois une identité propre. Le centre historique de la commune se situe autour des remparts de la Vieille-Ville et de son château fortifié, dont les vestiges accueillent depuis 1941 le Carillon et la Madone, édifices devenus emblématiques de la commune (un projet est en cours pour la requalification du site de la Madone). Ces secteurs S1 comprennent plusieurs immeubles protégés au titre des Monuments Historiques.

Ces secteurs se caractérisent par des rues, ruelles, venelles et cheminements anciens, soulignés par des alignements de façades et des cônes de vue d'intérêt patrimonial majeur.

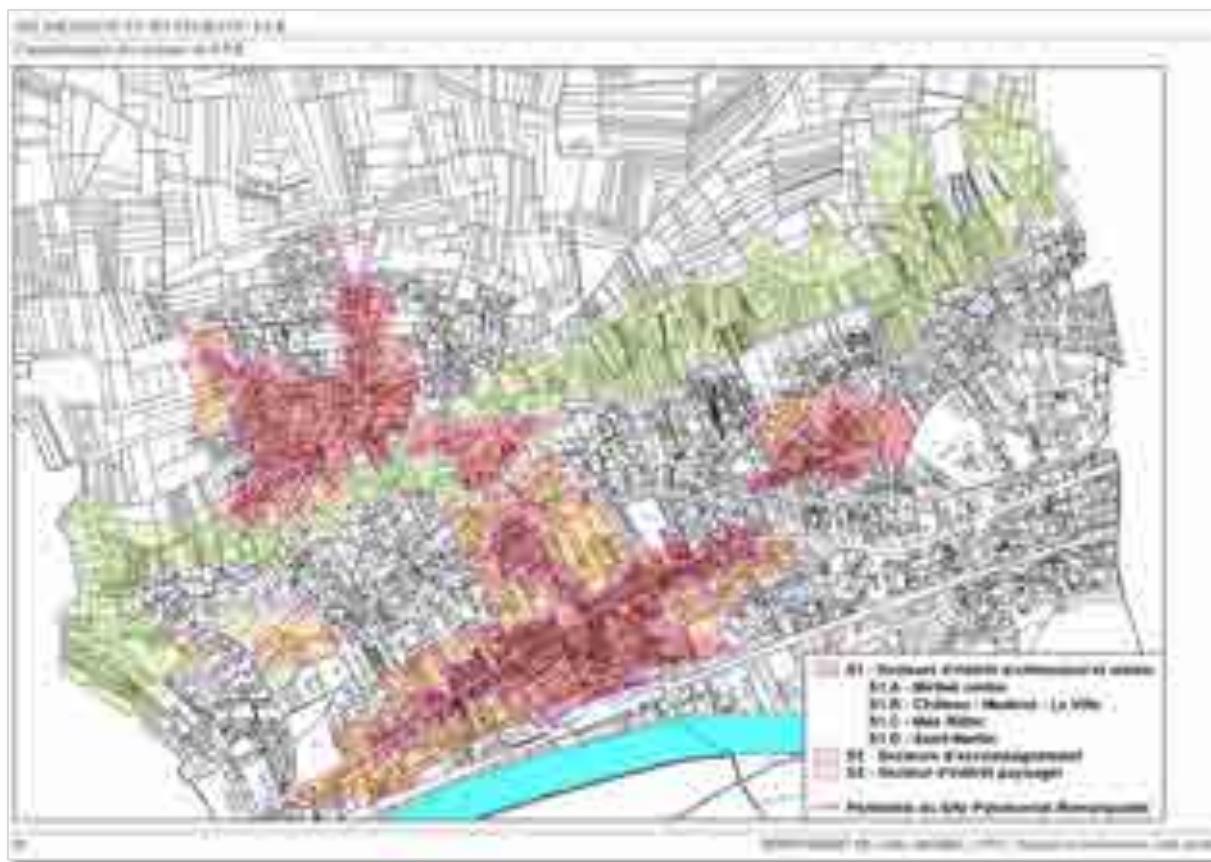
- **Les secteurs d'accompagnement (S2)**

Les faubourgs de Miribel se développent à l'est et à l'ouest du centre-bourg, et sur les pentes de la Côtière. Malgré leur proximité avec le centre-historique, ils présentent des caractéristiques différentes et constituent un véritable enjeu pour les entrées de ville ou pour la lisibilité de la ville dans son territoire. Accompagnant le Miribel historique et les secteurs de plus forte densité, ces faubourgs comprennent plusieurs édifices remarquables, demeures de maître et bâtiments plus récents de qualité, témoins de l'essor de la commune depuis le XIXe siècle.

- **Les secteurs d'intérêts paysagers (S3)**

Caractérisé par sa topographie, par l'emprise de l'ancien château de Miribel et de ses murs d'enceinte préservés, ce secteur est remarquable par l'écrin paysager qu'il peut offrir à la ville historique et son patrimoine du XXe siècle (Carillon et Madone).

Il comprend des zones peu bâties, à forte pente (préservation en zone naturelle autour des anciennes fortifications, du secteur de La Ville et, au-delà, jusqu'aux extrémités ouest et est du territoire communal). Le secteur compte néanmoins certaines zones récemment urbanisées, concernées par un mitage du territoire et un développement pavillonnaire. Boisement, parcs, jardins et prairies donnent un aspect naturel à l'ensemble. Les murs de soutènement, les allées et promenades piétonnes à flanc de coteau sont autant d'éléments significatifs de ce secteur dont les caractéristiques paysagères et perspectives remarquables doivent être préservées.



Les monuments historiques

Miribel est la seule commune possédant des monuments inscrits ou classés au titre des monuments historiques.

Il a été recensé 4 monuments historiques, 3 inscrits et 1 classé.

APPELATION	TYPE	CATÉGORIE	LOCALISATION	PROTECTION
Vierge du Mas-Rillier	Immeuble	architecture religieuse	Miribel	Inscrit
Carillon du Mas Rillier	Immeuble	architecture religieuse	Miribel lieu-dit Le Châtel	Inscrit
Calvaire-fontaine	Immeuble	édicule	Miribel place Henri Grobon	Inscrit
Eglise Saint-Martin (ancienne) Bas-relief encastré dans la façade Ouest	Partie d'immeuble	architecture religieuse	Miribel	Classé

Les périmètres délimités des abords des monuments historiques impactent des espaces urbains au-delà du périmètre du SPR. L'emprise du patrimoine architectural s'étend alors sur la quasi-totalité de la ville de Miribel.

**Monument Historique**

- ★ Château
- Hôtel
- Villes communales aménagées à l'PPU
- Habitat ancien
- Agglomération
- Zone commerciale



2.5 LE RESEAU VIAIRE

Le réseau viaire de la communauté de commune est assez bien structuré en raison de sa proximité avec la ville de Lyon (13 km environ).

L'ensemble des communes sont desservies par le réseau autoroutier, principalement par l'A42 et l'A432 mais aussi par l'A46 aux Échets au nord de Miribel.

La D1084 représente l'artère principale car elle traverse la continuité agglomérée de Neyron, Miribel, Saint-Maurice-de-Beynost et Beynost, elle permet aussi d'accéder à l'A42 au sud de Beynost via la D1084A.

Un système de réseau intercommunal constitue le réseau secondaire de la communauté de commune. Il facilite les déplacements entre les communes sans emprunter les axes à fort trafic.

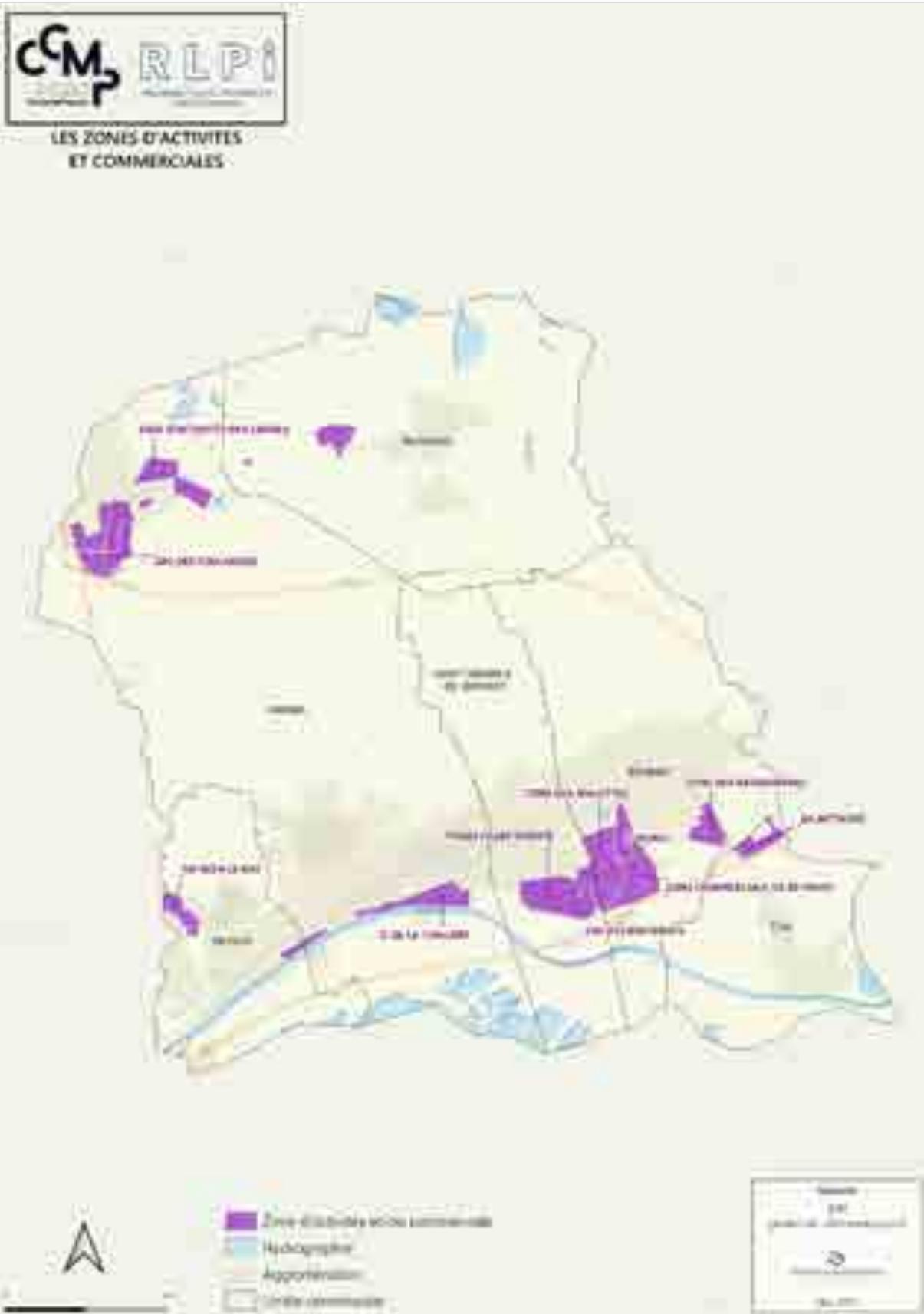


2.6 LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Le territoire compte 21 zones d'activités (mentionnées comme zone Ux aux différents PLU pour la plupart). Elles sont principalement mixtes même s'il y a une forte présence d'industries (Toray Films Europe, Dachser, ...). Elles sont principalement concentrées entre la D1084 et l'A42. Ces axes à fort trafic facilitent leurs accès.

Au regard de la proximité avec la ville de Lyon, la situation est assez tendue.

A Beynost par exemple, il n'existe plus de foncier disponible sur les différentes zones (y compris sur la zone des Malettes récemment commercialisée), mais des perspectives de renouvellement urbain existent. En dehors de la zone des Malettes, ayant fait l'objet d'une attention particulière en matière d'aménagement, les autres zones sont désuètes, peu lisibles et font l'objet de réflexions avec la Communauté de communes, compétente en matière de développement économique, pour en améliorer la qualité.



2.7 LES ZONES RESIDENTIELLES

Sont regroupés dans ces zones, tous les secteurs agglomérés non inclus dans les autres zones identifiées.



2.8 SYNTHESE DES SECTEURS A ENJEUX

Le RLPi doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain et rural, et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est définie et modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLPi doit ainsi permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local, en permettant aux entreprises de se signaler, et le souci de valoriser le cadre de vie pour les personnes qui y résident ou les visiteurs qui le fréquentent.

Ainsi, au regard des caractéristiques du territoire et des espaces spécifiques identifiés, un ensemble d'enjeux a été déterminé pour Miribel Plateau :

le patrimoine naturel

La majorité des espaces dans ce type de secteurs est en milieu non aggloméré. La publicité y est interdite par le Code de l'environnement.

Ces espaces de nature, plus ou moins aménagés, sont appréhendés au regard de leur valeur écologique, mais également pour leur rôle d'éléments du cadre de vie. L'enjeu est de préserver ces espaces des implantations publicitaires lorsqu'ils se trouvent dans les secteurs agglomérés.

le patrimoine architectural

La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs doit être très mesurée. La préservation du patrimoine doit également conduire à une réglementation ayant pour but une bonne insertion des enseignes dans le bâti.

le réseau viaire

Traiter, à l'intérieur des territoires agglomérés, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (entrées de ville, points de vue, zones commerciales) afin de permettre une lecture qualitative des perspectives.

les zones d'activités

La prolifération de la publicité et des enseignes doit être maîtrisée de manière à limiter son impact et lui donner une meilleure lisibilité.

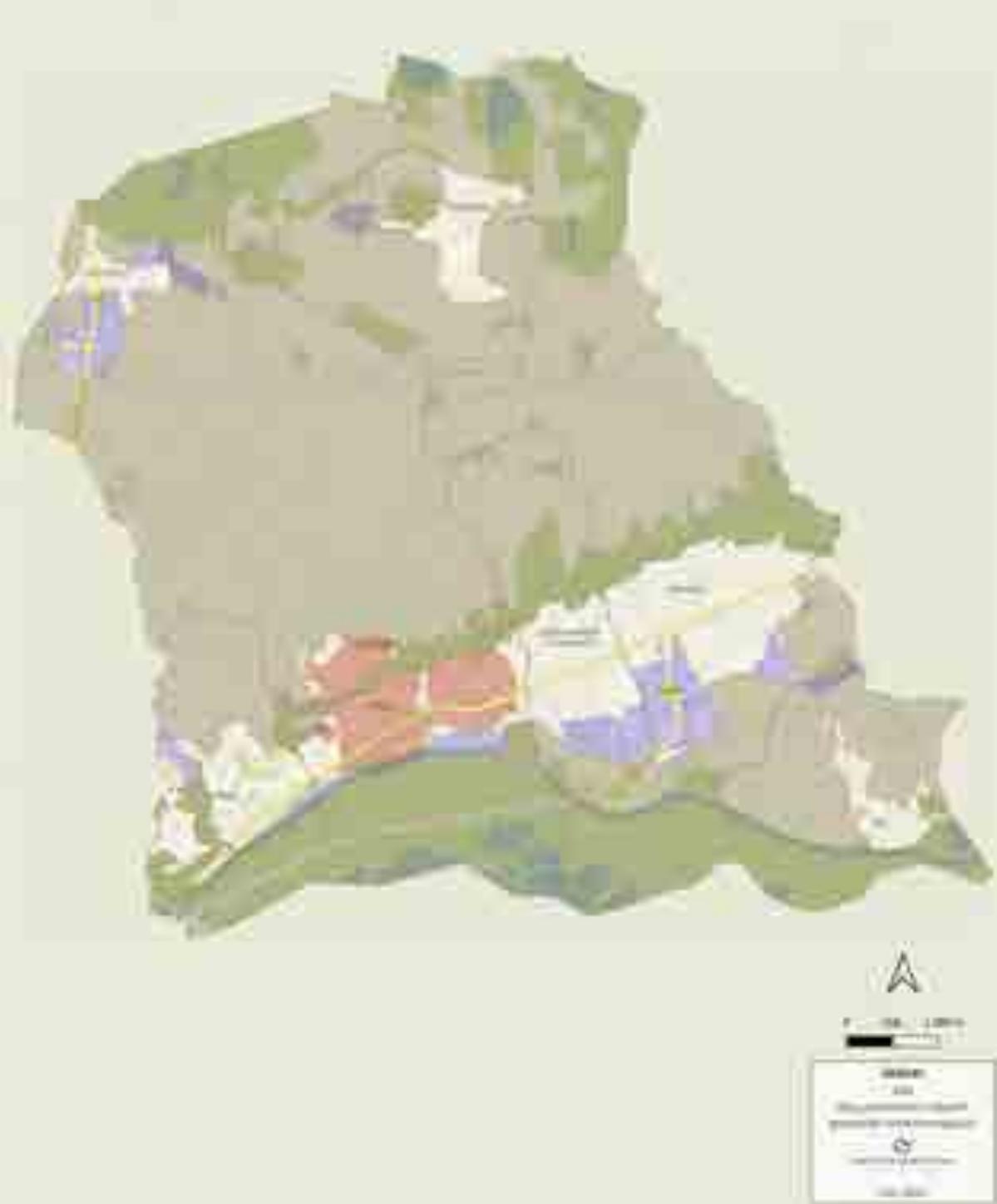
les secteurs résidentiels

Admettre peu de présence publicitaire et de surface réduite.
Laisser aux établissements commerciaux la possibilité de s'exprimer.



RLPI
Réseau Local de l'Industrie et du Commerce

SYNTHESE DES ENJEUX
POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE



Carte de synthèse des secteurs à enjeux de Miribel Plateau

3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'environnement édicte des règles liées aux différentes spécificités des territoires.

3.1 LE CHAMP D'APPLICATION GEOGRAPHIQUE

Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, adapter et appliquer localement le Code de l'environnement en matière de publicité extérieure :

- la publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération ;
- le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants ;
- toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

3.1.1 La population de référence (INSEE)

C'est l'INSEE qui définit la population de référence (population totale). Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui est prise en compte. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

3.1.2 Définition de l'agglomération

L'agglomération, selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route, est « *un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâties rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ». Ce même Code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

3.1.3 Définition de la communauté d'agglomération (INSEE)

La communauté d'agglomération est un établissement public de coopération intercommunale (EPCI) regroupant plusieurs communes qui s'associent au sein d'un espace de solidarité, pour élaborer et conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire.

3.1.4 Définition de l'unité urbaine (INSEE)

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et du nombre d'habitants, mais ne tient pas compte du périmètre des EPCI. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

COMMUNES	Unité urbaine
Beynost	Lyon
Miribel	Lyon
Neyron	Lyon

Saint-Maurice de-Beynost	Lyon
Thil	Commune hors unité urbaine du département 01
Tramoyes	Commune hors unité urbaine du département 01

Sur les 6 communes, 4 appartiennent à l'unité urbaine de Lyon, 2 sont hors unité urbaine.
L'unité urbaine de Lyon compte plus de 100 000 habitants.



Commune appartenant à l'unité urbaine de Lyon
Commune n'appartenant pas à l'unité urbaine de Lyon

Distance	km
Longitude	Latitude

Carte d'appartenance à une unité urbaine ou non

3.2 LA NOTION D'AGGLOMERATION

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

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâties rapprochés afin d'éviter toute interprétation des règles applicables.



Panneaux d'entrée (EB 10) et de sortie d'agglomération (EB 20)

Cependant, les espaces entre les panneaux et le bâti ne sont pas toujours en parfaite correspondance.

Pour la publicité au sens du Code de l'environnement, l'illustration ci-dessous présente les deux cas de figures les plus courants :

- 1 - l'espace de part et d'autre du panneau ville peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré ;
- 2 - l'espace entre le panneau ville et la première maison ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré.





Carte des territoires agglomérés de Miribel Plateau

3.3 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES A LA PUBLICITE

Comme indiqué plus haut, la particularité des communes de Miribel Plateau est d'être soumises à des règles distinctes en matière de publicité extérieure selon que leur agglomération compte plus ou moins 10 000 habitants et qu'elle appartienne ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Au vu des chiffres de la population, cela conduit à évoquer le régime juridique applicable :

- à Beynost, Miribel, Neyron et Saint-Maurice-de-Beynost (moins de 10 000 habitants dans l'UU de Lyon) ;
- à Thil et Tramoyes (moins de 10 000 habitants hors l'UU de Lyon).



La population par secteurs agglomérés de Miribel Plateau

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

3.3.1 Les interdictions relatives ou absolues

Le RNP fixe des lieux d'interdiction relatives ou absolues suivant l'appartenance ou non à une zone de protection (patrimoine architectural ou patrimoine naturel). On distingue les secteurs

d'interdiction absolue où la publicité ne pourra jamais être admise des secteurs d'interdiction relative où il est possible de réintroduire la publicité dans le cadre de l'élaboration d'un RLPI.

Aucun secteur identifié sur le territoire n'entre dans la classification d'interdiction absolue (site classé).

3.3.2 La surface de la publicité

Le décret 2023-1007 du 30 octobre 2023 fixe les modalités de calcul des surfaces des publicités.

- pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul ;
- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;

Il fixe également de nouvelles surfaces.

3.3.3 Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité murale ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m², ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (article R.581-26 du Code de l'environnement).

Commune	Surface maximale (en m ²)	Hauteur maximale (en m)
Miribel	10,50	7,5
Beynost	10,50	7,5
Neyron	10,50	7,5
Saint-Maurice-de-Beynost	10,50	7,5
Thil	4,70	6
Tramoyes	4,70	6

3.3.4 Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité scellée au sol ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 10,50 m² (article R.581-32 du Code de l'environnement).

Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Commune	Surface maximale (en m ²)	Hauteur maximale (en m)
Miribel	10,50	6
Beynost	10,50	6
Neyron	10,50	6
Saint-Maurice de-Beynost	10,50	6
Thil	Interdit	/
Tramoyes	Interdit	/

3.3.5 Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques (articles R.581-42 et suivants) définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri-voyageur, ...) sont spécifiées.

Pour les dispositifs de communication supportant à titre accessoire de la publicité, les surfaces sont :

Commune	Surface maximale (en m ²)	Hauteur maximale (en m)
Miribel	10,50	6
Beynost	10,50	6
Neyron	10,50	6
Saint-Maurice de-Beynost	10,50	6
Thil	2	3
Tramoyes	2	3

3.3.6 Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est autorisée sur propriété privée, mais interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (article R.581-42 du Code de l'environnement).

Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m² et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (article R.581-34 du Code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation au cas par cas.

Commune	Surface (en m ²)	Hauteur (en m)
Beynost (interdite sur mobilier urbain)	8	6
Miribel (interdite sur mobilier urbain)	8	6
Neyron (interdite sur mobilier urbain)	8	6
Saint-Maurice de-Beynost (interdite sur mobilier urbain)	8	6
Thil	Interdit	/
Tramoyes	Interdit	/

3.3.7 La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021, article 18, permet de réglementer les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Les prescriptions peuvent porter sur les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique ou la prévention des nuisances lumineuses.
Elle ne peut être interdite.

3.3.8 La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non, etc.

3.3.9 La publicité sur bâches

Les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

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

Commune	Bâche publicitaire	Bâche de chantier
Miribel	Interdit	Interdit
Beynost	Interdit	Interdit
Neyron	Interdit	Interdit
Saint-Maurice de-Beynost	Interdit	Interdit
Thil	Interdit	Interdit

Tramoyes

Interdit

Interdit

3.3.10 La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.



Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire

3.3.11 L'obligation d'extinction nocturne

Toutes les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques qu'elles soient à image fixe. Les dispositions relatives à l'obligation d'extinction entrent en vigueur le 1^{er} juin 2023 pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain.

3.4 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Le RNP s'applique aux enseignes.

Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

3.4.1 Les principales règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

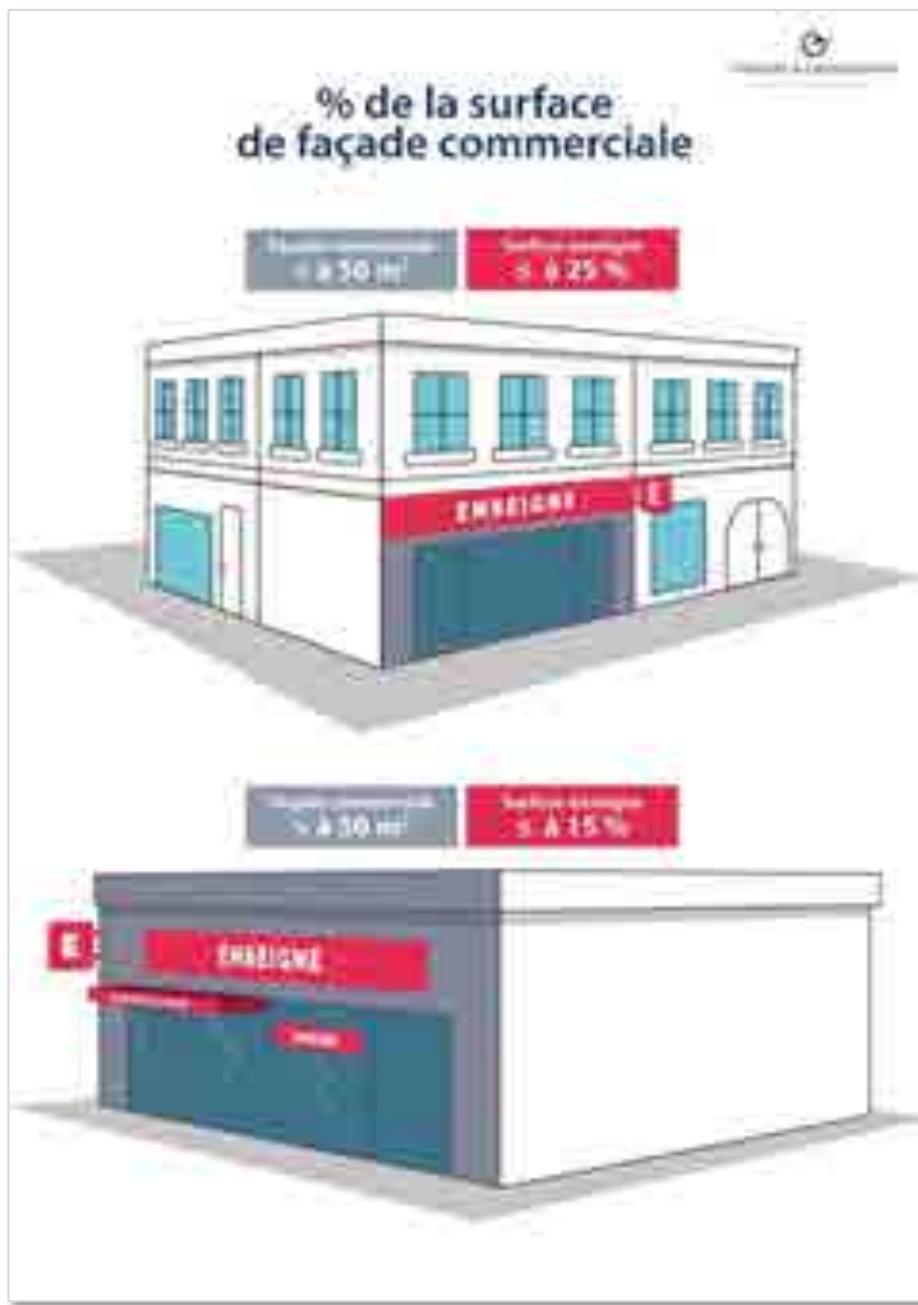
Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m.

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

Chaque façade est comptée séparément.



3.4.2 Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes 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.

Lorsqu'elle fait plus de 1 m², l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

La surface unitaire maximale est de 6 m².

Lorsqu'elle mesure 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle mesure moins de 1 m de large.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, appartenant ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est de 6 m².

Commune	Secteur aggloméré ou hors secteur aggloméré
Miribel	6 m ²
Beynost	6 m ²
Neyron	6 m ²
Saint-Maurice de-Beynost	6 m ²
Thil	6 m ²
Tramoyes	6 m ²

3.4.3 Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15 mètres dans la limite de 6 mètres.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².



3.4.4 Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines

Comme pour la publicité à l'intérieur des vitrines (voir 3.3.7), la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, article 18, permet de réglementer les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des

vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Les prescriptions peuvent porter sur les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique ou la prévention des nuisances lumineuses.
Elles ne peuvent être interdites.

3.4.5 Les règles d'extinction nocturne

L'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse, est soumise à une obligation d'extinction nocturne. Elle est également fixée de 1 h à 6 h du matin 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.



3.5 LE POUVOIR DE POLICE

Depuis le 1^{er} janvier 2024, la compétence du pouvoir de police revient au maire ou au président de l'EPCI, RLP(i) ou non selon la population :

Les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2024.

Si un ou plusieurs maires s'y opposent, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire.

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

3.6 LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP DE NEYRON

Ce règlement a été approuvé le 7 mai 2019.

Pour la publicité :

Territoire aggloméré	
Sur toiture	Interdit
Murale	$S < à 4 m^2$ $H < à 6 m$
Densité	1 non lumineuse sur mur ou sur clôture ou 1 lumineuse sur mur
Scellée au sol	Interdit
Mobilier urbain	$S < à 2 m^2$ $H < à 3 m$
Numérique	Interdit
Horaires d'extinction	22h à 6 h

Pour les enseignes :

Totalité du territoire communal		
Sur les arbres		Interdit
Sur auvents, marquises, garde-corps de balcon ou balconnet		Interdit
$S < à 1 m^2$		1 par voie bordant l'établissement $H < à 1,5 m$
Sur toiture	secteurs d'activité au nord	RNP
	reste du territoire communal	si activité exercée dans moins de 50 % du bâtiment = interdites si activité exercée dans plus de 50 % du bâtiment = 1 seule $S < à 10 m^2$ $H < à 2 m$
Sur clôture		1 par voie bordant l'établissement $S < à 1 m^2$
Numérique		1 par activité $S < à 1 m^2$
Temporaire		Interdite sur toiture
Horaires d'extinction		22h à 6 h

4 : LE DIAGNOSTIC

4.1 METHODE DE RECENSEMENT

L'élaboration du RLPI nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant de tous les types de dispositifs implantés sur le territoire et concernés par la réglementation.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les orientations fixées par la délibération de prescription.

L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats...

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP ou des RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

4.1.1 Publicité

La totalité du territoire de Miribel Plateau a été parcourue, permettant le relevé des dispositifs de 1,5 m² ou plus, mobilier urbain publicitaire compris.

Une base de données SIG a été constituée à partir des relevés terrain, permettant d'établir la cartographie de répartition des dispositifs recensés.

Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée reprenant tous les items nécessaires à son analyse et son suivi :

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non vis-à-vis du RNP et du RLP à Neyron.

				02/03/2023
<u>Publicité</u>				<u>Statut ::</u>
<u>N° du dispositif :</u> <u>54529</u>		<u>Montant de la taxe :</u> <u>186,00 €</u>	<u>Exonération :</u>	<input type="checkbox"/>
<u>Date d'installation :</u>		<u>Date de retrait :</u>	<u>Date de déclaration préalable :</u>	
<u>Adresse :</u> <u>Route de Genève</u>				
<u>Code postal :</u> <u>01700</u> <u>Ville :</u> <u>BEYNOST</u>				
<u>Redevable :</u> <u>CLEAR CHANNEL</u>				
<u>Adresse :</u>				
<u>Redevable à facturer :</u>				
<u>Adresse à facturer :</u>				
<u>Code attribué par la société exploitante :</u>				
<u>Largeur :</u>	<u>0</u>	<u>Hauteur :</u>	<u>0</u>	
<u>Eclairage :</u>	<u>Non</u>	<u>Surface :</u>	<u>12 m²</u>	
<u>Propriété :</u>	<u>Privée</u>			
<u>Support :</u>	<u>Scellé au sol</u>	<u>Mécanique :</u>	<u>Fixe</u>	
<u>Nb face:</u>	<u>Simple face</u>	<u>Nombre de vue :</u>	<u>1</u>	
<u>Pied :</u>	<u>Bipied</u>	<u>Mobilier Urbain :</u>		
<u>Légalité :</u>	<u>Oui</u>			
<u>Illégalité(s) :</u>				
<u>Commentaire :</u>				
<u>Latitude :</u>	<u>4.993815</u>	<u>Longitude :</u>	<u>45.833545</u>	<u>Zone :</u>
				
<u>Date de création :</u>	<u>02/03/2023</u>	<u>Date de modification :</u>	<u>02/03/2023</u>	<u>Date de vérification :</u>
<u>Nombre de fiches :</u> <u>1</u>			35/123	

Exemple de fiche de recensement publicitaire

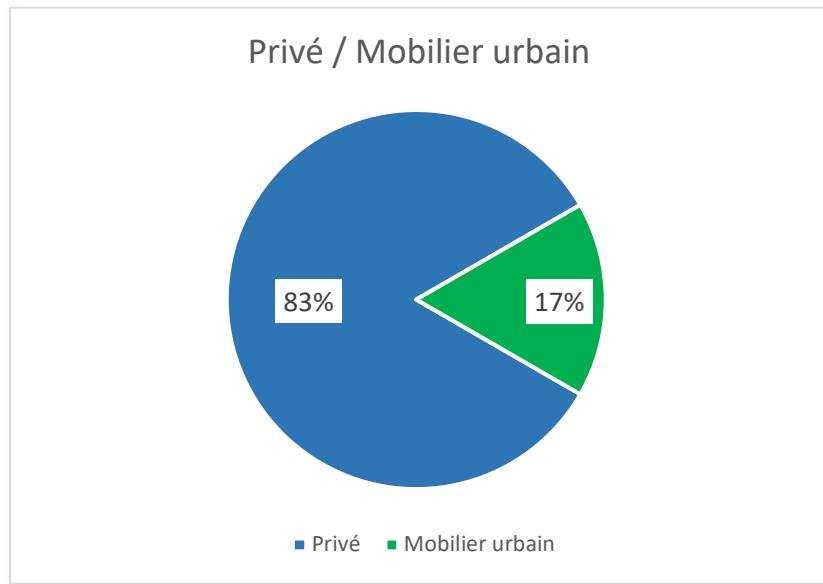
4.1.2 Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif a été effectué sur tout le territoire, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

4.2 LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITE

4.2.1 La publicité sur le territoire

Le nombre de dispositifs relevés s'élève à 120 dont 20 mobiliers urbains.





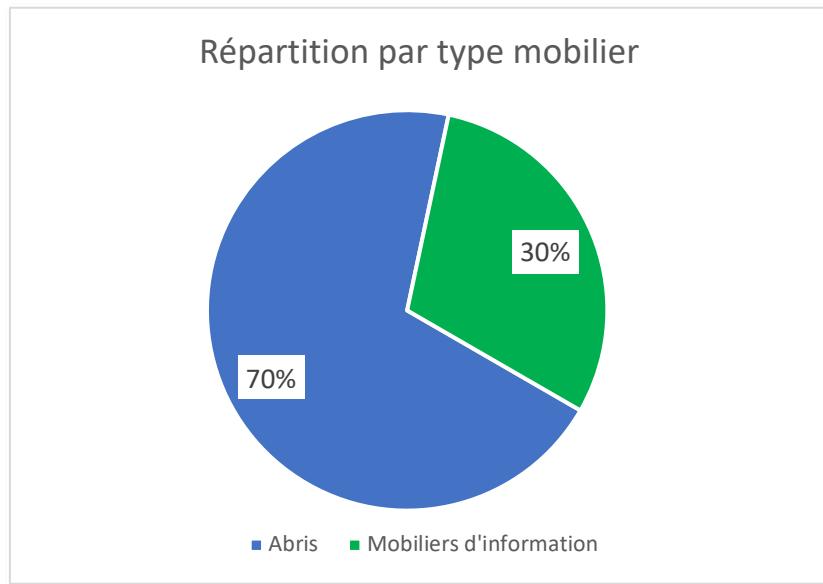
SYNTHESE DES ENJEUX
POUR LA PUBLICITE EXTERIEURE



Carte des implantations publicitaires sur le territoire de Miribel Plateau

4.2.2 La publicité sur mobilier urbain

Les 20 mobiliers urbains se répartissent entre 14 abris et 6 mobiliers d'information.
Ils se situent tous, sauf 1, sur la D 1084.



Saint-Maurice-de-Beynost



Neyron

- » Mobiliers urbains
- Limite du territoire régional
- Hydro
- Zones commerciales



0 500 1 000 m



Carte des implantations du mobilier urbain

4.2.3 La publicité hors mobilier urbain

Les publicités recensées sont installées majoritairement sur les 2 axes à forts trafics : les RD 1084 et 1083.

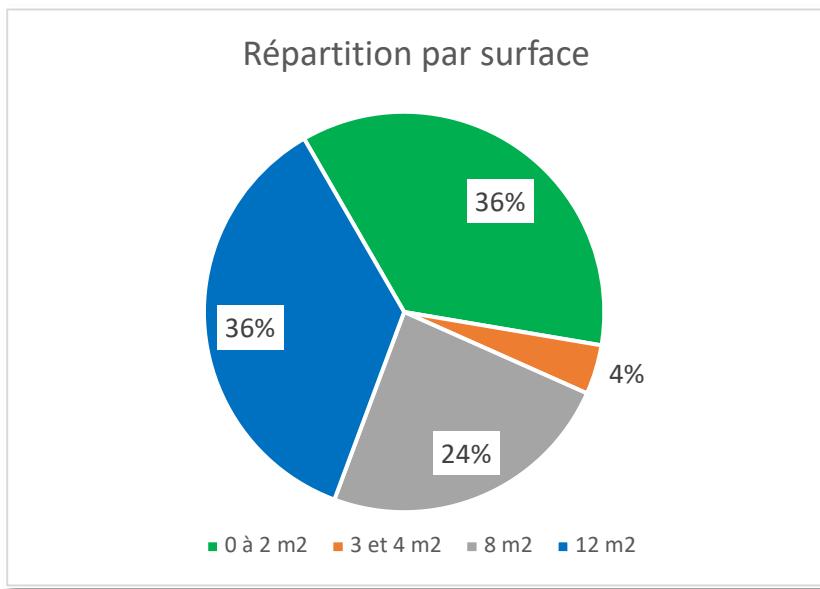
Une concentration de 9 dispositifs de petite surface (2 m²) est sur le parking du centre commercial de Beynost.

- Publicisé
- Limite du territoire aggloméré
- Hydro
- Zones à densification



Carte des implantations hors mobilier urbain

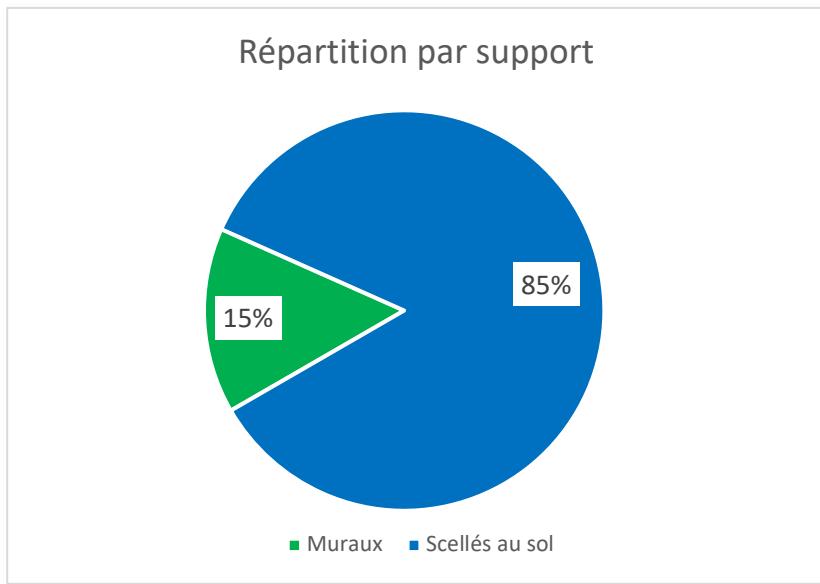
Les surfaces se répartissent comme suit :



La majorité des dispositifs ont une surface de 12 et 8 m². Ces formats sont sur les 2 axes cités plus haut.

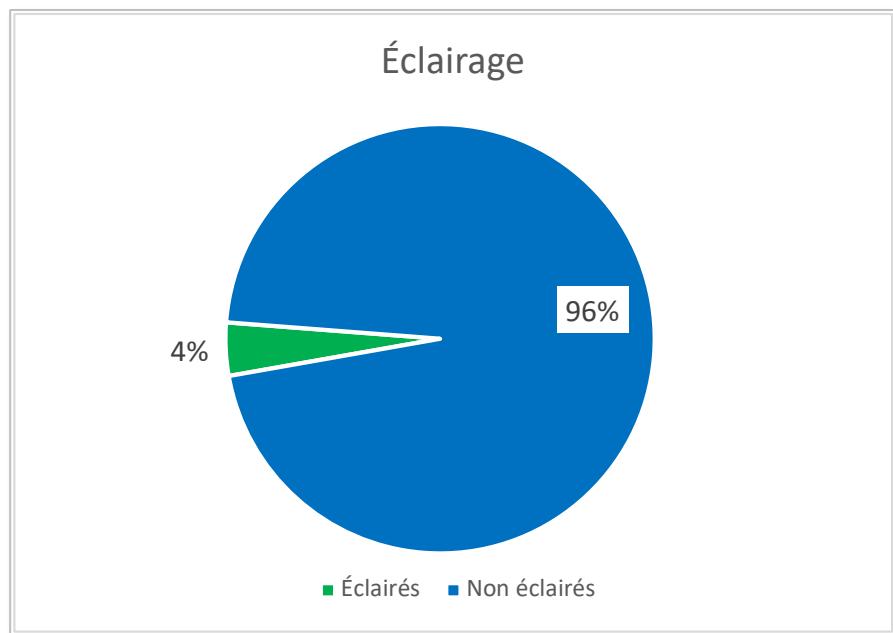
Les dispositifs de 4 m² et moins sont disséminés sur tout le territoire.

La configuration de l'urbanisme se prête assez peu aux dispositifs muraux.



L'éclairage est un moyen de mieux mettre en évidence les messages publicitaires. Cette technologie est très peu utilisée. Seulement 4 % des dispositifs sur propriété privée sont éclairés.

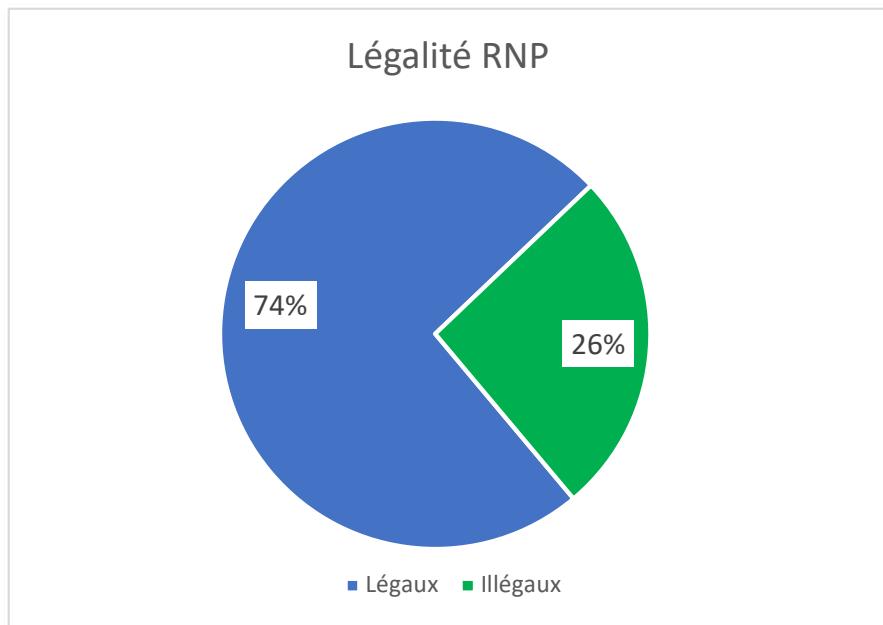
1 seul numérique est identifié.



4.3 LA LEGALITE DES DISPOSITIFS

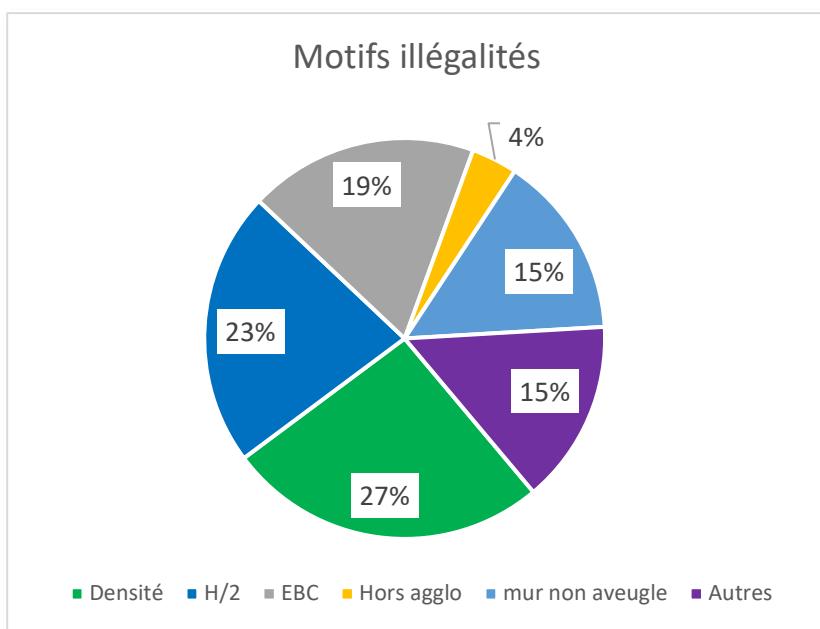
4.3.1 La publicité au regard du RNP

Sur les 100 publicités hors mobilier urbain, 26 sont illégales.



La nature des illégalités est la suivante :

- densité : 7
- hauteur par rapport au fond voisin : 6
- Espace boisé classé : 5
- hors agglomération : 1
- mur non aveugle : 3
- autres : 4



Le Code de l'environnement fixe une densité en relation avec le linéaire de façade de l'unité foncière (art. R.581-25 du Code de l'environnement). Les infractions à la densité sont localisées sur 2 sites uniquement.



Route de Genève / rue Saint-Pierre - Beynost



Route de Genève - Saint-Maurice-de-Beynost

La règle du H/2 par rapport au fond voisin concerne les dispositifs scellés au sol (art. R.581-33 du Code de l'environnement).



Route de Genève - Beynost

La publicité et les préenseignes situées hors agglomération ne répondant pas à la qualification de préenseignes dérogatoires, sont illégales (article L. 581-7 du Code de l'environnement).



Route de Rilleux - Neyron

La hauteur d'un dispositif scellé au sol ne peut dépasser 6 mètres. (art. R.581-32 du Code de l'environnement).



Route de Genève - Neyron

Pour recevoir une publicité, un mur doit être aveugle ou ne comporter que des ouvertures de surface inférieure à 0,50 m² (article R.581-22-2).



Grande Rue / Rue de Saint-Martin -Miribel

Des publicités sont installées sur des installations d'éclairage public ainsi que des équipements publics concernant la circulation routière (article R. 581-22 du Code de l'environnement), par conséquent illégales.



Exemple d'illégalités (non recensées)

4.3.2 Les enseignes au regard du RNP

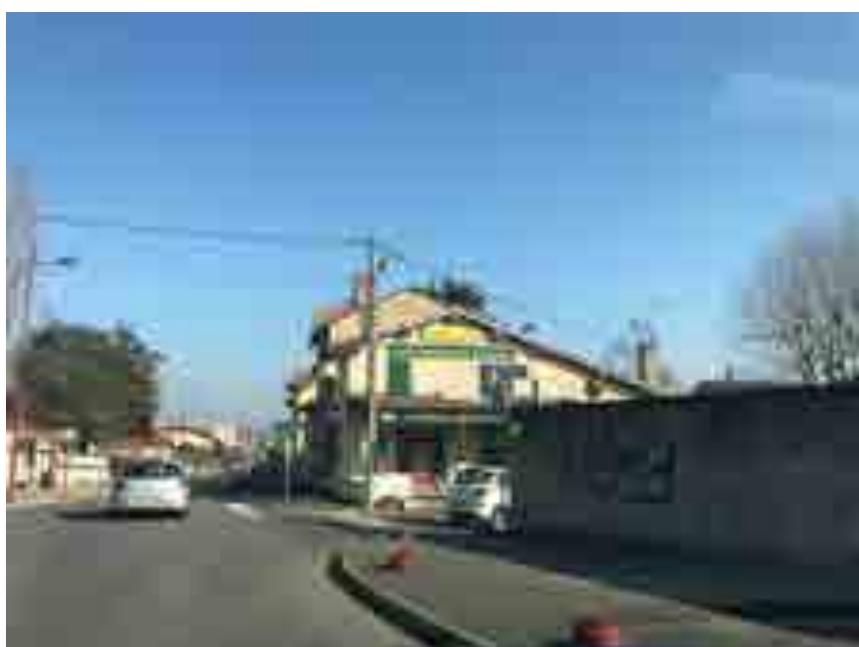
Si la grande majorité des enseignes installées sont conformes au Code de l'environnement, on constate néanmoins des irrégularités pour certaines liées aux nouvelles dispositions issues de 2010.

La surface cumulée des enseignes apposées sur une façade commerciale de moins de 50 m² ne peut être supérieure à 25 % de cette surface (article R. 581.63 du Code de l'environnement)



Illégalité - Miribel

Une enseigne apposée à plat ne peut dépasser les limites de l'égout du toit (article R. 581-60 du Code de l'environnement).



Illégalité - Neyron

Les enseignes scellées au sol supérieures à 1 mètre carré sont limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement (article R. 581-64 du Code de l'environnement) et leur surface est inférieure à 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération (article R. 581-65 du Code de l'environnement).



Illégalités - Thil

La hauteur des enseignes scellées au sol de plus de 1 m de large est limitée à 6,5 m (article R. 581-65 du Code de l'environnement).



Illégalité - Beynost

Une enseigne sur toiture doit être réalisée au moyen de lettres découpées dissimulant leur fixation (article R.581-62 du Code de l'environnement).



Illégalité - Beynost

4.4 LES CONSTATS POUR LA PUBLICITE

4.4.1 Hors agglomération

1 seul dispositif est repéré hors agglomération.



Route de Rilleux - Neyron

4.4.2 Le patrimoine naturel

5 dispositifs scellés au sol sont situés dans un espace boisé classé (EBC) à Neyron.



Route de Genève - Neyron

4.4.3 Le patrimoine architectural

La publicité est implantée dans le secteur protégé du Périmètre délimité des abords de Miribel. En l'absence de RLP(i), elle est interdite soit par le Code de l'environnement.

Il s'agit de 3 dispositifs sur propriété privée et d'1 abri voyageur.



Grande Rue - Miribel

4.4.4 Le réseau viaire

La majorité des dispositifs est positionnée sur les 2 grands axes, lieux les plus attractifs pour les annonceurs et les professionnels : les D 1084 et 1083.

103 des 120 panneaux recensés y sont installés, avec des points de concentration.



Route de Genève- Miribel



Route de Genève - Beynost



Route de Genève - Beynost



RD 1083 - Miribel Les Échets

4.4.5 Les zones d'activités ou commerciales

Secteurs attractifs pour la diffusion des messages publicitaires, ces zones accueillent cependant très peu de dispositifs.

Seuls quelques panneaux de format réduit (2 m^2) se trouvent sur le parking du Centre Commercial de Beynost.



4.4.6 Les secteurs résidentiels

5 dispositifs sont répartis sur 3 sites, dont 3 de dimensions très réduites.



Route des Échets- Miribel

4.4.7 Les autres constats

Des dispositifs sont de médiocre qualité.



Route de Tramoyes - Les Échets

Des faces arrières ne sont pas habillées.



Chemin des Combes - Saint-Maurice-de-Beynost

Des panneaux doublons sont installés, générant de grands obstacles visuels.



Route de Genève - Beynost

L'implantation en V ne facilite pas une bonne insertion dans l'environnement.
L'ajout de passerelles alourdit l'aspect du dispositif.



Route de Genève - Neyron

Quelques publicités numériques sont inventoriées.



RD 1084A / Proximité avenue de Genève - Beynost

4.5 LES CONSTATS POUR LES ENSEIGNES

L'appréciation de la qualité d'une enseigne est liée pour partie au matériaux (matières nobles, couleurs, typographie, graphisme...) et pour beaucoup à l'intégration de l'enseigne dans le bâti.

Le respect du rythme des façades (vertical ou horizontal) des murs (enduits, pierres apparentes, bois...) est le gage d'une enseigne bien intégrée donc réussie.



4.5.1 Le patrimoine bâti

De belles réalisations conformes au RNP mettent en valeur les établissements situés dans le Périmètre délimité des abords de Miribel.
Le positionnement des enseignes est en cohérence avec les ouvertures des façades.





Les enseignes perpendiculaires, par leur nombre ou leur positionnement, ne contribuent pas dans certains cas à faciliter leur lecture et perturbent les perspectives.





Des enseignes lumineuses sont situées à l'intérieur des vitrines.



4.5.2 Le réseau viaire

Les établissements commerciaux situés le long des axes principaux du territoire sont assez nombreux et les situations sont assez contrastées.

On rencontre de bonnes réalisations,



Saint-Maurice-de-Beynost



Beynost



Miribel

Certaines intégrations à la façade sont moins qualitatives.



Saint-Maurice-de-Beynost



Neyron

4.5.3 Les zones d'activités

Tous les types d'enseignes peuvent être observés dans ces zones : sur toiture, sur façade, ou scellées au sol.

La qualité des implantations est variable selon les zones et les établissements.

Elle dépend notamment de la date de création de la zone et des efforts de modernisation qui ont été réalisés.

On rencontre des mises en situation de qualité.



ZAC des Folliouses - Miribel



Les secteurs résidentiels Parc du Grand Lyon Nord - Neyron



Zone des Baronnieres - Beynost

Plusieurs établissements ont installés des enseignes sur toiture. Toutes ne sont pas légales, car réalisées sur un bandeau plein.



Sortie Autoroute - Saint-Maurice-de-Beynost



Zone Actinove - Beynost



Parc d'Activités des Chênes - Miribel

Les enseignes numériques, scellées au sol ou sur façade, sont présentes.





Zone commerciale de Beynost

4.5.4 Les quartiers résidentiels

Bien qu'essentiellement résidentiels, ces quartiers n'en abritent pas moins des petits pôles commerciaux.

Différentes formes d'enseignes y sont implantées, souvent qualitativement.



Beynost



Thil



Tramoyes



Miribel



Saint-Maurice -de-Beynost

Certaines sont illégales,



Miribel (*structure sur toiture apparente*)

d'autres de moindre qualité.



Les Échets

4.5.5 Autres constats pour les enseignes

La forme des enseignes scellées au sol est assez disparate.



Beynost



Beynost



Saint-Maurice-de-Beynost



Thil

Des enseignes déjà sous formes de totem, plus discrètes, signalent les activités.



Beynost



Miribel

Le regroupement des différentes activités sur un même support en limite l'impact visuel sur l'environnement.



Miribel



Beynost

4.6 SYNTHESE DES CONSTATS

- La publicité est principalement concentrée sur les RD 1083 et 1084. Aucun dispositif n'est recensé à Thil, et une seule préenseigne dérogatoire légale est installée à Tramoyes.
- La simple application du RNP permettrait de supprimer 26 % des dispositifs, en-dehors de la protection du périmètre délimité des abords de Miribel.
- Les entrées de ville à l'est et à l'ouest de la communauté d'agglomération sont surchargées.
- Le secteur aggloméré sud des Échets est dans une situation identique.
- 1 préenseigne dérogatoire est illégale (non-respect de l'activité fixée par le RNP).
- L'essor de la publicité numérique est à prendre en compte dans les futures règles.
- Les panneaux employés ne sont pas qualitatifs et la présence de dispositifs côte-côte génère de forts écrans visuels dans les perspectives.
- Les enseignes respectent majoritairement les règles du RNP.
- Une majorité d'enseignes sur façade sont de qualité et contribuent à bien valoriser l'établissement.
- Beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées pour améliorer leur lisibilité et embellir les perspectives.
- Les enseignes scellées au sol, quelle que soit leur surface, nécessitent un traitement, afin de les distinguer des dispositifs publicitaires.
- Les enseignes sur toiture sont assez peu présentes. La mise en conformité avec le RNP suffirait à les rendre moins impactantes.
- La luminosité des enseignes numériques, peut générer de nuisances environnementales.

5 : LES ORIENTATIONS

5.1 LES OBJECTIFS

Lors de la prescription d'élaboration du RLPI au conseil communautaire du 20 septembre 2022, les objectifs suivants ont été fixés :

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 ;

Pour 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 résidentiel et les espaces hors agglomération.

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse du règlement en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, mais également la prise en compte de ces objectifs ont permis d'établir des orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPI.

5.2 LES ORIENTATIONS POUR LA PUBLICITE

1) 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.

2) Adapter la surface des dispositifs :

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant afin de mieux les intégrer.

3) Préserver les entrées de ville :

Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être libres.

4) Exiger un matériel de qualité :

Nombre de dispositifs en place sont obsolètes et ils doivent être modernisés.

5) 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.

6) Traiter la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines :

De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de publicité.

7) 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.

8) 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.

5.3 LES ORIENTATIONS POUR LES ENSEIGNES

1) 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.

2) 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.

3) 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.

4) 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.

5) Traiter les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines :

De nouvelles dispositions réglementaires permettent de maîtriser l'apparition de cette forme de communication.

6) 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.

6 : EXPLICATION DES CHOIX

Le règlement comporte deux parties, l'une consacrée à la publicité, l'autre aux enseignes.

Des règles communes à toutes les zones ont été instituées.

Chacune des zones a ses règles propres en lien avec les enjeux qui ont été mis en lumière dans les parties précédentes du rapport de présentation.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article L.581-19 du Code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLPI, il n'est fait référence dans le corps du règlement qu'au terme de « publicité ». Il regroupe publicités et préenseignes, étant précisé que les préenseignes dites dérogatoires sont soumises à des règles distinctes.

6.1 ZONAGE

Sur la base des objectifs définis par le conseil communautaire, au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, il a été établi un zonage unique pour la publicité et les enseignes (3 zones).

6.1.1 Le Choix de la 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.

6.1.2 Le choix de la 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.

6.1.3 Le choix de la 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 bâties.

6.2 LES RÈGLES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ

6.2.1 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 restriction 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.

6.2.2 Zone P 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.

6.2.3 Zone P 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.

6.2.4 Zone P 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.

6.3 LES RÈGLES APPLICABLES AUX ENSEIGNES

6.2.1 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 cessation 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.

6.3.2 Zone E 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.

Générant 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 leur impact sur l'environnement proche, comme pour la publicité, elles sont interdites.

6.3.3 Zone E 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.

6.3.4 Zone E 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 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.

6.3.5 Hors agglomération

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

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