



Le règlement local de publicité

Diagnostic et orientations

Octobre 2022

1. L'objectif de la réglementation

**Le Code de l'environnement réglemente
la publicité, les enseignes et les préenseignes
dans un but de protection du cadre de vie**

La protection du cadre de vie c'est protéger les paysages :
le patrimoine naturel



La protection du cadre de vie c'est protéger les paysages :
le patrimoine architectural et urbain



Protéger le cadre de vie, c'est aussi réduire la facture énergétique

2. Les dispositifs réglementés

Les publicités et préenseignes



Sur un mur

Les publicités et préenseignes



Une forme de publicité scellée ou posée au sol : les chevalets, oriflammes etc.



Une préenseigne

Les enseignes



Les enseignes



Pour le Code de l'environnement, toute inscription, forme ou image est une enseigne

Les enseignes



Perpendiculaire à la façade

Les enseignes



Perpendiculaires à la façade

Les enseignes



Sur un toit

Les enseignes



Scellées au sol

Les enseignes



Scellées au sol



Sont aussi règlementées les enseignes temporaires



Enseigne temporaire annonçant un programme immobilier

Les enseignes temporaires



Enseigne temporaire annonçant un programme immobilier



Panneaux d'affichage d'opinion

La ville est tenue de mettre un certain nombre d'emplacements à disposition des associations

Des dispositifs non-concernés par le Code de l'environnement

La signalisation routière (Code de la route)



La signalisation d'information locale (SIL) qui dépend du Code de la route



Les journaux électroniques d'information (JEI) qui ne diffusent que des informations pratiques





La publicité sur véhicules lorsque ceux-ci sont dédiés à un autre usage



La publicité sur véhicules dédiés à un autre usage

Le cas des vitrines

Le Code de l'environnement ne s'applique pas aux dispositifs situés à l'intérieur d'un local.



Adhésifs à l'intérieur non règlementés

Mais le Code de l'environnement s'applique aux dispositifs situés à l'extérieur d'un local.



Adhésifs à l'extérieur réglementés

Le Code de l'environnement permet toutefois de règlementer les enseignes et publicités lumineuses (dont numériques) à l'intérieur des vitrines





3. Le règlement national de publicité

**Le règlement national de publicité (RNP)
fixe des règles à tous les dispositifs,
identiques sur tout le territoire national**

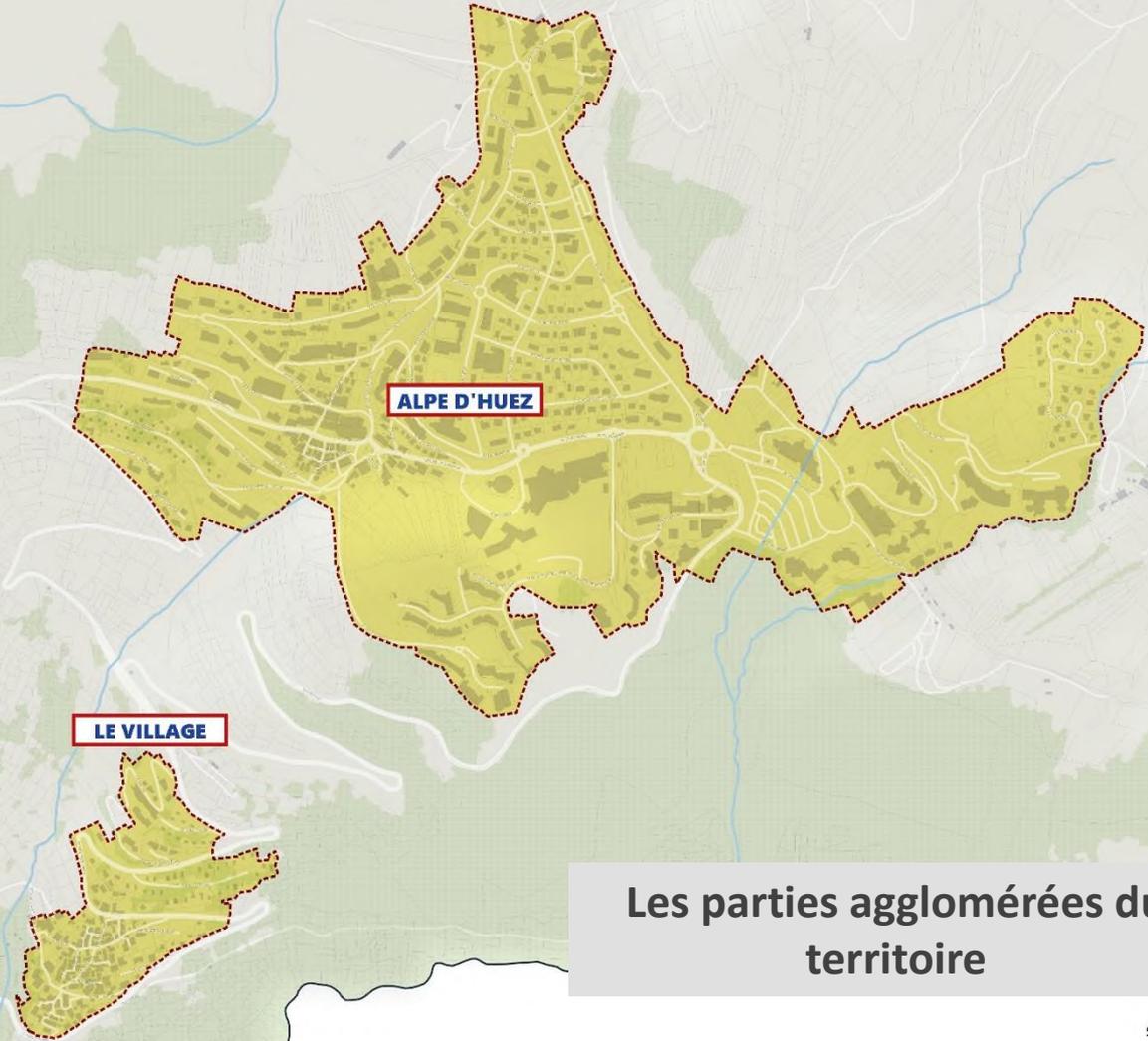
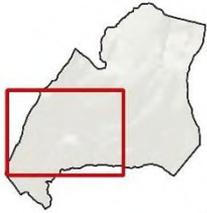
2 règles nationales essentielles pour Alpe-d'Huez

1) Le règlement national interdit la publicité* hors agglomération

- Les enseignes sont toujours autorisées



Sur le terrain, les limites de l'agglomération sont indiquées par les panneaux d'entrée et de sortie



Les parties agglomérées du territoire

2 règles nationales essentielles pour Alpe d'Huez

2) L'agglomération étant inférieure à 10 000 habitants, les règles sont très strictes :

Surface des publicités 4 m² maximum

Publicités scellées au sol interdites

Publicité numérique interdite

Bâches de chantier interdites

Enseignes scellées au sol 6 m² maximum

4. Le règlement local de publicité

**Le règlement national de publicité (RNP)
fixe des règles identiques pour toutes les communes
(une seule distinction : - de 10 000 et + de 10 000)**

**Le règlement local de publicité (RLP)
adapte le RNP aux caractéristiques propres à la ville :**

Sa géographie

Son histoire

Son urbanisme

Son activité touristique

...

**Le RLP est le reflet d'une politique municipale :
Le maire dispose d'une très large latitude de réglementation**

Un règlement local de publicité est plus restrictif que le règlement national...

Si le RLP évoque un sujet, il définit des normes inférieures à ce que prévoit le RNP (hauteur ou surface ou nombre etc.)

exemple ci-dessous, la surface des publicités est réduite

Si le RLP est muet, c'est le RNP qui s'applique



L'institution d'un règlement local de publicité soumet toutes les enseignes à autorisation préalable

**Le maire délivre ou refuse l'autorisation en jugeant de la conformité aux règles du RNP et du RLP, mais il dispose aussi d'un pouvoir d'appréciation
(Le projet s'intègre-t-il bien à l'architecture, aux perspectives, au voisinage...)**



5. La situation actuelle

1. La publicité est quasi-absente



2. Beaucoup d'enseignes sont de bonne de qualité Le respect de l'architecture est le critère essentiel



Les lettres découpées sont souvent utilisées.
Elles ne dénaturent pas le bâtiment



Lettres découpées ou en donnant l'apparence sont acceptables



La surface des enseignes est souvent réduite

(en-dessous des normes nationales qui prévoient une surface maximum en pourcentage de la façade : 15 % si la façade est supérieure à 50 m², 25 % si elle est inférieure)



3. Il n'existe pas d'enseignes numériques



Un exemple d'enseigne numérique dans une autre commune

4 : Toutefois, il existe une marge d'amélioration



Les dimensions de cette enseigne sont trop importantes

Une marge d'amélioration



Dimensions trop importantes

Une marge d'amélioration



Des enseignes qui masquent les balcons et rambardes

Une marge d'amélioration



Enseignes sur balcons et rambardes

Une marge d'amélioration



Enseignes dépassant du mur

(illégalité : l'enseigne doit être sur le mur ou sur le toit, pas à cheval)

Une marge d'amélioration



Enseignes dépassant du mur (illégalité)

Une marge d'amélioration



Enseignes voisines de taille différente :
manque d'harmonie visuelle



Bon exemple

Une marge d'amélioration



Enseignes sur plusieurs entités

L'enseigne verte devrait être constituée de deux parties, séparées par le pilier

Une marge d'amélioration



Irrespect des rythmes

Coupée en 3 parties, l'enseigne serait plus respectueuse de l'architecture du chalet

Une marge d'amélioration



Bon exemple

Une marge d'amélioration



Une utilisation inesthétique des piliers et piédroits

Une marge d'amélioration



Utilisation inesthétique des piliers et piédroits

Une marge d'amélioration



Enseignes perpendiculaires trop nombreuses

Une marge d'amélioration

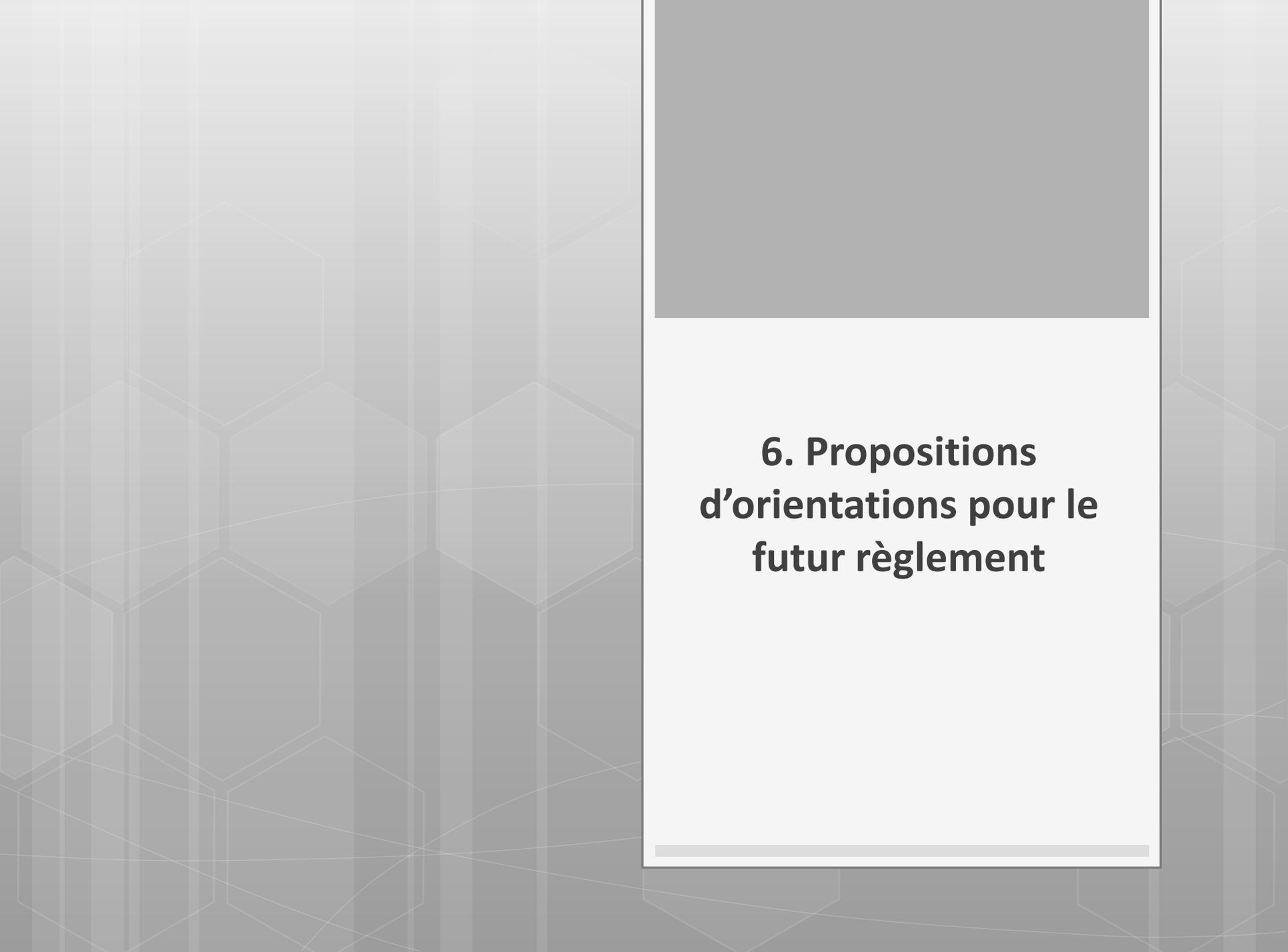


Caissons en plastique peu qualitatifs

Une marge d'amélioration



Spots inélégants



**6. Propositions
d'orientations pour le
futur règlement**

1. Limiter la publicité à 2 m², et à une par mur



2. Limiter ou interdire les chevalets, oriflammes



3. Réduire la dimension des enseignes scellées au sol



4. Mettre en valeur l'architecture

1 seule enseigne perpendiculaire par établissement

Pourcentage de la façade inférieur aux normes nationales (25 % et 15 %)

Obligation d'utiliser des lettres découpées

Interdire l'utilisation des piliers et piédroits

Interdite les enseignes sur les balcons (ou lettres découpées)

Encadrer l'éclairage (retro-éclairage uniquement)

5. Interdire les enseignes sur toiture

6. Limiter le nombre et la surface des enseignes temporaires



7. Interdire ou réglementer fortement les enseignes numériques

8. Réglementer les dispositifs numériques dans les vitrines



Exemples hors Alpe d'Huez



9. Elargir la plage d'extinction nocturne (RNP : 1h – 6 h)



7. Calendrier

Délais d'application

A partir de l'entrée en vigueur du nouveau règlement :

1. Les nouveaux dispositifs (nouvel établissement, modification des enseignes existantes, ajout d'enseignes) doivent appliquer le règlement.
2. Les dispositifs déjà en place disposent d'un délai :
 - 2 ans pour les publicités
 - 6 ans pour les enseignes

Délibération du conseil communautaire prescrivant la révision du RLP et fixant les objectifs et modalités de concertation

Diagnostic et Orientations : **Présentation le 20 octobre 2022**

Concertation avec les personnes publiques associées, les associations, les professionnels, les commerçants et le public
Dernier trimestre 2022

Rédaction du projet
Novembre-décembre 2022

Délibération du conseil municipal arrêtant le projet de RLP : **Début 2023**

Consultation pour avis des personnes publiques associées et de la commission départementale nature, paysage et sites :
Printemps 2023

Enquête publique : **Juin 2023, rapport en juillet**

Délibération du conseil municipal approuvant le RLP : **Septembre 2023**

