

Ville de DRAVEIL



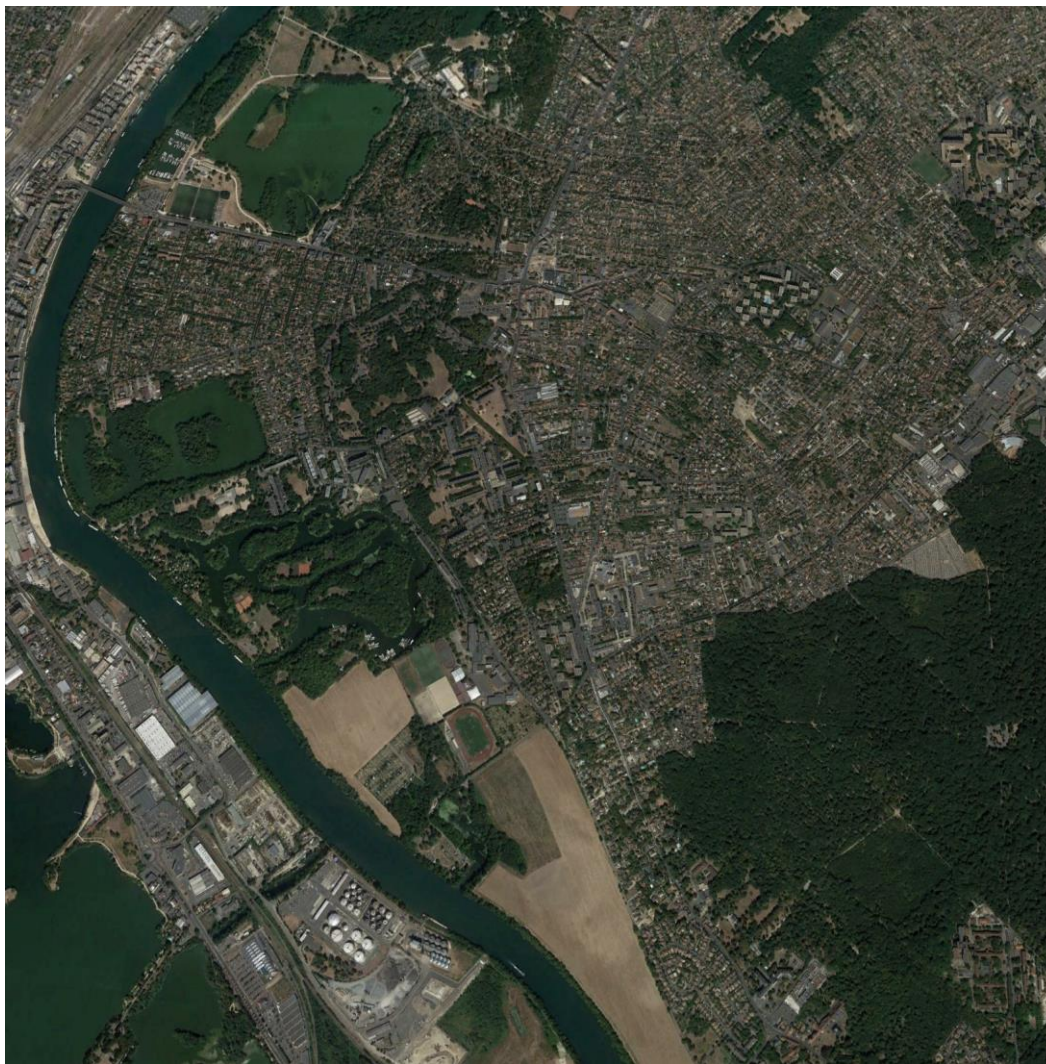
Révision du **R**èglement **L**ocal de **P**ublicité (RLP)

DEBAT SUR LES ORIENTATIONS DU RLP

Conseil Municipal du 2 octobre 2023

PREAMBULE

**Les photos du présent diaporama sont présentées à titre
d'illustration et n'ont pas été prises sur le territoire communal**



P RINCIPES G E N E R A U X

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

➤ LES ENSEIGNES

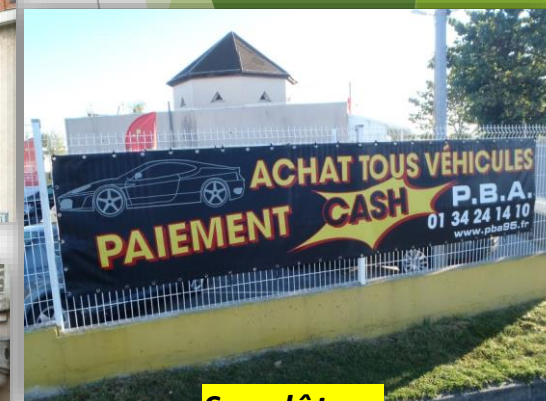
Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s'y exerce. (Art. L 581-3-2° du code de l'environnement)



Apposées à plat



En drapeau



Sur clôture



Sur toiture



Sur vitrine extérieure



Sur store-banne

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

➤ LES ENSEIGNES

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s'y exerce.

(Art. L 581-3-2° du code de l'environnement)

Les enseignes (>1m²) scellées au sol ou installées directement sur le sol



QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

➤ LES ENSEIGNES

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s'y exerce.

(Art. L 581-3-2° du code de l'environnement)

Les enseignes lumineuses, numériques, éclairées



Enseigne lumineuse



Enseigne numérique



Enseignes avec un éclairage indirect, par transparence, par projection

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

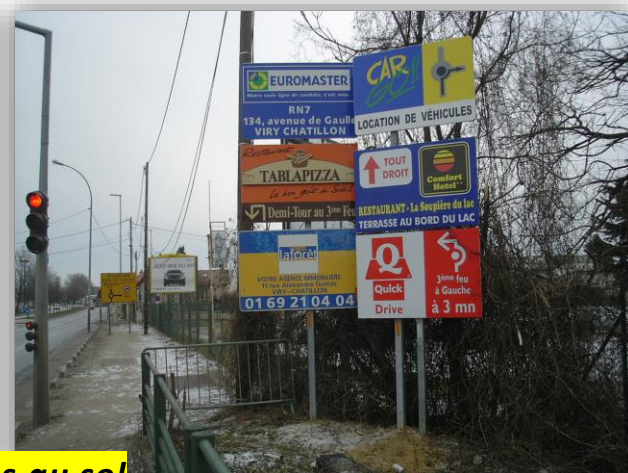
➤ LES PREENSEIGNES

Constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble (bâti ou non bâti) où s'exerce une activité déterminée.

(Art. L 581-3-3° du code de l'environnement)



Scellées au sol



Murales



Sur vitrine



Les préenseignes sont soumises aux mêmes dispositions qui régissent la publicité

(Art. L 581-19 du code de l'environnement)

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

➤ LA PUBLICITE

Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention.

(Art. L 581-3-1° du code de l'environnement)



Scellée au sol



Posée sur le sol



Murale



Sur toiture



Mobilier urbain

QU'EST-CE QUE LA PUBLICITE EXTERIEURE ?

➤ LA PUBLICITE

Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention.

(Art. L 581-3-1° du code de l'environnement)

Les publicités lumineuses, numériques, éclairées



Publicités lumineuses



Publicité numérique



Publicité éclairée par transparence



Publicité éclairée par projection

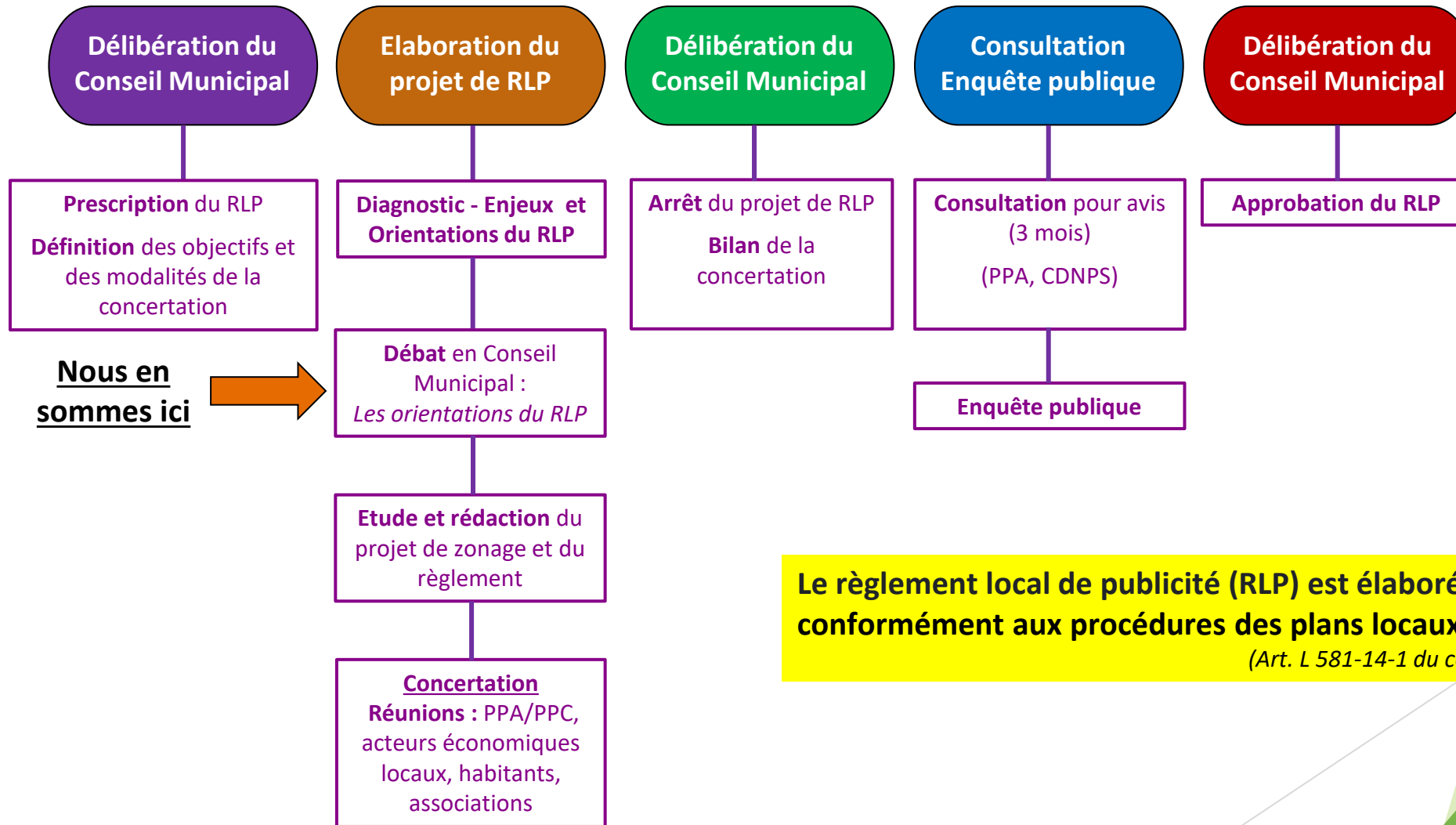
QU'EST-CE QU'UN RLP ?

- Le règlement local de publicité (RLP) permet d'**adapter la réglementation nationale** en matière de publicité extérieure aux enjeux locaux et à la réalité des territoires.
- Le RLP doit **maintenir un équilibre** entre des objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie et des objectifs de développement économique des territoires.
- Les règles nationales s'appliquent aux **dispositifs situés à l'extérieur d'un local** (devant la vitrine ou la baie), visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. *(Art. L 581-2 du code de l'environnement)*
- **La réglementation de la publicité extérieure vise les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés.**



La loi Climat & Résilience de 2021 accorde aux élus locaux la possibilité, par le biais d'un RLP, de prévoir des prescriptions pour les publicités et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.

QUELLE EST LA PROCEDURE DU RLP ?

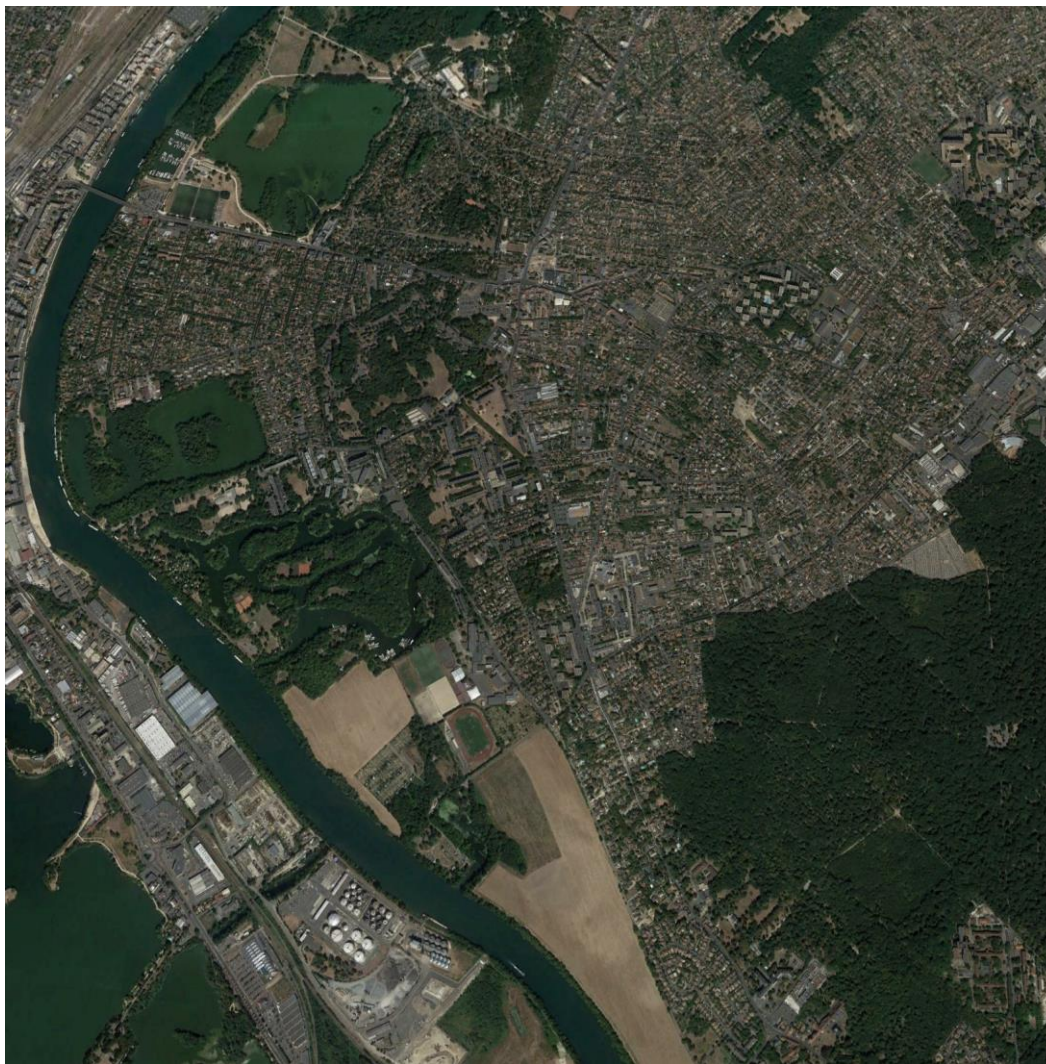


Le règlement local de publicité (RLP) est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures des plans locaux d'urbanisme(PLU).

(Art. L 581-14-1 du code de l'environnement)

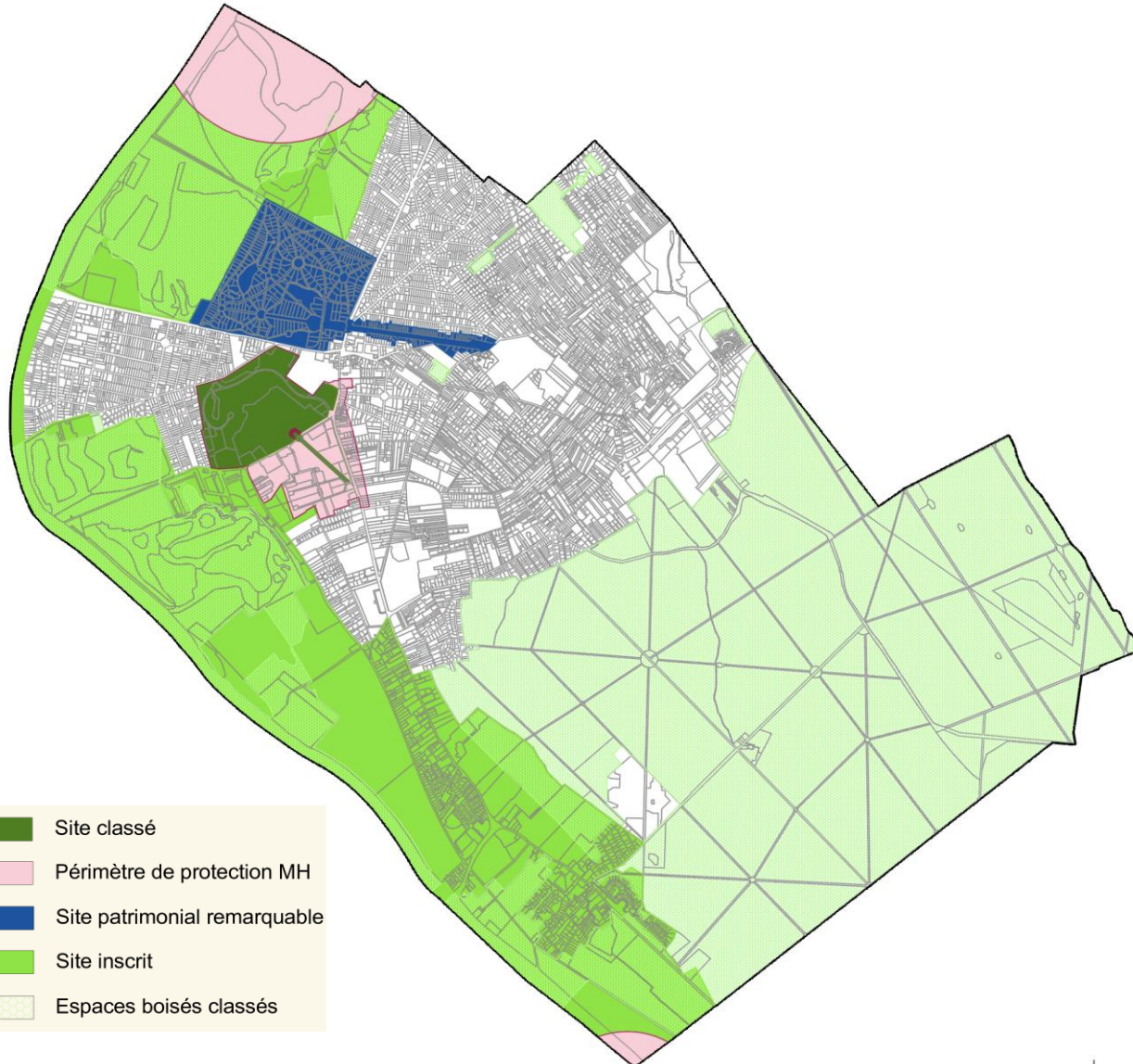
RAPPEL DES OBJECTIFS DU RLP (Définis par délibération du 13/12/2022)

- **Adapter** la réglementation nationale applicable aux publicités, enseignes et préenseignes au contexte local.
- **Prévoir**, le cas échéant, des dispositions plus restrictives que la réglementation nationale afin de s'adapter aux exigences du territoire communal, notamment aux entrées de ville et sur les axes structurants, au centre-ville et dans les zones commerciales et artisanales ainsi qu'aux abords des sites patrimoniaux.
- **Favoriser** l'attractivité du centre-ville commerçant et des zones de commerces de détails en édictant des dispositions spécifiques permettant d'harmoniser et de mettre en valeur les enseignes des commerces de détails.



PRINCIPAUX ELEMENTS DU DIAGNOSTIC

SECTEURS D'INTERDICTION DE LA PUBLICITE



Interdiction absolue de toute publicité :

- dans les sites classés

Interdiction relative de la publicité en agglomération :

- aux abords des monuments historiques
- dans les sites patrimoniaux remarquables
- dans les sites inscrits

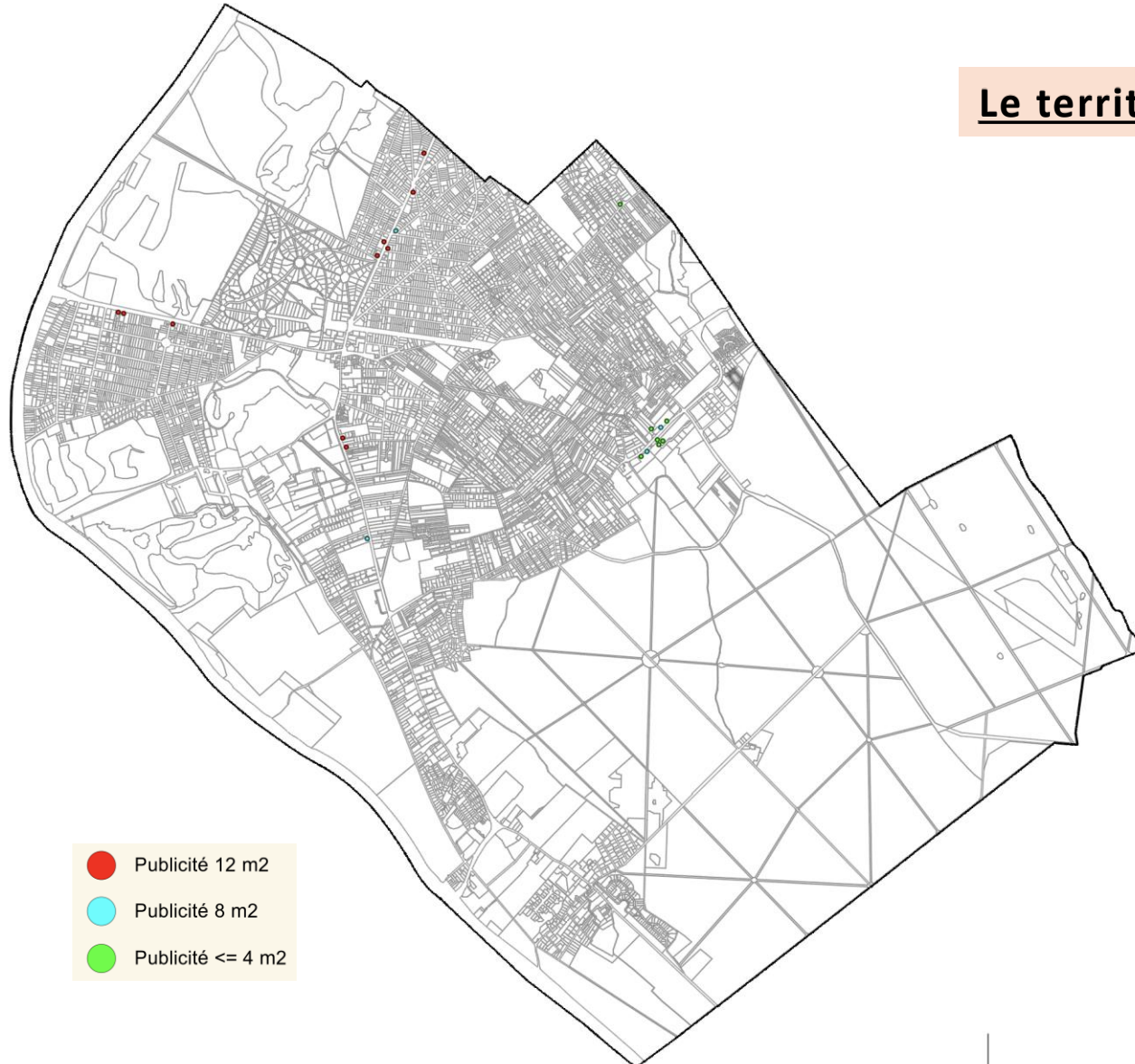
➤ **Le RLP peut déroger à ces interdictions**

Interdiction absolue de la publicité scellée ou posée au sol en agglomération :

- dans les espaces boisés classés
- dans les zones naturelles

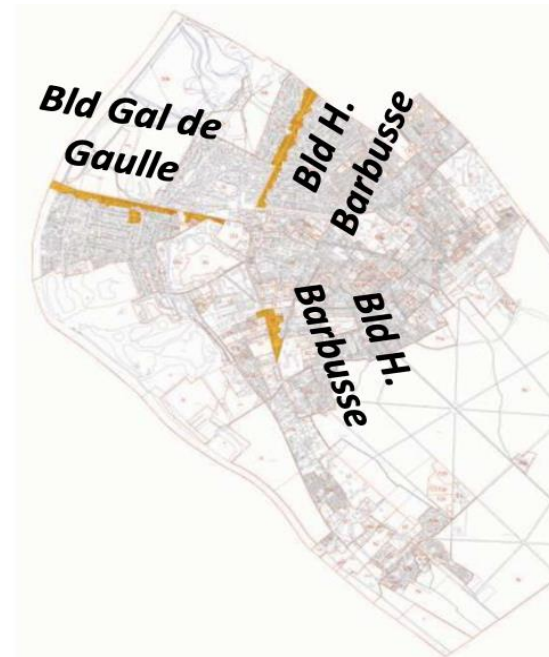
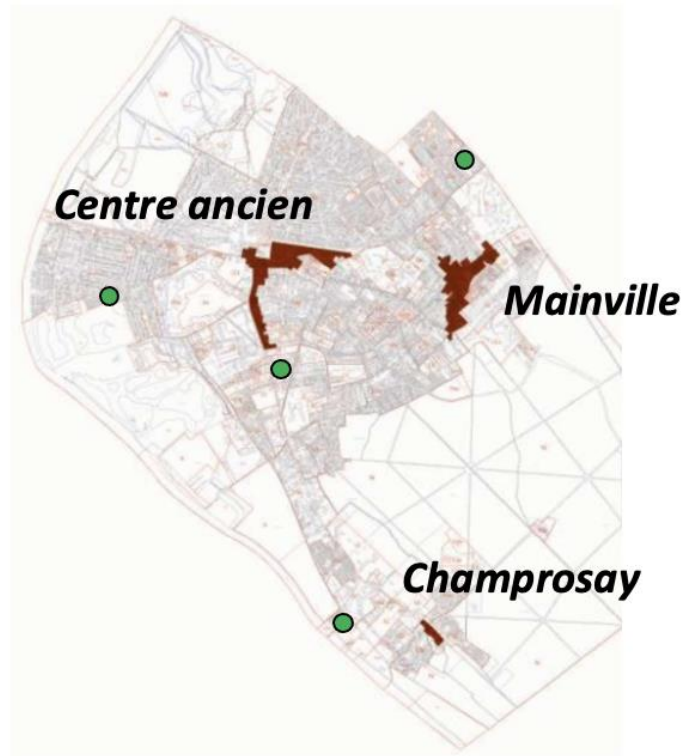
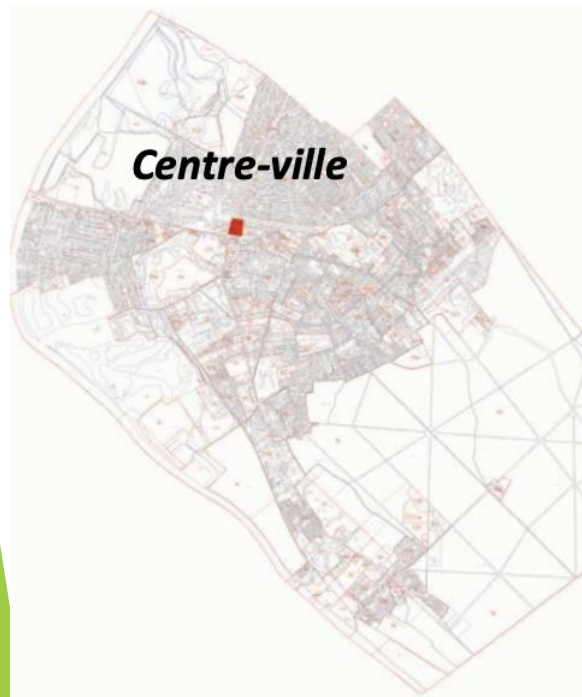
LOCALISATION DE LA PUBLICITE

Le territoire de DRAVEIL est peu impacté par la publicité



- **Centre-ville** préservé de tout dispositif publicitaire.
- **Publicités de grands formats 12 m² et 8 m²** sur mur de bâtiment et scellées au sol, principalement localisées sur deux axes routiers « D931 et D448 » et dans la zone d'activités de Mainville.
- **Le mobilier urbain** supporte de la publicité de petit format (2 m²) sur l'ensemble de l'agglomération.

LOCALISATION DES ENSEIGNES



 Grandes surfaces

SYNTHESE DU DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITE

- **Le centre-ville et les quartiers résidentiels** sont préservés de tout dispositif publicitaire.
- **Publicités de grands formats 12 m² et 8 m²** : Existent sur murs de bâtiment et scellées au sol, principalement sur deux axes routiers « D931 et D448 » et dans la zone d'activités de Mainville.
 - Absence de publicité sur l'axe routier D31.
- **Quelques problématiques** relevées sur des chevalets « peu qualitatifs », des publicités apposées sur des poteaux d'éclairage public et des dispositifs de petit format implantés sur des clôtures non aveugles.
- **Présence des relais d'informations service (RIS)** qui limitent l'affichage sauvage notamment de préenseignes. Ces dispositifs (RIS) répondent plus précisément à une attente des entreprises pour une signalisation homogène en zone d'activités de Mainville.
 - *Le RLP n'intervient pas sur ces dispositifs (RIS) ainsi que sur la Signalisation locale (SIL).*
- **La publicité apposée sur le mobilier urbain** (format 2 m²) est à l'échelle du paysage urbain de DRAVEIL. Ces dispositifs combinent l'information locale et la publicité qui y est accessoirement apposée.

LES ENJEUX DE LA PUBLICITE

- **Préserver** certains espaces faisant l'objet d'une protection (abords des monuments historiques, secteurs patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, espaces naturels) de tout affichage publicitaire.
- **Poursuivre** la maîtrise du développement des dispositifs publicitaires sur les deux grands axes routiers : D931 et D448 tout en préservant une intégration qualitative dans leur environnement.
- **Limiter** l'impact visuel des publicités apposées sur clôture.
- **Renforcer** la mise en valeur de l'espace public en encadrant les dispositifs publicitaires installés directement sur le sol (chevalets, kakémono...).
- **Maintenir** la possibilité d'apposer, à titre accessoire, de la publicité sur le mobilier urbain en considérant les spécificités du paysage.

SYNTHESE DU DIAGNOSTIC DES ENSEIGNES

➤ **Centre-ville :**

- Des vitrines surchargées d'inscriptions, des implantations d'enseignes qui ne respectent pas les alignements de façade et l'architecture des bâtiments.
- 2 infractions ont été constatées au règlement national de publicité (RNP) concernant les enseignes perpendiculaires et installées sur toiture.

➤ **Les axes routiers D931, D448, D31 :**

- Une accumulation de dispositifs disproportionnés sur les façades de bâtiment et des vitrines surchargées.
- De nombreuses infractions au RNP concernant les enseignes scellées au sol ou posées sur le sol et installées sur toiture.

➤ **La zone d'activités de Mainville :**

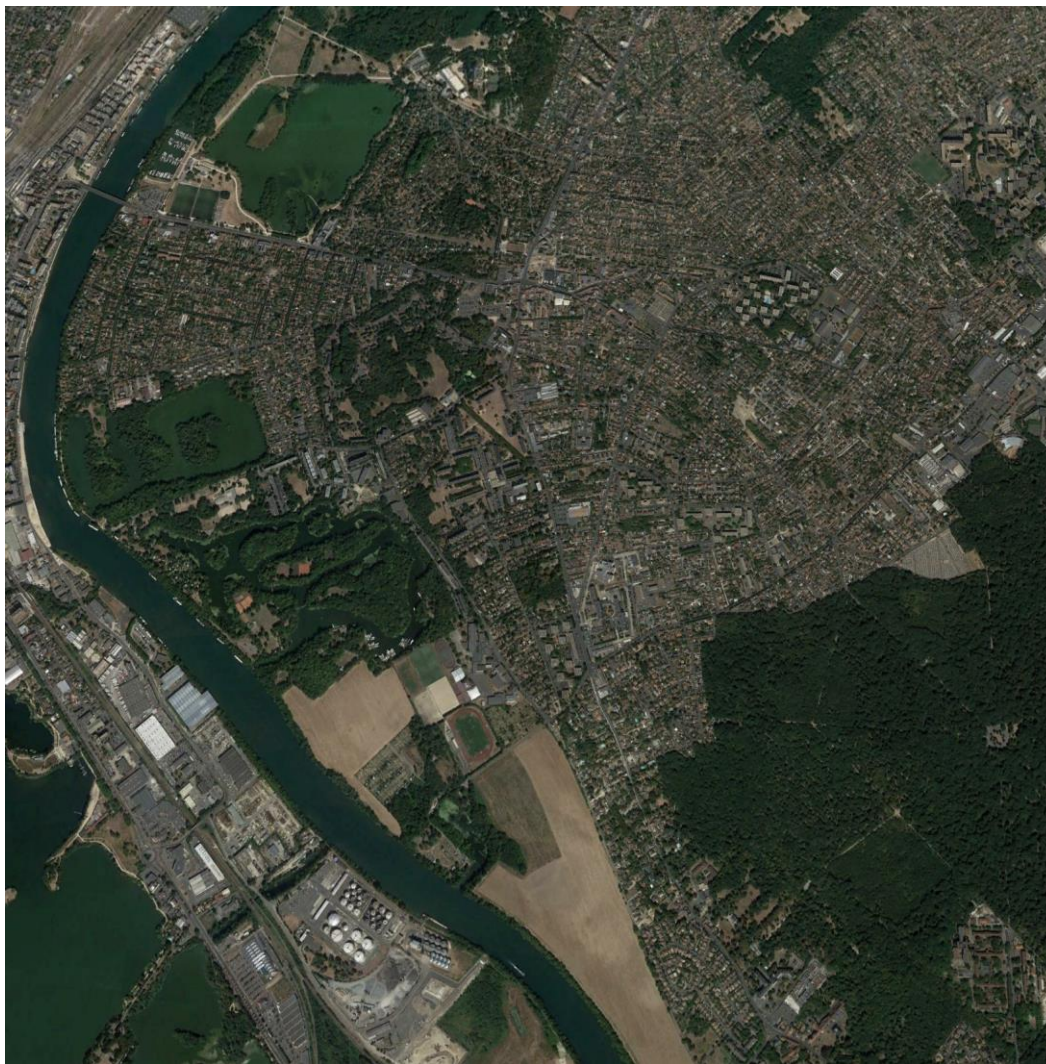
- Quelques dispositifs aux dimensions importantes apposés sur les façades de bâtiment qui traduisent une perception peu qualitative d'enseignes en zone d'activités.

➤ **Les quartiers résidentiels :**

- Des enseignes peu qualitatives qui banalisent le paysage urbain. Quelques infractions au RNP concernant les enseignes perpendiculaires.

LES ENJEUX DES ENSEIGNES

- **Renforcer** l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale des commerces de proximité en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes (centre-ville).
- **Concilier** l'aspect visuel qualitatif des enseignes et une lisibilité aux zones d'activités.
- **Encourager** la qualité environnementale et paysagère des polarités économiques (axes routiers, quartiers résidentiels).



O RIENTATIONS GENERALES DU RLP

LES ORIENTATIONS GENERALES DU RLP

ORIENTATION N°1

Maintenir la qualité paysagère dans les sites protégés et les espaces naturels

ORIENTATION N°2

Renforcer l'attrait commercial du centre-ville

ORIENTATION N°3

Valoriser l'image de la commune par les entrées de ville et les axes structurants

ORIENTATION N°4

Rendre lisibles et attractives les zones d'activités commerciales et artisanales

ORIENTATION N°5

Préserver le cadre de vie et la qualité paysagère des secteurs résidentiels

LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE SUR LE MOBILIER URBAIN

- **Maintenir l'interdiction nationale de la publicité en agglomération dans les sites protégés et les monuments naturels. « Possibilité de dérogation ».**
(Abords des monuments historiques, secteurs patrimoniaux remarquables, sites inscrits)
- **Déroger à cette interdiction par le RLP, en privilégiant la publicité de petit format (2 m²) sur le mobilier urbain (abris-bus et planimètre).**
 - **Règle applicable sur l'agglomération.**



Le mobilier urbain assure une mission de service public auprès des usagers des voies publiques.
 Il est soumis à autorisation de la collectivité compétente (gestionnaire de la voirie).

LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE SCHELLEE AU SOL

- Entrées de ville, centre-ville et secteurs résidentiels : **Interdire** afin de préserver l'image qualitative de la commune.
- Axes structurants et zones d'activités : **Autoriser** en limitant leur emprise visuelle sur l'environnement :
 - Prescrire des dispositions esthétiques (monopied, utilisation de passerelle...), limiter le format (8 m²) ; édicter une règle de densité par unité foncière...



LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE INSTALLEE DIRECTEMENT SUR LE SOL

- **L'ensemble de l'agglomération :** Encadrer ces dispositifs (chevalets, kakémonos, drapeaux) posés directement sur le sol du domaine public :
 - *Limitier le format unitaire ; édicter une règle de densité par devanture commerciale et de positionnement sur le domaine public...*



Ces dispositifs publicitaires sans emprise au sol doivent faire l'objet d'un permis de stationnement qui autorise l'occupation temporaire (AOT) du domaine public délivrée par l'autorité compétente.



LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE SUR MUR ET SUR CLOTURE

- **Entrées de ville, centre-ville, zones d'activités et secteurs résidentiels : Interdire pour assurer une meilleure lisibilité des activités commerciales et pour protéger le cadre de vie des habitants.**
- **Axes structurants : Autoriser** en limitant leur emprise visuelle sur les caractéristiques des supports (bâtiment, clôture) :
 - *limiter les formats (8 m² sur mur et 2 m² sur clôture) ; édicter une règle de densité par unité foncière...*



LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE SUR TOITURE ET SUR VITRINE OU BAIE (Extérieure)

- L'ensemble de l'agglomération : **Interdire sur toiture ou terrasse pour éviter l'impact dégradant sur l'environnement.**
- Centre-ville et zones d'activités : **Interdire sur vitrine ou baie pour contenir tout risque de confusion entre publicité et information de l'activité commerciale dense dans ces secteurs.**
- Axes structurants et secteurs résidentiels : **Autoriser sur vitrine ou baie afin de préserver la visibilité des activités économiques tout en maintenant un cadre de vie apaisé.**
 - *Limiter le format unitaire par vitrine ou par baie ; édicter une règle de densité par devanture commerciale...*



LES ORIENTATIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE

LA PUBLICITE LUMINEUSE, NUMERIQUE ET ECLAIREE

- Déterminer les modes d'éclairage selon les caractéristiques des paysages afin de limiter les nuisances lumineuses et ainsi préserver le cadre de vie.
 - **Interdire la publicité lumineuse sur l'ensemble de l'agglomération.**
 - **Interdire la publicité numérique en centre-ville et dans les secteurs résidentiels.** Autoriser sur les axes structurants et dans les zones d'activités.
 - Favoriser un éclairage par transparence et **exclure l'éclairage par projection.**
 - Augmenter l'amplitude horaire d'extinction nocturne des publicités numériques et éclairées.



Lumineuse



Numérique



Eclairage par transparence

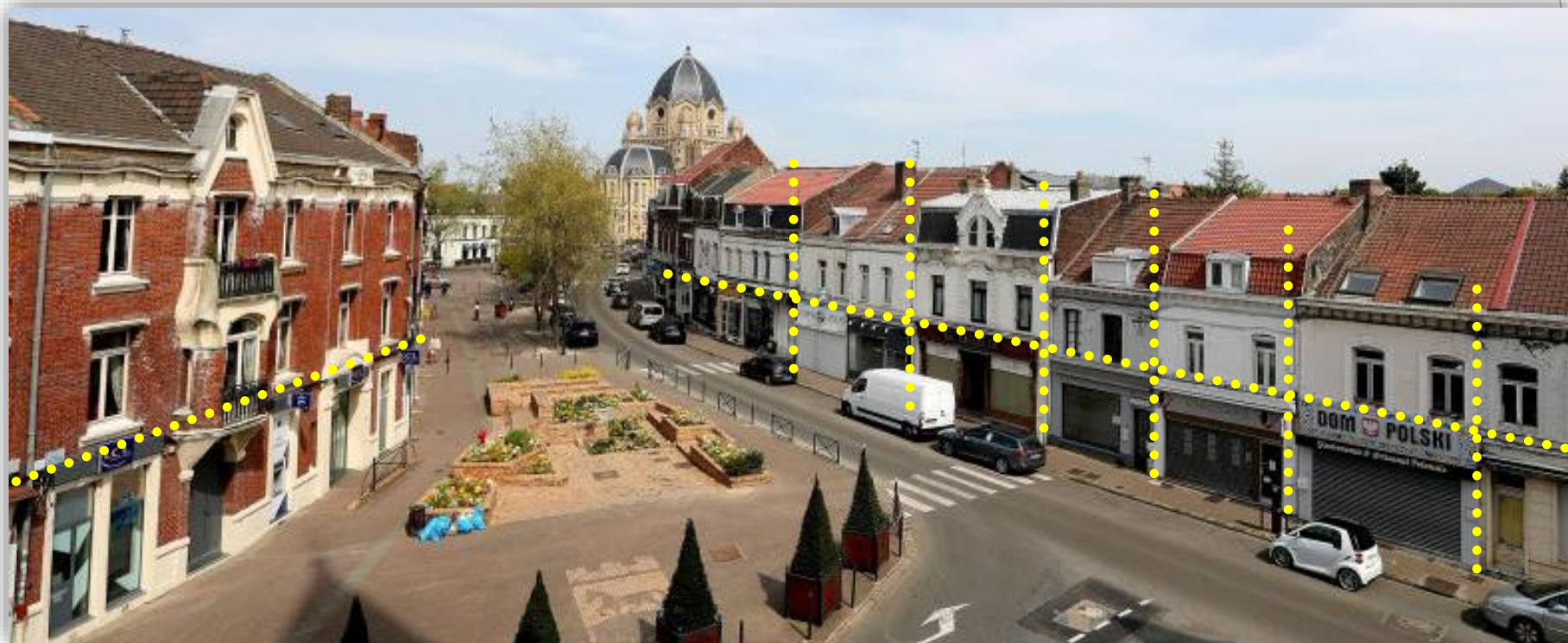


Éclairage par projection

LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES APPOSÉES SUR BATIMENT (A PLAT ET EN DRAPEAU)

- **Territoire communal** : Améliorer la lisibilité des activités et l'insertion qualitative des enseignes sur bâtiment en considérant les spécificités architecturales existantes.
 - Règles de positionnement, surface occupée, densité, saillie, mode d'éclairage...



LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES SUR VITRINE OU BAIE (extérieure)

- **Territoire communal :** Harmoniser à l'esprit du commerce les enseignes en privilégiant la sobriété et leur nombre afin de ne pas occulter la vitrine ou la baie extérieure.



LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES SUR STORE-BANNE

- **Territoire communal** : Préserver la mise en valeur de la devanture en intégrant les enseignes sur le lambrequin du store.



LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES SUR TOITURE OU TERRASSE

- Sites protégés et monuments naturels, centre-ville, entrées de ville, secteurs résidentiels : Interdire pour ne pas impacter la qualité de ces paysages
- Axes structurants et zones d'activités : Autoriser tout en maîtrisant les dimensions, la surface cumulée et le mode d'éclairage.



LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES SCELLEES AU SOL

- Sites protégés et monuments naturels, centre-ville, : **Interdire** car ces dispositifs sont inadaptés à la configuration de ces paysages et de leurs activités économiques.
- Entrées de ville, axes structurants et zones d'activités : **Autoriser** tout en privilégiant les enseignes « totem » et les supports communs » afin de les distinguer des publicités scellées au sol et lutter contre la banalisation des pôles économiques.



LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES EXTERIEURES LUMINEUSES, NUMERIQUES, ECLAIREES

- **Instaurer des règles en matière d'horaires d'extinction afin de réduire les nuisances lumineuses et les consommations d'énergie.**

- **Sites protégés et monuments naturels, centre-ville, : Interdire les enseignes lumineuses et numériques.**
 - **Privilégier** les dispositifs d'éclairage plus discret pour s'intégrer au mieux à la devanture. (LED, éclairage indirect...)

- **Entrées de ville, axes structurants et zones d'activités : Autoriser tout en évitant un éclairage trop agressif afin de ne pas gêner les riverains et les passants.**
 - *Limiter le format unitaire ; type d'enseigne, règle de densité, mode d'éclairage...*

LES ORIENTATIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES

LES ENSEIGNES TEMPORAIRES INSTALLEES PLUS DE 3 MOIS

- Territoire communal : **Limiter** l'emprise des enseignes temporaires en privilégiant un mode de réalisation, un format et une densité, adaptés au caractère des lieux.
 - Sites protégés et monuments naturels, centre-ville : **Interdire certains dispositifs (scellés au sol, sur toiture)**
 - Entrées de ville, axes structurants et zones d'activités : **Instaurer des règles**



LES ORIENTATIONS APPLICABLES DERRIERE LES VITRINES ET LES BAIES

LA PUBLICITE ET LES ENSEIGNES LUMINEUSES A L'INTERIEUR D'UN LOCAL

➤ Territoire communal :

- **Limiter** l'emprise de la publicité ou des enseignes numériques et lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial.
- **Instaurer** des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface et de prévention des nuisances lumineuses.

