



ville de
PÉRONNAS

Révision du règlement

LOCAL DE PUBLICITÉ

1 Rapport de présentation

2 *Décembre 2021*

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
1.1 CONTEXTE LÉGISLATIF	4
1.2 INTÉRÊT DE LA RÉVISION DU RLP	4
1. LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ	6
1.1 LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE	6
1.2 LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLP	8
1.2.1 Le rapport de présentation	8
1.2.2 Le règlement	8
1.2.3 Les annexes	8
1.3 LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL	9
1.3.1 La publicité	9
1.3.2 L'enseigne	10
1.3.3 La préenseigne	11
1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires	12
1.3.5 L'affichage d'opinion	13
1.3.6 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation	14
2. ANALYSE TERRITORIALE	15
2.1 APPROCHE GLOBALE	15
2.2 LE PATRIMOINE NATUREL	17
2.3 LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL	18
2.4 LE RÉSEAU VIAIRE	19
2.5 LES ZONES D'ACTIVITÉS OU COMMERCIALES	20
2.6 LES QUARTIERS RÉSIDENTIELS	21
2.7 SYNTHÈSE DES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	22
3. LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES	23
3.1 LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE	23
3.1.1 La population de référence	23
3.1.2 L'agglomération	24
3.2 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ	26
3.2.1 La surface de la publicité	26
3.2.2 Les principales règles applicables à la publicité murale	26
3.2.3 Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol	26
3.2.4 Le régime applicable au mobilier urbain	26
3.2.5 Le régime applicable à la publicité numérique	26
3.2.6 La publicité sur véhicules terrestres	26
3.2.7 La publicité sur bâches	27
3.2.8 La publicité sur toiture	27
3.2.9 La règle nationale de densité	27
3.2.10 L'obligation d'extinction nocturne	27
3.2.11 Le régime de déclaration ou d'autorisation	27
3.2.12 Tableau de synthèse des règles applicables	28

3.3 LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES.....	29
3.3.1 Les principales règles applicables à l’enseigne murale.....	29
3.3.2 Les principales règles applicables à l’enseigne scellée au sol	29
3.3.3 Les principales règles applicables à l’enseigne sur toiture ou terrasse	30
3.3.4 Les principales règles d’extinction nocturne	30
3.4 LE POUVOIR DE POLICE	31
3.5 LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL	32
4. LE DIAGNOSTIC	33
4.1 MÉTHODE DE RECENSEMENT	33
4.1.1 Publicité.....	33
4.1.2 Enseignes.....	34
4.2 LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ	34
5. LES CONSTATS	40
5.1 PUBLICITÉ	40
5.2 ENSEIGNES	40
5.2.1 Hors agglomération	40
5.2.2 Le patrimoine naturel.....	40
5.2.3 Le patrimoine bâti.....	40
5.2.4 Le réseau viaire.....	41
5.2.5 Les zones d’activités ou commerciales	41
5.2.6 Le centre-ville et les quartiers résidentiels.....	43
5.3 SYNTHÈSE DES CONSTATS.....	44
5.3.1 Publicité	44
5.3.2 Enseignes	44
6. LES ORIENTATIONS.....	45
6.1 PUBLICITÉ	45
6.2 ENSEIGNES.....	45
7. EXPLICATION DES CHOIX.....	46
7.1 ZONAGE	46
7.1.1 Publicité	46
7.1.2 Enseignes	46
7.2 PARTIE RÉGLEMENTAIRE.....	46
7.2.1 Publicité	46
7.2.2 Enseignes.....	47



1. INTRODUCTION

1.1 | CONTEXTE LÉGISLATIF

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 compétent 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 | INTÉRÊT DE LA RÉVISION DU RLP

La caducité

Actuellement, la ville de Péronnas dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté en 1998, antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité.

Cette caducité a été portée du 13 juillet 2020 au 13 janvier 2021 par l'article 29 de la Loi n° 2020-734 du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes ainsi qu'au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne.

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

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

Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme (PLU), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie.

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

Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.58-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP 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 sites Natura 2000.

1. LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

1.1 | LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

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

La délibération de prescription du RLP en date du 17 décembre 2019, a précisé les objectifs poursuivis :

- préserver l'image attractive de la commune grâce à une réduction significative de l'affichage publicitaire ;
- protéger le cadre de vie grâce à une diminution importante de la pollution visuelle ;
- limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire.

Elle a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLP (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- une réunion avec les professionnels concernés (annonceurs publicitaires) ;
- une réunion publique ;
- un registre mis à disposition du public lui permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure d'élaboration du RLP ;
- une communication dans la presse locale ;
- une communication sur le site Internet de la commune.

Un débat sur les orientations éventuellement peut avoir lieu, sans obligation, car contrairement au PLU, le RLP ne comporte pas de PADD.

En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA) 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 RLP arrêté 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. Le projet de RLP est ensuite approuvé par le conseil municipal.

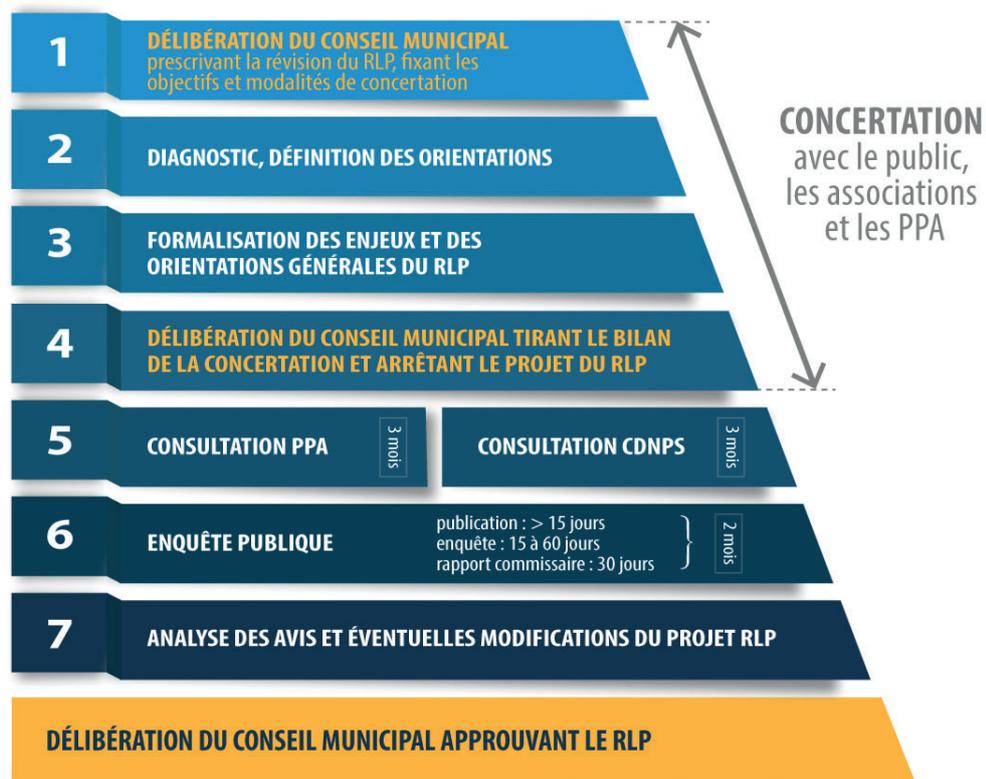


Schéma de la procédure

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP 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).

Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation

1.2 | LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLP

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- 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 de la commune. 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, du 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 à la publicité, aux enseignes et préenseignes sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, 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 ou, le cas échéant, les périmètres identifiés¹ si existants dans le rapport de présentation et le règlement ;
- du(des) arrêté(s) municipal(aux) fixant les limites du territoire aggloméré ;
- du (des) document(s) graphique(s) les matérialisant.

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).

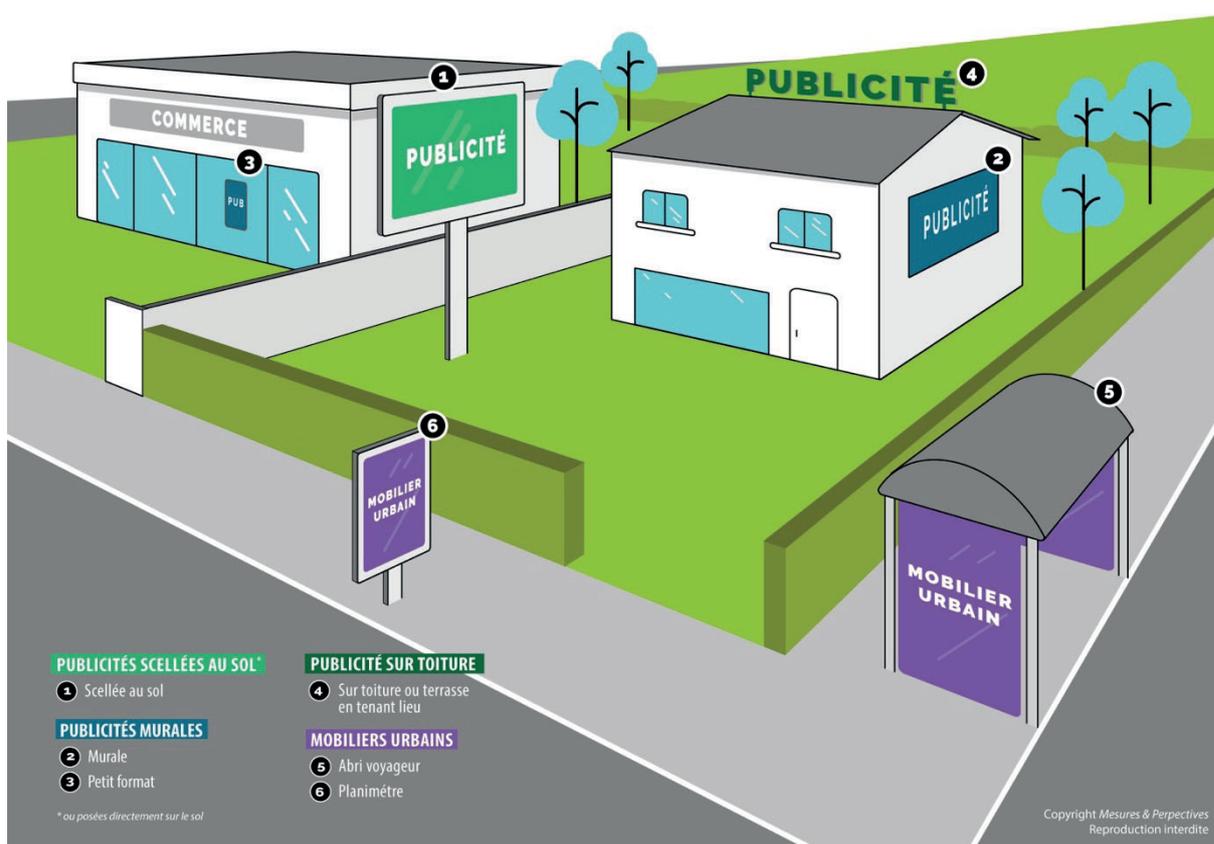
1.3 | LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL

L'article L.581-3 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées. Il s'agit de :

- la publicité ;
- l'enseigne ;
- la préenseigne.

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 réglementés par le RNP 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).

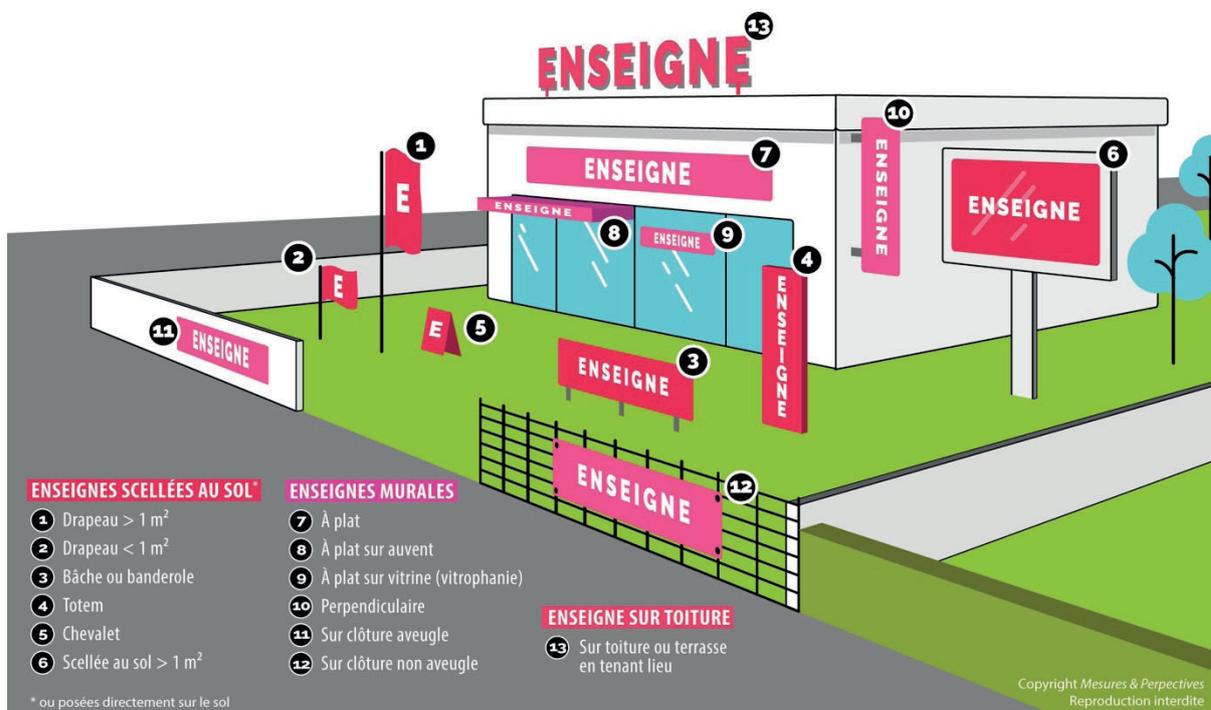
Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune et de son appartenance à une unité urbaine dans lesquels ils sont implantés.

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 ;

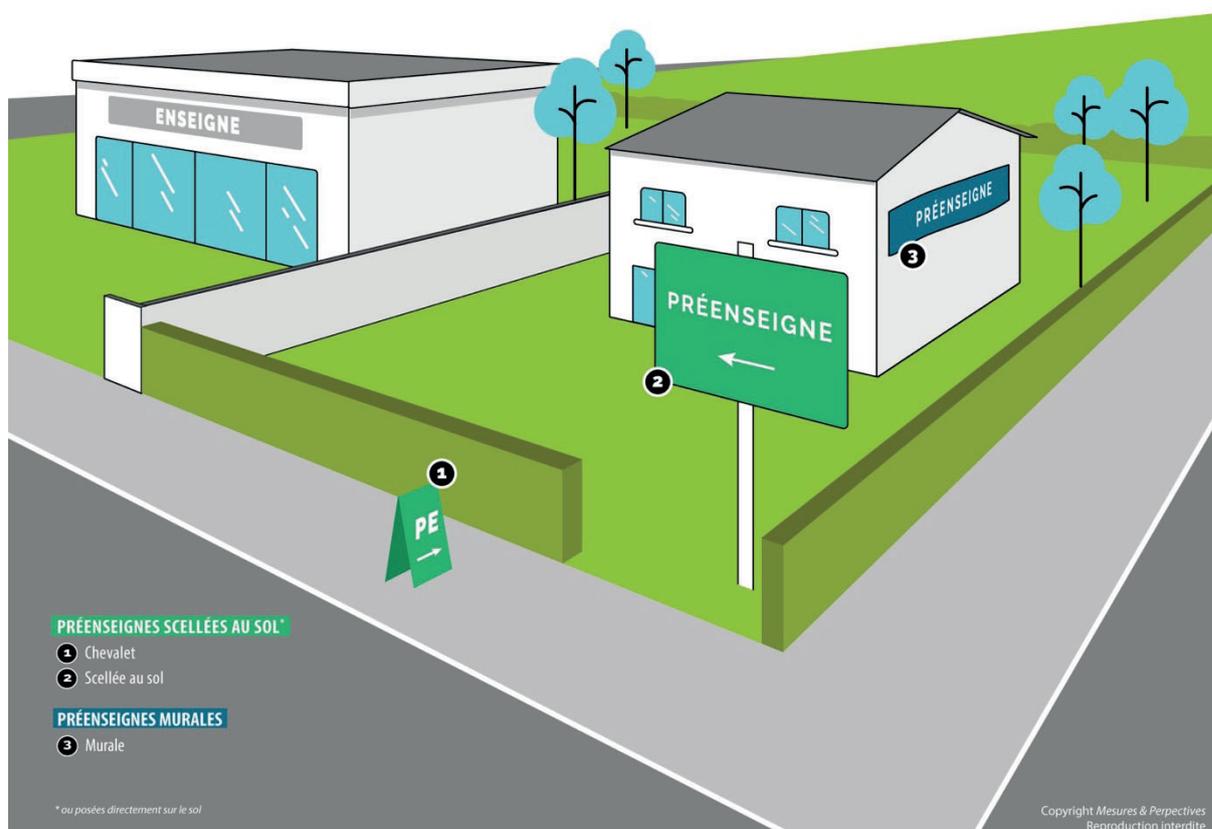


1.3.3 | La préenseigne

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 (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLP ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différemment de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



1.3.4 | Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

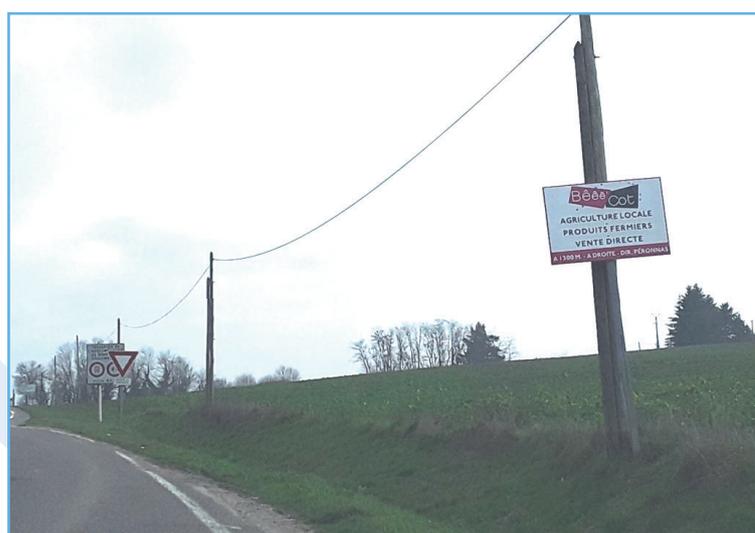
Seules les préenseignes dérogatoires (Art. L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles sont implantées hors agglomération.

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 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)x1,5m(L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



Préenseigne dérogatoire

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 du territoire communal 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 réservée est de :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² plus 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 plus 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	2 000	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

Pour Péronnas, dont la population est de 6 800 habitants (source INSEE Population légale 2018 en vigueur au 1er janvier 2021), la surface minimale à respecter est de 10 m².

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

1.3.6 | 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.



Signalisation routière



Signalisation d'information locale (SIL)

Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations. 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.



Écran numérique (sans publicité)

2. ANALYSE

TERRITORIALE

2.1 | APPROCHE GLOBALE

Le territoire communal de Péronnas, de 1755 hectares environ, présente un caractère urbain mais également composé de zones agricoles, de massifs boisés (une partie de la forêt de Seillon) et de zones humides. En dehors du bourg, il existe des secteurs d'habitat dispersés.

La topographie du territoire communal organise celui-ci en trois grandes unités paysagères :

- à l'ouest, la vallée de la Veyle marquée par l'agriculture de la Bresse méridionale entre prés et champs avec un maillage bocager encore très présent et de petits boisements.
- à l'est, la Dombes forestière avec les boisements de la forêt de Seillon, du taillis de l'Alleyriat et la vaste clairière de Saix.
- la tache urbaine le long de la RN 83 est dans la continuité de Bourg-en-Bresse.

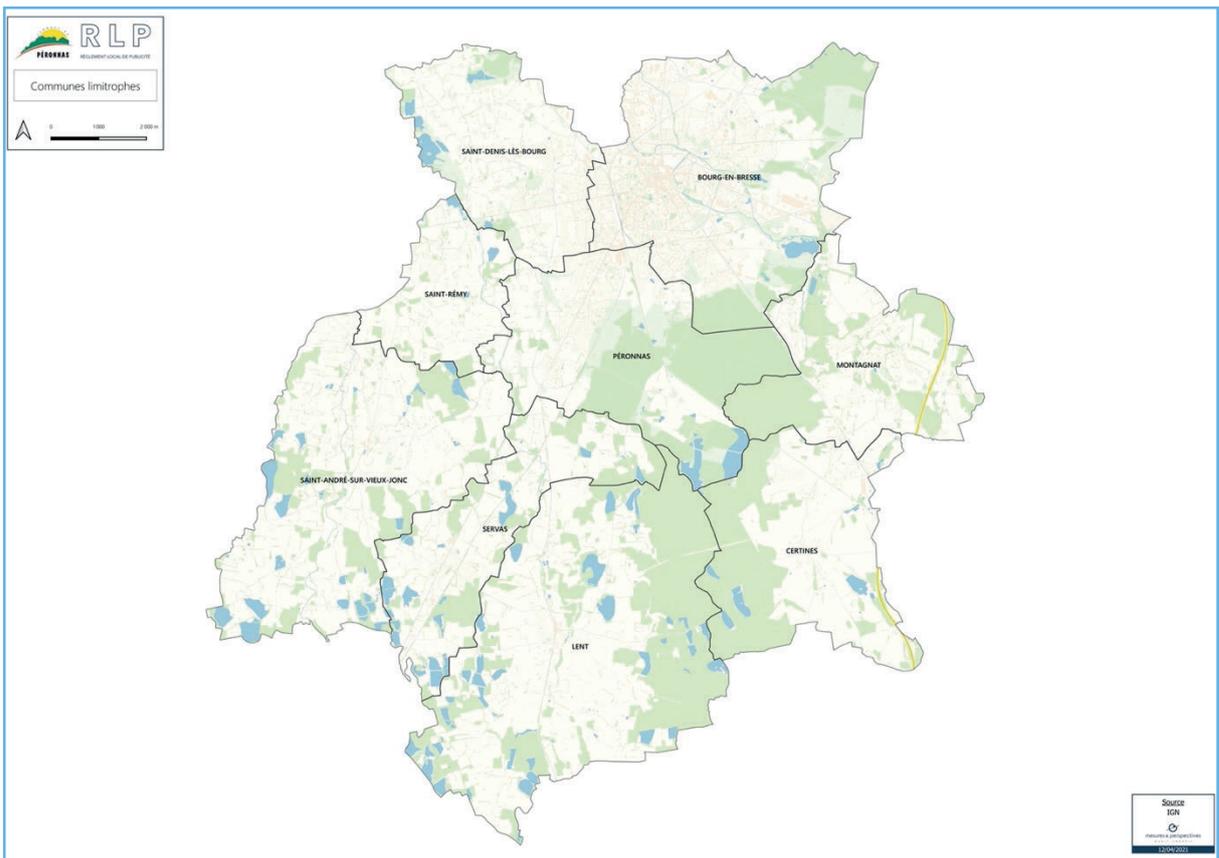
Le site et l'environnement de la commune, s'ils n'offrent pas de paysages particulièrement spectaculaires, sont cependant intéressants au niveau environnemental parce qu'ils offrent des milieux diversifiés.

La commune est limitée :

- au nord par les communes de Saint-Denis-lès-Bourg et Bourg-en-Bresse ;
- à l'est par les communes de Montagnat et Certines ;
- au sud par les communes de Lent et Servas ;
- et à l'ouest par les communes de Saint Rémy et Saint André.

Péronnas est une commune bien desservie :

- proche de la RN 83 Bourg-en-Bresse/ Lyon ;
- à 10 minutes de la sortie autoroute A 40 (Bourg sud) ;
- près de la gare de Bourg-en-Bresse.

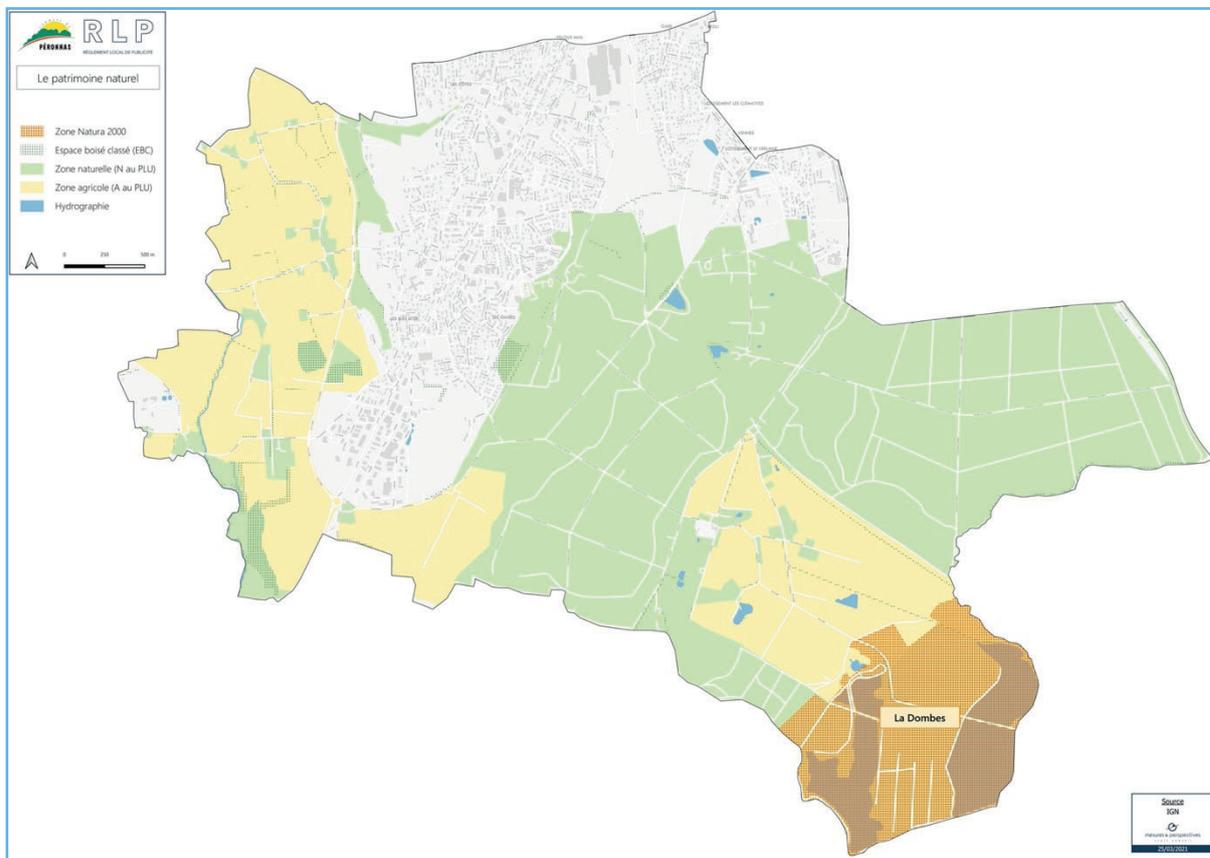


Communes limitrophes de Péronnas



2.2 | LE PATRIMOINE NATUREL

La totalité du patrimoine naturel est située hors agglomération.



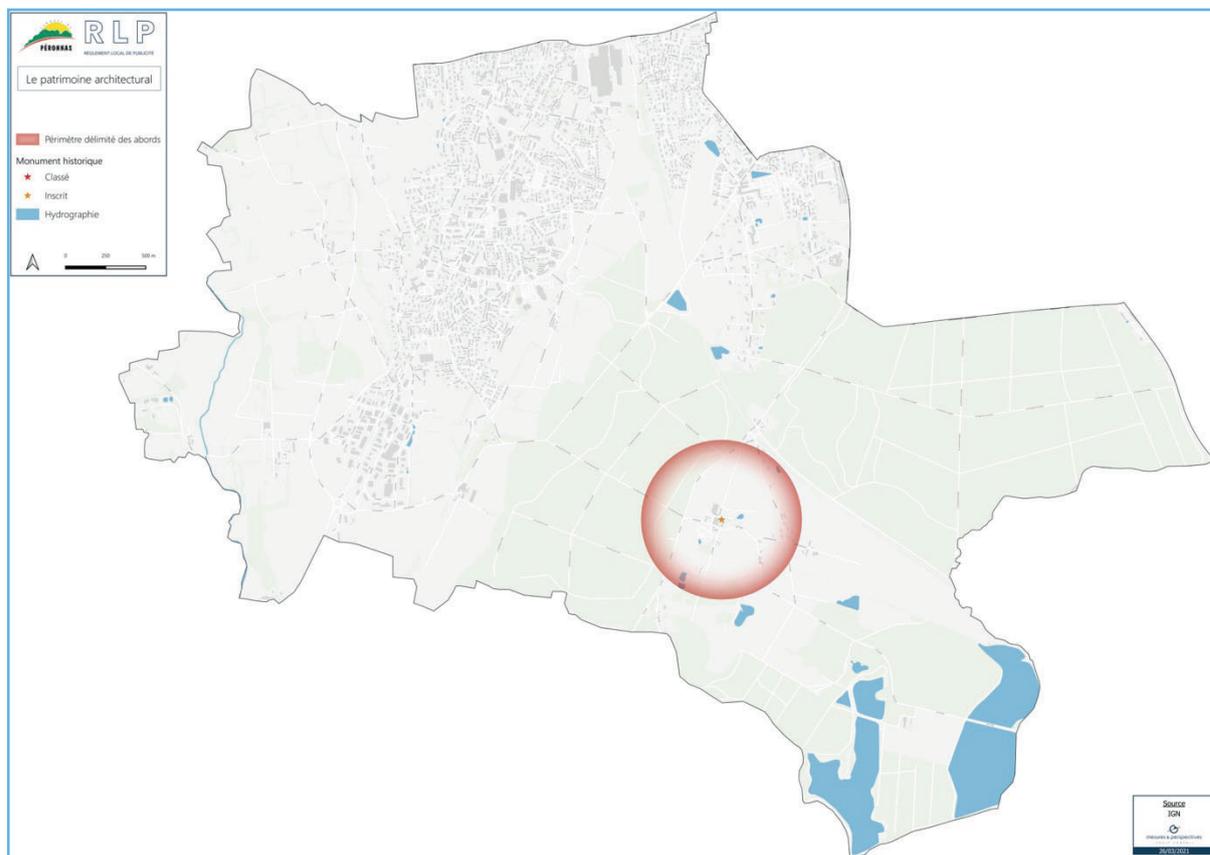
Enjeux pour le RLP :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

2.3 | LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Seul élément de patrimoine bâti sur la commune, le château de Saix est un monument historique inscrit.

Il est situé hors agglomération.



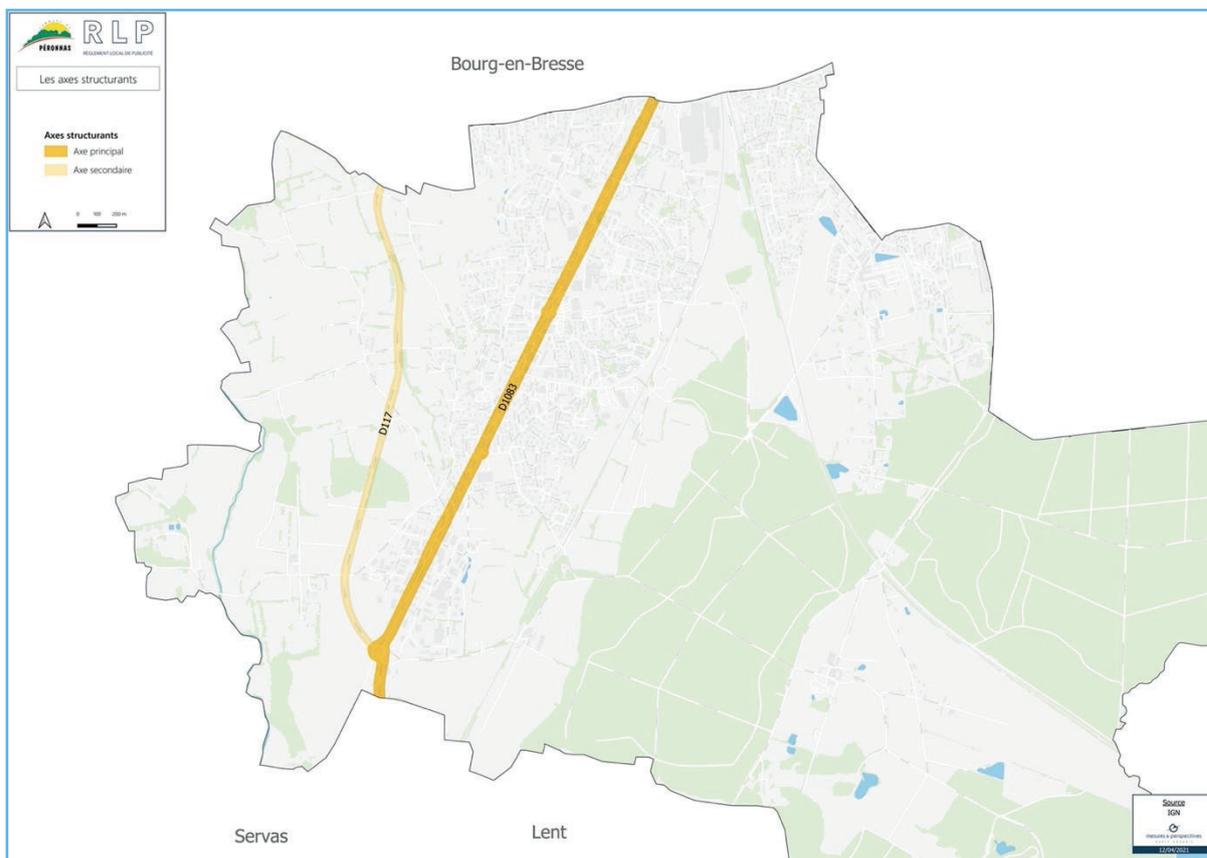
Enjeux pour le RLP :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

2.4 | LE RÉSEAU VIAIRE

La RD 83 traverse la commune du sud au nord, en agglomération dans sa majeure partie.

Le contournement via la RD 117 est hors agglomération.



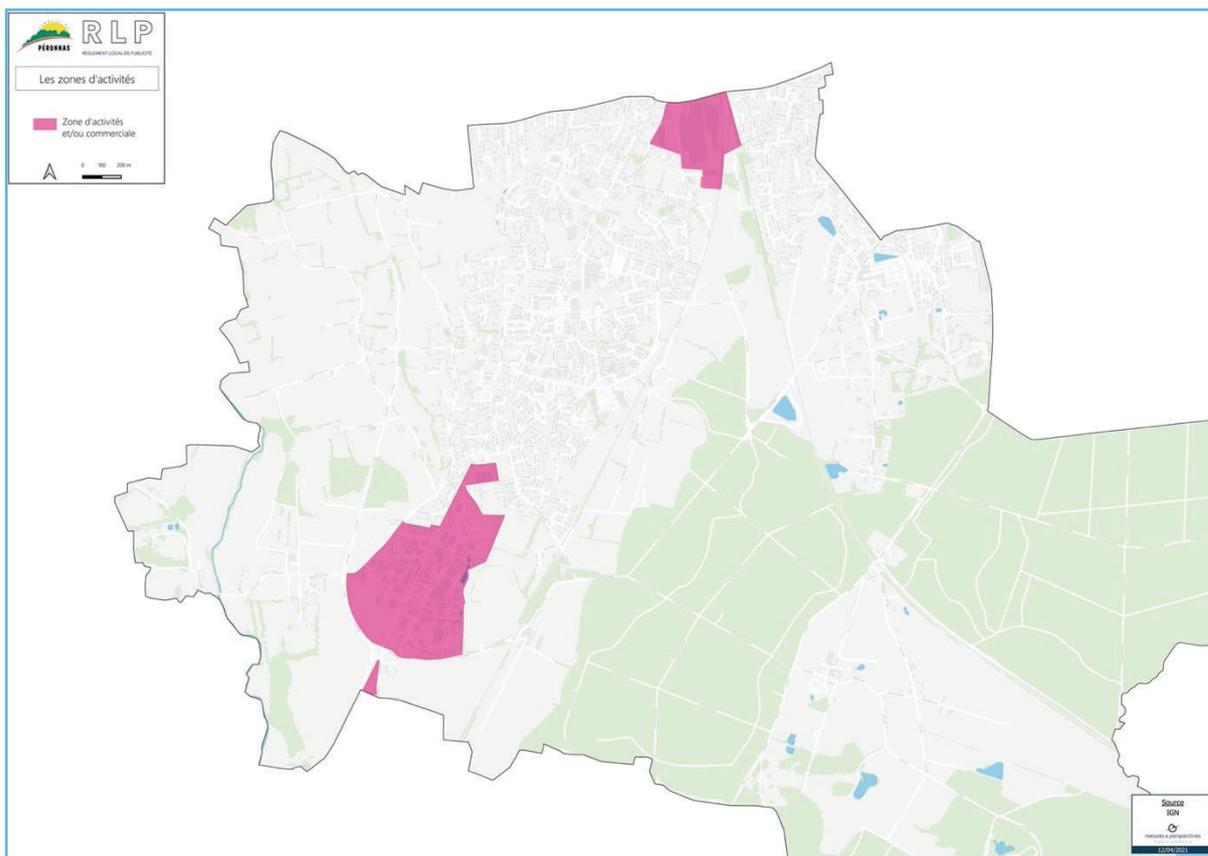
Enjeux pour le RLP :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

2.5 | LES ZONES D'ACTIVITÉS OU COMMERCIALES

La zone située au sud borde de part et d'autre l'entrée ville sur la RD 83.

La zone située au nord n'est pas une zone intéressante pour la publicité.



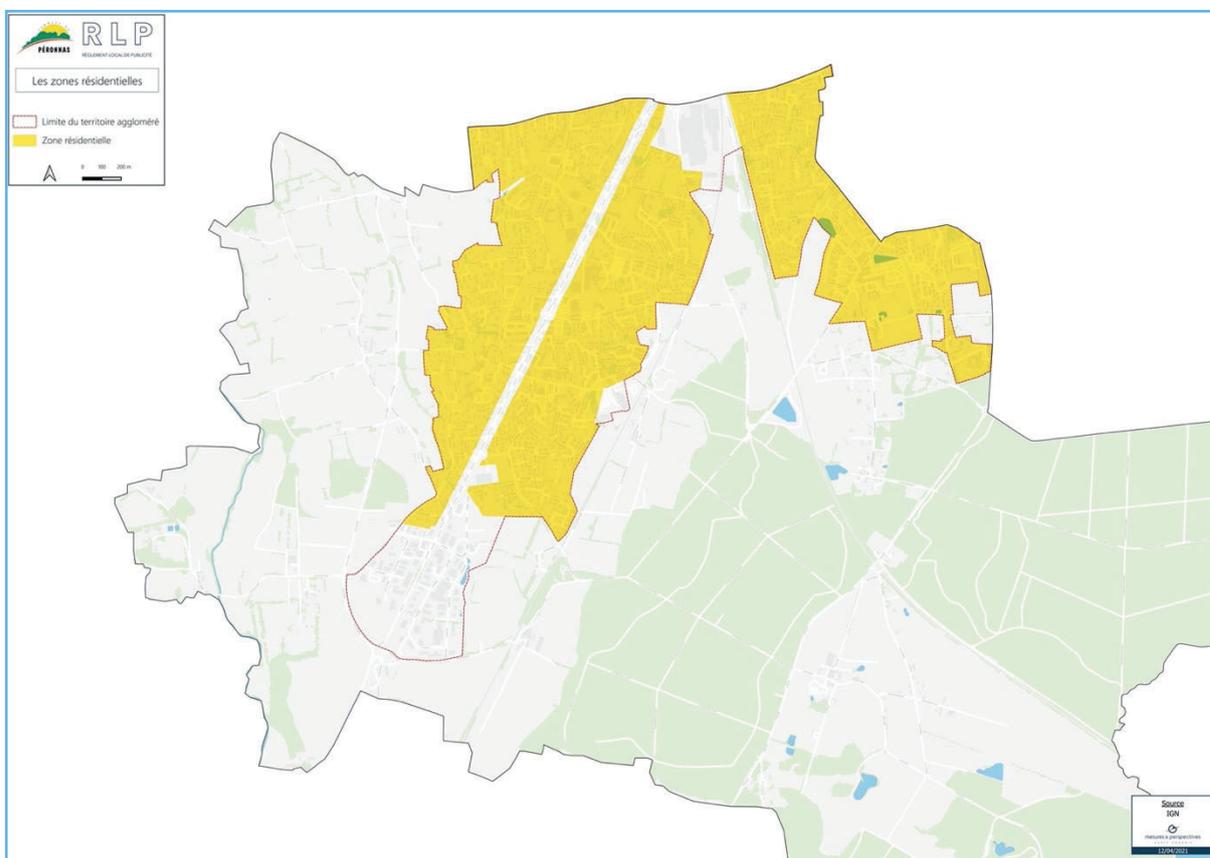
Enjeux pour le RLP :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

2.6 | LES QUARTIERS RÉSIDENTIELS

Ces quartiers constituent le solde du territoire aggloméré à l'issue de la définition des autres secteurs.

La publicité y est absente.



Enjeux pour le RLP :

- Interdire la publicité à l'exception du mobilier urbain et des préenseignes temporaires ;
- Adapter les formats des enseignes en relation avec le bâti.

2.7 | SYNTHÈSE DES ENJEUX POUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Le RLP doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain, rural et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLP doit aussi 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 parcourent.

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

le patrimoine naturel :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

le patrimoine bâti :

- Maintenir l'interdiction de la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires ou temporaires ;
- Autoriser les enseignes avec des prescriptions pour le respect des sites.

le réseau viaire :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

les zones d'activités ou commerciales :

- Admettre la publicité selon le RNP en agglomération ;
- Anticiper l'apparition éventuelle des enseignes numériques.

les quartiers résidentiels :

- Interdire la publicité à l'exception du mobilier urbain et des préenseignes temporaires ;
- Adapter les formats des enseignes en relation avec le bâti

3. LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

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

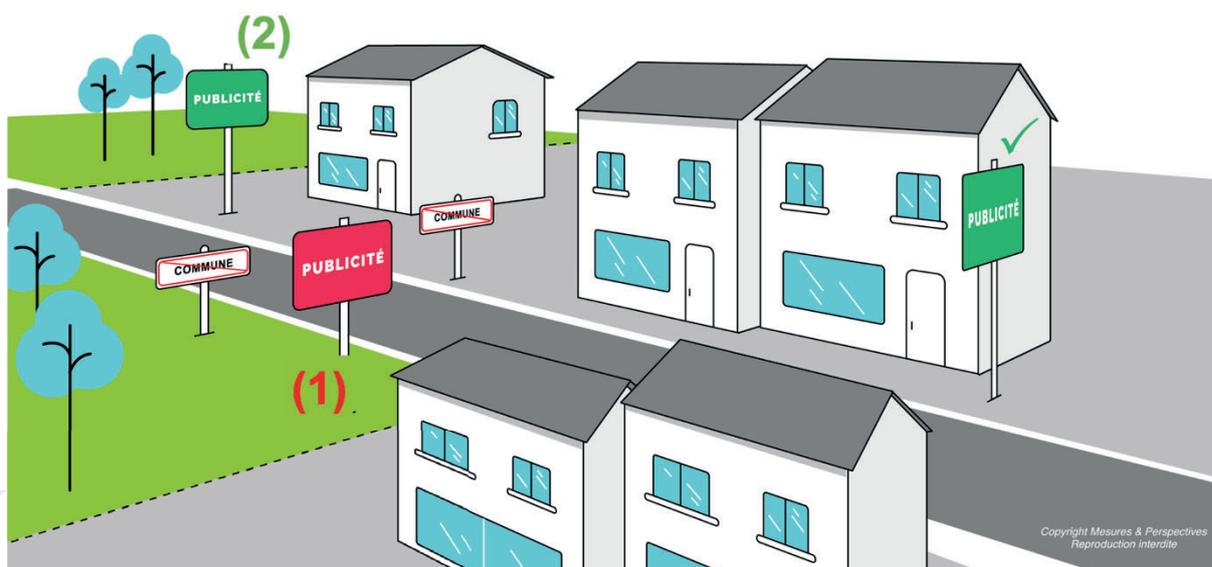
3.1 | LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

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

- 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 de moins de 10 000 habitants et un autre régime pour celles de plus de 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

PRÉÉMINENCE DE LA RÉALITÉ PHYSIQUE SUR L'ASPECT FORMEL



C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. 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 | 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 bâtis 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.

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe 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 afférent sont annexés au RLP.

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

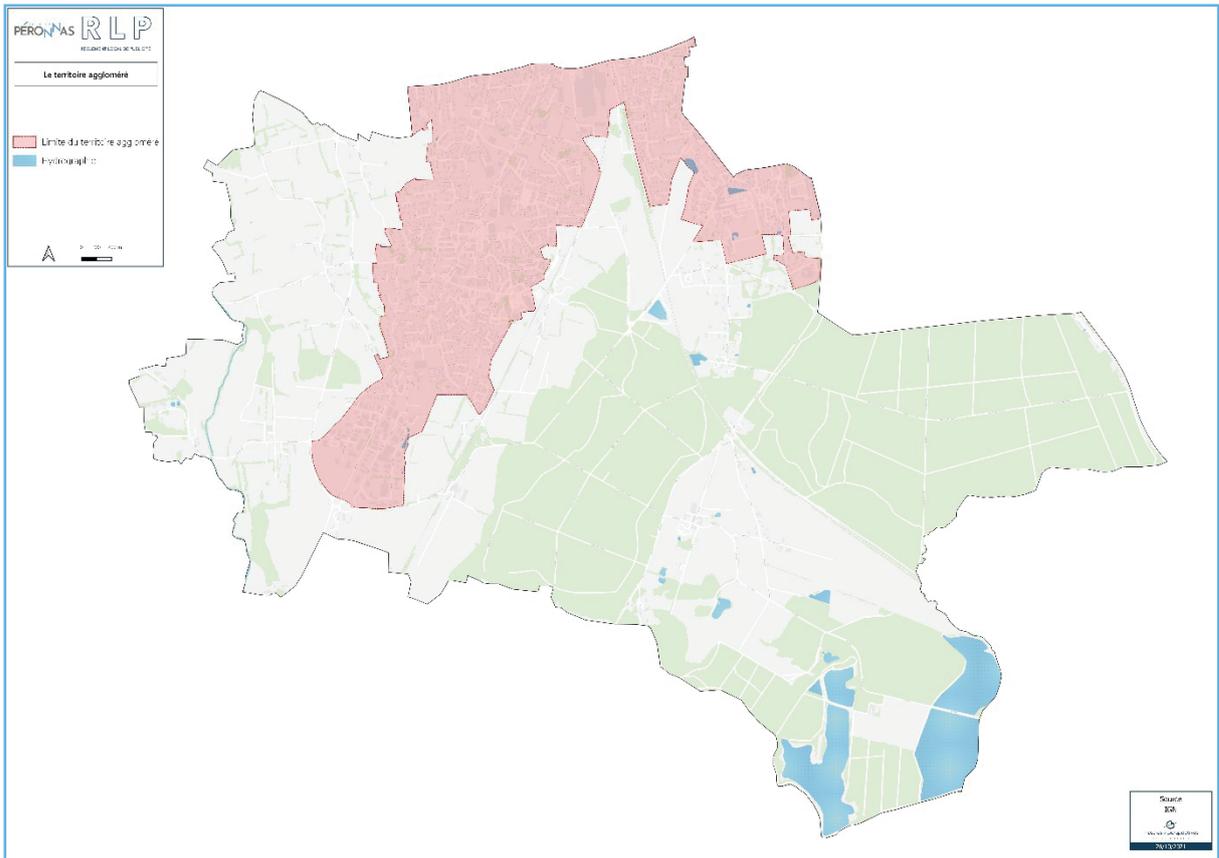


Panneaux EB 10 et EB 20

Les espaces entre les panneaux et les bâtis ne sont pas toujours en parfaite concordance.

Ausens du Code de la route, les espaces dessinés imposent une limitation de vitesse des véhicules en concordance avec les panneaux. Pour la publicité au sens du Code de l'environnement :

- l'espace entre le panneau « commune » et la première maison dans l'illustration ci-dessous (1) ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré;
- l'espace de part et d'autre du panneau « commune » dans l'illustration ci-dessous (2) peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré, même si les règles en matière de circulation routière sont différentes.



Le territoire aggloméré (source IGN)

3.2 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ

Au vu des chiffres de population et de l'absence d'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ce sont les règles les plus restrictives qui s'appliquent sur le territoire aggloméré de Péronnas.

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.

3.2.1 | La surface de la publicité

L'instruction du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 18 octobre 2019 fixe les modalités de calcul des formats des publicités.

- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- 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.

3.2.2 | Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m², ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R581-26 du Code de l'environnement).

3.2.3 | Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle est interdite (Art. R581-31 du Code de l'environnement).

3.2.4 | Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. La surface est limitée à 2 m².

3.2.5 | Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est interdite.

3.2.6 | 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.

3.2.7 | La publicité sur bâches

La publicité sur bâche soit de chantier, soit publicitaire est interdite.

3.2.8 | La publicité sur toiture

La publicité sur toiture est interdite.

3.2.9 | 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.

3.2.10 | L'obligation d'extinction nocturne

A l'exception du mobilier urbain, la publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin.

3.2.11 | Le régime de déclaration ou d'autorisation

En fonction de sa nature, la publicité est soumise soit à déclaration, soit à autorisation.

	Autorisation	Déclaration
Publicité murale	non	oui
Publicité lumineuse (éclairée par projection ou transparence)	non	oui
Publicité sur mobilier urbain	non	non
Publicité de petit format	non	oui
Préenseignes dérogatoires	non	non

3.2.12 | Tableau de synthèse des règles applicables

Publicité (soumise à déclaration)	
Murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m ²)	< à 4 m ²
	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
	hauteur < à 6 m
	bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
Scellée au sol	interdite
Numérique	interdite
Sur toiture	interdite
Bâches publicitaire ou de chantier	interdite
Petit format	surface unitaire < à 1 m ² surface cumulée < à 1/10 ^e de la devanture commerciales dans la limite de 2 m ²
Horaires d'extinction	de 1h à 6h
Mobilier urbain	< à 2 m ²

3.3 | 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.

3.3.1 | 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.

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 %.

3.3.2 | 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.

La surface unitaire est limitée à 6 m².

Lorsque sa surface est supérieure à 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.

Lorsqu'elle fait 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 fait moins de 1 m de large.

Lorsque sa surface est inférieure à 1 m², le nombre n'est pas réglementé.

3.3.3 | 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.

3.3.4 | Les principales règles d'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, 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.

Enseigne (soumise à déclaration)	
Sur façade (à plat + perpendiculaire)	25% de la façade si < à 50 m ² ou 15% de la façade si > à 50 m ²
A plat	ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit et saillie < à 0,25 m
Perpendiculaire	saillie < à 1/10 ^e de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
Scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m ²
	hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m
	< à 6 m ²
Horaires d'extinction	de 1h à 6h
Clignotantes	interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
Sur toiture	lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cululée < à 60 m ² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

3.4 | LE POUVOIR DE POLICE

Dans l'état actuel du droit, l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement prévoit que le pouvoir de police appartient au préfet, mais qu'il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

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) ou du préfet de région. L'accord de l'ABF est nécessaire notamment pour les autorisations d'enseignes dans un périmètre de 500 m par rapport au monument.

Le règlement local de publicité étant caduc depuis le 14 janvier 2021, les enseignes ne sont plus soumises à autorisation, sauf dans les secteurs relevant de la compétence de l'Architecte des Bâtiments de France.

Lorsque le nouveau RLP sera adopté, le maire reprendra la compétence sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

La commune ne faisant pas partie d'un EPCI compétent en matière de PLU, l'application de la loi 2012-1104 du 22 août 2021 Climat et Résilience ne modifiera pas cette compétence du pouvoir de police.

Exemple de fiche

3.5 | LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL

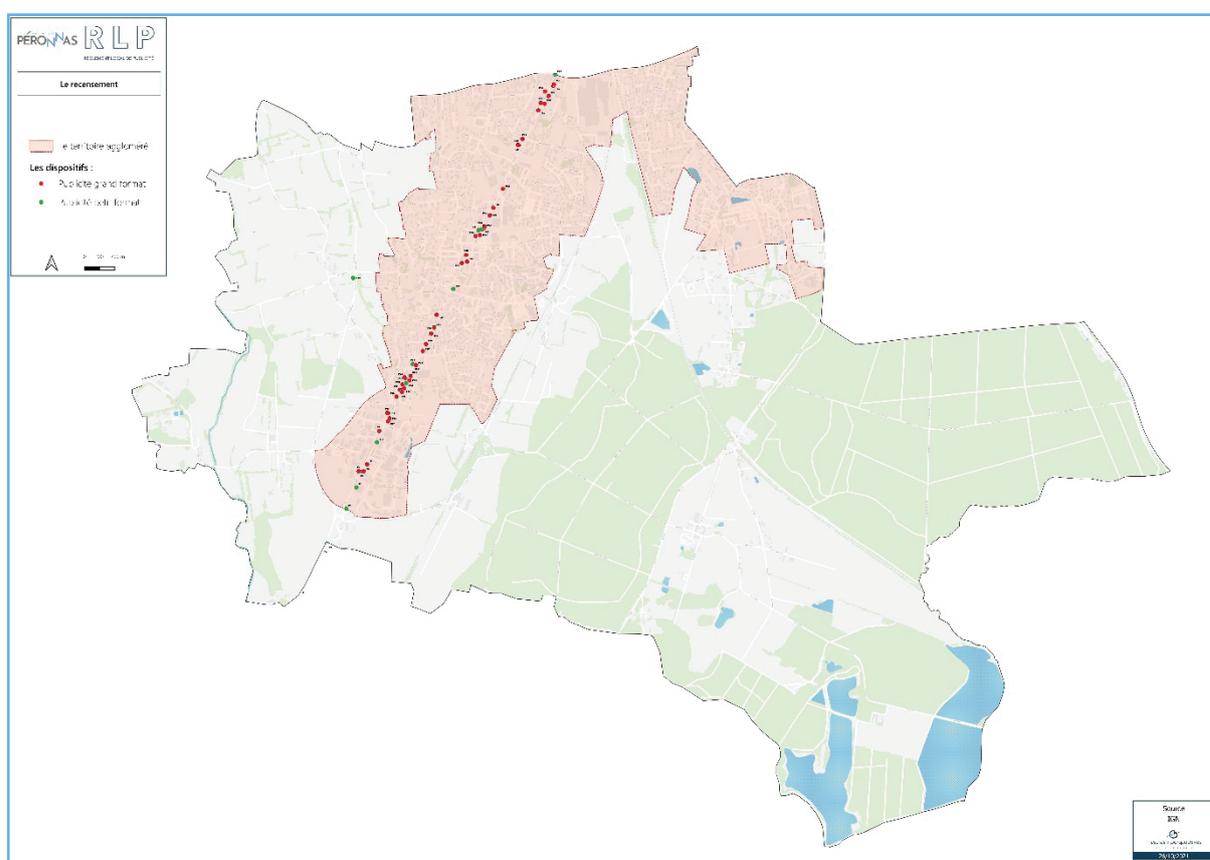
Le règlement a été pris par arrêté du 21 décembre 1998.

Il institue 1 zones de publicité restreinte (ZPR) et 1 zone de publicité élargie (ZPE).

Les différentes prescriptions ne concernent que la publicité.

La ZPR correspond à la RN 83 entre la limite avec Bourg-en-Bresse et le point n° 621.

Seule la publicité sur mur d'une surface limitée à 12 m² est admise.



La ZPE correspond au reste de la RN 83 située en agglomération.

La publicité est admise sur mur ou scellée au sol, avec une surface limitée à 12 m².

Seule les préenseignes sont admises en conformité avec le RNP.

Commentaire :

La ZPR est moins restrictive que la loi, car elle autorise les panneaux de 12 m² au lieu de 4.

La possibilité de créer des ZPE est désormais exclue de la loi.

Les surfaces admises ainsi que les panneaux scellés au sol ne pourront être reconduits dans le futur RLP.

4. LE DIAGNOSTIC

4.1 | MÉTHODE DE RECENSEMENT

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

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire de Péronnas 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 d'élaboration.

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

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

4.1.1 | Publicité

La totalité du territoire de la commune a été parcourue permettant le relevé des dispositifs de plus de 1,5 m², mobilier urbain compris.

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

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

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non.

The screenshot shows a web form titled 'Géopano' with the date '20/01/2020'. The form contains the following fields and values:

- Numero du panneau: 76
- Date de déclaration/prévalable: [empty]
- Date d'installation: [empty]
- Date de retrait: [empty]
- Adresse: Rue de Bénéville
- Code postal: 02400
- Ville: Cassel
- Société: [empty]
- Adresse locale de la société: [empty]
- Propriété: [empty]
- Support: Mur
- Format: [empty]
- Autre format: [empty]
- Scellé: [empty]
- Mécanique du panneau: [empty]
- Ed. strage: [empty]
- Mobilier Urbain: [empty]
- Autre mobilier: [empty]
- Légimité: Oui
- Mécanisme RNP: [empty]
- Mécanisme RLP: [empty]
- Autre infraction: [empty]
- Commentaire: [empty]
- Code attribué par la société exploitante: [empty]
- Latitude: 46.009259902921
- Longitude: 4.719473476570
- Photo: A photograph of a building facade with a sign.
- Date de création de la fiche panneau: 17/11/2020
- Date de modification de la fiche panneau: 27/11/2020

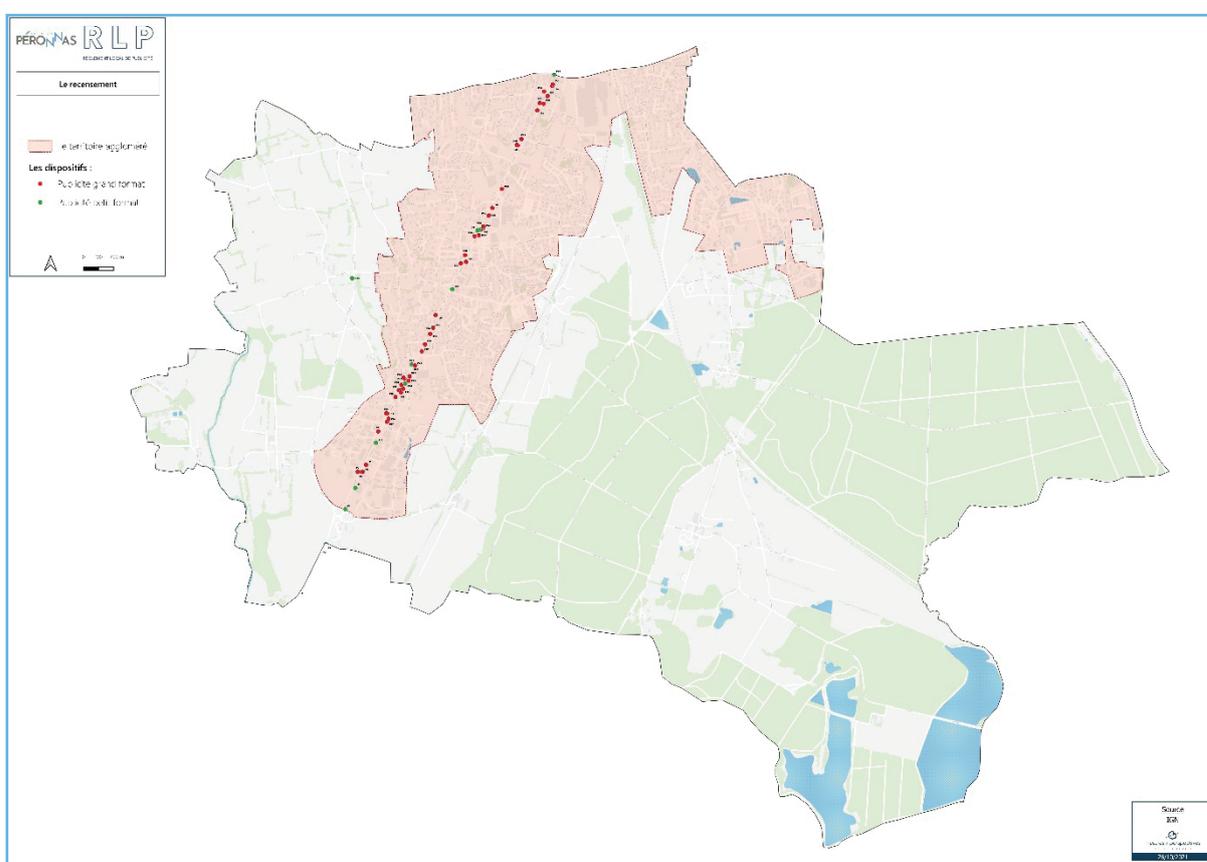
4.1.2 | Enseignes

Un repérage qualitatif sur le territoire de Péronnas en matière d'enseignes a été réalisé, 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 PUBLICITÉ

Le nombre de dispositifs publicitaires relevés est de 59, dont 4 mobiliers urbains de communication et hors abris voyageurs.

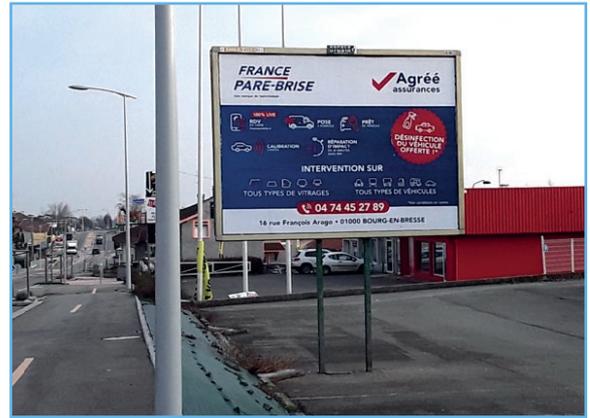
Les positionnements sont illustrés sur la carte suivante :



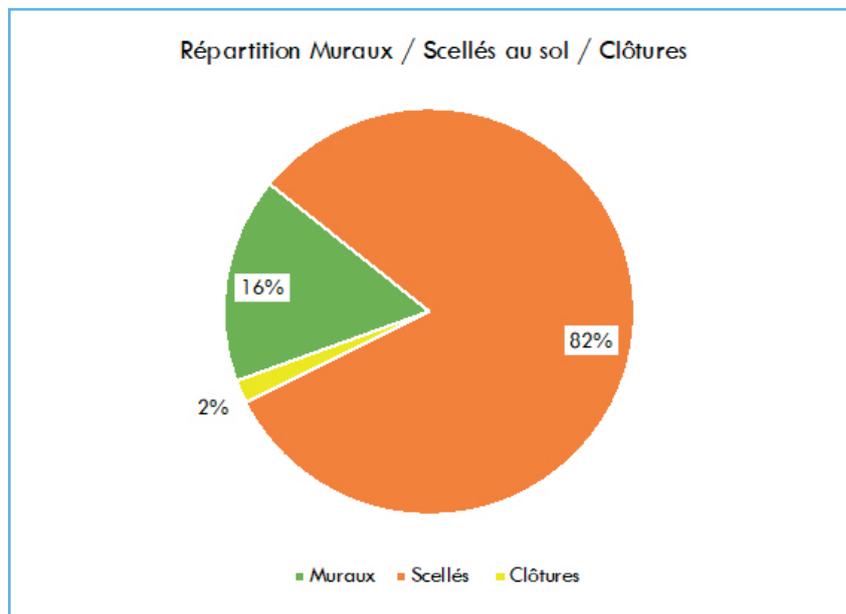
Carte de la publicité extérieure sur le territoire

Hormis une préenseigne située hors agglomération avenue de la Dombes, tous les dispositifs sont installés sur la RD 83.

Des 55 panneaux sur propriété privée, 9 sont apposés sur mur, 1 sur clôture et 45 sont scellés au sol.



Panneau mural Panneau scellé au sol



La majorité des dispositifs (77 %) a une surface de 12 ou 8 m².



12 m²



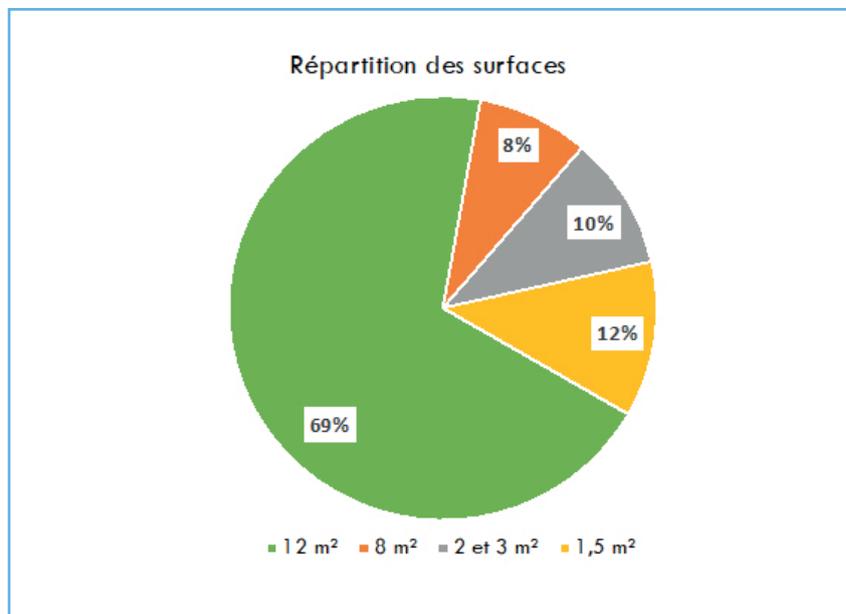
8 m²



3 m²

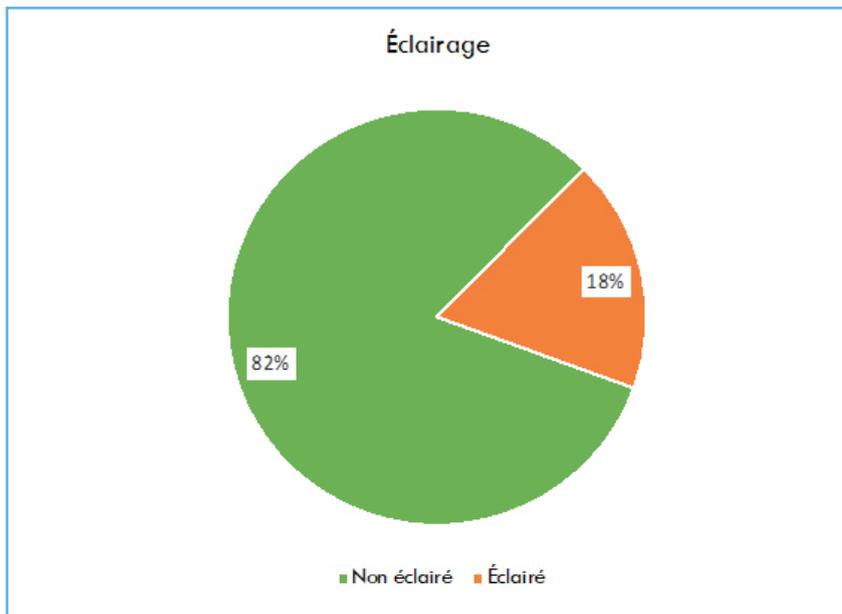


1,5 m²



Certains mobiliers sont éclairés.

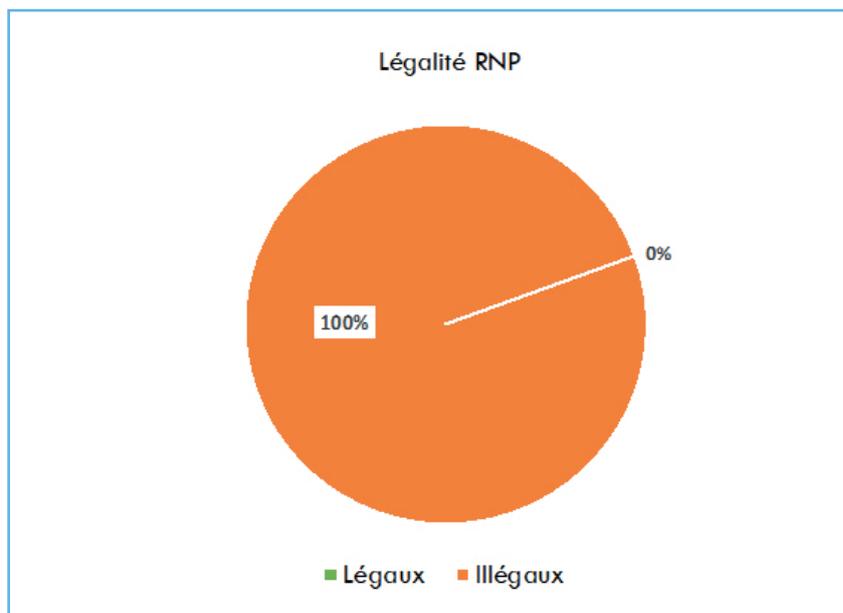


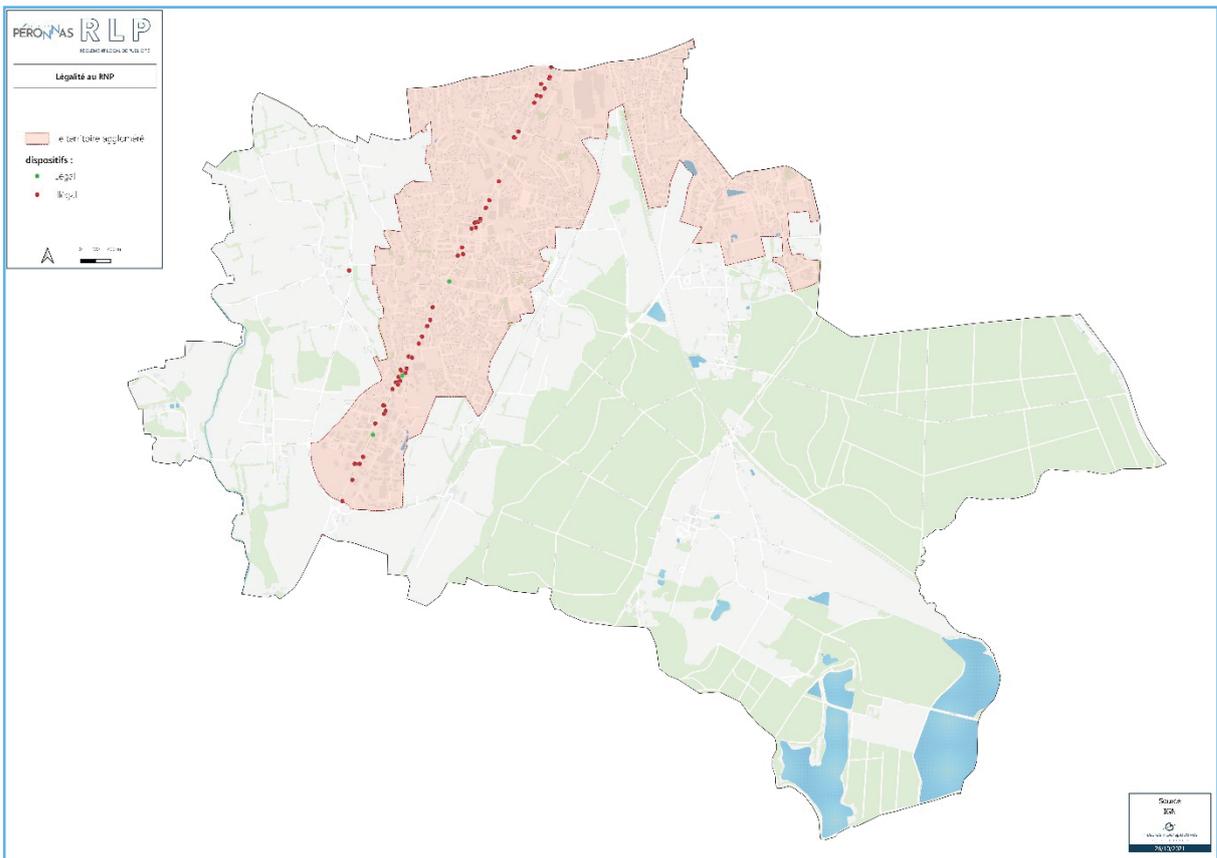


Il n'y a pas de publicité numérique sur Péronnas.

La légalité des dispositifs s'analyse au regard du RNP.

Sur les 55 panneaux sur propriété privée, 100 % sont en infraction avec le RNP.

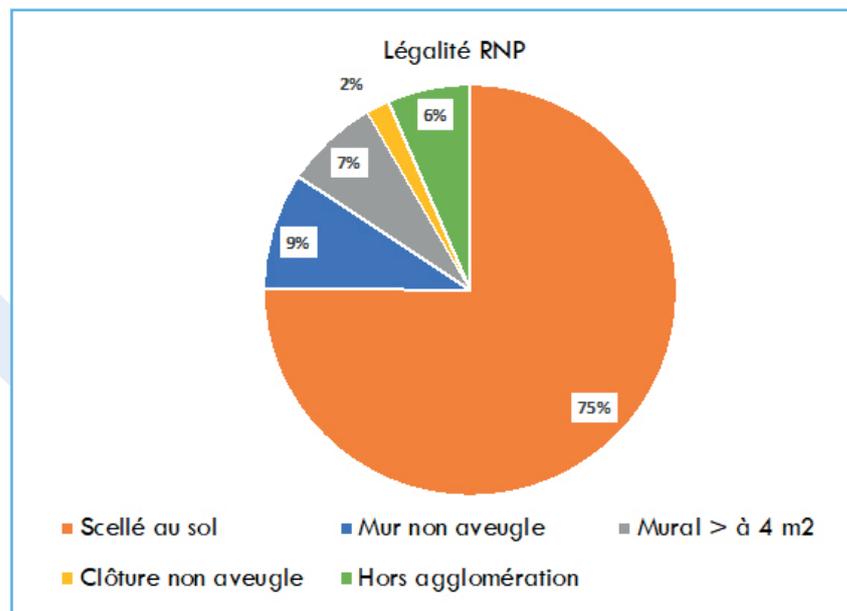




Carte des dispositifs illégaux

Les motifs sont les suivants :

- scellés au sol : 41
- sur mur non aveugle : 5
- surface sur mur supérieur à 4 m² : 4
- sur clôture non aveugle : 1
- hors agglomération : 4





Scellés au sol



Mur non aveugle



Clôture non aveugle



Hors agglomération

Quelques infractions sont constatées au regard du RLP caduc, principalement le non-respect de l'interdistance de 40 m entre 2 dispositifs.



5. LES CONSTATS

5.1 | PUBLICITÉ

Le RNP s'applique à Péronnas depuis la caducité du RLP, le 13 janvier 2021. Le RLP de 1998, **moins restrictif que le RNP**, a permis l'implantation de dispositifs qui se trouvent aujourd'hui, à 100 %, en infraction avec le Code de l'environnement, hors mobilier urbain.

Quelques panneaux muraux peuvent être modifiés pour respecter les nouvelles règles.

5.2 | ENSEIGNES

5.2.1 | Hors agglomération

Peu d'établissements sont installés hors agglomération.

En arrivant de Lyon avant la rocade, 3 activités sont présentes entre la RD 83 et la RD 22.



5.2.2 | Le patrimoine naturel

Il n'y a pas d'établissements installés dans ces zones.

5.2.3 | Le patrimoine bâti

Il n'y a pas d'établissements installés dans cette zone.

5.2.4 | Le réseau viaire

La RD 83 accueille la quasi-totalité des activités, qu'elles soient commerciales ou de service.

Les différents types d'enseignes sont présents.



Enseigne sur façade



Enseigne sur toiture



Enseignes scellées au sol illégales (surface)

5.2.5 | Les zones d'activités ou commerciales

L'espace PRO de Monternoz, situé à l'ouest de la RD 83, présente 2 aspects différents.

Les établissements situés route de Saint-André et rue du Thouet sont des activités industrielles ou artisanales.



Enseigne sur façade



Enseigne dépasse la ligne d'égout (illégal)



Enseigne scellée au sol légale

La RD 83 accueille des commerces.



Enseignes sur façade



Quelques enseignes ne respectent pas les règles en vigueur.

Une enseigne sur toiture doit être réalisée en lettres découpées. La surface des enseignes scellées au sol est limitée à 6 m².



Enseigne sur toiture
(illégale lettres non découpées)



Enseigne scellée au sol (illégale > à 6 m²)

5.2.6 | Le centre-ville et les quartiers résidentiels

Secteurs hors de l'axe autorisé par le RLP, il n'y a pas de publicité.

Les commerces y sont également absents.

5.3 | SYNTHÈSE DES CONSTATS

A l'issue de cette analyse des différents secteurs à enjeux et des dispositifs installés, ressortent les éléments clefs qui doivent orienter la future réglementation.

5.3.1 | Publicité

La publicité est située uniquement sur la route de Lyon.

55 panneaux sur 55 sont en infraction avec le RNP depuis le 13 janvier 2021 et devront être mis en conformité pour le 13 janvier 2023. Quelques rares dispositifs pourront être mis en conformité.

Les règles (surface à 12 m² et scellés au sol) du RLP de 1998 s'appliquant à Péronnas étaient basées sur celles de communes de plus de 10 000 habitants.
La commune ayant moins de 10 000 habitants, elles ne pourront pas être reconduites.
Les possibilités sont décrites au 3.2.12 et il ne pourra y être dérogé.
Les dispositifs en infraction devront être supprimés pour le 13 janvier 2023.

5.3.2 | Enseignes

L'application du RNP est globalement respectée.

Quelques enseignes sur façade, sur toiture ou scellées au sol ne sont pas conformes avec le RNP.

Il n'y a pas d'enseignes sur toiture ou numériques.

6. LES ORIENTATION

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse des règlements en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les d'orientations pour l'élaboration des futures règles du RLP.

6.1 | PUBLICITÉ

Les prescriptions pourront porter sur les points suivants :

limiter la densité :

Les règles actuelles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse :

Ils sont fixés de 1 h à 6 h. La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

6.2 | ENSEIGNES

Les prescriptions pourront porter sur les points suivants :

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.

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.

7. EXPLICATION DES CHOIX

7.1 | ZONAGE

Les attentes de traitement en matière de publicité et d'enseignes étant distincts, deux zonages sont créés, l'un pour la publicité et l'autre pour les enseignes.

7.1.1 | Publicité

Le règlement national de publicité impose des règles restrictives pour la publicité dans les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de moins de 100 000 habitants.

L'urbanisme laisse peu de place aux possibilités d'implantation.

Le zonage correspond au territoire aggloméré.

7.1.2 | Enseignes

Dans une approche de traitement égalitaire sur toute la commune pour les acteurs économiques, il n'est pas créé de zonage pour les enseignes.

7.2 | PARTIE RÉGLEMENTAIRE

7.2.1 | Publicité

P.A : La publicité peut être admise dans les lieux d'interdiction relative. Il est donc posé en principe général la dérogation aux interdictions fixées par l'article L.581-8 du code de l'environnement et la soumission des publicités au régime défini dans chaque zone. Cette dérogation répond aux enjeux économiques propres à ces zones tout en veillant au maintien de la protection de l'environnement architectural et urbain.

P.C : Le respect de l'architecture est une préoccupation qui s'inscrit dans le RLP. Pour protéger les façades, la règle d'interdiction de la publicité à moins de 0,50 m du sol s'étend à toute arête verticale du mur qui la supporte.

Une règle de densité limite à 1 dispositif par unité foncière pour ne pas voir se multiplier les dispositifs sur un même support.

P.D : Les murs de clôture ou les clôtures, éléments structurants du paysage urbain, doivent demeurer visibles et la publicité ne peut y être apposée.

P.I : Pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et limiter la facture énergétique, la plage horaire d'extinction fixée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, à l'identique des enseignes. Par souci d'égalité de traitement, cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain, abris voyageurs compris.

7.2.2 | Enseignes

Le RNP a fortement renforcé la réglementation des enseignes en 2012. Aussi, et afin de ne pas nuire à l'activité économique, la ville n'a-t-elle pas souhaité être plus restrictive.

E.H : Seules les enseignes lumineuses sont réglementées.

Comme pour la publicité, la plage horaire d'extinction fixée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, en alignement sur les horaires d'extinction des façades des bâtiments publics.

Du fait de leur consommation énergétique et de l'impact de leur luminosité, les enseignes numériques, sur façade ou à l'intérieur des vitrines, sont réservées aux zones d'activités ou commerciales. Leur surface est limitée.