

# Commune de La Clusaz



# La Clusaz

Haute Savoie - France

## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : rapport de présentation

**Version pour l'approbation**

RLP approuvé par délibération du conseil municipal le  
25/05/2023

Signé par le Maire de la commune de La Clusaz



## Sommaire

Tables des abréviations .....	4
Introduction.....	5
I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure .....	8
1. Définitions.....	9
1.1. Le règlement local de publicité.....	9
1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement .....	10
1.3. La notion d'agglomération .....	12
1.4. La notion d'unité urbaine .....	13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire .....	14
2.1. Les interdictions absolues.....	14
2.2. Les interdictions relatives .....	17
3. Les règles applicables au territoire .....	19
3.1. La réglementation locale existante.....	19
3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires	21
4. Régime des autorisations et déclarations préalables .....	23
4.1. L'autorisation préalable .....	23
4.2. La déclaration préalable .....	23
5. Les compétences en matière de publicité extérieure.....	24
6. Les délais de mise en conformité.....	24
II. Les enjeux liés au parc d'affichage .....	25
1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes .....	25
1.1. Généralités .....	25
1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	29
1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture.....	30
1.4. La densité.....	33
1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain .....	36
1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales. 38	
1.7. Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération 39	
1.8. Publicités / préenseignes lumineuses.....	40
2. Les enjeux en matière d'enseignes .....	44
2.1. Généralités .....	44
2.2. Enseignes parallèles au mur .....	48

2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon .....	51
2.4. Enseigne sur clôture .....	53
2.5. Enseignes perpendiculaires au mur .....	54
2.6. La surface cumulée des enseignes.....	57
2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol .....	59
2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	65
2.9. Enseignes lumineuses.....	67
2.10. Enseignes et préenseignes temporaires.....	72
<b>III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure</b>	
	<b>74</b>
1. Les objectifs .....	74
2. Les orientations.....	74
<b>IV. Justification des choix retenus .....</b>	<b>77</b>
1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes .....	77
2. Les choix retenus en matière d'enseignes .....	78

## Tables des abréviations

ABF	Architecte des bâtiments de France
AVAP	Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
EPT	Établissement public territorial
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine
ZAC	Zone d'aménagement concerté
ZP	Zone de publicité
ZPPAUP	Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager

## Introduction

La commune de La Clusaz est située dans le département de la Haute-Savoie et 1714 habitants<sup>1</sup>. La Clusaz est une commune de montagne avec de fortes activités touristiques car notamment elle fait partie des stations de ski de Haute-Savoie. Le tourisme est très présent sur commune aussi bien durant la période estivale que lors de la période hivernale.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression<sup>2</sup>, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de préenseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012<sup>3</sup> ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982<sup>4</sup>, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et préenseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) permet ainsi d'adapter à des

---

<sup>1</sup> Données démographiques issues du recensement 2018 de l'INSEE (population totale)

<sup>2</sup> L'article L581-1 du Code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

<sup>3</sup> Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes.

<sup>4</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des préenseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions juridiques résultant de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 14 juillet 2022<sup>5</sup>.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i)<sup>6</sup>.

La commune de La Clusaz dispose de la compétence en matière de PLU(i)<sup>7</sup>, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de

<sup>5</sup> Article L581-14-3 du Code de l'environnement

<sup>6</sup> Article L 581-14 du Code de l'environnement

<sup>7</sup> Article L.5219-5 I. du Code général des collectivités territoriales.

publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;

- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **Les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci ce qui leur confère la même force juridique. Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « *rapport de présentation* » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

## I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure

Le Code de l'environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de co-visibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du Code de l'environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation, mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le Code de l'environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP(i), le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des Communes concernées par le RLP(i)<sup>8</sup>. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal, même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP(i). C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment, pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU(i)<sup>9</sup>.

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R.418-1 à R.418-9 du Code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

---

<sup>8</sup> Article L.581-14-2 du Code de l'environnement.

<sup>9</sup> Article L 621-30 du Code du patrimoine

## 1. Définitions

### 1.1. Le règlement local de publicité

Le RLP ou RLPi est un acte réglementaire, opposable à tous, qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité et de le suppléer ou de le compléter, le cas échéant, aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP(i) comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles nationales.

Le Code de l'environnement et le règlement national de publicité constituent en effet des règles nationales qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, cette dernière ne peut normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales<sup>10</sup>.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règle nationale), à une surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 8 m<sup>2</sup> maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règle locale).

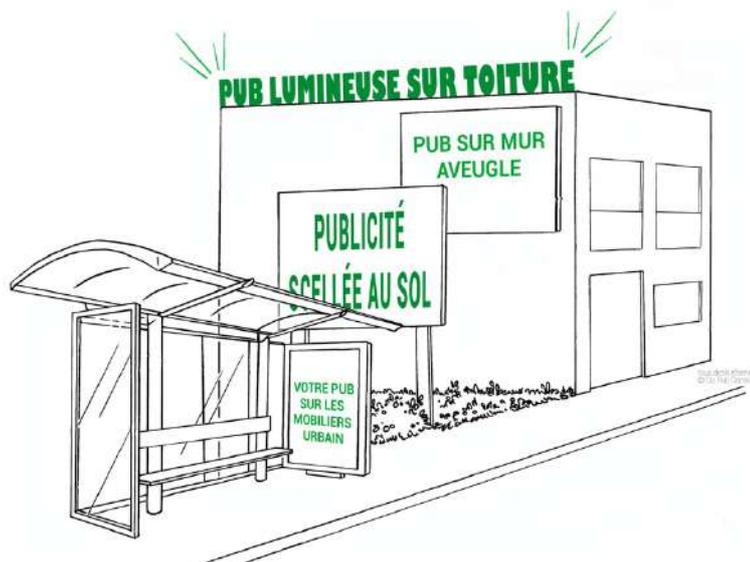
Le RLP(i) approuvé est annexé au PLU(i) afin de garantir son accessibilité dans un but de sécurité juridique.

---

<sup>10</sup> CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains.

## 1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

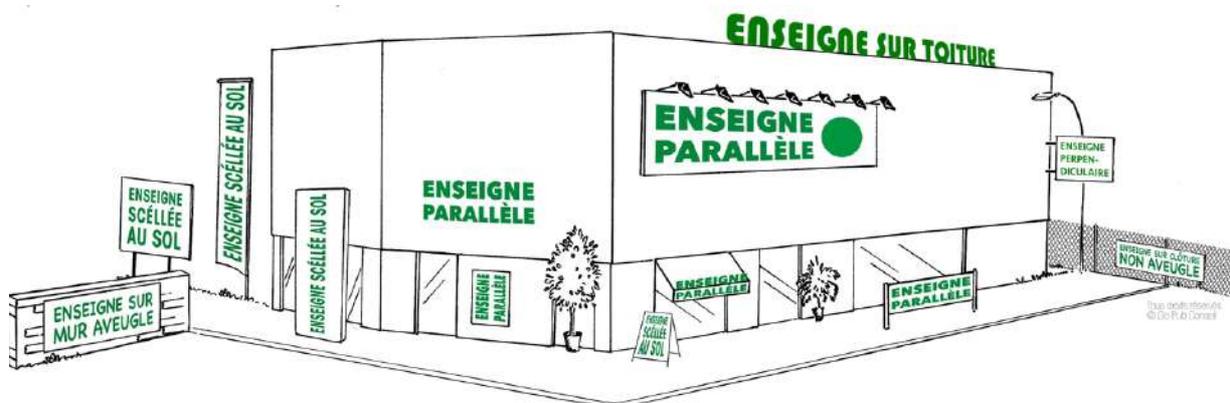
Constitue **une publicité**<sup>11</sup>, à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.



En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

Toutefois, ne constituent pas des publicités, les inscriptions, formes ou images régies par des dispositions spécifiques dont les panneaux de signalisation routière, ferroviaire, aérienne, fluviales ou maritime, les panneaux et marques à caractère réglementaire ou obligatoire (affichage en matière d'urbanisme par exemple).

Constitue **une enseigne**<sup>12</sup> toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



<sup>11</sup> Article L581-3-1° du Code de l'environnement

<sup>12</sup> Article L581-3-2° du Code de l'environnement

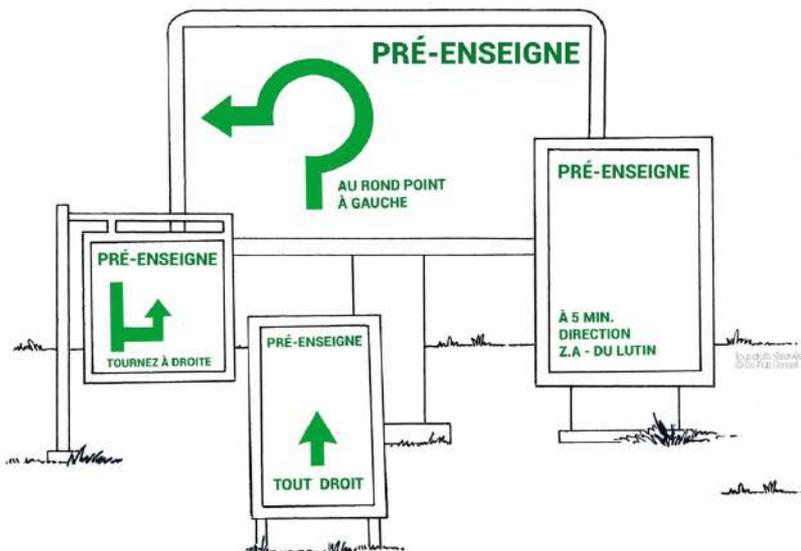
Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu et l'activité qui s'y exerce. L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « *relatif à une activité* » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public.

Ne seront cependant jamais considérés comme des enseignes, les éléments régis par des législations spécifiques ayant un caractère obligatoire ou protégé (inscriptions intégrées à une protection au titre des monuments historiques par exemple).

Il est précisé que le RLP(i) régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

Constitue **une préenseigne**<sup>13</sup> toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message de signalétique correspondant à une information de destination.

Les préenseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP(i) n'édicte pas de règles spécifiques pour les préenseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

**La notion de surface unitaire du dispositif** mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse<sup>14</sup> ou non<sup>15</sup> apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

<sup>13</sup> Article L581-3-3° du Code de l'environnement

<sup>14</sup> CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

<sup>15</sup> CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

### 1.3. La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route »<sup>16</sup>. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du Code de l'urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du maire<sup>17</sup> et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité<sup>18</sup>.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L 581-7 du Code de l'environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière<sup>19</sup>, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places<sup>20</sup>. Elles peuvent aussi être autorisées par le RLP(i) à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, etc.),
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la route.

<sup>16</sup> Article L581-7 du Code de l'environnement

<sup>17</sup> Article R.411-2 du Code de la route

<sup>18</sup> Article R581-78 al. 2 du Code de l'environnement

<sup>19</sup> Article R 110-2 du Code de la route

<sup>20</sup> Article L581-3-3° du Code de l'environnement

#### 1.4. La notion d'unité urbaine

La notion **d'unité urbaine** ne correspond pas à une collectivité juridique particulière, telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

On appelle ainsi unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100 000 habitants.

La commune de La Clusaz n'appartient à aucune unité urbaine.

## 2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

### 2.1. Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L.581-4 du Code de l'environnement :

- I. - *Toute publicité est interdite :*
  - 1° *Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
  - 2° *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
  - 3° *Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
  - 4° *Sur les arbres.*

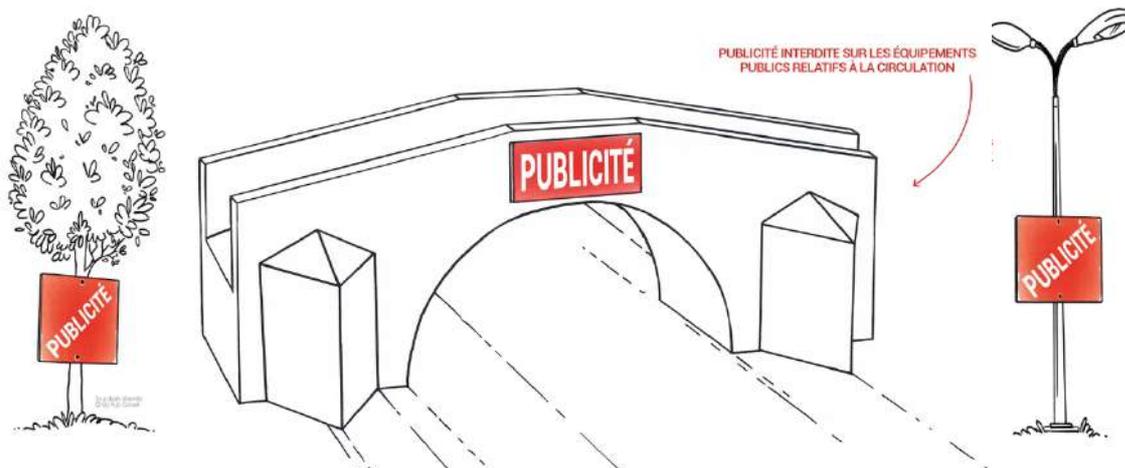
Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce, le Territoire de La Clusaz n'est concerné par d'interdiction absolue de publicité à l'exception des interdictions de publicité sur les arbres.

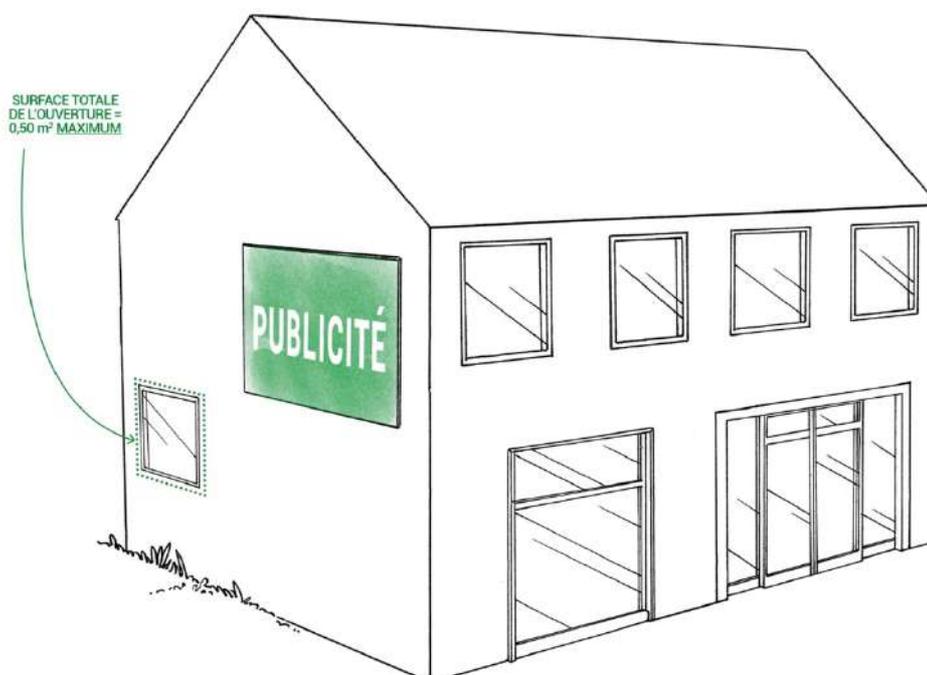
La partie réglementaire du Code de l'environnement prévoit d'autres interdictions :

Ainsi, la publicité est également interdite :

1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;



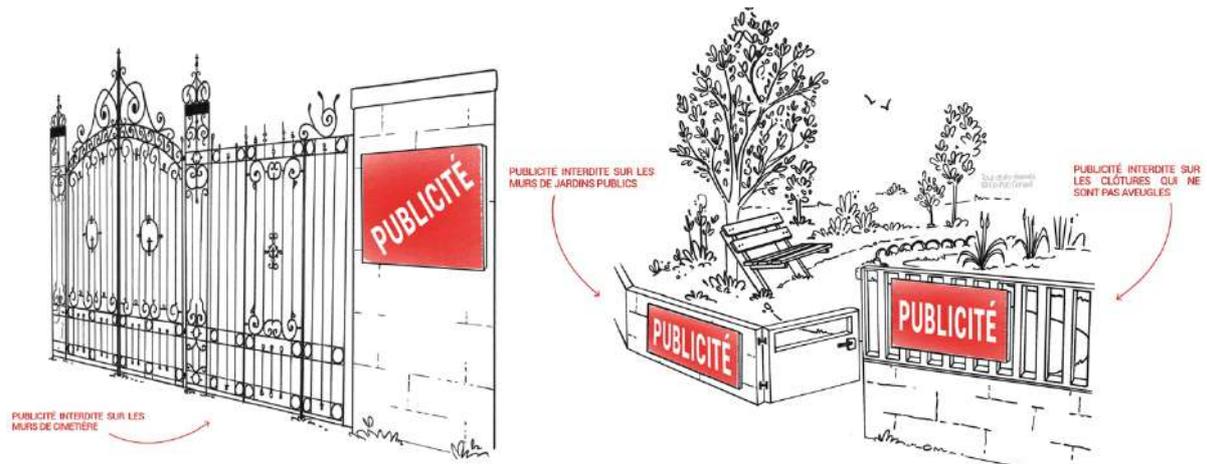
2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;



3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

<sup>21</sup> Article R.581-22 du Code de l'environnement.

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public.



## 2.2. Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP(i)<sup>22</sup>.

Ces interdictions relatives concernent :

- 1° Les abords des monuments historiques mentionnées à l'article L.621-30 du Code du patrimoine ;*
- 2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même Code ;*
- 3° Les parcs naturels régionaux ;*
- 4° Les sites inscrits ;*
- 5° Les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 du Code de l'environnement ;*
- 6° (abrogé)*
- 7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- 8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.*

Le territoire de La Clusaz est concerné par l'interdiction relative de publicité dans les sites inscrits. La commune possède 5 sites inscrits :

- L'Église du Fernuy et ses abords inscrit le 02/07/1946
- Cluse du nom inscrit le 05/07/1946
- Prés et bois entre la RN 509 et La Clusaz inscrit le 24/01/1945
- Col des Aravis et abords de la RN503
- Col des Aravis et Chapelle Sainte-Anne

L'interdiction relative de publicité s'applique également aux zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales correspondant notamment aux zones Natura 2000. En l'espèce :

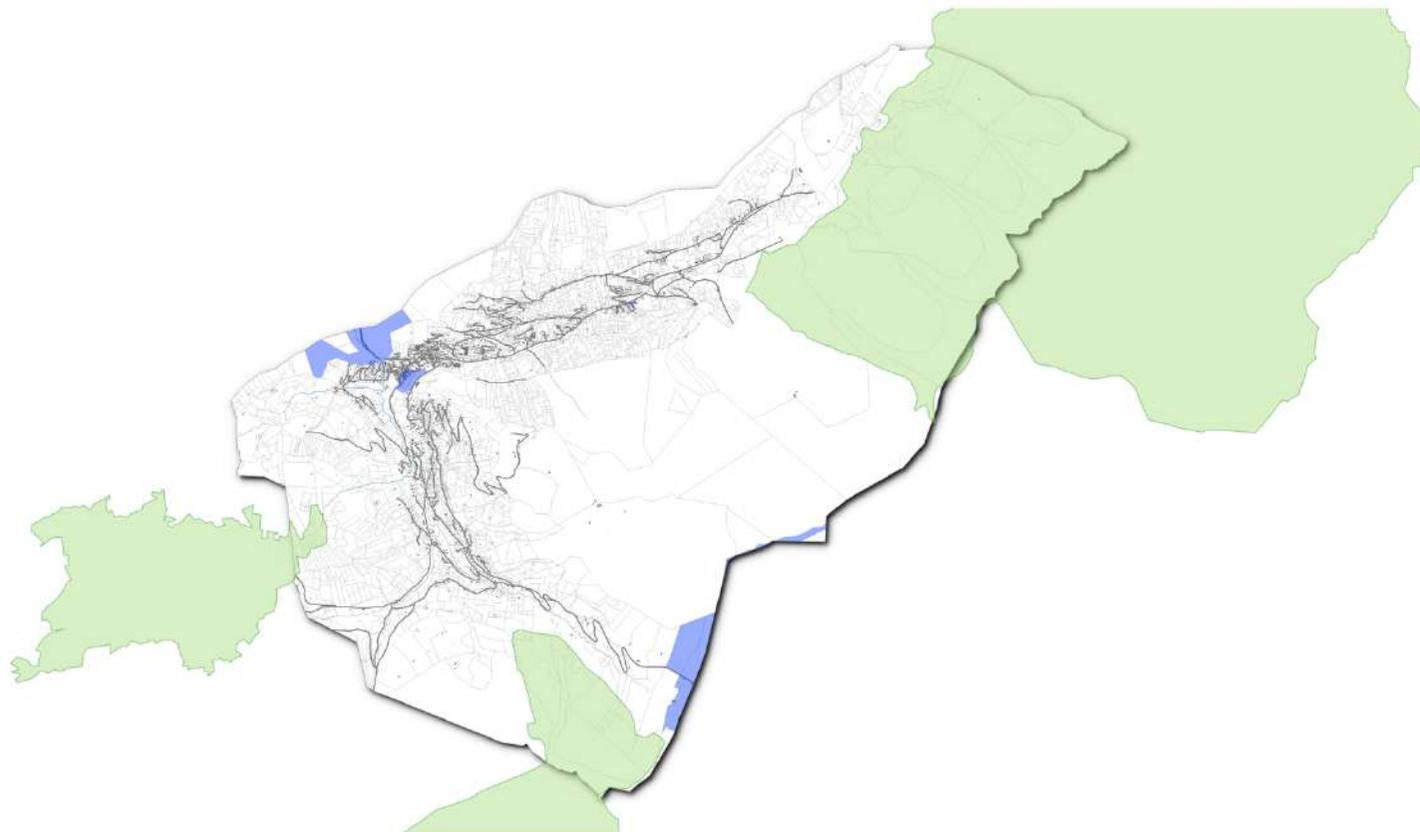
- Les Aravis
- Le Plateau de Beauregard

Les cartographies ci-après représentent l'ensemble des interdictions relatives applicables sur le territoire de La Clusaz.

---

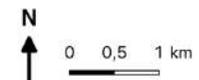
<sup>22</sup> Article L.581-8 du Code de l'environnement.

## Interdictions relatives de publicité sur la commune de La Clusaz



### Légende

- Site inscrit
- Zone Natura 2000
- Bâti
- Limite communale



Sources :  
Sites inscrits et Zone Natura 2000 : données de la commune de La Clusaz  
Parcellaire, bâti et commune : Etalab

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

### 3. Les règles applicables au territoire

Les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

#### 3.1. La réglementation locale existante

Il convient de rappeler que la commune de La Clusaz disposait d'un Règlement Local de Publicité. dit de « 1<sup>ère</sup> génération » datant de 1999 en commun avec les communes de Saint-Jean de Sixt et du Grand-Bornand. Ce dernier a été adopté sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982<sup>23</sup> et est donc caduc. En effet, les RLP dits de « 1<sup>ère</sup> génération » sont caducs depuis le 13 janvier 2021 (la date de caducité initiale fixée le 13 juillet 2020 a été reportée de 6 mois en raison de la crise sanitaire).

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L.581-14 que « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national »<sup>24</sup>.

Le tableau ci-dessous synthétise les caractéristiques du RLP de La Clusaz.

Le RLP instituait une zone de publicité couvrant l'ensemble des agglomérations des 3 communes et une zone d'enseigne s'appliquant sur l'ensemble du territoire.

Tableau de synthèse du RLP en matière de publicités et préenseignes :

En agglomération	
<b>Dispositions générales</b>	Publicité lumineuse interdite
<b>Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu</b>	Interdit
<b>Publicité apposée sur mur ou clôture</b>	Interdit
<b>Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	Interdit
<b>Publicité apposée sur mobilier urbain</b>	Surface 2 m <sup>2</sup> max
<b>Publicité sur les palissades de chantier</b>	2 dispositifs par chantier et 1 dispositif par linéaire de palissade Surface unitaire 4 m <sup>2</sup> max
<b>Publicité sur les parasols et stores</b>	Autorisée sous réserve d'une unité de fond et de message

<sup>23</sup> Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux préenseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

<sup>24</sup> Article L.581-14 du Code de l'environnement.

Tableau de synthèse du RLP en matière d'enseignes :

Sur l'ensemble du territoire	
<b>Dispositions générales</b>	<p>Nombre : 4 par établissement et 2 par façade                      Hauteur du lettrage : 0.50 m max (0.80 m pour les activités avec une dérogation)                      Doit être en harmonie avec l'ensemble architectural en privilégiant les lettres découpées. Les panneaux sur fond doivent privilégier le matériau bois ou les couleurs pastel. Les enseignes publicitaires sont interdites.</p>
<b>Enseigne parallèle au mur</b>	<p>Installée au rez-de-chaussée ou à l'étage du commerce (sauf pour les activités en sous-sol).                      Ne doit pas dépasser une limite de 1 m au-dessus du niveau du plafond où s'exerce l'activité</p>
<b>Enseigne perpendiculaire au mur</b>	<p>Nombre : 1 par établissement ;                      Surface : 1 m<sup>2</sup> max                      Installée au rez-de-chaussée ou à l'étage du commerce (sauf pour les activités en sous-sol et pour les activités avec une dérogation).                      Ne doit pas dépasser une limite de 1 m au-dessus du niveau du plafond où s'exerce l'activité.</p>
<b>Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol</b>	<p>Nombre : 1 par immeuble et regroupement sur un même support pour les ensembles commerciaux                      Hauteur : 3 m max                      Interdit sur le domaine skiable</p>
<b>Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu</b>	Interdit
<b>Enseigne lumineuse</b>	<p>Les enseignes clignotantes et animées sont interdites à l'exception des croix de pharmacie.                      Les enseignes à fond plexiglass éclairées par transparence sont interdites (sauf si elles sont recouvertes de bois et en lettres découpées)</p>
<b>Enseigne pour les locations saisonnières ou la vente de produit du terroir</b>	<p>Nombre : 1 par immeuble                      Surface : 1 m<sup>2</sup> max                      Matériau : bois ou imitation                      Ne pas être apposée sur les palines de balcon</p>
<b>Enseigne temporaire pour + de 3 mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières</b>	Surface : 6 m <sup>2</sup> max
<b>Activité possédant une dérogation</b>	Hôtel, résidence de tourisme, restaurants situés en bordure ou sur le domaine skiable, bâtiments abritant des services publics

Le RLP de 1999 limitait fortement la publicité sur le territoire en l'autorisant uniquement sur mobilier urbain ou sur palissade de chantier. A noter que les préenseignes et les publicités étaient règlementées de manière distincte, or désormais ces dispositifs doivent être règlementés de manière identique comme c'est le cas dans le Code de l'environnement.

En matière d’enseignes, le RLP traitait l’ensemble des types d’enseignes et interdisait les dispositifs les plus impactant comme les enseignes sur toiture. Certaines règles édictées avaient des préconisations esthétiques en encadrant notamment l’emplacement des enseignes et les matériaux à utiliser. Dans le cadre de la révision du RLP, ces différentes règles pourront faire l’objet d’ajustements notamment selon le bilan de l’application du RLP de 1999. Le RLP mettait en place des régimes dérogatoires pour certaines activités pouvant engendrer des inégalités entre les commerces. A noter que certaines règles correspondent à la nouvelle réglementation nationale comme l’interdiction des enseignes clignotantes à l’exception des services d’urgence.

Dans le cadre de la révision du RLP, ces règles pourront servir de base pour la définition de la nouvelle réglementation.

### 3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- Les activités culturelles,
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- À titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	Préenseignes temporaires
<b>Type de dispositif</b>	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
<b>Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument</b>	2	2	4	4
<b>Dimensions maximales</b>	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
<b>Distance maximale d'implantation</b>	5 km	5 km	10 km	-

<p><b>Lieu d'implantation</b></p>	<p>Hors agglomération uniquement</p>	<p>Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants</p>
<p><b>Durée d'installation</b></p>	<p>Permanente</p>	<p>Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération</p>

## 4. Régime des autorisations et déclarations préalables

### 4.1. L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- Les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- Les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- Les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP,
- Les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- Les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

### 4.2. La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

## 5. Les compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Préfet	Maire
Compétence de police	Préfet	Maire

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP(i)	Présence d'un RLP(i)
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

## 6. Les délais de mise en conformité

Le Code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'environnement ou au RLP(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous<sup>25</sup> :

	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLPi
<b>Publicités et préenseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015.	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
<b>Enseignes</b>	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018.	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

<sup>25</sup> Articles L.581-43 et R.581-88 du Code de l'environnement.

## II. Les enjeux liés au parc d'affichage

Un inventaire exhaustif des publicités, préenseignes y compris du mobilier urbain ainsi qu'un recensement exhaustif des enseignes situées sur le territoire de La Clusaz été effectué durant la période estivale en août 2021 et durant la période hivernale en janvier 2022. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire de La Clusaz.

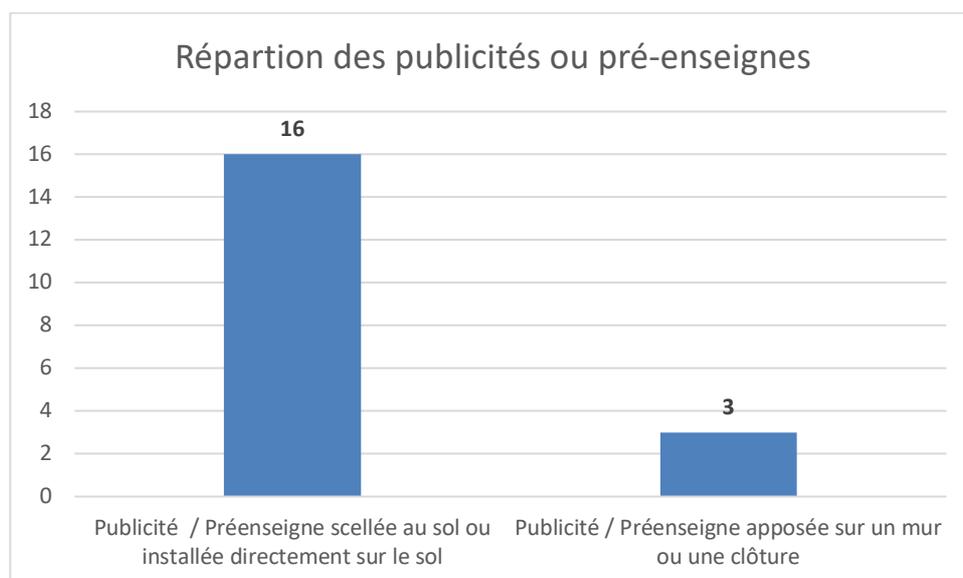
### 1. Les enjeux en matière de publicités et préenseignes

#### 1.1. Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à l'exception des préenseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou préenseigne, le Code de l'environnement précise que « *Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* ». « *Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »<sup>26</sup>.

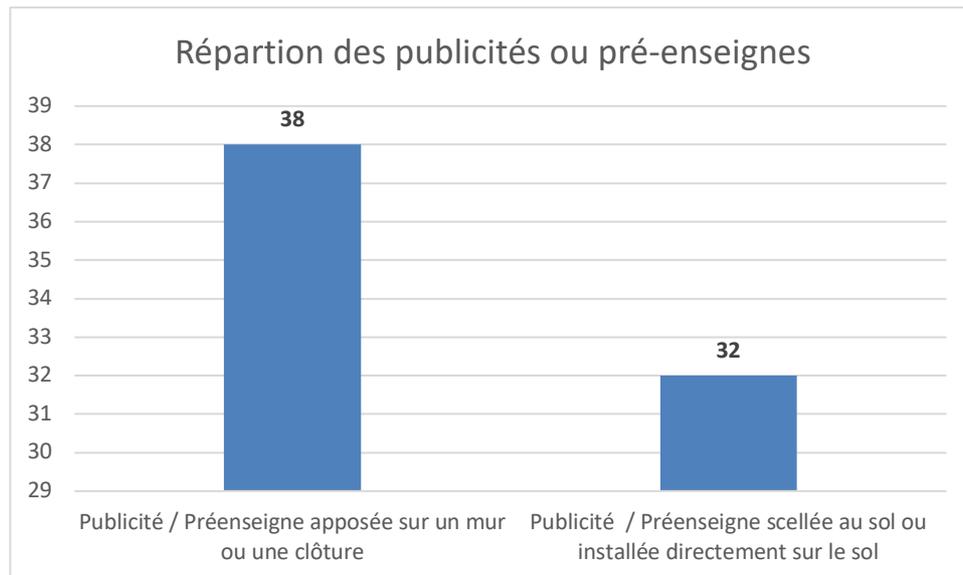
19 publicités et préenseignes ont été recensées pendant la période estivale sur le territoire de La Clusaz.



<sup>26</sup> Article R581-24 du Code de l'environnement

Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de La Clusaz en fonction de leur type. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la majorité des dispositifs recensés (84% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (16%). Il s'agit pourtant de dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage<sup>27</sup>.

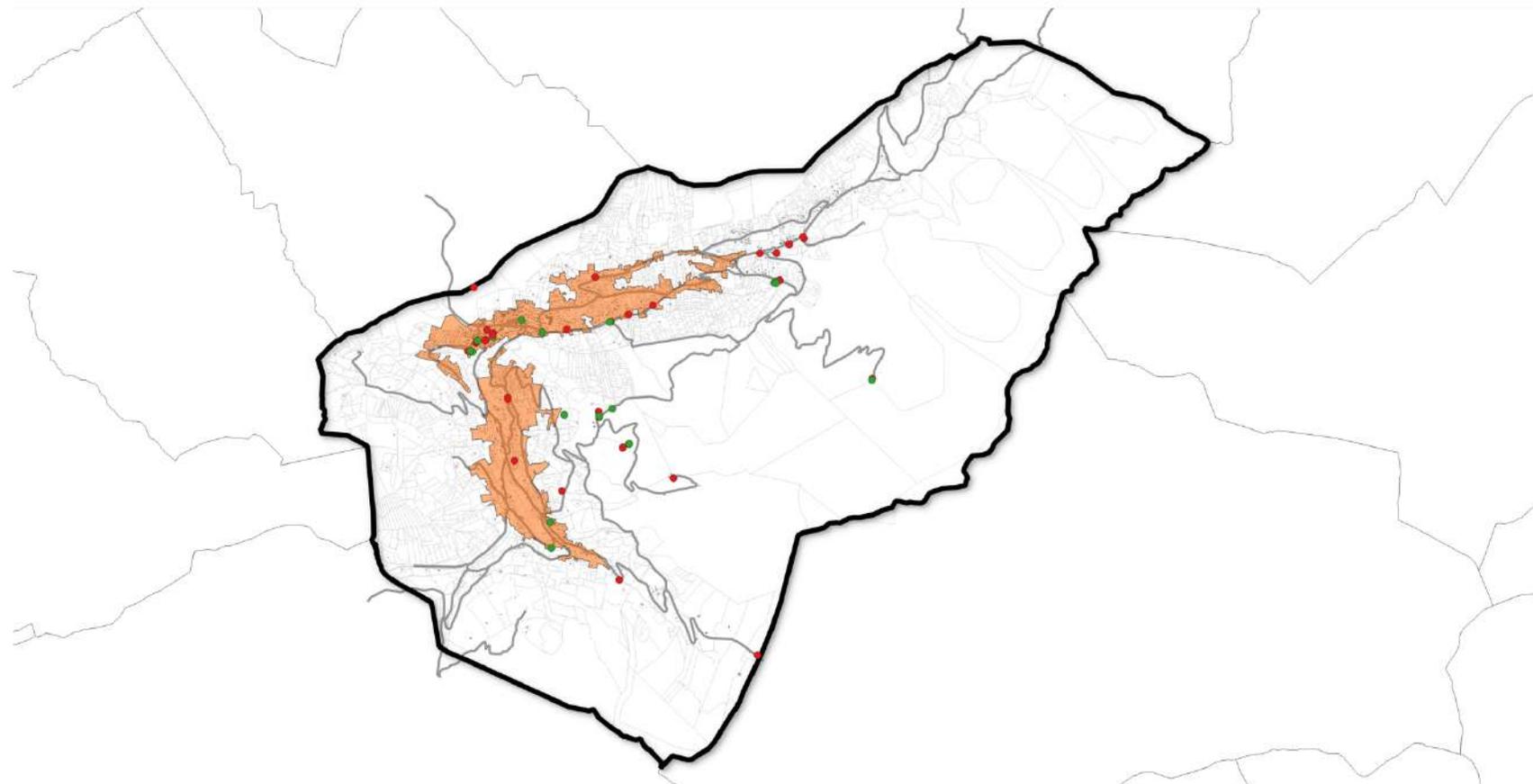
Le recensement sur la période hivernale a permis de relever 70 publicités et préenseignes, réparties de la manière suivante :



En période hivernale, les dispositifs publicitaires apposés sur mur ou sur clôture représentent la majorité des dispositifs recensés (54% des dispositifs de la commune). Les publicités scellées au sol ou apposées directement sur le sol sont un peu moins présentes sur le territoire communal (46%).

<sup>27</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul de la surface des dispositifs publicitaires

## Localisation des publicités et préenseignes sur la commune de La Clusaz



### Légende

- Publicité ou préenseigne apposée sur un mur ou une clôture
- Publicité ou préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Zones d'agglomération
- Bâtiments
- ▭ Limites communales
- ▭ Parcelleaire
- Routes



0 1 2 km

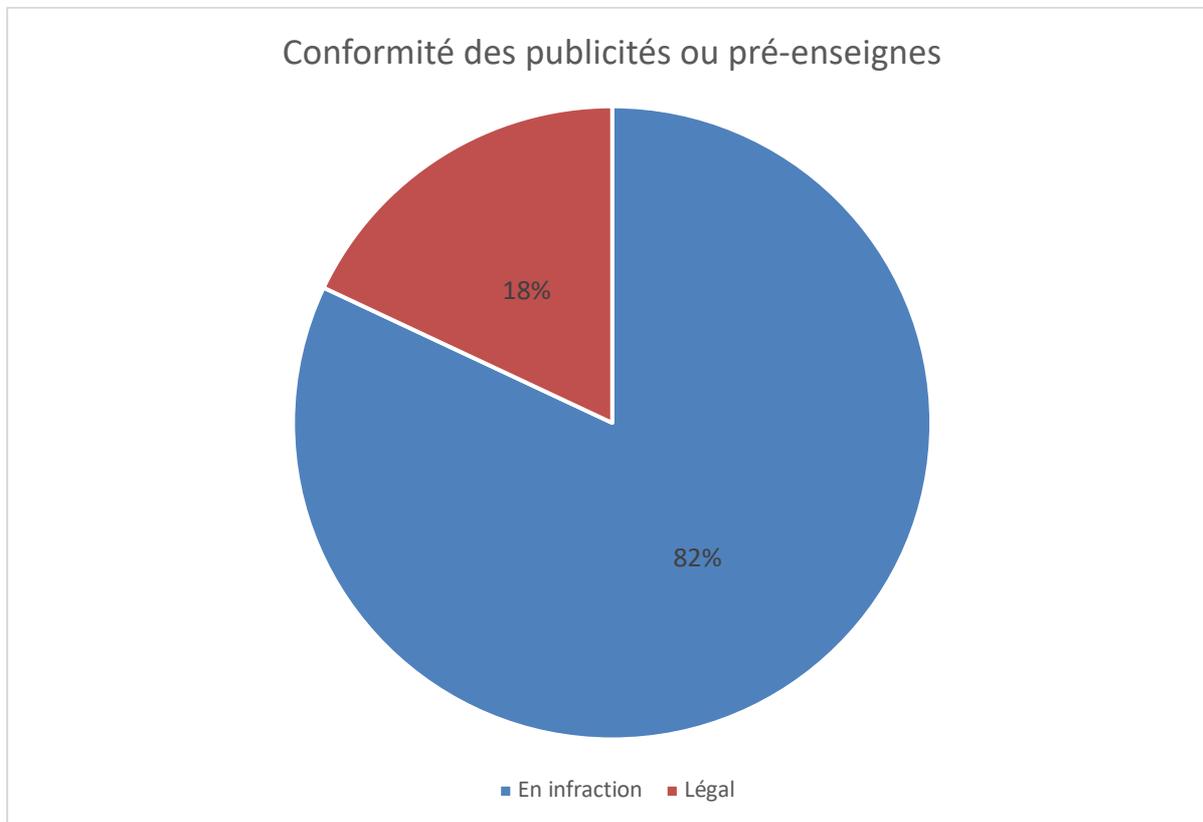
Source :

Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcelleaire,bâti,commune et route : PCI - Etalab -  
Commune

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

La majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est installée sur les axes structurants dont : la route des Confins ou la D909. Plusieurs dispositifs sont situés hors agglomération.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate 73 dispositifs non-conformes au Code de l'environnement ce qui représente 82% des publicités et préenseignes de La Clusaz. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 73 dispositifs non-conformes pour 79 infractions.

L'élaboration du RLP permettra à la collectivité d'acquérir les compétences de police et d'instruction pour mettre en conformité les dispositifs a priori non-conformes.

## 1.2. Publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les surfaces de ces dispositifs sont relativement limitées. Toutefois ces dispositifs ont un impact important sur le paysage.



Publicité / préenseigne scellée au sol, août 2021, La Clusaz

La publicité scellée au sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est le cas pour la commune de La Clusaz. Cette contrainte réglementaire touche 16 dispositifs.

Par ailleurs, ce type de dispositif est concerné par d'autres infractions. En effet, 28 publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol se situent hors agglomération. La majorité d'entre eux se situe sur le domaine skiable.

Le seul cas où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est autorisée, est le cas des préenseignes dérogatoires<sup>28</sup>. On compte 4 dispositifs répondant à cette caractéristique.

En définitif, 44 publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont non conformes au Code de l'environnement sur la commune de La Clusaz.

<sup>28</sup> [Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires](#)

### 1.3. Publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture

Au même titre que pour les publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou préenseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de surface et de hauteur.

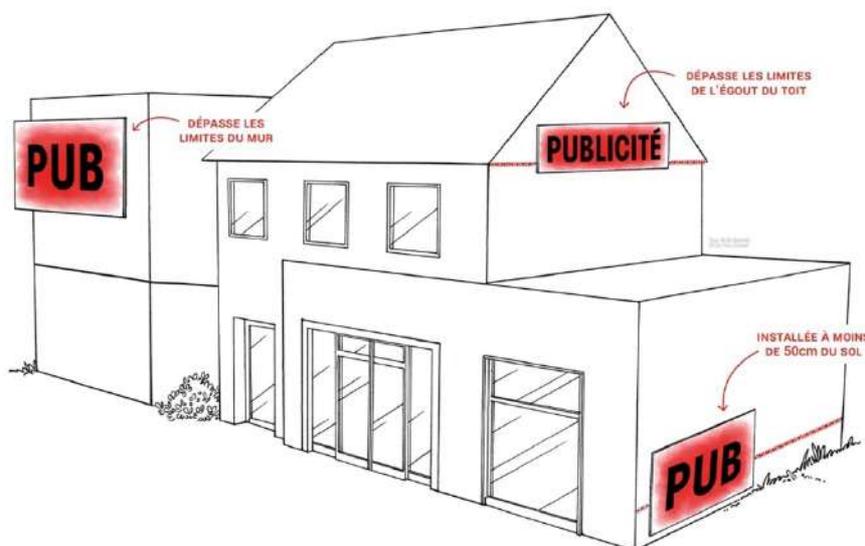
Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants **ce qui est le cas de La Clusaz**, voici les dimensions autorisées :

Surface unitaire maximale  $\leq 4 \text{ m}^2$

Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$

Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- Apposées à moins de 50 cm du niveau du sol,
- Apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- Dépassent les limites du mur qui la supporte,
- Dépassent les limites de l'éégout du toit,
- Apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

Actuellement, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent 46% des dispositifs publicitaires relevés. Il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux à l'environnement : « leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein »<sup>29</sup>.

<sup>29</sup> Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités.

En matière de format, 3 dispositifs de cette catégorie possèdent une surface importante avec plus de 11 mètres carrés. La majorité des autres dispositifs ont une surface inférieure à 2 mètres carrés.



Publicité / préenseigne apposée sur mur, août 2021, La Clusaz



Publicité / préenseigne apposée sur mur, janvier 2022, La Clusaz

29 publicités sur mur sont impactées par des infractions. On retrouve 20 dispositifs apposés sur mur ou clôture situés hors agglomération, 4 dispositifs sont installés à moins de 50 cm du

sol, 3 dispositifs ne respectent pas la règle de densité et 2 dispositifs ont une surface supérieure à 4 mètres carrés. Pour cette dernière infraction, la surface des publicités apposés sur mur ou clôture est limitée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Malgré le nombre non négligeable de publicités et préenseignes apposées sur mur ou sur clôture, la part des dispositif en infraction est importante : 71% des dispositifs sont en infraction au Code de l'environnement. Le règlement local de publicité sera le point de départ de réflexions visant à assurer une bonne intégration paysagère de ces dispositifs.

#### 1.4. La densité

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante<sup>30</sup> applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- Soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- Soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

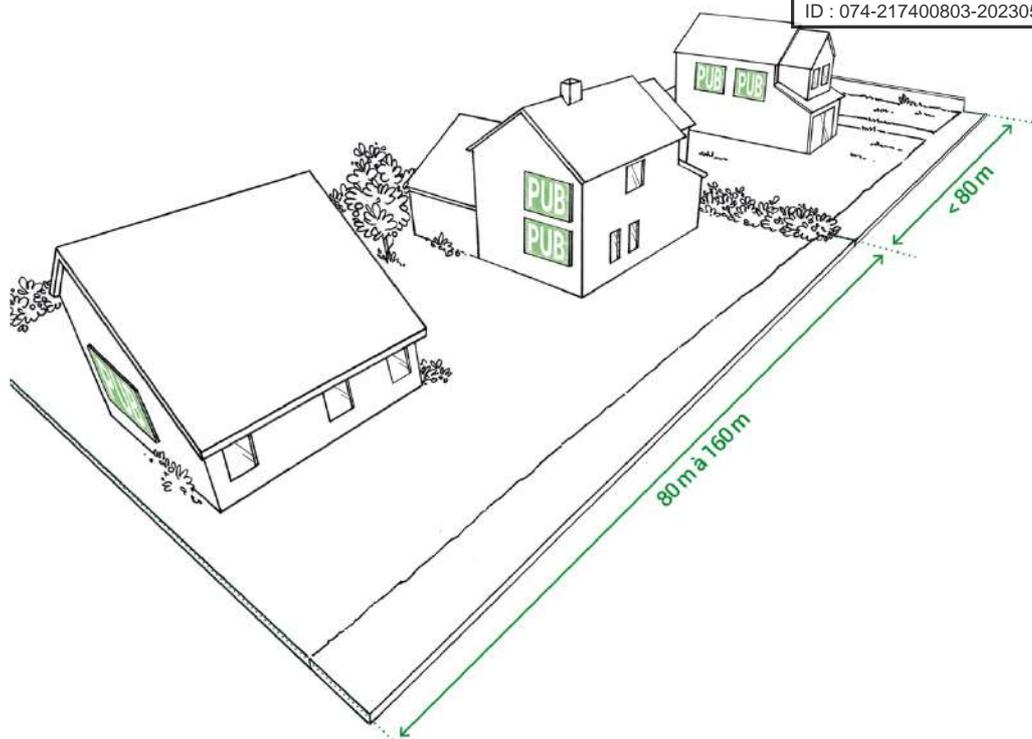
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

---

<sup>30</sup> Article R581-25 du Code de l'environnement



Sur la commune de La Clusaz, 6 dispositifs sont concernés par une présence multiple de publicité et préenseigne sur une même unité foncière.



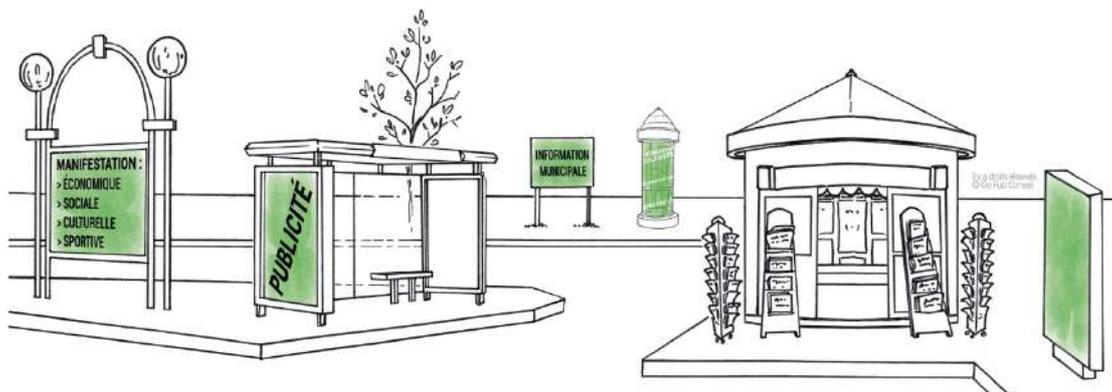
Publicités / préenseignes scellées au sol, août 2021, La Clusaz



Publicités / préenseignes scellées au sol, janvier 2022, La Clusaz

### 1.5. Publicités / préenseignes apposées sur mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.



Type	Règles applicables
<b>Abris destinés au public</b>	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de 4,5 $\text{m}^2$ de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
<b>Kiosques à journaux ou à usage commercial édifis sur le domaine public</b>	Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ ; Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
<b>Colonnes porte-affiches</b>	Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
<b>Mâts porte-affiches</b>	Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives ; Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos ; Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ .
<b>Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</b>	Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : - interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; - ne peut ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 $\text{m}^2$ si numérique) ; - ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- Non lumineuse ;
- Éclairée par projection ou par transparence.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le mobilier urbain ne peut supporter de publicité numérique.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- Dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du Code de l'urbanisme ;
- Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- Si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Le recensement a permis de montrer qu'il n'existe pas de publicités apposées sur mobilier urbain sur la commune.

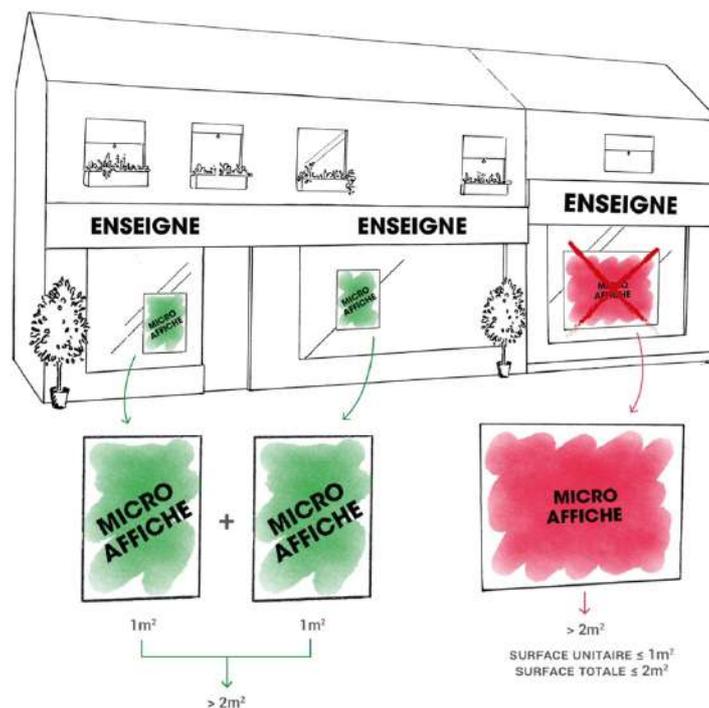
### 1.6. Dispositifs de petits formats (micro-affichage) intégrés à des devantures commerciales.

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à 1m<sup>2</sup>, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* ».

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactant pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit également d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

Le recensement a permis de montrer qu'il n'existe pas de dispositifs de petits formats (micro-affichage) sur la commune.

### 1.7. Les dispositifs installés à l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type	Caractéristiques	
<b>Publicité non lumineuse sur mur ou clôture</b>	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
<b>Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux</b>	Surface ≤ 12 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
<b>Publicité lumineuse</b>	Surface ≤ 8 m <sup>2</sup> Hauteur ≤ 6 m	

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

La commune n'est pas concernée par ces prérogatives.

Les publicités sur les véhicules terrestres<sup>31</sup> ainsi que sur les eaux intérieures<sup>32</sup> sont également réglementées par le Code de l'environnement.

<sup>31</sup> Article R581-48 du Code de l'environnement pour les véhicules publicitaires

<sup>32</sup> Articles R581-49 à 52 du Code de l'environnement pour la publicité sur les eaux intérieures

## 1.8. Publicités / préenseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 90 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh<sup>33</sup>.



Source : <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

<sup>33</sup> [https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400\\_1oawf6\\_doc172.pdf](https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf)

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue ~~notamment par la loi de 2016~~ pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et préenseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>34</sup>. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique, et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence, est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse, à savoir :

- Surface unitaire maximale  $\leq 8 \text{ m}^2$  ;
- Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol  $\leq 6 \text{ m}$ .

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel<sup>35</sup>, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à  $2,1 \text{ m}^2$  ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

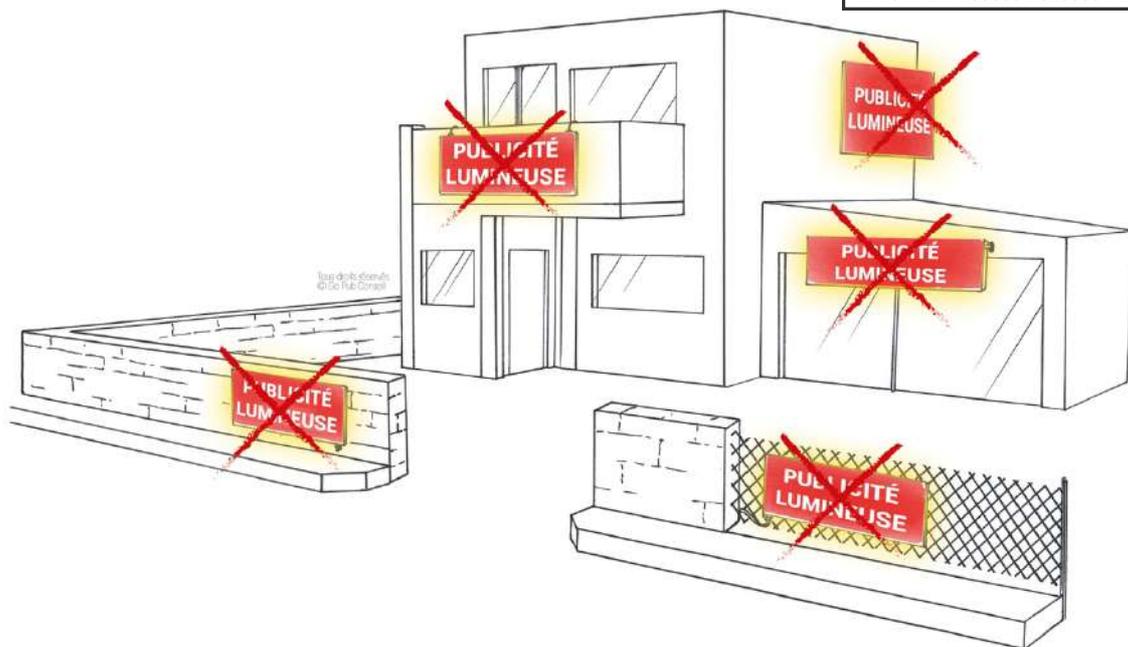
La publicité lumineuse ne peut :

- Recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- Dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- Être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Être apposée sur une clôture.

---

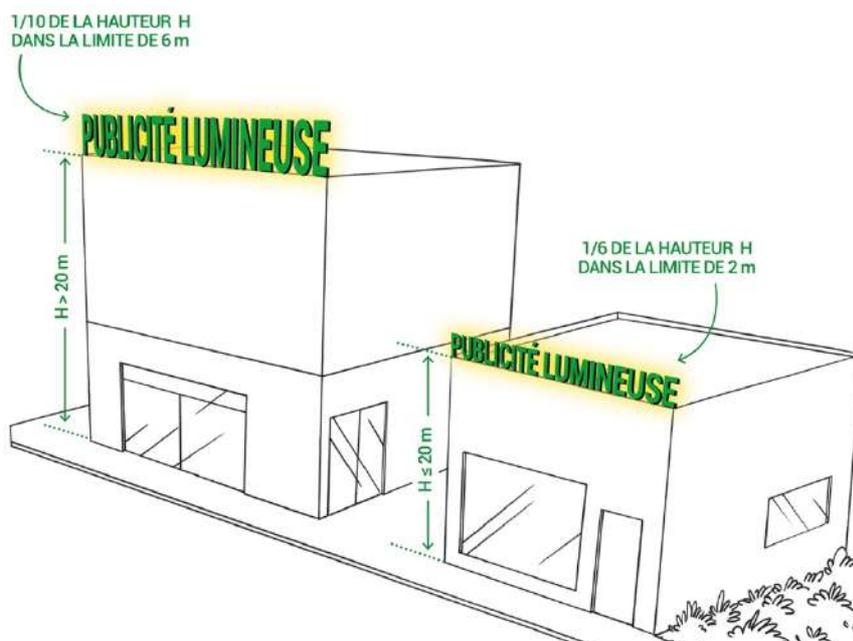
<sup>34</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour

<sup>35</sup> Arrêté ministériel non publié à ce jour



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade $\leq 20$ m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2m
Hauteur de la façade $> 20$ m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6m



En l'espèce, seule une publicité lumineuse est présente sur le territoire. Il faut rappeler qu'en termes de dimensions et de réglementation, ils sont soumis aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.



Publicité/préenseigne lumineuse, août 2021, La Clusaz

Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- **Sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière**, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite. Remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- **Moduler la durée d'éclairage**, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national.

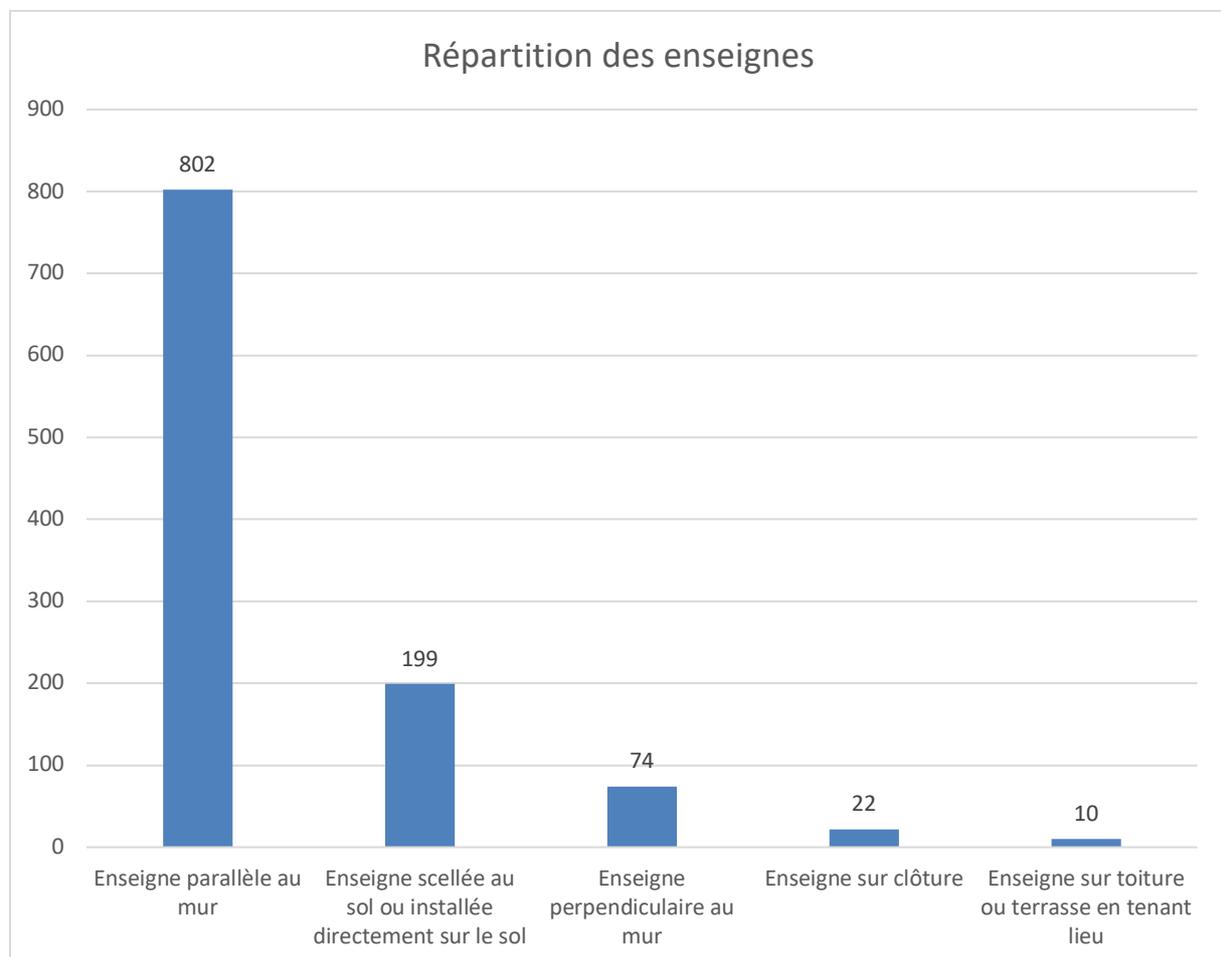
## 2. Les enjeux en matière d'enseignes

### 2.1. Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou en secteur où il y a peu d'enseignes.

Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présente sur le territoire communal. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

5 grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire réparties de la manière suivante :

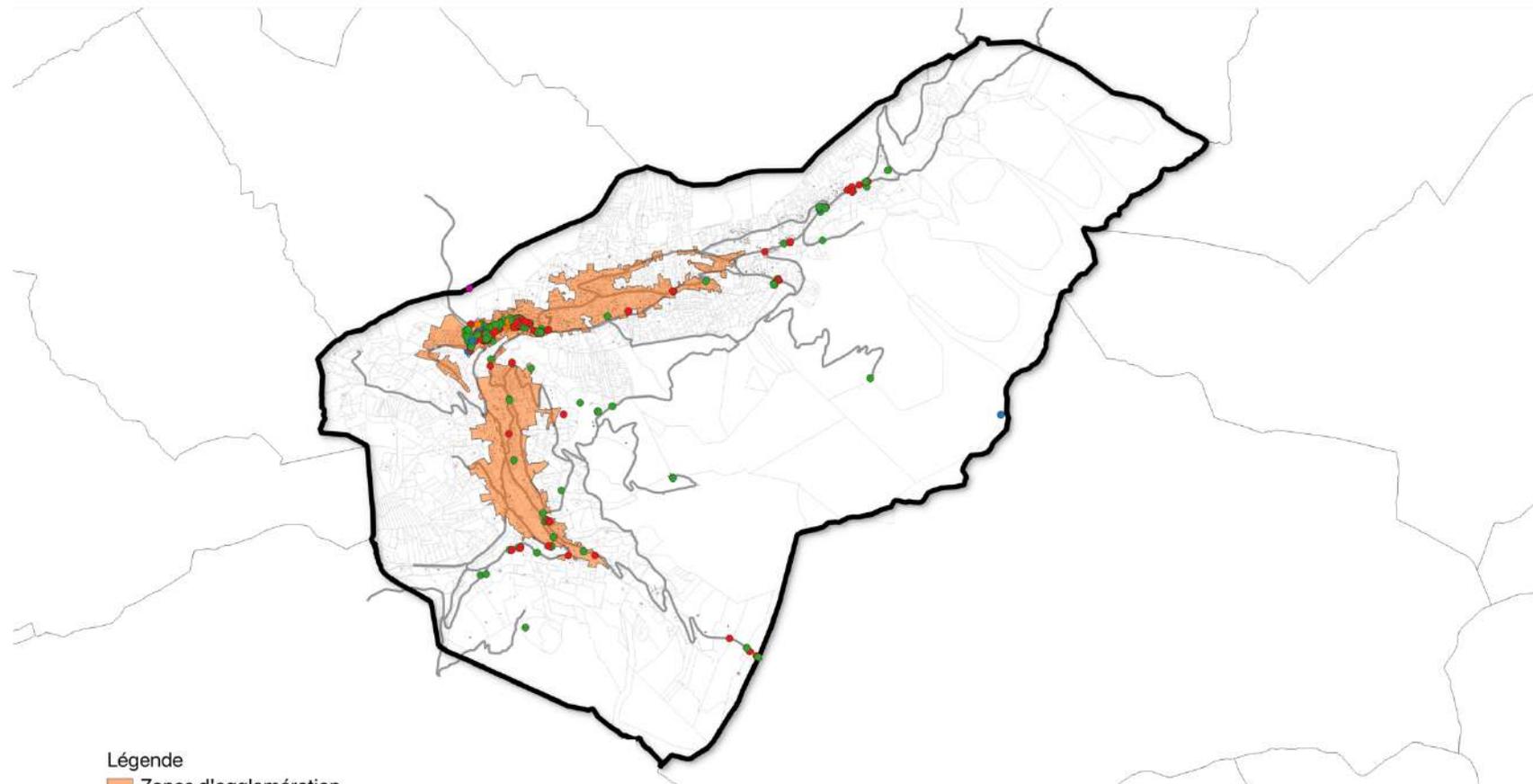


Quel que soit leur typologie, le Code de l'environnement impose que les enseignes soient :

- Constituées par des matériaux durables ;
- Maintenus en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;

- Supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

### Localisation des enseignes sur la commune de La Clusaz



#### Légende

- Zones d'agglomération
- Enseigne parallèle au mur
- Enseigne perpendiculaire au mur
- Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
- Enseigne sur clôture
- Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Bâtiments
- Limites communales
- Parcellaire
- Routes

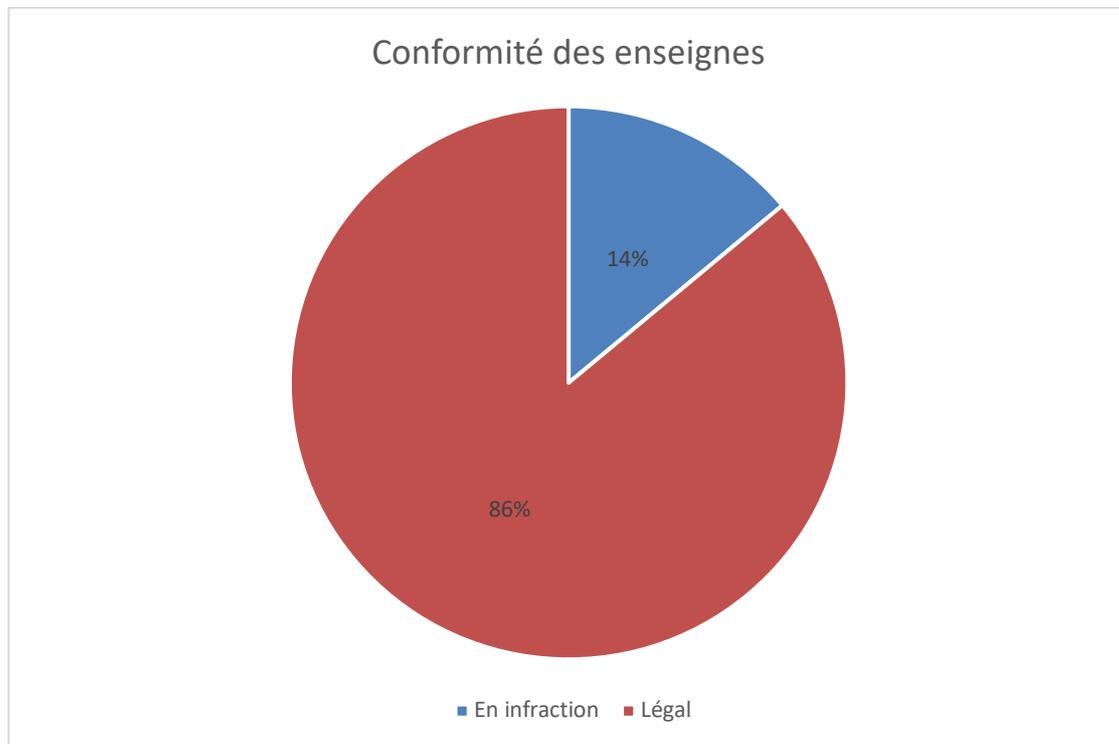


Source :  
Zones d'agglomération : bureau d'étude GoPub Conseil  
Parcellaire,bâti,commune et route : PCI - Etalab - Commune

Réalisation : bureau d'étude GoPub Conseil

Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense (zones d'activités, centre-ville, etc.)

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 154 dispositifs sont non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 14% des enseignes de la commune de La Clusaz. 1 dispositif fait l'objet de 2 infractions. On relève donc 155 infractions.

## 2.2. Enseignes parallèles au mur

L'enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu'en zones d'activités. Ce type d'enseigne représente 72% des enseignes relevées à La Clusaz. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Il a été relevé la présence de certaines enseignes de qualité notamment des enseignes réalisées en lettres découpées ou apposées sur un fond en bois. C'est notamment une conséquence du RLP précédent qui privilégiait ce type de supports.



Enseignes parallèles au mur en lettres découpées, août 2021, La Clusaz



Enseigne parallèle au mur sur panneau sur fond, août 2021, La Clusaz



Enseignes parallèles au mur en lettres découpées, août 2021, La Clusaz

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface<sup>36</sup>. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- Ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- Ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm ;
- Ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.

Il faut noter que parmi les infractions qui concerne le parc d'enseigne, la plus courante touche des enseignes parallèles au mur dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit.

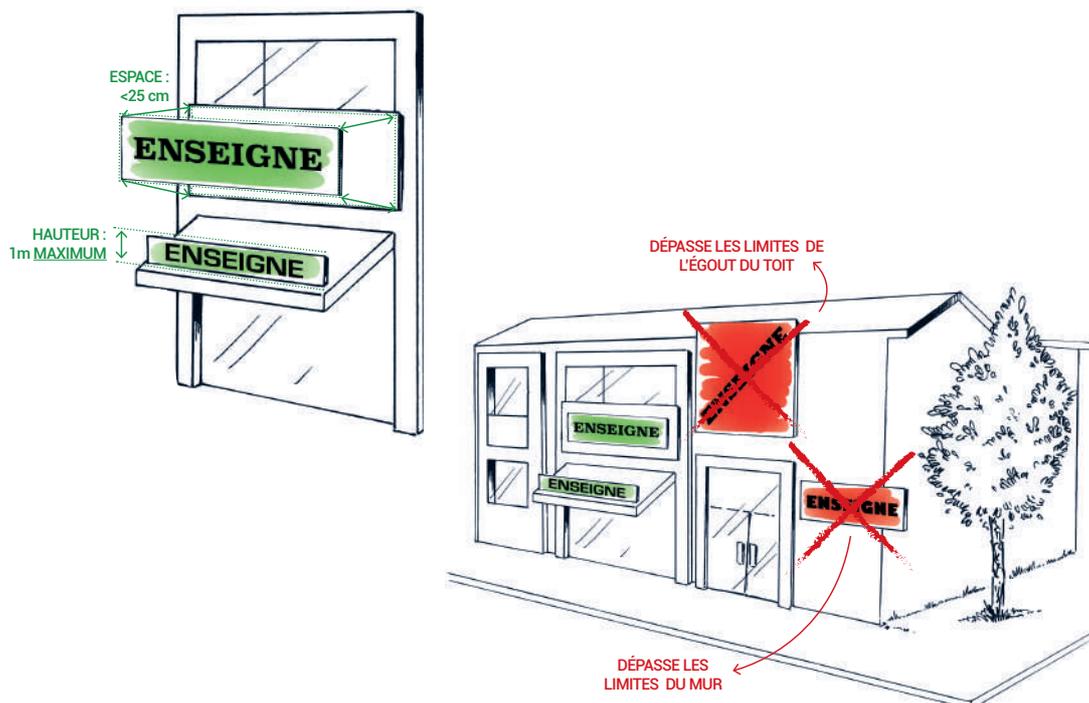
---

<sup>36</sup> [La surface cumulée des enseignes](#)

### 2.3. Enseignes sur auvent, marquise ou balcon

Sont traitées dans la continuité des enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées sur le territoire Si elles respectent les règles suivantes :

- Sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- Devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- Sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 cm par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, elles viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.



Enseignes parallèles au mur sur balcon, août 2021, La Clusaz

Près de 5% (52 dispositifs) des enseignes recensées sur la commune de La Clusaz font partie de cette catégorie. La présence des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon pourra faire l'objet d'une interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

## 2.4. Enseigne sur clôture

Les enseignes sur clôture représentent à près de 2% des enseignes relevées. Ce type d'enseigne est plus souvent présent en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important.



Enseigne parallèle au mur installée sur clôture non-aveugle, août 2021, La Clusaz



Enseigne parallèle au mur installée sur clôture aveugle, janvier 2022, La Clusaz

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourraient faire l'objet d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP. Cela permettra de mieux maîtriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes. Une limitation en nombre et/ou format pourrait permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement.

## 2.5. Enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 7% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.



Enseigne perpendiculaire au mur, août 2021, La Clusaz



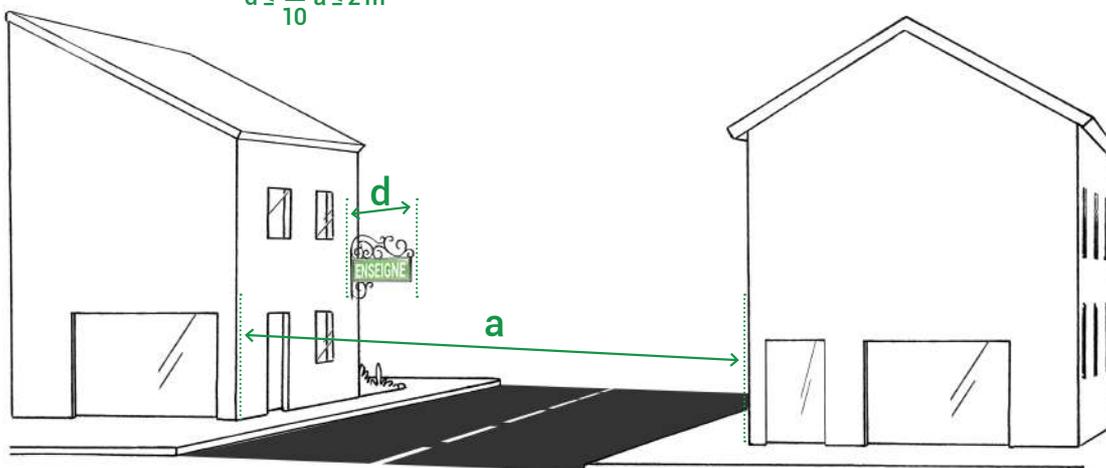
Exemple d'un regroupement d'enseignes sur un même support, août 2021, La Clusaz

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- Ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- Ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- Ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 2 m).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2m$$



Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent leur dépassement du mur sur lequel elles sont apposées ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville. On relève également plusieurs devantures accueillant plusieurs enseignes perpendiculaires au mur. Cependant, cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.



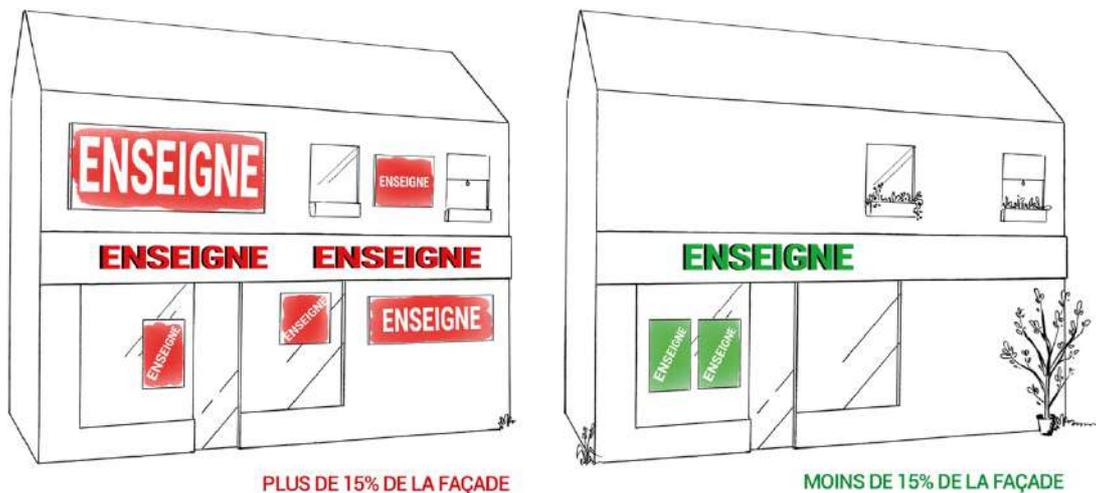
Enseignes perpendiculaires au mur dépassant les limites du mur, août 2021, La Clusaz

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes.

## 2.6. La surface cumulée des enseignes

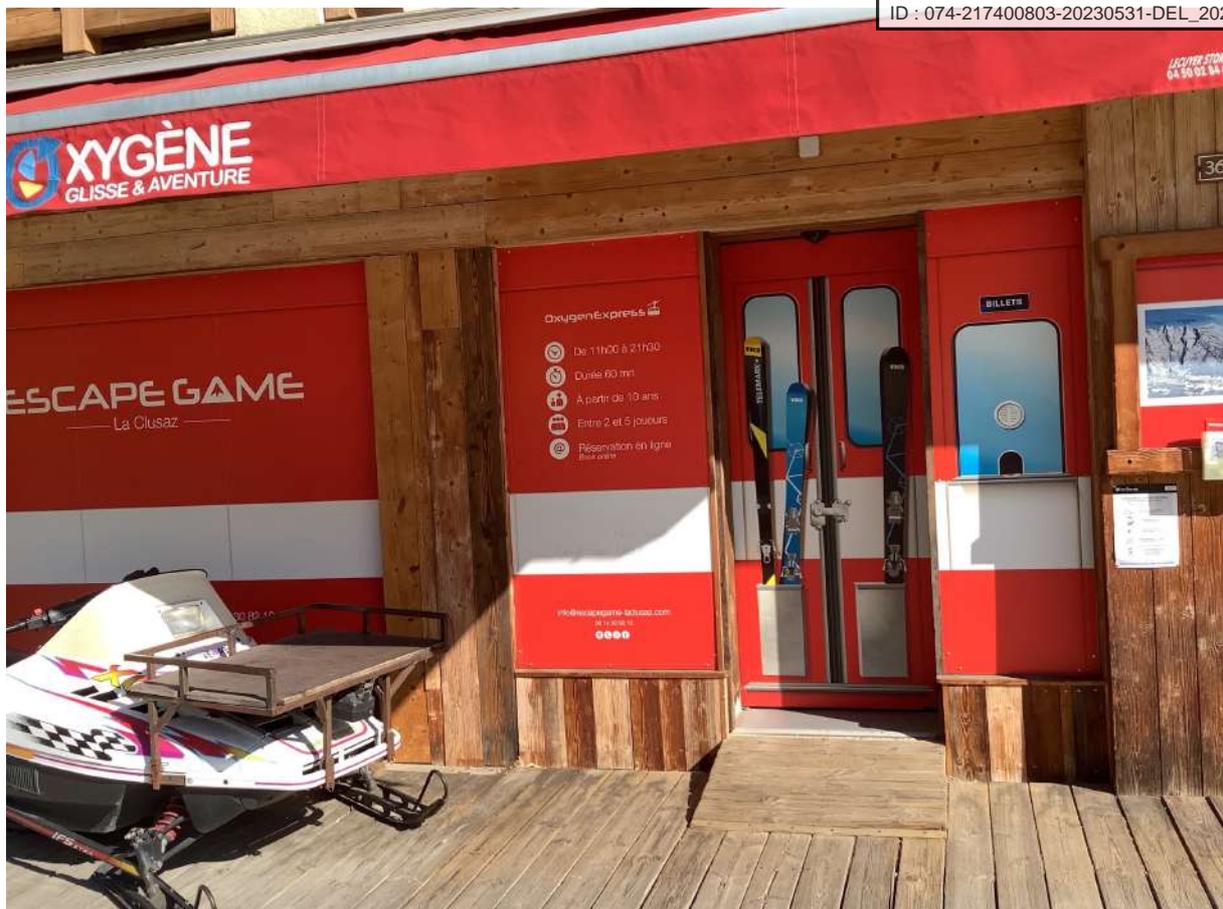
Cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée<sup>37</sup> excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptés dans le calcul de la surface autorisée.



On rencontre plusieurs façades saturées d'enseignes sur le territoire. Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale (ex : centre historique). Cette règle nationale est apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure.

<sup>37</sup> Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Façade saturée d'enseignes, août 2021, La Clusaz

## 2.7. Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d'enseignes la plus répandue (18%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d'activités économiques de la commune et participe à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (panneau « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « 4 par 3 ».

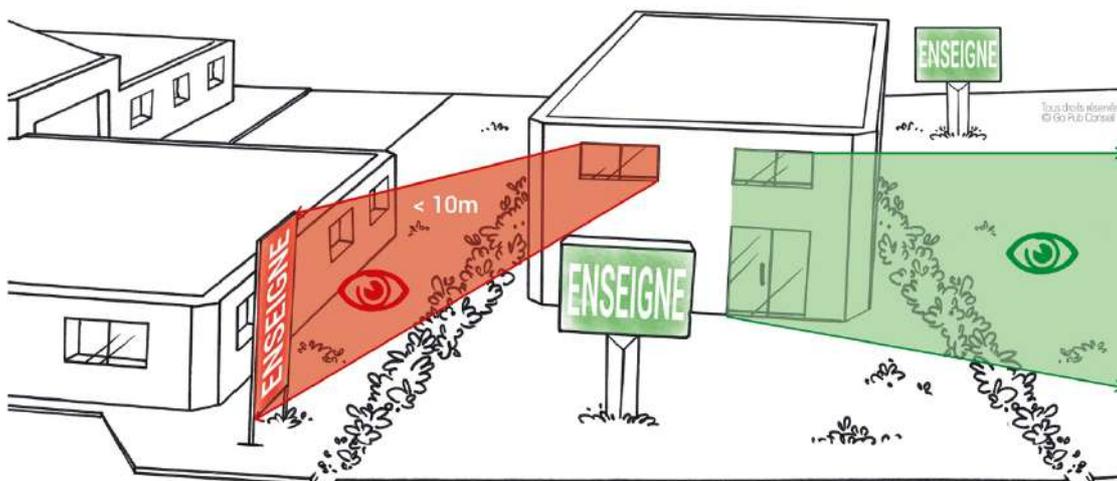


Enseigne scellée au sol, août 2021, La Clusaz



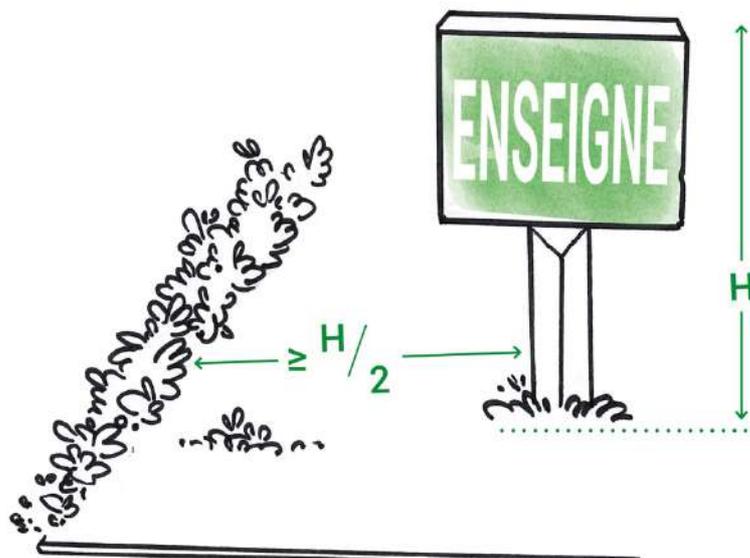
Enseigne installée directement sur le sol, août 2021, La Clusaz

Comme pour les publicités et préenseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations. Les enseignes de plus de 1m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.

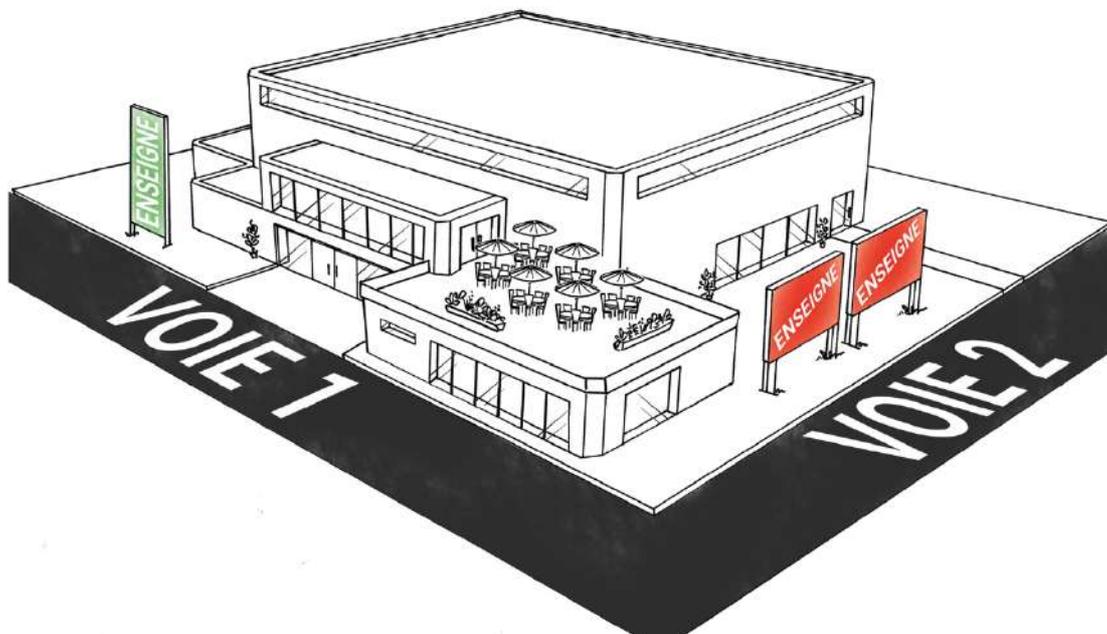


Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent

cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



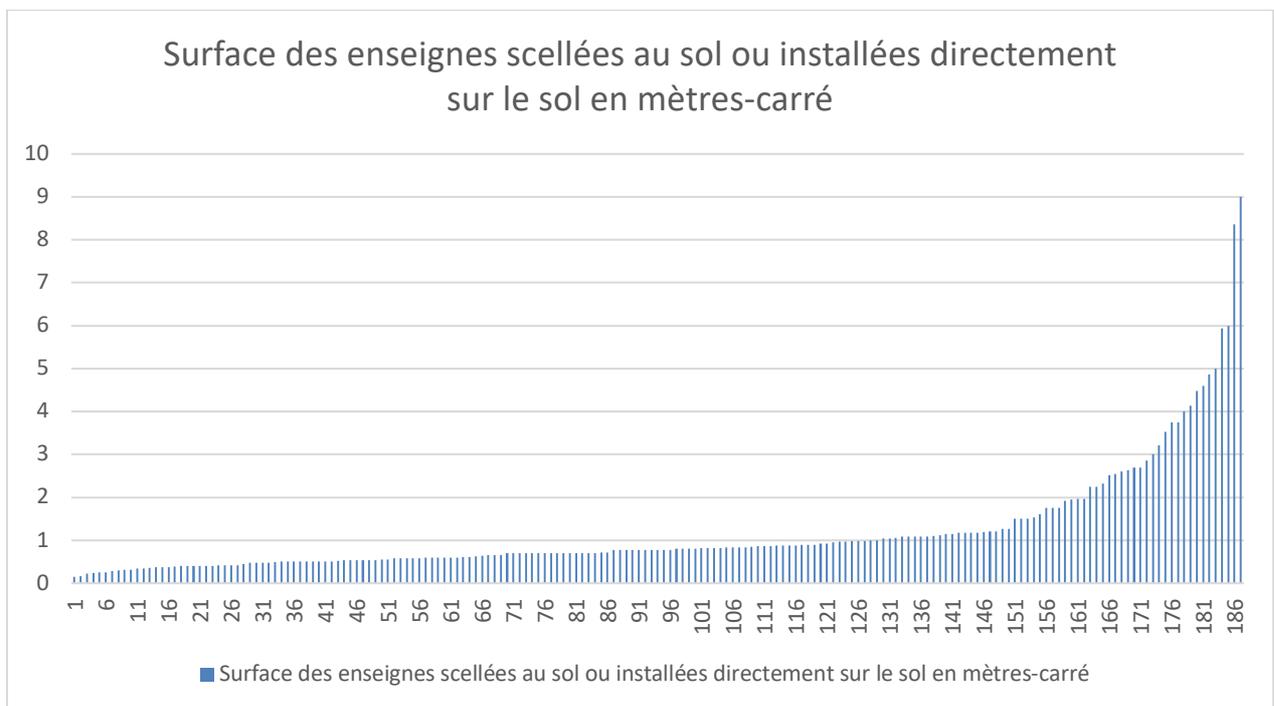
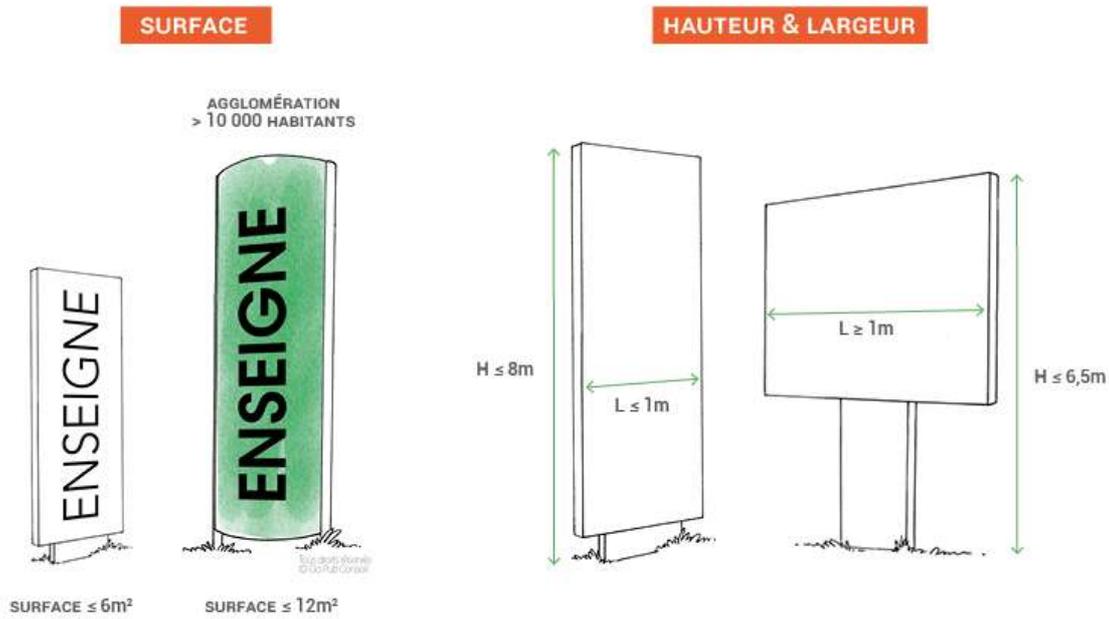
Les enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m<sup>2</sup>, scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m<sup>2</sup>. Elle est portée à 12 m<sup>2</sup> dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.



Surface	Moins de 4 m <sup>2</sup>	De 4 à 6 m <sup>2</sup>	De 6 à 12 m <sup>2</sup>	Non mesurée
<b>Nombre de dispositifs</b>	177	7	3	12

Le graphique ci-dessus permet d’observer que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur la commune de La Clusaz sont globalement de petits formats (moins de 4 m<sup>2</sup>). A noter la présence de 2 enseignes de grand format mesurant près de 9 m<sup>2</sup>. La grande majorité des enseignes de ce type sont de petits formats avec une forte représentation de chevalets ou autres dispositifs amovibles.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule.



Plus d'une enseigne installée sur le sol par voie bordant l'activité, août 2021, La Clusaz



Plus d'une enseigne installée sur le sol par voie bordant l'activité, janvier 2022, La Clusaz

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale spécifiques en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.



Enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol, août 2021, La Clusaz

ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

## 2.8. Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu compte pour à peine 1% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.

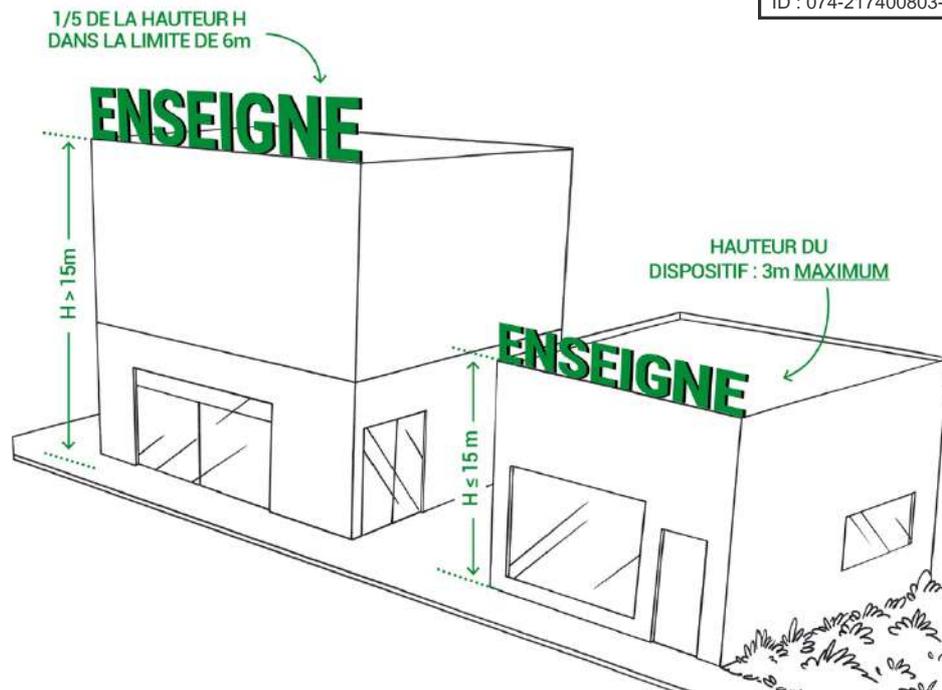


Enseigne sur toiture, août 2021, La Clusaz

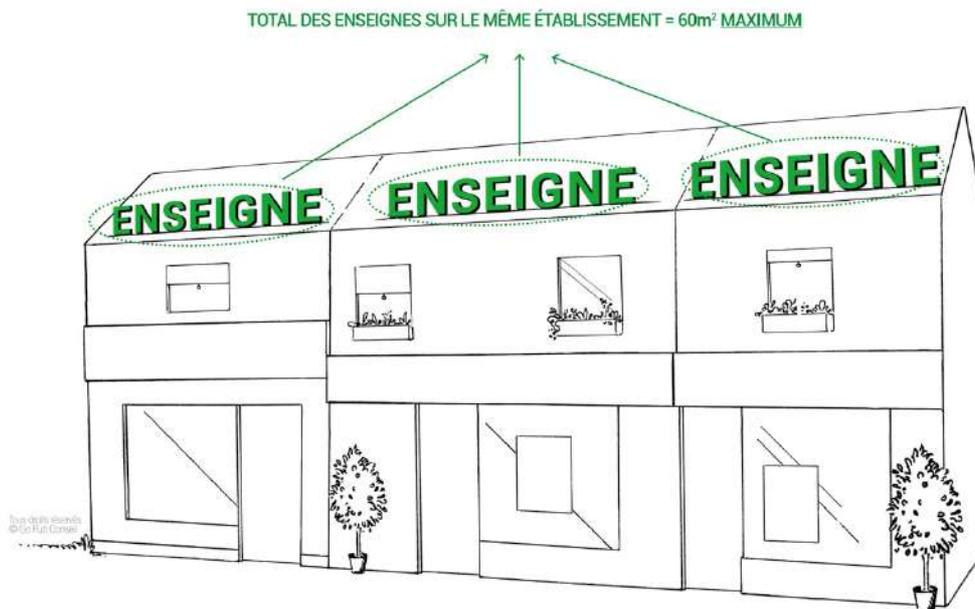
Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques. Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 m de haut.

Hauteur maximale des enseignes sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



Surface cumulée<sup>38</sup> des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m<sup>2</sup>



La plupart de ces enseignes sont en infraction car installées avec un panneau de fond.

Le futur RLP pourra proposer de réduire la taille de ces enseignes, voire de les interdire sur tout ou partie du territoire. Par ailleurs, le RLP de 1999 interdisait ce type de dispositif.

<sup>38</sup> Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

## 2.9. Enseignes lumineuses

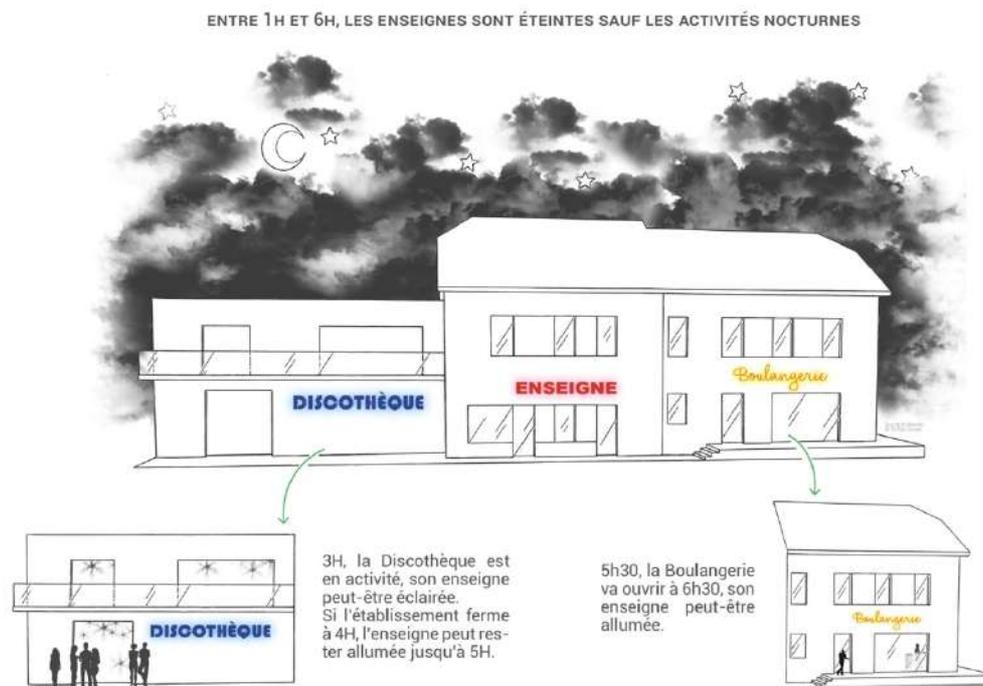
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et préenseignes de même type<sup>39</sup>.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>40</sup>.

Elles sont éteintes<sup>41</sup> entre 1 heure et 6 heures, 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.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu'elles étaient lumineuses ou non. L'article R.581-59 du Code de l'environnement définit l'enseigne lumineuse comme « toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire communal, 12% des enseignes sont lumineuses.

<sup>39</sup> [Publicités / préenseignes lumineuses](#)

<sup>40</sup> Arrêté non publié à ce jour

<sup>41</sup> L'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence.



Enseigne éclairée par projection, août 2021, La Clusaz



Enseigne rétroéclairée par transparence, août 2021, La Clusaz



Enseigne rétroéclairée par transparence, août 2021, La Clusaz



Enseigne éclairée par néon, août 2021, La Clusaz



Enseigne lumineuse, janvier 2021, La Clusaz

4 enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal. Il s'agit d'enseignes de petit format avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Enseigne numérique, août 2021, La Clusaz.



Enseigne numérique, janvier 2022, La Clusaz.

## 2.10. Enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

- 1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 2° Les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Les enseignes temporaires sont soumises « *partiellement*<sup>42</sup> » à la réglementation des enseignes « *permanentes* » présentées précédemment, notamment :

- Les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- Les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes<sup>43</sup> entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires 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. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel<sup>44</sup>.

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

### Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie  $\leq 25$  cm ;
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit.

### Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
- Saillie  $\leq 1/10^{\text{ème}}$  de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m.

### Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale  $\leq 60$  m<sup>2</sup>

---

42 Cf. d. les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires (p.29) du I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure du présent rapport

<sup>43</sup> Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral

<sup>44</sup> Arrêté non publié à ce jour

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
- Règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
- Surface  $\leq 12 \text{ m}^2$  (si 2° alinéa).

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes sur une clôture non aveugle, d'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol, ou d'enseigne parallèle au mur pour des opérations immobilières ou la promotion de locaux vacants. Elles peuvent posséder de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage. Sur le territoire, elles représentent les enseignes avec le plus grand format.



Enseignes temporaires scellées au sol, août 2021, La Clusaz.

Un dispositif temporaire a été relevé sur le territoire pendant le recensement estival. Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le territoire. A noter que le RLP précédent limitait les enseignes temporaires signalant des opérations immobilières ou des travaux publics à 6 m<sup>2</sup>, il pourra être envisagé de maintenir cette règle dans le cadre du nouveau RLP.

### III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

#### 1. Les objectifs

Par une délibération n°2021-104 en date du 20 octobre 2021, la commune a fixé les objectifs suivants pour préserver son territoire :

- Prendre en compte les évolutions du cadre législatif et réglementaire notamment la loi portant l'engagement national pour l'environnement (ENE) dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 ;
- Veiller à la qualité paysage Aare des entrées de ville et le long des axes structurants (route des Grandes Alpes, route du Col des Aravis, route des Confins) ;
- Réglementer les panneaux de publicités, de préenseignes et d'enseignes en adéquation avec les enjeux du territoire ;
- Adapter la réglementation aux évolutions d'urbanisme de la commune et notamment le projet d'aménagement du village (OAP n°1) ;
- Concilier la protection du cadre de vie et les besoins des activités de la commune et notamment des activités touristiques se caractérisant par des zones à enjeux particulières (domaine skiable, circuit VTT) ;
- Préserver le cadre paysager naturel et bâti de La Clusaz.

#### 2. Les orientations

Afin de remplir ces objectifs, la commune a retenu les orientations suivantes :

**Orientation n°1 :** Veiller à poursuivre la préservation des paysages actuellement peu soumis à la pression publicitaire en renforçant la réglementation s'appliquant aux publicités et aux préenseignes (densité, format, implantation).

Le diagnostic révèle un faible nombre de dispositifs publicitaires. Conformément aux objectifs fixés dans la délibération du 20 octobre 2021, il convient de maintenir le faible impact paysager des dispositifs et de favoriser les alternatives aux préenseignes tels que la signalisation d'information locale (SIL), les relais informations service (RIS) et les panneaux routiers.

**Orientation n°2 :** Déroger aux interdictions relatives de publicité dans les périmètres des sites inscrits.

La commune dispose de 3 sites inscrits en agglomération : la Cluse du Nom, les prés et bois entre la RN 509 et La Clusaz, l'église du Fernuy et ses abords. La commune souhaite garder la

possibilité d'installer à l'avenir du mobilier urbain, notamment autour de la gare routière couverte par le site de la Cluse du Nom. La dérogation aux interdictions relatives de publicité permettrait d'apposer à titre accessoire, de la publicité sur mobilier urbain.

**Orientation n°3** : Réduire l'impact des dispositifs lumineux y compris les dispositifs numériques afin de réaliser des économies d'énergies et diminuer la pollution nocturne.

La commune souhaite mettre en place une réglementation spécifique dédiée aux supports numériques en développement sur le territoire national afin de limiter la pollution lumineuse et réaliser des économies d'énergie. Cette orientation permettra de répondre aux besoins de la commune concernant les supports lumineux, avec un renforcement de la plage d'extinction nocturne.

**Orientation n°4** : Adapter les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol aux caractéristiques territoriales dans le but d'améliorer leur insertion dans leur environnement et mettre en place des règles locales pour les dispositifs de petit format.

Le diagnostic montre que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont majoritairement des enseignes de petits formats. Néanmoins, leur impact paysager est important du fait de l'importante densité de ce type d'enseigne. Afin d'améliorer leur insertion dans leur environnement, la commune souhaite maintenir le format réduit des dispositifs existants et encadrer l'accumulation des dispositifs.

**Orientation n°5** : Assurer une bonne intégration paysagère des enseignes en façade en encadrant leur implantation et leur nombre.

Le RLP existant préconisait que les enseignes devaient être en harmonie avec l'ensemble architectural en privilégiant les lettres découpées. Les panneaux sur fond devaient privilégier le matériau bois ou les couleurs pastel.

La commune souhaite maintenir les acquis du RLP existant et poursuivre la bonne harmonie des enseignes avec le cadre architectural et paysager.

**Orientation n°6** : Encadrer les enseignes sur clôture en nombre afin de maîtriser leur développement.

Absente de la réglementation locale et nationale (au sens d'une réglementation dédiée), ces enseignes feront l'objet d'une réglementation spécifique dans le futur RLP. En effet, la réglementation locale permettra d'en maîtriser le nombre, les formats et la qualité. L'objectif étant de privilégier des enseignes qualitatives sur le territoire.

**Orientation n°7** : Réduire l'impact paysager des enseignes sur toiture.

Ces dispositifs sont impactants au regard de leur implantation et de leur format. Le diagnostic réalisé a relevé la faible présence de dispositifs de ce type. Ils sont par ailleurs tous non-conformes à la réglementation nationale et locale en vigueur.

Le futur RLP pourra proposer de réduire le format de cette catégorie d'enseignes, voire de les interdire.

**Orientation n°8** : Adapter la réglementation applicable aux enseignes temporaires en prenant en compte l'attractivité touristique de la commune.

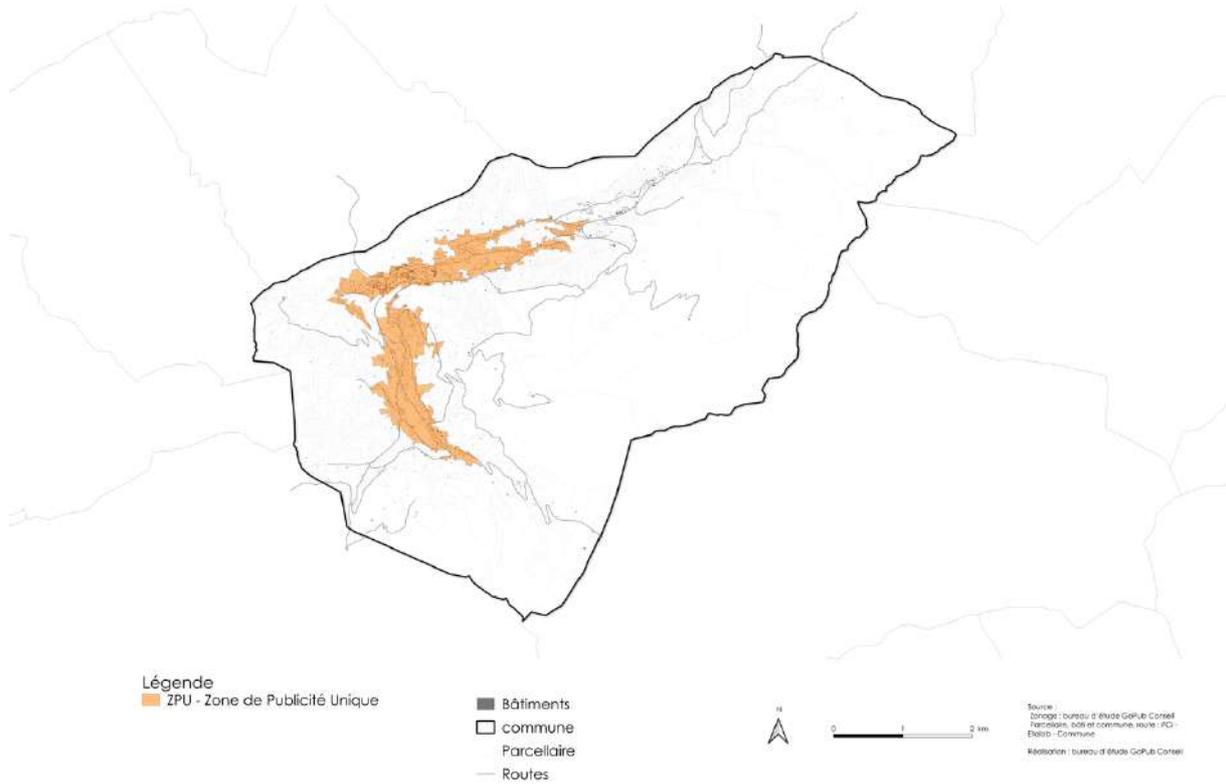
Bien que le Code de l'environnement encadre les enseignes temporaires, la commune souhaite harmoniser les règles applicables aux enseignes permanentes et temporaires. L'objectif est de maîtriser leur développement et limiter l'impact des enseignes temporaires sur le paysage.

## IV. Justification des choix retenus

### 1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, la commune a fait le choix de définir une zone de publicité unique couvrant l'ensemble des agglomérations du territoire communal. Ce choix de zonage est cohérent avec le RLP précédent qui établissait une zone de publicité restreinte couvrant les agglomérations de la commune de La Clusaz.

Plan de zonage des publicités du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de La Clusaz



Il est rappelé que de nombreux supports publicitaires sont déjà interdits par la réglementation nationale (publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, bâches publicitaires, publicité numérique...) sur le territoire communal.

La commune fait le choix de déroger aux interdictions relatives de publicité, afin de garder la possibilité d'implanter des dispositifs publicitaires dans les sites inscrits situés en agglomération. Cela permettra, à l'avenir et si la commune le souhaite, d'autoriser par exemple la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain, notamment aux abords de la gare routière située dans le site inscrit de la Cluse du Nom.

La publicité ou préenseigne apposée sur clôture aveugle sera interdite dans le RLP pour éviter des implantations qui ne sont pas ou peu présentes sur le territoire communal.

La publicité ou préenseigne apposée sur mur aveugle sera limitée en surface à 2 mètres carrés et en hauteur à 4 mètres au-dessus du niveau du sol.

Ce type de publicité sera limité en densité à une par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique afin d'éviter que des murs soient saturés de publicités.

La publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain est autorisée. Cela correspond notamment à la publicité sur les abris-bus ou sur le mobilier urbain de type « sucette ». Sur ces sucettes, la surface sera limitée à 2 mètres carrés et à 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Enfin, les publicités ou préenseignes lumineuses seront soumises à une extinction nocturne entre 0 heure et 7 heures afin de réduire la pollution lumineuse qu'elles génèrent et de préserver le paysage nocturne. Cette extinction nocturne s'appliquera également pour les publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain.

## ***2. Les choix retenus en matière d'enseignes***

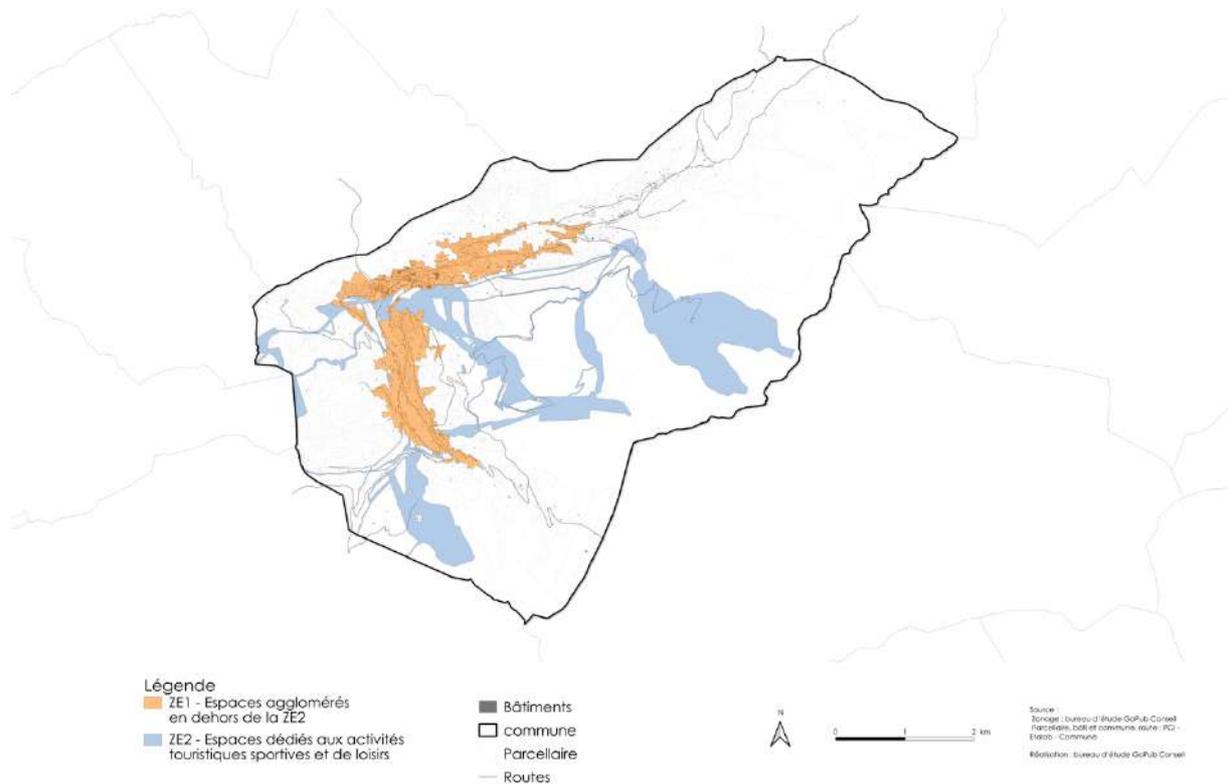
En matière d'enseigne, la commune a fait le choix d'instituer 2 zones d'enseignes :

- La zone d'enseigne n°1 (ZE1) couvre les espaces agglomérés en dehors de la ZE2 ;
- La zone d'enseigne n°2 (ZE2) couvre les espaces dédiés aux activités touristiques sportives et de loisirs.

Les enseignes situées en dehors de la ZE1 (espaces agglomérés en dehors de la ZE2) et de la ZE2 (espaces dédiés aux activités touristiques sportives et de loisirs) sont encadrées dans les mêmes conditions qu'en ZE1 (espaces agglomérés en dehors de la ZE1).

Ce zonage permet d'avoir une réglementation adaptée au regard des activités présentes sur le territoire, et notamment au regard des besoins des activités liées au tourisme sportif et de loisirs.

Plan de zonage des enseignes du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de La Clusaz



Afin de maintenir les acquis du RLP précédent et de poursuivre la bonne harmonie des enseignes avec le cadre architectural et paysager, la commune a prescrit des dispositions générales. Tous les dispositifs devront être aménagés dans un souci d'esthétique général destiné à leur assurer la meilleure intégration possible dans leur environnement.

L'aspect des enseignes devra être en harmonie avec l'ensemble architectural en privilégiant les lettres découpées, soit apposées directement sur la façade soit apposées sur un panneau de fond. L'emploi de teintes non vives est souhaité.

Afin d'assurer une intégration qualitative en façade, l'équipement électrique des enseignes doit être discret. Les caissons lumineux et les potences sont interdits.

Pour éviter les implantations dommageables en termes de paysage, la commune a souhaité interdire les enseignes sur les arbres et plantations.

Les enseignes parallèles ne doivent pas dépasser de plus d'un mètre le niveau du plafond où s'exerce l'activité. Le nombre d'enseigne est limité à 2 par façade et à 4 par activité. Les enseignes sur store-banne et apposées sur les vitrines ne sont pas comprises dans cette limitation nombre. Elles restent néanmoins soumises à la règle de la surface cumulée des enseignes en façade.

L'objectif de ces règles est d'encadrer la densité et l'implantation des enseignes sur le territoire communal.

Les enseignes sur auvent et marquise sont autorisées uniquement si l'enseigne ne peut être apposée en façade. Elles devront être réalisées en lettres ou signes découpés. Ces règles permettent de limiter l'accumulation des enseignes en façade et de favoriser l'implantation d'enseignes qualitatives.

Concernant les enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet, elles sont autorisées uniquement si l'enseigne ne peut être apposée en façade. Elles devront être réalisées en lettres ou signes découpés.

Les enseignes perpendiculaires au mur seront limitées en nombre à une par façade d'activité. L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure à 1,20 mètres. L'enseigne perpendiculaire sera limitée à 1 mètre de hauteur. Cela évitera les futures implantations peu qualitatives ou trop nombreuses.

Les enseignes perpendiculaires devront être implantées dans l'alignement des enseignes parallèles au mur, sauf incompatibilité architecturale ou technique.

En ZE2 (espaces dédiés aux activités touristiques sportives et de loisirs), les enseignes sont soumises à la réglementation nationale.

Dans la ZE1 (espaces agglomérés en dehors de la ZE2) et sur le reste du territoire communal, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (de plus de 1 mètre carré) ne pourront avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol et ni excéder 1,50 mètres de largeur. Cette réglementation permettra à la commune de limiter l'impact de ces dispositifs sur le cadre architectural et paysager. De plus, afin de favoriser l'implantation d'enseignes qualitatives, les dispositifs de type drapeau sont interdits.

Aucune réglementation n'existe sur les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Afin d'en limiter l'impact sur le paysage, la commune a choisi d'en limiter le nombre à 2 placées le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée dans les espaces agglomérés (ZE1) et le reste du territoire communal (hors ZE1 et ZE2). Dans la ZE2, la densité des enseignes inférieures ou égales à un mètre carré sera limitée à la surface d'affiche strictement nécessaire au bon fonctionnement de l'activité.

Dans les espaces agglomérés (ZE1) et le reste du territoire communal (hors ZE1 et ZE2), les enseignes sur clôture seront limitées en nombre à une par voie bordant l'activité. Sur les espaces dédiés aux activités sportives et de loisirs, la densité de ces enseignes sera limitée à la surface d'affiche strictement nécessaire au bon fonctionnement de l'activité.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées. La hauteur des lettres ou signes découpés est limitée à 0,50 mètre.

Les enseignes lumineuses ainsi que les dispositifs lumineux et numériques situés à l'intérieur des vitrines seront soumis à une extinction nocturne entre 0 heure et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Cela permettra de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse.

Les enseignes numériques seront interdites sur l'ensemble du territoire communal, à l'exception des services d'urgence, pharmacie et de l'affichage des tarifs du carburant des stations-service

Les enseignes temporaires seront soumises à la même réglementation que les enseignes permanentes. Une exception est mise en place pour les enseignes temporaires de plus de 3 mois scellées au sol ou installées directement au sol. Elles seront limitées en surface à 6 mètres carrés et en hauteur à 4 mètres au-dessus du niveau du sol.