

Porter à connaissance des services de l'Etat

Elaboration du règlement local de publicité intercommunal de Thonon agglomération

prescrite par délibération du conseil communautaire du 29 janvier 2019



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET
DE LA HAUTE-SAVOIE

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| <u>1. LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL : LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES</u> | 4 |
| <u>1.1. POURQUOI UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL ?</u> | 4 |
| <u>1.2. LE CADRE JURIDIQUE D'ETABLISSEMENT D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 4 |
| <u>1.3. L'AUTORITE COMPETENTE EN MATIERE DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)</u> | 4 |
| <u>1.4. LES ENJEUX DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 5 |
| <u>1.5. LE CHAMP D'APPLICATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 5 |
| <u>1.6. LA COMPATIBILITE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL AVEC LA DEFINITION DE L'AGGLOMERATION DU CODE DE LA ROUTE</u> | 6 |
| <u>1.7. LA PROCEDURE ET LES PHASES D'ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 7 |
| <u>1.7.1. La décision de prescription du règlement local de publicité intercommunal</u> | 8 |
| <u>1.7.2. Le cadre juridique du « porter-à-connaissance » du Préfet</u> | 8 |
| <u>1.7.3. Le contenu du « porter-à-connaissance » du Préfet (PAC)</u> | 9 |
| <u>1.7.4. La concertation avec les personnes concernées</u> | 9 |
| <u>1.7.5. La consultation des personnes associées</u> | 9 |
| <u>1.7.6. L'arrêt du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi)</u> | 10 |
| <u>1.7.7. L'enquête publique</u> | 11 |
| <u>1.7.8. L'approbation du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)</u> | 12 |
| <u>1.7.9. Les mesures rendant exécutoires les décisions administratives approuvant le règlement local de publicité intercommunal</u> | 12 |
| <u>1.7.10. Les autres mesures de communication du règlement local de publicité intercommunal</u> | 12 |
| <u>1.7.11. Caducité des règlements locaux de publicité « ancienne génération »</u> | 13 |
| <u>1.7.12. L'application du nouveau règlement local de publicité intercommunal approuvé et publié</u> | 13 |
| <u>1.8. LES ELEMENTS CONSTITUTIFS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 13 |
| <u>1.8.1. Le rapport de présentation</u> | 13 |
| <u>1.8.2. La partie réglementaire</u> | 15 |
| <u>1.8.3. Les annexes obligatoires du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)</u> | 16 |
| <u>2. LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE</u> | 16 |
| <u>2.1. LA REGLEMENTATION NATIONALE DE LA PUBLICITE EXTERIEURE</u> | 16 |
| <u>2.2. LES FORMES DE PUBLICITES NE POUVANT ETRE INTERDITES PAR UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL</u> | 19 |
| <u>2.2.1. Les palissades de chantier</u> | 19 |
| <u>2.2.2. La publicité effectuée en exécution d'une autre réglementation</u> | 19 |
| <u>2.3. LES DISPOSITIONS RELATIVES AUX PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES S'APPLIQUANT A LA PUBLICITE</u> | 19 |
| <u>2.3.1. Les secteurs d'interdictions absolues de publicité</u> | 19 |
| <u>2.3.2. Les secteurs d'interdictions relatives de publicité</u> | 20 |
| <u>2.4. LA PRESERVATION ET LA MISE EN VALEUR DES PAYSAGES</u> | 20 |
| <u>- la loi du 2 mai 1930 modifiant la loi du 21 avril 1906 sur les sites et monuments naturels</u> | 21 |
| <u>- la loi du 31 décembre 1913 pour les monuments historiques</u> | 21 |
| <u>- la loi n°76-629 du 10 juillet 1976 sur la protection de la nature</u> | 21 |
| <u>- la loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne</u> | 21 |
| <u>- la loi n° 93-24 du 8 janvier 1993 sur la protection et la mise en valeur des paysages</u> | 21 |
| <u>- la loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement</u> | 21 |
| <u>2.4.1. L'observatoire des paysages régional de l'État</u> | 21 |
| <u>2.5. LES AUTRES REGLEMENTATIONS QUI DOIVENT ÊTRE RESPECTEES</u> | 21 |
| <u>2.5.1. L'affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations</u> | 21 |
| <u>2.5.2. La réglementation de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite</u> | 22 |
| <u>2.5.3. Le code du domaine public routier</u> | 22 |
| <u>2.5.4. Application des dispositions du code de la route au titre de la sécurité routière</u> | 23 |
| <u>2.5.5. Le code du patrimoine</u> | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5.6. <i>La prise en compte des risques naturels du code de l'environnement</i> | 25 |
| 3. LES DISPOSITIONS APPLICABLES AU TERRITOIRE DE THONON AGGLOMÉRATION | 25 |
| 3.1. LA REVISION DECIDEE PAR L'INTERCOMMUNALITE..... | 25 |
| 3.2. LES PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES SUR LE TERRITOIRE DE THONON AGGLOMERATION..... | 26 |
| 3.2.1. <i>Servitudes au titre des monuments historiques ou des sites</i> | 26 |
| <i>Site classé</i> :..... | 26 |
| <i>Sites inscrits</i> :..... | 26 |
| <i>Monuments historiques classés</i> :..... | 26 |
| <i>Monuments historiques inscrits</i> :..... | 26 |
| <i>Abords de monuments historiques</i> :..... | 26 |
| <i>Site inscrit</i> :..... | 26 |
| <i>Monuments historiques classés</i> :..... | 26 |
| <i>Monument historique classé</i> :..... | 27 |
| <i>Site inscrit</i> :..... | 27 |
| <i>Monument historique inscrit</i> :..... | 27 |
| <input type="checkbox"/> <i>Monument historique inscrit</i> :..... | 27 |
| - <i>Château de Beauregard : façades et toitures, figurant au cadastre n° 11 section B : 1 juin 1964</i> | 27 |
| 3.2.2. <i>Réserve naturelle</i> | 29 |
| 3.2.3. <i>Sites Natura 2000</i> | 29 |
| 3.3. LE PAYSAGE DE NUIT..... | 30 |
| 3.4. AUTRES ELEMENTS A PRENDRE EN COMPTE..... | 30 |
| 3.4.1. <i>La population</i> | 30 |
| 3.4.2. <i>Les plans de prévention des risques</i> | 31 |
| 4. ENJEUX PATRIMONIAUX ET PAYSAGERS | 31 |
| 5. CONCLUSION | 32 |

1. Le règlement local de publicité intercommunal : les dispositions générales

1.1. POURQUOI UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL ?

Un règlement local de publicité intercommunal peut être institué pour le territoire d'une intercommunalité afin d'apporter une réponse spécifique de protection du cadre de vie des territoires, complémentaire à la réglementation nationale dans le domaine des enseignes, préenseignes, et publicité.

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, l'intercommunalité qui dispose de la compétence plan local d'urbanisme, élabore sur l'ensemble de son territoire un règlement local de publicité intercommunal qui adapte les dispositions prévues aux articles L.581-9 et L.581-10 du code de l'environnement, plus particulièrement celles pour la publicité, les emplacements de bâches comportant de la publicité, les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires et l'installation de publicité lumineuse.

L'article L.581-18 spécifie que le règlement local de publicité peut prévoir des prescriptions relatives aux enseignes plus restrictives que celles du règlement national, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État.

1.2. LE CADRE JURIDIQUE D'ETABLISSEMENT D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

La procédure d'élaboration des règlements locaux est identique à celle applicable pour les plans locaux d'urbanisme, en application des articles L 581-14 et L 581-14-1 du code de l'environnement.

Les dispositions prévues pour les enseignes, préenseignes, publicités doivent s'inscrire dans le cadre réglementaire national imposé.

Le présent document prend en compte l'ordonnance n°2015-1174 du 23 septembre 2015, relative à la partie législative du livre I^{er} du code l'urbanisme entrant en vigueur le 1^{er} janvier 2016.

1.3. L'AUTORITE COMPETENTE EN MATIERE DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)

Dès lors que l'établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, il devient compétent en matière de règlement local de publicité.

Une commune appartenant à ce dernier ne peut plus élaborer de règlement local de publicité communal, ni réviser ou modifier un règlement local de publicité actuellement approuvé. De même, lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale engage l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), les communes de son territoire précédemment couvertes par un règlement local de publicité verront ces règlements être abrogés dès l'approbation du nouveau règlement local de publicité intercommunal.

Dans le cas où l'établissement public de coopération intercommunale n'a pas la compétence en matière de plan local d'urbanisme, il revient à la commune de se doter si elle le souhaite d'un règlement local de publicité, de le réviser, le modifier pour adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Article L.581-14 du code de l'environnement :
«L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du

territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L.581-10».

C'est également le cas si la commune a transféré la compétence d'élaboration du règlement local de publicité à un établissement public de coopération intercommunale en application de l'article L. 5211-17 du code général des collectivités territoriales (CGCT).

1.4. LES ENJEUX DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Le règlement local de publicité intercommunal est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal. Il est l'expression du projet de l'intercommunalité en matière d'affichage publicitaire et constitue l'outil réglementaire opérationnel de la collectivité auquel les particuliers et les professionnels de l'affichage doivent se référer pour les évolutions de leurs dispositifs d'enseigne, préenseigne ou publicité.

Le règlement local de publicité est un document couvrant l'ensemble du territoire de l'établissement public de coopération intercommunale, définissant une ou plusieurs zones dans lesquelles la publicité pourra être restreinte. Il est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont la protection du cadre de vie (traiter les entrées de ville, les zones commerciales et les grands axes de circulation routière), la prévention des nuisances visuelles (instaurer des règles de densité plus restrictives que la règle nationale, limiter les enseignes sur clôture, harmoniser les enseignes, préciser le format englobant les moulures des dispositifs) et la réduction des consommations énergétiques (prévoir des règles d'extinction plus larges que la règle nationale).

Depuis la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 modifiant l'article L.581.14 du code de l'environnement, le règlement local de publicité intercommunal ne peut être que plus restrictif que la règle nationale.

Par ailleurs, un RLPi ne peut interdire, de manière générale la publicité sur tout le territoire intercommunal, excepté dans des territoires de protection.

Il est désormais élaboré selon les règles fixées pour l'élaboration du plan local d'urbanisme et lorsqu'il est approuvé il doit être annexé à ce dernier, s'il existe.

Lorsque le règlement local de publicité intercommunal est approuvé, chaque maire du territoire devient l'autorité administrative compétente de la police de la publicité sur l'ensemble du territoire de la commune, en lieu et place du préfet. Le maire agit dans ce cas au nom de la commune.

1.5. LE CHAMP D'APPLICATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Le règlement local de publicité intercommunal fixe des prescriptions relatives :

- ✓ aux publicités (L. 581-3.1 à L.581-9 et R.581-25 à 41 du code de l'environnement),
- ✓ aux enseignes (L. 581-18 et R.581-58 à 65 du code de l'environnement),
- ✓ aux préenseignes et particulièrement aux préenseignes dérogatoires (L.581-19 et 20 et R. 581-66 à 71 du code de l'environnement).

Le règlement local de publicité intercommunal adapte au contexte local les dispositions prévues par la loi en la matière :

- ✓ d'emplacements (muraux, scellés au sol, toiture, autres...), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- ✓ de types de dispositifs admis (bâches, micro-affichage, enseignes,...) ;
- ✓ d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (R. 581-42 du code de l'environnement) ;
- ✓ de publicités, préenseignes et enseignes lumineuses (R. 581-76 du code de l'environnement) ;
- ✓ des dispositifs d'enseignes et préenseignes temporaires.

Le RLPi intègre également les prescriptions applicables en matière d'harmonisation des préenseignes dérogatoires (R. 581-66 du code de l'environnement), si une collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont intégrées au règlement local de publicité).

Le RLPi établit des prescriptions pour l'ensemble du territoire intercommunal, ou des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit. Les zones qui ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du règlement local de publicité sont soumises aux prescriptions nationales du code de l'environnement règlement national de publicité (RNP).

1.6. LA COMPATIBILITE DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL AVEC LA DEFINITION DE L'AGGLOMERATION DU CODE DE LA ROUTE

Les zones de publicités restreintes à définir doivent se situer à l'intérieur des secteurs agglomérés, aussi la délimitation et la vérification des limites d'agglomérations du territoire constitue un préalable.

Article L.581-7 du code de l'environnement précise :« *En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Elle est toutefois autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires, selon des prescriptions fixées par décret en Conseil d'État. La publicité peut également être autorisée par le règlement local de publicité de l'autorité administrative compétente 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 et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret. ».*

L'article R.110-2 du code de la route donne la définition juridique de l'agglomération : « L'agglomération est un 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 ».

En application de l'article R.411-2 du code de la route, il appartient au maire de définir par arrêté les limites des agglomérations de la commune, le long de l'ensemble des voies ouvertes à la circulation publique, appartenant au domaine public routier, ou au domaine privé.

La commune doit alors procéder au (re)positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération en fonction des nouvelles limites d'agglomération arrêtées.

En cas d'erreur d'appréciation, les limites d'agglomération définies par le maire peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs : Le Conseil d'État par différents arrêts, arrêts n°68134 du 2 mars 1990 et n° 168161 du 19 avril 2000, a confirmé que la notion d'agglomération s'apprécie au regard de la définition de l'article R.110-2 du code de la route : espace où sont groupés des immeubles bâtis rapprochés.

Par différents arrêts, le Conseil d'État a précisé que c'est la réalité des constructions agglomérées qui prime sur l'emplacement des panneaux de limites d'agglomération pour déterminer si l'on est en ou hors agglomération. Chaque côté de la voie doit être considéré indépendamment.

D'autre part, dans un arrêt du 26 novembre 2012, le Conseil d'État a précisé : *"La notion d'agglomération, qui doit être entendue comme un espace rapproché sur lequel sont bâtis des espaces bâtis rapprochés, ne saurait être appréhendée qu'à l'intérieur du territoire d'une seule commune."*

En conséquence, il est impératif que le maire définisse parfaitement cet espace réglementaire, à la présente date, le révise régulièrement, pour prendre en compte la réalité des constructions en place et non l'urbanisation prévue à terme. Une analyse de la situation actuelle à partir du cadastre, des photographies aériennes, et enfin complétée par les constructions récentes, peut permettre de caractériser précisément cet espace aggloméré.

1.7. LA PROCEDURE ET LES PHASES D'ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

La procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal suit celle applicable au plan local d'urbanisme du code de l'urbanisme.

Article L.581-14-1 du code de l'environnement définit la procédure d'élaboration, de révision ou modification du règlement local de publicité :

« Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par [l'article L. 153-45](#) et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme. »

L'ensemble de la procédure est mené à l'initiative du président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme.

Dans le cas d'un règlement de publicité intercommunal approuvé, l'article L. 518-14-1 du code de l'environnement prévoit que le RLP(i) peut faire l'objet d'une révision ou d'une modification, mais exclut la procédure de modification simplifiée. La révision s'impose aussi lorsque le règlement local de publicité intercommunal veut réintroduire de la publicité là où la loi l'interdit en vertu des articles L. 581-7 du code de l'environnement (aéroports, gares ferroviaires, établissements de centres commerciaux situés hors agglomération...) et L. 581-8 du code de l'environnement (secteur d'interdiction relative).

Lorsque l'autorité compétente envisage de rendre plus restrictives certaines règles, la révision du RLP(i) s'impose.

Par ailleurs, lorsque le règlement local de publicité intercommunal est adopté postérieurement à l'approbation du plan local d'urbanisme, une mise à jour des annexes du plan local d'urbanisme doit être effectuée afin d'inclure de façon informative le nouveau règlement local de publicité intercommunal (L.581-14-1 du code de l'environnement).

1.7.1. La décision de prescription du règlement local de publicité intercommunal

La délibération du conseil communautaire prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité intercommunal, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (selon les modalités de l'article L.103-3 du code de l'urbanisme). Cette étape est indispensable pour assurer la sécurité juridique de la procédure.

Le conseil communautaire débat et définit précisément les objectifs et les orientations générales de son projet de règlement local de publicité et délibère.

La délibération définit le cadre de concertation à respecter (par exemple : définition d'un nombre minimum de rencontres de travail avec des organismes concernés ou réunions publiques, éventuelles expositions publiques, bulletins d'information communaux ou intercommunaux, création d'un site internet d'information sur l'avancement de ce dossier,...)

- ✓ Cette délibération sera notifiée aux personnes publiques associées déterminées à l'article L. 132-7 et L.132-9 du code de l'urbanisme.
- ✓ La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département, elle devra notamment faire apparaître en caractères apparents, les objectifs de la commune ou de l'établissement public compétent, et les modalités de la concertation envisagée, ainsi que les lieux où la délibération peut être consultée.
- ✓ Si l'intercommunalité est compétente et a une commune de plus de 3500 habitants, cette décision doit être publiée dans son registre des actes administratifs.
- ✓ La délibération doit être affichée au siège de l'établissement public de coopération intercommunal compétent et dans chacune des mairies des communes membres pendant un mois.

La délibération de prescription doit être précise, explicite et adaptée au contexte local pour l'exposé des motifs et objectifs poursuivis par l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal, les délibérations à caractère généraliste pouvant s'appliquer à n'importe quel territoire doivent être évitées.

La délibération est transmise au Préfet au titre du contrôle de légalité.

1.7.2. Le cadre juridique du « porter-à-connaissance » du Préfet

En application des articles L.581-14, L.581-14-1 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 du code de l'environnement, le préfet est tenu comme en matière de plan local d'urbanisme (articles L.132-2 et R.132-1 du code de l'urbanisme), de transmettre à l'établissement public de coopération intercommunale, l'ensemble des informations juridiques et techniques utiles à l'élaboration de son RLPi.

Article L.132-2 du code de l'urbanisme :

« L'autorité administrative compétente de l'Etat porte à la connaissance des communes ou de leurs groupements compétents :

1° Le cadre législatif et réglementaire à respecter ;

2° Les projets des collectivités territoriales et de l'Etat en

*cours d'élaboration ou existants.
L'autorité administrative compétente de l'Etat leur transmet à titre d'information l'ensemble des études techniques dont elle dispose et qui sont nécessaires à l'exercice de leur compétence en matière d'urbanisme.
Tout retard ou omission dans la transmission de ces informations est sans effet sur les procédures engagées par les communes ou leurs groupements. »*

1.7.3. Le contenu du « porter-à-connaissance » du Préfet (PAC)

Au titre du porter à connaissance, le préfet de département communique à l'établissement public de coopération intercommunale les informations nécessaires à la réalisation de leur règlement local de publicité. En outre, le « porter à connaissance » souligne les points et enjeux spécifiques du territoire qui méritent d'être pris en compte pour l'élaboration du RLPi. Il peut s'agir de périmètres d'espaces naturels protégés (parc nationaux ou régionaux, sites classés, périmètres de protection de biotopes, ...), des périmètres protégés, et de tout élément qui contribue à mieux appréhender le territoire et les enjeux en matière d'affichage publicitaire.

Ce document constitue une synthèse de l'ensemble des informations concernant les textes réglementaires auxquels doit se conformer le règlement local de publicité.

Le porter à connaissance est tenu à la disposition du public par les groupements de communes compétents. En outre, il est annexé au dossier d'enquête publique (articles L.132-3 du code de l'urbanisme).

1.7.4. La concertation avec les personnes concernées

La délibération intercommunale de prescription de l'élaboration du règlement local de publicité (RLPi) détermine aussi les modalités et conditions effectives de la concertation publique, conformément aux articles L.103-2 à L.103-6 du code de l'urbanisme parallèlement à l'association des personnes publiques.

Pour éviter toute confusion, les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation devront dès le départ être définis, intégrés dès le début de la procédure et adaptés à ses enjeux et objectifs globaux. Les composantes du processus et son périmètre doivent être précisés. Elles portent sur les phases d'échanges possibles sur le projet, la possibilité d'une page internet permettant d'accéder aux éléments mis en concertation, le choix et le type de réunions de présentation et d'échanges, les modalités d'accès au dossier tenu à la disposition du public, et les modalités permettant d'émettre des observations ou propositions (courrier ou autre support à définir).

Ainsi, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales, et les personnes concernées par cette réglementation, dont bien évidemment les professionnels de la publicité, pourront faire connaître leurs observations, leurs requêtes et participer ainsi à l'élaboration du projet.

A l'issue de la procédure, l'autorité mentionnée à l'article L.103-3 du code de l'urbanisme en arrête le bilan. Le bilan de la concertation doit être joint au dossier d'enquête publique (article L.103-6 du code de l'urbanisme).

1.7.5. La consultation des personnes associées

Les personnes publiques associées sont les partenaires institutionnels associés à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (L. 132-7 à L.132-10 du code de l'urbanisme) :

- ✓ L'État (le Préfet)
- ✓ La Région

- ✓ Le Département
- ✓ Les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de programme local de l'habitat
- ✓ Les organismes de gestion des parcs naturels régionaux et parcs nationaux
- ✓ La chambre de commerce et d'industrie territoriale
- ✓ La chambre des métiers
- ✓ La chambre d'agriculture
- ✓ Dans les communes littorales au sens de l'article L. 321-2 du code de l'environnement, les sections régionales de la conchyliculture, qui assurent les liaisons avec les organisations professionnelles intéressées
- ✓ Les syndicats mixtes créés en application de l'article L.1231-1 du code des transports
- ✓ Les établissements publics chargés de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation des SCOT limitrophes
- ✓ Les syndicats d'agglomération nouvelle
- ✓ L'établissement public chargé de l'élaboration du SCOT lorsque la commune, ou l'intercommunalité entre dans le périmètre du SCOT
- ✓ L'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation des SCOT limitrophes du territoire, lorsque ce territoire n'est pas couvert par un SCOT.

Ces personnes publiques peuvent demander à être consultées sur le projet de règlement local de publicité (L.132-11 du code de l'urbanisme).

D'autre part, doivent être consultées à leur demande (L. 132-12 du code de l'urbanisme) :

- ✓ Les associations locales d'usagers agréés.
- ✓ Les associations de protection de l'environnement agréées mentionnées à l'article L. 141-1 du code de l'environnement.
- ✓ Les communes limitrophes.

Et en application de l'article L.132-13 du code de l'urbanisme, peuvent être consultées à leur demande

- ✓ L'établissement public chargé de l'élaboration, de la gestion et de l'approbation du SCOT dont la commune est membre, lorsque cet établissement n'est pas compétent en matière de plan local d'urbanisme et donc de règlement local d'urbanisme.
- ✓ Les établissements publics de coopération intercommunale voisins compétents en matière de règlement local de publicité.
- ✓ Le représentant de l'ensemble des organismes mentionnés à l'article L. 411-2 du code de la construction et de l'habitation propriétaires ou gestionnaires de logements situés sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale compétent.
- ✓ Les représentants des professions et des usagers des voies et modes de transport ainsi que les associations de personnes handicapées ou dont la mobilité est réduite lorsque le plan local d'urbanisme tient lieu de plan de déplacements urbains.

1.7.6. L'arrêt du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Lorsqu'il est finalisé, le projet de règlement local de publicité intercommunal est arrêté par délibération du conseil communautaire (articles L.153-14, L.153-18 du code de l'urbanisme).

Le projet de règlement est arrêté par l'établissement public de coopération intercommunal.

Avant d'être soumis à l'enquête publique, le projet de règlement arrêté est soumis pour avis :

- ✓ A la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS prévue par les articles R.341-16 et suivants du code de l'environnement) en application de l'article R.581-14-1 du code de l'environnement. Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après la transmission du projet de règlement ; à défaut, cet avis est réputé favorable. Le maire ou le président de l'intercommunalité portant le projet siège à cette commission départementale et a voix délibérative.
- ✓ aux personnes publiques associées à son élaboration (mentionnées dans la délibération de révision du règlement local de publicité (RLPi), en application des articles L.153-7 et L.132.7 du code de l'urbanisme. L'avis doit être rendu dans un délai de 3 mois à compter de la réception du courrier, délai au terme duquel ledit avis sera réputé favorable.
- ✓ Il doit être adressé, à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés.

La délibération du conseil intercommunal doit être transmise à mes services au titre du contrôle de légalité.

L'État consulté sur le projet aura à émettre un avis sur la conformité du projet de règlement local de publicité intercommunal et de ses différentes composantes administratives avec la réglementation en vigueur.

1.7.7. L'enquête publique

L'enquête publique prévue comme pour le plan local d'urbanisme est mentionnée à l'article L. 153-19 du code de l'urbanisme. Elle est réalisée en application du chapitre III du titre II du livre I^{er} du code de l'environnement, aux articles L. 123-1 à L.123-19 et R.123-1 à R.123-43.

L'enquête publique a pour objet d'assurer l'information et la participation du public ainsi que la prise en compte des intérêts des tiers lors de l'élaboration des décisions susceptibles d'affecter l'environnement mentionnées à l'article L. 123-2. Les observations et propositions recueillies au cours de l'enquête sont prises en considération par le maître d'ouvrage et par l'autorité compétente pour prendre la décision.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale doit saisir le président du Tribunal Administratif pour la désignation du futur commissaire enquêteur ou de la commission d'enquête, à son appréciation, selon l'importance des opérations.

Le dossier soumis à l'enquête comprend également en annexe les avis des personnes publiques consultées.

La durée de l'enquête publique ne peut être inférieure à un mois, elle peut être éventuellement prolongée pour une durée maximale de trente jours.

Le commissaire enquêteur, ou la commission d'enquête, conduit l'enquête de manière à permettre au public de prendre une connaissance complète du projet et de présenter ses appréciations et critiques, il se tient à disposition des personnes ou représentants d'associations qui demandent à être entendus. Il peut éventuellement organiser des visites et des réunions si le bon déroulement de l'enquête le nécessite.

Le commissaire enquêteur, ou la commission d'enquête, rend un rapport d'enquête, un avis, ainsi que des conclusions motivées. Ce rapport fait état des contre-propositions produites au cours de l'enquête et des éléments de réponses éventuels de l'autorité compétente.

1.7.8. L'approbation du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

A l'issue de l'enquête publique, le projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) étant éventuellement modifié pour tenir compte des avis rendus par les personnes publiques, du rapport du commissaire enquêteur, l'organe délibérant de l'EPCI approuve ou non par délibération le projet de RLPi de façon motivée.

Cependant, la procédure d'élaboration ou de révision peut être reprise pour traiter des points de formes ou de fonds qui le méritent.

Le règlement local de publicité intercommunal est approuvé par arrêté du président de l'EPCI.

La décision réglementaire du président de l'intercommunalité doit m'être transmise au titre du contrôle de légalité des actes administratifs réglementaires.

1.7.9. Les mesures rendant exécutoires les décisions administratives approuvant le règlement local de publicité intercommunal

Le RLPi approuvé est transmis à l'autorité administrative compétente de l'État dans les conditions définies aux articles L.2131 et L.2131.2 du CGCT.

Les mesures de publicité prévues par l'article R. 153-20 du code de l'urbanisme doivent être effectuées pour permettre de rendre le RLPi exécutoire :

- ✓ la délibération du conseil communautaire qui arrête le projet de règlement est affichée au siège de l'intercommunalité et dans chaque mairie des communes qui la compose, pendant un mois.
- ✓ l'arrêté réglementaire du président de l'intercommunalité qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité, est affiché également dans chaque mairie concernée et au siège de l'intercommunalité, pendant un mois.
- ✓ la mention de cette décision doit paraître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.
- ✓ l'arrêté du président de l'intercommunalité qui approuve, modifie, révisé ou abroge un règlement local de publicité intercommunal est publié au recueil des actes administratif de cette intercommunalité.

1.7.10. Les autres mesures de communication du règlement local de publicité intercommunal

Le règlement local de publicité intercommunal approuvé est tenu à la disposition du public au siège de l'intercommunalité.

Une fois approuvé, il doit être annexé aux plans locaux d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme (art. L.581.14.1 du code de l'environnement) selon la procédure mentionnée à l'article R. 153-18 du code de l'urbanisme ou à défaut de document d'urbanisme être tenu à disposition du public.

Le RLPi doit être également mis à disposition sur le site internet de l'établissement public de coopération intercommunale (article R.581-79 du code de l'environnement).

1.7.11. Caducité des règlements locaux de publicité « ancienne génération »

Les réglementations spéciales, issues des anciens règlements locaux de publicité en vigueur à la date de publication de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date.

Les RLP approuvés avant le 12 juillet 2010 doivent être révisés ou modifiés selon la procédure prévue à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement.

A défaut, le 13 juillet 2020, les anciens règlements locaux de publicité deviendront automatiquement caducs.

1.7.12. L'application du nouveau règlement local de publicité intercommunal approuvé et publié

Les nouveaux dispositifs publicitaires, préenseignes et enseignes doivent respecter immédiatement les nouvelles dispositions dès l'approbation du règlement local de publicité intercommunal, et la réalisation de l'ensemble des mesures de publicité prévues par la loi.

Les publicités et préenseignes existantes et réglementaires avant l'application de ce nouveau règlement, devront se mettre en conformité avec les nouvelles dispositions dans le délai de 2 ans à compter de la date d'entrée en vigueur du nouveau règlement.

Les enseignes existantes et réglementaires disposent d'un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec ces nouvelles dispositions, à compter de la date d'entrée en vigueur du nouveau règlement.

1.8. LES ELEMENTS CONSTITUTIFS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Le règlement local de publicité intercommunal est composé au minimum (article R.581-72 du code de l'environnement) :

- ✓ d'un rapport de présentation,
- ✓ d'une partie réglementaire,
- ✓ des annexes.

Ces documents sont obligatoires pour tout RLPi.

1.8.1. Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic.

Article R.581-73 du code de l'environnement :

« Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs. »

Ce diagnostic fait un état de la situation actuelle de l'affichage publicitaire et l'impact sur le paysage des dispositifs (recensement des dispositifs de publicité, d'enseigne, de préenseigne, les mobiliers urbains publicitaires et autres dispositifs relevant de cette réglementation sur l'ensemble du territoire communal, identification des dispositifs en infraction, bilan de l'application de la réglementation locale actuelle et de la réglementation nationale, afin de mettre en évidence les points restants à traiter pour améliorer le paysage de la publicité).

Il constitue un état des lieux général du paysage vis-à-vis de l'affichage publicitaire, de la publicité, des enseignes et préenseignes.

Le rapport de présentation doit :

- ✓ rappeler les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public intercommunal en matière de publicité, de densité, d'harmonisation,
- ✓ recenser les enjeux architecturaux et paysagers,
- ✓ identifier les spécificités des différents secteurs du territoire, notamment ceux concernés par les enjeux économiques, les espaces sous pression publicitaire nécessitant une réflexion sur l'avenir, envisagé les espaces nécessitant un traitement spécifique (secteurs patrimoniaux, centre ville, entrées de villes, zones commerciales, aéroports,...),
- ✓ identifier les critères de pollution visuelle au regard notamment du diagnostic paysager,
- ✓ mettre en évidence les conformités ou non conformités avec la réglementation,
- ✓ proposer des pistes d'actions pour traiter des thématiques clés,
- ✓ proposer des dispositions pour les différentes catégories de dispositifs relevant de la réglementation de la publicité extérieure,
- ✓ expliquer les choix à retenir au regard de ces orientations et objectifs (article R.581-73 du code de l'environnement),
- ✓ Lorsqu'il s'agit d'une révision de règlement local de publicité, la commune intègre dans son diagnostic un bilan de l'application de son règlement local de publicité.

Le rapport de présentation doit être cohérent avec le projet de RLPi. Les éléments définis lors de la délibération de prescription ou de révision du RLPi doivent être déclinés dans le document et associés à des règles spécifiques.

Le rapport de présentation doit expliquer et justifier les choix paysagers et règles proposés, générales ou spécifiques, et les motifs de la délimitation des zones.

Le RLPi peut réintroduire de la publicité à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, si l'intercommunalité souhaite autoriser la publicité. Dans ce cas, il doit délimiter des périmètres correspondant à ces espaces et fixer des règles pour les dispositifs publicitaires qui seraient admis (R.581-77 du code de l'environnement).

Dans le cas où l'intercommunalité souhaite autoriser la publicité dans des « lieux d'interdiction relative » visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement, le RLPi aura à fixer une prescription particulière pour chacun de ces espaces. Cette disposition peut s'appliquer à l'intérieur des agglomérations, des secteurs sauvegardés, des parcs naturels régionaux, des sites inscrits, des zones de protection délimitées autour des monuments historiques classés, dans le champ de visibilité des immeubles parmi les monuments classés au titre des monuments historiques ou inscrits et à moins de 100 mètres, des zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et dans les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine, de l'aire d'adhésion

des parcs nationaux, dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement).

Cette interdiction peut être levée sur tout ou une partie des abords de chaque monument historique. La réintroduction de la publicité dans des lieux ou territoires remarquables doit être réfléchi et motivée, et demeurer exceptionnelle et limitée. Elle doit être motivée dans le RLPi.

1.8.2. La partie réglementaire

Le projet de règlement définit les prescriptions particulières envisagées :

Les dispositions envisagées par le RLPi complètent les règles nationales : elles peuvent être générales ou concerner uniquement une (ou des) zone(s) de publicité restreinte bien identifiée(s).

Article R.581-76 du code de l'environnement: « *La subordination d'un dispositif publicitaire à l'octroi d'une autorisation par l'autorité compétente en matière de police ne fait pas obstacle à la fixation, par le règlement local de publicité, de règles plus restrictives que la réglementation nationale, notamment en matière de publicité lumineuse et d'enseignes lumineuses.*

Article R.581-77 du code de l'environnement : « *Lorsque le règlement local de publicité autorise, sur le fondement de l'article L.581-7, les dispositifs publicitaires à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération, il délimite le périmètre à l'intérieur duquel les dispositifs publicitaires sont ainsi autorisés et édicte les prescriptions qui leur sont applicables.*

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires respectent les prescriptions de surface et de hauteur applicables aux dispositifs publicitaires situés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Dans ce périmètre, les dispositifs publicitaires sont interdits si les affiches qu'ils supportent ne sont visibles que d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express ou d'une déviation ou voie publique située hors agglomération. »

Article R.581-74 du code de l'environnement : « *La partie réglementaire comprend les prescriptions adaptant les dispositions prévues à l'article L.581-9, ainsi que, le cas échéant, les prescriptions mentionnées aux articles R.581-66 et R.581-77 et les dérogations prévues par le I de l'article L.581-8 ».*

Le RLPi définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national de publicité en application de l'article L.581-14 du code de l'environnement

Le RLPi élaboré, révisé, modifié doit être conforme à la nouvelle réglementation.(L581-14 du code de l'environnement.

Dans les secteurs hors agglomération la publicité est interdite, seules les préenseignes dérogatoires sont admises

Il est à rappeler que, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100.000 habitants, la réglementation nationale interdit les dispositifs publicitaires scellés au sol, les dispositifs publicitaires lumineux et les bâches publicitaires.

La taille des enseignes scellées ou posées au sol est limitée en fonction de la taille de l'agglomération.

1.8.3. Les annexes obligatoires du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Article R.581-78 du code de l'environnement précise:

1° « Le ou 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 ».

2° « 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 ».

2. Les dispositions générales applicables à la publicité extérieure

Le règlement local de publicité intercommunal élaboré ou révisé doit être **compatible** avec un certain nombre de règles supra-communales, par exemple les chartes de parcs naturels, et **prendre en compte** les orientations de certaines autres réglementations.

NB : La notion juridique de compatibilité signifie « ne pas rentrer en contradiction ». Elle ne permet donc aucune dérogation.

La notion de prise en compte renvoie également au respect de dispositions ou orientations, mais avec des possibilités d'y déroger sur la base de justifications étayées et argumentées.

2.1. LA REGLEMENTATION NATIONALE DE LA PUBLICITE EXTERIEURE

Sur l'ensemble du territoire national, ces règles nationales traitent des dispositions applicables pour les enseignes, préenseignes, dispositifs publicitaires, enseignes lumineuses, publicités lumineuses, mobiliers urbains publicitaires, enseignes et préenseignes temporaires, bâches de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle et de petit format, publicités sur véhicule terrestres, sur l'eau ou dans les airs.

Le règlement local de publicité intercommunal complète l'ensemble des dispositions réglementaires nationales de façon adaptée aux enjeux paysagers locaux. Les informations relatives à la réglementation de la publicité du code de l'environnement sont accessibles à l'adresse internet des services de l'Etat en Haute-Savoie :

<http://www.haute-savoie.gouv.fr/Politiques-publiques/Environnement-risques-naturels-et-technologies/Publicite-exterieure/Affichage-publicitaire-connaître-la-nouvelle-reglementation>

Par ailleurs, un guide pratique de 2014 de la réglementation de la publicité extérieure est disponible sur le site internet du ministère :

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Prescriptions-relatives-aux.html>

Le code de l'environnement a défini différentes catégories de dispositifs réglementés dont voici les principales dispositions :

Les publicités sont uniquement admises en agglomération, dans le respect des conditions fixées par les articles R.581-22 à R.581-57 du code de l'environnement. Les publicités scellées au sol sont interdites dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (article R.581-31 du code de l'environnement).

Les dispositifs publicitaires doivent être installés sur les façades de bâtiments ou murs sans ouverture ; ils doivent avoir une surface maximale de 4 m² et une hauteur au-dessus du niveau du sol maximale de 6 m dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et une surface maximale de 12 m² et une hauteur de 7,5 m dans les autres agglomérations.

Les dispositifs publicitaires doivent également obéir à des règles de densité maximale définies à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

Une règle de densité s'applique pour les dispositifs publicitaires scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique, par une limitation à un dispositif publicitaire par linéaire de 80 mètres sur le domaine privé et un autre sur le domaine public défini à l'article R.581-25 du code de l'environnement.

- **Les mobiliers urbains supports publicitaires** se limitent à cinq types de dispositifs : abri destiné au public, kiosque à journaux ou à usage commercial, mâts porte affiches publicitaires, colonne porte affiches publicitaires, mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère local ou à des œuvres artistiques supportant de la publicité à titre accessoire limité en surface (articles R.581-42 à R.581-47 du code de l'environnement) .

Ils ne peuvent supporter de publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (article R.581-42 du code de l'environnement), y compris celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

- **Les publicités lumineuses** sont interdites dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants (article R.581-34 du code de l'environnement) :

Les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux règles et procédures des dispositifs non lumineux.

Les publicités lumineuses numériques sont spécifiquement encadrées, en ce qui concerne leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique, leur dispositif anti-éblouissement.

Une obligation d'extinction des dispositifs lumineux : les publicités lumineuses doivent être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin.

- **La publicité sur les véhicules terrestres, sur l'eau ou dans les airs.** La publicité sur les véhicules terrestres équipés ou utilisés aux fins de servir essentiellement de support à de la publicité est réglementée aux articles R.581-48 à R.581-52 du code de l'environnement.

- **Les préenseignes** admises dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants ne peuvent être apposées que sur des bâtiments, murs ou clôtures sans ouvertures, dans les mêmes conditions que la publicité (L.581-19 du code de l'environnement).

- **Les préenseignes dérogatoires** prévues aux articles R.581-66 et 67 du code de l'environnement : si la collectivité gestionnaire de la voirie a fixé des prescriptions nécessaires à l'harmonisation des préenseignes dérogatoires, après consultation des autres collectivités concernées, celles-ci sont

intégrées au RLPi. Mis à part ce cas, le RLPi ne peut prévoir de prescriptions relatives aux préenseignes dérogatoires.

- **Les préenseignes temporaires** concernent les manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières, définies aux articles L.581-20 et R.581-68 à R.581-71 du code de l'environnement.
- **Les enseignes apposées sur façade ou sur mur** doivent obéir aux règles des articles R.581-58 à 63 du code de l'environnement.
- **Les enseignes apposées sur une façade commerciale** doivent respecter, de plus, les règles de surface cumulée maximale définies à l'article R.581-63 du code de l'environnement, qui limite la surface occupée à 15% lorsque la façade a une surface supérieure à 50 m², et 25 % lorsqu'elle a une surface inférieure à 50 m²
- **Les enseignes en toiture** doivent respecter les règles de l'article R.581-62 du code de l'environnement.
- **Les enseignes scellées posées ou installées au sol** sont limitées en nombre à un seul dispositif par voie ouverte à la circulation publique (R.581-64 code de l'environnement), et à 6 m² de surface hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10.000 habitants et à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants. Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement.
- **Les enseignes lumineuses** doivent respecter les règles d'extinction des dispositifs lumineux stipulées à l'article R.581-59 du code de l'environnement : elles devront être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin ; les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (R.581-59 du code de l'environnement). Elles sont soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R.581-58 à 65 du code de l'environnement.
- **Les enseignes temporaires** concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L.581-20 et R.581-68 à R.581-71 du code de l'environnement.
- **Les bâches de chantier, bâches publicitaires** sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (article R.581-53 du code de l'environnement). Dans les communes où elles sont autorisées les bâches de chantier pourront comporter de la publicité sur la moitié de leur surface, et les bâches publicitaires devront respecter une règle de densité.
- **Les dispositifs publicitaires de grande dimension liés à des manifestations exceptionnelles** sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (article L.581-9 et R.581-56 du code de l'environnement).

La règle nationale fixe les formats maximaux des dispositifs publicitaires dans leur entier, et non les formats des seules affiches. Il conviendra de fixer de la même façon les formats maximaux autorisés dans les différentes zones du règlement local de publicité intercommunal.

2.2. LES FORMES DE PUBLICITES NE POUVANT ETRE INTERDITES PAR UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

2.2.1. Les palissades de chantier

Les intercommunalités ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier sur voirie lorsqu'une autorisation de voirie a été délivrée.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

2.2.2. La publicité effectuée en exécution d'une autre réglementation

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un RLPi à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m² en application des articles L. 581-17 et R.581-5 du code de l'environnement.

2.3. LES DISPOSITIONS RELATIVES AUX PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES S'APPLIQUANT A LA PUBLICITE

2.3.1. Les secteurs d'interdictions absolues de publicité

Toute publicité est interdite sur les bâtiments et dans les lieux (en et hors agglomération) mentionnés à l'article L. 581-4 du code de l'environnement, et **aucune dérogation n'est possible** :

- ✓ sur les **immeubles classés ou inscrits** au titre des monuments historiques ;
- ✓ sur les **monuments naturels** et dans les **sites classés**
- ✓ dans les **cœurs des parcs nationaux** et les **réserves naturelles** ;
- ✓ sur les **arbres** ;
- ✓ sur des **immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque** (arrêtés municipaux ou préfectoraux).

2.3.1.1. Précisions sur l'interdiction de publicité sur les arbres

De façon générale et absolue, toute publicité et préenseigne est interdite sur les arbres.

La jurisprudence intègre dans cette notion d'arbre toute plantation d'arbre quelle que soit sa taille. Les haies entrent également dans cette définition.

Certains arbres peuvent être protégés au titre des monuments historiques (par son âge, sa situation dans le paysage du village, son intérêt historique, etc..).

Les parcs, jardins, allées, sont ainsi préservés de toute publicité pour leurs paysages et perspectives.

Les dispositifs publicitaires ne peuvent être installés à la place d'arbres, ni induire d'élimination de branches qui masquerait un dispositif publicitaire.

2.3.2. Les secteurs d'interdictions relatives de publicité

Le règlement national de publicité prévoit que toute publicité est interdite dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du code de l'environnement :

- ✓ aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article [L. 621-30](#) du code du patrimoine ;
- ✓ dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article [L. 631-1](#) du même code
- ✓ dans les **parcs naturels régionaux** ;
- ✓ dans les **sites inscrits** ;
- ✓ **à moins de 100 m et dans le champ de visibilité** des immeubles mentionnés au II de l'article L 581-4 ;
- ✓ dans **l'aire d'adhésion des parcs nationaux** ;
- ✓ dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et les zones de protection spéciales (ZPS), mentionnées à l'article L 414-1 ;

Cependant, des dérogations générales à cette interdiction sont possibles dans ces secteurs, à justifier dans le cadre d'un règlement local de publicité, ceci uniquement à l'intérieur des agglomérations.

✓ *Nouveau périmètre d'interdiction de publicité autour des monuments historiques*

La loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la Liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) a porté l'interdiction de publicité à l'ensemble du périmètre délimité des abords des monuments historiques (à défaut de périmètre délimité, dans un rayon de 500 m et en covisibilité avec les monuments), à compter du 1^{er} janvier 2020.

2.3.2.1. Les cartographies des protections environnementales

Les données sur l'environnement sont accessibles sur le site de cartographies interactives Carmen de la DREAL Rhône-Alpes ou à l'adresse de l'observatoire de l'environnement.

<http://www.rhone-alpes.developpement-durable.gouv.fr/cartes-carmen-de-diffusion-de-la-a96.html>

2.4. LA PRESERVATION ET LA MISE EN VALEUR DES PAYSAGES

Le paysage est partout un élément important de la qualité de vie des populations : dans les milieux urbains et dans les campagnes, dans les territoires dégradés comme dans ceux de grande qualité, dans les espaces remarquables comme ceux du quotidien. Il constitue un élément essentiel du bien être individuel et social.

Les politiques de préservation et de mise en valeur des paysages sont fondées sur différentes lois dont les principales sont citées ci-dessous.

Dans un but de préservation du paysage, le règlement local de publicité intercommunal aura à prendre les composantes locales, paysagères et environnementales afin de préserver le paysage de manière durable, il devra notamment prendre en compte les éléments suivants. Les éléments de paysages à préserver ont été édictés par les lois ci-dessous qui ont été retranscrits dans différents codes.

- *la loi du 2 mai 1930 modifiant la loi du 21 avril 1906 sur les sites et monuments naturels*
- *la loi du 31 décembre 1913 pour les monuments historiques*
- *la loi n°76-629 du 10 juillet 1976 sur la protection de la nature*
- *la loi n° 85-30 du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne*
- *la loi n° 93-24 du 8 janvier 1993 sur la protection et la mise en valeur des paysages*
- *la loi n° 95-101 du 2 février 1995 relative au renforcement de la protection de l'environnement*

Enfin la vision du paysage ordinaire répond à une demande sociale de plus en plus forte pour la préservation et/ou la requalification du paysage familial.

2.4.1. L'observatoire des paysages régional de l'État

Cet observatoire identifie les paysages rhônalpins en 301 unités paysagères, les regroupe selon des caractéristiques communes en 7 familles, suit leurs évolutions, pour proposer une prise en compte dans les politiques publiques et mettre en place des moyens d'action.

L'accès à l'observatoire régional des paysages se fait par le site de la DREAL Rhône-Alpes à l'adresse :

http://www.rdbrmc-travaux.com/spge/site_v2/z_new_graphique.php?dreal=orp.php

2.5. LES AUTRES REGLEMENTATIONS QUI DOIVENT ÊTRE RESPECTÉES

Ces réglementations s'appliquent de façon indépendante à celles du règlement local de publicité intercommunal. Elles doivent néanmoins être respectées :

2.5.1. L'affichage d'opinion et publicité relative aux activités des associations

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

Dans le cas où le maire n'a pas pris d'arrêté relatif aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (art R.581-2 code environnement):

- 1°) 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 2°) 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 3°) 12 m² carrés plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (art R.581-3 du code de l'environnement).

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L.581-4 et L.581-8 du code de l'environnement. Le RLPi peut déroger à cette interdiction. Dans le cas où il n'est pas dérogé à cette interdiction, la surface de chaque emplacement autorisé par le maire sur les palissades de chantier pour l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ne peut dépasser 2 m² (article R.581-4 du code de l'environnement).

Lorsque leur autorisation a donné lieu à autorisation de voirie, les communes ont le droit d'utiliser les palissades de chantier à leur profit comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre (article L.581-16 du CE).

2.5.2. La réglementation de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, cadre la politique prioritaire du handicap et de l'accessibilité.

Concernant la voirie publique et privée, ses décrets d'application en précisent les modalités :

- ✓ décret n°2006-1657 du 21 décembre 2006 relatif à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.
- ✓ décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques,
- ✓ l'arrêté du 15 janvier 2007 modifié par l'arrêté du 18 septembre 2012.

Les dispositifs publicitaires et mobiliers urbains publicitaires sur les domaines public et privé doivent permettre les déplacements et l'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite dans la totalité des itinéraires, et constitue une exigence nationale.

La largeur minimale de passage de 0,80 mètres du cheminement libre de tout obstacle quel que soit le caractère permanent ou temporaire de cette occupation.

2.5.3. Le code du domaine public routier

Pour le projet de mise en place de dispositifs sur le domaine public à des fins privées, le responsable, commerçants riverains et autres utilisateurs, doit adresser une demande explicitée au gestionnaire du domaine public.

Cette occupation doit être compatible avec l'usage général de ce domaine public, faute de quoi cette occupation doit être refusée.

L'article **L.113-2 du code de la voirie routière** oblige tout occupant du domaine public à demander une autorisation à l'autorité compétente.

Extrait de cet article L.113-2 du code de la voirie routière : « En dehors des cas prévus aux articles L.113-3 à L.113-7, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable. »

Il est également possible de se référer aux articles L.2122-1 à L.2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques : toute installation envisagée sur le domaine public doit faire l'objet d'une autorisation administrative. Cette autorisation relève du propriétaire de la voie, à titre précaire et révocable, sous la forme de permission de voirie (avec emprise au sol), ou de permis de stationnement (sans emprise au sol).

Cependant, quel que soit le classement de la voie, en application de l'article L.2213-6 du CGCT, en agglomération, seul le maire peut délivrer des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique (toutes voies) et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi.

Le permis de stationnement relève de l'autorité de police.

La permission de voirie relève de l'autorité gestionnaire du domaine public.

2.5.4. Application des dispositions du code de la route au titre de la sécurité routière

2.5.4.1. Les règles de reculement par rapport aux voies routières

Article R.418 - 6 du code la route

« Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles des routes nationales, des chemins départementaux et des voies communales sont interdites de part et d'autre de celles-ci sur une largeur de 20 mètres mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée.

Toutefois, cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes publicitaires et préenseignes qui, ne gênant pas la perception de la signalisation routière et ne présentant aucun danger pour la sécurité de la circulation, satisfont aux conditions de surface et d'implantation fixées par arrêté conjoint du ministre de l'intérieur et du ministre chargé de l'équipement. »

Le code de la route donne autorité de police générale en matière de sécurité du code de la route au maire en agglomération et au président du conseil départemental le long des routes départementales hors agglomération.

D'autre part :

Article R418-7 du code de la route prévoit : « En agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Toutefois, l'autorité investie du pouvoir de police peut les autoriser dans les limites et aux conditions qu'elle prescrit.

Hors agglomération, la publicité et les enseignes publicitaires et pré enseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 200 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée.

Les dispositions du présent article ne font pas obstacle à l'installation de panneaux ayant pour objet de signaler, dans les conditions déterminées par les règlements sur la signalisation routière, la présence d'établissements répondant aux besoins des usagers ».

2.5.4.2. Les règles concernant le respect de la signalisation routière élément de sécurité routière

La bonne visibilité de la signalisation routière participe à la sécurité routière, elle doit être préservée de tout message publicitaire modifiant la perception des messages de sécurité publique et routière. Il est nécessaire de se référer au code de la route aux articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route complété par :

- ✓ l'arrêté ministériel relatif aux conditions d'implantation des enseignes et pré enseignes hors agglomération du 17 janvier 1983,
- ✓ l'arrêté ministériel du 30 août 1977 aux conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou réfléchissants,
- ✓ l'arrêté du 11 février 2008 qui institue la signalétique d'intérêt local élément de la signalisation routière encadré par l'arrêté du 24 novembre 1967 modifié et complété par l'arrêté du 6 décembre 2011.

Il appartient à l'autorité qui dispose de la compétence de la police de la circulation, le maire en agglomération ou le responsable de la voie hors agglomération, d'intervenir pour faire cesser les risques concernant les différents dispositifs d'enseignes, préenseignes ou dispositifs publicitaires non réglementaires.

En effet ceux-ci peuvent être dangereux par leur positionnement, gêner la visibilité ou la perception des signaux réglementaires, et parfois éblouir ou distraire les usagers de la route.

Article R.418-4 du code de la route : « Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les

usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur. »

2.5.5. Le code du patrimoine

Dans les secteurs protégés définis par le code du patrimoine, les travaux doivent donner lieu à une autorisation de l'architecte des Bâtiments de France indépendamment des autorisations et déclarations préalables prévues par le code de l'environnement.

2.5.6. La prise en compte des risques naturels du code de l'environnement

2.5.6.1. Les risques naturels

Dans les secteurs concernés par des risques naturels identifiés, les dispositifs publicitaires, d'enseignes ou préenseignes doivent prendre en compte ce plan particulier de prévention des risques naturels, éviter les secteurs de risques importants et être conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes, par la conception de leur système de fixation ou d'ancrage solide.

3. Les dispositions applicables au territoire de Thonon agglomération

Parmi les 25 communes appartenant à l'agglomération de Thonon, cinq disposent d'un règlement local de publicité (RLP), à savoir :

- Anthy-sur-Léman, RLP approuvé le 25/05/1998
- Douvaine, RLP approuvé le 22/03/2011
- Massongy, RLP approuvé le 16/06/2011
- Sciez, RLP approuvé le 29/06/2016
- Thonon-les-Bains, RLP approuvé le 14/12/2016

Sur ces cinq communes, le maire est l'autorité de police pour la réglementation de la publicité; il lui revient d'appliquer sur le territoire communal le règlement local de publicité (RLP) et les dispositions nationales de la publicité du code de l'environnement.

Sur les autres communes, l'autorité compétente pour la police de l'affichage est le préfet.

Seul le RLP d'Anthy-sur-Léman, approuvé avant la publication de la loi portant engagement national pour l'environnement du 12 juillet 2010, sera caduc le 13 juillet 2020 s'il n'est pas révisé ou modifié avant cette date.

3.1. LA REVISION DECIDEE PAR L'INTERCOMMUNALITE

Le conseil communautaire a décidé de prescrire l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal par délibération du 29 janvier 2019, pour prendre en compte les évolutions de la réglementation nationale de la publicité, harmoniser la réglementation locale et renforcer l'attractivité de l'ensemble du territoire.

En application de l'article L.581-14 du code de l'environnement, le RLPi est élaboré sur l'ensemble du territoire intercommunal.

3.2. LES PROTECTIONS PATRIMONIALES ET NATURELLES SUR LE TERRITOIRE DE THONON AGGLOMERATION

Le RLPi devra prendre en compte les secteurs d'interdictions réglementés en matière de publicité. Ainsi, le territoire de la communauté d'agglomération comprend :

3.2.1. Servitudes au titre des monuments historiques ou des sites

✓ **Commune de Thonon-les-Bains :**

- *Site classé :*
Ensemble du domaine de Ripaille : 03 mars 1950
- *Sites inscrits :*
 - Jardins de Saint-Bon : 16 juillet 1946
 - Chapelle de Tully et ses abords : 07 octobre 1946
 - Château de Marclaz et ses abords : 07 octobre 1946
 - Ensemble formé par le port, le château de Monjoux et le quartier des Pêcheurs : 07 octobre 1946
 - Château de la Fléchère, couvent des Capucins et leurs abords : 08 janvier 1947
 - Ensemble formé par l'église et la place de la fontaine à Concise : 08 janvier 1947
 - Château de Thuysset et ses abords : 08 janvier 1947
 - Maisons et terrains en bordure du chemin de Corzent à Morcy : 20 janvier 1947
- *Monuments historiques classés :*
 - Eglise St-Hippolyte et sa crypte : 30 octobre 1909
 - Ancien Château des Guillet-Monthoux : escalier et façade : 30 août 1911
 - Hôtel-Dieu : façades intérieures et extérieures : 05 août 1924
 - Fontaine, place de l'Hôtel de Ville : 12 octobre 1942
- *Monuments historiques inscrits :*
 - Château de Rives : façades, toitures et cour fermée avec son portail : 28 juin 1932
 - Tour et chapelle Saint-Bon : 18 septembre 1936
 - Château de Ripaille : 11 juillet 1942
 - Hôtel de Ville : façade et toiture sur la place : 30 novembre 1972
 - Ancien couvent de la Visitation, 29 et 31 rue des Granges : façades et toitures : 18 avril 1973
 - Bâtiments faisant partie de l'ancienne Chartreuse de l'Annonciade-delà-les-Mont : 19 novembre 1991
 - Château de Marclaz : 12 juillet 1995
 - Chapelle de Concise : 22 octobre 2015
- *Abords de monuments historiques :*
 - Chapelle Saint-Etienne (Marin)

✓ **Commune d'Allinges**

- *Site inscrit :*
 - Château de Chignan, son parc et ses abords : 30 août 1946
- *Monuments historiques classés :*
 - Bloc erratique sculpté : 28 janvier 1907
 - Le domaine et tous les éléments maçonnés s'y trouvant des châteaux d'Allinges, soient :
 - pour Château Neuf, l'ensemble des parcelles AS321 et AS322, qui comprennent l'enceinte castrale, les deux barbicanes défendant les accès au sud-ouest, la chapelle

castrale et les anciens logis adjacents (actuellement occupés par les missionnaires de Saint-François de Sales), la grange et ses caves voûtées situées au sud-ouest de la chapelle, l'emprise de l'ancien bourg castral occupant la moitié sud-ouest de l'enceinte, où sont visibles des aménagements liés à l'habitat ou aux fonctions agricoles,

- la parcelle AL 260, comprenant les accès anciens et actuels à Château-Neuf,
 - pour Château Vieux, l'ensemble de la parcelle AS2 et AS 189 qui comprennent notamment l'enceinte castrale dans son ensemble, comprenant l'enceinte haute et l'enceinte du bourg avec ses dispositifs d'accès (portes, poternes) et ses tours, les vestiges de la tour maîtresse, les vestiges des bâtiments situés dans la cour haute du château, les vestiges de la chapelle castrale, les ruines des bâtiments du bourg castral :
- 24 mai 2011

✓ Commune d'Anthy-sur-Léman

- *Monument historique classé* :
 - Pierre dite « Pierre des sacrifices » : 28 janvier 1907
- ✓ *Abords de monuments historiques* :
 - Château de Marclaz : 12 juillet 1995

✓ Commune de Bons-en-Chablais

- *Site classé* :
 - Ensemble formé par la Tour de Langin et ses abords, comprenant les parcelles cadastrales 581 et 582 section D : 1^{er} juin 1937

✓ Commune de Brenthonne

- *Site inscrit* :
 - Château d'Avully et ses abords et le ruisseau d'Avully : 30 août 1946
- *Monument historique inscrit* :
 - Les ruines du château d'Avully à Brenthonne, figurant au cadastre Section B, sous le n° 504 : 3 mai 1974

✓ Commune de Cervens

- *Abords de monuments historiques*
 - Château de Cursinges (Draillant)
 - Château de la Rochette (Lully)

✓ Commune de Chens-sur-Léman

- *Site inscrit* :
 - Château et domaine de Beauregard et port de Tougues : 22 janvier 1947
- *Monument historique classé* :
 - Station littorale immergée dite « le Port de Tougues » au large des parcelles cadastrales n° 1048, 10, 1366 lieu-dit « Tougues » et 1369 lieu-dit « Vers les vignes de Tougues » section C1 : 31 octobre 1997
- *Monument historique inscrit* :
 - Château de Beauregard : façades et toitures, figurant au cadastre n° 11 section B : 1 juin 1964

✓ **Commune de Douvaine**

- *Site classé* :
 - Tilleul au sud de l'église : 29 décembre 1925
- *Site inscrit* :
 - Château de Troches et son parc : 30 août 1946
- *Monuments historiques inscrits* :
 - Eléments subsistant du projet de « nouveau centre urbain » de Douvaine : la salle polyvalente, l'école maternelle (à l'exclusion des adjonctions récentes), les arcades de la place publique et le transformateur électrique : situés au croisement de l'avenue du stade, de la rue du marché et du chemin de Voinier, sur les parcelles n° 771, n° 777, n° 783, n° 963, n° 1365, n° 1381, n° 1412, n° 1413, n° 1602, n° 1882 et n° 2425 figurant au cadastre section D et sur les parcelles n° 1306, n° 1421, n° 1602 figurant au cadastre section B : 20 janvier 2017
 - Manoir Chappuis : façades et toitures, portail d'entrée, salle à manger avec placard cintré, vestibule du premier étage : 29 juin 1995

✓ **Commune de Draillant**

- *Monuments historiques inscrits* :
 - Château de Cursinges et ses vestiges, sis en les parcelles n° 287, 289, 290 et 303, section AB : 16 juillet 1990
 - Site de la tour de Draillant, sis en la parcelle n° 9, section AD : 16 juillet 1990

✓ **Commune de Fessy**

- *Abords de monuments historiques* :
 - Château d'Avully (Brenthonne)
 - Château de Buffavent (Lully)
 - Château de la Rochette (Lully)

✓ **Commune de Lully**

- *Sites inscrits* :
 - Château de Buffavent et ses abords : 5 juillet 1946
 - Château de la Rochette et ses abords : 30 août 1946
- *Monuments historiques inscrits* :
 - Restes du château de la Rochette : 11 mai 1932
 - Château de Buffavent : 24 janvier 1944

✓ **Commune du Lyaud**

- *Site classé* :
 - Tilleul dit « Le Gully » au hameau de Trossy : 14 juin 1909 (abattu en 2006)

✓ **Commune de Messery**

- *Site inscrit* :
 - Pointe de Messery et ses abords : 22 août 1947
- *Monument historique inscrit* :
 - Pierre à cupules dite « de Veigy » : 6 octobre 1931

- ✓ **Commune de Nernier**
 - *Site inscrit* :
 - Chapelle Notre-Dame du Lac et ses abords : 30 août 1946

- ✓ **Commune de Orcier**
 - *Abords de monuments historiques* :
 - Bloc erratique sculpté (Allinges)

- ✓ **Commune de Perrignier**
 - *Abords de monuments historiques* :
 - Château de Cursinges et ses vestiges (Draillant)
 - Tour de Draillant
 - Château de la Rochette (Lully)

- ✓ **Commune de Sciez**
 - *Site inscrit* :
 - Château de Coudrée : 26 décembre 1946
 - *Monument historique classé* :
 - Pierre à cupules dite « Pierre-du-Carreau » : 11 mars 1911

- ✓ **Commune d'Yvoire**
 - *Site patrimonial remarquable (ZPPAUP):5 septembre 2005*
 - *Monuments historiques classés* :
 - Porte de Genève : 24 août 1943
 - Porte de Thonon : 19 juin 1981

3.2.2. Réserve naturelle

La réserve naturelle du delta de la Dranse est située à l'est de la commune de Thonon-les-Bains.

3.2.3. Sites Natura 2000

Plusieurs sites Natura 2000 se situent sur le territoire de Thonon agglomération :

- « Lac Léman »,
- « Zones humides du Bas Chablais »,
- « Marais de Chilly et Marival »,
- « Massif des Voirons », en partie au sud de la commune de Bons-en-Chablais.

Il peut être dérogé à l'interdiction de publicité dans le cadre d'un règlement local de publicité intercommunal uniquement dans les lieux listés à l'article L 581-8 du code de l'environnement (abords des monuments historiques, sites inscrits, SPR.... -cf. page 20).

3.3. LE PAYSAGE DE NUIT

Le paysage de nuit mérite également d'être traité dans le RLPi à travers la perception des dispositifs lumineux.

3.4. AUTRES ELEMENTS A PRENDRE EN COMPTE

3.4.1. La population

Selon le recensement de la population de l'INSEE, les populations légales au 1^{er} janvier 2018 (références statistiques 2015), sont les suivantes sur les communes membres de Thonon agglomération :

| Communes | Population |
|------------------|------------|
| Thonon-les-Bains | 36110 |
| Allinges | 4480 |
| Anthy-sur-Léman | 2242 |
| Armoy | 1365 |
| Ballaison | 1509 |
| Bons-en-Chablais | 5580 |
| Brenthonne | 1012 |
| Cervens | 1186 |
| Chens-sur-Léman | 2566 |
| Douvaine | 5793 |
| Draillant | 818 |
| Excenevex | 1114 |
| Fessy | 916 |
| Loisin | 1524 |
| Lully | 738 |
| Lyaud | 1737 |
| Margencel | 2187 |
| Massongy | 1603 |
| Messery | 2244 |
| Nernier | 416 |
| Orcier | 931 |
| Perrignier | 1816 |
| Sciez | 5885 |
| Veigy Foncenex | 3460 |
| Yvoire | 971 |

La population de l'agglomération est à considérer dans les limites communales, et pour chaque espace aggloméré distinct.

Ce sont donc les dispositions relatives aux agglomérations de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent dans l'agglomération principale de Thonon-les-Bains et celles des agglomérations de moins de 10 000 habitants dans les agglomérations des autres communes.

Pour une prise en compte des seuils d'application des règles de la publicité sur la commune de Thonon-les-Bains, le maire devra déterminer la population de chaque agglomération en s'appuyant sur « l'espace aggloméré constitué par l'ensemble du bâti de la commune ».

La population de chaque agglomération au sens du code de la route doit être définie par le maire pour une prise en compte des seuils pour l'application des règles de la publicité.

3.4.2. Les plans de prévention des risques

Les communes de Thonon agglomération sont dotées d'un plan de prévention des risques naturels prévisibles (PPRNP) ou disposent d'une carte des aléas.

Dans les secteurs concernés par des risques naturels identifiés (inondations, mouvements de terrain, ...) ou technologiques (établissement industriel faisant l'objet d'un PPRT, ...), les dispositifs publicitaires envisagés doivent prendre en compte ces risques, si besoin être interdits dans les périmètres à risques forts ou conçus de façon à ne pas constituer un risque supplémentaire vis-à-vis des personnes.

4. Enjeux patrimoniaux et paysagers

Une des richesses du Chablais repose sur la diversité et la qualité des paysages qui le composent. Ils structurent le territoire et son aménagement, et contribuent à son attractivité. L'enjeu du maintien de cette qualité paysagère, architecturale et patrimoniale est donc particulièrement important pour le territoire. Il doit être pris en compte dans le cadre de l'élaboration du RLPi, de manière à réduire l'impact de l'affichage publicitaire sur les paysages.

Actuellement, sur les 25 communes composant l'agglomération, seules 5 d'entre elles disposent d'un règlement local de publicité dont 2 seulement approuvés en prenant en compte les dispositions réglementaires du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes. La nécessité d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales, et la volonté d'harmoniser des dispositions locales sont entièrement justifiées sur ce territoire.

Le territoire de Thonon agglomération se caractérise par son attrait touristique (bords du lac Léman, nombreux sites inscrits et classés, un site patrimonial remarquable -Yvoire-, réserve naturelle du delta de la Dranse, proximité des montagnes du Chablais...). A cet environnement attractif, s'ajoute la proximité de la Suisse qui contribue à l'attractivité et au développement économique du territoire. Ce territoire est également desservi par des axes routiers à fort trafic qui font l'objet d'une très forte pression publicitaire.

Le ScoT du Chablais, arrêté le 14 février 2019, consacre l'enjeu paysager dans l'objectif du PADD « mettre en valeur certains éléments relatifs au paysage ou patrimoine bâti Chablaisien ». Pour la mise en œuvre de cet objectif, Thonon Agglomération se reportera aux dispositions qui figurent dans le chapitre 4 du Document d'Orientations de d'Objectifs (DOO), et à la cartographie de l'armature paysagère associée (cf. PJ) qui identifie et localise les espaces aux sensibilités paysagères particulières.

Dans les secteurs où elles sont autorisées, le RLPi veillera à la bonne intégration paysagère des enseignes, préenseignes et publicités, notamment dans les zones de requalification des entrées ou traversées de villes et des zones d'activités, identifiées sur la cartographie de l'armature paysagère

du ScoT, principalement le long des RD 1005 (Thonon → Genève) et 903 (Thonon → Annemasse ou Annecy).

Dans cette logique, le RLPi devra également garantir l'objectif de préservation des fenêtres paysagères et principaux points de vue, identifiés dans la même cartographie.

Enfin, le Syndicat Intercommunal d'Aménagement du Chablais (SIAC) a élaboré en 2012 une charte architecturale et paysagère du Chablais qui contient un état des lieux des grands paysages du territoire, un diagnostic des entités patrimoniales et des propositions architecturales et paysagères. Ce document, s'il ne contient pas de prescriptions directement applicables, constituera une référence utile pour l'élaboration du RLPi.

Les enseignes devront respecter les façades de caractère, sans masquer les ornements. Il est important de rester dans la sobriété et d'éviter toute surenchère d'enseignes, quel que soit le lieu.

Ces points feront l'objet d'une vigilance particulière de l'État tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, et notamment au moment de l'arrêt du projet, puis de son approbation.

Compte-tenu des enjeux identifiés, je vous demande d'associer l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP) à la procédure qui sera également consultée lors de l'arrêt du règlement local de publicité.

5. Conclusion

Dans ce cadre réglementaire imposé, il appartient à l'intercommunalité de définir le nouveau règlement local de publicité qui lui permettra d'orienter pour le futur le paysage extérieur local selon ses choix.

Les résultats dans le paysage se feront visibles au fur et à mesure de l'application suivie de ces nouvelles dispositions. Lorsque le RLPi aura été approuvé, la mise en conformité des publicités et préenseignes existantes devra se faire dans le délai de deux ans. Pour les enseignes, ce délai maximal est de six ans.

Lors de l'instruction des autorisations d'enseignes, les prescriptions adaptées indiquées dans la décision du maire permettront de répondre aux situations au cas par cas.

Le traitement amiable des situations irrégulières permettra de corriger les différentes anomalies paysagères, si besoin la réglementation a prévu des mesures de police administratives ou pénales pour permettre une régularisation équitable.