



\_\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

0. Rappels sur la démarche
1. Le Règlement National de Publicité
2. Le RLPI
3. Le diagnostic publicitaire

# Ordre du jour

**Diagnostic publicitaire**

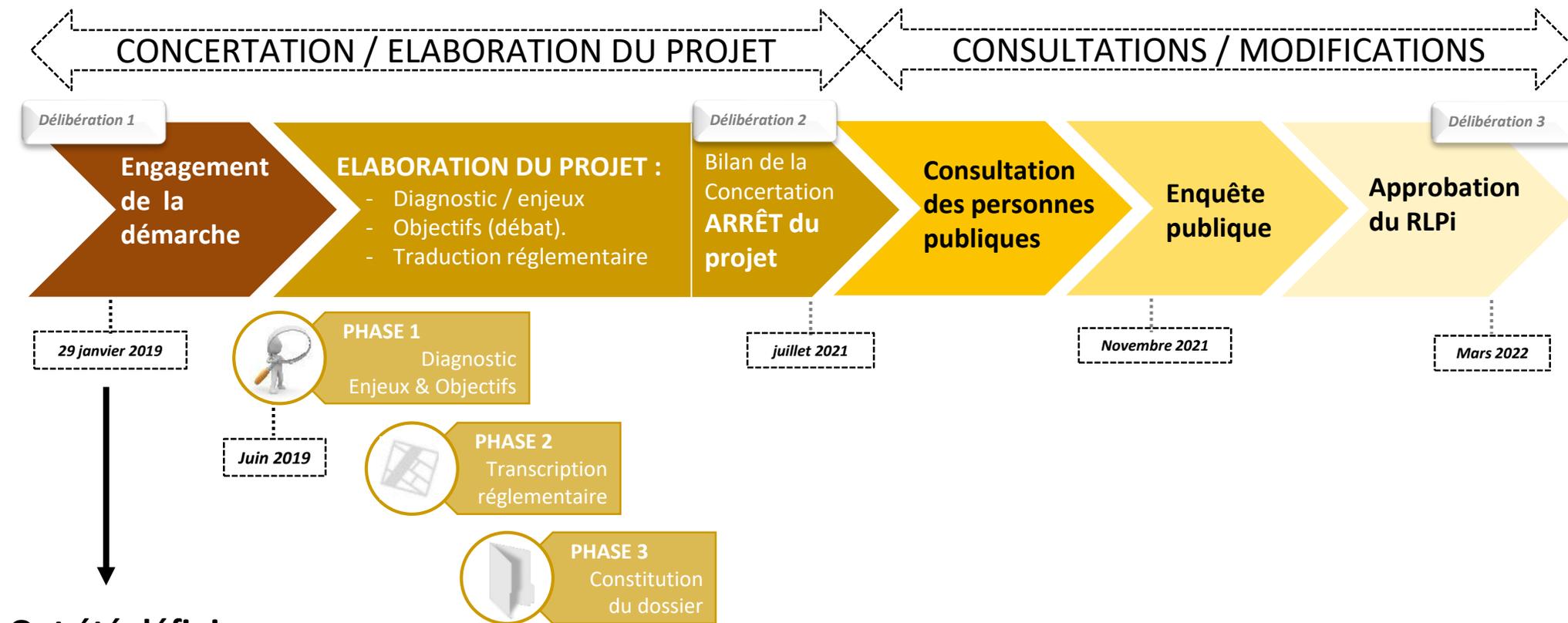
\_\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

# Rappels

La démarche d'élaboration du RLPi

# Démarche & Planning prévisionnel

(revu en septembre 2020)



**Ont été définis :**

- ↳ Les OBJECTIFS poursuivis par l'élaboration du RLPi.
- ↳ Les moyens de CONCERTATION avec le public et les professionnels.
- ↳ Les modalités de COLLABORATION avec les communes.

# Collaboration avec les communes



## ▶ **Conférence Intercommunale des Maires (CIM) :**

Instance d'information, d'échanges et de collaboration avec les Maires, sur les sujets à enjeux politiques :

- *Réunie le 22 janvier 2019, pour examen des modalités de collaboration.*
- *Réunie le 10 décembre 2019, pour synthèse du diagnostic et 1ers échanges sur les enjeux.*
- *Réunie le 06 octobre 2020, pour reprise et appropriation de la démarche par les nouveaux élus.*

Elle se tiendra à **nouveau aux étapes clés de la démarche**, et notamment :

- **Après enquête publique** : pour examen des avis des personnes publiques (PPA), du rapport d'enquête et des modifications du projet avant approbation.

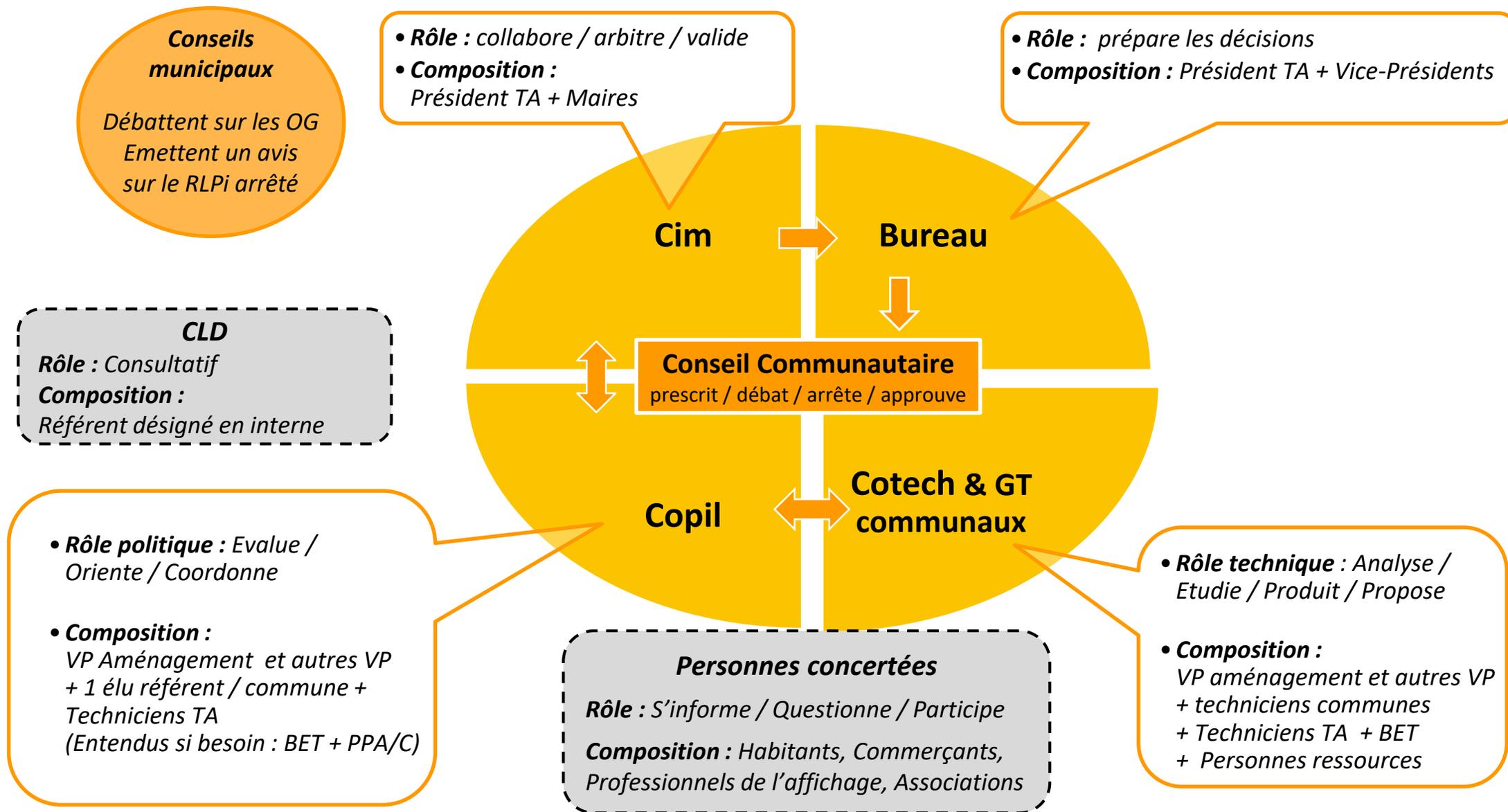
## ▶ **Partages et échanges avec les communes**, tout au long de l'avancement des études, avec :

- Rencontres et ateliers de travail.
- Mise à disposition des PV et supports de réflexion et de travail.
- Formalisation par les communes de leurs remarques et observations sur ces documents.

## ▶ **Conseils Municipaux** : 2 séances (obligatoires) :

- Débat sur les orientations générales du projet de RLPi (avant le débat du Conseil Communautaire).
- Avis sur le projet de RLPi arrêté.

# Gouvernance : Instances politiques et techniques



\_\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

# Le Règlement National de Publicité

Quel cadre pour la publicité ?

## Le règlement national de publicité

- Les dispositifs encadrés par la réglementation de la publicité



### Publicité

« Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »



### Pré-enseigne

« Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée. »



### Enseigne

« Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. »



- Les paramètres des dispositifs que la réglementation de la publicité encadre ↙ ... et ceux qu'elle n'encadre PAS ↓

Les formes

Le nombre :

- Par support
- Par entreprise

La typologie des supports :

- En potence
- à plat
- totems ...

~~La couleur~~

Les formats :

- Surface
- Hauteur
- % / surface commerciale

Les modalités d'installation :

Localisation sur mur, au sol, auvents ...

Le mode d'éclairage des dispositifs lumineux

~~Le contenu du message~~

- Les dispositifs qui ne relèvent pas de la réglementation de la publicité

### Les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS)

Dispositifs de « règlettes » sur un même support pour harmoniser et regrouper les informations tout en donnant une meilleure lisibilité aux activités économiques.



Sciez



Clens-sur-Léman

### Les panneaux lumineux de ville

### Les chartes commerciales communales et les chartes signalétiques



Excenevex



Sciez

### La publicité sur véhicule

Pour les véhicules de transport en commun, les taxis, les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires



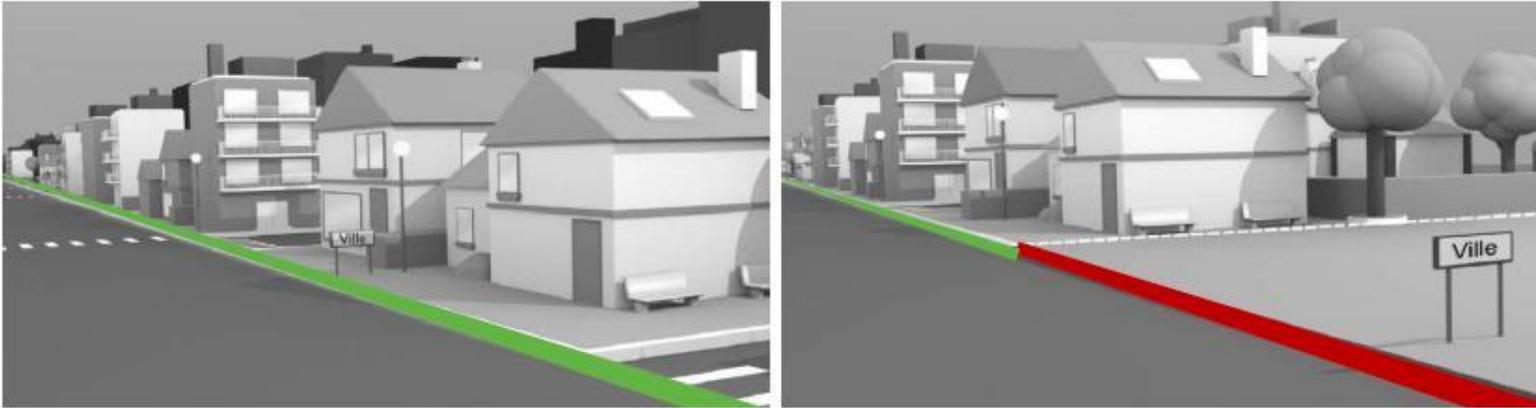
Thonon

### Les dispositifs localisés à l'intérieur d'un local

- **Les principes généraux de la réglementation de la publicité (Règlement National de Publicité RNP)**

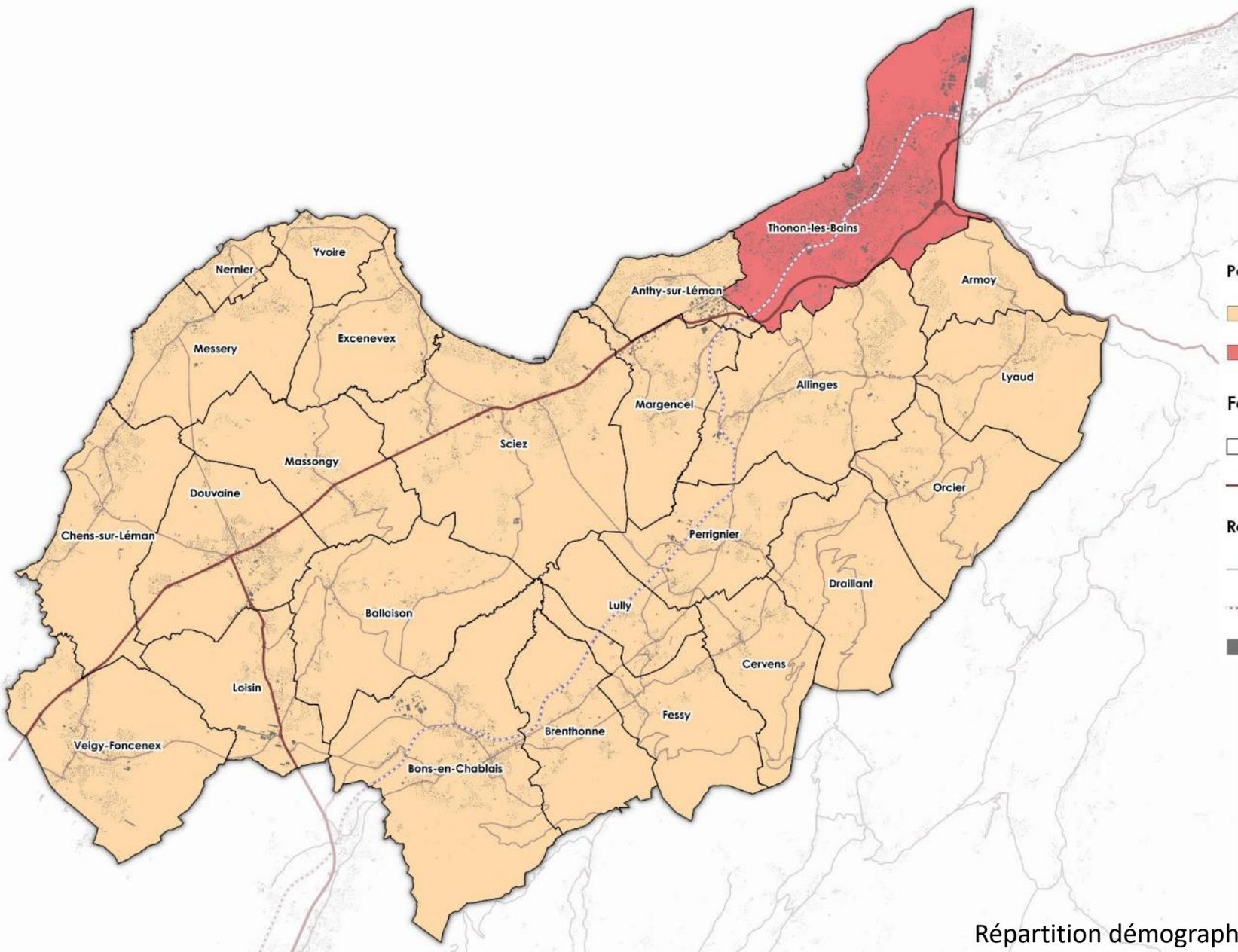
**Le principe premier du RNP est d'interdire la publicité hors-agglomération :**

- Au sens physique de la notion d'agglomération (continuité du bâti) :



Dans l'agglomération / Hors agglomération

- A croiser avec les limites communales et la démographie : le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération concernée :
  - Agglomération < 10 000 habitants
  - Agglomération > 10 000 habitants
  - Agglomération intégrée dans une unité urbaine > 100 000 habitants (INSEE)



- Population communale (en 2016) :**
- Moins de 10 000 hab.
  - Plus de 10 000 hab.
- Fonds de plan**
- Limites communales
  - Routes principales
- Réseau secondaire**
- Départementale
  - Voies férées
  - Bâtis

Répartition démographique de la population

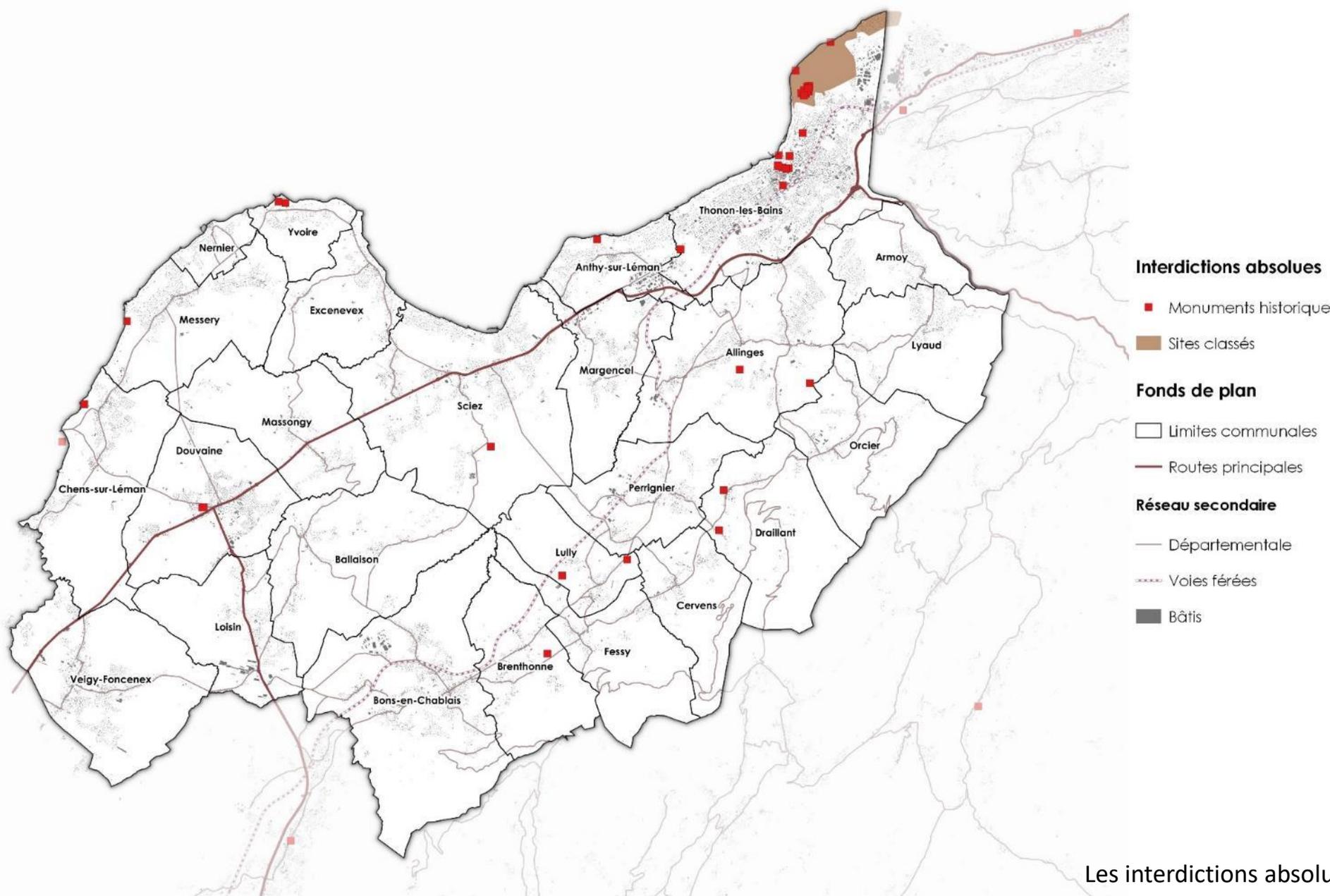
## Les principes généraux du RNP

### ▶ Le RNP interdit de manière intangible la publicité :

- sur les immeubles classés monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ainsi que dans les parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres, pylônes électriques, panneaux de signalisation routière ;
- dans les EBC et dans les zones à protéger pour des motifs d'ordre paysager identifiés dans les documents d'urbanisme locaux ;
- au sol, dans les zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement ;
- de part et d'autre d'une autoroute ou route express si elles sont visibles depuis la route ciblée, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée (Code de la Route).

### ▶ Les interdictions auxquelles le RLPi pourra déroger :

- dans les zones de protection délimitées autour des sites classés et inscrits ;
- aux abords des monuments historiques classés ou inscrits et dans leur champ de visibilité ainsi qu'à moins de 100m des immeubles présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque qui figurent sur la liste établie par arrêté municipal ou préfectoral après avis de la CDNPS ;
- dans les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR, ex AVAP et ZPPAUP) ;
- dans les Parcs Naturels Régionaux ;
- dans les Zones Natura 2000.



**Interdictions absolues**

- Monuments historiques
- Sites classés

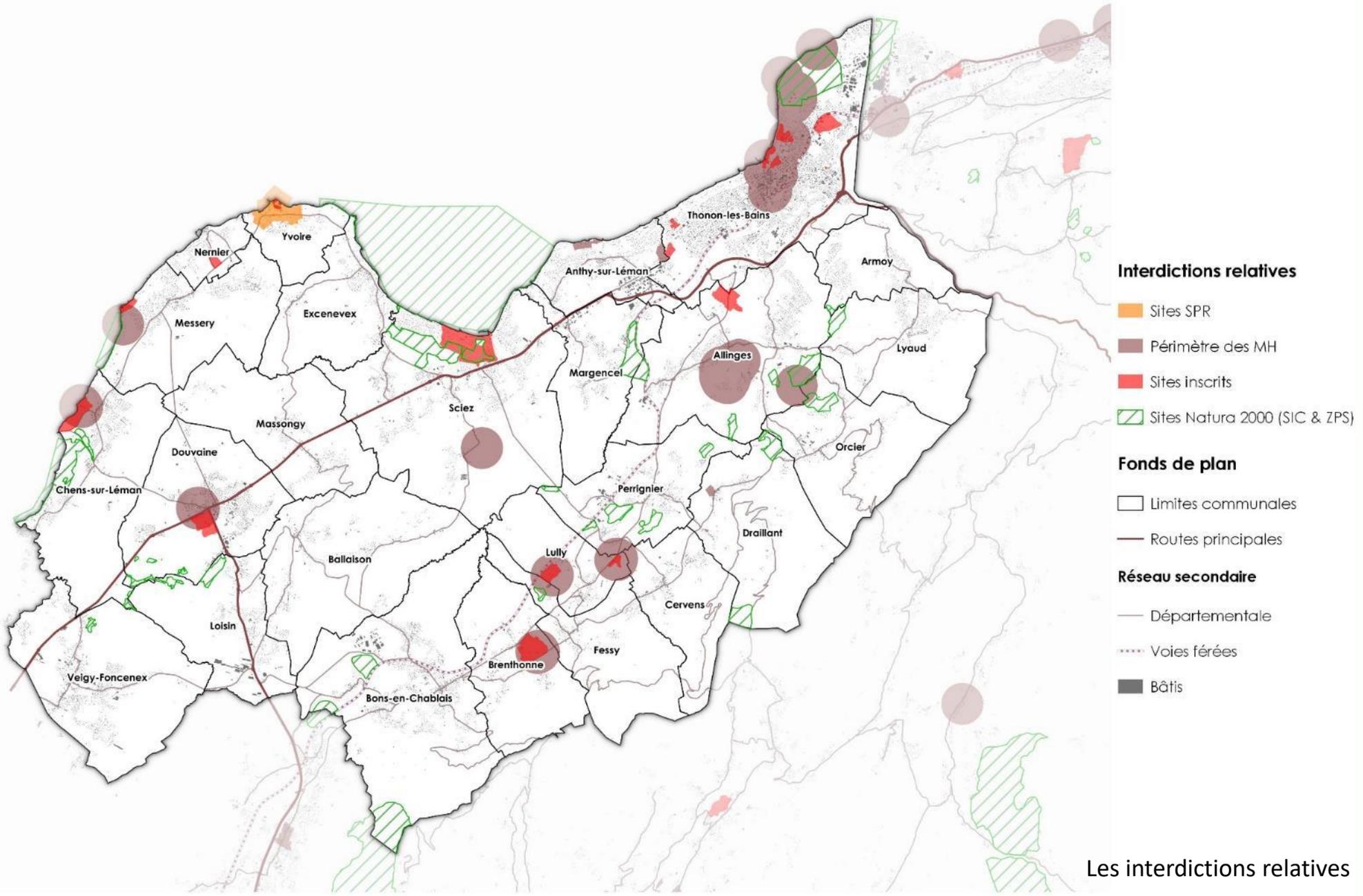
**Fonds de plan**

- Limites communales
- Routes principales

**Réseau secondaire**

- Départementale
- - - - Voies férées
- Bâti

Les interdictions absolues



Les interdictions relatives

\_\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

# Le RLPi

Une plus-value par rapport au Règlement  
National de Publicité (RNP)

▶ **Possibilité d'adaptation des règles nationales au contexte territorial local :**

- Lié à la géographie du territoire : co-visibilités, relief, etc.
- Lié à l'organisation urbaine du territoire : zones d'activités, zones résidentielles, axes, ...
- Lié à des volontés politiques : volonté de préservation forte, etc.
- Lié à un non encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <1m<sup>2</sup>, nouvelles technologies d'affichage, entre autres.

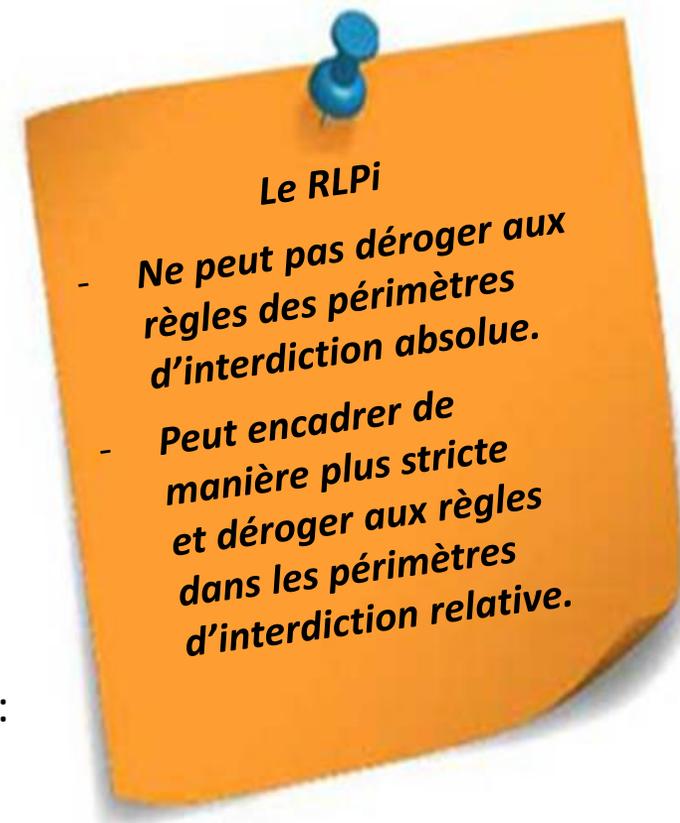
▶ **Obligation de proposer une réglementation plus contraignante**

(souvent plus vertueuse pour le territoire) que celle du RNP sur tout le territoire, sauf :

- Hors agglomération où la publicité reste toujours interdite.
- Au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions de qualité de la réglementation établie (formats réduits, etc.).

▶ **Document rétroactif, qui entraîne dès sa publication :**

- Une obligation de mise en conformité des publicités/pré-enseignes existantes dans un délai de 2 ans ;
- Une obligation de mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.



▶ Une **nouvelle répartition des compétences** : l'échelon communautaire et communal :

- Thonon Agglomération est compétente pour l'élaboration du RLPi.
- L'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale à partir de l'approbation du RLPi.

Compétence	Aujourd'hui		Demain
	Commune avec RLP	Commune sans RLP	Une fois le RLPi approuvé
INSTRUCTION	Maire	Etat	Maire au nom de la commune
POLICE	Maire	Préfet	Maire

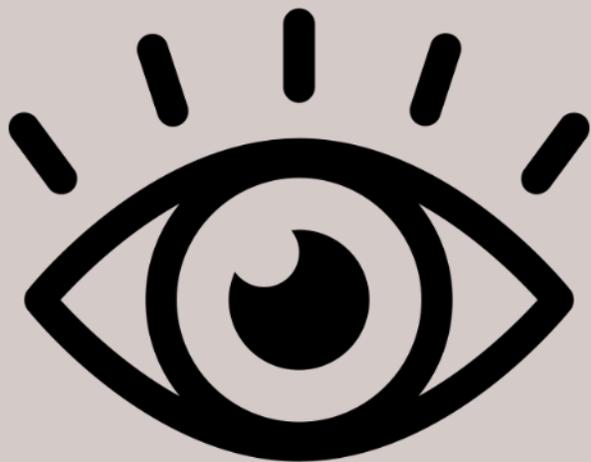


▶ La **taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE)** est et **reste de compétence communale**, et peut être instaurée qu'il existe ou non un RLP/RLPi.

\_\_\_\_\_ THONON  
**agglomération**

# Diagnostic publicitaire

La publicité sur le territoire, quelles perceptions, quels impacts ?



# Publicités et pré-enseignes

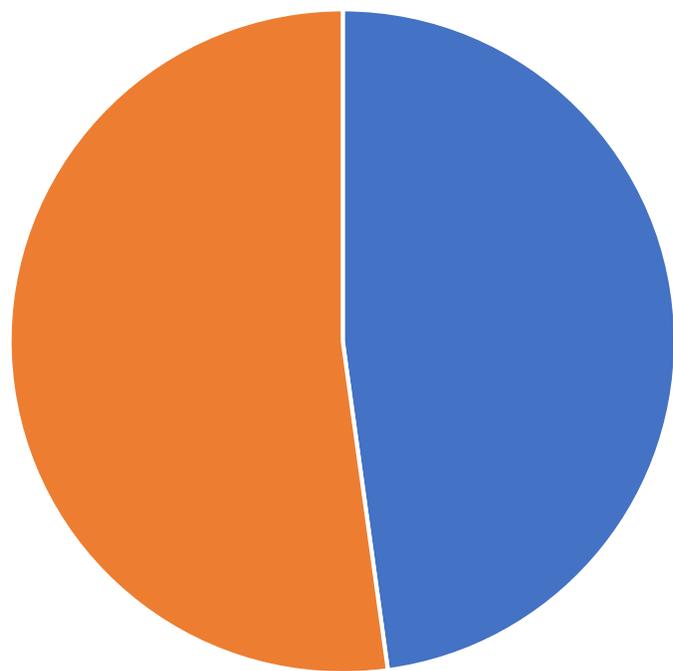
**Approche statistique et approche sensible**

## Approche statistique

**441** dispositifs recensés

Une répartition quasi égale entre publicités et pré-enseignes.

TYPES DE DISPOSITIFS

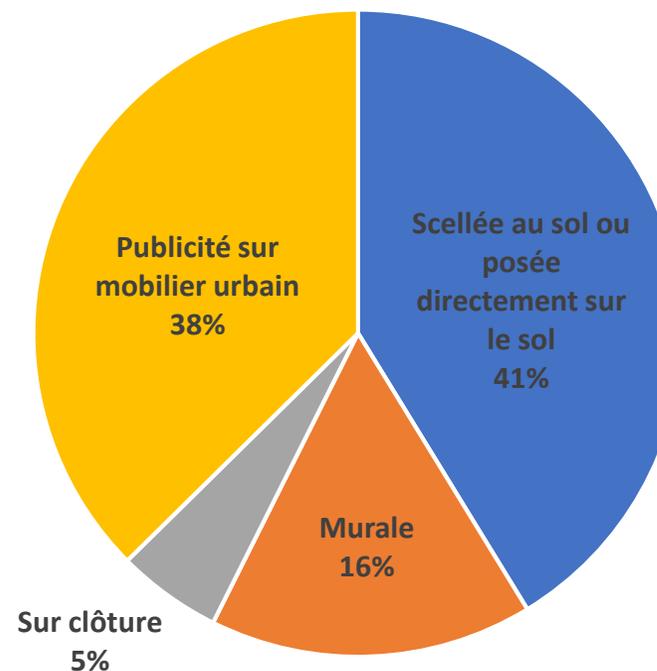


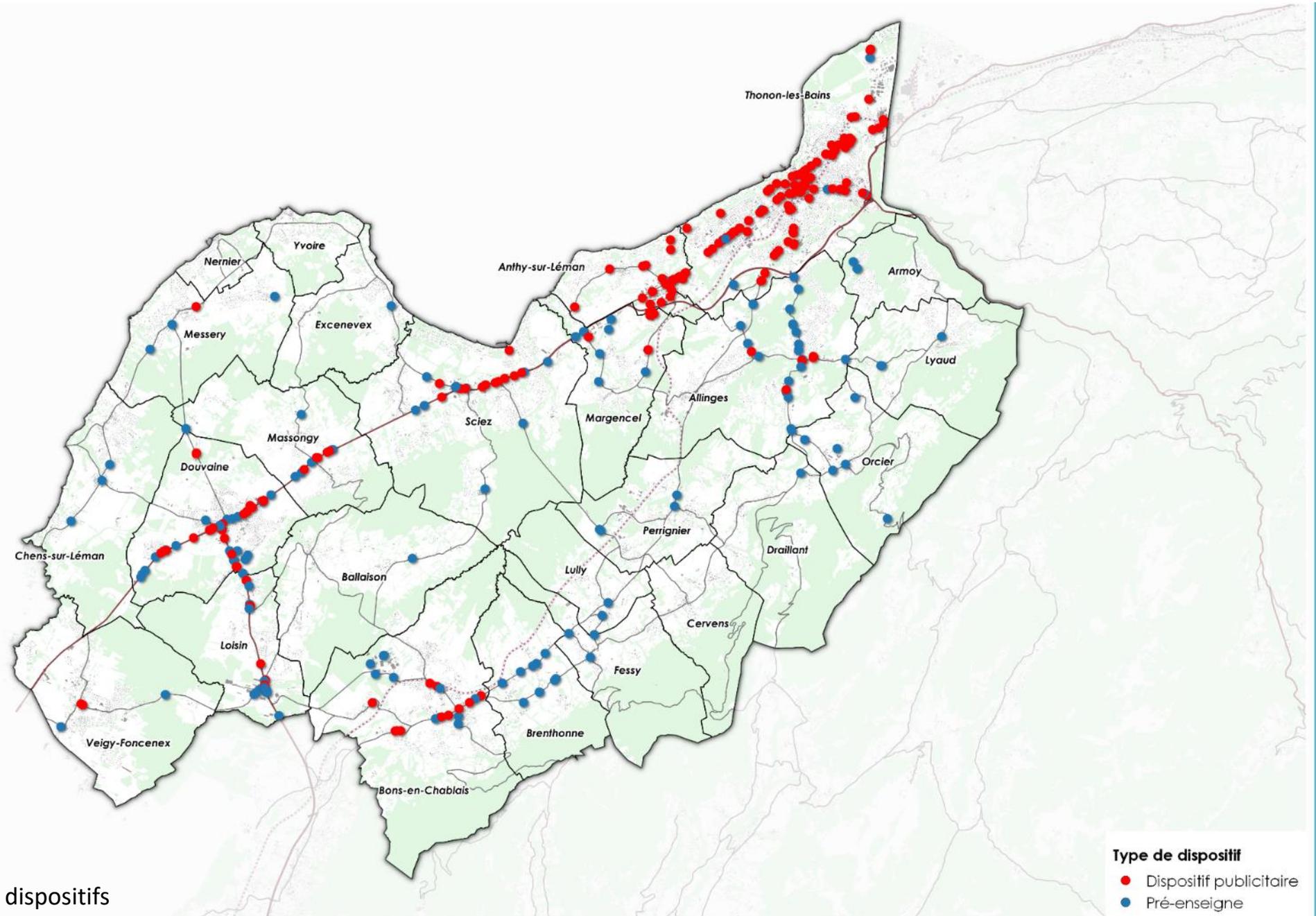
■ Pré-enseignes (47,6 %) ■ Publicités (51,9 %)

« Visuellement », **une majorité de dispositifs au sol** (79%) avec :

- 41% de dispositifs dits « scellés ou posés directement sur le sol » ;
- 38% de mobilier urbain (abribus et sucettes principalement).

TYPES D'IMPLANTATION PAR TYPOLOGIE DE DISPOSITIF





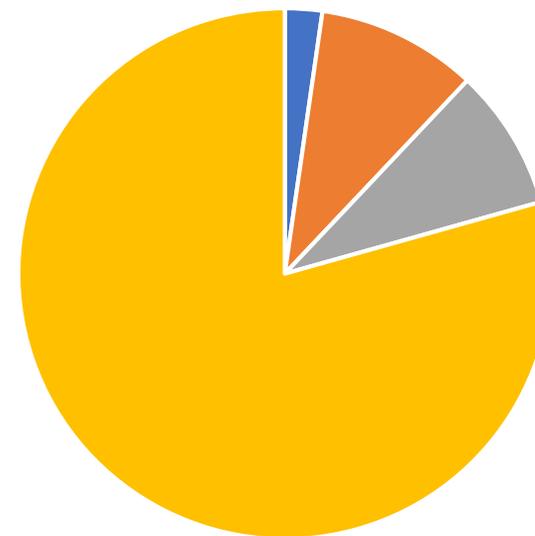
Localisation des dispositifs

Une surface moyenne de **2,86 m<sup>2</sup>** tous dispositifs confondus.

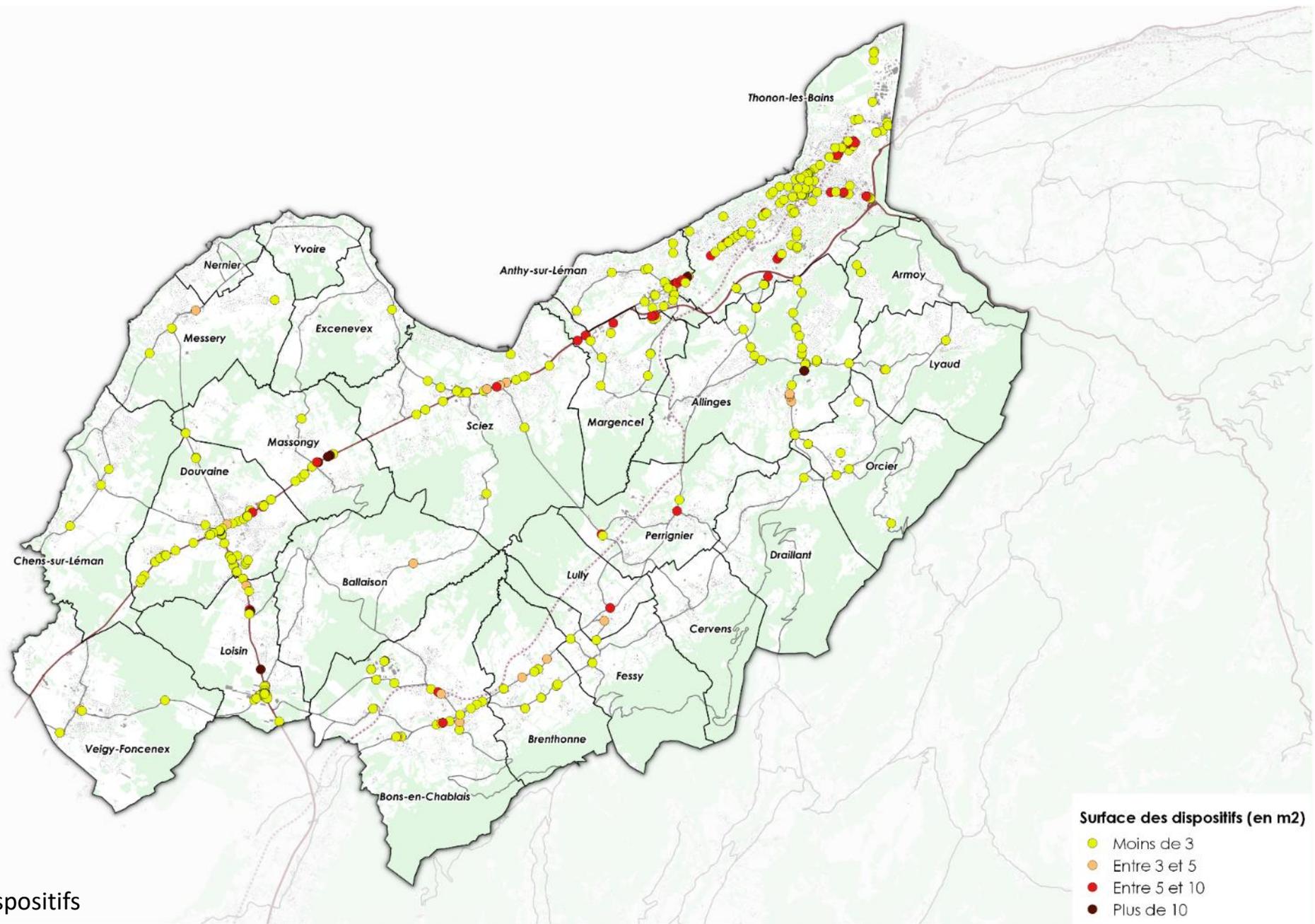
Une **majorité de petits dispositifs** (79,4 %) qui s'explique par une **part importante** :

- De **mobilier urbain** (38% des dispositifs recensés, surtout à Thonon) ;
- Et de **pré-enseignes** (47,6%, souvent des « petits formats » au sol partout ailleurs sur le territoire).

RÉPARTITION DES FORMATS DES DISPOSITIFS



■ > 10 m<sup>2</sup> (2,3 %) ■ 5 - 10 m<sup>2</sup> (9,8 %)  
 ■ 3 - < 5 m<sup>2</sup> (8,6 %) ■ < 3 m<sup>2</sup> (79,4 %)



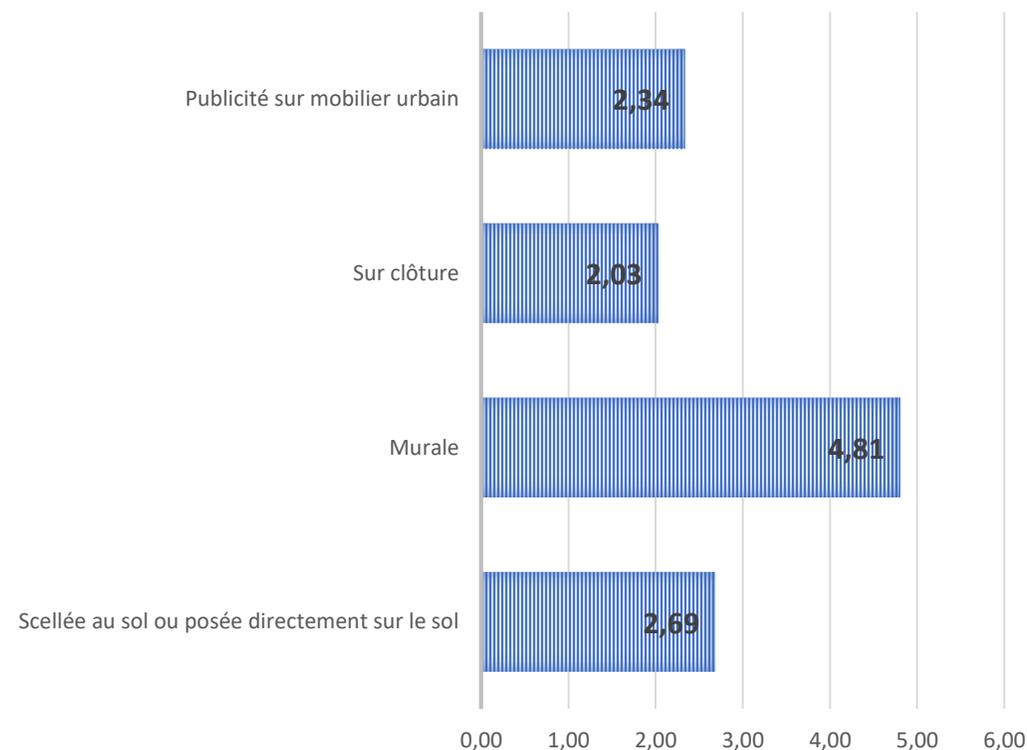
Surface des dispositifs

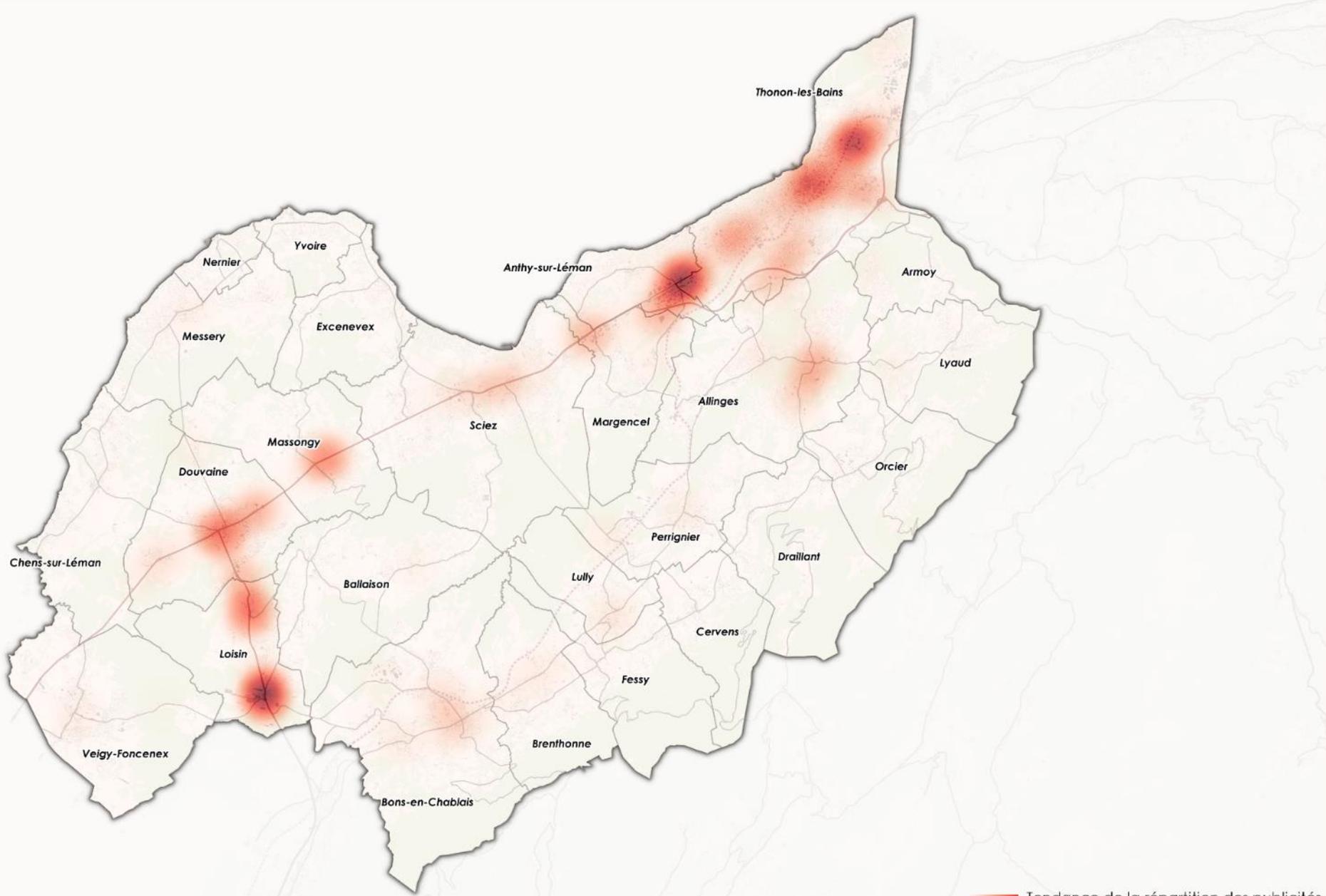
Des **dispositifs muraux** qui ressortent de par leur **format** moyen (4,81 m<sup>2</sup>) et leur **présence** sur le territoire (16% des dispositifs recensés).

Un phénomène qui **s'explique** par :

- Une récente « **chasse aux publicités au sol** » (mise en conformité avec le RNP ou les RLP communaux en vigueur) : l'affichage (hors mobilier urbain) se **reporte** alors sur les dispositifs muraux qui sont autorisés dans toutes les communes par le RNP ;
- Un format standard possible qui s'échelonne **entre 4m<sup>2</sup>** (pour les communes < 10 000 habitants) **et 12m<sup>2</sup>** pour les autres, soit **des dispositifs plus grands que le mobilier urbain** (format 2m<sup>2</sup>), majoritaire sur le territoire.

SURFACE MOYENNE PAR TYPOLOGIE DE DISPOSITIF

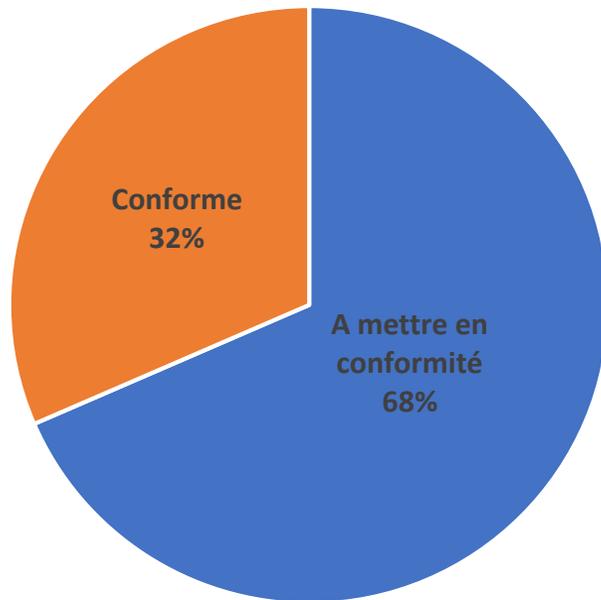




Points de concentration des dispositifs

 Tendence de la répartition des publicités pondérées par leur surface

CONFORMITÉ ET MISE EN CONFORMITÉ  
AU REGARD DU RNP

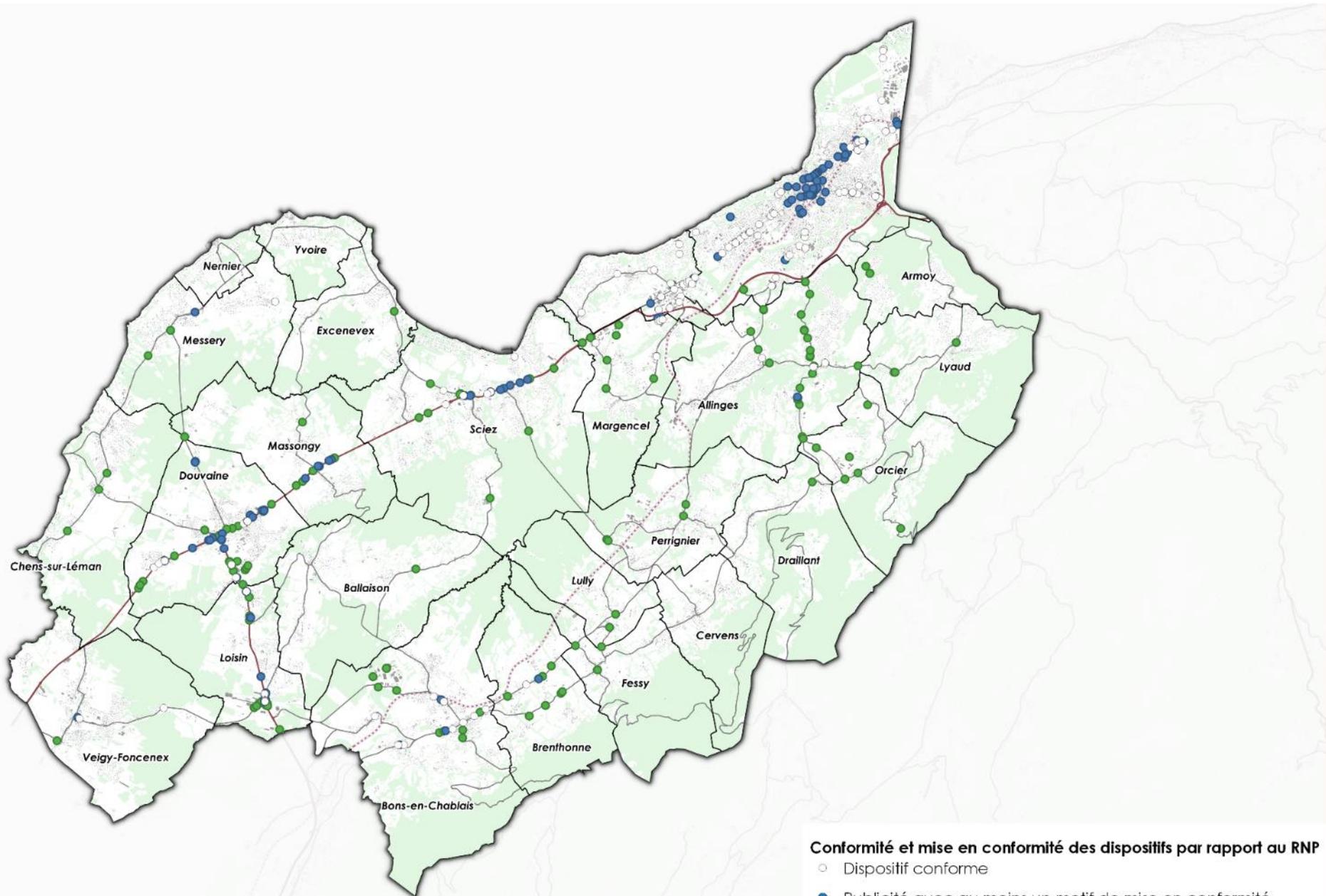


- **Mise en conformité au regard du RNP**

Une forte proportion de dispositifs à mettre en conformité avec les règles du RNP :

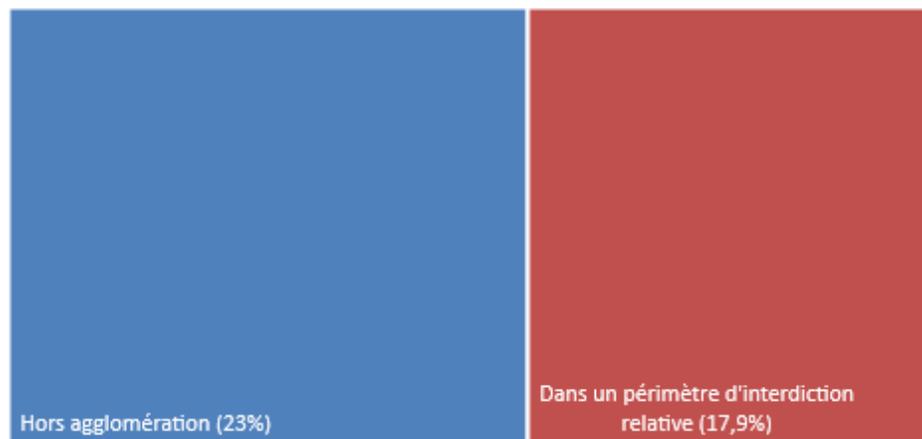
**68 % des dispositifs ont au moins un (souvent entre 1 et 2) motif de mise en conformité à effectuer avec le RNP.**

*N.B : Dans cette analyse, pas de prise en compte du respect de la réglementation des RLP communaux en vigueur.*



Conformité et mise en conformité des dispositifs par rapport au RNP

INFRACTIONS OU MISE EN CONFORMITÉ AU  
RNP AU REGARD DE LA LOCALISATION



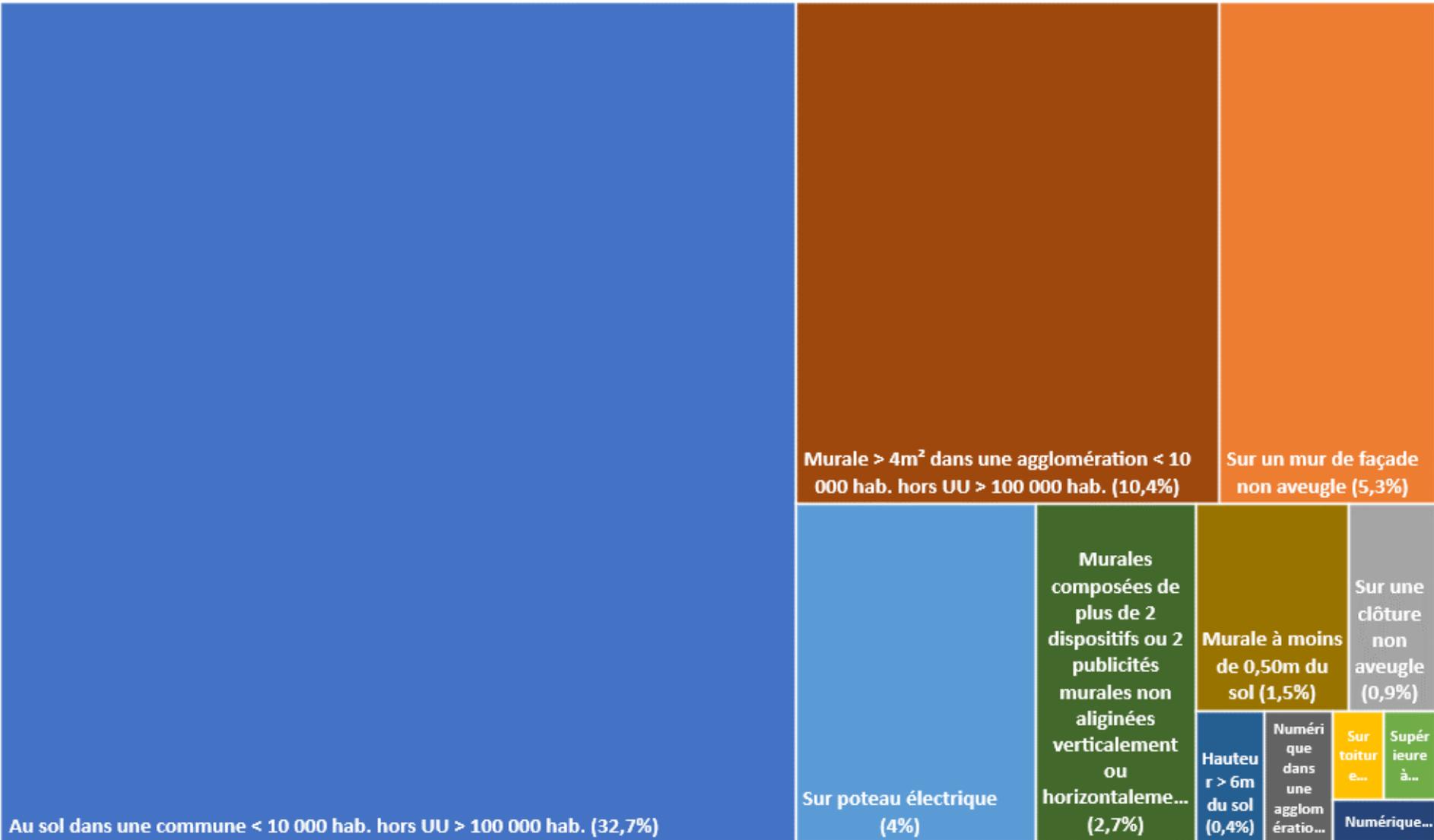
■ **Mise en conformité et infractions au regard du RNP par rapport à la localisation des dispositifs**

Des infractions dues à deux éléments principaux :

- **Hors agglomération**, toute publicité ou pré-enseigne autre que dérogatoire est **interdite** : sur le territoire, de nombreuses pré-enseignes sont localisées hors agglomération.
- Dans un périmètre **d'interdiction relative**, toute publicité ou pré-enseigne est **interdite, sauf si un RLP(i) l'autorise**.

- Mise en conformité et infractions au regard du RNP par rapport aux motifs d'infractions propres aux typologies de dispositifs mobilisées

INFRACTIONS ET MISE EN CONFORMITE AU RNP AU REGARD DES MOTIFS



- **Mise en conformité et infractions au regard du RNP par rapport aux motifs d'infractions propres aux typologies de dispositifs mobilisées**

Deux principaux motifs de mise en conformité qui s'expliquent par :

- De **nombreuses pré-enseignes** sur le territoire, qui représentent tout autant de dispositifs au sol, localisés dans des communes < 10 000 hab. (prises en compte même si < 1m<sup>2</sup>) ;
- Des **dispositifs muraux** dont les **formats dépassent** régulièrement **4m<sup>2</sup>** (le **cadre du dispositif** étant compris dans la mesure du format).

- Mise en conformité et infractions au regard du RNP par motifs



Veigy-Foncenex, D1005



Bons-en-Chablais, ZAE Bracots



Massongy, D1005



Perrignier, Route de Curcinges



Orcier, D35

## Atouts

- + Peu de dispositifs publicitaires sur le territoire
- + Une surface moyenne d'affichage peu élevée (2,86m<sup>2</sup>)
- + Mobilisation importante du mobilier urbain « petit format » pour une meilleure intégration paysagère des dispositifs
- + Des périmètres d'interdiction absolue parfaitement respectés : aucune infraction

## Faiblesses

- Une forte proportion de dispositifs visuellement au sol (79% : mobilier urbain et dispositifs dits scellés au sol)
- Une forte proportion de pré-enseignes (48%), souvent localisées au sol, peu qualitatives, et dont la pose est souvent « anarchique »
- Des points de concentration importants de dispositifs (cœur urbain de Thonon avec le mobilier urbain, Espace Léman, Douvaine et Loisin)
- Des motifs d'infractions au RNP et ainsi au futur RLPi qui vont induire l'exercice d'un pouvoir de police assidu : localisation des dispositifs exclusivement en agglomération, réduction des formats des dispositifs muraux, pas de mobilisation des murs non aveugles, entre autres.

## Une analyse en deux temps - Approche sensible

- **Un territoire entre lac et montagne préservé de l’affichage publicitaire**

Une préservation évidente qui s’explique par :

- Le **profil** en majorité **rural** du territoire et les **exigences du RNP liées à ces profils de territoire** (interdiction de publicité hors agglomération et des dispositifs au sol dans les communes < 10 000 hab., formats réduits, etc.) ;
- La récente **vague de mise en conformité** des dispositifs avec les RLP communaux ou le RNP effectuée.



- Des cœurs de vie (urbains, patrimoniaux) où l'affichage extérieur a été mis en cohérence avec les qualités architecturales et le public concerné
- Le **meublier urbain « petit format »** (2m<sup>2</sup>) est d'ailleurs utilisé comme support d'affichage privilégié dans le cœur urbain (abribus, « sucettes »).
- Les **périmètres patrimoniaux** sont très **préservés** (sans affichage publicitaire).



Mobilier urbain de type « sucette » à Thonon, Avenue Saint-François de Sales



Le centre d'Yvoire, Site Patrimonial Remarquable



Les abords de l'Hôtel de Ville de Thonon, monument historique



Mobilier urbain de type abribus à Thonon, Avenue du Général de Gaulle

- Des cœurs de vie (urbains, patrimoniaux) où l'affichage extérieur a été mis en cohérence avec les qualités architecturales et le public concerné
- Toutefois, quelques **dispositifs plus grand format**, (8m<sup>2</sup>).
- Aussi, des **localisations** de mobiliers urbains parfois **impactantes** pour les espaces à proximité.
- Enfin, quelques **points de concentrations** de mobiliers urbains (Place des Arts à Thonon) et ainsi de publicité.



La place des Arts, un point de concentration de mobilier urbain



Mobilier urbain implanté dans un talus vert à Thonon, Chemin de Ronde

- Des problématiques d'affichage spécifiques aux espaces naturels touristiques et aux profils ruraux de certaines communes

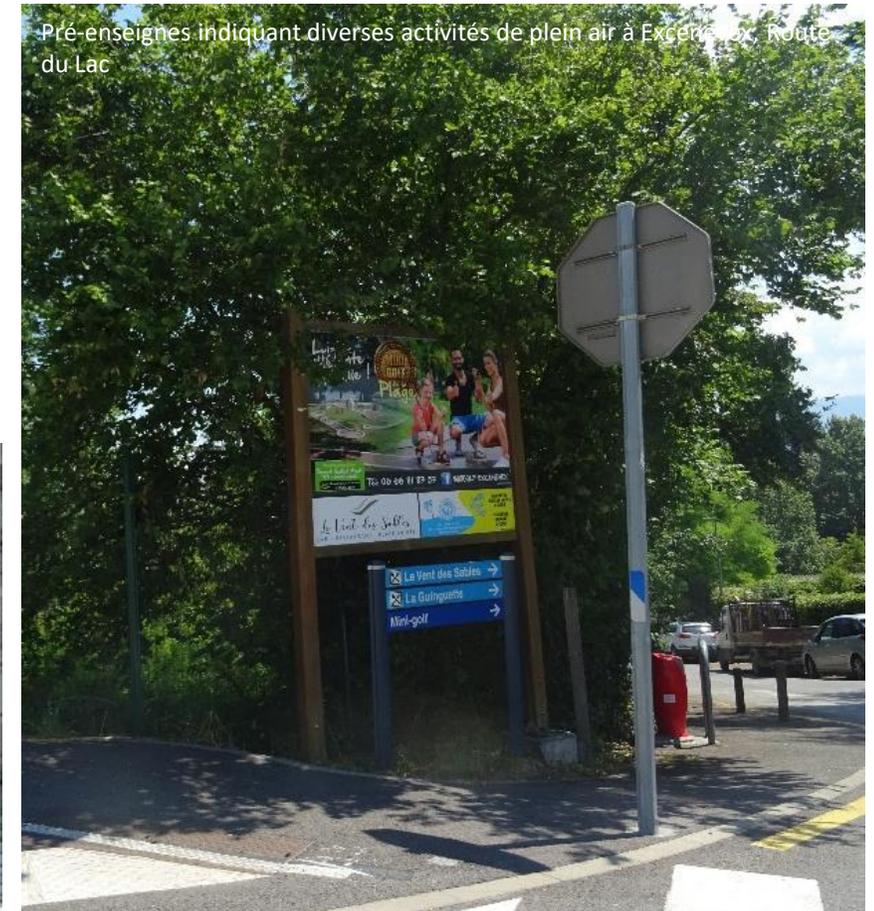
Comme en témoignent certains affichages relatifs aux **activités de loisirs** et aux **services à la population**, parfois signalés de manière **peu qualitative** dans les centres-bourgs.



Pré-enseignes indiquant un camping à Thonon, Avenue de Saint-Disdille



Pré-enseignes sur un mur en pierre à Anthy, Rue de l'Église



Pré-enseignes indiquant diverses activités de plein air à Excerné, Route du Lac

- Des problématiques d'affichage spécifiques aux espaces naturels touristiques et aux profils ruraux de certaines communes



Pré-enseignes signalant des manifestations temporaires à Cervens, Le Lyaud et Allinges

- Dans l'arrière Pays Chablaisien, des affichages de manifestations temporaires peu maîtrisés ;
- Dans les cœurs de vie, des dispositifs de type **chevalets** (dispositifs au sol) en nombre.



Chevalets à proximité du port de Rives à Thonon et au sein du cœur urbain

- Des lieux qui impactent l'image du territoire à repenser au regard de l'affichage extérieur



L'axe D2005 à Thonon, quai de Ripaille



La clôture de publicités à Douvaine, RD 1206

- Quelques **lieux de concentration** peu qualitative de dispositifs : l'axe D2005 (publicités et enseignes combinées), les publicités sur clôture à Douvaine ;
- Dans les **zones d'activités économiques** (particulièrement les zones artisanales et industrielles), des **pré-enseignes nombreuses et prégnantes** dans le paysage ;
- Des dispositifs **numériques** en développement à proximité des zones commerciales.



Pré-enseignes en ZA à Bons-en-Chablais



Dispositif numérique à Douvaine



Eclairage non intégré au cadre du dispositif à Sciez, D1005

- Des lieux qui impactent l'image du territoire à repenser au regard de l'affichage extérieur

**Certaines entrées de ville peu qualitatives** : dispositifs muraux en nombre, dispositifs anciens, etc.



Publicités murales à Sciez, D1005



Publicités murales à Loisin, D1206

- Des infractions au RNP qui impactent le paysage perçu
- Des publicités sur **clôtures non aveugles** (cas de Douvaine) ;
- Des **pré-enseignes non dérogatoires hors agglomération** ;
- Des **pré-enseignes** localisées sur **supports interdits**.



Publicité sur clôture non aveugle à Thonon, ZAE de Vongy



Pré-enseigne hors agglomération à Orcier



Pré-enseigne localisée sur pylône électrique le long de la D1206

- **Un territoire frontalier synonyme d'importants flux journaliers de population**

La frontière au niveau de Veigy-Foncenex : un **lieu** de passage important très **propice** à la localisation de publicités malgré une **impossibilité légale** (hors agglomération + commune < 10 000 hab.).

De plus, une **règlementation Suisse** de l'affichage extérieur (canton de Genève) **similaire** à la réglementation française.



Succession de publicités au sol à Veigy –Foncenex, D1005 juste avant la frontière

- **L'affichage d'opinion**

- Une obligation légale : présence dans toutes les communes, avec un format fonction de la démographie.
- Sur le territoire de Thonon Agglomération : des dispositifs présents dans toutes les communes et en bon état de maintenance.



Dispositifs d'affichage d'opinion à Thonon

- **L'affichage sur le domaine public ferroviaire**

- Les faits : concession nationale détenue par JCDecaux qui arrive à échéance en 2024, format 12 m<sup>2</sup> fixe ou déroulant.
- Les enjeux pour Thonon Agglomération : passage d'une ligne ferroviaire en cœur d'agglomération, maintien de ces conditions ou instauration de conditions plus restrictives pour les dispositifs (format, « style » des dispositifs, localisation, etc.) ?

## **Atouts**

- + Un territoire aux vastes espaces naturels, touristique et préservé de l'affichage publicitaire ;
- + Un affichage installé sur format réduit et quasi exclusivement concentré au sein du cœur urbain.

## **Faiblesses**

- Quelques points de concentration peu qualitatifs : abords des grands axes de circulation, zones d'activités ;
- Des pré-enseignes en nombre sur tout le territoire et particulièrement hors agglomération (activités touristiques, restaurants, hôtels et campings, etc.), vestiges d'une réglementation caduque depuis 2015 ;
- Des dispositifs temporaires peu maîtrisés qui impactent la qualité des paysages.

# Enjeux



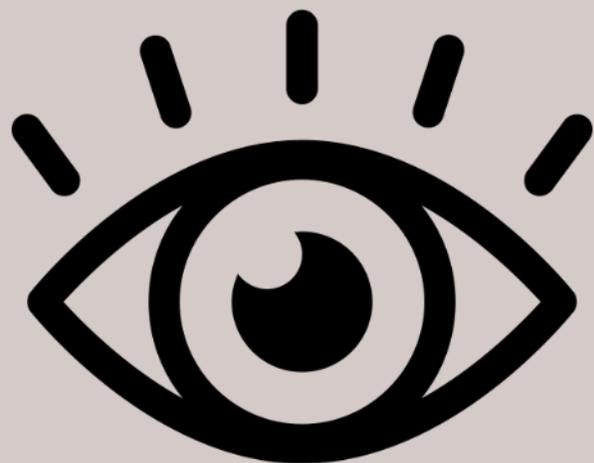
Des espaces très préservés de l’affichage à maintenir pour les enjeux de cadre de vie qu’ils revêtent ;



Des leviers efficaces à saisir pour assurer la conformité des dispositifs au RNP et par extension au futur RLPi (pas de dispositifs hors agglomération, pas de dispositifs au sol dans les communes < 10 000 hab., format de 4m<sup>2</sup> pour les dispositifs muraux dans les communes < 10 000 hab., entre autres) ;



Des pré-enseignes à compenser par la mise en place de système de SIL ou de RIS (en zone d’activités) pour gagner en efficacité et en qualité visuelle.



# Enseignes

**Approche sensible**

- Un territoire touristique de renommée, comme en témoignent la majorité des enseignes
- Des enseignes globalement de qualité ;
- Des périmètres patrimoniaux mis en valeur par les enseignes : cohérence dans les matériaux et respect des éléments architecturaux de composition de la façade, y compris pour des enseignes d'envergure nationale.



Auberge à Anthy-sur-Léman



Hôtel à Excenevex



Enseigne nationale à proximité de l'Hôtel de Ville de Thonon



Enseigne à Yvoire



Enseigne à Nernier



Enseignes perpendiculaires, Thonon



Un bâtiment architecturalement intéressant que l'enseigne pourrait davantage appuyer, Sciez

- **Des axes d'amélioration possibles**

- Des efforts à entreprendre sur **l'intégration architecturale et la qualité des enseignes** hors périmètres patrimoniaux ou touristiques : centres-bourgs, abords des grands axes de circulation (lettrage découpé sans bandeau de fond, etc.) ;
- Une **réflexion à mener** sur les **enseignes perpendiculaires** en termes de format et de hauteur d'apposition pour **plus de cohérence**.



Peu de cohérences des enseignes avec l'architecture des bâtiments, Thonon



Des enseignes avec de larges bandeaux de fond, Douvaine

- **Des axes d'amélioration possibles**

- Des **enseignes de type chevalets** dont les formats et la qualité interrogent parfois ;
- La nuit, des **enseignes clignotantes hors services d'urgence**, interdites par le RNP.



Enseignes de type chevalets très hétérogènes à Yvoire



Les enseignes clignotantes sont interdites à l'exception de celles signalant des services d'urgence, Thonon



Des dispositifs au sol (enseignes directement au sol ou drapeaux) en entrée de ville, Douvaine

- Les zones d'activités économiques et commerciales comme points de concentration des enseignes et des infractions
- Un **impact visuel important** des enseignes en ZAE car ces espaces sont souvent combinés à des **entrées de ville** ;
- Des **infractions** relatives à des **enseignes au sol en surnombre** (drapeaux, promotion) et sur tous supports possibles, ou trop hautes; et des **enseignes en toiture sans lettrage découpé**.



Enseignes de promotion en surnombre, et enseigne dépasse l'égout du toit, Anthy-sur-Léman



Enseigne haute et imposante, Thonon



Des lettres non découpées pour les enseignes en toiture, Douvaine

- Les zones d'activités économiques et commerciales comme points de concentration des enseignes et des infractions
- Des **efforts réussis** en termes d'harmonisation et de sobriété des enseignes ainsi que de traitement paysager des entrées de ville.



- **Un besoin de visibilité des activités de l'arrière-Pays Chablaisien qui pourrait parfois être mieux exprimé**
- Quelques **enseignes au sol de format imposant** et qui **contrastent avec l'ambiance préservée**, et encore plus perceptibles dans un contexte de relief.



Enseigne viticole pour qualitative à Ballaison



Enseigne pour un bar au Lyaud



Bons-en-Chablais

- Une pression foncière qui se traduit par un affichage temporaire très prégnant dans le paysage

- De nombreuses enseignes de promotion immobilière, avec celles des entreprises de travaux les accompagnant ;
- Des enseignes temporaires qui contrastent avec la qualité des espaces, notamment des espaces patrimoniaux (Nernier et Yvoire entre autres).



Thonon-les-Bains



Nernier

## **Atouts**

- + Des enseignes de qualité dans les espaces patrimoniaux et touristiques ;
- + Des efforts de qualité dans le traitement de l'affichage extérieur dans les zones d'activités effectués sur le territoire.

## **Faiblesses**

- En dehors des espaces de « représentation » du territoire, des enseignes banalisantes ;
- La nuit, des enseignes clignotantes non conformes ;
- Les zones d'activités comme points de concentration de dispositifs peu qualitatifs et en surnombre ;
- Une pression foncière sur le territoire qui démultiplie le nombre d'enseignes temporaires.

# Enjeux

-  Des espaces naturels et touristiques dont la qualité de l’affichage extérieur est à pérenniser ;
-  Une vision plus globale du territoire à adopter pour assurer une cohérence dans les affichages extérieurs pratiqués : apporter de la qualité dans les zones d’activités et aux abords des grands axes de circulation notamment ;
-  Une politique de gestion des dispositifs temporaires relatifs aux opérations de promotions immobilière à mettre en place pour assurer leur intégration dans le paysage quotidien du territoire ;
-  Des horaires d’extinction nocturne des dispositifs qui pourraient être mis en cohérence avec les horaires d’extinction nocturne de l’éclairage public pour les communes le pratiquant.

even

# Merci de votre attention

---

- [rhone-alpes@even-conseil.com](mailto:rhone-alpes@even-conseil.com)