

_____ THONON
agglomération

Règlement Local de Publicité intercommunal

Réunion PPA – 21 Janvier 2021

Diagnostic - orientations

even
CONSEIL

1

_____ THONON
agglomération

0. La démarche
1. Le Règlement National de Publicité
2. Le Règlement Local de Publicité intercommunal
3. Le diagnostic publicitaire et territorial
4. Synthèse des enjeux sur le territoire
5. Le projet politique : les orientations

Ordre du jour

Diagnostic publicitaire

2

La démarche

Les étapes clefs de l'élaboration du RLPi

3

La démarche

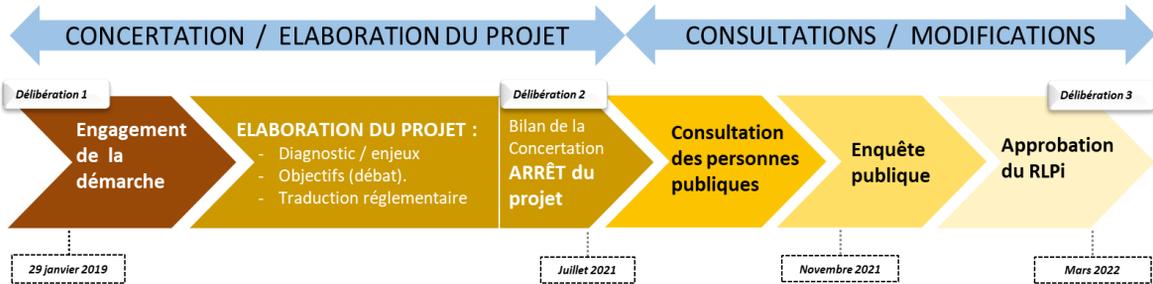
- ▶ **L'élaboration du RLPi :**
 Une procédure engagée en 2019 et **PILOTÉE par Thonon-Agglomération** qui est compétente en matière d'élaboration des documents d'urbanisme.
- ▶ **Le RLPi : le 1^{er} document réglementaire à l'échelle du territoire de l'agglomération.**
- ▶ **Des études confiées à des BUREAUX EXPERTS** en matière d'inventaire et de réglementation de l'affichage extérieur.
- ▶ Un projet **co-construit avec les 25 communes** membres de l'agglomération, par différents moyens de collaboration.
- ▶ Un projet **élaboré en CONCERTATION**, avec les habitants, associations, mais aussi avec les acteurs économiques locaux et les professionnels de l'affichage.



👉 **Pour INFORMER, ÉCHANGER, DÉBATTRE**
 pendant toute la durée de l'élaboration du projet ...

4

Planning prévisionnel



Une concertation en continue :

- Des ateliers avec les acteurs locaux et les associations
- 2 réunions publiques
- Des registres de concertation en mairies
- Un formulaire en ligne sur le site de Thonon Agglo

5

Le Règlement National de Publicité

Quel cadre pour la publicité ?

6

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. »

PUBLICITÉ



PRÉ-
ENSEIGNE



ENSEIGNE
ENSEIGNE SUR FAÇADE



7

- 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~~

8

8

THONON | agglomération

▶ 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



Sciez - Leman

- **Les panneaux lumineux de ville.**

- **Les chartes commerciales communales et les chartes signalétiques.**



Exbrevez



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.**

9

THONON | agglomération

▶ 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) :**

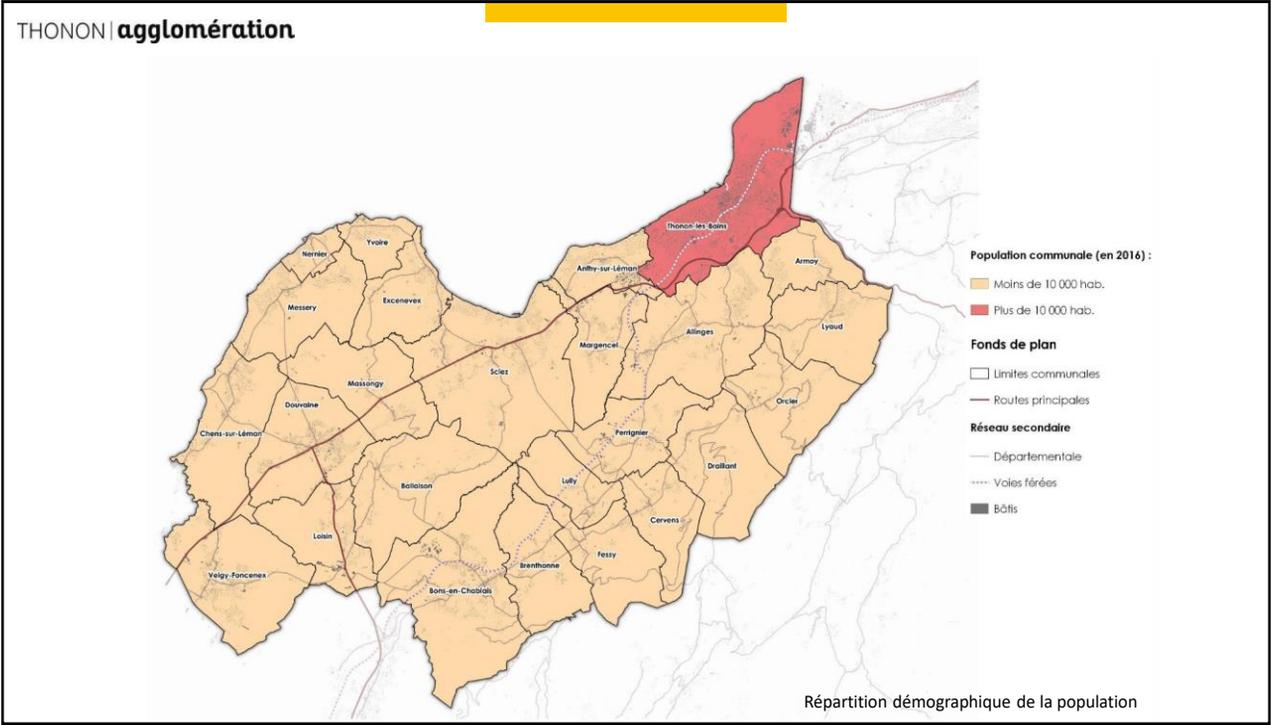


Dans l'agglomération / Hors agglomération

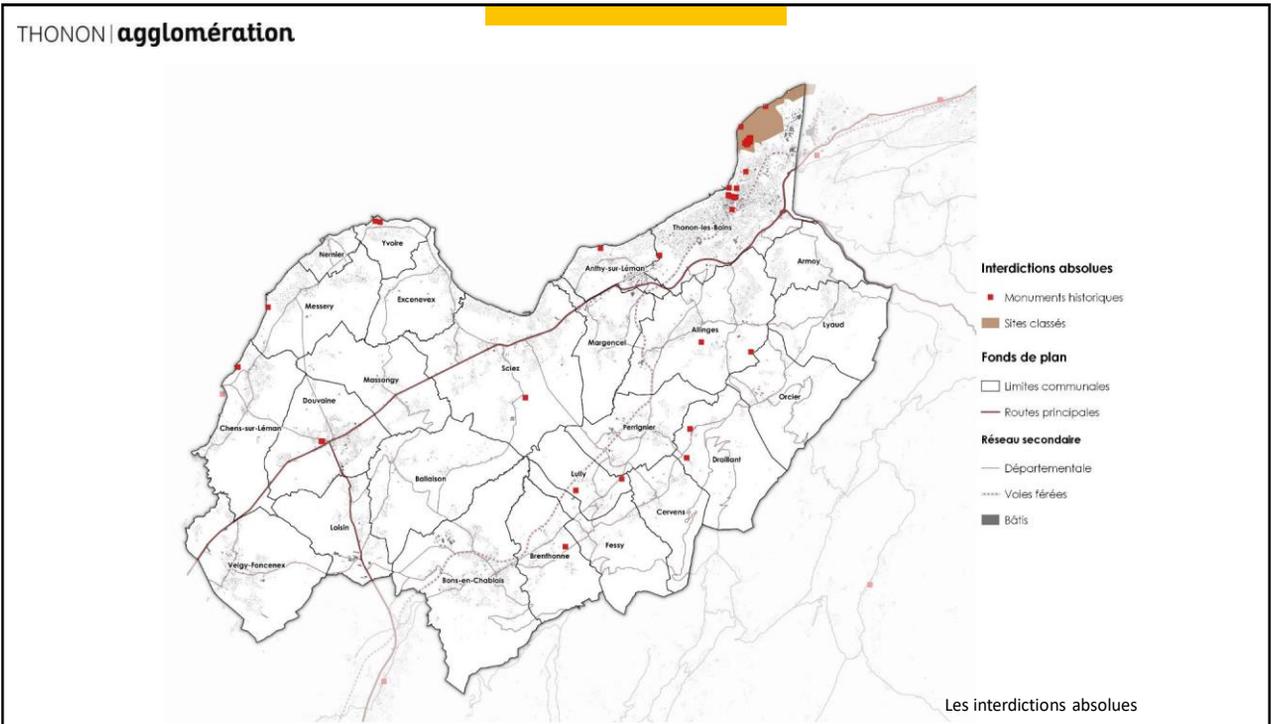
- **A croiser avec les limites communales et la démographie : le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération concernée :**

- Agglomération < 10 000 habitants
- Agglomération > 10 000 habitants
- Agglomération intégrée dans une unité urbaine > 100 000 habitants (INSEE)

10

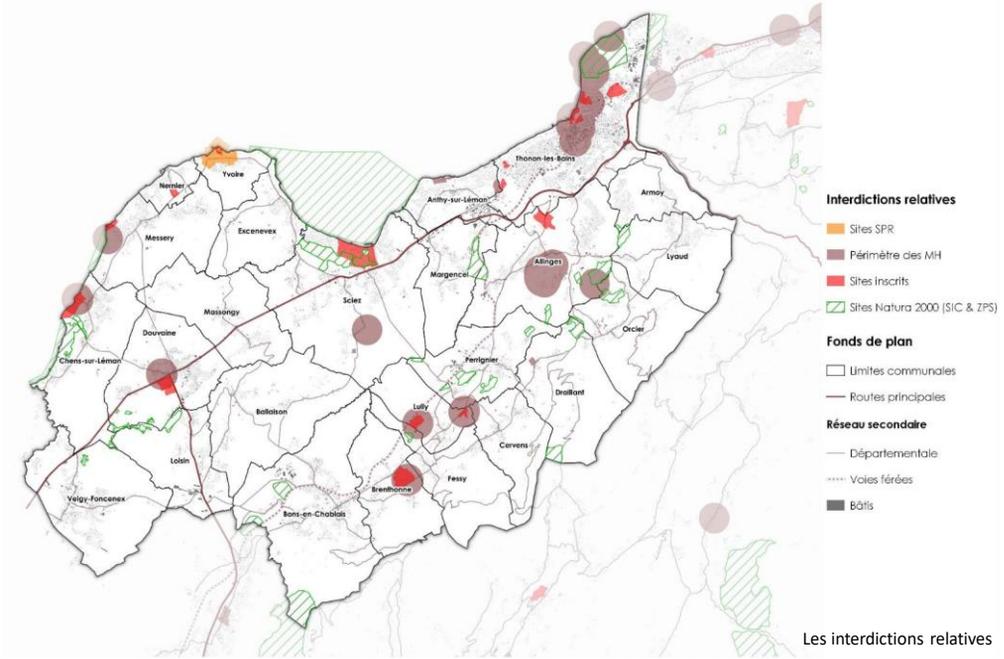


11



13

THONON | agglomération



14

_____ THONON
agglomération

Le RLPi

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

15

THONON | agglomération

- **Une 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, etc.
 - Lié à des volontés politiques : volonté de préservation forte, etc.
 - Lié à un non encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <1m², nouvelles technologies d'affichage, entre autres.
- **Une 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.).
- **Un 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 mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.

16

THONON | agglomération

- **Une nouvelle répartition des compétences : l'échelon intercommunal et communal :**
 - Thonon Agglomération est compétente pour l'élaboration.
 - 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.

17

____ THONON
agglomération

Diagnostic publicitaire et territorial

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

18



Publicités et pré-enseignes

Synthèse statistique

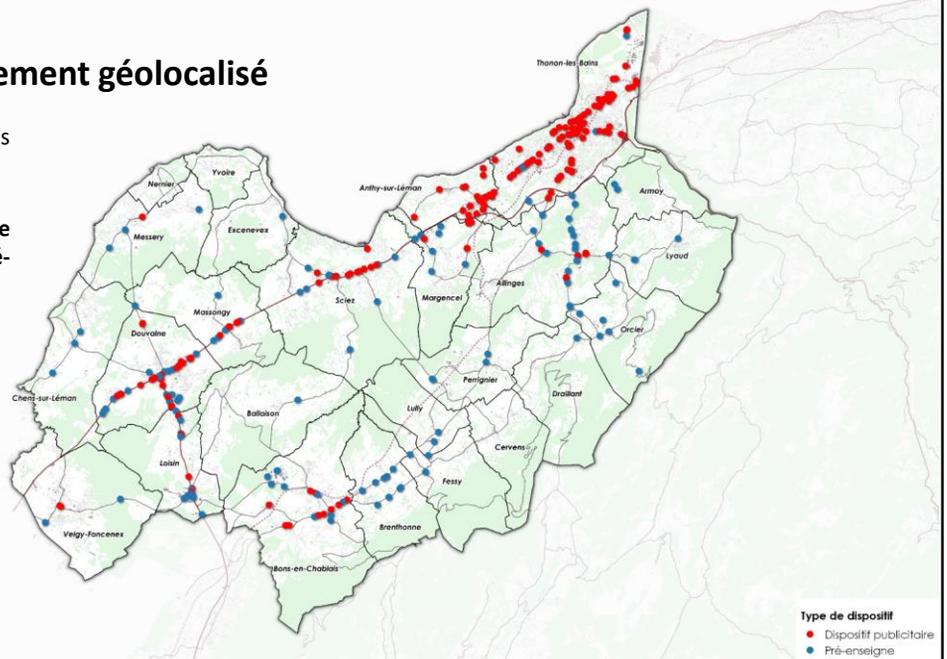
THONON | **agglomération**

19

THONON | agglomération

▶ Recensement géolocalisé

- **441** dispositifs recensés dont **20** lumineux
- Une répartition quasi égale entre **publicités** et **pré-enseignes** (51,9% / 47,6%)

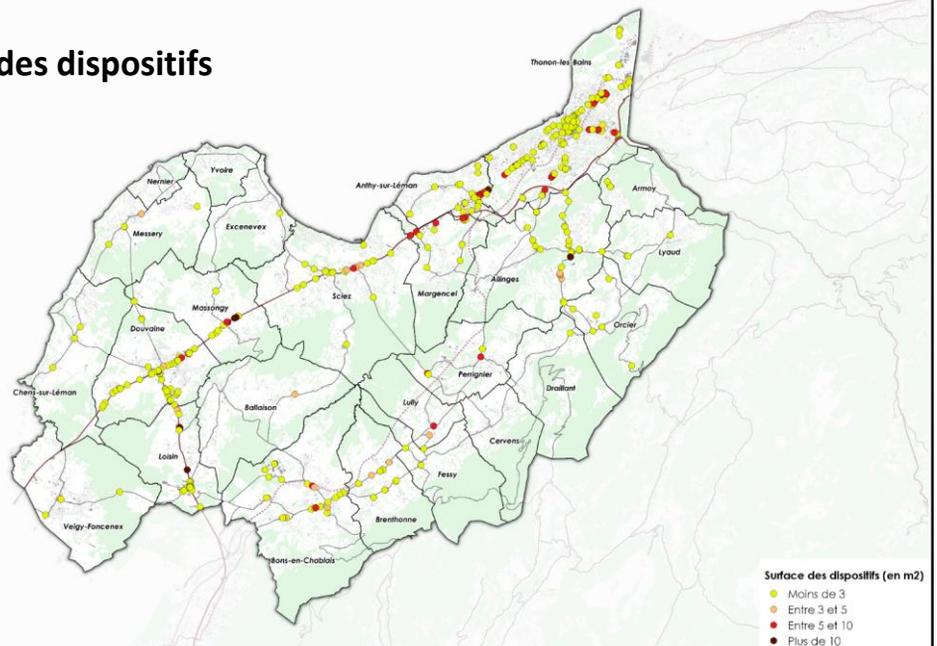


20

THONON | agglomération

▶ Surface des dispositifs

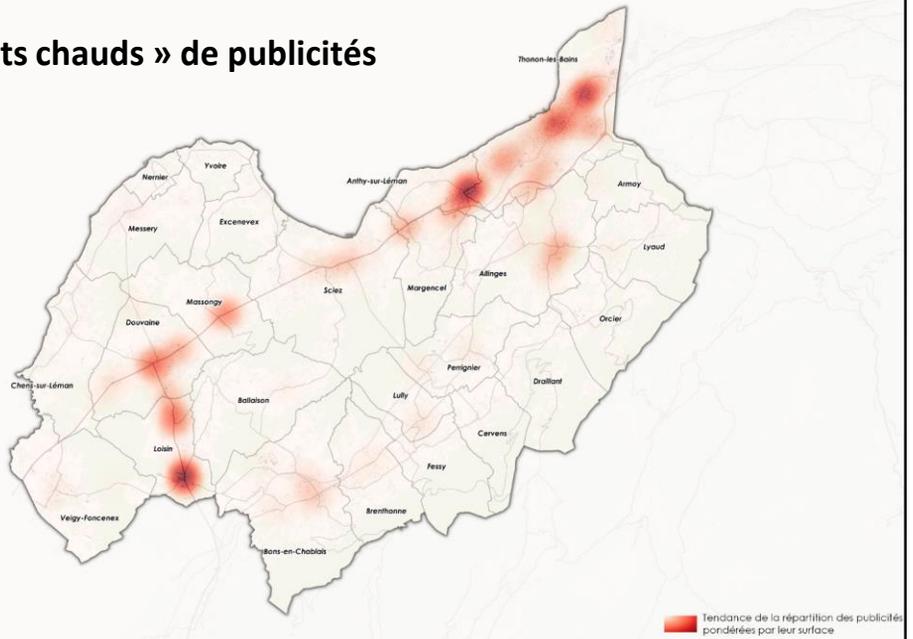
- **2,86 m²** de surface moyenne (tous dispositifs confondus).
- Une **majorité de petits dispositifs** (79,4%) qui s'explique par une part importante de mobilier urbain et de pré-enseignes.



21

▶ Les « points chauds » de publicités

- Les axes routiers majeurs (RD1206, RD1005)
- Les zones d'activités économiques et commerciales
- Les traversées de cœurs urbains (qui correspondent également à des carrefours routiers stratégiques)



22

▶ Mise en conformité au regard du RNP

(en faisant abstraction des règles locales édictées par les 5 RLP en vigueur) :

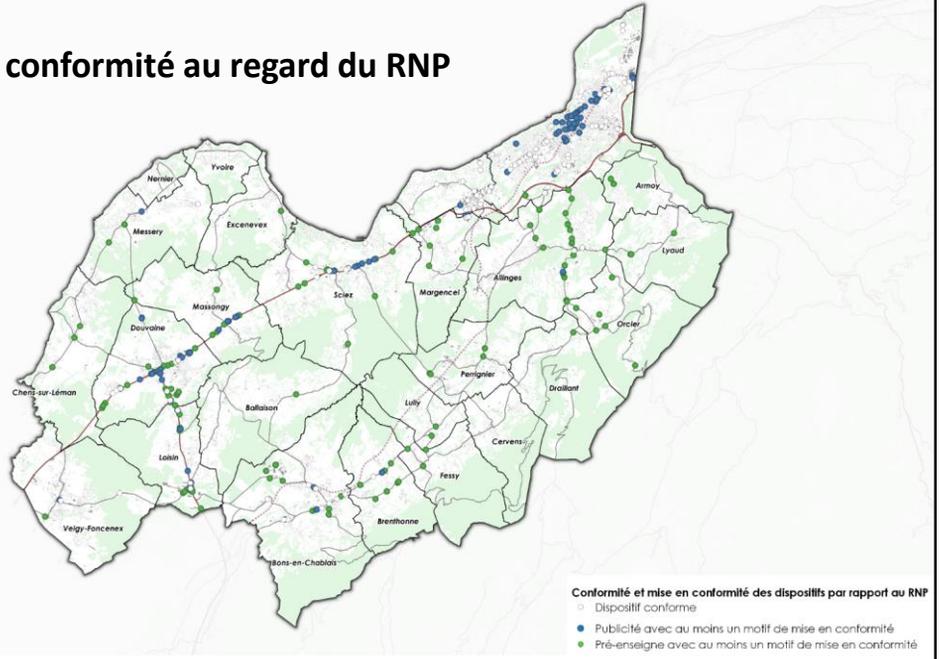
- **68 % des dispositifs ont au moins un (souvent entre 1 et 2) motif de mise en conformité à effectuer avec le RNP.**

Explications principales :

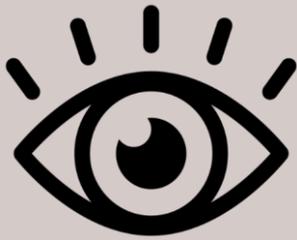
- Des dispositifs localisés **hors agglomération** ;
- Des dispositifs **au sol**, notamment des pré-enseignes, dans des **agglomérations < 10 000 hab.** ;
- Des formats **muraux > 4m²** dans des **agglomérations < 10 000 hab.** ;
- Des dispositifs localisés dans des **périmètres d'interdiction relative** (de type monument historique, etc.).

23

▶ Mise en conformité au regard du RNP



24



Publicités et pré-enseignes

Approche sensible

25

► Un territoire entre lac et montagne, globalement préservé de l'affichage publicitaire ...

Lié à une **forte exigence du RNP** pour ce profil de territoire en majorité rural, ainsi qu'aux **vagues de mise en conformité** récemment engagées (Thonon, Sciez, Loisin, ...).



Vue sur le lac Léman depuis Excenevex, une vue « courante » pour le territoire, D25



L'arrière Pays Chablaisien au Lyaud

26

► Des cœurs de vie où l'affichage correspond aux morphologies urbaines et aux usages ...

Le **mobiliers urbains « petit format »** (2 m²) est **privilegié** en tant que support d'affichage, malgré quelques formats (8 m²) ou localisations plus impactantes (Place des Arts à Thonon).



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



Mobilier urbain « grand format » à Thonon le long de la D2005



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

27

► Des problématiques d'affichage liées au tourisme et au profil rural de certaines communes ...

Une **signalisation** des **activités de loisirs** ou d'**événements** parfois **peu qualitative**.



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



Pré-enseigne signalant une manifestation temporaire à Cervens

28

► Des vitrines du territoire à repenser au regard des pratiques d'affichage extérieur ...

Certains **axes** (D2005 par exemple) ou des **zones d'activités** concentrent des dispositifs (publicités, pré-enseignes ou enseignes au sol, publicités sur clôture, publicités murales vieillissantes, entre autres) et dessinent des **entrées de ville peu qualitatives**.



La clôture de publicités à Douvaine, RD 1206



Publicités murales à Loisin, D1206

29

▶ Des infractions au RNP qui impactent le paysage perçu ...

Mobilisation de clôtures non aveugles, pré-enseignes localisées hors agglomération ou sur des supports interdits.



Publicité sur clôture non aveugle à Thonon, ZAE de Vongy

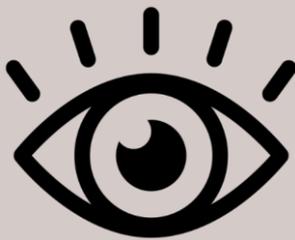


Pré-enseigne hors agglomération à Orcier



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

30



Enseignes

Approche sensible

31

THONON | agglomération

▶ Un territoire touristique de renommée

Des **dispositifs de qualité** et des **périmètres patrimoniaux mis en valeur** par l'affichage extérieur opéré.



Hôtel à Excenevex



Enseigne à Yvoire



Enseigne à Nernier

32

THONON | agglomération

▶ Des axes d'amélioration possibles ...

Intégration architecturale en dehors des espaces patrimoniaux ou touristiques, le long des axes, sur l'utilisation de certains dispositifs, entre autres.



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



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



Enseignes de type chevalets très hétérogènes à Yvoire

33

▶ Les zones d'activités comme points de concentration des enseignes et des infractions ...

Un impact visuel important de ces espaces souvent combinés à des entrées de ville : enseignes au sol en surnombre (drapeaux, sur pylônes, etc.). En parallèle, des **efforts en termes d'harmonisation des dispositifs réussis**.



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



Un effort d'harmonisation dans les enseignes en façade au sein de l'Espace Léman d'Anthy-sur-Léman

34

▶ Un besoin de visibilité dans l'arrière-pays chablaisien à encadrer ...

Quelques **enseignes au sol de format imposant** qui **contrastent** avec **l'ambiance naturelle** préservée.



Enseigne viticole pour qualitative à Ballaison



Enseigne pour un bar au Lyaud

35

▶ Une pression immobilière qui génère un affichage temporaire très prégnant dans le paysage ...

De nombreuses **enseignes de promotion immobilière** qui de par leur **nombre** et leur **format** contrastent avec la qualité des espaces et des vues sur le paysage.



Thonon-les-Bains



Bons-en-Chablais

36



Diagnostic territorial

37



Diagnostic territorial

Contexte géographique et paysager

THONON | agglomération

38

THONON | agglomération

Contexte géographique et paysager de l'agglomération

Un cadre paysager remarquable

- ▶ Un territoire qui s'inscrit dans la **partie ouest du Chablais**, situé en partie septentrionale du massif alpin français ;
- ▶ Thonon Agglomération se situe entre le **lac Léman** bordant sa partie Nord et des **reliefs montagneux** sur ses parties Sud-Est et Est ;
- ▶ De vastes secteurs de plaines agricoles malgré une topographie du territoire variant entre **350 m et 900 m** d'altitude.

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des caractéristiques et ambiances paysagères variées à prendre en compte pour permettre une bonne intégration de l'affichage extérieur.



Contexte géographique de Thonon Agglomération, source: annexe, éléments de connaissance du territoire

39

Contexte géographique et paysager de l'agglomération

Zoom sur l'agglomération de Thonon

- ▶ Un développement important de la ville centre, néanmoins, un maintien de quelques coupures vertes par rapport aux nouveaux quartiers ;
- ▶ Des cœurs historiques et hameaux présentant un patrimoine naturel et bâti d'intérêt et de qualité ;
- ▶ Des perspectives visuelles à la fois sur le grand paysage de Thonon, sur le grand paysage du Chablais et sur le lac Léman ;
- ▶ Une urbanisation concentrée de manière linéaire le long de la côte et des axes routiers ;
- ▶ Des opérations publiques d'aménagement (plages, port de Rives) visant à restaurer la «qualité de la côte».



ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

- La préservation des vues sur le grand paysage pour la qualité du cadre de vie qu'elles offrent (rapports de covisibilités espaces urbains-espaces naturels)
- La préservation des coupures vertes localisées au sein d'ensembles urbanisés
- La maîtrise de l'affichage extérieur à proximité du Lac Léman pour conforter la qualité des espaces
- La préservation des noyaux patrimoniaux

40

Contexte géographique et paysager de l'agglomération

Zoom sur le Bas - Chablais

- ▶ S'articule autour d'une plaine de dépôts glaciaires allant des berges du Lac Léman au mont de Boisy et à la colline d'Allinges ;
- ▶ Plusieurs types de villages et hameaux identifiés (en bord de lac surplombant le lac, en plaine, sur les coteaux)
- ▶ Des perspectives visuelles à la fois sur le grand paysage du Chablais, sur le lac Léman et les montagnes ;

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

- La préservation des perspectives visuelles sur le grand paysage
- La maîtrise de l'affichage extérieur à proximité du Lac Léman pour conforter la qualité des espaces



41

Contexte géographique et paysager de l'agglomération

Zoom sur l'arrière-pays collinaire

- ▶ Un paysage de « pré-montagnes » (contreforts du Chablais) qui s'organise autour d'un chapelet de petites dépressions humides (vouas);
- ▶ Un paysage à caractère rural : des villages aux constructions traditionnelles dans la plaine et en pied de versant, des vergers, des châteaux visibles le long de la RD 903 et RD 35 ;
- ▶ Des perspectives visuelles à la fois sur le grand paysage du Chablais, sur le lac Léman et les montagnes ;
- ▶ Une urbanisation pavillonnaire qui banalise les paysages.

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

- La préservation des vues sur le grand paysage pour la qualité du cadre de vie qu'elles offrent
- La préservation d'une ambiance rurale et apaisée
- La préservation des noyaux historiques



L'arrière Pays Chablaisien au Lyaud (Source : Even Conseil)

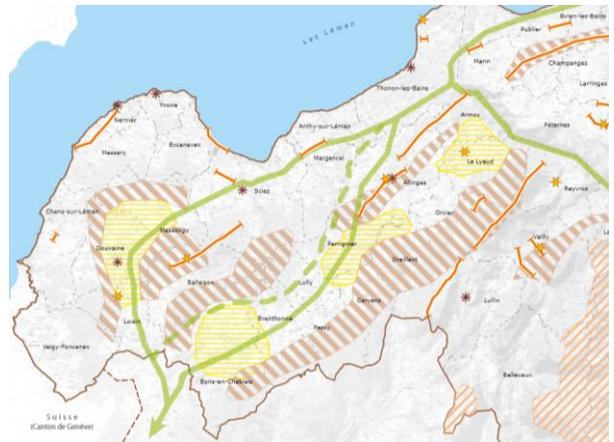
Contexte géographique et paysager de l'agglomération

Les entrées de territoire

- ▶ Des « axes vitrines » identifiés par le SCoT du Chablais

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

- Une démarche paysagère du SCoT à appuyer dans le RLPi en s'assurant de la qualité de l'affichage extérieur opéré aux abords des axes vitrines



Armature paysagère du territoire, source: SCOT du Chablais

Contexte patrimonial

Un patrimoine naturel reconnu, véritable atout touristique

- ▶ Un patrimoine géologique exceptionnel reconnu à l'échelle mondiale :

- **Massif préalpin du Chablais** intégré au réseau **géoparks mondiaux UNESCO** ;
- **Plus d'une vingtaine de géosites** emblématiques ou remarquables.

- ▶ Un territoire au bord du **Lac Léman**, entité naturelle exceptionnelle (écologique et paysager) ;



Lac Léman depuis Nernier (Source Even Conseil)

- ▶ De nombreux **sites naturels de plaines, collines et piémonts** d'intérêt écologique et paysager, parmi lesquels plusieurs réseaux de zones humides.



Réserve Naturelle du Delta de la Dranse

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des espaces à enjeux en termes de préservation du patrimoine naturel et paysager et d'image du territoire :

- *Espaces en agglomération : une attention à porter quant à la gestion de la publicité et des enseignes ;*
- *Espaces hors agglomération : réflexion quant à la gestion de l'impact visuel des enseignes (enseignes sur toitures, au sol).*

Contexte patrimonial

Un patrimoine bâti reconnu, véritable atout touristique

- ▶ Un patrimoine bâti et une architecture **identitaires**, témoins de l'histoire du territoire et des activités passées ;

- ▶ Une richesse qui participe au cadre de vie ;

- ▶ Un grand nombre de **patrimoines reconnus** (monuments historiques, sites classés et inscrits, Site Patrimonial remarquable)



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

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des espaces à enjeux forts en termes de lisibilité du patrimoine bâti : encadrement de la publicité et intégration architecturale des enseignes ;

→ Une attention à porter sur les portes d'entrées des centres historiques qui constituent des espaces de transition entre axes économiques et centres historiques.



Le centre d'Yvoire, Site Patrimonial Remarquable (Source : Even Conseil)



Diagnostic territorial

Contexte économique

THONON | agglomération

46

THONON | agglomération

La structure économique du territoire

- ▶ Une économie tournée vers **l'économie présentielle** regroupant à la fois les activités relatives à **l'économie résidentielle** et celles en lien avec **l'économie touristique** ;
- ▶ Le secteur du **commerce** est le **premier employeur du territoire** devant l'industrie ;
- ▶ Un **tissu économique et artisanal** caractérisé par une surreprésentation de petits employeurs et une **forte dynamique entrepreneuriale** ;
- ▶ **L'agriculture, la sylviculture et la pêche** sont présents sur le territoire (*plusieurs labels AOP, AOC, IGP sur le territoire, présence d'une filière bois-énergie, ressources piscicoles...*) mais représentent **un poids faible** dans l'économie du territoire.

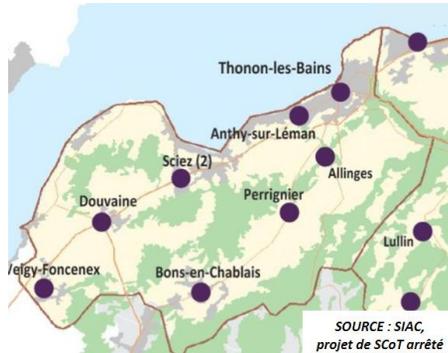
ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ *Des activités économiques diversifiées qui nécessitent des besoins de visibilité différents*

47

Les zones d'activités économiques

- ▶ Un territoire **bien équipé** en zones d'activités économiques, positionnées en majorité le long des axes routiers structurants (RD 1005, RD 1206, RD 903) ;



SOURCE : SIAC, projet de SCoT arrêté
Localisation des centralités commerciales identifiées sur le territoire



Espace Léman



Dispositif numérique à Douvaine

Exemples de dispositifs rencontrés sur ces zones

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des espaces économiques dont l'envergure s'organise à plusieurs échelles au sein de tissus urbains ou naturels : un enjeu de taille pour l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux particularités locales tout en garantissant la visibilité des activités

→ Des localisations le long des axes routiers (ouest-est) des zones d'activités qui « fracturent » le territoire, fractures que l'affichage extérieur ne doit pas accentuer

Le tourisme

- ▶ Un **patrimoine naturel et paysager exceptionnel**, accompagné d'une identité historique issue de son passé géologique reconnue via le label « **Géoparc mondial de l'UNESCO** » comme véritable **support d'attractivité touristique** ;
- ▶ Une **offre touristique principalement tournée vers le lac Léman** (balnéaire, nautique, thermalisme..) qui tend à se **diversifier** (itinéraires cylo et VTT, de randonnée, activités culturelles...) ;



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



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

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ La qualité de la signalisation des activités touristiques (activités sportives, restaurants, hôtels, campings,...) pour conforter l'image de marque du territoire



Diagnostic territorial

Mobilité

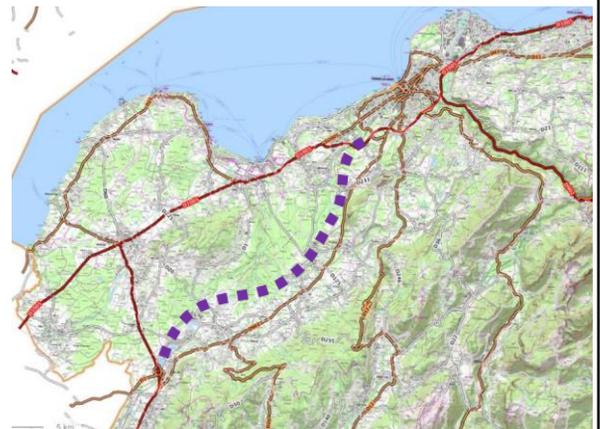
THONON | agglomération

50

THONON | agglomération

Le réseau viaire

- ▶ Une **mobilité qui s'accroît** sur le territoire (déplacements de transit ou déplacements locaux) ;
- ▶ **L'usage de la voiture individuelle est très majoritaire** sur le territoire et l'offre en TC est peu attractive
- ▶ Un réseau de routes départementales structurantes dont les plus importantes sont :
 - La RD 1005 (entre Douvaine et Thonon-les-Bains) ;
 - La RD 1206 ;
 - La RD 25 ;
 - La RD 903 (entre Machilly et Thonon-les-Bains).



Réseau routier sur le territoire, source: géoportail

Tracé du projet autoroutier Machilly-Thonon

51

Le réseau viaire

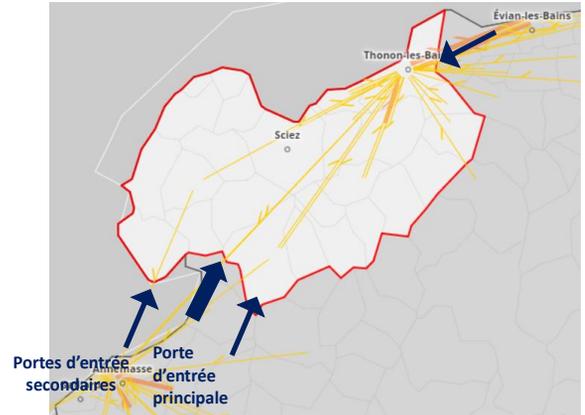
Les entrées de territoire

- ▶ Des entrées de territoire concentrées vers l'ouest
- ▶ Focus sur la RD 1005 :
 - La porte d'entrée principale du territoire (24 000 véhicules/jour aux heures de pointe*)
 - Un axe frontalier avec la Suisse
 - Les principaux pôles économiques situés le long de cet axe (Espace Léman, Pôle Industriel et commercial de Publier, ZAE de Vongy)

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des entrées de territoire offrant une forte audience qui constituent des secteurs d'implantation privilégiés pour la publicité (particulièrement la RD 1005)

→ La valorisation de la qualité paysagère de ces axes tout en prenant en compte les enjeux économiques qu'ils reflètent



Flux domicile – lieu de travail 2016, source : INSEE

*Comptage routiers 2017, source : inforoute74

52

Le réseau viaire

Les entrées de villes

- ▶ Les RD 1005, RD 903 et RD 1206 sont les principaux axes de traversée du territoire



Entrée de ville avec une toile de fond de paysage montagneux – Douvaine



Entrée dans Anthy-sur-Léman par l'Espace Léman où un traitement paysager des abords a été réalisé

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

→ Des axes qui traversent d'ouest en est la totalité du territoire et « donnent à voir » : une vigilance particulière à adopter quant à la qualité de l'affichage extérieur (cohérence avec les ambiances des tissus urbains traversés, identification de séquences sensibles, etc.)

53

Les autres réseaux et modes de déplacements

Une offre variée et efficace de transports en commun

- ▶ Thonon Agglomération est **Autorité Organisatrice des Transports** ;
- ▶ Le territoire est **desservi** par **un réseau de bus** défini à plusieurs échelles :
 - Transfrontalière (lignes Transalis et tpg) ;
 - Interurbaine (lignes LIHSA) ;
 - Urbaine (Thonon-les-Bains et communes limitrophes).

Un réseau de bus dont la couverture spatiale est en adéquation avec les besoins, mais dont la fréquence et les horaires constituent des facteurs limitants de son utilisation

- ▶ Une **desserte du territoire** par la **voie ferrée Annemasse / Evian** ;
- ▶ Une **offre de transport lacustre** disponible depuis les ports de Thonon-les-Bains et Yvoire (lignes N1, N2 et N3)

Les modes doux

- ▶ Un **réseau cyclable encore peu développé** du fait des conditions géographiques, urbaines et topographiques.



Extrait du plan du réseau BUT, source : site internet du réseau BUT

54

Les autres réseaux et modes de déplacements

Les projets

- ▶ **5 projets structurants** :
 - La mise en service de la **liaison autoroutière Machilly-Thonon** ;
 - L'ouverture de la **liaison ferroviaire franco-suisse Cornavin – Eaux Vives – Annemasse (CEVA)** et développement du **réseau express régional (RER)** qui offrira une **liaison rapide entre Thonon-les-Bains et Genève Centre** (Ligne L1 Léman Express) ;
 - Le **renforcement du rôle intermodal des pôles gares** de Thonon, Perrignier et Bons-en-Chablais ainsi que des **graes lacustres** de Thonon et Yvoire ;
 - La **ligne de bus transfrontalière THNS (Transport à Haut Niveau de Service) sur la RD 1005** entre Thonon-les-Bains et la gare routière de Genève ;
 - La **future Véloroute – Voie Verte « Sud Léman »** (certains tronçons sont déjà en service) entre Chens-sur-Léman et Saint-Gingolph, **artère majeur du réseau cyclable du Chablais**.



Source : annexe, éléments de connaissance du territoire

ENJEUX AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTÉRIEUR

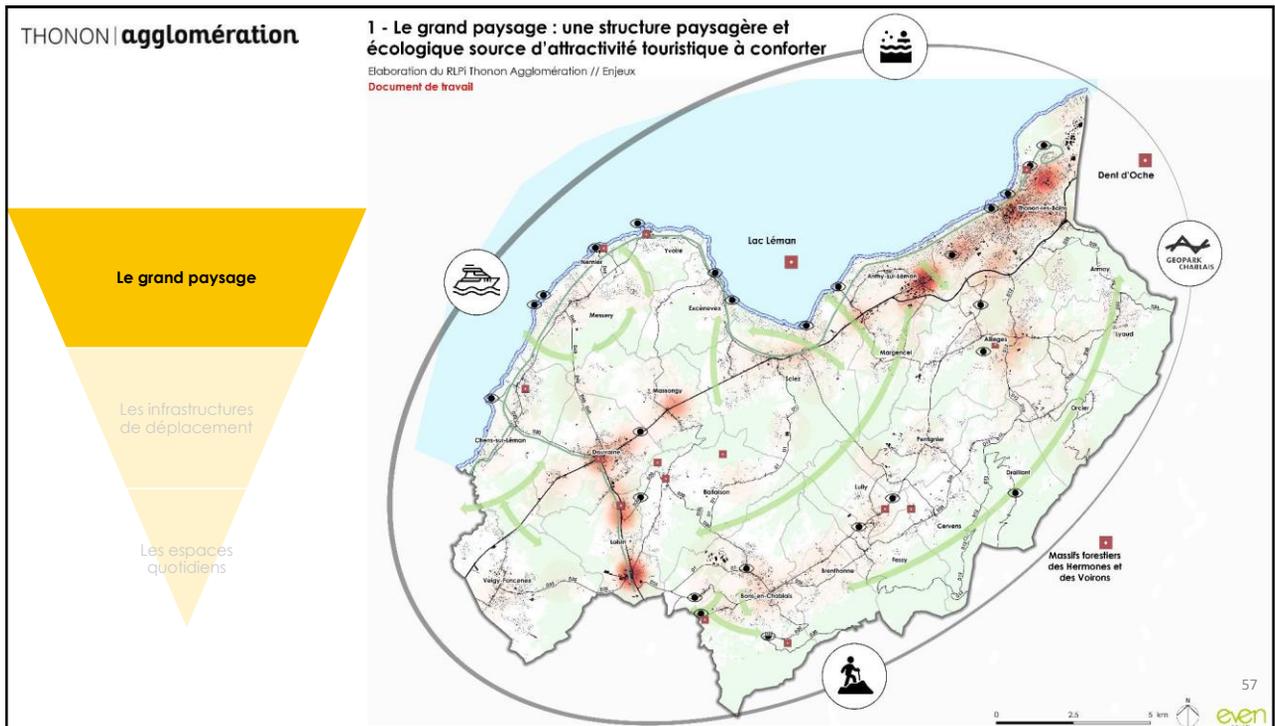
- Un encadrement publicitaire qui doit :
 - Veiller à adopter le rapport d'échelle des affichages en fonction du public visé (piéton, cycliste, réseau de transport en commun, automobiliste...);
 - Anticiper les projets en cours et futurs en matière de mobilités dans les réflexions d'affichage publicitaire.

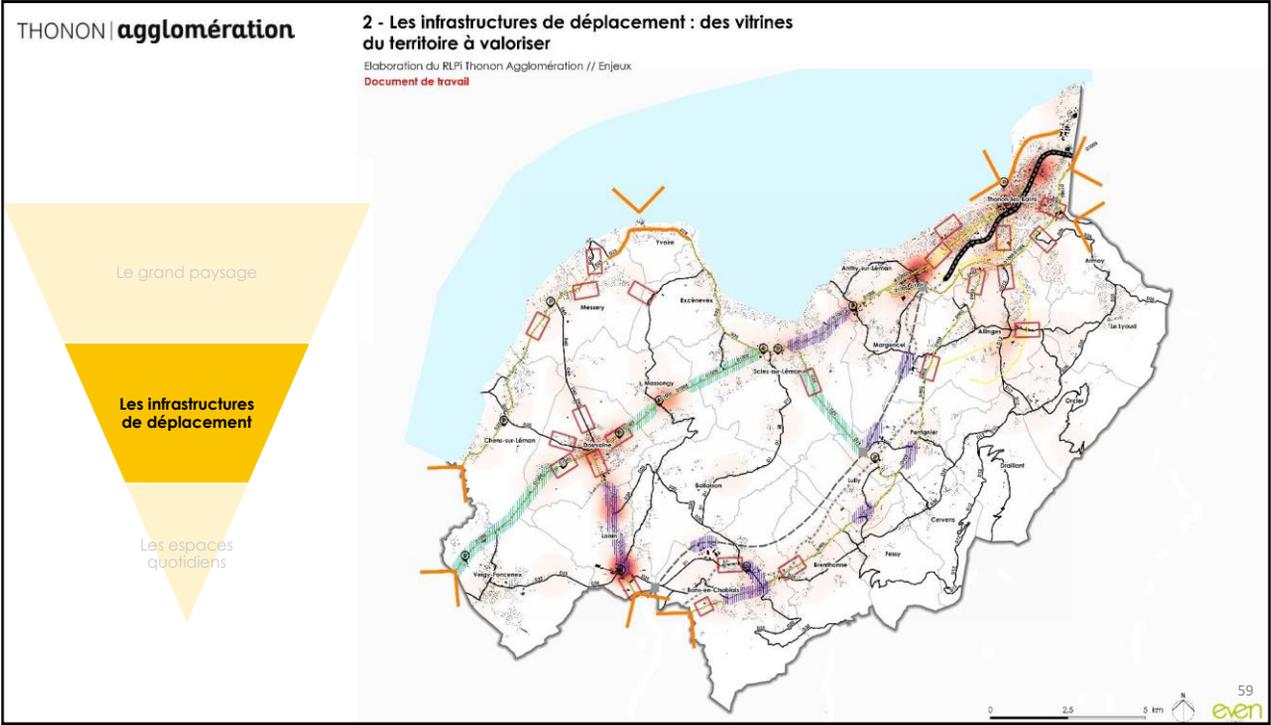
55

THONON agglomération

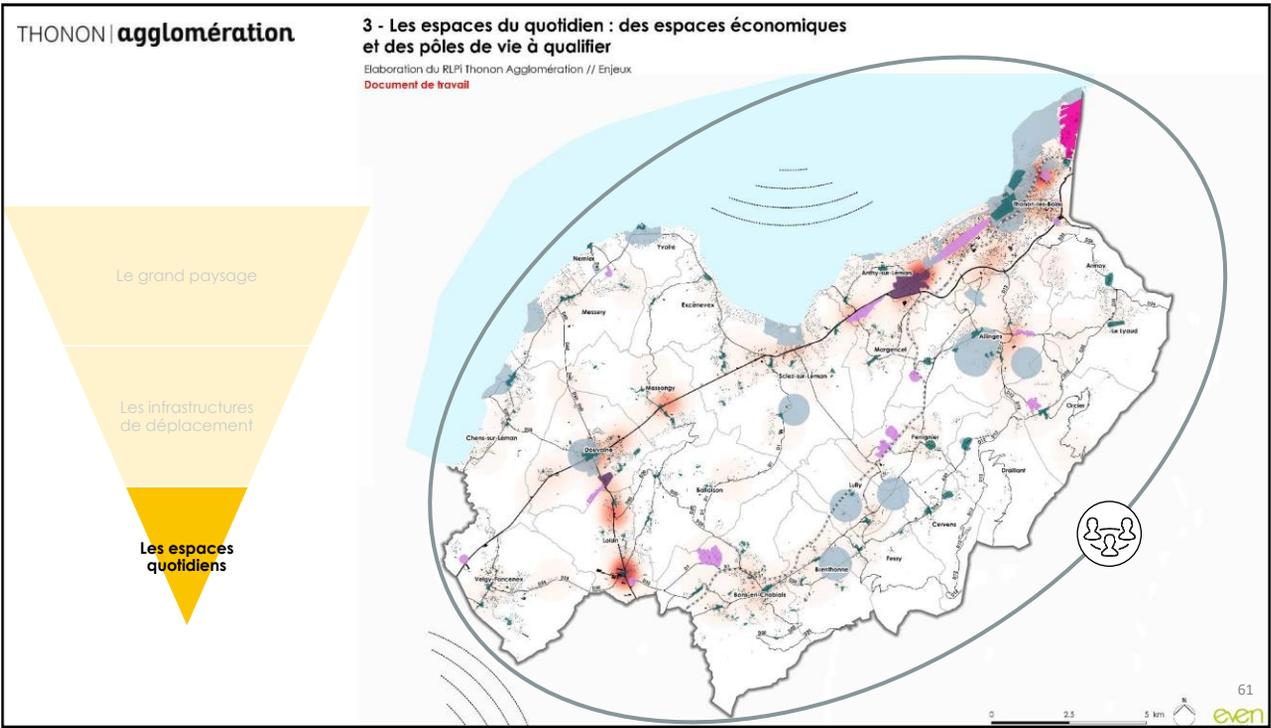
Quels enjeux sur le territoire ?

Des enjeux publicitaires exprimés à travers trois échelles de paysage





59



61

Les orientations

Proposition de projet politique
 d'encadrement de l'affichage extérieur

63

▶ Proposition de trame des orientations :

1 ORIENTATION GÉNÉRALE

+ 2 orientations thématiques transversales + 2 orientations sectorielles



64

64

► Orientation générale – Préserver/respecter la qualité et la diversité des paysages



- Préserver les qualités paysagères du territoire, tout particulièrement dans les secteurs sensibles, ainsi que les éléments d'intérêt patrimonial (centres historiques, paysages lacustres, trames vertes et bleues ainsi que la trame noire).
- Préserver les vues emblématiques sur le grand paysage (lac et montagnes), ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité.
- Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence : limiter l'impact visuel des dispositifs.
- Assurer la visibilité des activités touristiques et de promotion du terroir de manière intégrée et qualitative.

Réponses règlementaires possibles

- Zonage reprenant les spécificités paysagères et identifier les cônes de vues
- Limiter le format, la densité des dispositifs
- Uniformiser la dimension des dispositifs muraux pour faciliter les transitions entre les agglomérations de plus et moins de 10 000 habitants
- Encadrer la qualité des dispositifs : hauteur, moulure, lumière, absence d'accessoire disgracieux...
- Encadrer, harmoniser les pré-enseignes dérogatoires

65

65

► Orientation sectorielle - Maîtriser l'image du territoire à travers ses espaces-vitrines ou de découverte



- Veiller à la qualité des entrées de villes et d'agglomération en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur.
 - Hiérarchiser les perceptions en entrées de ville.
 - Privilégier une implantation des enseignes en façade.
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs (RD1005, RD1206, RD903, RD35), et tout particulièrement des séquences commerciales, en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées :
 - Anticiper le projet autoroutier Machilly-Thonon en tant que futur axe structurant de perception.
- Adapter les formats d'affichage à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées.
- Maintenir une faible densité de dispositifs et limiter leurs dimensions sur les itinéraires de promenade telle que la Vélo route Via-Rhône, à proximité d'espaces verts, de cours d'eau et de tout autre espace considéré comme source d'aménités (loisirs, détente, ressourcement, ...).
- Adapter l'affichage extérieur aux pôles multimodaux et leurs abords et de manière plus globale aux mobilités pratiquées au sein des espaces urbains et interurbains.

Réponses règlementaires possibles

- Zonage
- Limiter le format, la densité des dispositifs
- Mutualiser les pré-enseignes
- Encadrer les pré-enseigne/enseignes temporaires
- Exiger une qualité
- Maîtrise des enseignes en toiture

66

66

► Orientation sectorielle - Affirmer la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des espaces de vie



Améliorer la qualité des zones d'activités (commerciales, industrielles et artisanales) tout en assurant la lisibilité et l'attractivité des pôles économiques :

- Apaiser les zones d'activités économiques pour améliorer la lisibilité des paysages urbains et lacustres et la visibilité des activités en particulier au sein de l'Espace Léman et de la zone d'activités de Vongy/Thonon.
- Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes.
- Promouvoir la mutualisation des dispositifs, de façon adaptée aux tissus urbains et aux cibles visées.
- Favoriser l'application des chartes commerciales et le report d'information via des chartes signalétiques

Réponse réglementaire possible

- Limiter la densité d'enseignes en façade et le nombre d'information
- Ne pas multiplier les typologies de dispositifs d'enseigne (en façade, au sol, en drapeau...)
- Uniformiser les dimensions des enseignes notamment dans le cas de bâtiments regroupant plusieurs activités
- Limiter l'implantation au niveau des étages/hauteur d'apposition ;
- Rédaction de recommandations/bonnes pratiques à valeur pédagogique

67

67

► Orientation sectorielle - Affirmer la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des espaces de vie



Chevalets très hétérogènes à Yvoire



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



Thonon-les-Bains

- Préserver les monuments historiques et leurs écrins :
 - Positionner le mobilier urbain comme support publicitaire privilégié.
 - Proposer un traitement des enseignes adapté aux secteurs patrimoniaux et touristiques
- Mettre en cohérence le traitement de l'affichage extérieur avec la qualité et les ambiances des centres-villes/centres-bourgs :
 - Préserver le patrimoine bâti identitaire et ses abords de l'affichage publicitaire
 - Favoriser l'implantation d'enseignes de manière cohérente avec l'architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines
 - Conforter les ambiances apaisées en pérennisant les aménités paysagères qui siègent au sein des espaces urbains (zones d'habitats, espaces verts...) et en maîtrisant l'affichage lié aux opérations immobilières

Réponse réglementaire possible

- Réintroduction dans les périmètres d'interdiction relative
- Limiter le nombre et la typologie des enseignes et leur hauteur/leurs modalités d'implantations
- Renforcer la règle nationale de surface cumulée des enseignes en façade et de fait la vitrophanie
- Interdire (?) les dispositifs publicitaires sur façade dans les secteurs de centre historique
- Limiter les typologies autorisés : toiture??
- Qualité des dispositifs : hauteur, moulure, éclairage, implantation, lettrages évidés
- Encadrement des enseignes temporaires

68

68

► Orientation thématique - Prendre en compte les évolutions technologiques et réglementaires



➤ Œuvrer en faveur de la sobriété énergétique du territoire :

- Encadrer le recours aux dispositifs numériques sur l'ensemble du territoire.
- Encadrer l'éclairage des dispositifs en imposant une plage horaire d'extinction nocturne plus restrictive que le RNP.

➤ Préserver la trame noire et des espaces nocturnes apaisés, et concilier les enjeux de sécurité routière avec le développement des dispositifs lumineux.

Réponse réglementaire possible

- Augmentation de la plage horaire d'extinction nocturne
- Maîtrise des typologies d'éclairage
- Prohiber l'éclairage dans les zones apaisées/naturelles
- Limiter les dispositifs numériques au mobilier urbain

69

69

► Orientation thématique - Promouvoir une expression citoyenne et associative efficace et intégrée



➤ Veiller à la mise à disposition de dispositifs permettant l'expression citoyenne dans l'ensemble du territoire.

➤ Introduire des modes d'affichage d'expression citoyenne avec un format défini et harmonisé à l'échelle de Thonon Agglo pour faciliter l'identification de ce type de support.

➤ Favoriser un accès aisé et sécurisé des dispositifs.

Réponse réglementaire possible

- Réintroduction dans les périmètres d'interdiction relative
- Définition de gabarits, d'une ligne graphique à l'échelle communautaire
- Travail en amont avec les communes sur la localisation

70

70

____ THONON
agglomération

Règlement Local de Publicité intercommunal

Réunion PPA – 21 Janvier 2021

Diagnostic - orientations

even
CONSEIL