

**ELABORATION DU  
REGLEMENTATION LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)  
ATELIER ACTEURS PROFESSIONNELS ET ASSOCIATIFS DU 4 FEVRIER 2021**

**■ LISTE DES PARTICIPANTS**

Prénom / Nom	ANIMATEURS / THONON AGGLOMERATION
<b>Christophe SONGEON</b>	THONON-AGGLOMERATION : 1er vice-président en charge de la politique de l'aménagement du territoire, du cadre de vie et de la stratégie foncière
<b>Valérie BOULLET</b>	THONON-AGGLOMERATION, Service urbanisme : Chargée de mission RLPi
<b>Laurence HERRMANN</b>	Cheffe de projet, bureau d'études EVEN Conseil
Prénom / Nom	ASSOCIATIONS
<b>Jean-Pierre JACQUIER</b>	Association FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT (FNE)
<b>Odile Martin-COCHET</b>	Collectif RALLUMONS LES ETOILES
<b>Françoise MOUY</b>	
<b>Clément LAY</b>	
<b>Jean-Marc BREARD</b>	
<b>Geneviève FILIPUTTI</b>	Association PAYSAGES DE FRANCE
<b>Olivier ANTOINE</b>	
<b>Nicolas SERVAS</b>	
<b>Pierre-Jean DELAHOUSSE</b>	
Prénom / Nom	ACTEURS ECONOMIQUES
<b>Philippe BAINIER</b>	Commerçant / Agence économique du Chablais
<b>Yvan LAMOURETTE</b>	Commerçant / Agence économique du Chablais
<b>Denis BEL</b>	Commerçant / Association Vongy Activités
Prénom / Nom	PROFESSIONNELS DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR
<b>Dominique KLEIBER</b>	Société CLEAR CHANNEL FRANCE
<b>Yves LAPANDERY</b>	
<b>Frédéric CHAIGNAUD</b>	Société JC DECAUX
<b>Charles CHAMPALBERT</b>	
<b>Julie MICHEL</b>	Société GIROD MEDIAS

**■ INTRODUCTION DE L’ATELIER**

- Présentation des animateurs et mot de bienvenue de Monsieur SONGEON, vice-président de Thonon-Agglomération.

- **Préambule sur le déroulement de cet atelier et ses « règles du jeu » :**
  - Sur la trentaine de personnes qui se sont déclarées intéressées à cet atelier, près d'une vingtaine participent aujourd'hui, qui se répartissent de façon assez équilibrée entre : associations / acteurs économiques / professionnels de l'affichage extérieur.
  - Les contraintes imposées par la crise sanitaire imposent l'organisation de cet atelier en mode « distanciel », qui ne pénalise en rien le débat, puisque chacun a la possibilité de s'exprimer et d'échanger, soit oralement après avoir « levé » la main », soit par écrit, via le chat en direct, qui est lisible de tous.

Tous les participants sont identifiés (même s'ils ont le choix de ne pas activer leur caméra) et il est important que chacun ait la possibilité de s'exprimer, d'une façon ou d'une autre.

Mais pour éviter toute interférence, il est demandé à chacun de couper son micro dans l'attente que la parole orale leur soit donnée sur demande.
  - **Après un temps de présentation nécessaire** pour que tous puissent bénéficier du même niveau d'information, **la seconde partie de cet atelier consistera en une « mise en situation », invitant les participants à interagir à l'appui de photos.**
  
- **Monsieur SONGEON** rappelle le rôle de l'agglomération et la démarche l'élaboration du RLPi :
  - La procédure d'élaboration du RLPi, engagée en 2019, est pilotée par Thonon-Agglomération qui est compétente en matière d'élaboration des documents d'urbanisme.
  - Le RLPi constituera le premier document réglementaire à l'échelle du territoire de l'agglomération.
  - Les études et la constitution du dossier ont été confiées à des bureaux experts en matière d'inventaire et de réglementation de l'affichage extérieur.
  - Le projet de RLPi est co-construit avec les 25 communes membres de l'agglomération, par différents moyens de collaboration.
  - Il est élaboré également en concertation, avec les habitants, associations, ainsi qu'avec les acteurs économiques locaux et les professionnels de l'affichage. Dans le cadre de cette concertation, il s'agit d'informer, échanger, débattre, et ce pendant toute la durée de l'élaboration du projet.

Dans ce cadre sont prévus notamment :

    - 2 ateliers avec les acteurs locaux et les associations.
    - 2 réunions publiques.
    - Des documents, ainsi qu'un formulaire en ligne sur le site de Thonon Agglo.
    - Des dossiers d'information et registres de concertation en mairies.
  - Le calendrier prévisionnel de la démarche prévoit un arrêt du projet de RLPi cet été, et son approbation finale vers la fin du 1<sup>er</sup> trimestre 2022 (après consultation des personnes publiques, enquête publique, et modifications éventuelles du projet).

## ■ **RAPPEL SUR LE CADRE GENERAL : le Règlement National de Publicité (RNP)**

---

(voir le diaporama)

Mme. HERMANN rappelle le cadre du règlement national de publicité (RNP) :

- Les dispositifs qu'il encadre : Enseignes / Pré-enseignes / Publicités.
- Les paramètres encadrés par la réglementation (forme, surface, hauteur, nombre, typologie des supports, mode d'éclairage des dispositifs lumineux), et ceux qu'elle n'encadre pas (couleur, contenu du message).
- Les dispositifs qui ne relèvent pas de la réglementation de la publicité : Signalisation d'Information Locale (SIL), Relais d'Information Service (RIS), panneaux lumineux de ville, charte commerciale communale, charte signalétique, dispositifs localisés à l'intérieur d'un local, la publicité sur véhicule (transport en commun, taxis, les véhicules personnels ou professionnels) lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires.
- Les principes généraux du RNP : L'interdiction de la publicité hors-agglomération (principe premier), les interdictions intangibles et celles auxquelles le RLPi pourrait déroger (interdictions dites « relatives »).

## ■ **LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE ET TERRITORIAL : Quelles perceptions, quels impacts de la publicité sur le territoire ?**

---

(voir le diaporama)

- **Etat des lieux statistiques** de la publicité sur le territoire.

L'inventaire des dispositifs (publicités et pré-enseignes), a été réalisé par une société spécialisée, au moyen d'un véhicule équipé d'une caméra sur le toit, qui a sillonné le territoire sur les principaux axes routiers, ainsi que les principales zones d'activités.

Il s'agit donc d'un inventaire géoréférencé.

- 441 dispositifs ont été recensés, dont 20 lumineux, avec une répartition quasi égale entre publicités et pré-enseignes (51,9% / 47,6%).
  - 68 % des dispositifs ont au moins un motif de mise en conformité à effectuer avec le RNP (abstraction faite des RLP en vigueur).
- **Approche sensible :**
    - Des publicités et des pré-enseignes.
    - Des enseignes.

### **ECHANGES /DEBATS :**

- **Sur la méthode d'inventaire :**

- *N'est-ce pas une lacune que de ne pas avoir inventorié également les enseignes ?*
  - ↳ *Il est difficile au plan logistique, et peu utile au final, de recenser les milliers d'enseignes du territoire, compte-tenu de leur nombre et du changement fréquent d'une partie*

*d'entre elles. Cette absence de comptabilisation est compensée par une approche « sensible », qui paraît plus opportune concernant les enseignes.*

- *Qu'en est-il du recensement de la publicité sur le mobilier urbain ?*

↳ *La base de données recensant l'ensemble des dispositifs publicitaires ne précise pas s'il s'agit de publicité accueillie à titre accessoire par du mobilier urbains ou non. Il est toutefois possible de retrouver l'information dans la mesure où chaque dispositif identifié a été pris en photo.*

- **Sur la « mise en conformité » des dispositifs :**

- *Pourquoi parle-t-on de mise en conformité pour des dispositifs en infraction qui doivent être supprimés ?*

↳ *La mise en conformité vise, soit à faire modifier des dispositifs (formats, ...), soit à les faire supprimer.*

- *Les publicités qui sont en infraction avec les réglementations actuellement en vigueur doivent être supprimées ou mises en conformité sans délai.*

- *Qui s'occupe de suivre ces mises en conformité, voire de sanctionner les contrevenants ? (Parallèle avec des règlements d'affichages publicitaires lumineux dans les villes, qui sont très peu appliqués par les maires auprès des commerçants) :*

↳ *Si Thonon Agglomération est compétente pour l'élaboration des documents d'urbanisme (et donc, du RLPi), l'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale à partir de l'approbation du RLPi. Il reviendra donc aux maires de le faire appliquer. A ce jour, seules 5 communes sont dotées d'une réglementation locale (RLP) plus ou moins ancienne, mais qu'elles doivent faire appliquer, comme c'est le cas notamment à Thonon. Sur les 20 autres communes de l'agglomération, en l'absence de RLP, c'est au Préfet qu'il revient d'exercer ce pouvoir de police (il l'a d'ailleurs fait sur la commune de Loisin).*

*Les RLP / RLPi sont des documents rétroactifs, qui entraînent dès leur publication, une obligation de :*

- *Mise en conformité des publicités/pré-enseignes existantes dans un délai de 2 ans ;*
- *Mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.*

- *Les professionnels de l'affichage eux-mêmes conviennent que de nombreux dispositifs sont encore en infraction avec la réglementation nationale, mais que d'importants efforts ont déjà été engagés par certains d'entre eux pour la mise en conformité de leur dispositif, notamment à Thonon, où un travail important a déjà été engagé par la Ville (pour l'application de son RLP), qui a fait procéder à la suppression de panneaux publicitaires. Cette mise en conformité a nécessité des investissements importants de la part des professionnels de l'affichage concernés, qu'ils espèrent ne pas voir remis en cause par le RLPi.*

↳ *Effectivement, il ne s'agit pas de remettre en cause toutes les dispositions du RLP de Thonon, mais bien de s'appuyer sur l'expérience acquise en matière réglementaire et de mise en œuvre du RLP de Thonon et des autres RLP communaux. Des échanges sont bien prévus avec les services municipaux pour vérifier ce qui fonctionne ... ou pas dans leur règlement, et ainsi s'en servir pour le RLPi, en particulier dans sa traduction réglementaire.*

- **Sur « l'approche sensible » du territoire :**

- *Il serait utile de connaître le ressenti des habitants de Thonon et environs sur les affichages publicitaires. Ce ressenti s'exprimerait mieux lors de réunions publiques que lors d'ateliers tels que celui d'aujourd'hui.*
  - ↳ *Effectivement, des réunions publiques sont prévues, dont une s'est déjà tenue le 26 novembre dernier. Dans le cadre du dispositif de concertation mise en place, la population des communes de Thonon Agglomération a la possibilité de s'informer et de s'exprimer.*
- *La place prise progressivement par la publicité extérieure est telle, que la plupart des gens se sont « habitués » et ne se questionnent plus.*

- **Sur l'utilité de l'affichage publicitaire extérieur : Des points de vue différents ...**

- *Le but de l'atelier de ce jour n'est pas d'opposer les « pro » et les « anti » publicités, mais d'offrir à chacun la possibilité d'exprimer des points de vue, susceptible d'aider les élus dans leurs réflexions et leurs décisions. L'enjeu d'un RLPi est bien de définir un équilibre entre les aspects paysagers et esthétiques et les besoins de visibilité des activités économiques, culturelles et associatives.*

*Le fait pour Thonon Agglomération de se doter d'un RLPi est un point positif, puisqu'un tel document réglementaire se doit d'être plus restrictif que la réglementation nationale, qui est très diversement appliquée sur le territoire des 20 communes non dotées d'un RLP.*

- *Une question de fond est posée, quant à savoir si l'affichage publicitaire tel qu'il est subi aujourd'hui est vraiment indispensable, à notre époque de transition écologique et d'accès à l'information par internet et les réseaux sociaux.*
- *L'argument habituel des annonceurs selon lequel la publicité par panneaux est indispensable à l'activité économique, est contestable à notre époque : La preuve en est dans les pays du nord (Suisse, Allemagne, Hollande, Danemark, Norvège, Suède...), moins impactés par l'affichage publicitaire, et où l'activité économique n'en est pas moins florissante.*
- *La publicité n'est pas un "code urbain", mais une pollution urbaine.*
- *Si des commerçants achètent des espaces publicitaires, c'est aussi parce qu'ils y trouvent un intérêt et une visibilité qu'ils n'ont pas ailleurs.*
- *L'usage d'internet, et en particulier de sites de géolocalisation (tels que Google map) est aussi vecteur de publicités « énergivores », et oriente encore plus fortement les choix des consommateurs qui, au final ne sont pas si « libres » que cela.*
  - ↳ *Certes, mais cet usage d'internet relève d'un choix personnel conscient (quitte à payer pour ne plus recevoir de publicités), alors que la publicité extérieure, elle, est subie (on ne peut y échapper).*
  - ↳ *Effectivement, Internet renseigne très facilement et rapidement sur la localisation d'une activité, mais quand il s'agit de s'y rendre (à pied ou en voiture), on peut avoir besoin d'un dispositif d'orientation à proximité (car Google n'est pas toujours suffisamment précis).*
- *Dans quels domaines le RLPi pourrait aller plus loin que la réglementation nationale par rapport à d'éventuelles spécificités locales ?*
  - ↳ *Via un zonage règlementaire se basant sur les caractéristiques de l'occupation du sol de Thonon Agglomération et un règlement spécifique à chaque zone identifiée, le RLPi peut venir adapter, nécessairement de manière plus stricte, certaines règles du Code*

de l'Environnement. Ce peut-être, par exemple, l'identification d'une zone littorale permettant de venir adapter les possibilités d'affichage extérieur au regard des enjeux paysagers en présence.

- Un RLPi ne peut être que plus restrictif que la réglementation nationale (RNP), certes, mais dans la mesure où il ne déroge pas à l'interdiction de publicités dans les lieux où la publicité est interdite par le RNP (lieux dits « d'interdictions relatives »).
- Pour certaines préconisations qui ne relèveraient pas du champ réglementaire de RLPi, celui-ci pourrait émettre des recommandations (complémentaires aux règles) mais qui n'auront qu'une valeur « pédagogique ».

Des chartes signalétiques ou des chartes d'enseignes peuvent être mise en place par les collectivités, comme l'ont fait certains territoires. Mais elles n'ont pas de valeur réglementaire et n'abordent, pour l'essentiel, que le côté « esthétique » et l'harmonisation des enseignes.

- Notre territoire est riche de sites et paysages extraordinaires, reconnus et protégés, et nous sommes très chanceux à cet égard. L'élaboration de ce RLPi est l'occasion pour les élus de « se serrer les coudes », en reconnaissance des qualités de ces paysages.

Les parlementaires pourraient être également interpellés sur la nécessité de « verdir » la réglementation nationale et de l'actualiser en fonction des besoins des populations aujourd'hui.

↳ La future loi « climat et résilience » devrait favoriser une diminution importante de la publicité

[Toutefois, l'application des dispositions législatives prévues, qui modifient le Code de l'environnement, reste conditionnée par la sortie de décrets].

↳ Quelle que soit la qualité de notre cadre de vie, on ne peut plus ignorer les grands enjeux environnementaux, et notamment ceux de la lutte contre les dérèglements climatiques ; ce qui passe, par une diminution très importante de la publicité.

#### - Sur la pollution lumineuse et les dispositifs numériques : Un enjeu fort reconnu ...

- Les enseignes numériques sont une problématique essentielle qu'il ne faut pas négliger, car si elles ne sont pas interdites, elles seront autorisées « de facto » par la réglementation nationale. Il faut anticiper cette lacune d'enseignes numériques, que l'on peut déplorer, même hors agglomération.

Les publicités numériques sont visuellement très agressives et fortement consommatrices d'énergie.

La plupart des RLP interdisent les enseignes numériques.

La réglementation imposant leur extinction entre 1 h. et 6 h. du matin n'est pas toujours appliquée.

- L'évènement « la nuit est belle » du 26 septembre 2019 a permis l'extinction d'une partie de l'éclairage public par les communes du Grand Genève : mais il ne s'est produit qu'une nuit sur 365, et n'a pas été suivi par les grandes enseignes commerciales, d'où provient une grande partie de la pollution lumineuse.
- La pollution lumineuse de nuit des publicités est un réel problème pour la biodiversité, dont il convient de se préoccuper sérieusement.
- L'enjeu de préservation de la nuit doit être inscrit dans le RLPi.

Les enseignes lumineuses étant des dispositifs publicitaires, il faut faire évoluer les RLP pour tenir compte de l'indispensable lutte contre la pollution lumineuse, avec une réglementation précise.

- ↳ *Cet enjeu transparait dans la délibération qui a prescrit l'élaboration du RLPi et précisé les objectifs à poursuivre, parmi lesquels : « Intégrer les enjeux environnementaux en matière de pollution lumineuse et de consommations énergétiques ».*
- ↳ *Le Code de l'environnement a reconnu cet enjeu, mais peu de décrets d'application sont venus préciser les articles législatifs issus de la loi Grenelle II de 2010.*

*Cependant, un arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses a précisé certaines choses en matière de temporalité (champ étendu à toutes les installations d'éclairage) et de prescriptions techniques.*
- *Au vu de certaines enseignes commerciales qui restent allumées toute la nuit (par exemple : Darty) : Le RLPi peut-il imposer à ces enseignes la mise en place des systèmes (horloges, ...) pour couper l'éclairage nocturne ?*
  - ↳ *Ces enseignes devraient être éteintes entre 1 h. et 6 h. du matin, mais la réglementation n'est pas appliquée.*
  - ↳ *Les dispositifs numériques peuvent être encadrés (notamment sur la plage horaire d'extinction nocturne), sous réserve de la jurisprudence, et sachant qu'ils ne peuvent pas être totalement interdits partout. En tout état de cause, les publicités numériques, qu'elles soient murales ou scellées au sol, sont interdites dans les communes de moins de 10 000 habitants (donc dans toutes les communes de l'agglomération, à l'exception de Thonon), ainsi que dans certains périmètres protégés.*
  - ↳ *Par ailleurs, il est possible de saisir le pouvoir de police du préfet (en attente de l'approbation du RLPi) ou du maire (en présence de RLP ou dès l'approbation du RLPi) pour faire respecter la réglementation en vigueur.*
- *Qu'en est-il des dispositifs lumineux dans des zones Natura 2000 (zones assez nombreuses à Thonon Agglo), où la préservation de la biodiversité est primordiale ?*
  - ↳ *Normalement, toute publicité est interdite hors agglomération et de surcroit, les zones Natura 2000 sont des secteurs identifiés par l'article L581-8 comme des sites où la publicité est interdite, mais de manière relative, puisqu'il est possible pour un RLP(i) de déroger à cette interdiction. Aussi, ces espaces bénéficient, au regard des possibilités d'affichage publicitaire, d'une protection assez stricte. Concernant les enseignes, elles sont soumises à la plage horaire d'extinction, fixée par le RNP de 1h à 6h, plage horaire pouvant être plus restrictive dans le cadre d'un RLP(i). Il est également possible au sein du RLP(i), de restreindre voire d'interdire dans ces secteurs à forts enjeux de biodiversité, les possibilités d'enseignes lumineuses. Par ailleurs, les enseignes installées dans les espaces visés par l'article L581-8 mentionnés précédemment sont soumises à autorisation préalable, sachant que, dès lors que le territoire est couvert par un RLP(i), toute enseigne, quel que soit le secteur concerné, est soumise à autorisation préalable. Ce régime permet ainsi de maîtriser dans une certaine mesure l'impact des enseignes, en particulier, lumineuses dans les secteurs sensibles comme les sites Natura 2000.*
  - ↳ *Par ailleurs, les publicités numériques sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.*
- *La question de l'intensité lumineuse et de l'usage de lampes à leds, en particulier des leds de couleur blanche fait débat.*

*Peut-on limiter la puissance d'éclairage de certains dispositifs ? ... Qui peuvent attirer le regard et aveugler l'automobiliste, et donc, être accidentogènes.*

↳ *Les Codes de l'Environnement et de la Route donnent déjà un cadre. Afin d'éviter les éblouissements, les publicités numériques doivent être équipées d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante et il est interdit de réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, d'éblouir les usagers des voies publiques, ou de solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. D'autre part, la taille et la hauteur des dispositifs numériques peuvent être limitées en fonction de la consommation énergétique. Toutefois, aucun arrêté ministériel n'est venu définir de seuil. De même, aucun arrêté n'est venu préciser de seuil maximal de luminance.*

## ■ LES ENJEUX DÉGAGÉS DU DIAGNOSTIC ET LES PREMIÈRES ORIENTATIONS

*(voir le diaporama)*

Les enjeux dégagés du diagnostic ont été formulés à travers trois échelles du paysage illustrées par trois cartes aux légendes problématisées :

- Le grand paysage : une structure paysagère et écologique, source d'attractivité touristique, à conforter.
- Les axes de déplacement : des vitrines du territoire à valoriser.
- Les espaces quotidiens : les espaces économiques et les pôles de vie à qualifier.

Les communes ont été appelées à contribuer à la définition et à la hiérarchisation de ces enjeux, qui ont fondé une première expression des orientations et des objectifs du RLPi.

Ces orientations seront prochainement soumises à débat au sein du Conseil Communautaire de Thonon Agglomération, ainsi que des Conseil Municipaux, puis à concertation avec la population.

## ■ MISES EN SITUATION A TRAVERS DES EXPERIENCES DU QUOTIDIEN

*(voir le diaporama)*

Les photos proposées visent à susciter des réactions sur ce qui plaît ou déplaît, sur ce qui est acceptable ou non, afin de :

- Mettre en exergue les enjeux communs ou propres à chaque acteur.
- Faire émerger des lieux à enjeux d'affichage ou de préservation.
- Faire ressortir des préconisations, des souhaits d'ambition de maîtrise de l'affichage extérieur.
- Donner des éléments d'aide à la décision pour la construction du projet et sa traduction réglementaire.

**ECHANGES / DEBATS :**

- **« J'arrive sur le territoire et je le traverse » ...**

- *Les panneaux implantés au bord de la RD 1005, à Veigy-Foncenex (à l'approche de la frontière), sont assez symptomatiques de dispositifs implantés illégalement, et qui heurtent véritablement la perception du paysage traversé.*
- *Hormis dans des villes telles que Thonon ou Sciez (qui appliquent leur RLP), il est important de rappeler, que les maires de l'agglomération commencent juste à prendre conscience que par le RLPi (qui clarifiera ce qui est autorisé, ou pas), ils vont pouvoir « prendre la main » et exercer leur pouvoir de police qui, pour l'instant, est encore du ressort du Préfet.*
- *Les panneaux publicitaires jalonnant les voies sont effectivement troublants pour l'automobiliste non seulement dans la perception du paysage traversé, mais aussi pour la sécurité de circulation.*

- **« Je me rends dans une entreprise en zone d'activités » ...**

- *Selon les ZAE concernées, les photos suscitent des impressions contrastées, quant au positionnement, au format, à l'esthétisme, voire à « l'extravagance » de certaines enseignes ou pré-enseignes. Certaines pratiques apparaissent « extrêmes ».*

*Certains bâtiments se distinguent par la sobriété et l'insertion de leurs enseignes, qui participent à la mise en valeur le bâtiment.*

*D'autres au contraire, ont un impact important dans le paysage proche ou lointain, et plus encore, lorsque leurs enseignes restent allumées la nuit (exemple : enseigne en toiture du bâtiment Saunier, à Margencel).*

↳ *Il s'agit néanmoins, d'offrir la possibilité des entreprises d'une ZAE d'être visibles, par des dispositifs de signalement raisonnés et raisonnables.*

*A cet égard, le déploiement d'une signalétique communautaire est à l'étude (au sein de Thonon Agglomération), pour harmoniser et mettre en cohérence les supports de signalétique des bâtiments, équipements et mobiliers communautaires, ainsi que des zones d'activités intercommunales. Cette signalétique mutualisée et harmonisée favorisera, à terme, une dédensification des pré-enseignes en particulier.*

- *Il y a lieu également de s'interroger sur l'éclairage des enseignes en ZAE, au regard notamment des enjeux de préservation de la trame noire.*
- *Quelle est la réglementation des totems que l'on peut voir à l'entrée de certains établissements ?*

↳ *Un totem est assimilé à une « enseigne au sol », qui répond à la réglementation nationale spécifique à ce dispositif, c'est-à-dire, une par activité. A ne pas confondre avec les « publicités scellées au sol », qui elles, sont interdites dans les communes.*

↳ *Une enseigne n'est pas forcément apposée sur le bâtiment ; elle peut être implantée sur l'assiette foncière de l'activité. Si par contre elle était située sur le domaine public limitrophe, par exemple, ce serait une pré-enseigne.*

- **« Je me déplace sans ma voiture » (à pied, en vélo, en transport en commun) ...**

**Le mobilier urbain** (abri-bus, « sucettes », ...) comme support de publicité (à forte audience pour les piétons) fait débat :

- Les publicités apposées sur les abris-bus peuvent être perçues comme gênante, voire anormales.
  - La vocation première d'un abri bus est de servir d'abri accueillant le public (et beaucoup plus accessoirement de porter de la publicité commerciale) : la partie la plus visible devant être destinée à de l'affichage municipal.
  - Les collectivités ne peuvent pas encourager l'affichage publicitaire au motif de percevoir des taxes et redevances pour équilibrer leurs budgets. Elles seraient alors juges et parties ...
  - Il ne semble pas normal que le domaine public, et notamment les trottoirs, soient « suroccupés » par de la publicité sur mobilier urbain (pas plus que les bus de transports publics). Leur positionnement à côté d'un espace vert « gâche » leur perception (en espérant que cette « négligence » ne soit pas volontaire). Il y a moyen d'être plus qualitatif en la matière, surtout à proximité d'espaces verts « de respiration ».
- ↳ Pour rappel, ce type de mobilier urbain doit contenir au moins une face d'information municipale à la population.
- Mais ... la publicité sur mobilier urbain (abribus, sucettes), ce sont aussi des taxes et redevances versées aux collectivités et des supports d'information de la population locale. Cette publicité finance la fourniture et l'entretien de ces abris.
  - Une « sucette publicitaire », qui coûte entre 2000 et 3 000 €, est aussi une source de revenus pour une commune.
  - Aujourd'hui, « tout le monde est contre » la publicité sur mobilier urbain : A quand une opposition aux messages diffusés par la collectivité ?
  - A la base, l'espace public est destiné aux habitants, aux citoyens, et financé par leurs impôts.
  - La publicité sur mobilier urbain (sur les trottoirs) est enjeu majeur : il est attendu des collectivités et des élus qu'ils aient une vraie volonté politique et deviennent exemplaires à cet égard, en n'allant pas à l'encontre de tout ce qu'il convient de faire au regard des enjeux environnementaux cruciaux d'aujourd'hui.

- **« Je fais découvrir le territoire à des amis... puis on va à la plage » ...**

- A l'exemple d'une photo prise hors agglomération (depuis la RD 903), certains panneaux de promotion immobilière plantés dans un champ n'ont rien à y faire, quel que soit le paysage naturel (emblématique, ou pas) figurant en arrière-plan. Cela fait des décennies que ce type de pratique « heurte » le regard de l'observateur.
  - Le surnombre et l'éclectisme des chevalets posés au sol devant un commerce (touristique en particulier), pose également question.
  - Thonon les Bains a su préserver des secteurs touristiques attractifs avec son RLP (port de Rives).
  - Sur les parasols publicitaires en zone touristique (littorale) : L'impact est plus ou moins important selon que ces parasols sont visibles d'une voie de circulation, d'un rond-point, ou depuis le lac ...
- ↳ Ils ne sont pas tous forcément choquants (d'autant qu'il s'agit de dispositifs saisonniers), et c'est au professionnel d'apprécier si ces parasols « valorisent » son activité, ou pas.

- ↳ Les parasols ne sont pas forcément totalement « offerts » par les marques.
- ↳ Il est important d'apprécier la co-visibilité d'un dispositif publicitaire avec un paysage, un point de vue emblématique (lac, montagne, colline, plaine ...).
- ↳ Certaines communes littorales ont déjà exprimé leurs préoccupations concernant la multiplication, sur les plages et autres espaces touristiques, des dispositifs publicitaires sur des supports variés (parasols, flammes, drapeaux, ...) en zones touristiques (plages, ...). L'enjeu perceptif peut être très variable, du fait de la diversité des paysages de notre territoire.
- ↳ A cet égard, un travail de hiérarchisation des enjeux a été mené en collaboration avec les communes, qui a débouché sur les trois cartes d'enjeux thématiques (présentées au début de l'atelier), au prisme du critère perceptif.
- ↳ Précision réglementaire : Les parasols supportant des marques des boissons vendues sur place, par exemple, sont assimilés à des « enseignes au sol ». Par contre un message publicitaire sur parasol, sans lien avec l'activité qui s'exerce sur place, est une « publicité ».
- ↳ Si les enjeux le justifient, il est tout à fait possible (de par la réglementation nationale), de limiter les messages ou enseignes sur les parasols, les stores en façade ainsi que sur les vitrines des commerces. Il est souhaitable de clarifier et de faire valoir les règles du jeu applicables en matière d'enseignes, en particulier auprès des commerçants touristiques ; ce qui éviterait peut-être également une surenchère d'installations sur les plages et autres espaces publics, et rétablira une concurrence plus équilibrée.
- ↳ Par ailleurs, si l'activité touristique se déroule sur le domaine public, une autorisation d'occupation du sol est de toute façon nécessaire.

#### - « J'organise une manifestation avec mon association » ...

**Concernant l'affichage temporaire, notamment pour des manifestations occasionnelles :**  
On relève de nombreux affichages « sauvages », mais qui sont tolérés.

- Certains dispositifs sont visiblement en infraction avec la réglementation nationale, même si cela fait partie du « folklore » et de la vie des communes.
  - Mais cela mériterait une gestion plus rationnelle et plus cohérente de ces pratiques, dont les modalités sont à trouver, en s'inspirant peut-être de ce qui a pu être fait sur d'autres territoires.
- ↳ S'agissant des pré-enseignes dérogatoires, la réglementation existe, en les limitant en nombre, en surfaces, et bien évidemment, après autorisation préalable du propriétaire (public ou privé).
  - ↳ Le RLPi peut « durcir » la réglementation nationale, notamment en précisant le temps d'affichage avant et après la date annoncée de la manifestation, ce qui permet de minimiser leur présence sur la durée.
  - ↳ Pour éviter certaines pratiques, il s'agit de privilégier des lieux et des supports communs permettant aux associations de pouvoir s'exprimer et de faire passer leurs messages, notamment via les panneaux d'affichage municipaux, parmi lesquels les panneaux électroniques.

- ↳ Ces panneaux électroniques municipaux font débat, dans la mesure où ils peuvent distraire l'automobiliste (de par leur luminosité), par des informations qui ne l'intéressent pas forcément.
- ↳ Ces panneaux ont néanmoins leur utilité, lorsqu'implantés le long de cheminements piétonniers ou d'aires de stationnement, d'autant qu'ils sont souvent associés à des applications gratuites pour smartphones, permettant à tous de se connecter à la commune concernée.
- ↳ En tout état de cause, les associations sont également de plus en plus présentes sur les réseaux sociaux, et communiquent déjà beaucoup par ces médias.

#### « Je fais mes courses dans une zone commerciale » ...

- Les photos révèlent des pratiques diverses, bonnes ou mauvaises ... , notamment en matière d'enseignes.
- Il faut se réinterroger sur ce qui est véritablement utile ou inutile à l'information dans une zone commerciale. Les chablaisiens connaissent bien la localisation des centres commerciaux et savent s'y rendre. Ceux qui ne connaissent pas le territoire peuvent s'orienter par d'autres moyens que l'affichage extérieur. Quoiqu'il en soit, une publicité bien faite doit être esthétique et ne pas « gâcher » le paysage.
- La plupart des zones commerciales sont « une horreur » et nous ne prêtons plus attention au « message » des nombreux affichages publicitaires : au final, « trop d'informations tue l'information » ...
- Tous ces panneaux publicitaires apparaissent désuets, d'un autre temps, et lorsqu'en plus les enseignes utilisent de l'énergie et polluent, il faut passer à autre chose ... Le public en serait reconnaissant.
- Si des efforts restent à faire, la taxe sur la publicité ne tient pas compte des améliorations faites par les professionnels : En effet, c'est la surface complète du bâtiment, et non la taille réelle de l'enseigne, qui sert de base au calcul de la taxe. N'oublions pas non plus, que la publicité est aussi une source de revenus ...
- Certaines pré-enseignes et enseignes ont malgré tout une utilité lorsqu'on se déplace en voiture.
- En zone d'activités, qu'elle soit artisanale ou commerciale, les publicités « agressent » le visiteur, qui n'a d'autre choix que de les subir, alors qu'entre certains bâtiments subsistent parfois certains points de vue « emblématiques » (sur la Dent d'Oche, sur le clocher d'une église, ...), qui peuvent être altérés par un panneau publicitaire, ou une enseigne en toiture. Il s'agirait donc de « faire sa révolution copernicienne » et tenir compte des possibilités offertes aujourd'hui par nos smartphones.
- Il faudrait interdire que les lettres des enseignes, même découpées, soient placées au-dessus des bâtiments (trop impactant).
- ↳ Concernant ces enseignes, la réglementation nationale impose un lettrage qui soit découpé. On peut n'autoriser les enseignes en toiture que dans certaines zones, les interdire dans certaines zones, limiter leur surface, réglementer la hauteur du lettrage.
- Certaines enseignes commerciales, telles que celle du supermarché Leclerc, sont en infraction (on voit les structures porteuses).
- En tant que commerçant et citoyen, on peut être ravi qu'il y ait moins de pré-enseignes à l'entrée des villes, et que des panneaux « 4X3 » aient été supprimés à Thonon, tout en redynamisant sa propre publicité par la suppression de bon nombre des dispositifs (pré-

enseignes, ...). Néanmoins, il reste nécessaire d'assurer la visibilité des commerces les plus récents, que la population ne connaît pas et ne localise pas encore, qui ne sont pas toujours géoréférencés. Les SIL (pré-enseignes sur réglettes) ne sont pas suffisantes pour assurer la lisibilité de ces nouvelles activités, et en particulier des petits commerces.

- Thonon Agglomération ne pourrait-elle pas accompagner les commerçants à ce sujet ? ... Quitte à la rémunérer pour les aider à réduire, supprimer ou remplacer les dispositifs les plus envahissants ?

↳ Suggestion intéressante, mais sans réponse possible pour l'instant ...

#### « Je fais mes courses en centre-ville » ...

- Certaines photos illustrent la surdensité des enseignes sur certains commerces tels que les tabac-presse.
- Certaines enseignes en centre-ville, comme à Thonon, sont assez choquantes, voire agressives : Elles détournent le regard et l'attention du visiteur, et participe à la banalisation du cadre urbain, aux dépens de son attrait architectural / historique. C'est quelque chose dont on n'a pas suffisamment conscience.
- Le RLPi peut-il contraindre à modifier les enseignes (et notamment la couleur) de grands groupes commerciaux, qui répondent souvent à une charte nationale imposée par ces groupes ?

↳ Dans certains territoires, de grands magasins (en l'occurrence Leroy Merlin) ont su adapter leur enseigne et l'ensemble de leur bâtiment, à l'appui d'un travail préalable d'insertion au cadre paysager. Mais cette approche est loin de se généraliser.

↳ Si les enseignes doivent être réglementées, il peut être difficile pour un RLPi d'imposer voire d'interdire des couleurs ou des matériaux. Cette problématique peut toutefois être intéressante à exploiter en particulier dans les espaces à enjeux patrimoniaux.

↳ Certains territoires se sont dotés d'une charte des enseignes qui peut venir compléter un RLP(i) et apporter une certaine cohérence globale (notamment dans des secteurs touristiques de montagne) ; mais une telle charte n'a pas de force réglementaire (il s'agit plutôt d'un document pédagogique, d'un guide de bonnes pratiques).

- L'éclairage des stations de carburant (et des totems affichant les prix) est à aborder dans le RLPi, et devraient être soumises à une extinction nocturne, d'autant plus si les communes éteignent l'éclairage public.
- En centre-ville ou centre-bourg, il conviendrait de limiter le nombre de chevalets posés au sol, ainsi que leur hauteur et leur surface, qui empiètent bien souvent sur les espaces piétonniers.
- La hauteur des enseignes en façades au centre-ville de Thonon fait débat (à l'image de l'enseigne Casino) : D'après les règles du PLU de Thonon, les enseignes ne devraient pas monter sur le 1<sup>er</sup> étage. Mais, cette disposition semble ne pas être respectée par toutes les enseignes commerciales du centre-ville, dont l'implantation, les couleurs, ... mériteraient d'être homogénéisées (ce qui ne veut pas dire uniformisées).

↳ [après vérification ...] : Le PLU de Thonon (sous l'article 11 des zones U) réglemente plus globalement les devantures commerciales. Il y est écrit notamment que « La disposition des percements nécessaires à la création de vitrines devra permettre de conserver des parties pleines verticales aux extrémités des façades et horizontales sous les baies du premier étage. Cette dernière disposition permettra de dégager un espace destiné à recevoir des enseignes ».

- ↳ *Le RLPi peut réglementer l'implantation des enseignes en façade.*
- ↳ *Selon l'association Paysages de France, le RLPi peut également réglementer la couleur de ces enseignes (à l'exemple des Champs Elysées, à Paris). Certaines enseignes telles que celle de la Poste ont pu se voir imposer une autre couleur que le jaune, pour mieux s'insérer dans le paysage.*
- ↳ *Si cette possibilité existe, elle reste délicate à mettre en œuvre, chaque grande société nationale ayant sa propre charte graphique. Et même si ces chartes graphiques ne sont pas censées s'imposer à la réglementation nationale ou locale, il est difficile pour un maire de s'y opposer.*
- ↳ *Pour rappel, l'association Paysages de France a obtenu le retrait 700 mats, y compris de la part de marques commerciales très connues.*
- ↳ *Quoiqu'il en soit, les enseignes sont soumises à autorisation (lorsqu'il existe un RLP ou un RLPi).*
- *Certaines enseignes de marchands de biens sur vitrine à l'étage (secteur de l'Etoile à Thonon), sont inutilement abondantes, et ne servent à rien d'autres qu'à « occuper le terrain ». Le RLPi devrait se préoccuper de cela.*

#### - « Je chercher à acheter un bien sur le territoire » ...

- *Sur l'affichage généré par l'activité immobilière (promotion, chantier) : la prolifération des panneaux (apposés sur des grilles de chantier), finit par nuire, non seulement à la perception du paysage de proximité, mais également, à la lisibilité même des intervenants du chantier (artisans, ...).*

#### - « Je rentre tard le soir » : l'affichage lumineux, l'éclairage public...

- *Le respect de la trame noire et la préservation de la biodiversité sont des enjeux à inscrire dans les RLP(i).*  
*Malheureusement les leds - diodes électroluminescentes (DEL en Français) - ont contribué à l'augmentation de la pollution lumineuse, certes moins énergivores, mais catastrophiques en termes d'impact sur la biodiversité.*
- *Des zones commerciales telles que l'Espace Léman (Thonon/Anthy/Margencel), sont une « catastrophe » de ce point de vue.*
- *Est-il possible d'interdire les lasers (des boîtes de nuit par exemple), qui génèrent une vraie pollution lumineuse?*
  - ↳ *Un RLPi peut définir des zones d'interdiction des dispositifs lumineux, allonger les plages horaires d'extinction, ou encore, n'autoriser que certains modes, certaines technologies d'éclairage (transparence, projection...). Par ailleurs, l'enseigne à faisceau de rayonnement laser est soumise aux mêmes règles que les enseignes lumineuses et est soumise à autorisation préalable.*
- *La pollution lumineuse n'est pas uniquement le fait de l'affichage publicitaire, mais également celui de l'éclairage public ; A l'exemple de ce que l'on perçoit depuis l'autoroute, en descendant le col d'Evires (vue sur la vallée de l'Arve).*  
*Plus d'un tiers des communes françaises éteignent leur éclairage public en nuit profonde ... Un exemple à suivre par toutes les autres ...*  
*La population animale, les insectes, ont besoin d'obscurité pour survivre.*

- *Cette abondance d'éclairage public est également source de gaspillage énergétique. Les communes en ont besoin certes, mais de façon adaptée, peut-être en plus faible quantité, et en respectant les horaires d'extinction nocturne.  
Ces horaires d'extinction sont également à faire respecter par les vitrines des commerces ; Il en est de même pour les mobiliers urbains implantés sur le domaine public et comportant de la publicité lumineuse.*
- *Le mobilier urbain publicitaire peut être éteint la nuit, s'il le faut.*

*Dans le cadre dans ce RLPi, les élus de l'agglomération sont invités à faire preuve d'ambition et d'exemplarité.*

## ■ CONCLUSION DE L'ATELIER

---

- Remerciements des animateurs, et en particulier de Monsieur le Vice-Président, pour les diverses contributions des intervenants.  
Les échanges de cet atelier seront rapportés au prochain Comité de pilotage, lors de la phase de traduction réglementaire des orientations du RLPi.
- Remerciements des participants pour la densité et la richesse des échanges, qui ont permis d'aborder des problèmes de fond.
- Le diaporama et le relevé des débats de ce jour seront mis à disposition prochainement.
- Dans cette attente les participants sont d'ores et déjà invités à consulter les documents (ainsi que la visio-réunion publique du 26 novembre 2020), mis en ligne sur le site Internet de Thonon Agglomération : Rubrique Urbanisme / RLPi. Un formulaire contact est également en ligne sur ce site, pour pouvoir continuer d'échanger.
- Une seconde réunion publique est prévue fin avril / début mai, ainsi qu'un second atelier d'acteurs professionnels et associatifs, qui abordera plus précisément la traduction réglementaire possible des orientations du RLPi.

**FIN DE L'ATELIER à 17h15 (durée : 2h45).**

