Rapport de Presentation

Reglement Local de Publicite

Communauté de Communes du Pays de Faverges

Pays de Faverges
Sources du Lac d'Annecy

Cittànova

1

Communaute de Communes du Pays de Faverges

SOMMAIRE

PARTIE A DIAGNOSTIC TERRITORIAL 5

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION | ECLAIRAGES SUR LA PUBLICITE 7
- 1.1. Vocabulaire et définitions 9
- 1.2. L'élaboration d'un RLP 13

2. LE CONTEXTE TERRITORIAL 15
- 2.1. Présentation de la Communauté de communes 17
- 2.2. La publicité au sein du Parc naturel régional du massif des Bauges 18
- 2.3. Le projet de territoire 20
- 2.4. Les RLP existants 21
- 2.5. La nécessité d'un RLP 21

3. LE TERRITOIRE ET SES SENSIBILITES 23
- 3.1. La structuration du territoire : population, activités, réseau viaire 25
- 3.2. La sensibilité du territoire : paysages, agriculture et patrimoines 28
- 3.3. Synthèse 32

4. LES BESOINS EN PUBLICITE PAR ACTIVITES ECONOMIQUES 33
- 4.1. L'événementiel 35
- 4.2. Le tourisme 37
- 4.3. Les activités localisées en zones dédiées 43
- 4.4. Le activités hors zones dédiées 48
- 4.5. Les commerces de centre-bourg 55

5. ANALYSE ET ENJEUX DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES 61
- 5.1. Les espaces urbanisés 63
- 5.2. Les infrastructures routières et leurs abords 66
- 5.3. Les espaces agricoles et naturels 71

PARTIE B ORIENTATIONS 78

SOMMAIRE

1. ADAPTER LA REGLEMENTATION NATIONALE EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE EN SE DONNANT DES REGLES COMMUNES A L'ECHELLE DE LA CCPF 82

2. CONFORTER LES POLES COMMERCANTS 83

3. VEILLER A LA QUALITE ET A L'EFFICACITE DES ENSEIGNES ET DE LA SIGNALISATION DES ENTREPRISES DANS LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET/OU TOURISTIQUES 84

4. PERMETTRE LA BONNE VISIBILITE DES ACTIVITES ISOLEES EN RESPECTANT LA QUALITE DE LEUR CADRE NATUREL ET PAYSAGER 85

5. LIMITER L'IMPACT DE L'AFFICHAGE EVENEMENTIEL 86

PARTIE C JUSTIFICATIONS 87

1. JUSTIFICATION DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS 89

2. JUSTIFICATION DE LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE (REGLEMENT ECRIT ET GRAPHIQUE) 91

3. MOTIFS DE LA DELIMITATION DES ZONES 106

4. JUSTIFICATION DU REGLEMENT 110



PARTIE A

DIAGNOSTIC TERRITORIAL

1. INTRODUCTION

1.1. VOCABULAIRE ET DEFINITIONS

1.2. L'ELABORATION D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

1.1. VOCABULAIRE ET DÉFINITIONS

Les principes de la réglementation

Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes.

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, la loi s'applique uniquement à la publicité visible de toute voie ouverte à la circulation publique.

Par «voie ouverte à la circulation publique», il faut entendre : «les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif».

Articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement

La commune et l'agglomération comme éléments de référence

Dans un premier temps, la loi distingue trois ensembles de communes en fonction de leur population et leurs applique ensuite des règles plus ou moins restrictives.

- Les communes de moins de 10 000 habitants
- Les communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
- Les communes de plus de 10 000 habitants

Dans un second temps, la loi sépare sur le territoire communal deux entités principales :

- Une zone en agglomération
- Une zone hors agglomération

L'agglomération est définie comme un espace où sont groupés des immeubles bâtis rapprochés. L'entrée et la sortie de cet espace sont signalées par des panneaux placés le long de la route.



Lathuile

Trois cas de figure se présentent sur la Communauté de communes du Pays de Faverges :

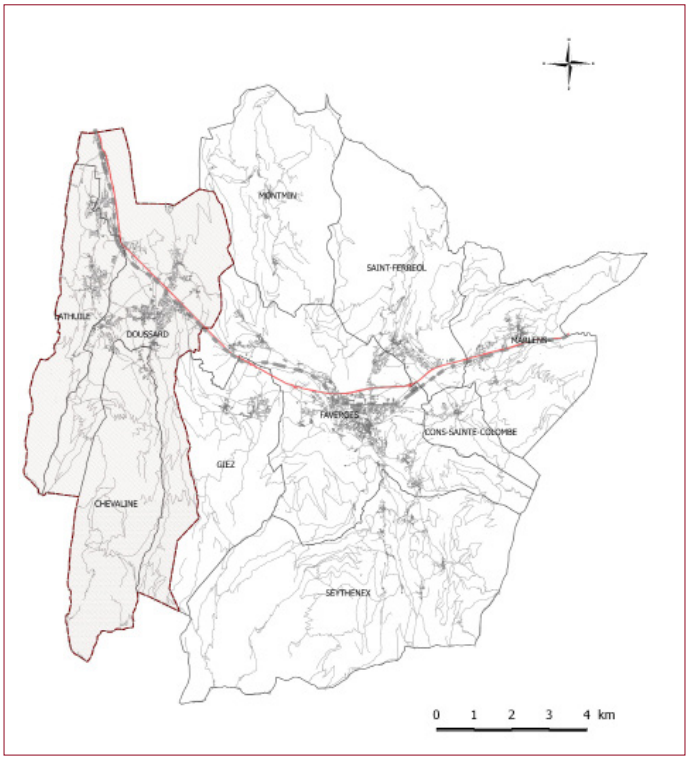
- Les communes de moins de 10 000 habitants, faisant **partie de l'unité urbaine d'Annecy et adhérentes au Parc naturel régional des Bauges** [3 communes].

- Les communes de moins de 10 000 habitants, ne faisant **pas partie de l'unité urbaine d'Annecy et adhérentes au Parc naturel régional des Bauges** [2 communes].

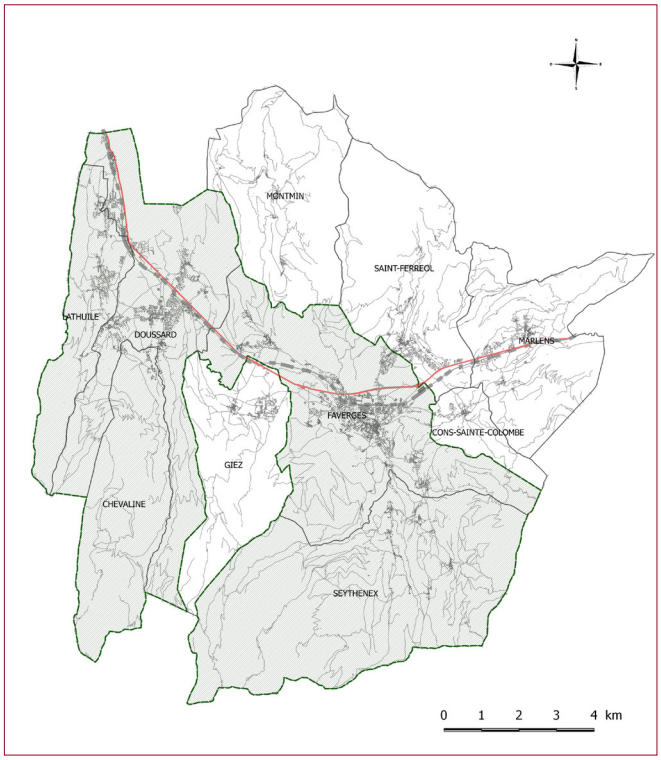
- Les communes de moins de 10 000 habitants, ne faisant **pas partie de l'unité urbaine d'Annecy et non adhérentes au Parc naturel régional des Bauges** [5 communes].

Communes de - de 10 000 habitants dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants	Communes de - de 10 000 habitants non comprise dans une unité urbaine de + de 100 000 habitants
Doussard*	Montmin
Lathuile*	Saint-Ferreol
Chevaline*	Marlens
	Giez
	Cons-Sainte-Colombe
	Faverges*
	Seythenex*

* Communes comprises dans le Parc Naturel régional du Massif des Bauges



Communes faisant patie de l'unité urbaine d'Annecy



Communes adhérentes au Parc naturel régional des Bauges

Trois familles de publicité sont différenciées dans la législation (article L.581-1 et suivants du code de l'environnement) parce que le message qu'elles transmettent n'a pas la même vocation : la publicité extérieure, les enseignes et les préenseignes.

La publicité extérieure cherche à promouvoir une activité ou un produit, alors que les enseignes et les préenseignes indiquent la localisation de ces mêmes activité et produit.

L**a publicité extérieure** est définie comme toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Faverges



Les enseignes sont définies comme toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Doussard



Les préenseignes sont définies comme toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

D1508 - Saint-Ferreol



La loi distingue clairement ces familles de publicité même si parfois il est difficile de les percevoir quand une préenseigne met en avant un slogan publicitaire par exemple et pas uniquement une localisation.

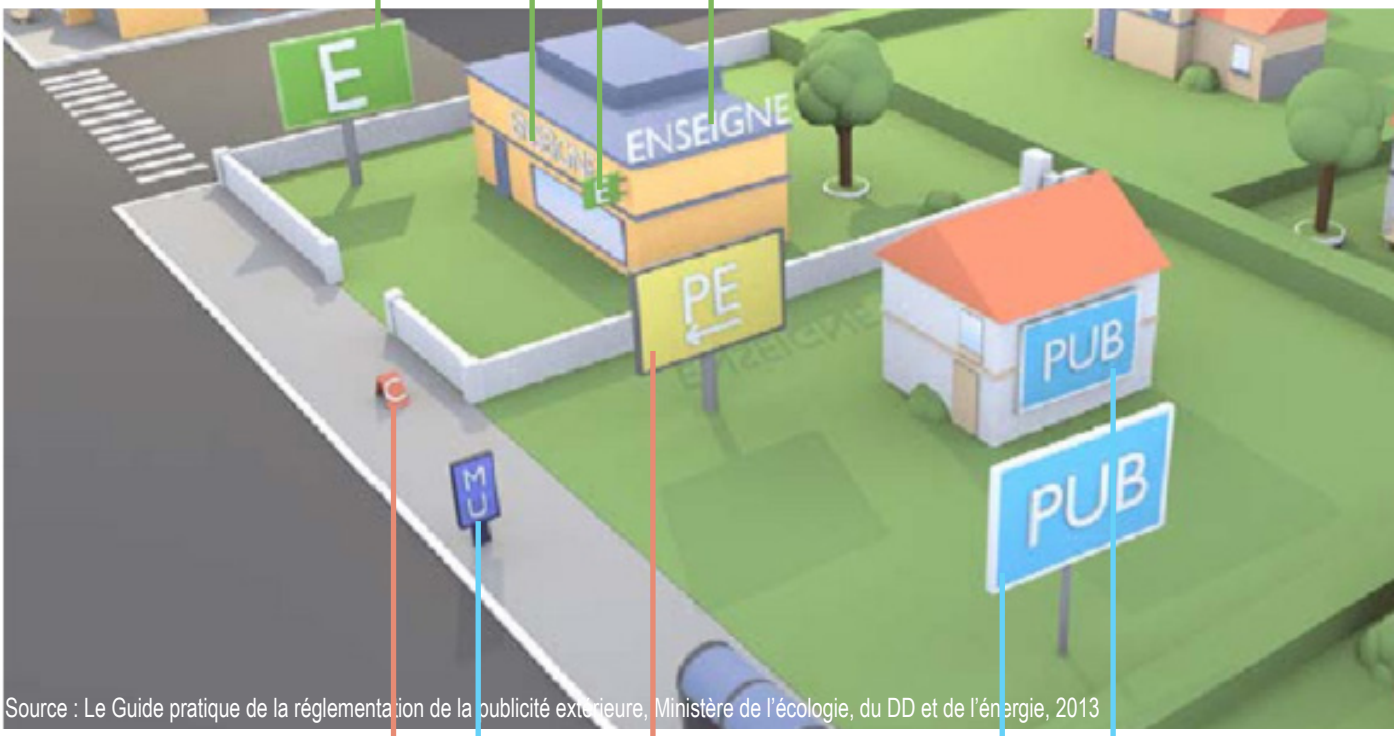
Dans les Règlements Locaux de Publicité (RLP) la publicité et les préenseignes sont souvent associées et soumises aux mêmes règles, alors que les enseignes ont des règles qui leur sont propres.

LES ENSEIGNES :

En façade (en applique - parallèle au mur; en drapeau - perpendiculaire au mur)

En toiture

Scellées au sol



Source : Le Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure, Ministère de l'écologie, du DD et de l'énergie, 2013

LA PUBLICITÉ :

Murale

Scellée au sol

Sur le mobilier urbain

...

LES PRÉENSEIGNES :

Scellées au sol

En chevalet

...

1.2. L'ÉLABORATION D'UN RLP

Le RLP adapte les dispositions de la réglementation nationale en respectant les secteurs interdits à la publicité définis dans la loi. Les règles établies doivent être plus restrictives que les prescriptions du règlement national.

Le RLP peut être élaboré par une mairie ou par un établissement public de coopération intercommunale (EPCI), à condition que ce dernier ait la compétence en matière de document d'urbanisme. Le règlement local de publicité devient dans ce cas intercommunal (RLPi).

Le RLP ou RLPi s'applique à l'ensemble du territoire de la commune ou à l'ensemble des communes comprises dans l'EPCI.

Il établit soit des prescriptions pour l'ensemble du territoire communal ou intercommunal soit des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit. Les secteurs qui ne sont pas couverts par une zone spécifique sont soumis aux prescriptions nationales.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures des Plan Locaux d'Urbanisme (PLU), à l'exception de la procédure de modification simplifiée.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de RLP arrêté est soumis pour avis aux PPA et à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.

Une fois approuvé, le RLPi est annexé au PLUi

Les RLP en vigueur à la date du 12 juillet 2010 restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans à compter de cette date.

Le RLPi fait l'objet d'une concertation tout au long de son élaboration.

Le contenu d'un RLP

Le règlement local de publicité comprend un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Le rapport de présentation, s'appuie sur un diagnostic, il définit les orientations et les objectifs du règlement, puis il en explique les choix retenus qui en découlent.

La partie réglementaire prescrit les règles sur la publicité en adaptant les dispositions du règlement national.

Enfin **les annexes** sont constituées par des documents graphiques. Ils font apparaître les zonages identifiés et les limites d'agglomération.

2. LE CONTEXTE TERRITORIAL

Cette première sous-partie permet de prendre la mesure du territoire, et de comprendre le rôle du RLP. Elle précise que le RLP s'insère dans un projet de territoire. Le RLP est réalisé en cohérence avec les objectifs du PLUi de la CdC du Pays de Faverges.

2.1. PRESENTATION DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES
2.2. LA PUBLICITE AU SEIN D'UN PNR
2.3. LE PROJET DE TERRITOIRE
2.4. LES RLP PRESENTS DANS LA CCPF
2.5. LA NECESSITE D'UN RLP

2.1. Présentation de la Communauté de communes

La Communauté de Communes du Pays de Faverges a été créée le 28 décembre 2000 dans le but de consolider les liens tant historiques et géographiques qu'économiques.

La Communauté de Communes regroupe 10 communes: Lathuile, Doussard, Chevaline, Giez, Montmin, Saint-Ferréol, Faverges, Seythenex, Cons-Sainte-Colombe et Marlens.

Le territoire intercommunal compte 14 860 habitants en 2009. Toutes les communes de la CCPF sont des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Compétente en matière d'urbanisme et d'aménagement du territoire, elle est la collectivité qui porte le Réglement local de publicité intercommunal dont le présent document constitue le rapport de présentation.

Située dans la région Rhône-Alpes, dans le département de la Haute-Savoie, la Communauté de Communes du Pays de Faverges est traversée par la RD 1508, reliant Annecy à Ugine.

Le pôle urbain le plus proche est Annecy qui compte environ 216 000 habitants dans son aire urbaine.

Les communes de Chevaline, Doussard et Lathuile font partie de l'unité urbaine d'Annecy (au sens de l'Insee : une continuité urbaine de moins de 200 mètres entre les entités bâties). L'unité urbaine d'Annecy comprenait 153 288 habitants en 2010.

D'autres pôles se situent à proximité : Albertville, distant d'une vingtaine de kilomètres et Ugine qui concentre plus de services et d'équipements, notamment culturels que Faverges. L'influence du pôle d'Annecy sur le territoire intercommunal est relativement importante, notamment au regard de la proximité de la ville avec la Communauté de Communes.



- Périmètre de la Communauté de Communes du Pays de Faverges et la RD1508 -



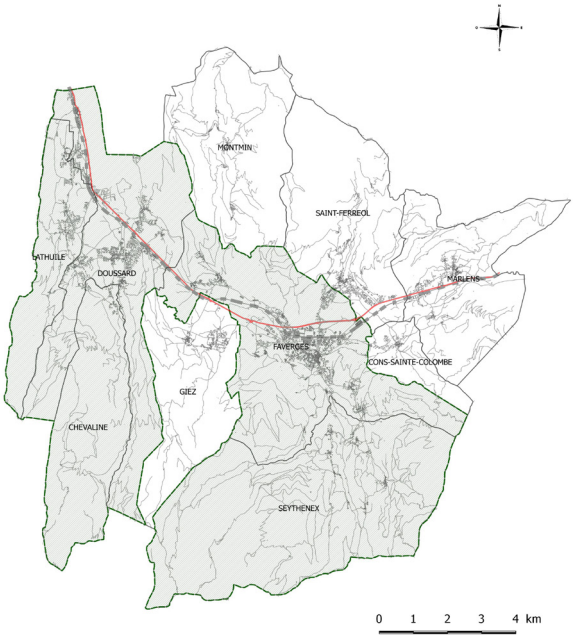






2.2. La publicité au sein du Parc naturel régional du Massif des Bauges

Le Parc Naturel Régional du Massif des Bauges



Les communes du Pays de Faverges concernées par le territoire du Parc (source Pnr, modifications Cittànova)

5 des 10 communes de la CdC du Pays de Faverges font partie du Parc naturel régional du Massif des Bauges. Le Pnr comprend 58 communes. Il s'étend sur 90 000 hectares et compte 60 000 habitants en 2009.

La charte du PNR a été approuvée en 2008. Ses orientations sont valables pour la période 2008-2019.

Le Pnr a une influence directe sur la publicité, sachant que *de facto* les communes adhérantes voient la publicité extérieure interdite sur leur territoire. Des aménagements sont possibles dans le cadre de la charte du Pnr et d'un Règlement Local de Publicité (RLP).

La publicité au sein d'un PNR

LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Selon la réglementation nationale, la **publicité** dans un Parc Naturel Régional (Pnr), est interdite hors agglomération et en agglomération (en prenant en compte les autres secteurs interdits définis par cette même loi).

Des aménagements sont néanmoins possibles dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi), à condition qu'il soit plus restrictif que la réglementation nationale, et dans les limites des orientations de la Charte du parc.

Le syndicat mixte du parc est associé et consulté à sa demande lors de l'élaboration du RLP.

LA CHARTE DU PNR S'IMPOSE AU RLP

Un RLP s'applique sur le territoire du Pnr indépendamment de la charte dès lors que celle-ci ne prévoit pas de dispositions spécifiques les encadrant.

Mais dans le cas contraire un RLP a l'obligation de se conformer à la charte d'un Pnr. Ainsi la charte peut comporter des orientations relatives à la publicité avec lesquelles le RLP devra être compatible.

LES DISPOSITIONS PARTICULIÈRES

Les enseignes sont soumises à autorisation en PNR.

Les préenseignes dérogatoires sont autorisées en PNR et hors agglomération jusqu'au 13 juillet 2015.

A compter du 13 juillet 2015, les préenseignes dérogatoires scellées au sol ne seront plus autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Les préenseignes dérogatoires peuvent par ailleurs faire l'objet de prescriptions fixées par le gestionnaire de

la voirie, visant à leur harmonisation. Elles sont dans ce cas intégrées aux RLPi.

La publicité extérieure :

- **Le mobilier urbain** ne peut supporter de la publicité numérique en PNR.
- **Les véhicules terrestres** utilisés ou équipés à des fins publicitaires, ne peuvent pas circuler en PNR, en agglomération, tout comme **les bâtiments motorisés naviguants sur les eaux intérieures.**

Réglementation de la publicité extérieure en Pnr et hors Pnr

	Commune adhérente au PNR	Commune non adhérente
Enseignes	Autorisées sous conditions de surface, de nombre, de format...	
	Soumises à autorisation	Non soumises à autorisation (sauf en secteur protégé)
Préenseignes	Autorisées hors agglomération en dérogatoire, sous conditions de types d'activité, de format, de nombre, de distance par rapport à l'activité exercée...	
	Interdite en agglomération	Autorisée hors et en agglomération
Publicité	Interdite en dehors de l'agglomération	
	Interdite en agglomération	Autorisée dans l'agglomération sous conditions de format, d'implantation, de type de dispositif...

La Charte du PNR du Massif des Bauges

En matière de publicité, la charte du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges s'applique à suivre la réglementation nationale en précisant que ces règles contribuent fortement à la qualité des paysages et du cadre de vie.

Aucune règle spécifique n'encadre la publicité ou les RLP.

La Charte du Parc, dans son rapport d'orientations stratégiques 2007-2019 comporte l'orientation suivante : *«Prévenir et maîtriser la dégradation des patrimoines et du cadre de vie»*, qui se décline par l'objectif de *maîtriser la publicité et harmoniser la signalétique* :

(...)

Le Syndicat Mixte du Parc, afin d'éviter la prolifération de signalisations individuelles disparates qui concourent à la dégradation des paysages, animera l'élaboration d'une Charte de signalétique routière permettant d'organiser de manière cohérente et partagée la signalisation des activités et des services.

Le rapport d'orientations opérationnelles 2007-2019 précise :

Faire appliquer sur le territoire classé Parc, la réglementation en vigueur relative à la publicité dans les Parcs naturels régionaux, par la mise en place de zones de publicité restreinte et par la recherche d'une harmonisation de la signalétique des services.

2.3. Le projet de territoire

Le Réglement local de publicité intercommunal est élaboré conjointement au Plan Local d'Urbanisme Intercommunal de la Communauté de Communes du Pays de Faverges.

Les objectifs annoncés pour le Plan Local d'Urbanisme Intercommunal par la délibération du Conseil Communautaire sont notamment :

En matière de prise en compte de l'environnement ;

Il s'agit de pointer les tendances d'évolution susceptibles de peser sur les modes d'urbanisation futurs et de proposer des mesures d'anticipation :

-Analyser les unités paysagères du territoire communautaire.

-Mettre en valeur les atouts patrimoniaux et paysagers du territoire.

-Privilégier au travers du règlement l'insertion paysagère des constructions et de leur environnement.

-Mener une réflexion sur la nature en ville.

-Protéger les sites et les paysages par la réalisation d'un Règlement local de Publicité Intercommunal (RLPI).»

Source: Extrait de la délibération, Communauté de Communes du Pays de Faverges

---

Le PADD du PLUi de la CCPF définit six grands axes thématiques reliés entre eux par un axe transversal, qui met en avant l'interaction des orientations et la recherche d'un développement équilibré autour d'une structure paysagère unique : la Plaine de Faverges.

Ces axes stratégiques sont :

Axe 1 - Valoriser l'identité du Pays de Faverges et la qualité de vie

Axe 2 - Développer une offre diversifiée en logements respectueuse du patrimoine bâti et environnemental local sur l'ensemble de la CCPF

Axe 3 - Diversifier et assurer un avenir pérenne à l'agriculture du Pays de Faverges

Axe 4 - Conforter et développer une économie durable, fondée sur les richesses du territoire et l'innovation

Axe 5 - Faire connaître et préserver les atouts paysagers, bâtis et environnementaux de la CCPF tout en assurant leur pérennité

Axe 6 - Desservir le territoire et assurer la durabilité des ressources du territoire

2.4. Les RLP existants

Les communes de Dussard et de Lathuile ont élaboré un Règlement intercommunal de publicité avec les communes de Duingt, Saint-Jorioz et Sévrier (en dehors du territoire de la CCPF) par l'arrêté n°2000-820 du 22 mars 2000 afin de tenir compte de «la valeur esthétique du bassin du lac d'Annecy» et du classement de ces communes dans le Parc Naturel Régional du Massif des Bauges.

Les principales dispositions de ce règlement de publicité intercommunal sont :

		Règlement de publicité intercommunal du 22.03.2000
Règles applicables aux publicités	Règles générales	Suppression des possibilités de publicité hors agglomération par la suppression de la zone de publicité autorisée de Doussard.
		La publicité est interdite en agglomération, à l'exception de formes spécifiques de publicité définies d'une façon limitative (...) dans les zones de publicité restreinte délimitées à l'intérieur des agglomérations (...).
	La ZPR	La ZPR s'applique aux agglomération d'Arnand, Bredannaz, Marceau, Bout-du-lac, Marceau-Dessus, Sollier, Verthier et Glières pour la commune de Doussard et les agglomérations de Lathuile, Chevilly et Lathuile-Chaparon pour la commune de Lathuile.
	Règles particulières	La publicité est admise sur le mobilier urbain, à savoir 3 abris voyageurs et 1 mobilier urbain d'information dans l'agglomération chef-lieu à Doussard. La surface unitaire et totale de la publicité apposée sur les abris voyageurs est limitée à 2m². La surface unitaire et totale de la publicité sur le mobilier urbain d'information à Doussard est limitée à 2 m².
Règles applicables aux enseignes dans la ZPR	Tous supports	La surface des enseignes est limitée à 4 m². Dans le cas d'enseignes sur bâtiment, l'enseigne doit respecter l'architecture du bâtiment support. Les enseignes au sol ne peuvent s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du sol.

2.5. La nécessité d'un RLP

La délibération du 28 mai 2015 modifiant la délibération du 28 février 2013 du Conseil Communautaire fixe les objectifs de l'élaboration du RLPi :

- Donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité sur l'ensemble du territoire communautaire (axe structurant, entrées de ville, bourgs-centre, communes plus rurales) en sachant que le territoire est concerné par trois réglementations différentes en matière de publicité extérieure.

- Valoriser l'image intercommunale en général, en apportant une harmonisation des supports commerciaux respectueux du patrimoine, de l'architecture, des particularités des bourgs et des paysages.

- Inciter une signalétique intercommunale mutualisée.

Ainsi, le RLPi devra permettre de :

- Disposer d'une réglementation locale adaptée dans un contexte de Pnr : préservation du patrimoine paysager et naturel remarquables comme priorité de la Communauté de communes du Pays de Faverges (délibération du 28 février 2013 prescrivant l'élaboration du RLPi) et du Pnr; conciliation des objectifs de préservation du cadre de vie et des besoins de signalisation des activités économiques.
- Donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité au regard des différentes dispositions réglementaires qui s'appliquent en matière de publicité sur le territoire intercommunal (communes de - de 10 000 habitants non comprises dans l'unité urbaine d'Annecy, communes de - de 10 000 habitants comprises dans l'unité urbaine d'Annecy, communes comprises dans le Pnr, communes non adhérentes au Pnr) et des différentes problématiques territoriales (entrées de ville, axes structurants, communes rurales...)
- Actualiser le règlement intercommunal de publicité arrêté pour les communes de Lathuile et de Doussard le 22 mars 2000.
- Intégrer les dispositions de l'article L.111-1-4 du code de l'urbanisme (Loi Barnier) qui impose d'élaborer un RLPi lorsqu'il est prévu dans le PLUi l'implantation de constructions, en dehors des zones urbanisées, dans une bande de 100 mètres de part et d'autre de l'axe des autoroutes, des routes express et des déviations au sens du code de la voirie routière et de 75 mètres de part et d'autre de l'axe des autoroutes classées à grande circulation.

3. LE TERRITOIRE ET SES SENSIBILITES

Cette approche procède par thématique, afin de dégager une synthèse de l'organisation du territoire et d'envisager les lieux les plus sensibles et/ou les plus propices à l'implantation de dispositifs publicitaires.

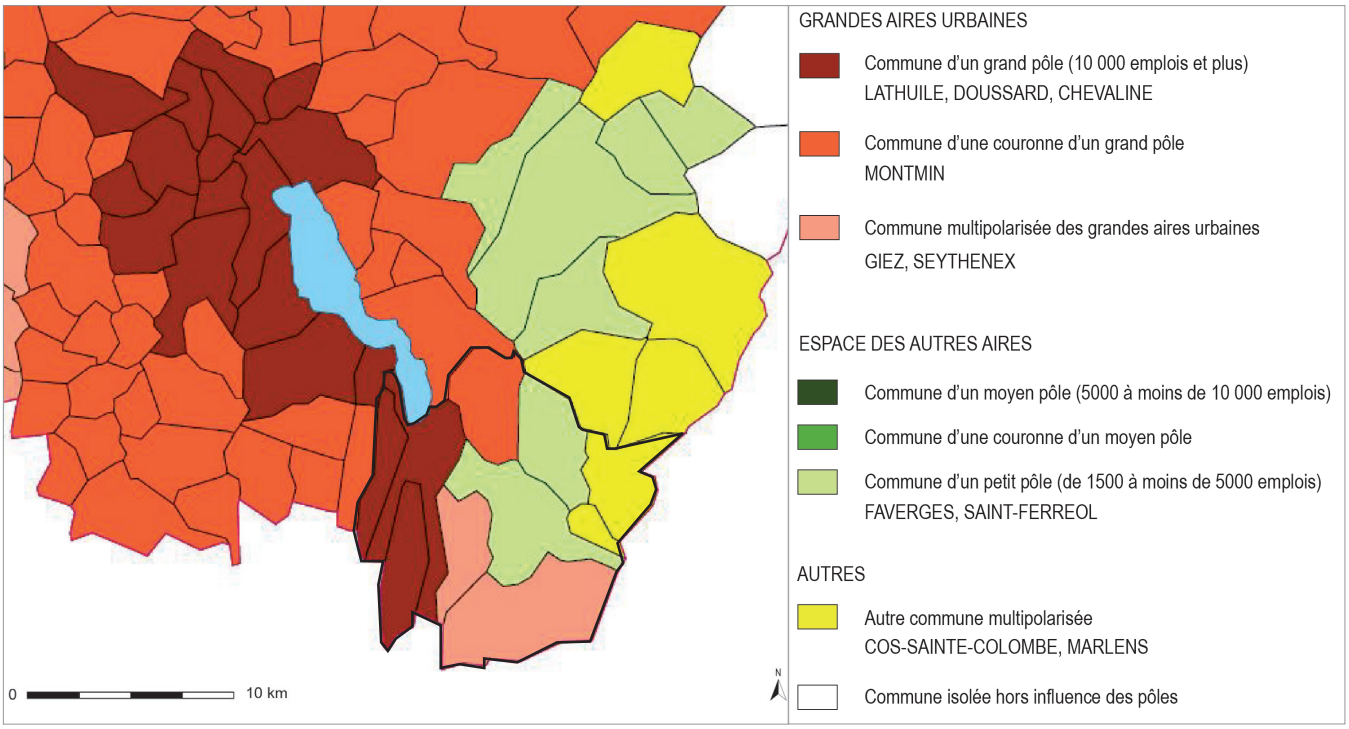
3.1. LA STRUCTURATION DU TERRITOIRE : POPULATION, ACTIVITES, RESEAU VIAIRE

3.2. LA SENSIBILITE DU TERRITOIRE : PAYSAGES, AGRICULTURE ET PATRIMOINES

3.3. SYNTHESE

3.1. La structuration du territoire

Un territoire sous l'influence de la ville d'Annecy



Source : La situation du logement en Haute-Savoie, Nov. 2012, DDT

La Communauté de Communes du Pays de Faverges compte 14 860 habitants en 2009.

En 2009, la commune la plus peuplée est Faverges avec 6657 habitants, regroupant à elle seule près de la moitié de la population de la Communauté de Communes. Doussard est la seconde commune importante en termes de population du territoire avec 3473 habitants. Les communes les moins peuplées sont celles situées en recul de la départementale RD 1508. Chevaline, la commune la moins peuplée compte 207 habitants.

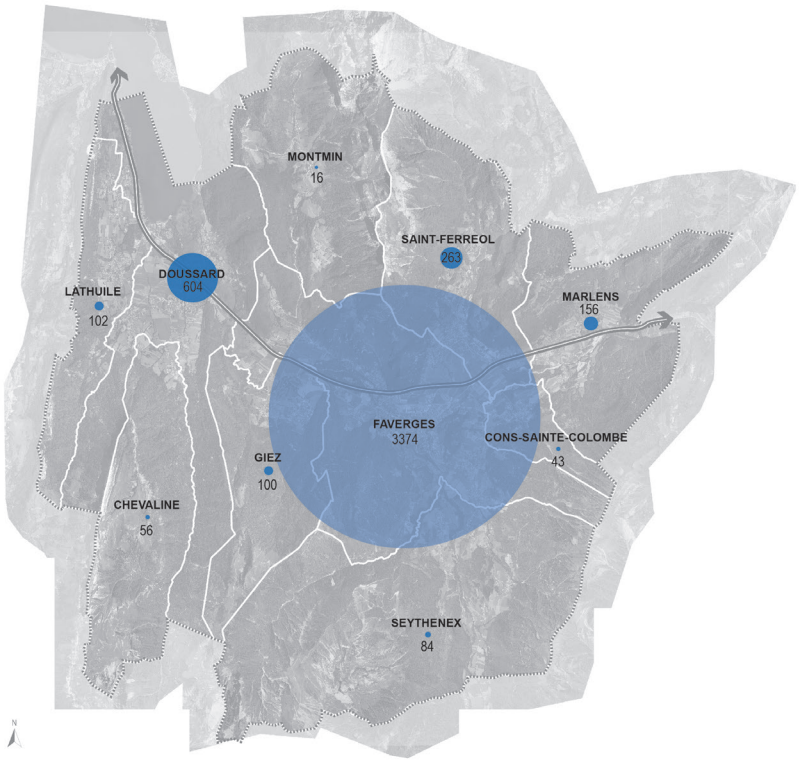
Diverses influences et dynamiques territoriales se traduise dans la répartition, la caractéristique des populations et des logements du territoires ; notamment l'influence de l'aire Urbaine d'Annecy et l'attractivité de paysage d'exception comme le lac d'Annecy.

Les communes de Doussard, Lathuile, Chevaline, Montmin, sont sous l'influence plus ou moins directe de la grande aire urbaine d'Annecy. La commune de Faverges concentre suffisamment d'activités pour elle aussi exercer une influence en tant que pôle à l'échelle de la Communauté de Communes.

La polarité nord que forment Doussard et Lathuile constitue également un ensemble territorial. Leurs dynamiques socio-économiques sont parfois similaires ou à lire en tant qu'ensemble territorial.

De même, l'ensemble des communes du territoire subissent diverses influences, notamment celles des communes du département limitrophes de Savoie : Albertville et Ugine.

Des emplois concentrés à Faverges

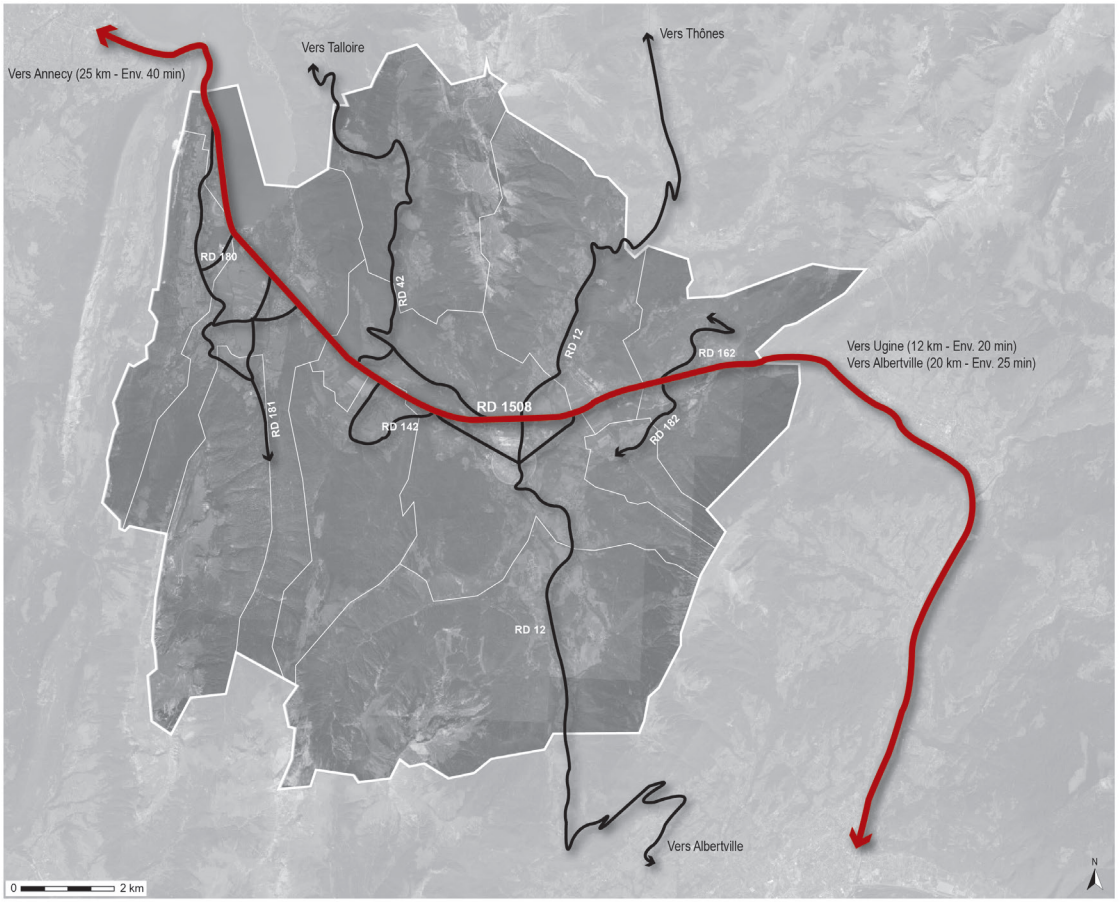


Nombre d'emplois par commune en 2009 - Source: RP2009, INSEE

Les emplois sont concentrés à FAVERGES, où sont implantées les principales zones d'activités de la Communauté de Communes : 3374 emplois, soit 70,3% des emplois du territoire.

Les autres emplois sont situés principalement dans les communes possédant une zone d'activités, c'est à dire, celles traversées par la RD 1508. Les communes de DOUSSARD et SAINT-FERREOL concentrent respectivement 604 et 263 emplois.

Dans les autres communes, le nombre d'emplois va de 16 (MONTMIN) à 156 (MARLENS), lié à de petites zones d'activités ou à des établissements isolés (ex: structure d'accueil des personnes âgées à Chevaline).



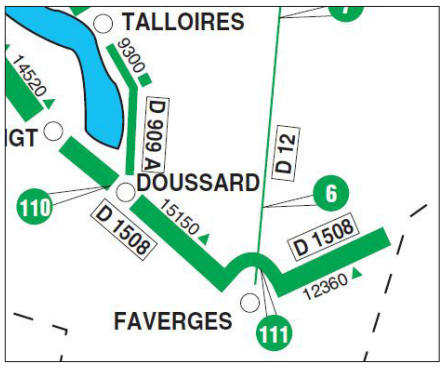
La desserte du territoire de la Communauté de Communes est fortement contrainte par la géographie du site. Elle se structure donc majoritairement autour de l'axe principal, la RD 1508, qui relie Annecy à Ugine-Albertville. Cet axe contourne la ville de Faverges par le Nord. Il traverse les communes de Marlens, Saint-Ferreol, Faverges (une portion en double voie), Giez, Doussard et borde Lathuile. Cet axe très fréquenté a fait l'objet de plusieurs aménagements destinés à sécuriser et fluidifier le trafic, avec notamment aménagement de carrefour à Saint-Ferreol, Giez et Marlens.

Des axes secondaires assurent la desserte des centre-bourgs. Les RD12, 42 et 142 rayonnent depuis Faverges. Les autres axes secondaires se s'appuient sur la RD 1508. Ces axes renforcent l'attractivité résidentielle du territoire puisqu'il permettent un accès rapide à la RD 1508 et donc aux pôles urbains d'importance pour certaines communes : DOUSSARD, LATHUILE et GIEZ notamment.

Un réseau de voies communales permet l'accès aux autres villages et hameaux depuis ces axes structurants.

LES COMPTAGES ROUTIERS DE 2006 :

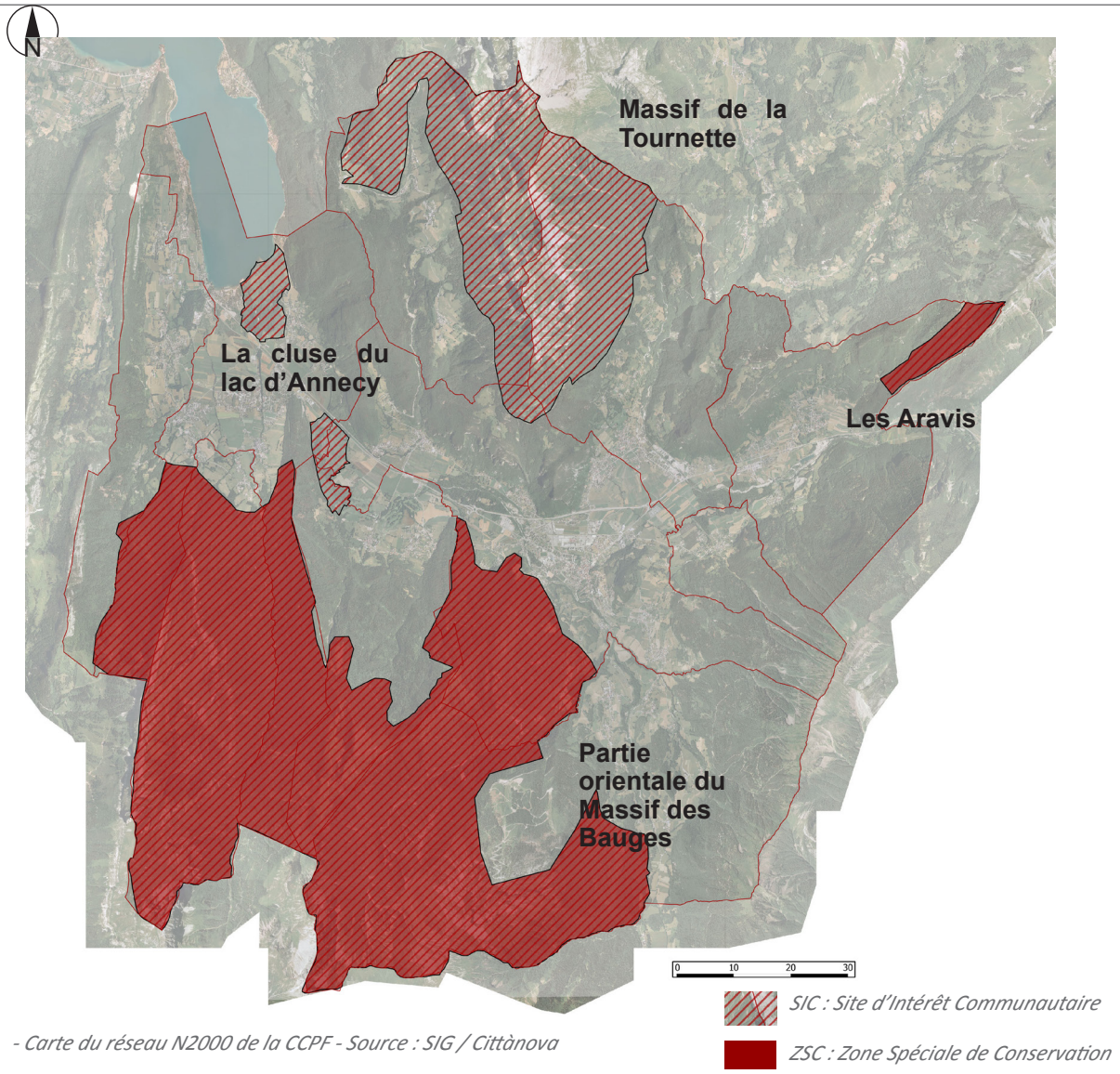
- Au niveau de DOUSSARD (Station 110): 12 715 véhicules par jour en moyenne dont env. 8% de poids lourds.
- A FAVERGES (Station 111): 8135 véhicules par jour dont env. 8% de poids lourds .



Source: Projet de territoire de la CCPF

3.2. La sensibilité du territoire

Les espaces naturels protégés



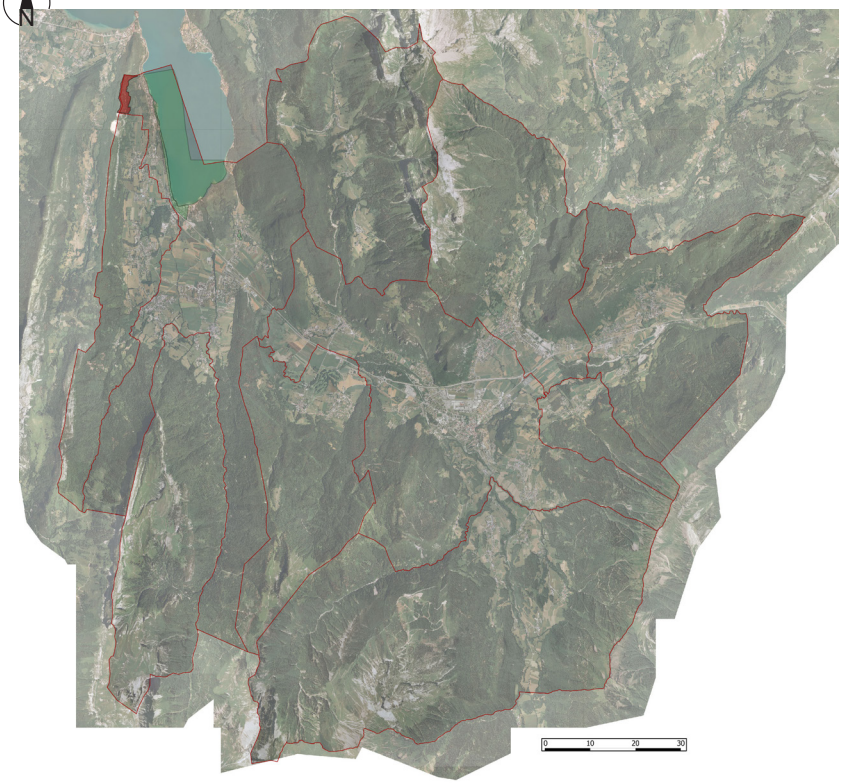
- Carte du réseau N2000 de la CCPF - Source : SIG / Cittànova

Les sites Natura 2000 de la CdC concernent différents types de classification au titre de la directive «Habitats, faune, flore» et de la directive «Oiseau».

- Des Zones Spéciales de Conservation (ZSC) et des Sites d'Intérêts Communautaires (SIC) visant la conservation des types d'habitats et des espèces animales et végétales figurant aux annexes I et II de la Directive «Habitats».
- Des Zones de Protection Spéciale (ZPS) visant la conservation des zones jugées particulièrement importantes pour la conservation des oiseaux, que ce soit pour leur reproduction, alimentation ou migration.

Ces secteurs sont soumis à des pressions touristiques en terme de fréquentation et à des pressions naturelles issues d'une pratique agricole en régression (paturâge) et ainsi une gestion des espaces ouverts qui a évolué. Ces périmètres sont cohérents avec une valeur écologique importante et souvent une qualité paysagère qualitative.

La publicité extérieure est interdite dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 (Zones Natura 2000) au titre de l'article L581-8-I du Code de l'Environnement. Cette interdiction peut être levée par l'élaboration d'un Règlement local de publicité.



- Carte des sites classés et inscrits de la CCPF -

Les sites classés sont des lieux dont le caractère exceptionnel justifie une protection de niveau national : éléments remarquables, lieux dont on souhaite conserver les vestiges ou la mémoire pour les événements qui s'y sont déroulés. L'inscription est une reconnaissance de la qualité d'un site justifiant une surveillance de son évolution, sous forme d'une consultation de l'architecte des Bâtiments de France sur les travaux qui y sont entrepris.

Les sites classés induisent une protection forte visant à maintenir en l'état le site, incluant gestion et valorisation adaptées au site. Toute destruction ou modification de l'état ou de l'aspect est interdite sauf autorisation spéciale.

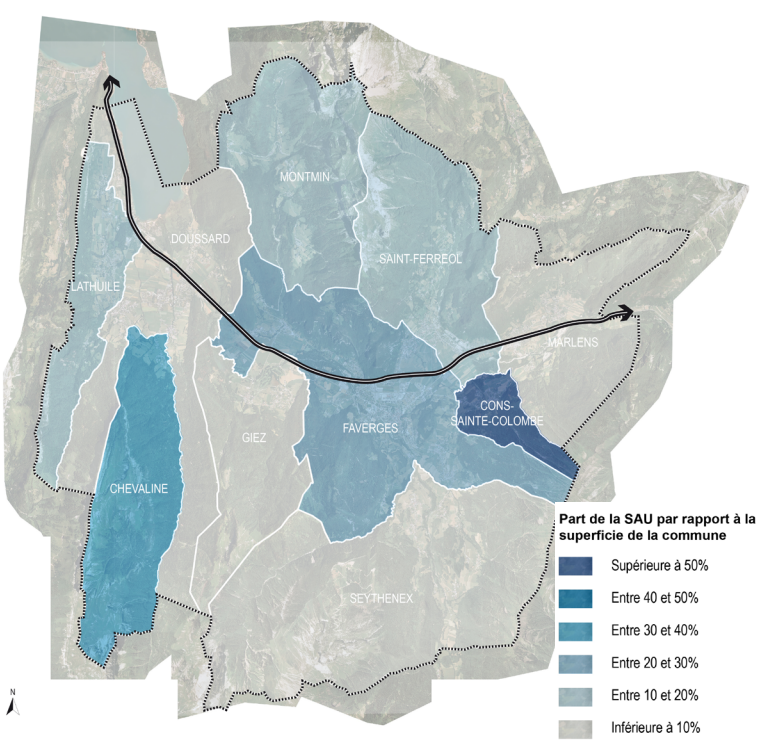
La Communauté de Communes possède un site classé : la parcelle sur le flanc du Taillefer.

Les sites inscrits induisent une garantie minimale de protection où tout souhait de protection est soumis à autorisation préfectorale avec avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

La Communauté de Communes est concernée par 5 sites inscrits mais n'en accueille réellement que 3 dans sa totalité. Les autres sites ne concernent qu'une partie de la surface du site inscrit.

Selon l'article L.581-4 du code de l'environnement, toute publicité extérieure est interdite dans les sites classés. Cette interdiction est dite «absolue» : elle ne peut pas être levée par l'élaboration d'un Règlement local de publicité.

L'agriculture



Source: RGA, 2010

En 2010, l'emploi agricole représente 1,7% des emplois sur le territoire intercommunal, 1,6% à l'échelle de la Haute-Savoie.

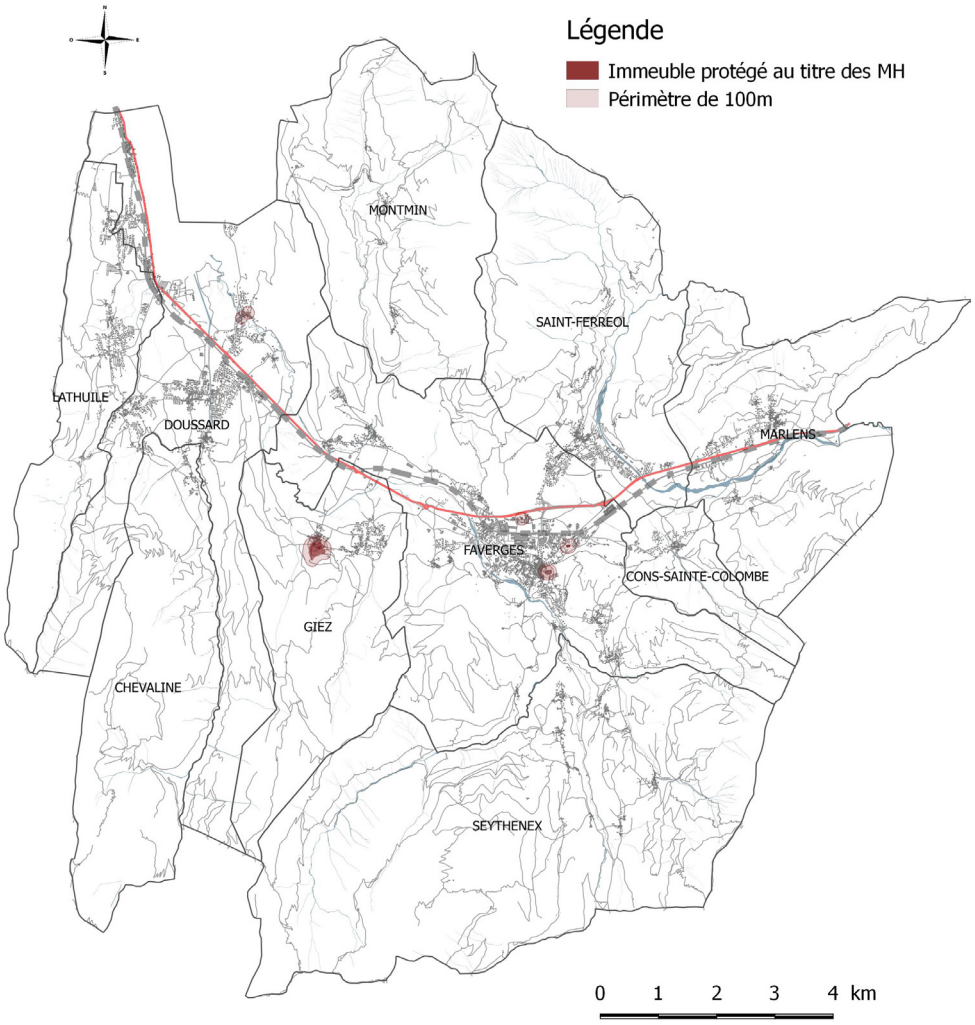
Le système de production en majorité est orienté vers l'élevage bovin (3/4 des surfaces agricoles de la CdC) avec une grande importance de la filière laitière.

Les exploitations agricoles sont de moins en moins nombreuses mais de plus en plus grandes.

La Communauté de Communes du Pays de Faverges compte au total 64 exploitations. Elle enregistre une perte de SAU importante entre 1988 et 2010 : baisse de 11,6%. Les communes ayant le plus d'exploitations sont FAVERGES (22) où se situe 26% de la SAU de la Communauté de Communes et CHEVALINE (19%).

L'agriculture a façonné une identité rurale et généré des paysages en lien direct avec certaines pratiques agricoles. L'activité agricole du Pays de Faverges est essentiellement tournée vers la production de lait et la transformation de ce dernier.

Ainsi, l'identité rurale du territoire se traduit à différents niveaux dans le paysage du Pays de Faverges : d'une part par la présence animale qui anime le territoire véhiculant une image dynamique et habitée des espaces agricoles, et d'autre part par une présence architecturale omniprésente.



Source : Ministère de la culture/Cadastre

La CCPF comprend six Monuments Historiques inscrits ou classés partiellement ou entièrement, répartis sur trois communes.

La protection des abords de 500 mètres contribue au maintien de la qualité urbaine, architecturale et paysagère de ces sites stratégiques. Dans le cadre de la règlementation nationale de la publicité, la publicité est interdite sur les immeubles classés ou inscrits et à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques.

La commune de Faverges compte trois monuments classés ou partiellement inscrits (le château, des thermes antiques et l'église de Viuz); la commune de Doussard compte deux monuments inscrits (Le pont sur l'eau morte et la maison dite Blain); enfin la commune de Giez compte un monument inscrit : le château.

Au-delà de ces sites et bâtiments protégés, le territoire de la CdC compte de nombreux bâtiments remarquables non protégés. Plus globalement, le bâti ancien des bourgs et villages dans son ensemble, les éléments du patrimoine vernaculaire, les murs et clôtures traditionnels sont autant de composantes contribuant à la qualité patrimoniale et paysagère du territoire. Il participe à son atttrait touristique et à la qualité de son cadre de vie. L'implantation des enseignes et de la publicité sur ce type de patrimoine devra être à encadrer plus précisément.

3.3. Synthèse

Le territoire de la CCPF a une forte sensibilité environnementale. Territoire rural et agricole, le nombre et l'étendue des protections environnementales qui le concernent attestent de son caractère remarquable à préserver. Dans ce sens, une très grande partie de ce territoire est à préserver de la publicité, dans l'esprit de la Loi qui restreint la publicité dans les espaces non urbains.

Le coeur de la réflexion se situera donc sur les bourgs principaux de Faverges et Doussard.

Le rapport des dispositifs publicitaires à l'axe structurant de la RD1508 sera aussi à interroger. Les routes secondaires desservant de nombreux sites d'intérêt (sites touristiques, sportifs, récératifs...) sont le support de dispositifs publicitaires ayant des impacts sur les paysages.

4. LES BESOINS EN PUBLICITE PAR ACTIVITES ECONOMIQUES

Les enjeux de la publicité aux regards des activités économiques de la CdC du Pays de Faverges sont présentés. Les entreprises, en fonction de leurs besoins, communiquent par le biais de la publicité. Leur signalisation diffère, en fonction de leur implantation et de leur activité. C'est l'objet de la présente analyse.

4.1. L'EVENEMENTIEL
4.2. LE TOURISME
4.3. LES ACTIVITES LOCALISEES EN ZONES DEDIEES (COMMERCE, ARTISANAT, INDUSTRIE, SERVICES...)
4.4. LES ACTIVITES HORS ZONES DEDIEES (ARTISANAT, AGRICULTURE, TOURISME...)
4.5. LES COMMERCES DE CENTRE-BOURG
4.6. LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

4.1 L'affichage événementiel

Deux ordres de besoins

- Signaler des fêtes communales, fêtes champêtres, fêtes du terroir ou manifestations locales... **>>** implique des moyens et petits formats, installés sur tout le territoire
- Signaler des opérations commerciales et des opérations immobilières **>>** implique des moyens et petits formats, installés au devant des emprises commerciales ou foncières

Cet affichage événementiel se traduit par l'installation d'enseignes et de préenseignes temporaires


Lathuile

Enseignes et préenseignes temporaires : définition

Elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère touristique ou culturel ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois (L.581-20 du CE).



1508, Rond-point de Doussard



Arnand, Doussard

Les enseignes et préenseignes installées pour + de 3 mois signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente; location et vente d'un fonds de commerce.


Faverges



Doussard

Une forte présence sur les routes et des installations sur le mobilier urbain

L'affichage événementiel de moins de 3 mois utilise une grande diversité de formats et d'implantations, allant de pannonceaux réalisés à la main aux impressions sur bâche.

Leur impact le plus notable est leur implantation sur les routes les plus passantes, à proximité du lieu de l'événement. L'affichage de ces manifestations utilise également comme support les panneaux d'affichage libre installés à cet effet par les communes.

Les points les plus sensibles du territoire concernant l'abondance de l'affichage événementiel se situent sur le linéaire de la RD1508, au niveau des communes de Doussard, Giez, Faverges, Saint-Férréol et Marlens principalement.



1508, Rond-point de Doussard



Faverges



D1508 en amont de Giez


D1508, Giez

4.2. Le tourisme

Tourisme balnéaire, tourisme sportif : de forts besoins de communication

Les activités touristiques relèvent essentiellement de deux domaines :

- le tourisme balnéaire lié au lac d'Annecy,
- le tourisme de montagne, notamment alimenté par les stations de ski de Seythenex et de Montmin et le tourisme sportif avec la piste d'atterrissage de parapente à Doussard. La voie verte qui traverse le territoire est également un facteur d'attracivité touristique.

Différents types d'activités s'appuient ainsi sur la fréquentation touristique de la CCPF : commerces, hébergement, hôtellerie-restauration, activités sportives...

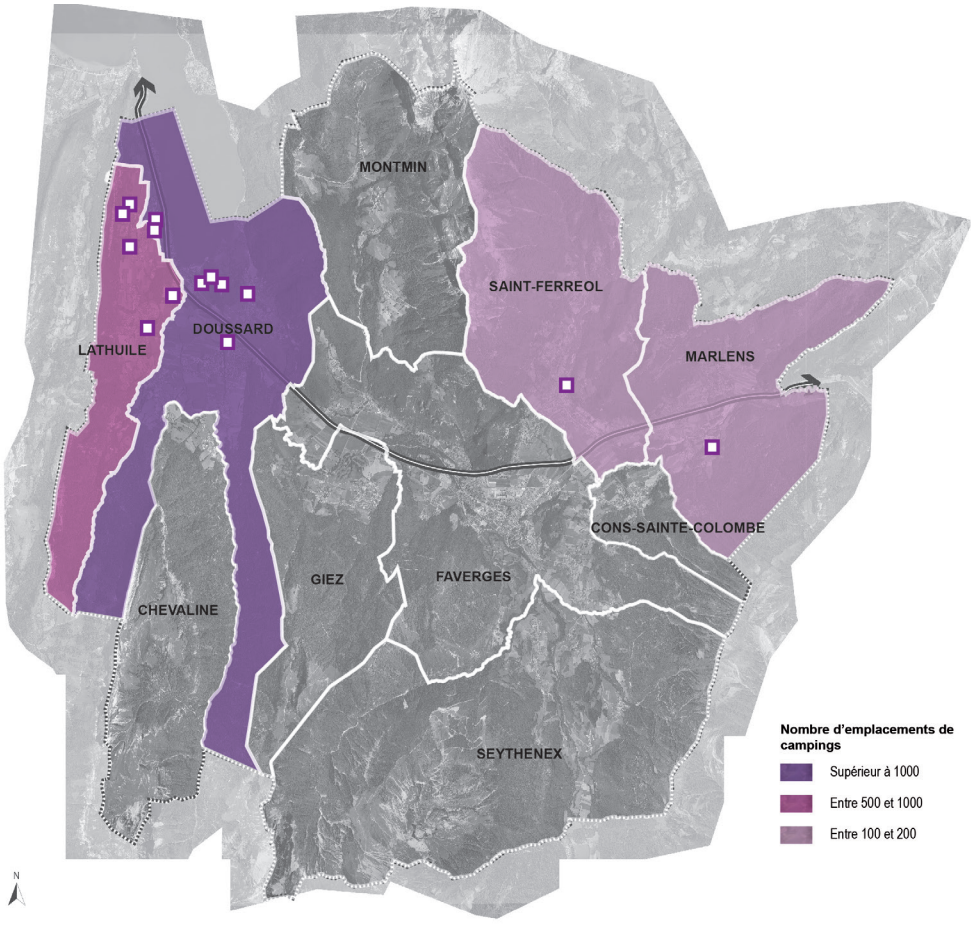
Leur communication visera essentiellement :

- à la fréquentation des sites (plages, station de ski, ...)
- à la connaissance des services liés (hébergement, restauration, produits du terroir, ...)

Une étude «tourisme» est en cours à l'échelle de la CCPF afin d'intégrer les conclusions et les enjeux au PLUi. La réflexion du RLPi devra servir le volet Communication de cette étude.

L'hébergement touristique marchand

Les activités économiques liées au tourisme dans la Communauté de Communes sont principalement localisées au bord du lac d'Annecy: les communes de DOUSSARD et LATHUILE concentrent la majorité des hébergements touristiques du territoire (hôtels et campings).



Camping et nombre d'emplacements à l'échelle de la CdC



Cons-Sainte-Colombe

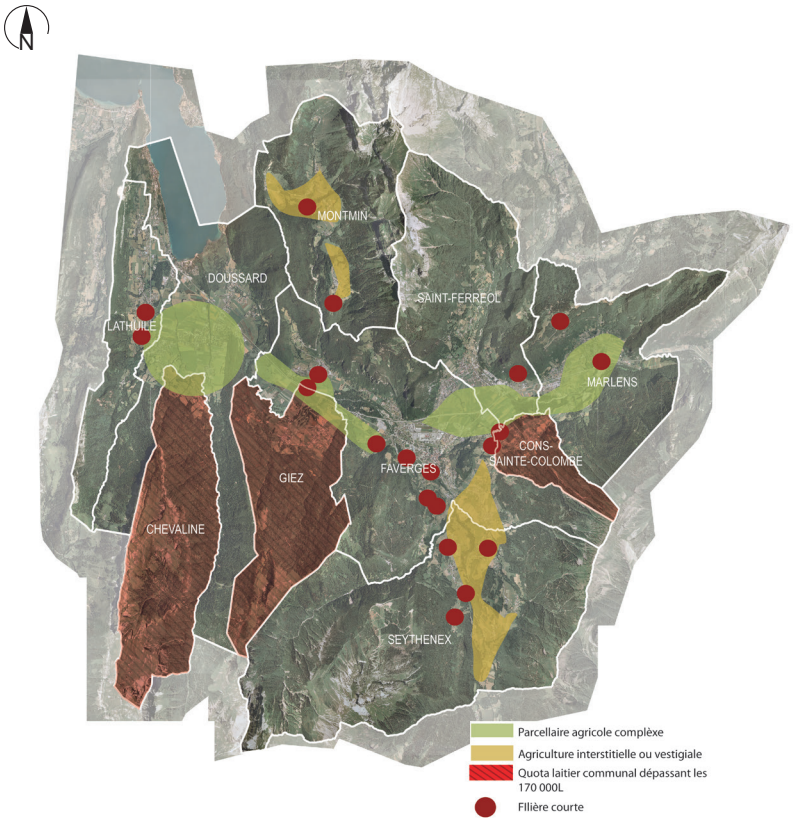
Les produits locaux :

La valorisation est soutenue et reconnue par la présence de différentes AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) :

Reblochon / Abondance et Chevrotin et Tomme des Bauges,

ainsi que de différentes IGP (Indication Géographique Contrôlée) :

Tomme de Savoie / Emmental de Savoie et Pommes et Poires de Savoie.



- La zone agricole montagneuse - Source : SCoT BA / Blezat Consulting / Cittànova

Cette valorisation des produits de terroir est également accompagnée et soutenue par la multiplication des circuits courts et des ventes directes à la ferme. Il s'agit d'une caractéristique forte du territoire de la CCPF en comparaison aux autres EPCI à l'échelle du SCoT. En témoigne la répartition de la vingtaine de circuits courts sur le territoire.

Ces ventes directes à la ferme participent également à une diversification de l'offre touristique et une valorisation de l'identité agricole locale.

Enfin, la diversification agricole passe par la création sur le territoire de la CCPF de gîtes et de chambre d'hôtes, complétant l'offre touristique.



- Installation bio aux Tissots sur SEYTHENEX -

L'activité touristique de la CCPF se situe essentiellement autour du Lac d'Annecy.

Aussi, la diversité de l'attractivité touristique et des formes d'hébergement induit des marques de présence de l'activité sur tout le territoire, y compris dans l'espace rural, notamment en ce qui concerne les campings et les chambres d'hôtes, gîtes, etc.

La communication touristique se fait majoritairement sous forme de préenseignes assimilables à de la publicité. Elles sont autorisées hors agglomération, y compris en PNR, sous forme de préenseignes dérogatoires.

La loi d'Engagement national pour l'environnement, dite «Grenelle II» de 2010 a changé les régimes dérogatoires et a de nombreuses conséquences pour la communication touristique.



Gîte signalé depuis le centre-ville de Faverges



Signalisation de la station de ski de la Sambuy et d'une activité d'hôtellerie-restauration Dispositif scellé au sol à Seythenex



Signalisation d'une activité sportive Base de Canyoning signalée sur la D42

Les préenseignes dérogatoires

La fin du régime dérogatoire pour les préenseignes «particulièrement utiles aux personnes en déplacement» entraîne de nombreux enjeux sur la CdC SME notamment pour toutes les activités d'hébergement touristique.

Les hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, campings, etc. ont développé de nombreuses stratégies de communication basées sur les préenseignes temporaires placées le long des voies de circulation principales, à proximité de l'activité sur les routes rurales ou encore dans les bourgs.

La non-conformité de ces préenseignes au 13 juillet 2015 et le besoin de signalisation de ces activités souvent à l'écart des voies interroge le rôle de la Signalisation d'information locale (SIL). La SIL pourrait prendre le relais du signalement de ces activités d'hébergement touristique.



Faverges centre-bourg



Seythenex

Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement ne faisant plus partie des régimes dérogatoires :



Seythenex, D12


Saint-Férréol, D1508


Faverges, D1508

Les activités touristiques sont souvent localisées dans ou à proximité de territoires protégés en raison de fortes sensibilités environnementales, que ce soit sur le littoral de Lac d'Annecy ou en zone de montagne. Les sites dans lesquels se signalent les activités touristiques sont ceux qui ont un attrait du fait de leur caractère remarquable ou à préserver.

Les préenseignes ou les enseignes qui y sont localisées doivent intégrer cet enjeu. Dans l'esprit de la Loi, les préenseignes sont par ailleurs interdites dans les périmètres des sites isncrits et des sites Natura 2000.

Les enseignes touristiques et des activités de plein air usent de dispositifs d'enseigne de moyen et de grands formats pour se signaler dans l'espace rural et/ou les bourgs. On assiste à une multiplication des dispositifs d'enseigne souvent très colorés, aux matériaux divers:

Grotte et Cascade, Seythenex



Location de vélos, snack, parapente, sur la voie verte à Lathuile



La Sambuy, Seythenex



Doussard



D12, Faverges



D42, Plan Montmin



Plus spécifiquement, les enseignes des campings répondent à la nécessité de se rendre visible parmi la diversité de l'offre proposée, notamment sur le secteur de Lathuile et de Doussard. Une multiplication des dispositifs d'enseigne, souvent colorés, aux matériaux très divers est à l'oeuvre :

Zone littorale Doussard



Seythenex



Lathuile



On retrouve sur tout le territoire de la CCPF, que ce soit en zone de montagne ou en zone littorale, une tradition d'enseignes peintes sur les résidences hôtellières.

Ces enseignes peintes en façade répondent d'une typographie spécifique de lettres le plus souvent inscrites en capitale. Les lettres composant l'enseigne n'ont en général pas de bandeau de fond et sont placées en hauteur, au-dessus du premier étage lorsque l'hôtel est en R+2.

A Lathuile ou à Doussard, d'anciens hôtles transformés en logements ont conservé ces enseignes. A Doussard ou à Faverges, elles ont été augmentées de nouveaux dispositifs d'enseignes contemporains, en applique ou en bandeau.

Hôtel de Genève à Faverges : aux enseignes peintes en façade ont été ajoutées des dispositifs contemporains



Hôtel de l'Arcalod à Doussard



D1508, ancien hôtel à Doussard ayant conservé la mémoire de la vocation passée du bâti par son enseigne peinte.



Ancien hôtel, Lathuile



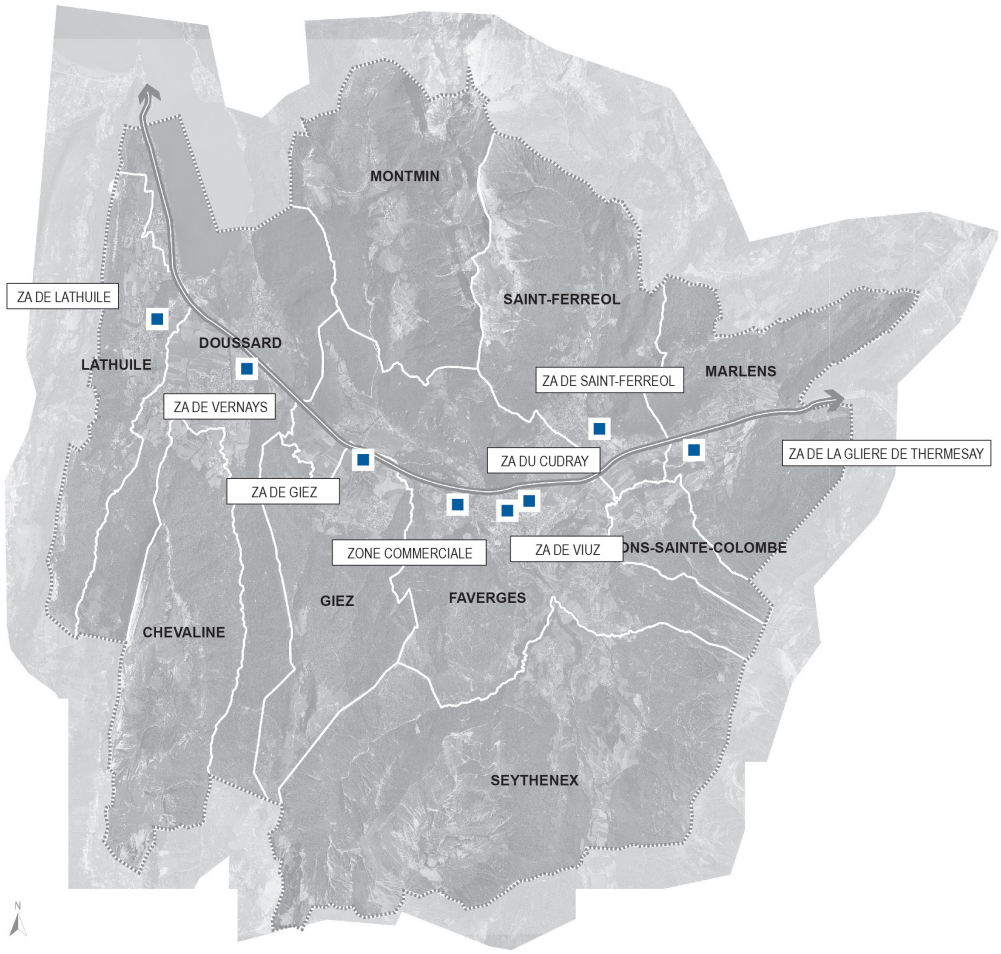
Hôtel La Sambuy de Seythenex



4.3. Les activités localisées en zones dédiées

Les zones d'activités

La CdC présente 8 parcs d'activités économiques. Ils sont dispersés tout le long de la RD1508. Sur la CCPF, la problamétique de la signalisation des ZAE est liée à celle du paysage généré autour de la RD1508.



Localisation des Zones d'activités économiques



ZA de Lathuile



ZA de Vernays, Doussard



ZA de Giez



Zone commerciale de Faverges



ZI du Cudray, Faverges



ZA de Viuz, Faverges



ZA de Saint-Férréol



ZA de la Gliere de Thermesay

Un modèle où l'attractivité repose beaucoup sur la communication

- Les zones d'activités économiques (ZAE) ont une double logique : celle de capter le passage et celle de faire venir à soi. Ces deux stratégies demandent à se signaler depuis la ou les voie(s) de communication à laquelle/lesquelles elles sont adossées.

  Ce modèle où l'attractivité repose besaucoup sur la communicaton induit un phénomène où les activités situées sur la RD1508, utilisent cette «vitrine» en multipliant des dispositifs en façade et au sol. (Zones de Doussard, Giez, Marlens et zone commerciale de Faverges)

- A l'intérieur même des ZAE, la diversité des activités hébergées demande à être signalée:

  Cette problématique est surtout présente sur la zone comerciale de Faverges où les «locomotives» sont situées en front de R1508 masquant les activités en retrait dans la zone.

  Dans les zones d'activités de Doussard, Lathuile et Faverges (ZA de Viuz), une signalétique mutualisée a été développée.



Entrée de ville de Faverges sur la RD2508 au niveau de la zone commerciale

Cette communication se fait essentiellement sous forme d'enseignes et de préenseignes.

Quelques préenseignes ne font plus l'objet de régimes dérogatoires depuis la Loi ENE de 2010: les «activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement» (not. les stations service) et «les activités en retrait de la voie».



ZA de Vernays, Doussard

Être visible depuis la voie de circulation : les enseignes

Si toutes les zones d'activités de la CCPF sont implantées à proximité de la RD1508, les zones d'activités de Vernay à Doussard, la ZA de la Glière de Thermesay à Marlens, la ZA de Giez et la zone commerciale de Faverges profitent d'une «vitrine» sur la RD1508 et sur sa déviation au niveau de Faverges.

La zone touristique sur le littoral de Faverges répond également de cette logique de regroupement d'activités, de part et d'autre de la RD1508 et bénéficiant également d'une visibilité depuis celle-ci.



ZA de la Glière de Thermesay


ZA de Vernay, Doussard, tournée vers la RD1508



ZA de Vernay, Doussard, tournée vers la RD1508



Zone commerciale de Faverges, sur la RD2508


Zone littorale de Doussard


ZA de Giez, sur la RD1508

S'identifier à l'intérieur de la ZAE : les enseignes et préenseignes

Cette problématique va être commune à l'ensemble des zones d'activités sur la CCPF.

Le phénomène de multiplication des dispositifs d'enseigne et de préenseignes afin de se rendre visible au sein de la zone d'activités va être plus marqué sur la zone commerciale de Faverges.

Afin de répondre à ces besoins, une signalétique mutualisée a été mise en place sur les zones d'activités de Lathuile, Doussard (les Vernays et zone littorale), et Favegres (ZA de Viuz).



ZA de Vernay, Doussard


ZA de Saint-Férréol



Zone commerciale de Faverges


ZA de Viuz à Faverges



Zone artisanale de Lathuile



Zone artisanale des Vernays, Doussard

Notamment en bordure de la route départementale, les activités vont user d'enseignes de grand format en façade. Elles vont également développer des enseignes scellées au sol et de nombreux dispositifs de moins de 1 m² scellés au sol, non réglementés, type mâts porte-drapeaux.

Quelques enseignes en toiture sont relevées à Doussard, sur la zone littorale pour des activités d'hôtelleire et de restauration.

De nombreux dispositifs ne sont pas conformes à la règlementation national en vigueur au titre du code de l'environnement.

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol



Enseignes scellées au sol sur la RD1508 abords de la ZA de Doussard



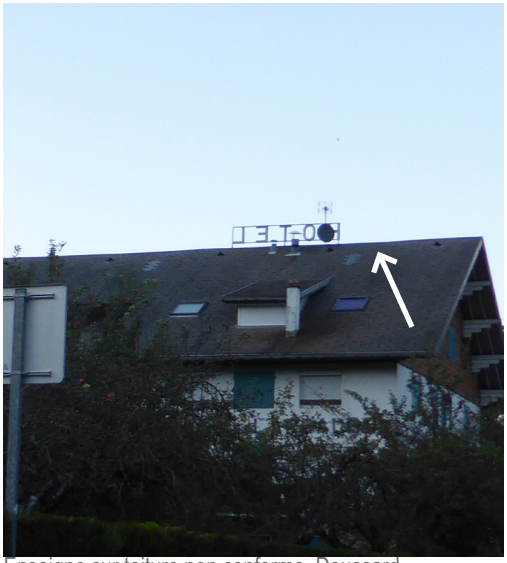


Enseignes scellées au sol en centre-ville de Doussard

Les enseignes sur toiture



Exemple d'enseigne sur toiture non-conforme : Doussard sur la RD1508


Enseigne sur toiture non conforme, Doussard

4.4. Les activités hors zones dédiées

Artisanat, agriculture, commerces, activités touristiques et de plein air

- **L'artisanat :** le secteur de l'artisanat est notamment porté par le secteur de la conctruction et de la filière bois. Les entreprises artisanales connaissent différents contextes d'implantation sur le territoire et sont souvent localisées à domicile ou sous forme de bâtiments isolés dans l'espace rural.
- **L'agriculture :** Une vingtaine de sructures proposent des circuits courts sur le territoire. Elles sont portées par une valorisation des produits du terroir par des AOC (appelations d'origine contrôlée) : Reblochon, Abondance, Chevrotin, Tome des Bauges.
- **Les commerces :** Les commerces isolés dans les bourgs ne comprenant pas de densité commerciale ou en dehors des linéaires identifiés.
- **Les activités touristiques et de plein air :** l'importante activité touristique sur le territoire de la CCPF (10% des recettes du tourisme du bassin annécien concernent le territoire du Pays de Faverges, soit 55 millions d'euros) s'appuie sur l'attrait de sites reculés depuis lesquels il s'agit de se signaler.

La position de ces activités en retrait des voies de circulation principales, disséminées dans l'espace agricole ou imbriquées dans le tissu des communes rurales demandent à se signaler depuis la route et dans le bourg.

Cette signalisation prend la forme de préenseignes et d'enseignes. Dans ce contexte, une attention doit être portée au bâti patrimonial, non protégé, servant de support aux enseignes et/ou aux préenseignes.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité et sont à ce titre interdites en PNR. De nombreuses préenseignes qui étaient tolérées hors agglomération jusqu'à la Loi dite Grenelle II de 2010, ne font plus partie des régimes dérogatoires. Elles devront être déposée au plus tard le 31 juillet 2015. La signalisation de certaines de ces activités pourrait relever de la Signalisation d'information locale (SIL).

Lathuile, préenseignes d'activités liées au camping



Faverges, enseigne d'activité artisanale



L'espace non bâti de la CCPF est un territoire particulièrement sensible, du fait d'une forte présence agricole et de qualités environnementales remarquables mais aussi d'un patrimoine historique important.

La particularité des territoires de montagne reste l'utilisation de la pierre sur la partie basse isolant des intempéries, mais aussi du bois sur la partie supérieure; ce sont les deux principaux matériaux employés à l'échelle de l'intercommunalité et plus largement de la région.

Les sols calcaires du territoire sont à l'origine des matériaux de construction qui se retrouvent sur la base du bâti ancien. La pierre reste peu travaillée dans l'ensemble à l'exception des chaînages et encadrements.

Le bois étant réservé plutôt pour la partie supérieure des bâtiments, de la grange ou des annexes.

Plus l'habitat est éloigné du centre ancien, plus le bois est utilisé comme matériau de construction (sur l'habitat traditionnel) en témoignent les estives, les granges...

Lorsque l'activité s'insère dans un bâtiment indépendant, son caractère isolé le distingue en soi dans le paysage. Lorsqu'il déploie des enseignes et préenseignes, il marque davantage son signalement et peut venir perturber l'environnement dans lequel il s'insère. Peu d'exemples sont à relever dans la CCPF.

Quelques enjeux sont à dégager :

>> l'impact paysager des signes colorés dans l'espace naturel et rural

>> la qualité patrimoniale des villages

>> l'installation d'enseignes ou de présenseignes sur du bâti patrimonial ou utilisant des matériaux traditionnels

Les activités isolées au sein des bourgs

Les dispositifs reposent surtout sur des enseignes en façade. On relève quelques enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Quelques dispositifs vont être très présents pour être vu de loin, d'autres enseignes vont reprendre les codes de la préenseigne dans un objectif de signalisation (enseigne Mazza motos à faverges). Enfin, d'autres dispositifs vont ête plus discrets et simplement marquer la présence d'une activité dans le bâti.

Faverges



Doussard



Seythenex



Lathuile



Saint-Férréol



Lathuile, place centrale



Des séquences sur la RD1508 et les voies principales de circulation

La signalisation le long des axes routiers sert les activités en retrait de la voie mais a également une vocation de «vitrine» du fait de la circulation qui y est à l'oeuvre.

Ce sont des séquences plus ou moins denses de dispositifs publicitaires qui sont développées sur le réseau routier principal de la CCPF et notamment sur la RD1508.

La forme de communication est majoritairement celle de préenseignes. Les préenseignes des activités en retrait de la voie bénéficient d'un régime dérogatoire jusqu'au 13 juillet 2015, date à laquelle elles devront être déposées.

Par ailleurs, certaines activités se sont développées sur la RD1508 mais ne bénéficient pas de la logique d'attractivité des zones d'activités économiques en tant que groupements. La signalisation de ces activités par des enseignes et/ou des préenseignes va donc être importante.

Sur la 1058 à Marlens



D1508 Doussard



D1508 Doussard



D1508, Marlens



D1508 Marlens



D1508 Marlens



Ces activités vont développer des enseignes sur un bâti souvent contraint (maison d'habitation notamment) qui ne va pas faciliter la bonne intégration des enseignes ni leur visibilité. Les dispositifs sont généralement des petits et moyens formats.

Lorsqu'elles sont implantées dans un bâtiment indépendant de type activité, c'est la typologie de ces bâtiments qui peut d'abord avoir un impact dans le paysage. L'ajout d'enseignes souvent colorées en fait des signaux dans l'espace rural.

Quelques préenseignes sont également développées. Elles bénéficient d'un régime dérogatoire lorsqu'elles signalent une activité de vente de produits du terroir.

Garage et boulangerie artisanale isolées à Lathuile



Préenseigne dérogatoire sur la D42, vers montmin



Faverges



Lathuile



Enseigne murale sur la D12, Saint-Férréol



Doussard



Les dispositifs d'enseigne vont généralement user de moyens et de grands formats pour être visible dans l'espace rural et/ou dans les bourgs. Une multiplication de dispositifs, souvent très colorés est également visible.

Une certaine recherche, notamment d'enseignes figuratives s'illustre aussi sur le territoire de la CCPF (exemple à Doussard)

Grotte et Cascade, Seythenex



Location de vélos, snack, parapente, sur la voie verte à Lathuile



Doussard



D12, Faverges



La Sambuy, Seythenex



D42, Plan Montmin



Les enseignes des campings

Les dispositifs d'enseigne des campings vont rechercher une grande visibilité, du fait d'une offre importante concentrée sur les communes de Lathuile et de Doussard mais aussi du fait de leur position isolée dans l'espace rural.

Une multiplication de dispositifs, souvent très colorés est observable sur la CCPF.

Lathuile



Lathuile, le Taillefer



Seythenex



Lathuile



Zone littorale Doussard



Doussard



4.5. Les commerces de centre-bourg



Centre historique de Faverges

La signalisation se fait principalement sous forme d'enseignes.

Les devantures sont des repères qui participent à l'image, à l'identité et à l'animation du centre bourg. Elles sont aussi les témoins d'une époque. À l'intérieur de son support architectural, le commerce participe à la qualité de l'environnement urbain.

Les enjeux concernent la qualité de ces enseignes et leur bonne intégration dans l'architecture par leur format, leur implantation, leurs couleurs,leurs matériaux, etc.

Les façades se valorisent entre elles et composent le paysage urbain. Leur cohérence en tant qu'ensembles commerçants sera également un enjeu à porter par le RLPi.

Il s'agira de distinguer :

- les pas de porte commerciaux insérés dans des bâtiments mixtes et aux volumes contraints
- les petites et moyennes surfaces commerciales, structures indépendantes

Les communes de Faverges et de Doussard concentrent les principaux pôles commerciaux.

Quelques commerces isolés sont implantés dans les bourgs de Lathuile, Saint-Férréol... Ils sont abordés dans le cadre des activités isolées.

Les enjeux des centres-bourgs commerçants vont donc principalement se poser sur les linéaires de Faverges et de Doussard qui présentent des pôles commerçants relativement regroupés.



Centre bourg de Doussard

Les devantures dites «en feuillure» sont celles qui sont placées à l'intérieur de la maçonnerie.

Les rez-de-chaussée du bâti de centre-bourg ont été largement modifiés pour s'adapter aux besoins des commerces, notamment pour ouvrir de larges vitrines.

La composition de la façade est alors souvent rompue par l'ouverture de grandes baies créant des effets de vide. Par ailleurs, les trames horizontales et verticales du bâtiment (la hauteur des étages, la proprotion des percements, etc.) n'est souvent pas respectée.

Ouverture de larges baies



Centre historique de Faverges



Centre bourg de Doussard

Rupture des rythmes de la façade



Centre historique de Faverges

Conservation du rythme de la façade



Centre bourg de Doussard

Certaines devantures dites «en feuillure», vont développer une réflexion d'ensemble sur leur bonne intégration dans le rez-de-chaussée commercial, par le traitement de la couleur, des baies, etc.



Faverges



Faverges

Les devantures dites «en applique» sont composées de coffres de bois habillant les rez-de-chaussée. A l'origine, elles ne viennent pas concurrencer l'architecture qui les supporte par leur taille et leur proportion. Des exemples contemporains de devantures en applique sont observés à Faverges, usant de matériaux divers (bois, vitrage...).



Centre historique de Faverges : une devanture en apllique conservée, richement travaillée (corniche, décor). Même si peu d'enseignes anciennes ont été conservées, la question de leur préservation lors de la reprise du pas de porte se pose.



Faverges



Faverges



Faverges

Une problématique spécifique se pose sur Faverges et de façon moins prononcée, sur Doussard : les rez-de-chaussée commerciaux organisés en arcades ceintrées ou non.

Différents cas de figure sont rencontrés :

Les rez-de-chaussée organisés en arcade, en retrait de la façade principale de l'immeuble, donnant sur une coursive



Faverges

Les rez-de-chaussée organisés en arcade, sur le même plan que la façade principale de l'immeuble



Faverges

Les rez-de-chaussée organisés en arcade sur du bâti ancien



Centre historique de Faverges

Les rez-de-chaussée organisés en arcade sur du bâti contemporain



Doussard

Les rez-de-chaussée organisés en arcades non ceintrées



Faverges



Faverges

L'architecture à arcade, ancienne ou contemporaine, ceintrée ou non, créant une coursive ou non va poser différentes problématiques pour la visibilité des commerces.

La réponse aujourd'hui individualisée de chaque activité crée une dysharmonie dans les ensembles commerciaux mais nuit également à la qualité architecturale des centres-bourgs. Une meilleure visibilité de l'activité est le plus souvent recherchée en implantant des dispositifs en hauteur sur la façade; en surenchérissant en termes de nombre e de format des dispositifs, d'emploi de couleurs saturées, de dispositifs lumineux, etc.

Des solutions recherchées en hauteur sur la façade ou par l'implantation de dispositifs lumineux



Faverges

Surenchère de dispositifs en applique et en drapeau



Faverges

Le RLPi est un outil pour recréer de la cohérence dans les choix d'implantation des enseignes, leur format, leurs matériaux, leurs couleurs, etc. dans le contexte contraint du bâti de centre-bourg.

Les petites et moyennes surfaces isolées

Les cellules commerciales indépendantes localisées dans le centre communiquent à la fois selon le langage des commerces de centre-bourg mais aussi selon celui de la strucutre commerciale telle qu'on peut la retrouver en zone d'activité.

Elles peuvent développer à la fois des enseignes en applique et en drapeau pour animer la rue commerçante et des enseignes de grand format scellées au sol ou des dispositifs publicitaires dans le bourg.

Doussard



Doussard



Doussard



Enseignes scellées au sol en centre-ville de Doussard

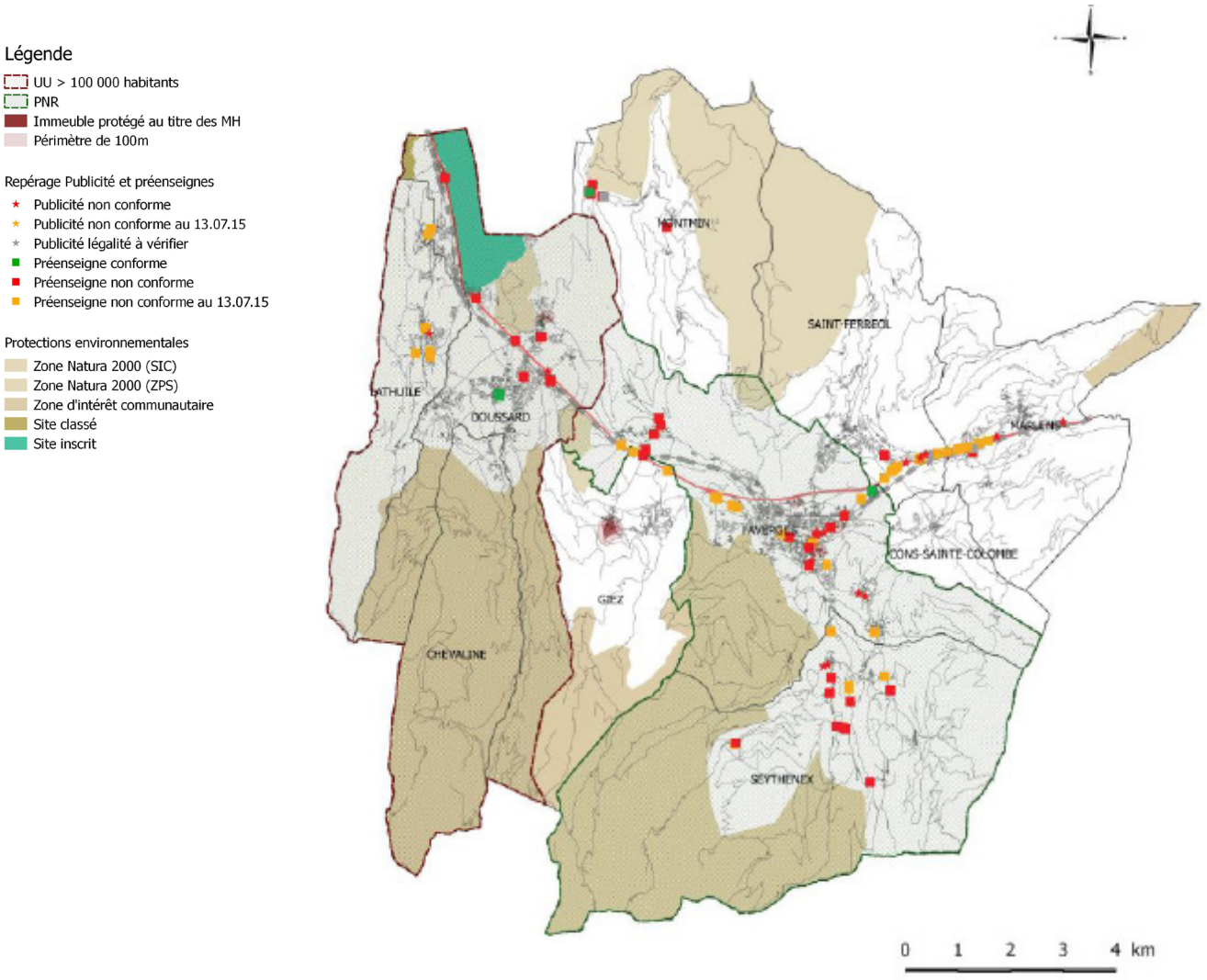


5. ANALYSE ET ENJEUX DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Une analyse des dispositifs publicitaires existants dans la CdC du Pays de Faverges est présentée dans le chapitre suivant. Elle s'appuie sur le recensement des dispositifs réalisé dans le cadre de l'étude. Un deuxième volet concerne les enjeux de la publicité pour la préservation des paysages et du cadre de vie.

5.1. LE REPERAGE DE LA PUBLICITE EXTERIEURE
5.2. LES ESPACES URBANISES
5.3. LES INFRASTRUCTURES ROUTIERES ET LEURS ABORDS
5.4. LES ESPACES AGRICOLES ET NATURELS

5.1. Le repérage de la publicité extérieure (publicité et préenseignes)



Un inventaire exhaustif des dispositifs de publicité et de préenseignes a été effectué sur l'ensemble du territoire de la CCPF. Celui-ci s'est déroulé en deux temps :

Un travail de terrain réalisé en octobre 2014 permettant le recensement de l'ensemble des dispositifs de publicité et de préenseignes (dérogatoires, non dérogatoires et temporaires) et la constitution d'une base photographique.

Un travail cartographique permettant de localiser chacun de ces dispositifs, de renseigner son statut de conformité et d'y attacher la photographie correspondante. Le traitement de cet inventaire par un Système d'information géographique permet notamment de superposer la localisation des dispositifs aux protections environnementales, paysagères et patrimoniales en vigueur.

129 dispositifs publicitaires ont ainsi été recensés. Près des 2/3 sont des préenseignes non dérogatoires assimilables à de la publicité (64% soit 83 dispositifs).

Ces dispositis sont principalement implantés le long de la RD1508 et des voies secondaires de circulation (D12 vers Seythenex, D180 vers Lathuile et D181 vers Doussard, sur la zone littorale et les lieux touristiques de montagne.

Le changement des régimes dérogatoires des dispositifs publicitaires (Loi d'engagement national pour l'environnement, dite «Grenelle II» de 2010) a des conséquences importantes sur le territoire, entraînant la non-conformité de la plupart des dispositifs au 13 juillet 2015.

D'autres le sont déjà du fait notamment de leur implantation dans les zones sensibles du territoire (Zones Natura 2000, site classé, dans un périmètre de 100 mètres des monuments historiques et dans leur champ de visibilité, etc.), de leur format ou de leur nombre.

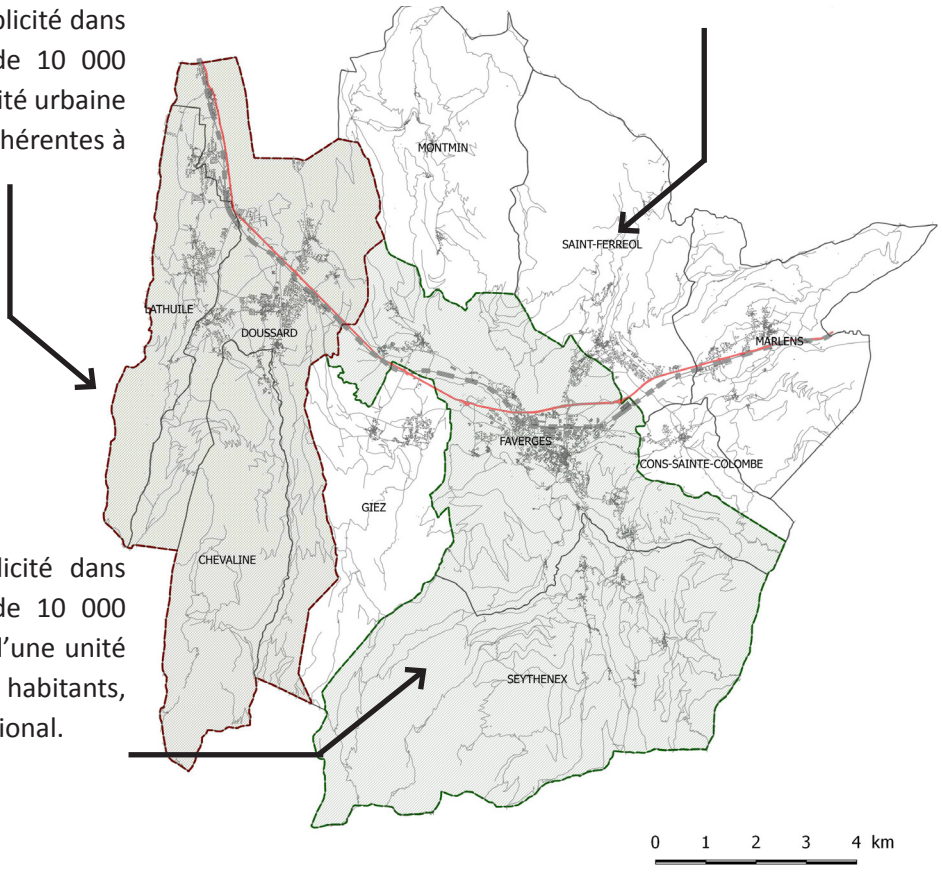
	Nombre		Distance	
	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015	Jusqu'au 12/07/2015	A compter du 13/07/2015
Activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement	4	0	5 km	Sans objet
Service public ou d'urgence	2	0	5 km	Sans objet
Activité en retrait de la voie	2	0	5 km	Sans objet
Monuments historiques	4	4	10 km	10 km
Vente produits du terroir	2	2	5 km	5 km
Activité culturelle	Sans objet	2	Sans objet	5 km

Source : Le Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure, Ministère de l'écologie, du DD et de l'énergie, 2013

Trois règlementations différentes s'appliquent sur le territoire en matière de publicité extérieure :

Les règles qui régissent la publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, adhérentes à un parc naturel régional.

Celles qui régissent la publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, adhérentes à un parc naturel régional.



Celles qui régissent la publicité dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, adhérentes à un parc naturel régional.

En dehors de l'interdiction de publicité dans les Parcs naturls régionaux, qui peut être aménagée par un Règlement local de publicité, la règlementation nationale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants en dehors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants pose déjà de nombreuses limites en termes de développement de la publicité extérieure :

	Systèmes	La publicité extérieure			
		Non Lumineuse	Eclairée par projection ou transparence	Lumineuse	Numérique
Dispositifs	Sur un mur ou une clôture	Autorisés - 4m²		Interdits	
	Sur le mobilier urbain	Autorisés *		Interdits	
	Sur les véhicules terrestres	Autorisés *	Interdits		
	Sur les eaux intérieures	Autorisés *	Interdits		
	De petits formats	Autorisés	Interdits		
	Sur les toitures et les terrasses	Interdits			
	Apposés ou scellés au sol	Interdits			
	Bâches sur les échaffaudages	Interdits			
	De dimensions exceptionnelles	Interdits			

* Applicable aux communes hors Pnr : Montmin, Saint-Férréol, Marlens, Cons-Ste-Colombe, Giez

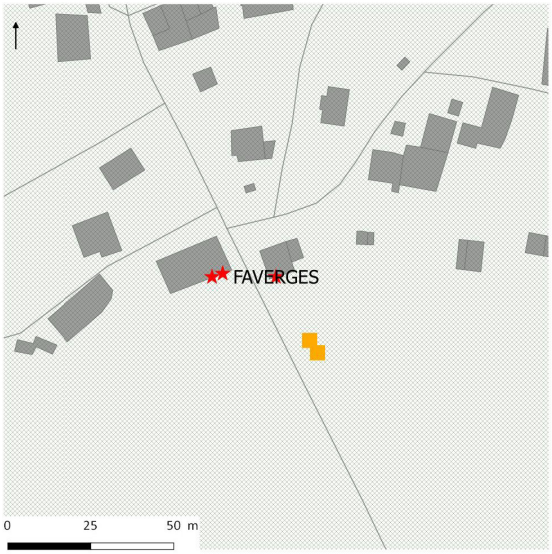
Si par l'élaboration du RLPi, les élus de la CCPF choisissent d'aménager l'interdiction de publicité, il faut garder en mémoire qu'une règlementation nationale plus permissive s'applique sur les communes de Lathuile, Doussard et Chevaline, comprises dans l'unité urbaine d'Annecy comptant plus de 100 000 habitants. Le RNP y est plus souple notamment en termes de format et de dispositifs lumineux et numériques :

	Systèmes	La publicité extérieure			
		Non Lumineuse	Eclairée par projection ou transparence	Lumineuse	Numérique
Dispositifs	Sur un mur ou une clôture	- 12m²	Autorisés		- 8m²
	Sur le mobilier urbain	Autorisés		Interdits	
	Sur les véhicules terrestres	Autorisés	Interdits		
	Sur les eaux intérieures	Autorisés	Interdits		
	De petits formats	Autorisés	Interdits		
	Sur les toitures et les terrasses	Interdits			
	Apposés ou scellés au sol	- 12m²	Autorisés		- 8m²
	Bâches sur les échaffaudages	Interdits			
	De dimensions exceptionnelles	Interdits			

5.2. Les espaces urbanisés

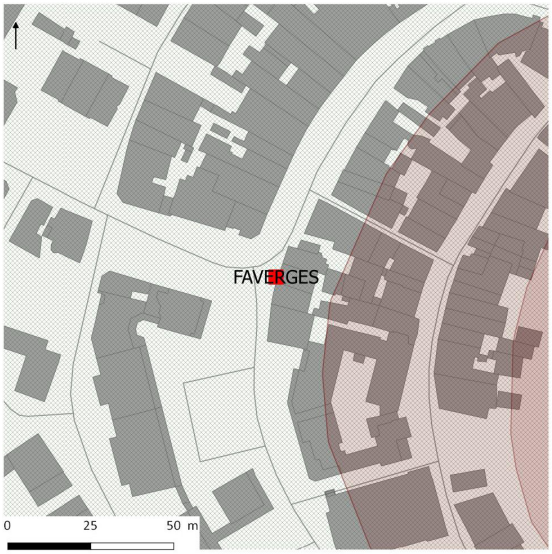
Les zones urbanisées sont l'endroit privilégié pour communiquer, à plus forte raison dans les bourgs principaux tels que Faverges et Doussard.

La commune de Faverges a installé du mobilier urbain destiné à recevoir de la publicité de 2m². Cependant, la publicité sur le mobilier urbain est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants comprises dans un Parc naturel régional. Une erreur de rédaction de l'article R.581-42 empêche le RLPi de lever cette interdiction. Ces dispositifs ne peuvent plus servir à recevoir de la publicité dans l'attente d'un décret modificatif venant rectifier cette erreur de rédaction.



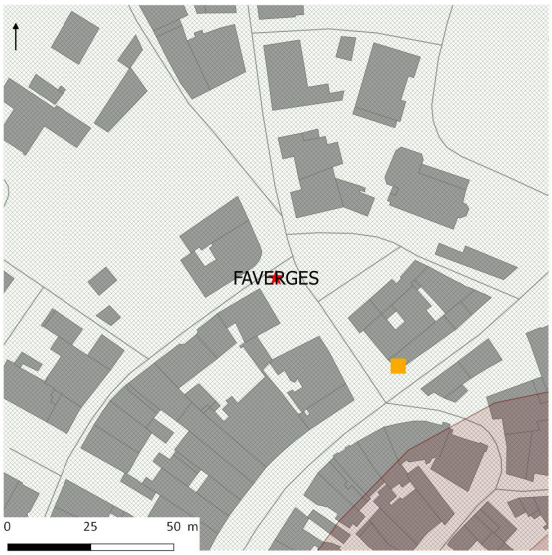
Publicité. Non conforme. Publicité en PNR





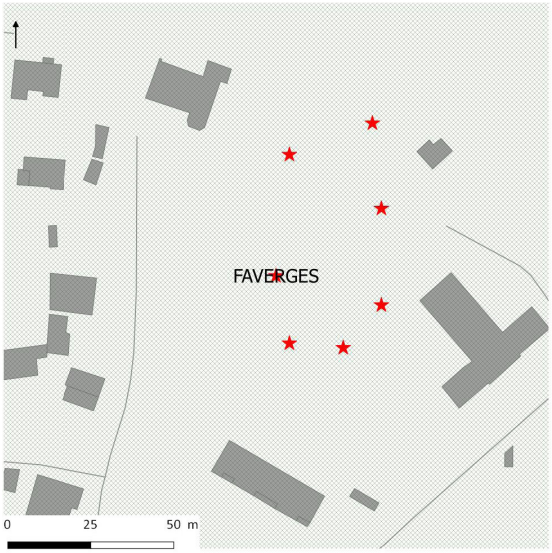
Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif installé sur une barrière



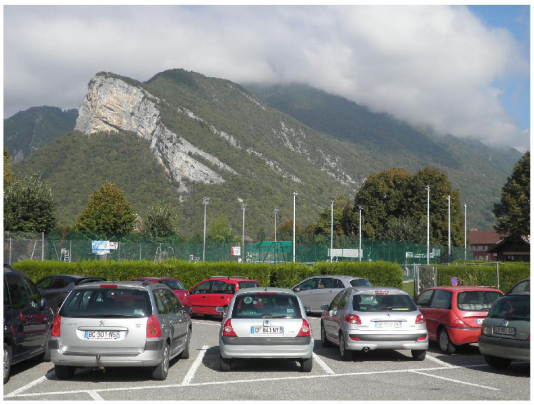


Publicité. Non conforme. Publicité interdite en PNR, publicité sur mobilier urbain interdite dans les agglomérations de moins de 10000 habitants



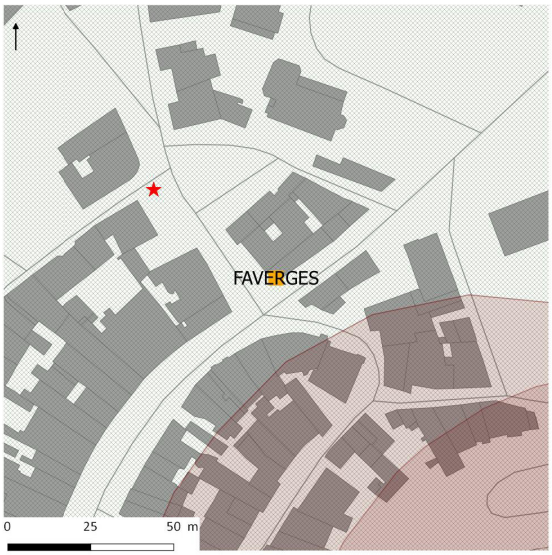


Publicité. Non conforme. Publicité interdite en PNR, visible depuis les voies de circulation ouvertes au public



Une interdiction de la publicité en Pnr même dans les zones urbanisées

La publicité est interdite au sein d'un territoire de Parc naturel régional au titre de l'article L.581-8-I du code de l'environnement. Les dispositions qui régissent la publicité s'appliquent également aux préenseignes (L.581-19 du code de l'environnement).



Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité interdite en PNR

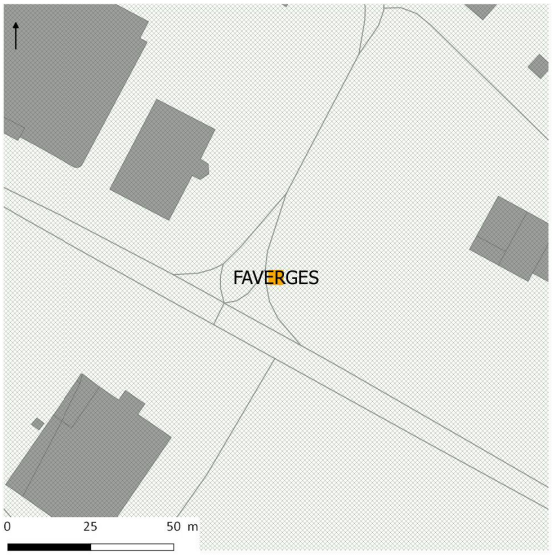


Des lieux de concentration de la communication...

• Les ZAE de la CCPF et notamment la zone commerciale de Faverges concentrent un nombre de dispositifs importants à leurs abords et à l'intérieur de la zone. Les préenseignes en agglomération sont interdites à partir du 13 juillet 2015. Elles devront être déposées au plus tard à cette date.

• les entrées de ville *(les rond-points et carrefours sur la RD1508 sur Saint-Férréol, Marlens, Doussard, Faverges, Giez)*

... pour des activités isolées dans le tissu urbain ou en retrait des voies principales et pour des activités localisées à l'extérieur de celui-ci



Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif installé sur une clôture non aveugle

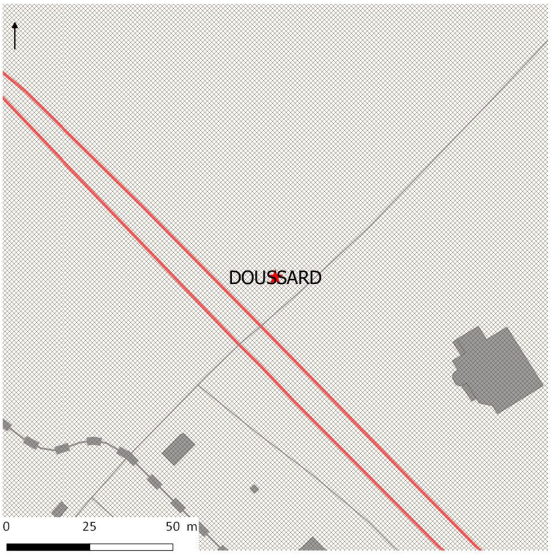




Publicité. Non conforme. Dispositif installé sur un mur non aveugle



Publicité. Non conforme. Publicité interdite en PNR, véhicule stationné en un lieu visible depuis une voie ouverte à la circulation publique





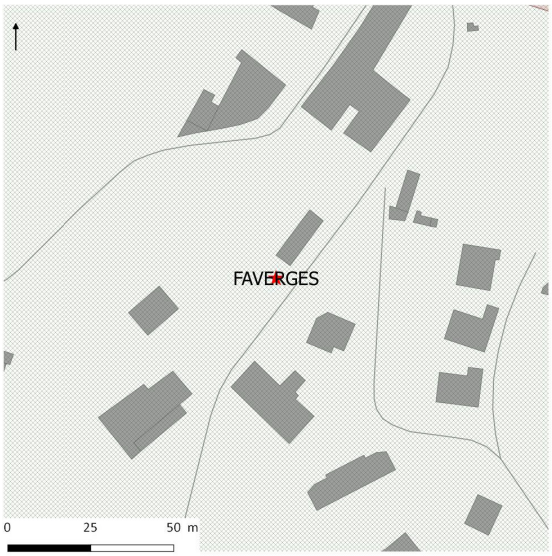
Sensibilités patrimoniales et paysagères des espaces urbanisés

Nombre de dispositifs publicitaires sont présents dans le périmètre de protection des Monuments Historiques. Les dispositifs publicitaires sont interdits à moins de 100 mètres, dans le champ de visibilité et sur les immeubles classés ou inscrits parmi les MH (L.581-8-I du code de l'environnement). L'insertion de publicité sur le bâti patrimonial pose aussi question. Certaines agglomérations sont par ailleurs comprises dans un site Natura 2000 dans lesquels la publicité est interdite (exemple de Seythenex).



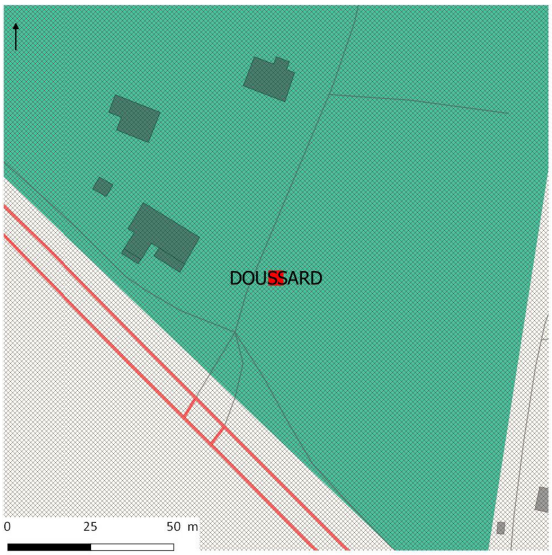
Publicité. Non conforme. Publicité interdite en PNR, en zone Natura 2000





Publicité. Non conforme. Publicité interdite en PNR



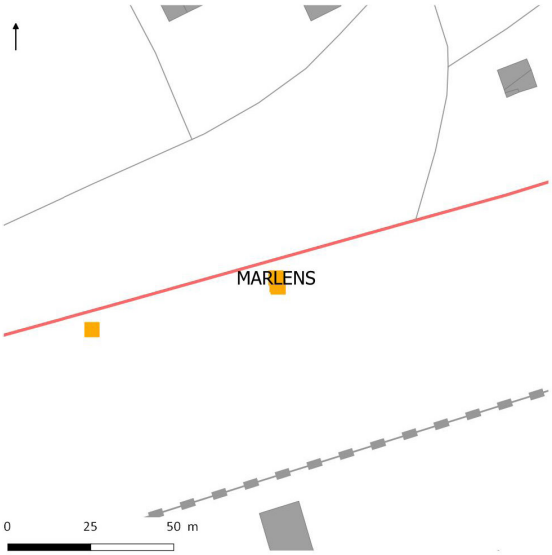


Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol, en site inscrit



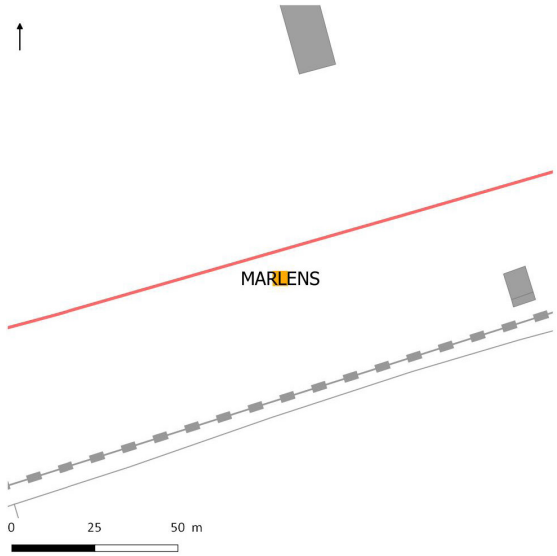
Une non-conformité des dispositifs publicitaires autorisés du fait de nouvelles réglementations (2012)

Les décrets du 30 janvier 2012 et du 1er juillet 2012 ont modifié les règles d'implantation et de format régissant les dispositifs publicitaires. Même en présence de RLP qui autorisent ces dispositifs, la nouvelle réglementation issue des décrets de 2012 entraîne leur non conformité. Ils devront prendre en compte la nouvelle réglementation au plus tard au 13 juillet 2015 (art. R.581-88-III du code de l'environnement).

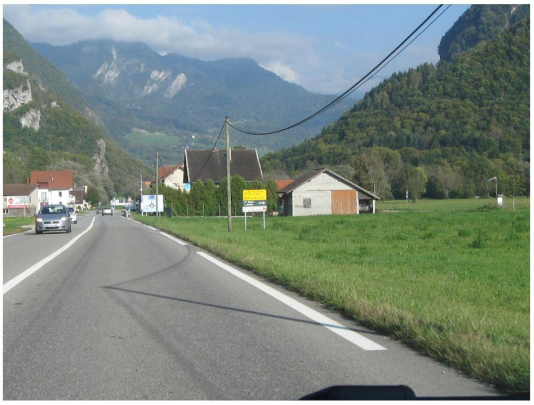


Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Dispositif scellé au sol





Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Dispositif scellé au sol



5.3. Les infrastructures routières

Des «routes vitrines» lieux de concentration de la communication

La RD1508 constite la principale «route vitrine» du territoire. Sur le réseau secondaire, la D12 emmenant vers Seythnex et ses sites touristiques, les D180 et D181 desservant Lathuile et Doussard et leurs zones de campings ainsi que la D42 emmenant vers Montmin et sa station de ski sont les principales routes concernées par l'installation de publicité extérieure.

La route support des préenseignes

La forme de communication sur les infrastructures routières relève des préenseignes signalant par anticipation des activités. Les axes de circulation servent alors aussi bien à signaler :

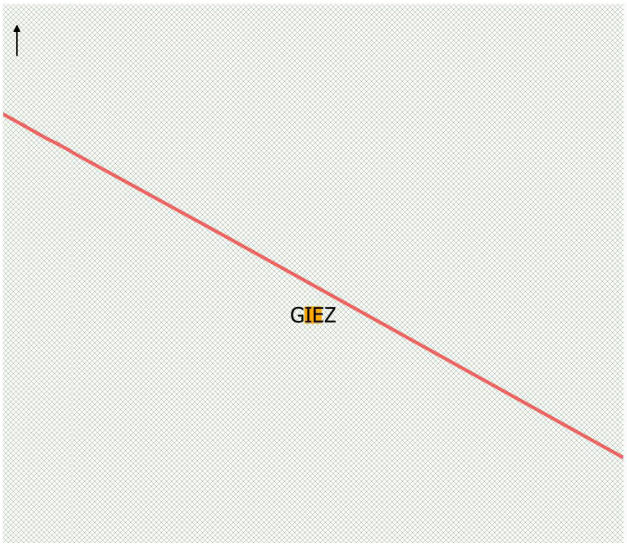
- une activité à proximité qui est isolée dans l'espace rural : exemple des activités d'hôtellerie et de restauration qui se signalent sur le réseau routier secondaire
- une activité plus éloignée qui profite d'un flux de circulation important : exemple des préenseignes sur la RD1508
- des activités en retrait des voies ou en retrait dans le centre-bourg qui se signalent en amont : exemple des publicités en entrée de ville de Faverges

Les préenseignes concernées par le changement des régimes dérogatoires (2012)

La Loi ENE dite «Grenelle II» de 2010 a modifié le régime des préenseignes dérogatoires. Les activités particulièrement utiles aux personnes en déplacement ne font plus partie de ce régime dérogatoire. Les préenseignes des hôtels, campings, restaurants qui forment le plus gros des préenseigne avec la signalisation des Supermarchés ayant une station essence seront donc à déposer avant le 13 juillet 2015. La modification des régimes dérogatoires pose la question du développement de la Signalisation d'information locale (SIL).

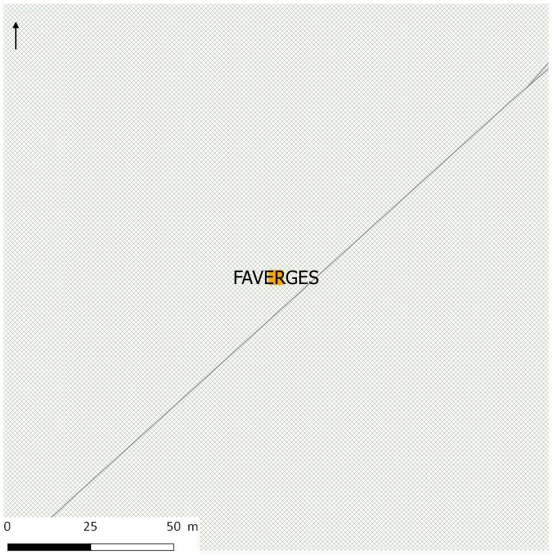
Sensibilités patrimoniales des lieux traversés

La RD1508 longe le site inscrit du lac d'Annecy et longe les sites Natura 2000 de la Cluse du lac d'Annecy. Le réseau secondaire un site Natura 2000 au niveau de Seythenex (Zone Importante de Conservation des Oiseaux (ZICO) des Bauges RA16).



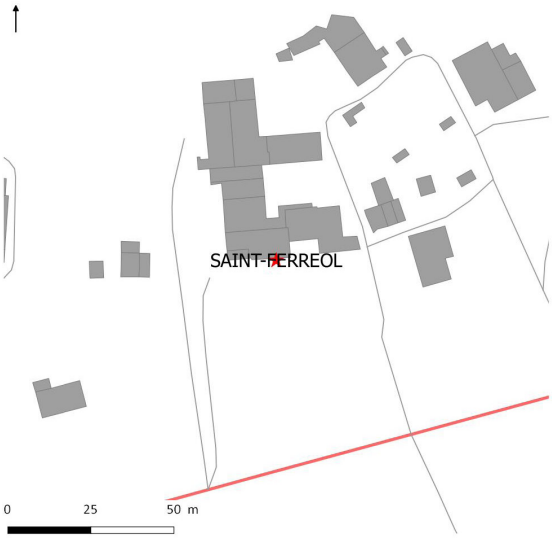
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité en
dispositif scellé au sol





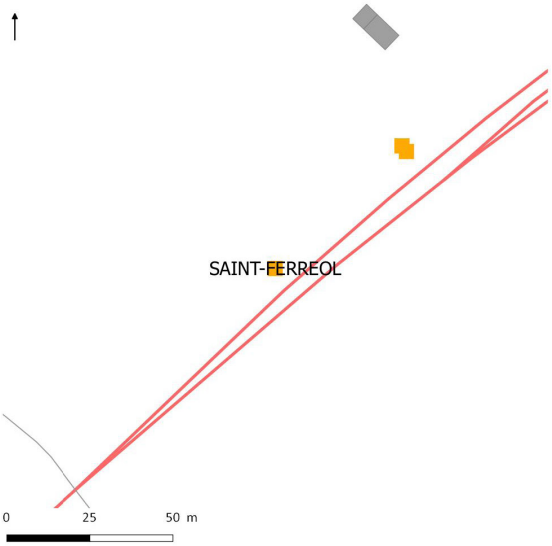
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité en PNR, dispositif scellé au sol





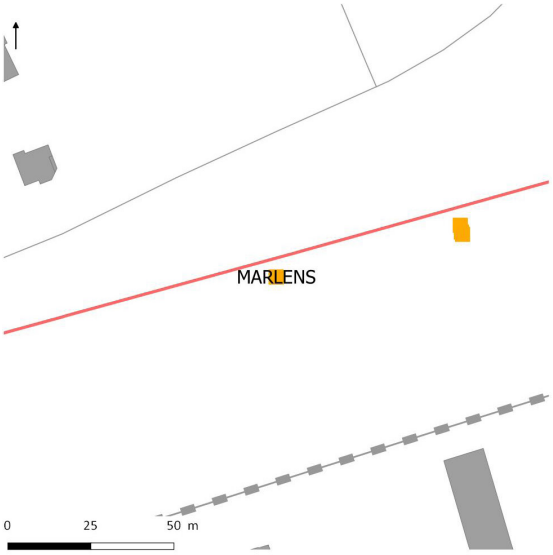
Publicité. Non conforme. Dispositif installé au-dessus de l'égout du toit





Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Dispositif scellé au sol





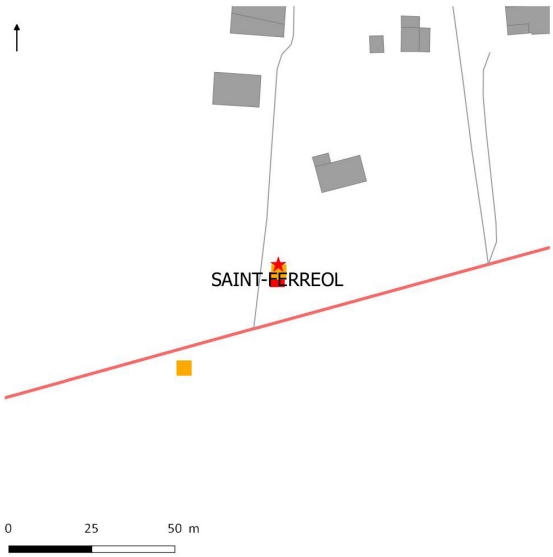
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Dispositif scellé au sol





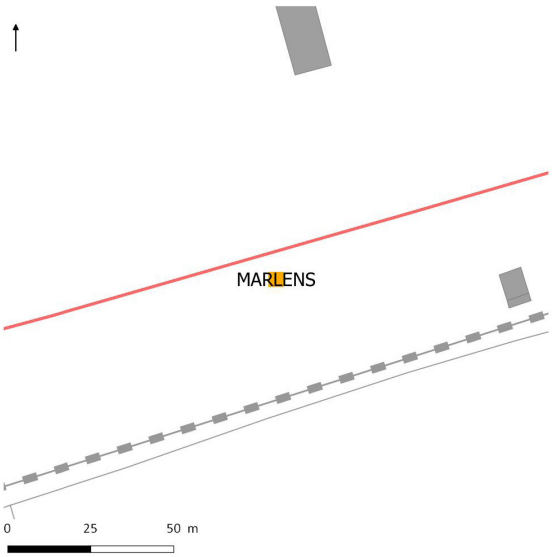
Publicité. Non conforme. Dispositif installé sur un mur non aveugle



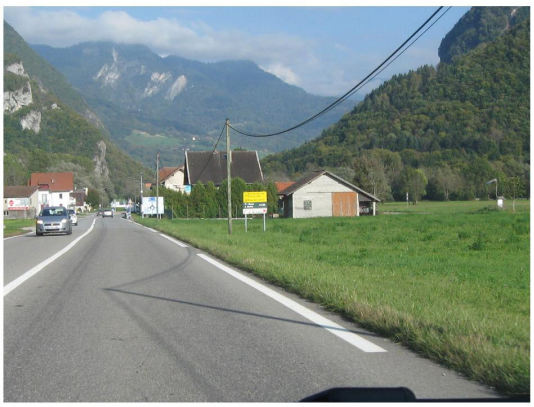


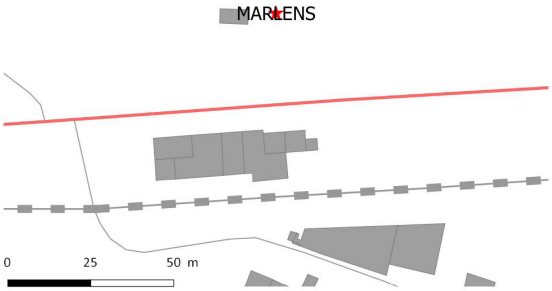
Préenseigne. Non conforme. Dispositif scellé au sol





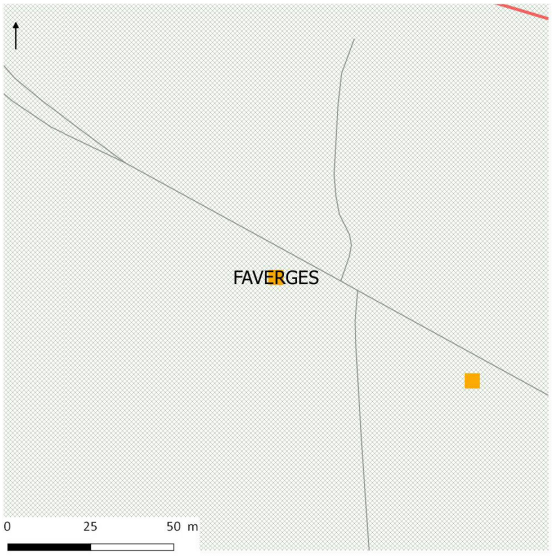
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Dispositif scellé au sol





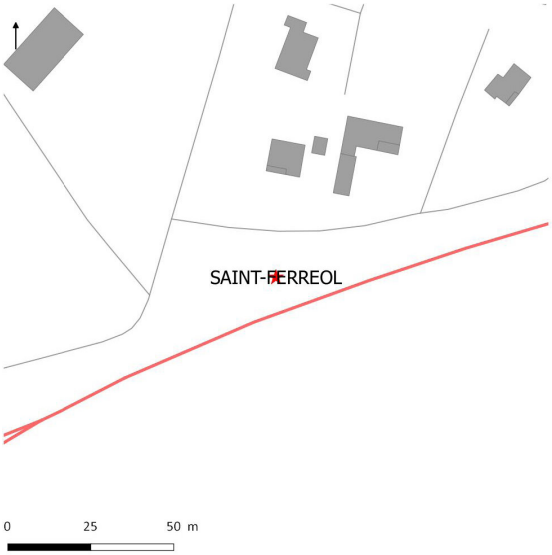
Publicité. Non conforme. Dispositif dépassant le mur support





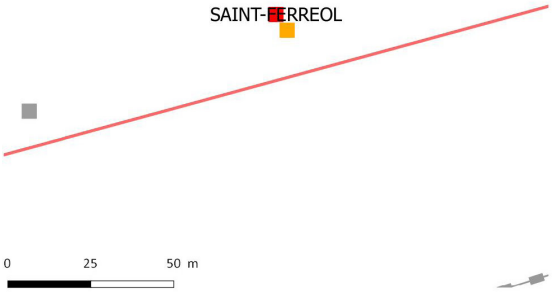
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité en PNR, dispositif scellé au sol





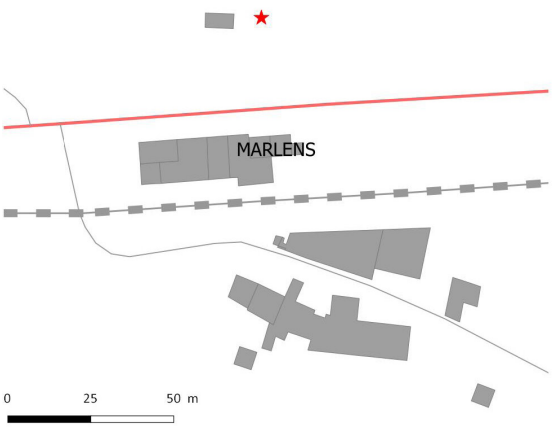
Publicité. Non conforme. Dispositif scellé au sol





Préenseigne. Non conforme. Dispositif installé sur une clôture





Publicité. Non conforme au 01/07/15. Dispositif dépassant l'égoût du toit



Le signalement d'activités isolées

Les «routes de campagne» sont le support de la communication d'activités isolées dans l'espace rural au titre desquels des activités artisanales à domicile, l'hébergement touristique type chambres d'hôtes ou encore les activités de vente directe à la ferme.

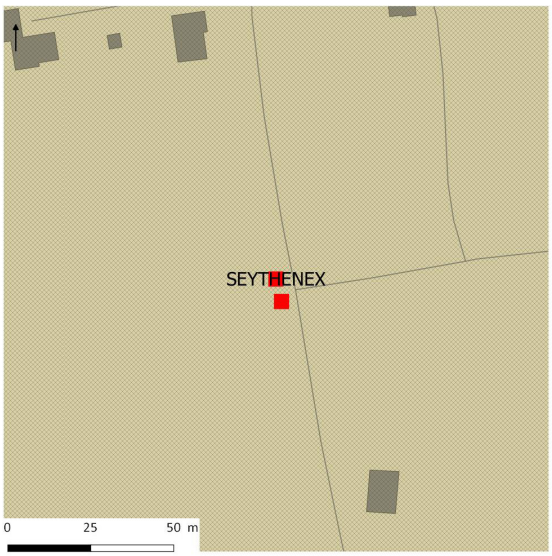
La forme de communication relève des préenseignes et des préenseignes dérogatoires.

Les préenseignes concernées par le changement des régimes dérogatoires (2012)

Les préenseignes des campings, chambres d'hôtes, restaurants ainsi que celles signalant la visite de monuments qui ne sont pas protégés au titre des MH, qui forment le plus gros des préenseignes dans l'espace rural, seront à déposer avant le 13 juillet 2015. La modification des régimes dérogatoires pose la question du développement de la Signalisation d'information locale (SIL).

Sensibilités patrimoniales des lieux traversés

L'importance des sites Natura 2000 sur le territoire auxquels s'ajoute le périmètre du site classé impliquent des «zones blanches» pour la publicité, en plus de l'interdiction générale de la publicité dans les agglomération en Pnr. *[Natura 2000, Loi ENE : publicité interdite en agglomération; site classé, L.581-4 Code de l'environnement : interdiction de la publicité en agglomération et hors agglomération ; PNR, L.581-4 Code de l'environnement : interdiction de la publicité en agglomération]* Les dispositifs publicitaires en non-conformité sont notamment situés dans la zone littorale.



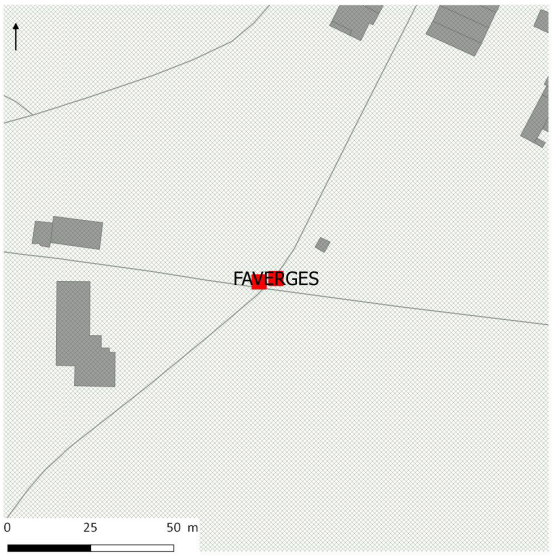
Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol, en zone Natura 2000





Préenseigne dérogatoire. Non conforme. Dispositif scellé au sol, en zone Natura 2000



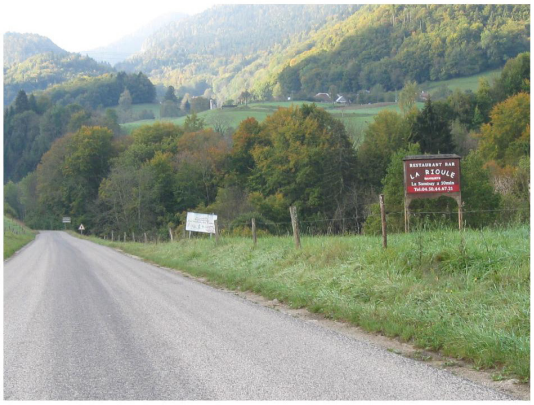


Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol, hors agglo





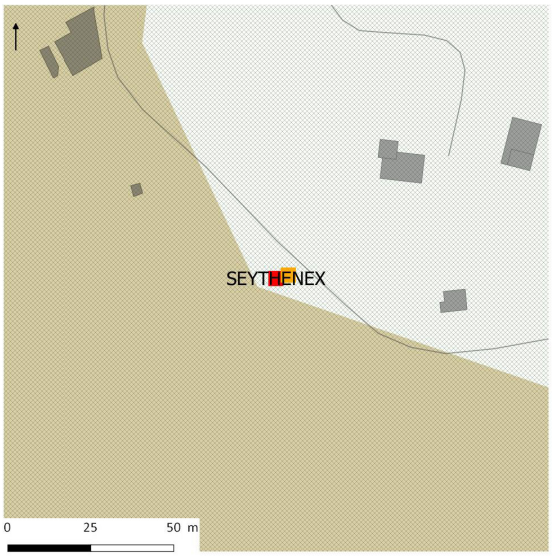
Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol, en zone Natura 2000





Préenseigne. Non conforme au 13/07/15. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol, en zone Natura 2000





Préenseigne. Non conforme. Publicité interdite en PNR, dispositif scellé au sol





PARTIE B

ORIENTATIONS

Dans un contexte de Parc naturel régional, le RLPi peut construire ses orientations à partir de deux types de possibilités :

- Encadrer les enseignes, en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'esthétique…, sur tout ou partie du territoire, en restant plus restrictif que les prescriptions du règlement national.
- Réintroduire en agglomération la publicité extérieure et les pré-enseignes, en restant plus restrictif que les prescriptions du règlement national et en respectant les autres zones interdites à la publicité que le Pnr.

Les orientations proposées dans le cadre du RLPi de la Communauté de communes du Pays de Faverges s'appuient sur ces deux possibilités.

1. Adapter la règlementation nationale en matière de publicité extérieure en se donnant des règles communes à l'échelle de la CCPF

Le territoire de la CCPF est concerné par trois règlementations différentes en matière de publicité extérieure.

Les territoires de Parc natuel régional n'ont pas vocation a accueillir de publicité, c'est le sens de la réglementation nationale sur la publicité.

Le diagnostic du RLPi fait état de quelques besoins. En effet, la publicité sur le territoire prend essentiellement la forme de préenseignes notamment localisées le long des voies de circulation principales et dans les bourgs. La publicité dans les agglomérations relève de la publicité murale et sert majoritairement aux grandes enseignes de distribution. La publicité adossée au mobilier urbain est présente sur Faverges.

La possibilité de réintroduire la publicité sur le territoire peut être envisagée, en concertation avec le Parc naturel régional du Massif des Bauges, sur le mobilier urbain.

Cependant, la rédaction actuelle de l'article R.581-42 du code de l'environnement implique que toute publicité sur le mobilier urbain est interdite dans les territoires de Parc naturel régional.

La rédaction des orientations du RLPi prend en compte la publication d'un décret rectificatif à venir.

Les objectifs poursuivis

Harmoniser la règlementation nationale par la réintroduction de la publicité, à titre exceptionnel, dans les agglomérations adhérentes au PNR du Massif des Bauges, et par une définition commune de la publicité extérieure notamment en termes de format et d'implantation.

Faire de la bonne insertion dans l'environnement et le cadre bâti la première condition pour permettre ou non d'implanter un dispositif publicitaire en agglomération et choisir la forme du dispositif le cas échéant.

Prendre en compte la sensibilité et les spécificités patrimoniales de chaque bourg.



Faverges, entrée de ville sud



Faverges

2. Conforter les pôles commerçants

Les enseignes commerciales servent l'attractivité et l'identité des centres-bourgs. L'harmonie des linéaires commerciaux et la mise en valeur des commerces sont des enjeux particuliers du RLPi.

Aujourd'hui, l'hétérogénéité des façades commerciales et les solutions individuelles recherchées pour s'intégrer dans un contexte contraint (rez-de-chaussée organisés en arcades notamment) ne favorisent pas la qualité de l'environnement urbain et commercial des centre-bourg de Faverges et de Doussard.

Les objectifs poursuivis

Veiller à la qualité des façades commerciales autour des places et des rues structurantes.
Les coeurs de bourg sont les lieux stratégiques de l'animation urbaine. Un travail spécifique sur les «secteurs vitrine» des bourgs de Faverges et de Doussard est à privilégier.

Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.

Limiter la multiplication des signes et dispositifs d'enseignes et de préenseignes pour une meilleure lisibilité de l'offre commerciale et limiter l'impact sur l'architecture qui les supporte.

Préférer une signalétique intercommunale mutualisée à la multiplication des pré-enseignes par exemple au travers d'une Signalisation d'information locale (SIL) dans les villes où elle n'existe pas.



Faverges


Doussard

3. Veiller à la qualité et à l'efficacité des enseignes et de la signalisation des entreprises dans les zones d'activités économiques et/ou touristiques

L'attractivité des ZAE repose beaucoup sur la visibilité. Leur implantation en «zone» est le fruit d'une double logique consistant d'une part à capter le flux de passage et d'autre part de faire venir à soi.

La multiplicité des activités hébergées au sein d'une même zone incite à s'identifier à l'intérieur même de la ZAE. Ces différents besoins de signalisation peuvent induire une surenchère de dispositifs d'enseigne et de préenseignes qui se fait au détriment de la qualité et de la lisibilité globale.

Les objectifs poursuivis

Limiter l'impact paysager des ZAE depuis les voies de circulation qui les bordent.

Donner une lisibilité aux entreprises implantées dans les ZAE tout en évitant la profusion des enseignes. Le but recherché est de communiquer mieux pour communiquer moins.

Préférer une signalétique mutualisée à la multiplication des pré-enseignes. Un ou plusieurs dispositifs tels qu'un plan de situation de la zone peut suffire à l'identification des activités à l'intérieur de la zone.



Faverges, entrée de ville, zone commerciale



Doussard

4. Permettre la bonne visibilité des activités isolées en respectant la qualité de leur cadre naturel et paysager

Les activités isolées (dans l'agglomération ou dans l'espace rural) ont des besoins particuliers de signalisation. Elles sont tout aussi bien des activités artisanale, agricoles que touristiques.

La modification des régimes dérogatoires des préenseignes par la Loi d'Engagement national pour l'environnement (2010) entraîne une évolution des besoins et des modes de signalisation de ces activités en retrait des voies ou particulièrement utiles aux personnes en déplacement.

Les objectifs poursuivis

Favoriser la mise en place d'enseignes de qualité, adaptées à l'architecture des bâtiments et à leur perceptibilité dans l'environnement, en particulier depuis les espaces agricoles et naturels.

Rechercher des solutions adaptées aux besoins de signalisation des activités isolées, à une échelle élargie.



Lathuile, place centrale



Location de vélos, snack, parapente, sur la voie verte à Lathuile

5. Limiter l'impact de l'affichage événementiel

L'affichage événementiel répond à différents besoins : signaler des fêtes communales, champêtres, du terroir et signaler des opérations commerciales et des opérations immobilières. Les besoins en termes de communication sont donc divers en termes de format et de nombre de dispositifs.

Le RLPi peut adapter les règles du règlement national sur le nombre, le format et/ou les durées applicables à l'affichage temporaire. Il peut également diriger des solutions vers la légalisation de nouveaux supports d'affichage.

Les objectifs poursuivis

Harmoniser et organiser l'installation des enseignes et des préenseignes temporaires.

Promouvoir et optimiser les dispositifs légaux d'affichage libre. Souvent bien placés au coeur des bourgs, ils sont un moyen de communication efficace pour toutes les associations locales.



Préenseignes temporaires, Doussard



Affichage libre, Doussard



PARTIE C

JUSTIFICATIONS

1. Justification des orientations et objectifs

Les orientations et objectifs répondent aux constats et aux besoins identifiés dans la phase diagnostic:

Orientation 1 | Adapter la réglementation nationale en matière de publicité extérieure en se donnant des règles communes a l'échelle de la CCPF

Les territoires de Parc naturel régional n'ont pas vocation a accueillir de publicité, c'est le sens de la réglementation nationale sur la publicité.

La première orientation du RLPi doit permettre une synthèse de trois réalités fortes sur le territoire :

- Le diagnostic du RLPi fait état de quelques besoins. En effet, la publicité sur le territoire prend essentiellement la forme de préenseignes notamment localisées le long des voies de circulation principales et dans les bourgs. La publicité dans les agglomérations relève de la publicité murale et sert majoritairement aux grandes enseignes de distribution. La publicité adossée au mobilier urbain est présente sur Faverges. La publicité et les préenseignes se confondent dans leur usage essentiellement pour un besoin de signalisation d'activités en retrait des voies principales de circulation, de zones commerciales et de zones d'activités.
- Dans le même temps, le territoire comprend une sensibilité environnementale et paysagère forte. La Communauté de Commune est située au sud du lac d'Annecy et dans le Massif des Bauges. Elle est concernée par de multiples protections au titre des sites (site classé et inscrit), des milieux et des espèces (Natura 2000).
- La CCPF comprend des communes adhérentes et non adhérentes au PNR du Massif des Bauges et des communes à l'intérieur et en dehors de l'unité urbaine d'Annecy comprenant plus de 100 000 habitants. Ces deux périmètres ont des incidences notables sur la règlementation de la publicité extérieure.

La posture du RLPi concernant la publicité extérieure est celle d'une harmonisation et d'une adaptation de la règlementation sur le territoire intercommunal en prenant en compte les besoins locaux et les sensibilités paysagères et environnementales.

Cette synthèse conduit à la proposition règlementaire de réintroduire la publicité sur le mobilier urbain et sur le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique pourra contribuer à la visibilité d'activités isolées.

Orientation 2 | Conforter les pôles commerçants

Les enseignes commerciales servent l'attractivité et l'identité des centres-bourgs. Les centres-bourgs commerçants de Faverges et de Doussard comportent des pas de portes commerciaux vacants et/ou vétustes. Le règlement local de publicité intercommunal est à ce titre un outil pour la dynamisation des centres bourgs commerciaux par la recherche d'une plus grande qualité et une harmonisation des enseignes commerciales.

Face à la diversité architecturale dans les centres bourgs historiques de Faverges et de Doussard, de nombreuses solutions ont été développées par les commerçants pour la visibilité des commerces. Un règlement adapté des enseignes permet de proposer des solutions communes favorisant la qualité d'ensemble de ces entités commerciales, de limiter la multiplication des dispositifs d'enseigne et de valoriser l'architecture des centres historiques.

L'harmonie des linéaires commerciaux et mais aussi la mise en valeur des commerces dans les bourgs où ils sont dispersés sont des enjeux particuliers du RLPi.

Orientation 3 | Veiller à la qualité et à l'efficacité des enseignes et de la signalisation des entreprises dans les zones d'activités économiques et/ou touristiques.

Le territoire compte de nombreuses zones d'activités économiques existantes et/ou en projet. Elles comportent des problématiques partagées, développant des stratégies de captation de flux sur des axes routiers importants et de visibilité depuis ces axes. De nombreuses zones d'activités ont une signalétique de type Signalisation d'information locale permettant d'éviter la multiplication d'enseignes et de préenseignes. Ce phénomène s'observe cependant sur quelques zones ainsi que sur la zone littorale du lac d'Annecy sur la commune de Doussard.

Au sein des zones d'activités économiques, la multiplicité des activités hébergées dans une même zone incite à s'identifier à l'intérieur même de la ZAE. Ces différents besoins de signalisation peuvent induire une surenchère de dispositifs d'enseigne et de préenseignes qui se fait au détriment de la qualité et de la lisibilité globale.

La traduction règlementaire de cette orientation vise donc à apporter des solutions différenciées à l'intérieur et depuis l'extérieur des zones d'activités et de la zone touristique littorale de Doussard.

Orientation 4 | Permettre la bonne visibilité des activités isolées en respectant la qualité de leur cadre naturel et paysager

Les activités isolées (dans l'agglomération ou dans l'espace rural) ont des besoins particuliers de signalisation. Elles sont tout aussi bien des activités touristiques, sportives, commerciales, artisanales ou industrielles.

Par ailleurs, la modification des régimes dérogatoires des préenseignes par la Loi d'Engagement national pour l'environnement entraîne une évolution des besoins et des modes de signalisation de ces activités en retrait des voies ou particulièrement utiles aux personnes en déplacement.

Le territoire a cependant largement développé une Signalisation d'information locale répondant aux besoins de signalisation de nombre de ces activités.

Le règlement doit ainsi prévoir un encadrement des enseignes permettant le respect du cadre naturel et paysager de l'intercommualité et contribuer à la visibilité d'activités isolées.

Orientation 5 | Maintenir l'affichage événementiel et temporaire en se donnant des règles communes

L'affichage événementiel répond à différents besoins : il va de l'annonce d'événements nationaux à l'annonce d'animations communales. Les besoins en termes de communication sont donc divers en termes de format et de nombre de dispositifs. Si le RLPi n'a pas de prise réelle sur la réglementation des préenseignes temporaires, les élus ont souhaité rappeler le cadre national qui s'applique aux annonceurs et afficheurs, l'affichage événementiel pouvant être impactant sur les axes principaux de circulation et sur les nœuds routiers (ronds-points de Doussard notamment).

2. Justification de la traduction réglementaire (réglement écrit et graphique)

Orientation 1 | Adapter la réglementation nationale en matière de publicité extérieure en se donnant des règles communes a l'échelle de la CCPF

Les objectifs poursuivis

Harmoniser la règlementation nationale par la réintroduction de la publicité, à titre exceptionnel, dans les agglomérations adhérentes au PNR du Massif des Bauges, et par une définition commune de la publicité extérieure notamment en termes de format et d'implantation.

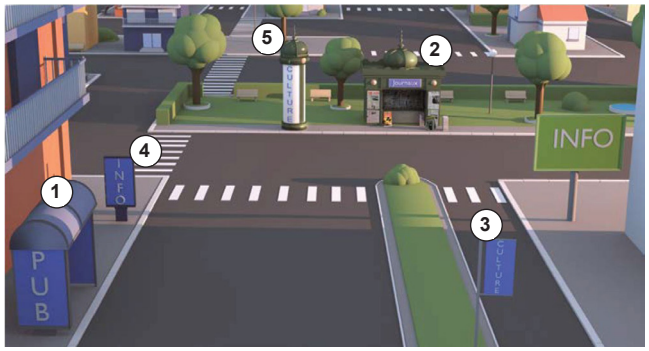
N.B : Les territoires de Parc naturel régional n'ont pas vocation a accueillir de publicité (RNP).

Traduction graphique et réglementaire

Zone 1, 2 et 3 : La publicité non lumineuse, non numérique et la publicité éclairée par rétroprojection, est autorisée uniquement sur le mobilier urbain situé en agglomération.

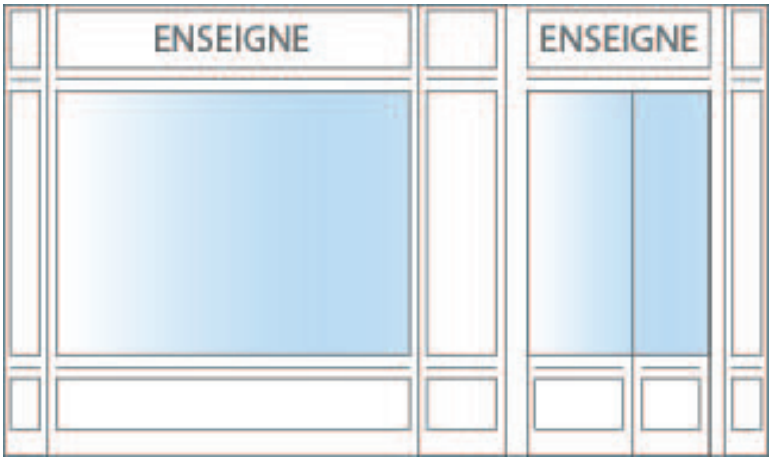
Les règles d'implantation et de format sont celles du Règlement national de publicité à l'exception de la publicité installée sur du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique pour lequel la surface du dispositif publicitaire ne peut excéder 2m².

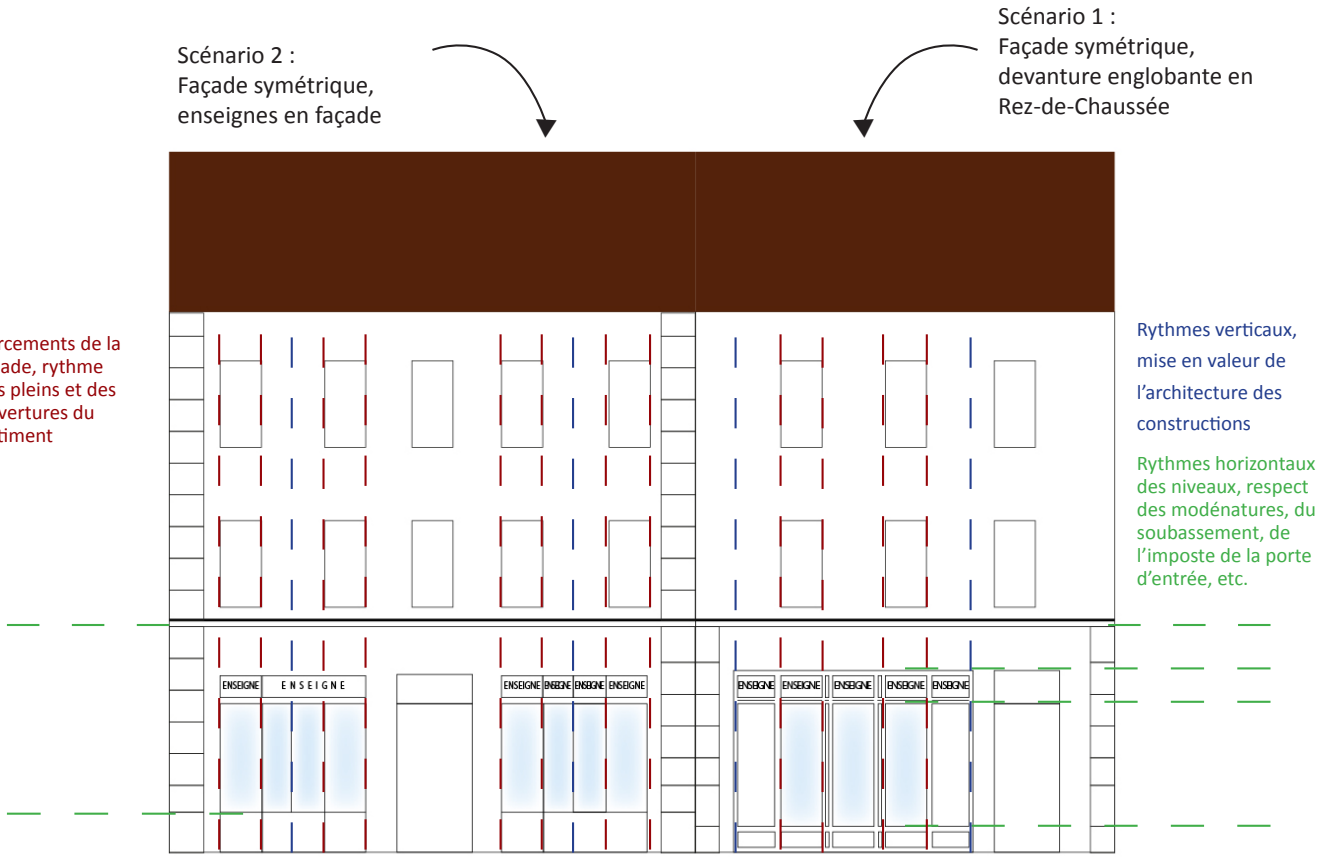
Le mobilier urbain ne peut pas supporter de publicité dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 : Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ; Dans les secteurs sauvegardés ; Dans les parcs naturels régionaux ; Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ; A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ; Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ; Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

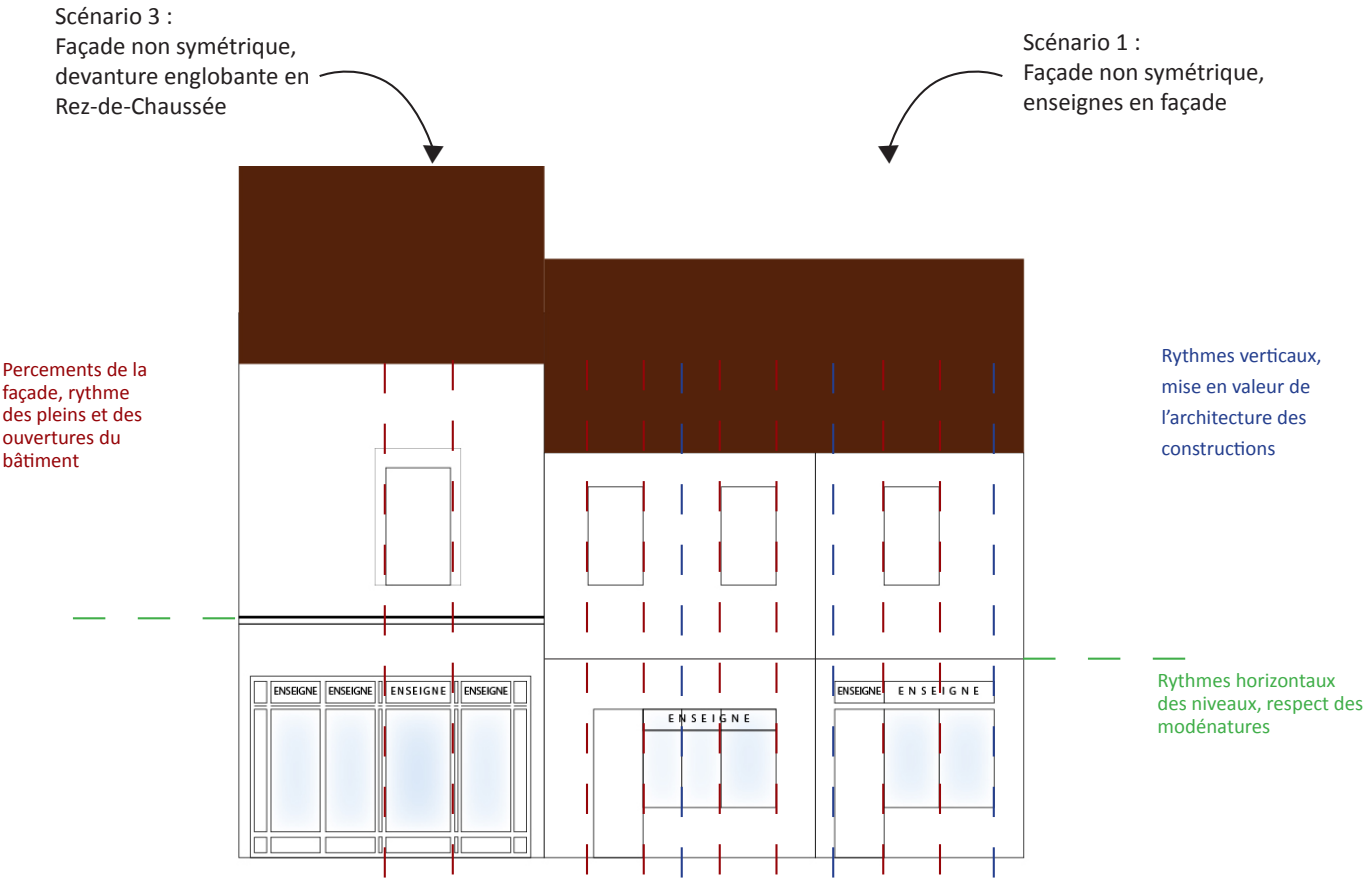


Source : Guide pratique de la règlementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

N° SCHÉMA	TYPE DE MOBILIER URBAIN	SURFACE
1	abris destinés au public	surface unitaire de 2m² et 2m² + 2m² par tranche entière de 4,5m² de surface abritée au sol
2	Kiosques	2m² unitaire 6m² total
3	Mâts porte-affiches	2m² recto, 2m² verso
4	Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	2m²
5	Colonne porte-affiches	interdit

Les objectifs poursuivis	Traduction graphique et réglementaire
Veiller à la qualité des façades commerciales autour des places et des rues structurantes.	Zone 2 : La recherche de qualité et de créativité doit être une préoccupation constante des professionnels de l'enseigne et des commerçants. Les façades commerciales feront l'objet d'une conception d'ensemble : - soit sous la forme d'une devanture commerciale englobant l'ensemble du rez-de-chaussée en plaquage bois ou métal;  - soit d'une inscription au sein des baies complétée d'enseignes en applique et en bandeau telles que décrites ci-après.
Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.	Zone 2: Les enseignes parallèles à la façade doivent être composées en cohérence avec le reste de la devanture et s'harmoniser avec les lignes de composition des façades sur lesquelles elle s'inscrivent, afin de mettre en valeur l'architecture de la construction (trames verticales, hauteur des étages, proportion des percements...). Elles ne doivent pas masquer la modénature (élément enrichissant la façade tel que corniche*, encadrement de baie, moulure, ...). L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade et respecter le rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment: les lettres et signes ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies, le rythme des vitrages doit venir éviter l'effet de vide de trop grandes baies et prolonger les rythmes de la façade (fenêtres, poteaux, etc.). Le dessin de la menuiserie doit respecter au maximum les alignements par rapport à l'imposte de la porte d'entrée, au soubassement et au rythme des percements de l'étage. Si un commerce se situe sur plusieurs parcelles, les différents immeubles sont distingués.


Scénario 2 :
Façade symétrique,
enseignes en façade
Scénario 1 :
Façade symétrique,
devanture englobante en
Rez-de-Chaussée
Percements de la façade, rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment
Rythmes verticaux, mise en valeur de l'architecture des constructions
Rythmes horizontaux des niveaux, respect des modénatures, du soubassement, de l'imposte de la porte d'entrée, etc.
ENSEIGNE
ENSEIGNE


Scénario 3 :
Façade non symétrique,
devanture englobante en
Rez-de-Chaussée
Scénario 1 :
Façade non symétrique,
enseignes en façade
Percements de la façade, rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment
Rythmes verticaux, mise en valeur de l'architecture des constructions
Rythmes horizontaux des niveaux, respect des modénatures
ENSEIGNE
ENSEIGNE

Les objectifs poursuivis	Traduction graphique et réglementaire
Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.	Zone 2: Les enseignes en façade sont réalisées de façon privilégiée au moyen de matériaux durables : - Pour les enseignes en applique : bois, métal... - Pour les enseignes parallèles à la façade (en bandeau) : bois, métal, fer forgé, inox brossé, zinc, acier, verre... - Pour les enseignes perpendiculaires à la façade (en drapeau) : tôle, bois, fer forgé, métal... Elles peuvent être peintes ou imprimées. Sont interdits pour les enseignes en façade, les drapeaux et oriflammes supportant logo, slogan ou enseigne. ———•——— Les enseignes doivent présenter des formes et couleurs en harmonie avec celles de la façade. Il est recommandé de choisir un nombre limité de couleurs. L'idéal est de ne pas dépasser trois couleurs pour l'ensemble d'un même batiment, reprenant celles de la façade (enduit, huisseries, menuiseries, coffrage) dans des teintes non agressives. ———•——— Les enseignes lumineuses de toute nature (caisson lumineux, tube néon, tube fluo, lumière animée, clignotante, scintillante, défilante, laser...) sont interdites, excepté pour les services d'urgence qui seront de type clignotante.

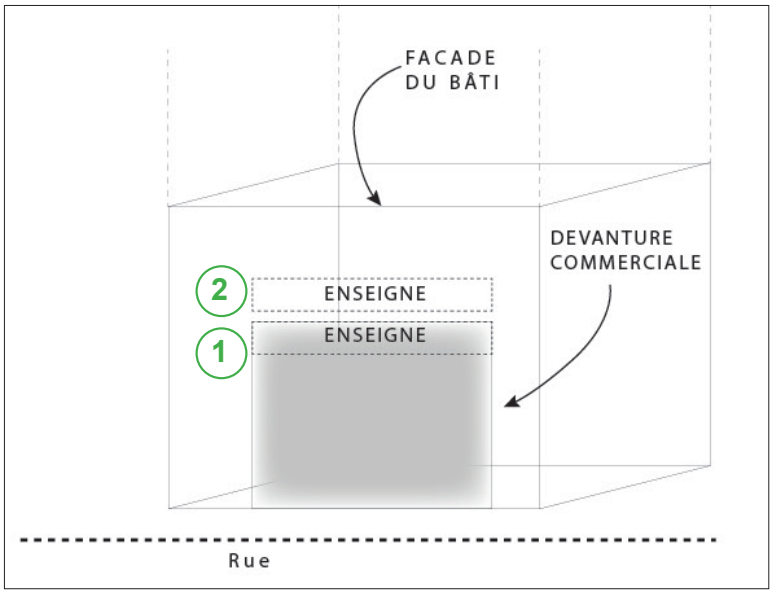
Les objectifs poursuivis

Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 2: Les enseignes parallèles à la façade et les stores sont de façon privilégiée inscrits dans la baie ou l'espace de la devanture commerciale, sans débord sur l'architecture.

En cas d'installation sur l'architecture, l'enseigne sera implantée au-dessus de la devanture commerciale, dans le bandeau de la façade s'il existe, ou dans la limite déterminée par le niveau du plancher du premier étage.
La longueur de l'enseigne n'est pas supérieure à celle de la devanture commerciale. Les enseignes en bandeau sont limitées en longueur par les dimensions de la vitrine.



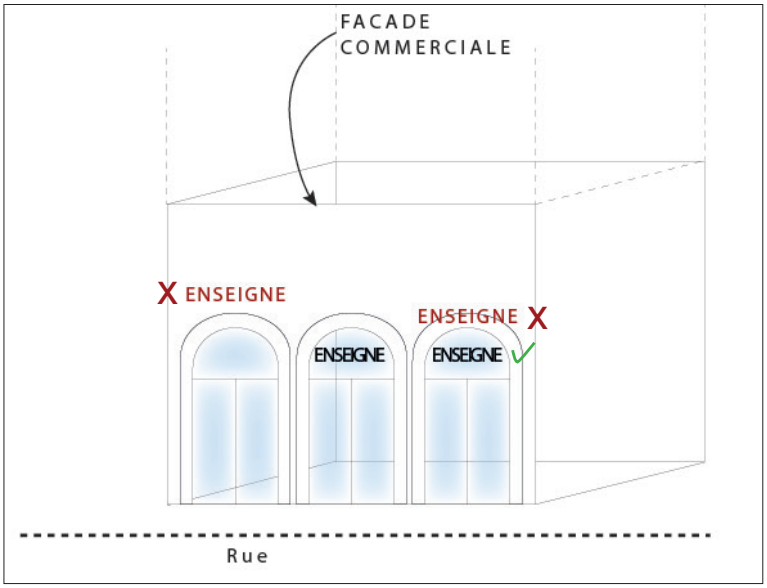
Dans le cas d'une activité située à l'étage, une enseigne de lettres peintes ou collées peut être installée par baie.
Une enseigne de lettres peintes peut également être installée dans le bandeau du premier étage, rappelant les enseignes hôtelières traditionnelles.

Les objectifs poursuivis

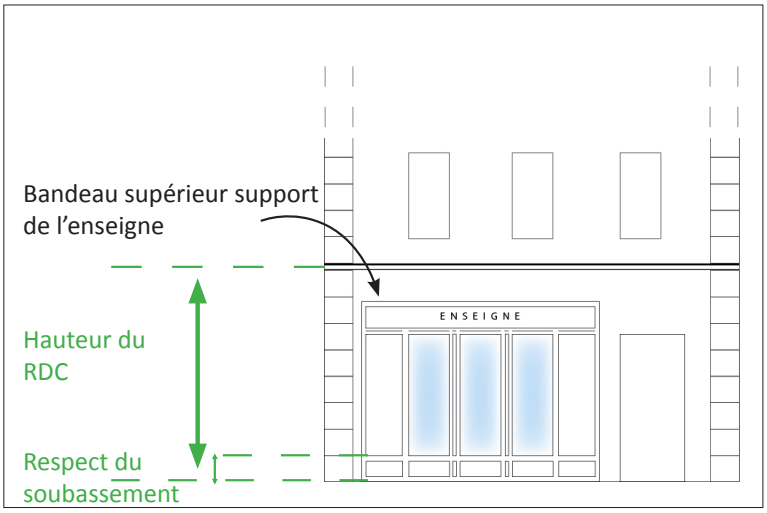
Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 2: Afin de respecter l'intégrité des bâtiments traditionnels dont les baies du rez-de-chaussée présentent des arcades cintrées, les enseignes en bandeau et les enseignes sur stores des commerces implantés en rez-de-chaussée doivent s'inscrire dans la baie, sans débord sur l'architecture, sous forme de lettres découpées peintes ou adhésives. Les arcades en pierre doivent rester apparentes et être dégagées.



Zone 2: Les devantures en applique doivent respecter les hauteurs du rez-de-chaussée et ne pas masquer la structure du bâtiment. Le bandeau supérieur du coffrage est le support d'une enseigne parallèle à la façade.



Les objectifs poursuivis

Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.





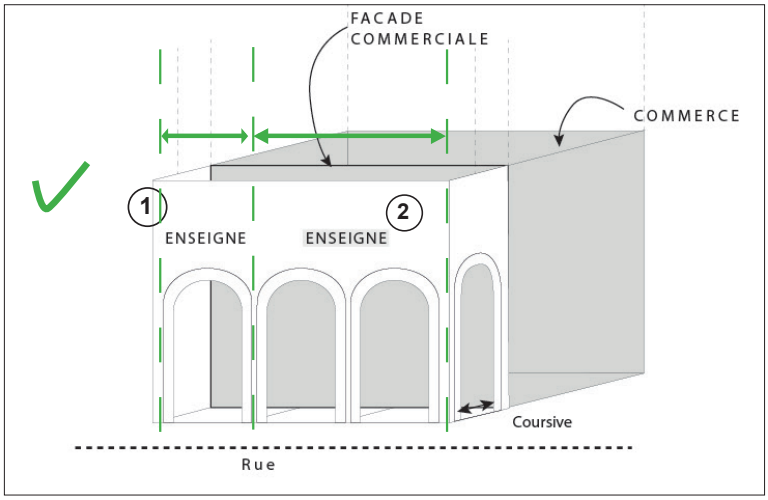
A Faverges, des opérations en collectif développent du commerce en rez-de-chaussée, en retrait de la façade, donnant sur une coursive. Ce type d'architecture se retrouve sur des formes anciennes comme contemporaines.

Traduction graphique et réglementaire

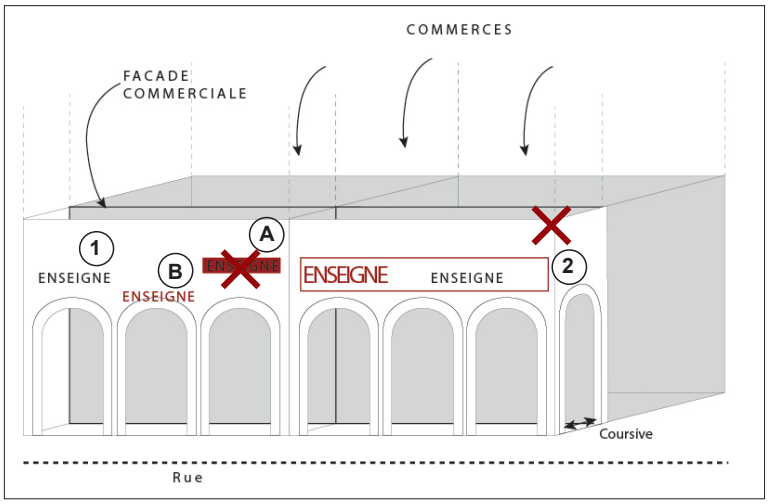
Zone 2: Dans le cas spécifique des commerces en rez-de-chaussée, implantés en retrait de la façade principale de l'immeuble, donnant sur une coursive, sur du bâti organisé en arcades cintrées ou non :

Les enseignes peuvent s'implanter sur l'architecture, dans la limite de la travée* (ouverture de l'arcade), en lettres peintes ou découpées, sans panneau de fond. Les lettres sont situées au-dessus de l'arcade, dans le bandeau s'il existe, de façon centrée, dans la limite de deux travées maximum.

Dans le cas d'une architecture patrimoniale dont les matériaux peuvent être fragilisés, un panneau de fond sert de support aux lettres découpées. Il est du même ton que la façade et de fine épaisseur. Il ne doit en aucun cas masquer un élément enrichissant la façade (modénature, chaîne d'angle, linteau, etc.).



Dans le cas d'un linéaire commercial, les enseignes sont alignées entre elles formant ainsi un bandeau. Ce bandeau n'est pas formalisé (ni peinture, ni panneau de fond).
Les boiseries anciennes présentant un intérêt esthétique ou patrimonial doivent être conservées.



Orientation 2 | Conforter les pôles commerçants

Les objectifs poursuivis

Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 2: L'enseigne en bandeau peut présenter :

- des lettres peintes ou découpées directement installées sur l'architecture
- des lettres peintes, découpées, imprimées, ou collées sur un panneau de fond de fine épaisseur installé dans l'emprise de la baie ou directement sur l'architecture.
- des lettres peintes ou collées dans l'emprise de la baie
- des lettres imprimées sur le lambrequin du store, dans ce cas, elle remplacera l'enseigne murale.



Enseigne peinte, Faverges



Lettres découpées directement installées sur l'architecture, Faverges



Lettres découpées directement installées sur l'architecture, Faverges



Lettres imprimées sur un panneau de fond installé sur l'architecture, Faverges



Lettres découpées sur un panneau de fond, installé dans l'espace de la devanture, Faverges



Lettres imprimées sur un panneau de fond installé sur l'architecture, Faverges



Lettres collées dans l'emprise de la baie, Faverges



Lettres collées dans l'emprise de la baie, Faverges



Lettres collées dans l'emprise de la baie avec panneau de fond, Doussard



Lettres imprimées sur le lambrequin du store installé sur l'architecture, Faverges



Lettres imprimées sur le lambrequin du store installé sur l'architecture, Faverges



Lettres imprimées sur le lambrequin du store installé sur l'architecture, Doussard

Les objectifs poursuivis

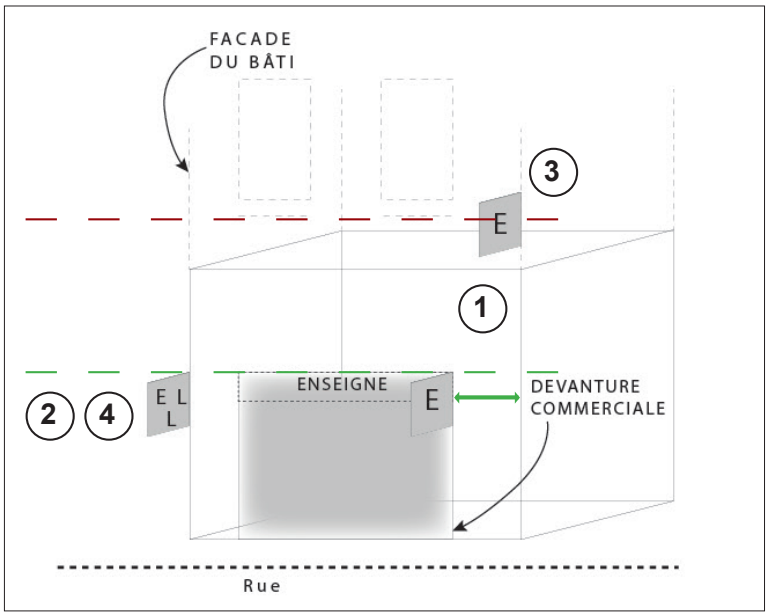
Rechercher la qualité et l'harmonisation des enseignes commerciales au fil des rénovations et transmissions des commerces pour renforcer l'attractivité et l'identité des centres-bourgs.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 2: L'enseigne en drapeau est positionnée de préférence à l'une des extrémités de la devanture commerciale ou au plus près de la rupture de la façade.

L'implantation d'enseignes sous l'appui des baies du 1er étage est favorisée.
Afin de préserver un élément patrimonial, il pourra être toléré l'emplacement de l'enseigne en drapeau dans la hauteur du garde-corps des baies du premier étage.

Les enseignes en drapeau sont de préférence positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne en bandeau.



Les objectifs poursuivis

Limiter la multiplication des signes et dispositifs d'enseignes et de préenseignes pour une meilleure lisibilité de l'offre commerciale et limiter l'impact sur l'architecture qui les supporte.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 2: Une seule enseigne principale parallèle à la façade est admise par façade commerciale donnant sur une voie ouverte à la circulation ou par baie.

Le dispositif d'enseigne en bandeau doit respecter les proportions de la façade et du rez-de-chaussée. Sa hauteur maximale est de préférence inférieure à 60 cm et la hauteur du lettrage à 40 cm. Le lettrage ne doit pas dépasser les 2/3 de la hauteur du linteau.

———•———

Dans le cas d'une activité située à l'étage, une enseigne parallèle à la façade de lettres peintes ou collées peut être installée par baie.
Une enseigne de lettres peintes peut également être installée dans le bandeau du premier étage, rappelant les enseignes hôtelières traditionnelles.

———•———

Il est recommandé de n'installer qu'une seule enseigne en drapeau par activité, sur chaque voie ouverte à la circulation. S'il existe des licences elles sont regroupées de manière privilégiée sur un seul dispositif.
Elles ont une dimension maximale conseillée de 0.80m x 0.80m, comprenant la potence et une épaisseur limitée à 10 cm, à l'exclusion des dispositifs lumineux standards de type « caisson ».

———•———

Les enseignes en applique et les enseignes parallèles à la façade implantées sur les terrasses, les balcons, les auvents et les marquises sont interdites.

Les enseignes perpendiculaires à la façade implantées sur ou devant une baie, un balcon, un auvent sont interdites.

———•———

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol ne sont autorisées que si l'installation est impossible sur le bâtiment.
Une seule enseigne scellée au sol ou posée directement sur le sol est autorisée.
Sa hauteur maximale est de 1,50m et sa surface de 1m².

———•———

Les enseignes implantées sur les toits ou les toits terrasse sont interdites.

Orientation 3 | Améliorer la signalétique dans les zones d'activités économiques

Les objectifs poursuivis

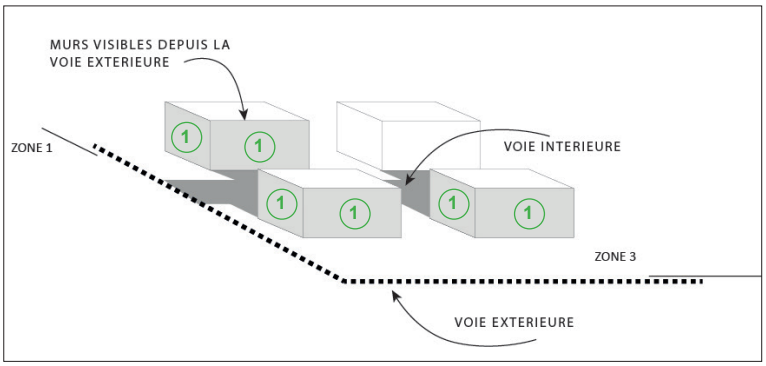
Limiter l'impact paysager des ZAE depuis les voies de circulation qui les bordent.

Donner une lisibilité aux entreprises implantées dans les ZAE tout en évitant la profusion des enseignes. Le but recherché est de communiquer moins pour communiquer mieux.

Préférer une signalétique mutualisée à la multiplication des pré-enseignes. Un ou plusieurs dispositifs tels qu'un plan de situation de la zone peut suffir à l'identification des activités à l'intérieur de la zone.

Traduction graphique et réglementaire

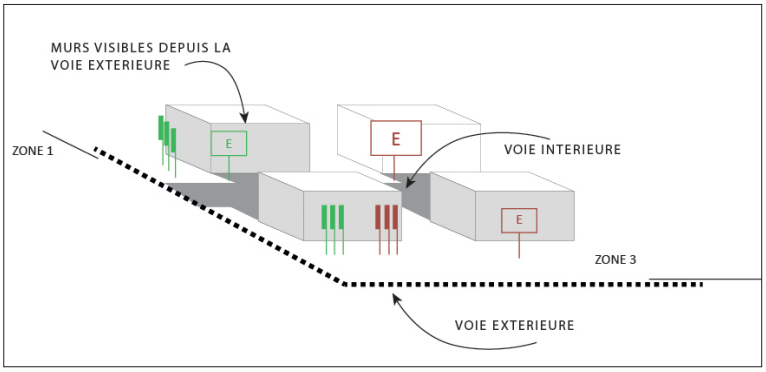
Zone 3 : Sur les façades donnant à l'extérieur de la zone ainsi que sur les façades latérales visibles depuis ces mêmes voies extérieures à la zone, n'est autorisée qu'une enseigne en façade par activité. Les autres enseignes, même figuratives sont interdites.



Zone 3 : Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie sur laquelle l'activité peut prendre accès.

La hauteur maximale autorisée est l'acrotère ou l'égout du toit, dans les limites permises par le RNP.

Les enseignes de - de 1m² sont limitées à 3 dispositifs par activité.



Zone 3 : Les enseignes implantées sur les toits ou les toits terrasse sont interdites.

Les enseignes lumineuses de toute nature (caisson lumineux, tube néon, tube fluo, lumière animée, clignotante, scintillante, défilante, laser...) sont interdites, excepté pour les services d'urgence qui seront de type clignotante.

Orientation 4 | Permettre la bonne visibilité des activités isolées en respectant la qualité de leur cadre naturel et paysager

Les objectifs poursuivis

Favoriser la mise en place d'enseignes de qualité, adaptées à l'architecture des bâtiments et à leur perceptibilité dans l'environnement, en particulier depuis les espaces agricoles et naturels.

Rechercher des solutions adaptées aux besoins de signalisation des activités isolées, à une échelle élargie.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 1 : La recherche de qualité et de créativité doit être une préoccupation constante des professionnels de l'enseigne et des commerçants.

Les façades commerciales feront l'objet d'une conception d'ensemble :
- soit sous la forme d'une devanture commerciale englobant l'ensemble du rez-de-chaussée en plaquage bois ou métal;
- soit d'une inscription au sein des baies complétée d'enseignes en applique et en bandeau telles que décrites ci-après.

Les enseignes parallèles à la façade doivent être composées en cohérence avec le reste de la devanture et s'harmoniser avec les lignes de composition des façades sur lesquelles elle s'inscrivent, afin de mettre en valeur l'architecture de la construction (trames verticales, hauteur des étages, proportion des percements...).
Elles ne doivent pas masquer la modénature (élément enrichissant la façade tel que corniche, encadrement de baie, moulure, ...).

L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade et respecter le rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment: les lettres et signes ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies, le rythme des vitrages doit venir éviter l'effet de vide de trop grandes baies et prolonger les rythmes de la façade (fenêtres, poteaux, etc.). Le dessin de la menuiserie doit respecter au maximum les alignements par rapport à l'imposte de la porte d'entrée, au soubassement et au rythme des percements de l'étage.

Si un commerce se situe sur plusieurs parcelles, les différents immeubles sont distingués.

———•———

Les enseignes en façade (les enseignes en applique, les enseignes parallèles à la façade et les enseignes perpendiculaires à la façade) doivent présenter des formes et couleurs en harmonie avec celles de la façade.
Il est recommandé de choisir un nombre limité de couleurs. L'idéal est de ne pas dépasser trois couleurs pour l'ensemble d'un même bâtiment, reprenant celles de la façade (enduit, huisseries, menuiseries, coffrage) dans des teintes non agressives.

Orientation 4 | Permettre la bonne visibilité des activités isolées en respectant la qualité de leur cadre naturel et paysager

Les objectifs poursuivis

Favoriser la mise en place d'enseignes de qualité, adaptées à l'architecture des bâtiments et à leur perceptibilité dans l'environnement, en particulier depuis les espaces agricoles et naturels.

Rechercher des solutions adaptées aux besoins de signalisation des activités isolées, à une échelle élargie.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 1 : Les enseignes en façade seront réalisées de façon privilégiée au moyen de matériaux durables :

- Pour les enseignes en applique : bois, métal...
- Pour les enseignes parallèles à la façade (en bandeau) : bois, métal, fer forgé, inox brossé, zinc, acier, verre...
- Pour les enseignes perpendiculaires à la façade (en drapeau): tôle, bois, fer forgé, métal... Elles peuvent être peintes ou imprimées.

Sont interdits pour les enseignes en façade : les drapeaux et oriflammes supportant logo, slogan ou enseigne.

———•———

L'enseigne en bandeau peut présenter :
- des lettres peintes ou découpées directement installées sur l'architecture
- des lettres peintes, découpées, imprimées, ou collées sur un panneau de fond de fine épaisseur installé dans l'emprise de la baie ou directement sur l'architecture.
- des lettres peintes ou collées dans l'emprise de la baie
- des lettres imprimées sur le lambrequin du store.

Le dispositif d'enseigne doit respecter les proportions de la façade et du rez-de-chaussée. Sa hauteur maximale est de préférence inférieure à 60 cm et la hauteur du lettrage à 40 cm. Le lettrage ne doit pas dépasser les 2/3 de la hauteur du linteau.

———•———

L'enseigne en drapeau est positionnée de préférence à l'une des extrémités de la devanture commerciale ou au plus près de la rupture de la façade.
L'implantation d'enseignes sous l'appui des baies du 1er étage est favorisée.
Afin de préserver un élément patrimonial, il pourra être toléré l'emplacement de l'enseigne en drapeau dans la hauteur du garde-corps des baies du premier étage.

Les enseignes en drapeau sont de préférence positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne en bandeau.
Elles ont une dimension maximale conseillée de 0.80m x 0.80m, comprenant la potence et une épaisseur limitée à 10 cm, à l'exclusion des dispositifs lumineux standards de type « caisson ».

Orientation 4 | Permettre la bonne visibilité des activités isolées en respectant la qualité de leur cadre naturel et paysager

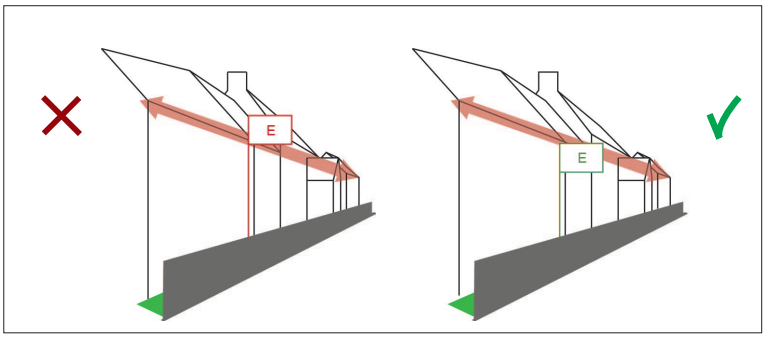
Les objectifs poursuivis

Favoriser la mise en place d'enseignes de qualité, adaptées à l'architecture des bâtiments et à leur perceptibilité dans l'environnement, en particulier depuis les espaces agricoles et naturels.

Rechercher des solutions adaptées aux besoins de signalisation des activités isolées, à une échelle élargie.

Traduction graphique et réglementaire

Zone 1 : Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent s'intégrer dans le tissu urbain avoisinant et ne doivent pas dépasser l'égout du toit ou l'acrotère des constructions voisines ni de l'activité qu'ils signalent , dans les limites fixées par le RNP.



Zone 1 : Les enseignes implantées sur les toits ou les toits terrasse sont interdites.

Zone 1 : Les enseignes lumineuses de toute nature (caisson lumineux, tube néon, tube fluo, lumière animée, clignotante, scintillante, défilante, laser...) sont interdites, excepté pour les services d'urgence qui sont de type clignotante.

Rechercher des solutions adaptées aux besoins de signalisation des activités isolées, à une échelle élargie.

Zone 1, 2 et 3 :La publicité non lumineuse, non numérique et la publicité éclairée par rétroprojection, est autorisée uniquement sur le mobilier urbain situé en agglomération.

Les règles d'implantation et de format sont celles du Règlement national de publicité à l'exception de la publicité installée sur du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique pour lequel la surface du dispositif publicitaire ne peut excéder 2m².

Le mobilier urbain ne peut pas supporter de publicité dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 : Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ; Dans les secteurs sauvegardés ; Dans les parcs naturels régionaux ; Dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci ; A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou mentionnés au II de l'article L. 581-4 ; Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager et les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ; Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Orientation 5 | Permettre l'affichage événementiel en se donnant des règles communes

Les objectifs poursuivis	Traduction graphique et réglementaire
Permettre une communication adaptée, pour les événements, à l'échelle de leur site et de leur importance.	Zones 1, 2 et 3 : Les enseignes et préenseignes temporaires se conforment aux dispositions du RNP: Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.
Favoriser la bonne intégration des préenseignes temporaires dans le paysage.	Zones 1, 2, 3 et 4 : Les enseignes et préenseignes temporaires se conforment aux dispositions du RNP: Elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

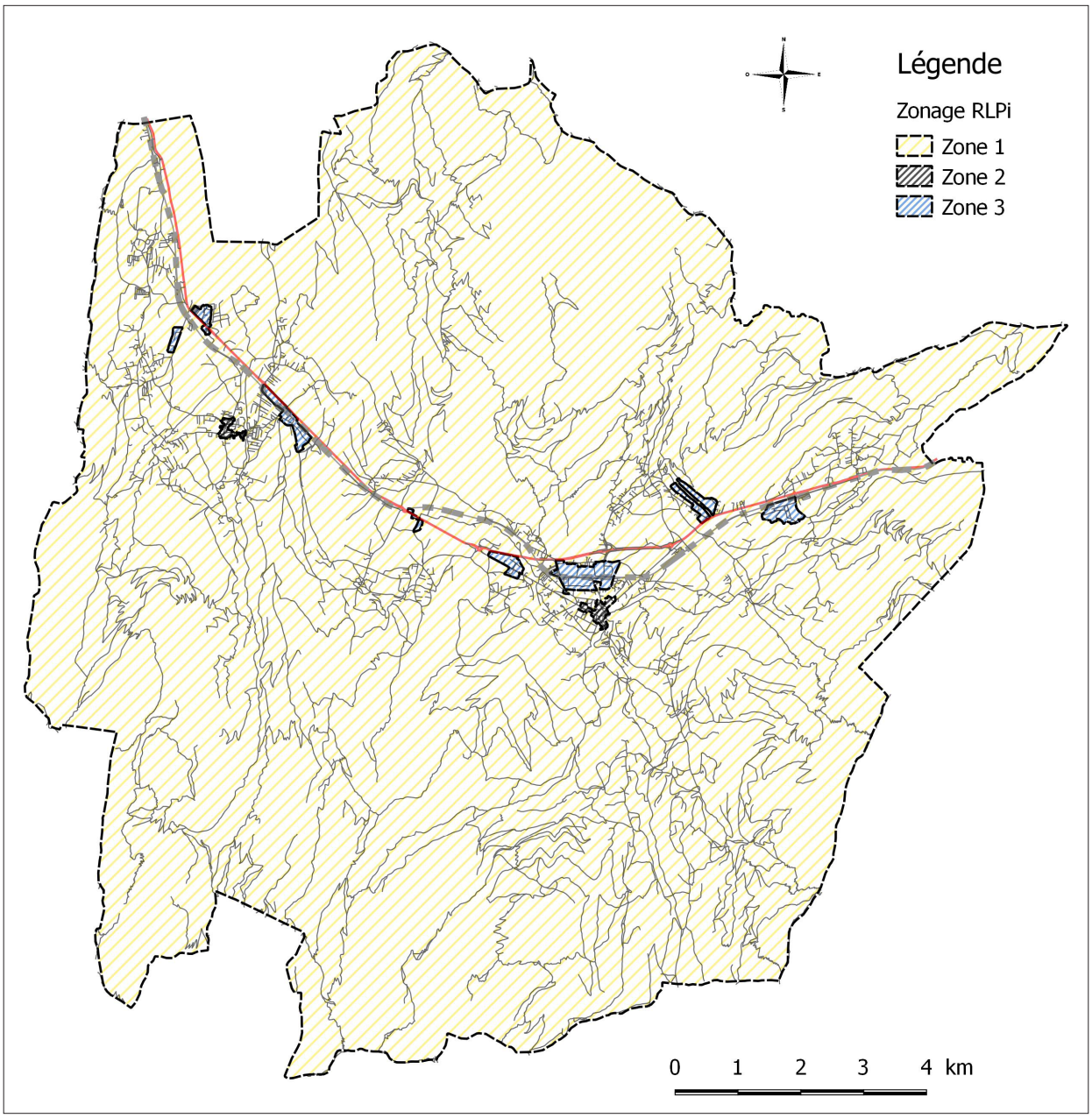
La délimitation des zones

Les dispositions réglementaires du Règlement local de publicité intercommunal de la Communauté de Communes du Pays de Faverges traduites dans le règlement graphique ont été élaborées:

- d'une part pour répondre aux orientations et objectifs,

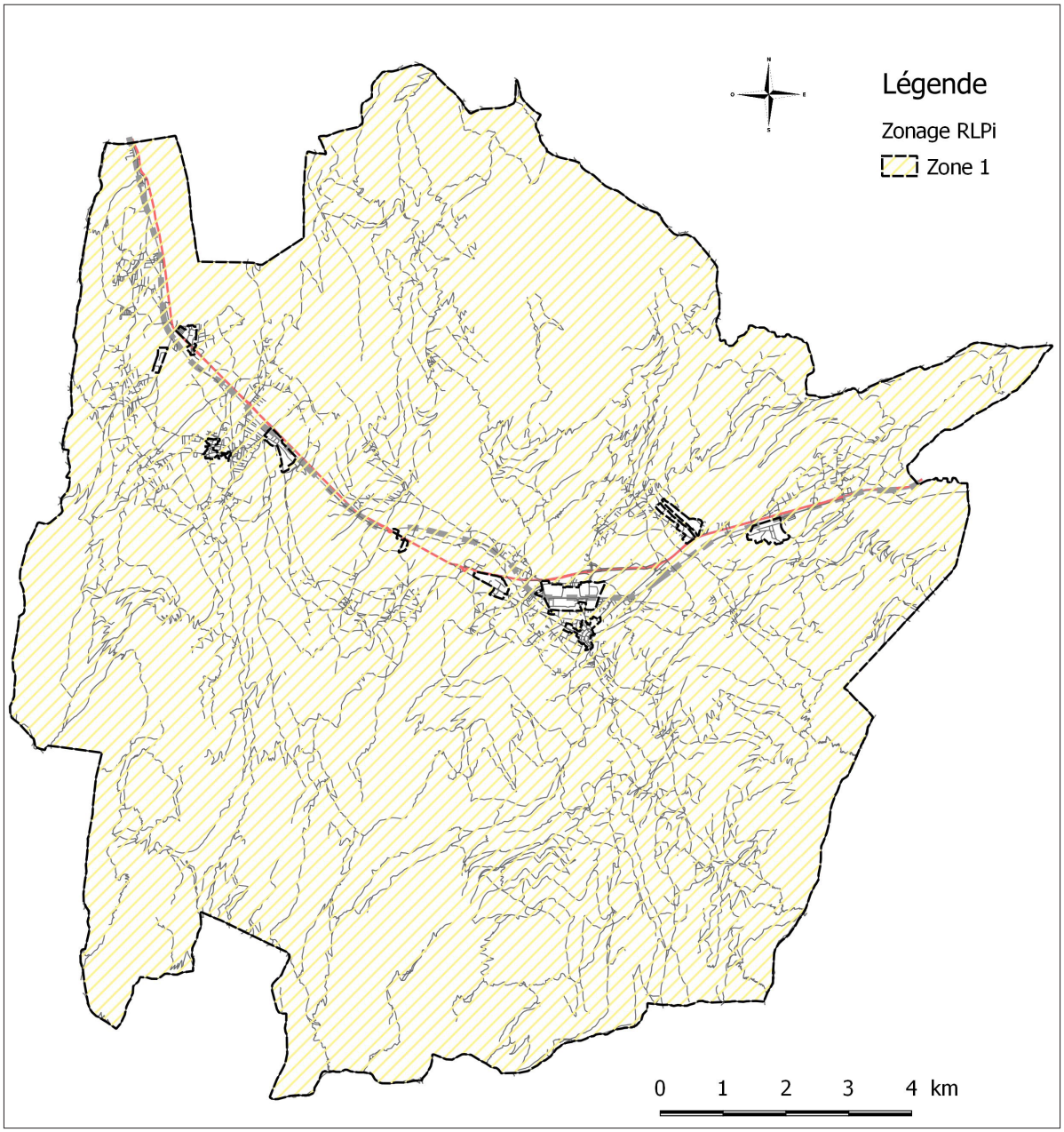
- d'autre part, pour répondre aux exigences du décret du 30 janvier 2012 modifié.

Par ailleurs, le diagnostic a fait ressortir des problématiques par activités et des problématiques par entités territoriales. Le zonage du RLPi prévoit un découpage en trois zones :

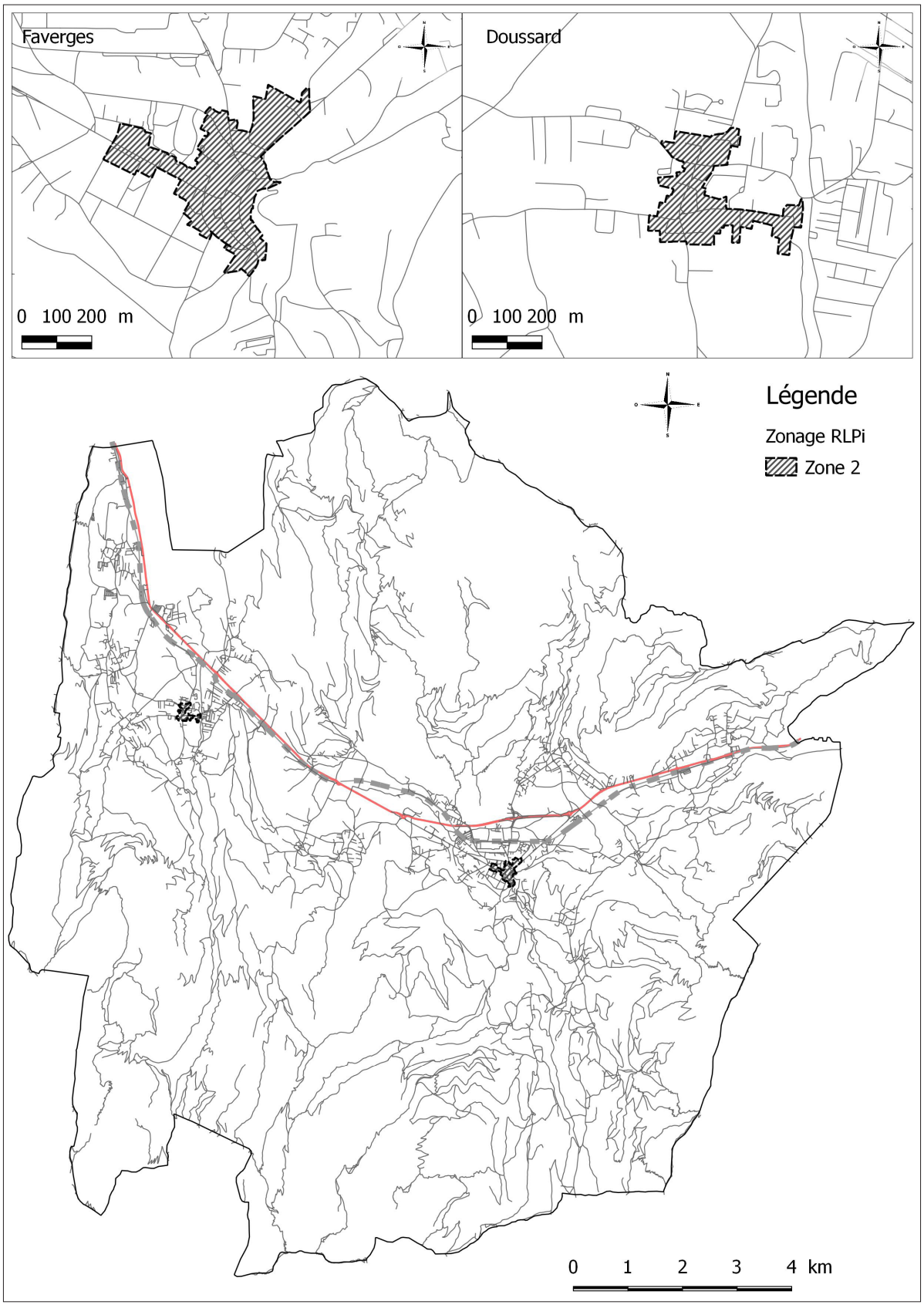


Le zonage est annexé au Règlement local de publicité. En qualité d'annexe, le règlement graphique n'a pas de valeur règlementaire.

La zone 1 correspond à l'ensemble de l'espace intercommunal en dehors des zones 2 et 3. Ce zonage permet d'instituer des règles concernant les enseignes des commerces et activités isolées dans et hors agglomération.

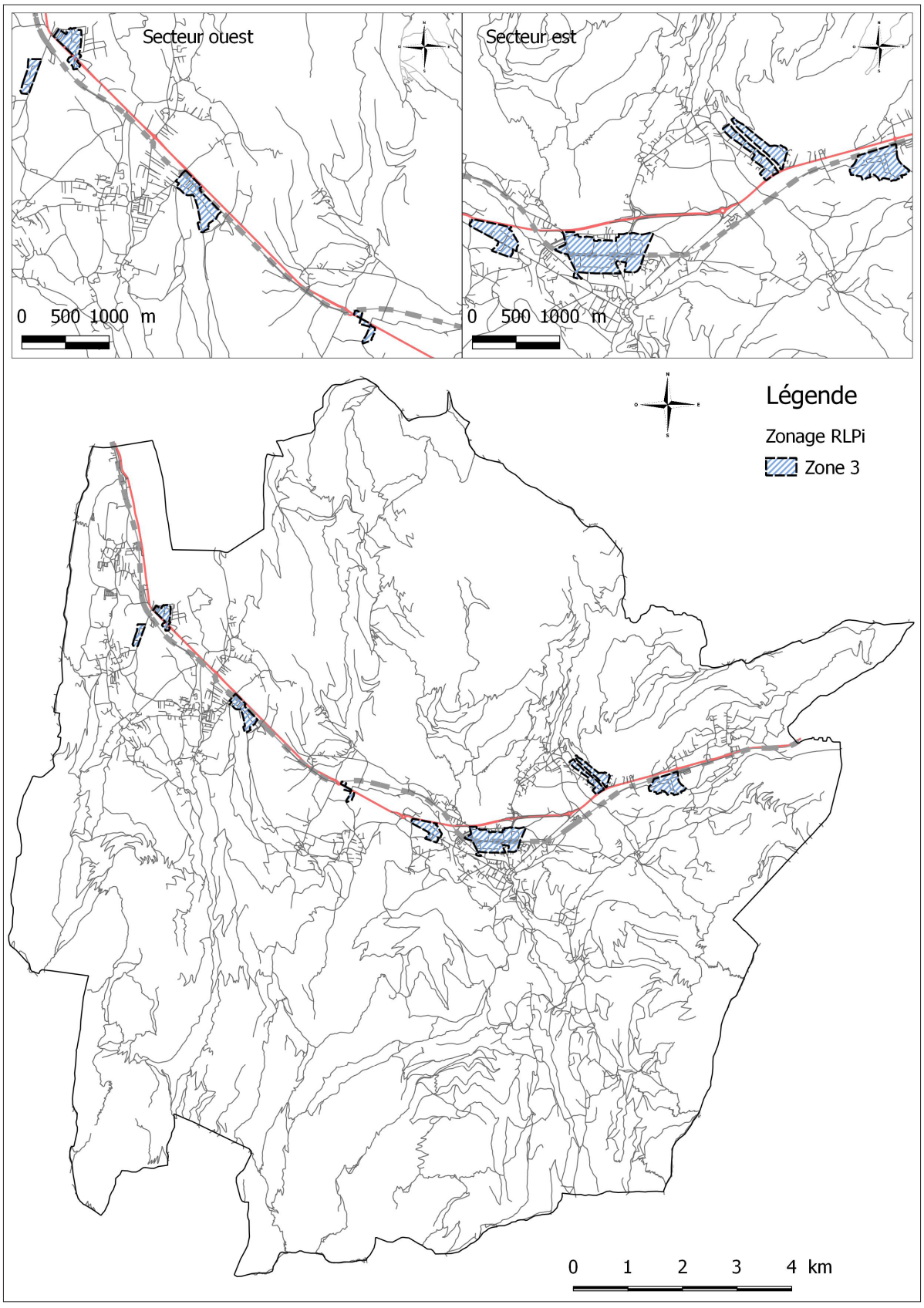


La zone 2 correspond aux centres-bourgs historiques de Faverges et de Doussard et correspond à la zone UA et UAa du Plan local d'urbanisme intercommunal. Il permet une règlementation précise des enseignes des centres-villes.



La zone 3 correspond aux zones d'activités de Lathuile, Doussard, Giez, Faverges, Saint-Férréol et Marlens, existantes et en projet ainsi qu'à la zone touristique entre le lac d'Annecy et la RD1508 au niveau de Doussard..

Ce zonage reprend principalement les zones urbaines ou à urbaniser à vocation d'activités économiques du Plan Local d'Urbanisme intercommunal. Il permet d'apporter un règlement adapté aux problématiques des zones d'activités.



1 | La publicité et les préenseignes

Rappel du Règlement national de publicité

I - En tout lieu :
Selon l'article L.581-4, toute publicité est interdite :
- *sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire;*
- *sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
- *dans les coeurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
- *sur les arbres ;*
- *sur des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque définis par le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la CDNPS.*

II - Hors agglomération :
La publicité est interdite.

III - En agglomération :
Toute publicité est interdite en agglomération dans les parcs naturels régionaux (Article L.581-8 du code de l'environnement). Cette interdiction est relative et peut être levée par la mise en place d'un Règlement local de publicité à condition d'être plus restrictif que le Règlement national de publicité.

Selon l'article L.581-8 du code de l'environnement, toute publicité est également interdite dans les agglomérations comprises notamment :
- *dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ;*
- *à moins de cent mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque définis par le maire ou, à défaut, le préfet, sur demande ou après avis du conseil municipal et après avis de la CDNPS ;*
- *dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales des sites natura 2000.*

La publicité est également interdite conformément à l'article R.581-22 :
- *sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m2 ;*
- *sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;*
- *sur les murs de cimetière et de jardin public*
- *sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;*
- *sur une baie sauf lorsqu'il s'agit de dispositifs publicitaires de petit format intégrés à des devantures commerciales.*

IV - Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (cas de 7 des 10 communes composant la Communauté de Communes du Pays de Faverges) :
Les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol, la publicité lumineuse (y compris numérique) autre que celle supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence, ainsi que le mobilier urbain supportant de la publicité sont interdits (Art.R.581-31 alinéa 1 et R.581-34 alinéa 2).

N.B : L'interdiction d'apposer de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants relève d'une erreur rédactionnelle à l'article R. 581-42. Cette interdiction ne devait s'appliquer qu'au mobilier urbain supportant de la publicité numérique (interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants).

La publicité numérique supportée par du mobilier urbain, les bâches comportant de la publicité, qu'il s'agisse des bâches de chantier ou des autres bâches, ainsi que les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits (Art. R.581-42, R.581-53-II et R.581-56 alinéa 1).

IV - Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (cas de 3 des 10 communes composant la Communauté de Communes du Pays de Faverges. Elles sont toutes trois adhérentes du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges) :

La publicité numérique supportée par du mobilier urbain, les bâches comportant de la publicité, qu'il s'agisse des bâches de chantier ou des autres bâches, ainsi que les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits (Art. R.581-42, R.581-53-II et R.581-56 alinéa 1).

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique située hors agglomération (Art. R.581-31 alinéa 2).

La règle de densité :

Depuis le 1er juillet 2012, les publicités sont soumises à une règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique (Art. R.581-25).
La règle de densité s'applique quel que soit le format des publicités concernées. En conséquence, dès lors que le nombre maximum de dispositifs possibles est atteint sur l'unité foncière, aucun autre dispositif ne pourra être installé, si petit soit-il.

La règle s'applique à toutes les publicités, à l'exception notamment :
- *de l'affichage de petit format (micro-affichage) ;*
- *des préenseignes dérogatoires.*
- *du mobilier urbain*

L'unité foncière est constituée d'une parcelle ou de plusieurs parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire. Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie doit être pris en compte. C'est sur cette base qu'est déterminé le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur l'unité foncière.

Pour les unités foncières d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres, concernant les dispositifs muraux :
Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain…)

Pour les unités foncières d'une longueur supérieure à 80 mètres, un dispositif mural supplémentaire peut être installé par tranche entamée de quatre-vingts mètres au-delà de la première.
Ainsi, sur une unité foncière dont la longueur du plus long côté bordant la voie publique est de :
- *quatre-vingts mètres à cent soixante mètres, trois dispositifs maximum peuvent être installés ;*
- *cent soixante à deux-cent-quarante mètres, quatre dispositifs maximum peuvent être installés ;*
- *deux-cent-quarante à trois cents mètres, cinq dispositifs maximum peuvent être installés ;*
- *etc.*

L'autorité de police recevant une déclaration préalable envisageant la pose d'un dispositif supplémentaire sur une unité foncière dont le quota est déjà atteint peut signaler au pétitionnaire l'irrégularité du projet.

Les règles de surface et de hauteur de la publicité murale non lumineuse :

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	4 m²	6 m
Agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou agglomération de plus de 10 000 habitants	12 m²	7,5 m
Emprise des aéroports et gares ferroviaires	12 m²	7,5 m
Bordure des routes à grande circulation traversant les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	4 m² voire 8 m²	6 m

Source : Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Les règles de surface et de hauteur de la publicité non lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol :

	Surface maximum	Hauteur maximum
Agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine* de plus de 100 000 habitants	Interdits	Interdits
Agglomération de plus de 10 000 habitants ou agglomération de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	12 m²	6 m

Source : Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Les règles de surface et de hauteur de la publicité lumineuse et numérique :

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou appartenant à une uu de + de 100 000 h
Publicité murale supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	4 m² et 6 m de haut	12 m² et 7,5 m de haut
Publicité scellée au sol supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	12 m² et 6 m de haut
Publicité en toiture supportant des affiches éclairées par projection ou transparence	Interdite	Interdite
Publicité lumineuse non-numérique sur mur ou scellée au sol	Interdite	8 m² et 6 m de haut
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur ≤ 20 m	Interdite	1/6 de la hauteur de la façade et 2 m maximum
Publicité lumineuse non-numérique en toiture sur la façade d'un immeuble d'une hauteur > 20 m	Interdite	1/10 de la hauteur de la façade et 6 m maximum
Publicité numérique	Interdite	8 m² et 6 m de haut si respect des normes de consommation électrique. Sinon : 2, 1 m² et 3 m de haut

Source : Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Les règles de surface de la publicité sur le mobilier urbain :

	Agglo de - de 10 000 h n'appartenant pas à une uu de + de 100 000 h	Agglo de + de 10 000 h ou de - de 10 000 h faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m² unitaire et 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m² unitaire 6 m² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	interdit	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m² recto, 2 m² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique	Interdit	12 m²	50 m²

Source : Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Les règles de surface de la publicité numérique sur le mobilier urbain :

	Agglo de - de 10 000 h y compris faisant partie d'une uu de + de 100 000 h	Agglo de plus de 10 000 h	Emprise des aéroports dont le flux annuel de voyageurs est supérieur à 3 millions
Abris destinés au public	Interdit	2 m² unitaire 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol	
Kiosques	Interdit	2 m² unitaire 6 m² total	
Colonne porte-affiches	Interdit	2 m²	
Mâts porte-affiches	Interdit	2 m² recto, 2 m² verso	
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires	Interdit	8 m²	50 m²

Source : Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure. Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
DISPOSITIONS COMMUNES AUX ZONES 1, 2 ET 3 :	
La publicité non lumineuse, non numérique, et la publicité éclairée par rétroprojection est autorisée uniquement sur le mobilier urbain situé en agglomération.	Le RLPi permet la réintroduction de la publicité sur le mobilier urbain. Il constitue le dispositif qui permettra d'harmoniser les conditions d'installation de la publicité extérieure également sur l'ensemble des communes de la CCPF, après rectification de l'erreur rédactionnelle de l'article R.581-42 du code de l'environnement interdisant la publicité sur le mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.
Les règles d'implantation et de format sont celles du Règlement national de publicité à l'exception de la publicité installée sur du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numérique pour lequel la surface du dispositif publicitaire ne peut excéder 2m².	La disposition réglementaire est plus restrictive que le RNP pour les trois communes de moins de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine d'Annecy de pus de 100 000 habitants en imposant un format ne pouvant excéder 2m² sur le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires. Ce format correspond à la surface publicitaire des «sucettes» déjà installées sur la commune de Faverges.
La possibilité de réintroduire des dispositifs publicitaires n'est pas utilisable dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement	Cette disposition reprend l'interdiction «relative» de la publicité au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement pour la rendre «absolue». Cette disposition permettra d'harmoniser les possibilités d'introduction de la publicité sur le mobilier urbain (le mobilier urbain peut supporter de la publicité dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 uniquement sous réserve que l'agglomération fasse partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou compte au moins 10 000 habitants) après rectification de l'erreur rédactionnelle de l'article R.581-42 du code de l'environnement interdisant la publicité sur le mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.

2 | Les enseignes

Rappel du Règlement national de publicité

L'obligation d'entretien

L'enseigne doit être constituée de matériaux durables, ce qui exclut toute utilisation de papier ou de carton. Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement (Art. R.581-58).
Les enseignes partiellement détruites ou effacées, les drapeaux déchirés, les éclairages défectueux, les enseignes scellées au sol déséquilibrées sont en infraction. Le maintien en bon état est de la responsabilité et à la charge de la personne privée ou morale exerçant l'activité concernée.

La suppression au terme de l'activité

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. Il appartient donc à l'entreprise qui quitte les lieux de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en état. Une dérogation à la suppression est prévue pour les enseignes présentant un caractère historique, artistique ou pittoresque (Art. R.581-58).

I. L'enseigne en façade

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées (Art. R.581-60). Elles ne peuvent notamment être constituées de lettres ou panneaux à cheval sur le mur et la toiture. Soit l'enseigne est fixée sur le mur et ne doit pas en dépasser les limites, soit elle est en toiture et respecte les règles propres à cette catégorie.
Les enseignes apposées sur les clôtures, aveugles ou non, suivent le régime des enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0,25 mètre (Art. R.581-60).
L'épaisseur des lettres-boîtiers ou des caissons doit être calculée afin de ne pas dépasser la norme fixée par la loi, qui est mesurée par rapport au nu du mur, à l'endroit où est installée l'enseigne.
Aucun point d'un bandeau appliqué sur un mur ne pourra être distant de plus de 0,25 mètre du mur, quelle que soit l'irrégularité du plan du mur qui la supporte. Elle pourra déroger à un rigoureux parallélisme sous la réserve du respect de la saillie de 0,25 mètre.
Ces enseignes ne peuvent, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit.
Sur un pignon dont les lignes d'égout sont de hauteur différente, la ligne la plus proche de l'enseigne peut être retenue

Les enseignes sont admises, sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies, sous conditions (Art. R.581-60, alinéa 2) :

- *les enseignes peuvent être installées sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;*
- *elles peuvent être installées devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;*
- *elles peuvent être installées sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport à lui.*

Règles d'implantation des enseignes perpendiculaires
Dites aussi en drapeau, dénommées « en potence » lorsqu'elles sont constituées d'un élément horizontal qui soutient l'enseigne, les enseignes perpendiculaires ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur qui les supporte et ne doivent pas être apposées devant une fenêtre ou un balcon (Art. R.581-61, alinéa 1).

Elles ne doivent pas constituer une saillie par rapport au mur supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres (Art. R.581-61, alinéa 2). La saillie est calculée par rapport au mur et non au domaine public. Même si l'immeuble est situé en retrait de la voie publique, la saille de l'enseigne ne pourra excéder deux mètres.*

Rappel du Règlement national de publicité

Surface maximum des enseignes sur façade
Le décret du 30 janvier 2012 impose aux enseignes apposées sur une façade commerciale une surface maximum qui n'existait pas précédemment. La règle se fonde sur un rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale (Art. R.581-63) :
• les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15% de la surface de cette façade ;
• la surface des enseignes peut être portée à 25% lorsque la façade commerciale est inférieure à cinquante mètres carrés.

La façade à considérer est celle sur laquelle est apposée l'enseigne. La surface de référence inclut les baies commerciales. Il convient de déduire de la surface commerciale la surface des auvents et des marquises et de ne pas prendre en compte dans la surface cumulée des enseignes les publicités murales ou les dispositifs de micro-affichage (Art. R.581-63).

Façades commerciales
En principe, les façades latérales ou arrière d'un bâtiment commercial ne sont pas considérées comme des façades commerciales. Mais, si elles sont utilisées pour accueillir des enseignes, elles sont assimilées à des façades commerciales. Dans ce cas, il convient de leur appliquer la règle de surface. Lorsque plusieurs activités occupent un même bâtiment, le cumul de toutes les enseignes, toutes activités confondues, doit respecter les pourcentages qui viennent d'être indiqués. Il appartient alors aux établissements de s'accorder sur la mise en place des enseignes.

II - L'enseigne sur toiture

Les enseignes peuvent être installées sur les toitures ou terrasses en tenant lieu des bâtiments où s'exerce une activité, lorsque l'activité concernée est exercée dans plus de la moitié du bâtiment considéré (surface de plancher). Elles doivent alors être « réalisées au moyen de lettres et signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut » (Art. R.581-62).
Les enseignes peintes ou apposées directement sur la surface d'un toit suivent les règles des enseignes en toiture.
Lorsque l'activité signalée s'exerce dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment, l'enseigne en toiture n'est pas interdite, mais son installation est régie par les règles applicables aux dispositifs publicitaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu. En conséquence, ses conditions d'installation répondent aux prescriptions des articles R.581-38 et R.581-39 (cf. point n° 73).

Dimensions et surface maximum
Lorsqu'elles signalent des activités exercées dans plus de la moitié du bâtiment, la hauteur des enseignes en toiture ne peut excéder trois mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à quinze mètres. Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à quinze mètres, les enseignes n'excéderont pas le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de six mètres (Art. R.581-63).
Enfin, depuis le 1er juillet 2012, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés.

III. L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont installées sur l'immeuble où s'exerce l'activité, en l'occurrence sur l'unité foncière où s'exerce l'activité. Toute inscription, forme ou image installée sur un autre lieu est une préenseigne ou une publicité. Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.
Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol peuvent revêtir les formes les plus diverses : panneaux de toutes formes reposant sur un ou plusieurs pieds, drapeaux en tissu ou en matériaux rigides, totems, kakemonos, mâts de toute section, ainsi qu'objets variés tels que piscines, voitures, ballons etc.

« Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie » (Art. R.581-64, 1er alinéa).
« Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété» (Art. R.581-64, 2ème alinéa). Elles peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur des fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de six mètres carrés dans les agglomérations de moins de dix mille habitants.

Lorsque les enseignes font plus d'un mètre carré, elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée (Art. R.581-64, dernier alinéa).

IV. L'enseigne lumineuse

Le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles. C'est ainsi qu'elles satisfont à des normes techniques fixées par un arrêté ministériel à venir, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimées en lumens par watt (Art. R.581-59).

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59).

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou d'autres services d'urgence.

Le Règlement des enseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP

DISPOSITIONS COMMUNES AUX ZONES 1, 2 ET 3 :

I - LES ENSEIGNES EN FAÇADE

La recherche de qualité et de créativité doit être une préoccupation constante des professionnels de l'enseigne et des commerçants.
Les façades commerciales feront l'objet d'une conception d'ensemble :
- soit sous la forme d'une devanture commerciale englobant l'ensemble du rez-de-chaussée en plaquage bois ou métal;
- soit d'une inscription au sein des baies complétée d'enseignes en applique et en bandeau telles que décrites ci-après.

Les enseignes parallèles à la façade doivent être composées en cohérence avec le reste de la devanture et s'harmoniser avec les lignes de composition des façades sur lesquelles elle s'inscrivent, afin de mettre en valeur l'architecture de la construction (trames verticales, hauteur des étages, proportion des percements...).
Elles ne doivent pas masquer la modénature (élément enrichissant la façade tel que corniche, encadrement de baie, moulure, ...).

L'implantation de l'enseigne doit tenir compte des percements de la façade et respecter le rythme des pleins et des ouvertures du bâtiment: les lettres et signes ne doivent pas dépasser les limites extérieures des baies, le rythme des vitrages doit venir éviter l'effet de vide de trop grandes baies et prolonger les rythmes de la façade (fenêtres, poteaux, etc.). Le dessin de la menuiserie doit respecter au maximum les alignements par rapport à l'imposte de la porte d'entrée, au soubassement et au rythme des percements de l'étage.

Si un commerce se situe sur plusieurs parcelles, les différents immeubles sont distingués.

Les enseignes en façade (les enseignes en applique, les enseignes parallèles à la façade et les enseignes perpendiculaires à la façade) doivent présenter des formes et couleurs en harmonie avec celles de la façade.
Il est recommandé de choisir un nombre limité de couleurs. L'idéal est de ne pas dépasser trois couleurs pour l'ensemble d'un même bâtiment, reprenant celles de la façade (enduit, huisseries, menuiseries, coffrage) dans des teintes non agressives.

Les enseignes en façade sont réalisées de façon privilégiée au moyen de matériaux durables :
- Pour les enseignes en applique: bois, métal...

Le RLPi recherche sur tout le territoire la meilleure intégration possible des enseignes, en plus des règles d'implantation des enseignes en façade du RNP.

Ces prescriptions et préconisations pour l'ensemble des enseignes du territoire vient répondre à la multitude des activités isolées dans le territoire rural et hors agglomération (campings, vente à la ferme, activités sportives et de plein air, artisanat, etc.).

Elles sont une proposition de bonnes pratiques communes pour toute activité, qu'elle soit implantée en zone d'activité ou en dehors d'une zone dédiée.

Le Règlement des enseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
- Pour les enseignes parallèles à la façade (en bandeau) : bois, métal, fer forgé, inox brossé, zinc, acier, verre... - Pour les enseignes perpendiculaires à la façade (en drapeau) : tôle, bois, fer forgé, métal... Elles peuvent être peintes ou imprimées. Sont interdits pour les enseignes en façade, les drapeaux et oriflammes supportant logo, slogan ou enseigne.	
II - LES ENSEIGNES SUR TOITURE Les enseignes implantées sur les toits ou les toits terrasse sont interdites.	Afin de limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain comme rural, le RLPi interdit les dispositifs en toiture. Peu d'activités sont aujourd'hui concernées.
III - LES ENSEIGNES LUMINEUSES Les enseignes implantées sur les toits ou les toits terrasse sont interdites.	Dans la même préoccupation de limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain comme rural, le RLPi interdit les dispositifs lumineux sur l'ensemble du territoire, excepté pour les services d'urgence.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi

DISPOSITIONS COMMUNES AUX ZONES 1 ET 2 :

Les enseignes en applique et les enseignes parallèles à la façade :

L'enseigne en bandeau peut présenter :
- des lettres peintes ou découpées directement installées sur l'architecture
- des lettres peintes, découpées, imprimées, ou collées sur un panneau de fond de fine épaisseur installé dans l'emprise de la baie ou directement sur l'architecture.
- des lettres peintes ou collées dans l'emprise de la baie
- des lettres imprimées sur le lambrequin du store.

Le dispositif d'enseigne doit respecter les proportions de la façade et du rez-de-chaussée. Sa hauteur maximale est de préférence inférieure à 60 cm et la hauteur du lettrage à 40 cm. Le lettrage ne doit pas dépasser les 2/3 de la hauteur du linteau.

L'enseigne en drapeau est positionnée de préférence à l'une des extrémités de la devanture commerciale ou au plus près de la rupture de la façade.
L'implantation d'enseignes sous l'appui des baies du 1er étage est favorisée.
Afin de préserver un élément patrimonial, il pourra être toléré l'emplacement de l'enseigne en drapeau dans la hauteur du garde-corps des baies du premier étage.
Les enseignes en drapeau sont de préférence positionnées dans le prolongement ou l'alignement de l'enseigne en bandeau.
Elles ont une dimension maximale conseillée de 0.80m x 0.80m, comprenant la potence et une épaisseur limitée à 10 cm, à l'exclusion des dispositifs lumineux standards de type « caisson ».

Justifications au regard du RNP

De manière plus forte sur les zones 1 et 2, le RLPi recherche la meilleure intégration des enseignes, en plus des règles d'implantation des enseignes en façade du RNP.

Il donne des indications en matière de format afin de rechercher une harmonisation des enseignes dans l'espace urbain comme dans l'espace rural et à favoriser leur bonne intégration dans le tissu existant.

Le RLPi expose des dispositions de l'article R.581-60 en ajoutant des prescriptions et recommandations favorisant la sobriété et la bonne intégration des dispositifs d'enseigne.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
LES DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES À LA ZONE 1 : Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent s'intégrer dans le tissu urbain avoisinant et ne doivent pas dépasser l'égout du toit ou l'acrotère des constructions voisines ni de l'activité qu'ils signalent, dans les limites fixées par le RNP.	Le RLPi cherche à limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain comme rural et à favoriser leur bonne intégration dans le tissu existant. Dans le même temps, cette permission concernant les enseignes scellées au sol et directement installées sur le sol dans l'ensemble de l'espace intercommunal en-dehors des zones 2 et 3 permet d'apporter une solution aux activités isolées pour leur visibilité.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
LES DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES À LA ZONE 2 :	
Les enseignes en applique et parallèles à la façade implantées sur les terrasses, les balcons, les auvents et les marquises sont interdites. Les enseignes perpendiculaires à la façade implantées sur ou devant une baie, un balcon, un auvent sont interdites.	Afin de limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain et pour maintenir la cohérence des linéaires commerciaux, autant que possible, dans les limites des rez-de-chaussée commerciaux, le RLPi interdit les dispositifs sur les terrasses, les balcons, les auvents et les marquises en ne reprenant pas les conditions permettant leur implantation inscrites à l'article. R.581-60, alinéa 2. Peu d'activité sont aujourd'hui concernées.
Les enseignes parallèles à la façade et les stores sont de façon privilégiée inscrits dans la baie ou l'espace de la devanture commerciale, sans débord sur l'architecture. En cas d'installation sur l'architecture, l'enseigne sera implantée au-dessus de la devanture commerciale, dans le bandeau de la façade s'il existe, ou dans la limite déterminée par le niveau du plancher du premier étage. La longueur de l'enseigne n'est pas supérieure à celle de la devanture commerciale. Les enseignes en bandeau sont limitées en longueur par les dimensions de la vitrine. Dans le cas d'une activité située à l'étage, une enseigne de lettres peintes ou collées peut être installée par baie. Une enseigne de lettres peintes peut également être installée dans le bandeau du premier étage, rappelant les enseignes hôtelières traditionnelles. Les devantures en applique doivent respecter les hauteurs du rez-de-chaussée et ne pas masquer la structure du bâtiment. Le bandeau supérieur du coffrage est le support d'une enseigne parallèle à la façade. Dans le cas d'un linéaire commercial, les enseignes sont alignées entre elles formant ainsi un bandeau. Ce bandeau n'est pas formalisé (ni peinture, ni panneau de fond). Les boiseries anciennes présentant un intérêt esthétique ou patrimonial doivent être conservées.	Les enjeux patrimoniaux et commerciaux qui se posent dans les noyaux historiques des coeurs de bourgs des communes de Faverges et de Doussard demandent un soin particulier quant aux dispositifs d'enseignes, dans leur composition, leur aspect et les matériaux utilisés. La prise en compte de ces enjeux fait l'objet de recommandations et de prescriptions à prendre en compte au fur et à mesure de la rénovation des enseignes et des mutations des commerces. Les prescriptions et préconisations du RLPi doivent contribuer à une plus grande qualité des façades commerciales et à une harmonisation des linéaires commerciaux afin de contribuer à un paysage d'ensemble cohérent des centres-bourgs commerciaux de Faverges et de Doussard. Le RLPi expose des dispositions de l'article R.581-60 en ajoutant des prescriptions et recommandations favorisant la sobriété et la bonne intégration des dispositifs d'enseigne.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
Afin de respecter l'intégrité des bâtiments traditionnels dont les baies du rez-de-chaussée présentent des arcades cintrées, les enseignes en bandeau et les enseignes sur stores des commerces implantés en rez-de-chaussée doivent s'inscrire dans la baie, sans débord sur l'architecture, sous forme de lettres découpées peintes ou adhésives. Les arcades en pierre doivent rester apparentes et être dégagées. Dans le cas spécifique des commerces en rez-de-chaussée, implantés en retrait de la façade principale de l'immeuble, donnant sur une coursive, sur du bâti organisé en arcades cintrées ou non : Les enseignes peuvent s'implanter sur l'architecture, dans la limite de la travée (ouverture de l'arcade), en lettres peintes ou découpées, sans panneau de fond. Les lettres sont situées au-dessus de l'arcade, dans le bandeau s'il existe, de façon centrée, dans la limite de deux travées maximum. Dans le cas d'une architecture patrimoniale dont les matériaux peuvent être fragilisés, un panneau de fond sert de support aux lettres découpées. Il est du même ton que la façade et de fine épaisseur. Il ne doit en aucun cas masquer un élément enrichissant la façade (modénature, chaîne d'angle, linteau, etc.).	La grande diversité architecturale à l'oeuvre sur Faverges principalement et sur Doussard implique des règles adaptées aux différents supports bâtis. Ainsi, les règles d'implantation des enseignes divergent selon que le bâtiment présente une façade «simple», à arcade cintrée et une façade commerciale en retrait de la façade principale de l'immeuble, donnant sur une coursive, sur un bâti à arcade cintrées ou non cintrées. Les réponses actuelles des commerçants sur ces différents bâtis sont très hétéroclites. Des difficultés de visibilité sont lisibles concernant les façades commerciales en retrait de la façade principale de l'immeuble. Une proposition homogène et adaptée à chaque typologie bâtie, organisée par le RLPi a donc été recherchée.
Une seule enseigne principale parallèle à la façade est admise par façade commerciale donnant sur une voie ouverte à la circulation ou par baie. Il est recommandé de n'installer qu'une seule enseigne en drapeau par activité, sur chaque voie ouverte à la circulation. S'il existe des licences elles sont regroupées de manière privilégiée sur un seul dispositif.	Ces prescription et recommandations recherchent une limitation des dispositifs d'enseigne pour une meilleure lisibilité des devantures commerciales et des ensembles commerciaux.
Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol ne sont autorisées que si l'installation est impossible sur le bâtiment. Une seule enseigne scellée au sol ou posée directement sur le sol est autorisée. Sa hauteur maximale est de 1,50m et sa surface de 1m².	Cette disposition est établie afin de limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain et de limiter le nombre et l'importance des dispositifs d'enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
LES DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES À LA ZONE 3 :	
Les enseignes en façade : sur les façades donnant à l'extérieur de la zone ainsi que sur les façades latérales visibles depuis ces mêmes voies extérieures à la zone, n'est autorisée qu'une enseigne par activité. Les autres enseignes, même figuratives sont interdites.	Les zones d'activités sont concernées par une double problématique : la visibilité depuis l'extérieur de la zone et la visibilité de l'activité à l'intérieur même de la zone. Afin de limiter l'impact des zones d'activités depuis les routes qui les bordent, le RLPi opère une distinction entre les enseignes en façade visibles depuis les voies extérieures à la zone et celles implantées sur les façades seulement visibles à l'intérieur de la zone. Il est limitatif pour les façades visibles depuis l'extérieur de la zone uniquement. Pour les autres façades, les règles de densité du RNP s'appliquent.
Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées à un dispositif par voie sur laquelle l'activité peut prendre accès. La hauteur maximale autorisée est l'acrotère ou l'égout du toit, dans les limites permises par le RNP. Les enseignes de - de 1m² sont limitées à 3 dispositifs par activité.	Le RLPi cherche à limiter l'impact des enseignes dans le paysage urbain comme rural des zones d'activités tout en permettant le visibilité des activités. Les enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol sont limitées en nombre et en surface et les dispositifs de moins de 1 m² sont limités en nombre.

3 | Les enseignes et préenseignes temporaires

Rappel du Règlement national de publicité

Les enseignes et préenseignes temporaires sont partagées en deux catégories, liées à la durée et à la nature des événements qu'elles signalent (Art. L.581-20) :

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

Les enseignes et préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités (Article R.581-6). Cette disposition concerne trois des dix communes de la Communauté de Communes du Pays de Faverges.

Les règles d'implantation des enseignes temporaires sont établies par les dispositions suivantes :

- *2ème alinéa de l'article R.581-58 : « elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ». Le bon état de propreté est d'autant plus à surveiller que le 1er alinéa de l'article R.581-8 ne s'applique pas. Puisque temporaires, ces enseignes n'ont pas l'obligation d'être constituées de matériaux durables ;*
- *2ème alinéa de l'article R.581-59 relatif aux normes techniques portant sur la luminance. Elles ne sont en revanche pas soumises à la règle d'extinction nocturne des enseignes lumineuses permanentes ;*
- *5ème alinéa de l'article R.581-59 : « les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence » ;*
- *1er alinéa de l'article R.581-60 : « les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni constituer par rapport à ce mur, une saillie de plus de 0,25 mètre, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit » ;*
- *1er et 2ème alinéa de l'article R.581-61 : « les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (…). Elles ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres » (Voir les commentaires sur cet article au point n° 114).*
- *dernier alinéa de l'article R.581-62 : « la surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder soixante mètres carrés ». La hauteur des lettres et signes découpés d'une enseigne temporaire en toiture n'est donc pas limitée. Il est supposé que les enseignes temporaires en toiture seront extrêmement rares, compte-tenu des coûts d'installation.*
- *article R.581-64 relatif, en ce qui concerne les enseignes scellées au sol, au respect de la distance aux baies, au « H/2 » et à la limitation en nombre à une enseigne le long de chaque voie bordant l'établissement.*

Par ailleurs, la surface unitaire maximale des enseignes mentionnées au 2° de l'article R.581-68, signalant toutes les opérations ayant trait à l'immobilier, est limitée à douze mètres carrés lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol. Aucune limitation de surface unitaire ou cumulée n'est imposée, à l'exception des enseignes en toiture comme indiqué plus haut ou des enseignes « immobilières » scellées au sol.

Les préenseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Le Règlement des publicités et préenseignes du RLPi	Justifications au regard du RNP
LES DISPOSITIONS COMMUNES AUX ZONES 1, 2 ET 3 : Les enseignes et préenseignes temporaires se conforment aux dispositions du RNP: Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.	Le RLPi réaffirme les principes du RNP régissant les enseignes et préenseignes temporaires gageant de leur bonne intégration et du respect des durées et implantations prescrites, sur tout le territoire.