CONSEIL COMMUNAUTAIRE
Séance du 9 décembre 2025 à 18h00

Au siège de Grand Lac, Communauté d'agglomération
1500 boulevard Lepic 73 100 AIX-LES-BAINS

1	AIX-LES-BAINS	T	BERETTI Renaud	Pouvoir de Christèle ANCIAUX
2	AIX-LES-BAINS	T	BRAUER Michelle	
3	AIX-LES-BAINS	T	CARDE Daniel	
4	AIX-LES-BAINS	T	DUBOUCHET REVOL Karine	Départ après la délibération 6
5	AIX-LES-BAINS	T	FRAYSSE Claudie	
6	AIX-LES-BAINS	T	FRUGIER Michel	Pouvoir de Philippe OBISSIER
7	AIX-LES-BAINS	T	GIMENEZ André	
8	AIX-LES-BAINS	T	MOIROUD Christophe	
9	AIX-LES-BAINS	T	MONTORO-SADOUX Marie-Pierre	Départ après la délibération 6
10	AIX-LES-BAINS	T	MOREAUX-JOUANNET Isabelle	
11	AIX-LES-BAINS	T	MOUGNIOTTE Alain	
12	AIX-LES-BAINS	T	PETIT GUILLAUME Sophie	
13	AIX-LES-BAINS	T	POILLEUX Nicolas	
14	AIX-LES-BAINS	T	VAIRYO Nicolas	Pouvoir de Jean-Marc VIAL
15	BOURDEAU	T	DRIVET Jean-Marc	
16	BRISON SAINT INNOCENT	T	CROZE Jean-Claude	
17	BRISON SAINT INNOCENT	T	MASSONNAT Marthe	Pouvoir de Marina FERRARI
18	CHINDRIEUX	T	BARBIER Marie-Claire	Départ après la délibération 5
19	DRUMETTAZ-CLARAFOND	T	JACQUIER Nicolas	Pouvoir de Danièle BEAUX-SPEYSER
20	ENTRELACS	T	BRAISSAND Jean-François	
21	ENTRELACS	T	GERBELOT Gaëlle	
22	ENTRELACS	T	GRANGE Yves	
23	ENTRELACS	T	GUIGUE Jean-Marc	
24	GRESY-SUR-AIX	T	MAITRE Florian	
25	GRESY-SUR-AIX	T	PIGNIER Colette	
26	GRESY-SUR-AIX	T	POURCHASSE Patrick	
27	GRESY-SUR-AIX	T	TROQUIER Chrystel	
28	LA BIOLLE	T	NOVELLI Julie	
29	LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	T	MORIN Bruno	
30	LE BOURGET DU LAC	T	LE GUELLEC CARROZ Gwénaëlle	
31	LE BOURGET DU LAC	T	MERCAT Nicolas	
32	LE BOURGET DU LAC	T	SIMONIAN Édouard	
33	LE MONTCEL	T	HUYNH Antoine	
34	MERY	T	FONTAINE Nathalie	
35	MERY	T	ROULET Stéphane	
36	MOTZ	T	CLERC Daniel	Pouvoir de Manuel ARRAGAIN

37	MOUXY	T	PERSON Armelle	Pouvoir de José BONICI
38	PUGNY-CHATENOD	T	CROUZEVIALLE Bruno	Arrivé après la délibération 2
39	RUFFIEUX	T	ROGNARD Olivier	
40	SAINT OFFENGE	T	GELLOZ Bernard	Départ après la délibération 7
41	SAINT OURS	T	ALLARD Louis	
42	SAINT-PIERRE-DE-CURTILLE	T	DILLENSCHNEIDER Gérard	
43	SERRIERES-EN-CHAUTAGNE	T	TOUGNE-PICAZO Brigitte	
44	TRESSERVE	T	LOISEAU Jean-Claude	
45	TRESSERVE	T	MOULIN Annie	Départ après la délibération 6
46	TRESSERVE	T	ROUSSEL Christian	
47	VIVIERS DU LAC	T	AGUETTAZ Robert	
48	VIVIERS DU LAC	T	SCAPOLAN Martine	
49	VOGLANS	T	BERNON Martine	
50	VOGLANS	T	MERCIER Yves	

23 communes présentes

Absents excusés :

AIX-LES-BAINS	CAMUS Gilles
CHANAZ	HUSSON Yves

L'assemblée s'est réunie sur convocation du 2 décembre 2025, transmise dans les conditions prévues par les articles L. 2121-10 et L. 2122-8 du code général des collectivités territoriales, à laquelle était joint un dossier de travail comprenant l'ordre du jour, la note de synthèse et 34 projets de délibérations.

La convocation, l'ordre du jour et le dossier de travail ont également été transmis aux conseillers communautaires suppléants et aux conseillers municipaux des communes membres de Grand Lac, conformément à l'article L. 5211-40-2 du code général des collectivités territoriales.

Le quorum est atteint en début de séance : la séance est ouverte avec 49 présents et 7 procurations

Julie NOVELLI est désignée secrétaire de séance.

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux auprès de Grand Lac ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble (2 Place de Verdun, BP1135, 38022 Grenoble Cedex), dans le délai de deux mois à compter de sa publication (acte règlementaire) ou de sa notification (acte individuel). Le tribunal administratif de Grenoble peut être saisi par la voie de l'application "Télérecours citoyens" sur le site www.telerecours.fr.

GRAND LAC
COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION

DÉLIBÉRATION

N° : 25 Année : 2025
Exécutoire le : 16 DEC. 2025
Publiée / Notifiée le : 16 DEC. 2025
Visée le : 16 DEC. 2025

URBANISME

Approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) Grand Lac

Monsieur le Président rappelle que le Règlement Local de Publicité est un document qui édicte des prescriptions plus contraignantes que le règlement national de publicité établi par le Code de l'environnement à l'égard de la publicité, des enseignes et des préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

Grand Lac étant compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), la communauté d'agglomération se trouve également compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur son territoire.

Celui-ci est élaboré conformément à la procédure des plans locaux d'urbanisme et deviendra - une fois approuvé - une annexe des Plan Locaux d'Urbanisme intercommunaux (PLUi).

Les étapes d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal ont été les suivantes :

- Réunion d'une conférence intercommunale des maires le 10 janvier 2019, conformément aux dispositions de l'article L. 153-8 du code de l'urbanisme ;

- Par délibération du 21 février 2019, le conseil communautaire a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, fixé les objectifs poursuivis et définit les modalités de concertation ;

- Par délibération du 21 février 2019, le Conseil communautaire a arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres de Grand Lac ;

- Lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024, les orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal ont été débattues. Ces mêmes orientations ont également été débattues dans les communes suivantes :

Communes	Date du débat en conseil municipal
Aix-les-Bains	**26/11/2024**
La Biolle	**06/11/2024**
Bourdeau	**21/10/2024**
Le Bourget-du-Lac	**11/12/2024**
Brison-Saint-Innocent	**16/12/2024**
Chanaz	**06/12/2024**
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	**29/10/2024**
Chindrieux	**18/12/2024**
Conjux	**12/12/2024**
Drumettaz-Clarafond	**02/12/2024**
Entrelacs	**02/12/2024**
Grésy-sur-Aix	**13/12/2024**
Méry	**09/12/2024**
Motz	**08/11/2024**
Mouxy	**19/12/2024**

Ontex	**12/12/2024**
Pugny-Chatenod	**04/12/2024**
Ruffieux	**07/11/2024**
Saint-Pierre-de-Curtille	**18/11/2024**
Serrières-en-Chautagne	**12/12/2024**
Tresserve	**12/12/2024**
Viviers-du-Lac	**04/11/2024**
Voglans	**09/12/2024**

Monsieur le Président précise qu'en application de l'article L. 153-12 du code de l'urbanisme, ce débat est également réputé avoir été tenu dans les 5 communes non mentionnées ci-dessus.

- Par délibération du 25 mars 2025, le Conseil communautaire a tiré le bilan de la concertation et arrêté le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ;

- Ouverture d'une enquête publique du 8 septembre 2025 au 9 octobre 2025 ;

- Réunion d'une conférence intercommunale des maires le 24 novembre 2025, conformément aux dispositions de l'article L. 153-21 du code de l'urbanisme ;

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

.

➢ Des objectifs généraux

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ Des objectifs spécifiques

- <u>En matière de publicité et préenseignes :</u>

  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- <u>En matière d'enseignes :</u>

  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :

  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Arrêt du projet

Le Conseil communautaire de Grand Lac, lors de sa séance du 25 mars 2025, a tiré le bilan de la concertation et arrêté son projet de Règlement Local de Publicité intercommunal par délibération.

2.1. Consultation des personnes publiques associées

Conformément aux articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-16 du code de l'urbanisme, cette délibération et le dossier d'arrêt de projet du Règlement Local de Publicité intercommunal ont été transmis pour avis aux personnes publiques associées ainsi qu'à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de la Savoie (CDNPS).

Organisme	Demande d'avis	Contenu de l'avis
METROPOLE SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Projet compatible avec le SCOT le 05/09/2025
SNCF	LRE du 01/04/2025	Avis réputé favorable
INAO	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR) DES BAUGES	LRE du 03/04/2025	Avis favorable sous réserve du 06/06/2025
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
CONSEIL DEPARTEMENTAL DE LA SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis favorable sous réserve du 17/04/2025
CHAMBRE INTERDEPARTEMENTALE D'AGRICULTURE SAVOIE MONT-BLANC	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
PREFECTURE DE LA SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
CONSEIL REGIONAL AUVERGNE RHÔNE-ALPES	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
COMITE NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
DREAL AUVERGNE RHONE ALPES	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
UDAP SAVOIE	LRE du 03/04/2025	Avis favorable du 23/04/2025
CNPF	LRE du 03/04/2025	Avis réputé favorable
CDNPS	LRE du 03/04/2025	Avis favorable à l'unanimité du 20/05/2025
GRAND LAC (autorité organisatrice de la mobilité)	Remis le 01/04/2025	Avis réputé favorable
GRAND LAC (autorité en charge du Programme Local de l'Habitat)	Remis le 01/04/2025	Avis réputé favorable
ATELIER CITOYEN de Grand Lac	Remis le 03/04/2025	Avis réputé favorable

Les avis figurent en annexe du mémoire de Grand Lac, joint à la présente délibération.

2.2. Consultation des personnes publiques concernées

En application de l'article L. 581-14-1 du code de l'environnement, le dossier a également été transmis pour avis à plusieurs personnes publiques concernées compétentes en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, y compris les collectivités territoriales limitrophes.

Organisme	Demande d'avis	Contenu de l'avis
Mairie d'Anglefort	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie d'Arith	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Billième	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Bloye	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Chainaz les Frasses	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Chambéry	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Cressin-Rochefort	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Culoz Beon	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Cusy	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Jongieux	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de La Motte Servolex	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Lavours	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Les Déserts	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Lornay	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Lucey	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Massingy	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Meyrieux-Trouet	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Moye	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de St Felix	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de St François de Salles	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de St Jean de Chevelu	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de St Paul sur Yenne	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Seyssel	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Sonnaz	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Vallières sur Fier	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Verel Pragondran	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Mairie de Verthemex	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté de communes Rumilly Terre de Savoie	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté de communes de Yenne	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté de communes Usses et Rhône	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté de communes Bugey Sud	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté d'agglomération du Grand Annecy	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Communauté d'agglomération de Grand Chambéry	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
CISALB	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
CHAMBERY-GRAND LAC ECONOMIE (CGLE)	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Cityz Media	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
MPE-Avenir	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
JC Decaux	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
PAP	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Giraudy-Exterion Media	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
FG Publicité	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Union de la publicité extérieure (UPE)	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
FESPA France Association	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
France Nature Environnement Savoie	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Paysages de France	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Sites et Monuments	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu

Patrimoine environnement	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Amis de la Terre en Savoie	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Conservatoire des Espaces Naturels Savoie (CEN)	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Union des commerçants de La Biolle	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Union des commerçants du Bourget-du-Lac	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Fédération Aixoise des Artisans et Commerçants	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
Art Vision	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
SMART MEDIA	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
FINIMAR	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu
ReflexSign	Mail du 01/04/2025	pas d'avis reçu

2.3. Consultation des communes membres

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 du code de l'urbanisme, les communes membres de Grand Lac ont disposé d'un délai de trois mois à compter de l'arrêt de projet du Règlement Local de Publicité intercommunal pour émettre un avis. Passé ce délai, leur avis a été réputé favorable.

Commune	Envoi du dossier	Contenu de l'avis
AIX LES BAINS	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
BOURDEAU	LRE du 03/04/2025	Favorable avec recommandation du 22/04/2025
BRISON SAINT INNOCENT	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
CHANAZ	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
CHINDRIEUX	LRE du 03/04/2025	Favorable du 5/05/2025
CONJUX	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
DRUMETTAZ-CLARAFOND	LRE du 03/04/2025	Favorable du 20/05/2025
ENTRELACS	LRE du 03/04/2025	Favorable du 26/05/2025
GRESY SUR AIX	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
LA BIOLLE	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	LRE du 03/04/2025	Favorable du 27/05/2025
LE BOURGET DU LAC	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
LE MONTCEL	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
MERY	LRE du 03/04/2025	Favorable du 26/05/2025
MOTZ	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
MOUXY	LRE du 03/04/2025	Favorable 28/04/2025
ONTEX	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
PUGNY CHATENOD	LRE du 03/04/2025	Favorable 16/04/2025
RUFFIEUX	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
SAINT OFFENGE	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
SAINT OURS	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
ST PIERRE DE CURTILLE	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
SERRIERES EN CHAUTAGNE	LRE du 03/04/2025	Favorable du 24/05/2025
TRESSERVE	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
TREVIGNIN	LRE du 03/04/2025	Favorable du 26/05/2025
VIONS	LRE du 03/04/2025	Réputé favorable
VIVIERS DU LAC	LRE du 03/04/2025	Favorable du 05/05/2025
VOGLANS	LRE du 03/04/2025	Favorable du 02/06/2025

Les avis figurent en annexe du mémoire de Grand Lac, joint à la présente délibération.

3. Enquête publique

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-19 et suivants du code de l'urbanisme, le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal a été soumis à enquête publique. Par ordonnance n° E25000119/38 du 4 juin 2025, le Tribunal administratif de Grenoble a désigné Monsieur Bernard AUDION en qualité de commissaire enquêteur et Madame Alexandra VALETON en qualité de commissaire enquêtrice suppléante.

L'enquête publique s'est déroulée du 8 septembre 2025 à 14h00 au 9 octobre 2025 à 12h00, soit pendant 31 jours consécutifs, selon les modalités prévues par arrêté du 15 juillet 2025.

3.1 Consultation du dossier qu'enquête

Le dossier d'enquête publique comportait l'ensemble des pièces constitutives du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal, ainsi que l'ensemble des avis émis sur le projet et le bilan de la concertation.

Pendant la durée de l'enquête, les pièces du dossier d'enquête publique ont été tenues à disposition du public pour consultation aux jours et heures d'ouverture habituels (sauf jours fériés et jours de fermeture exceptionnelle) :

- Au siège de Grand Lac, 1500 boulevard Lepic, 73100 Aix-les-Bains,
- Au Relais Grand Lac de Ruffieux, 172B rue de Jérusalem ZA, 73310 Ruffieux,
- Au Relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud, 73410 Entrelacs,
- À la mairie du Bourget-du-Lac, 7 rue des écoles, 73370 Bourget-du-Lac.

Un poste informatique avec accès gratuit au site internet dédié a été mis à la disposition du public aux lieux d'enquête ci-dessus.

Le dossier a pu également être consulté et téléchargé via le site internet dédié https://www.registre-dematerialise.fr/6403 et le site de Grand Lac http://www.grand-lac.fr.

3.2 Recueil des observations

Les observations et les propositions du public portant sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ont pu être :

- Consignées dans les registres d'enquête papier mis à disposition du public avec le dossier d'enquête publique, dans les lieux désignés ci-dessus, aux jours et heures d'ouverture habituels, sauf jours fériés et jours de fermeture exceptionnelle ;

- Adressées par courrier postal à l'adresse suivante : Grand Lac – Projet d'élaboration du RLPi Grand Lac, Commissaire enquêteur – 1500 boulevard Lepic, CS 20606, 73106 AIX LES BAINS cedex;

- Adressées par messagerie électronique via l'adresse mail dédiée enquete-publique-6403@registre-dematerialise.fr ;

- Consignées dans le registre d'enquête dématérialisé accessible via le site internet dédié https://www.registre-dematerialise.fr/6403

- Exprimées oralement auprès du commissaire enquêteur au cours des permanences suivantes :

Communauté d'Agglomération Grand Lac 1500 boulevard Lepic, 73100 Aix-les-Bains	Lundi 8 septembre	14h00 à 17h00
	Mardi 30 septembre	9h00 à 12h00
	Jeudi 9 octobre	9h00 à 12h00
Relais Grand Lac de Ruffieux, 172B rue de Jérusalem ZA, 73310 Ruffieux	Lundi 15 septembre	13h30 à 16h30
	Vendredi 3 octobre	8h30 à 12h30
Relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud, 73410 Entrelacs	Mercredi 10 septembre	9h00 à 12h00
	Jeudi 18 septembre	13h30 à 16h30
Mairie du Bourget du Lac 7 rue des écoles, 73370 Le Bourget-du-Lac	Vendredi 12 septembre	9h00 à 12h00
	Mercredi 1er octobre	14h00 à 17h00
	Mardi 7 octobre	9h00 à 12h00

Lors de l'enquête publique :

- Deux personnes ou groupes de personnes ont été reçues durant les permanences du commissaire-enquêteur,
- Deux contributions ont été inscrites sur les registres papier mis à la disposition du public,
- Un courrier a été transmis par voie postale,
- Le registre dématérialisé a fait l'objet de 2836 visites et 1106 téléchargements de documents,
- 15 contributions ont été déposées sur le registre numérique.

A l'issue de la période d'enquête publique, le commissaire-enquêteur a transmis son procès-verbal de synthèse le 13 octobre 2025 en présence de M. Thibaut GUIGUE, Vice-Président délégué à l'urbanisme, à l'habitat, au logement social et à la politique de la ville.

Grand Lac a rendu son mémoire en réponse le 16 octobre 2025.

Le commissaire-enquêteur a ensuite remis son rapport et ses conclusions à Grand Lac le 7 novembre 2025.

Conformément à l'article L. 153-21 du code de l'urbanisme, les avis joints au dossier d'enquête publique, les observations du public et le rapport et les conclusions du commissaire-enquêteur ont été présentés lors d'une Conférence intercommunale rassemblant les Maires des communes de Grand Lac le 24 novembre 2025.

4. Présentation du Règlement Local de Publicité Intercommunal proposé à l'approbation

Le bilan figurant dans les conclusions et l'avis du commissaire enquêteur est formulé de la manière suivante :

« En conclusion, j'émets un avis favorable au projet de règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac.
Cet avis est assorti de 2 recommandations :

- Que la totalité des engagements pris par Grand Lac dans son mémoire en réponse soit bien prise en compte dans le dossier d'approbation du règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac ;
- Qu'une forte communication soit faite par Grand Lac auprès des communes, indiquant l'importance de suivre l'application du règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac, ainsi que la Règlementation Nationale de Publicité, le pouvoir de police appartenant aux communes sur le territoire de Grand Lac. »

En réponse aux deux recommandations ci-dessus, ainsi qu'aux avis des personnes publiques associées et observations du public réceptionnées à l'occasion de l'enquête publique, les modifications et dispositions ci-après sont proposées.

4.1. Modifications du règlement

En réponse à l'avis émis par le Parc Naturel Régional du Massif des Bauges, les dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines seront limités à 1 mètre carré maximum (au lieu de 2 mètres carrés prévus initialement) de surface cumulée dans les communes ayant approuvé la nouvelle Charte 2025-2040 du Parc.
Cette modification est de nature à lever la réserve émise dans l'avis précité.

La charte des enseignes de Chanaz, la charte des enseignes d'Aix-les-Bains et la charte des préenseignes dérogatoires du Parc Naturel Régional du massif des Bauges sont rappelées dans le règlement.

La définition de « surface unitaire » dans le lexique a été modifiée pour tenir compte du décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes.

4.2. Modification des plans de zonage

Les plans de zonages ont été ajustés, notamment s'agissant de leur échelle, pour faciliter leur lecture à la demande du commissaire-enquêteur.

4.3. Guide pratique

Un guide pratique non opposable a été élaboré afin de faciliter la compréhension et la mise en application du Règlement Local de Publicité intercommunal. Ce document, présenté lors de la Conférence intercommunale des Maires du 24 novembre 2025, explicite à la fois les dispositions du règlement local et celles du règlement national qui continuent à s'appliquer.
Il sera disponible dans les communes et accessible depuis le site Internet de Grand Lac à toute personne intéressée par le sujet.

L'obligation de solliciter l'accord écrit du propriétaire du terrain ou du bâtiment (qu'il soit public ou privé) avant l'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne est rappelée dans le guide pratique en référence à l'article L. 581-24 du code de l'environnement. Cette disposition est de nature à lever la réserve émise par le Conseil Départemental dans son avis précité.

Monsieur le Président présente le dossier dans sa version soumise à approbation, composé du rapport de présentation, du règlement écrit, des plans de zonage et des annexes.

Ces différentes pièces, constitutives du Règlement Local de Publicité intercommunal ainsi que les annexes de la présente délibération, ont été mises à disposition des conseillers communautaires via la plateforme « fast-élus » et en consultation au service Urbanisme-Planification à Grand Lac.

Monsieur le Président propose à l'assemblée d'approuver le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Lac, tel qu'il vient d'être présenté.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Président,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L103-2 et suivants et L153-11 et suivants ;

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Lac ;

VU les débats sur les orientations du Règlement Local de Publicité intercommunal qui se sont tenus dans les assemblées délibérantes des communes membres et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;

VU la concertation qui s'est déroulée durant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal ;

VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ;

VU les avis favorables des communes membres de Grand Lac ;

VU l'avis favorable de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites ;

VU les avis favorables des personnes publiques associées et autres personnes publiques consultées,

VU la décision n° E25000119/38 du 4 juin 2025 du Tribunal Administratif de Grenoble désignant le commissaire enquêteur ;

VU l'arrêté n°2025-44 du Président de Grand Lac en date du 15 juillet 2025 d'ouverture de l'enquête publique ;

VU le rapport, les conclusions et l'avis favorable assortis de deux recommandations du commissaire enquêteur ;

CONSIDERANT les réponses apportées aux recommandations du commissaire enquêteur, aux réserves ou remarques des Personnes Publiques Associées, des Personnes Publiques Concernées, des communes et du public - détaillées dans le mémoire joint à la présente délibération ;

CONSIDERANT que les modifications apportées au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal issues de l'enquête publique ne portent pas atteinte à l'économie générale du projet soumis à l'enquête publique et répondent pleinement aux objectifs poursuivis.

Le Conseil de Communauté, après en avoir délibéré :

- APPROUVE le présent rapport,
- APPROUVE le Règlement Local de Publicité intercommunal d Grand Lac, tel qu'il est annexé à la présente délibération,
- AUTORISE Monsieur le Président à mettre en œuvre la présente délibération,
- DIT que la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de Grand Lac et dans toutes les communes membres durant un mois,
- DIT que le Règlement Local de Publicité intercommunal sera annexé aux Plans Locaux d'Urbanisme intercommunaux en vigueur par une procédure de mise à jour.

Aix-les-Bains, le 9 décembre 2025

Le Président,
Renaud BERETTI



La secrétaire de séance,
Julie NOVELLI

- Délégués en exercice : 68
- Présents : 45
- Présents et représentés : 52
- Votants : 52
- Pour : 52
- Contre : 0
- Abstentions : 0
- Blancs : 0

Accusé de réception préfecture

Objet de l'acte :

Délibération 25 : Approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) Grand Lac

Date de transmission de l'acte :	16/12/2025
Date de réception de l'accusé de réception :	16/12/2025
Numéro de l'acte :	D5679 (voir l'acte associé)
Identifiant unique de l'acte :	073-200068674-20251209-D5679-DE
Date de décision :	09/12/2025
Acte transmis par :	ESTELLE COSTA DE BEAUREGARD ID
Nature de l'acte :	Délibération
Matière de l'acte :	2. Urbanisme 2.1. Documents d urbanisme



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Dossier d'approbation

Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

Sommaire du dossier d'approbation

Tome 1 - Rapport de présentation

Tome 2.1 – Règlement

Tome 2.2 - Zonage ! Cette pièce, constituée de plans, est dans une pochette à part !

Tome 3 – Annexes

- Partie1 : Arrêtés fixant les limites d'agglomération
- Partie 2 : Plans de zonage du Règlement Local de Publicité Intercommunal
- Partie 3 : Abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables

Tome 4 – Dossier administratif et bilan de l'enquête publique

- Partie1 : Engagement de la procédure
- Partie 2 : Arrêt du RLPI et bilan de la concertation
- Partie 3 : Avis des Personnes Publiques Associées
- Partie 4 : Bilan de l'enquête publique



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Tome 1 : Rapport de présentation

Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

Table des matières

PREAMBULE 2

PARTIE 1 : le contexte territorial et paysager de la communauté d'agglomération 7

PARTIE 2 : état des lieux en matière de publicités et préenseignes 17

1. La notion d'agglomération 17
2. La notion d'unité urbaine 20
3. Périmètres d'interdiction de toute publicité/préenseigne existant sur le territoire 21
   a) Les interdictions absolues 21
   b) Les interdictions relatives 25
4. La répartition des publicités et préenseignes 31
5. Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol 33
6. Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture 40
7. La densité publicitaire 46
8. Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain 48
9. Les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles 53
10. Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales 54
11. Les publicités et préenseignes lumineuses 55
12. Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu 57
13. Conclusion 58

PARTIE 3 : état des lieux en matière d'enseignes 61

14. Les enseignes parallèles au mur 64
15. Les enseignes perpendiculaires au mur 67
16. La surface cumulée des enseignes en façade 69
17. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol 70
18. Les enseignes sur clôture 73
19. Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu 74
20. Les enseignes lumineuses 76
21. Les enseignes temporaires 78
22. Conclusion 79

Partie 4 : Objectifs et orientations en matière de publicité extérieure 80

1. Les objectifs 80
2. Les orientations 81

Partie 5 : Justification des choix retenus 83

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes 83
2. Les choix retenus en matière d'enseignes 88
3. Les choix retenus en matière de publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial 90

Annexe : Tableau des abréviations utilisées 91

PREAMBULE

Le présent document constitue le rapport de présentation.
Il propose une mise en contexte du territoire du point de vue paysager, puis un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire intercommunal. C'est sur ce diagnostic que se fondent les orientations et objectifs qui constituent la troisième partie du présent document. Enfin, la dernière partie comporte la justification des choix retenus dans le RLPi.

Dans toute la suite du présent document, le rappel des dispositions issues de la règlementation nationale de la publicité (RNP) seront mentionnées *en bleu*.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La règlementation concernant l'implantation des dispositifs d'enseignes, de préenseignes et de publicité fait partie des outils pour préserver les paysages. Elle vise à concilier liberté d'expression[1] et enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une règlementation qui datait de 1979. Les principales évolutions de la règlementation issues de la loi « ENE » et de son décret sont :
- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions notamment financières ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses.

La loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ceux-ci sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme. A la suite de son approbation, le RLPi est annexé au PLUi.

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant *lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets* est venue modifier certains aspects relatifs à la publicité extérieure. Ainsi, depuis le 1er janvier 2024, les Maires sont devenus l'autorité compétente en matière de police de la publicité. La communauté d'agglomération est compétente en matière de PLU et de RLP. Néanmoins, le Président de l'EPCI peut devenir l'autorité de police de la publicité extérieure selon les modalités définies à l'article L5211-9-2 du Code général des collectivités territoriales. Cette loi prévoit aussi la possibilité pour les RLPi d'encadrer la publicité et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'un local commercial.

Le RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

[1] L'article L581-1 du code de l'environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

- **Le rapport de présentation** comprend un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la Communauté d'agglomération en matière de publicité extérieure, notamment sur les questions de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la règlementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres identifiés par le règlement local de publicité, et sont annexés à celui-ci. Les limites des agglomérations fixées par les maires des vingt-huit communes membres en application de l'article R. 411-2 du Code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé au règlement local de publicité, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Champ d'application

Le code de l'environnement fixe des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique[2]. Par voies ouvertes à la circulation publique[3], 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.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

Le code de l'environnement renvoie également aux dispositions du code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, les articles R418-1 à R418-9 du code de la route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités, enseignes et préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité.

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Le RLPi est un document réglementaire, opposable aux tiers, qui édicte des règles locales permettant d'adapter le règlement national de publicité en fonction des spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage, tout en tenant compte du contexte urbain : ce sont les zones de publicités (ZP).

[2] Article L581-2 du code de l'environnement ; ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité ou s'ils sont lumineux (dans le cas où ils sont règlementés par un RLPi)

[3] Article R581-1 du code de l'environnement

Le RLPi comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le code de l'environnement et constituant la réglementation nationale (RNP).

Une règlementation plus restrictive consiste, par exemple pour un dispositif de publicité non lumineuse, à adapter localement la règle de la manière suivante :

- Règles nationales : surface unitaire de 10,5 m² maximum et hauteur au-dessus du sol de 7,5 mètres maximum ;
- Règles locales : surface unitaire de 4,7 m² maximum et hauteur au-dessus du sol de 5 mètres maximum.

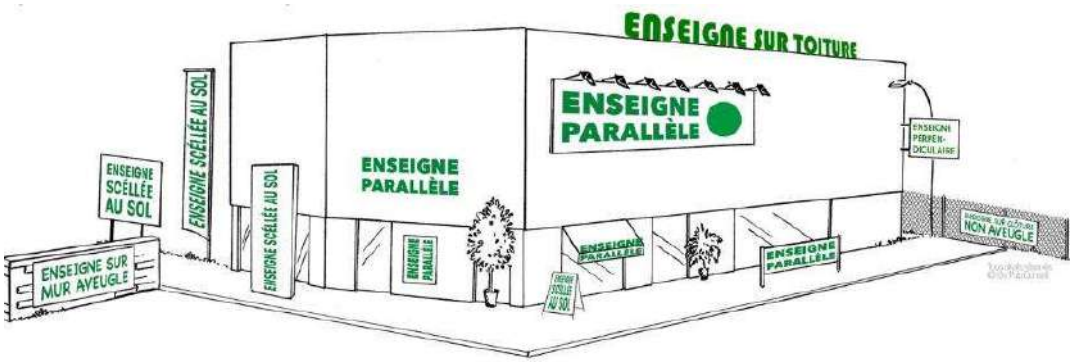
Le RLPi approuvé est annexé au PLUi.

La définition des dispositifs visés par le code de l'environnement

Constitue **une publicité**[4], à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilés à des publicités.

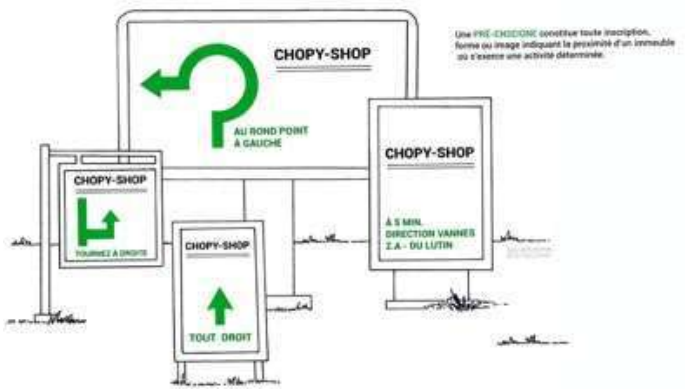


Constitue **une enseigne**[5] toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



[4] Article L581-3-1° du code de l'environnement
[5] Article L581-3-2° du code de l'environnement

Constitue **une préenseigne**[6] toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Les préenseignes étant soumises aux mêmes dispositions que celles qui régissent la publicité par le code de l'environnement, le RLPi renvoie aux règles relatives à la publicité pour les préenseignes.

Surface unitaire des dispositifs visés par le code de l'environnement

Conformément à l'article R581-24-1 du code de l'environnement, le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité. C'est-à-dire la surface du panneau ou de l'écran tout entier (avec son encadrement).
Toutefois, par dérogation à l'article R. 581-24-1, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran[7].

Autorisation préalable et déclaration préalable

L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :
- les emplacements de bâches comportant de la publicité,
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence,
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :
- les enseignes installées sur le territoire couvert par le RLPi (à défaut de RLPi uniquement les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et L.581-8),
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L.581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L.581-8,
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

[6] Article L581-3-3° du code de l'environnement
[7] Article R581-42-1 du code de l'environnement

Un formulaire CERFA spécifique permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les préenseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable.
Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre de hauteur et 1,5 mètre de largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Un formulaire CERFA spécifique permet d'effectuer une déclaration préalable.

Délai de mise en conformité

Les règles nationales et/ou locales s'appliquent à l'ensemble des publicités, préenseignes et enseignes existantes, et non uniquement aux nouvelles implantations.

Ainsi, en cas de modification de la règle, le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'Environnement ou au RLPi) et différenciés en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et préenseignes ou enseignes).
Les délais de mise en conformité sont les suivants[8] :

	Infraction au Code de l'Environnement	Infraction au RLPi
Publicités et pré-enseignes	Mise en conformité sans délai (échéance en juillet 2015)	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai (échéance en juillet 2018)	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLPi pour se mettre en conformité

[8] Articles L. 581-43 et R. 581-88 du Code de l'Environnement

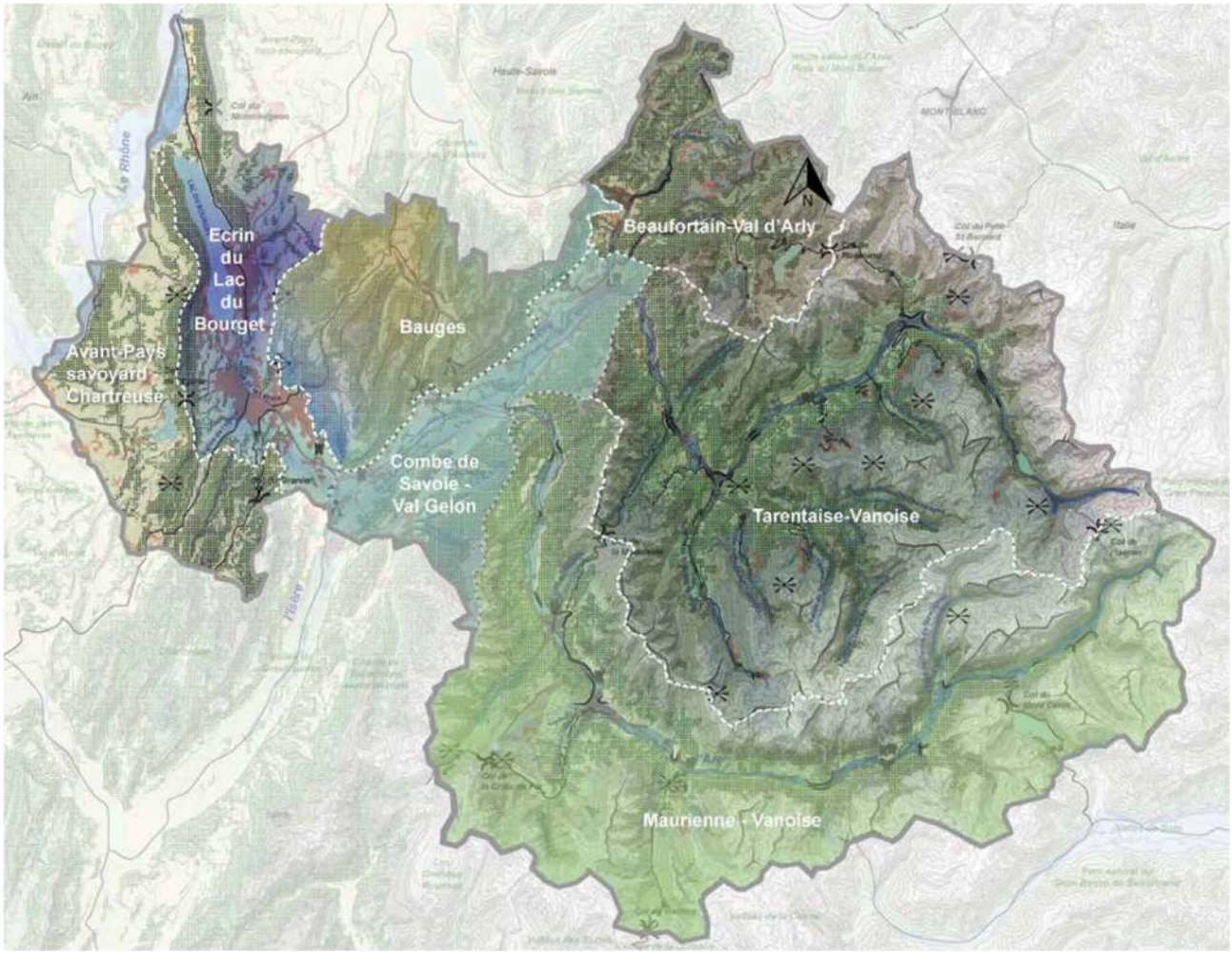
PARTIE 1 : le contexte territorial et paysager de la communauté d'agglomération

La communauté d'agglomération Grand Lac compte 28 communes et regroupe 78 824 habitants[9]. Elle se situe dans le département de la Savoie dans la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Commune	Nombre d'habitants[10]
Aix-les-Bains	31874
Bourdeau	579
Brison-Saint-Innocent	2360
Chanaz	546
Chindrieux	1445
Conjux	212
Drumettaz-Clarafond	2992
Entrelacs	6329
Grésy-sur-Aix	4571
La Biolle	2896
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	266
Le Bourget-du-Lac	4933
Méry	2135
Montcel	1064
Motz	451
Mouxy	2270
Ontex	99
Pugny-Chatenod	1023
Ruffieux	806
Saint-Offenge	1157
Saint-Ours	731
Saint-Pierre-de-Curtille	491
Serrières-en-Chautagne	1159
Tresserve	2945
Trévignin	834
Vions	416
Viviers-du-Lac	2271
Voglans	1969
TOTAL	**78 824**

[9] Données INSEE de population légale millésimée 2021
[10] Données INSEE de population légale millésimée 2021

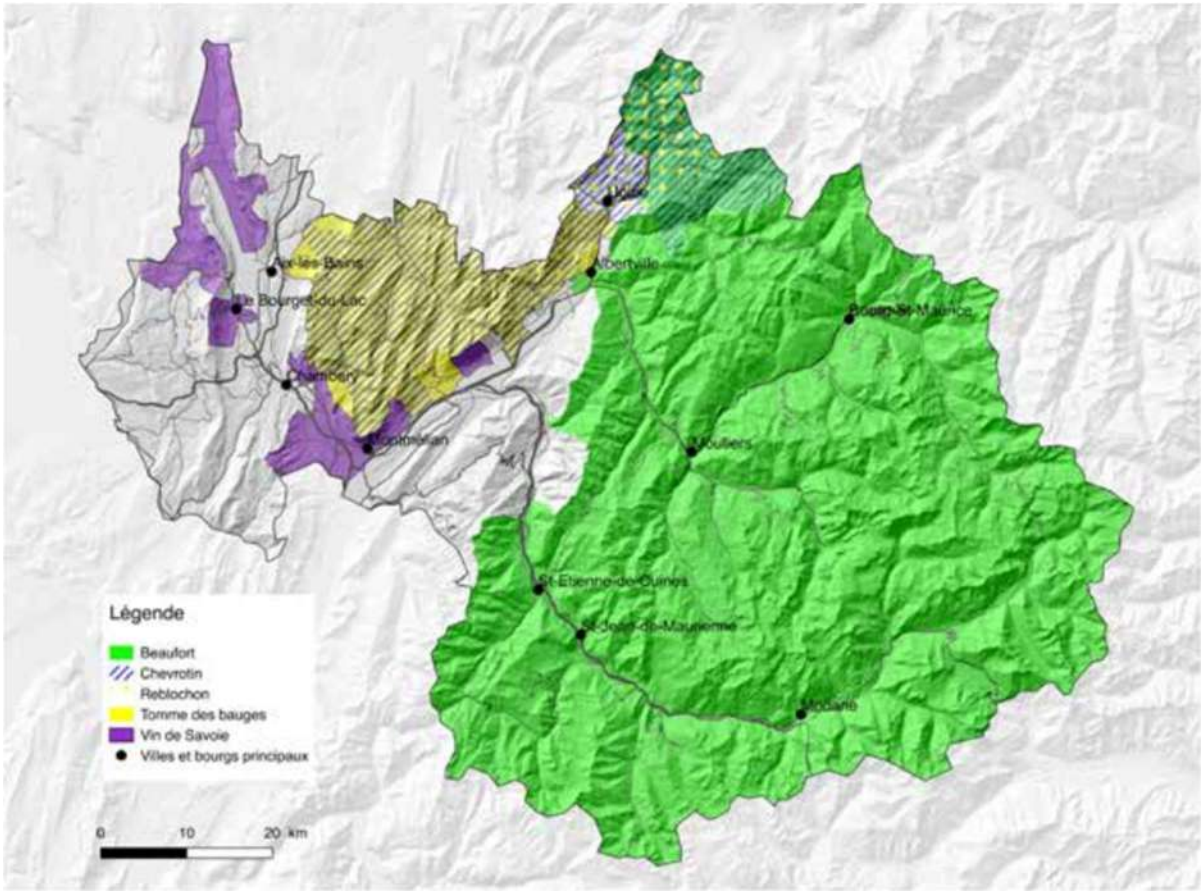
D'après l'atlas des paysages du département de la Savoie, le territoire de la communauté d'agglomération Grand Lac appartient à deux des sept ensembles paysagers que compte le département : l'ensemble paysager de « la Cluse de Chambéry et écrin du lac du Bourget » et l'ensemble paysager des Bauges.



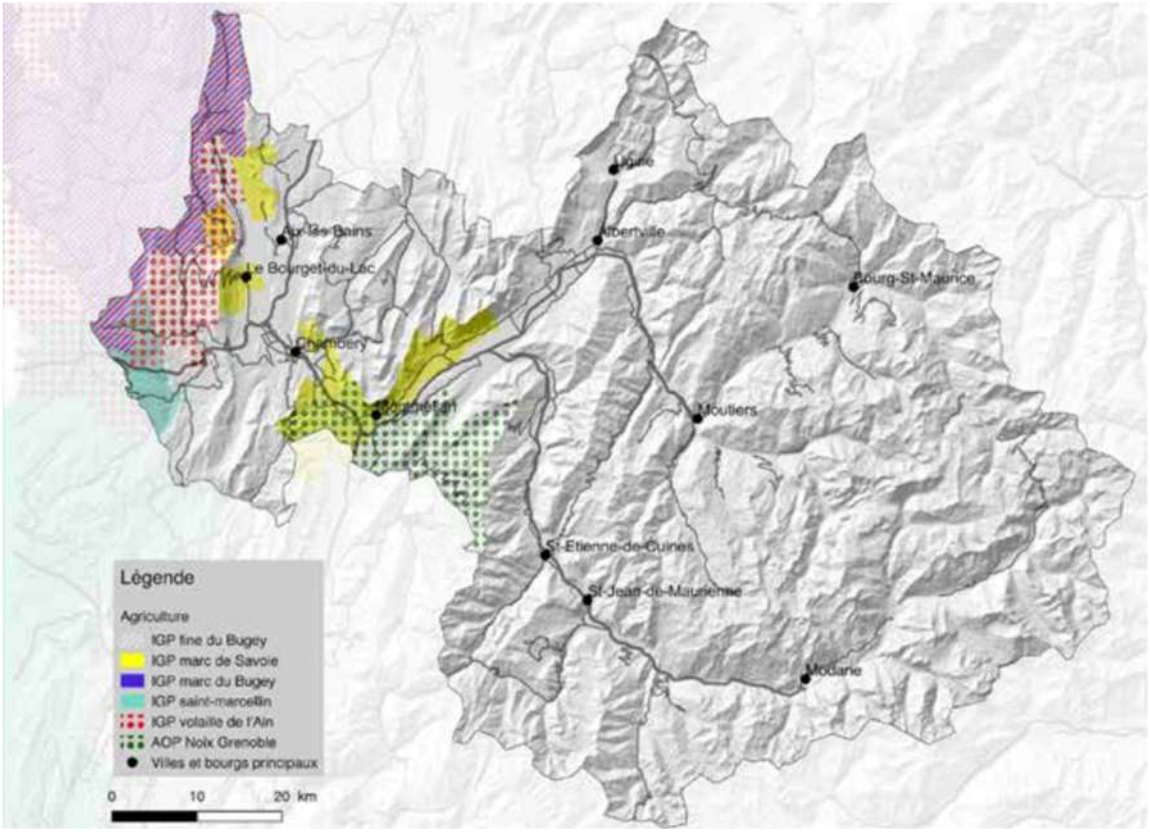
Carte des ensembles paysagers, source : atlas des paysages de Savoie

Le territoire communautaire est ceinturé par plusieurs massifs : le massif des Bauges à l'est, la montagne du Gros Foug et la montagne de la Biolle au nord et le massif de l'Epine et le Mont du Chat à l'ouest. Le relief occupe donc une place majeure dans les paysages de la communauté d'agglomération. Pour ses autres parties, le territoire communautaire se situe pour l'essentiel à une altitude comprise entre 0 et 900 mètres (étage collinéen).

L'agriculture est de type montagnard avec principalement des cultures céréalières et des prairies. On note la présence de plusieurs appellations d'origine protégée (AOP) ou indication géographique protégée (IGP).

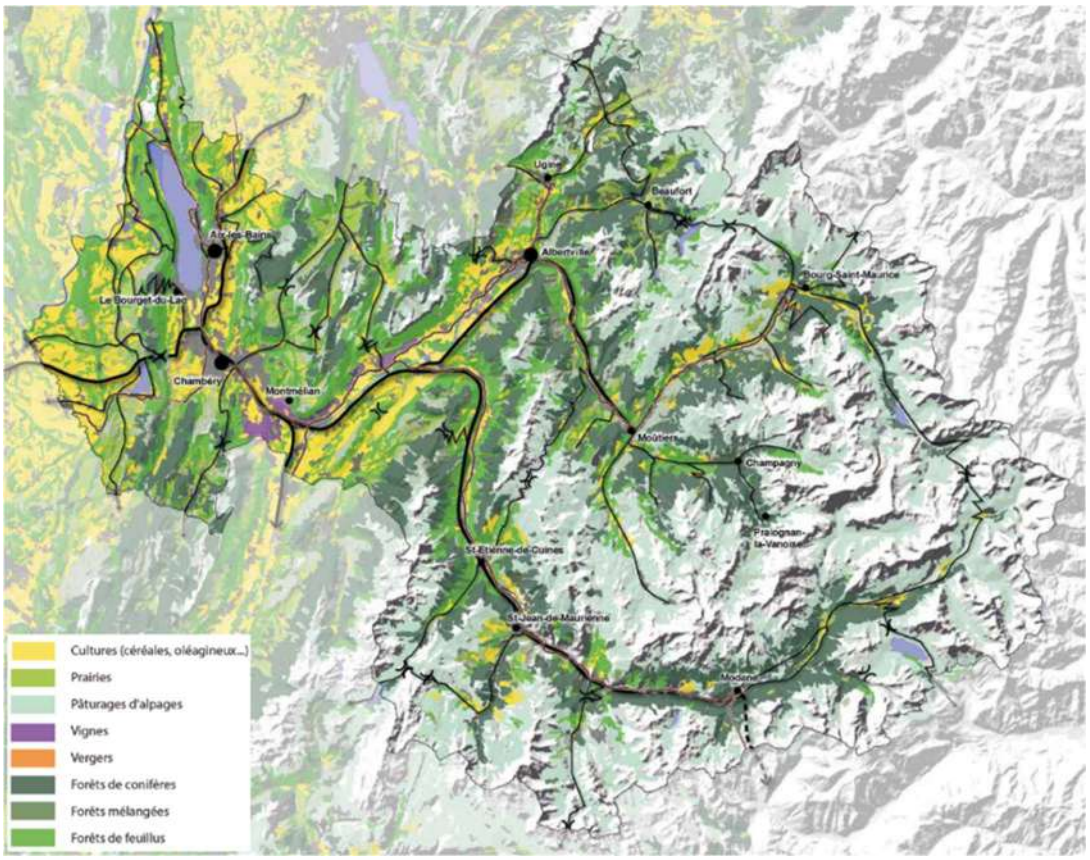


Carte des AOP de Savoie - fromage et vin, source : atlas des paysages de Savoie



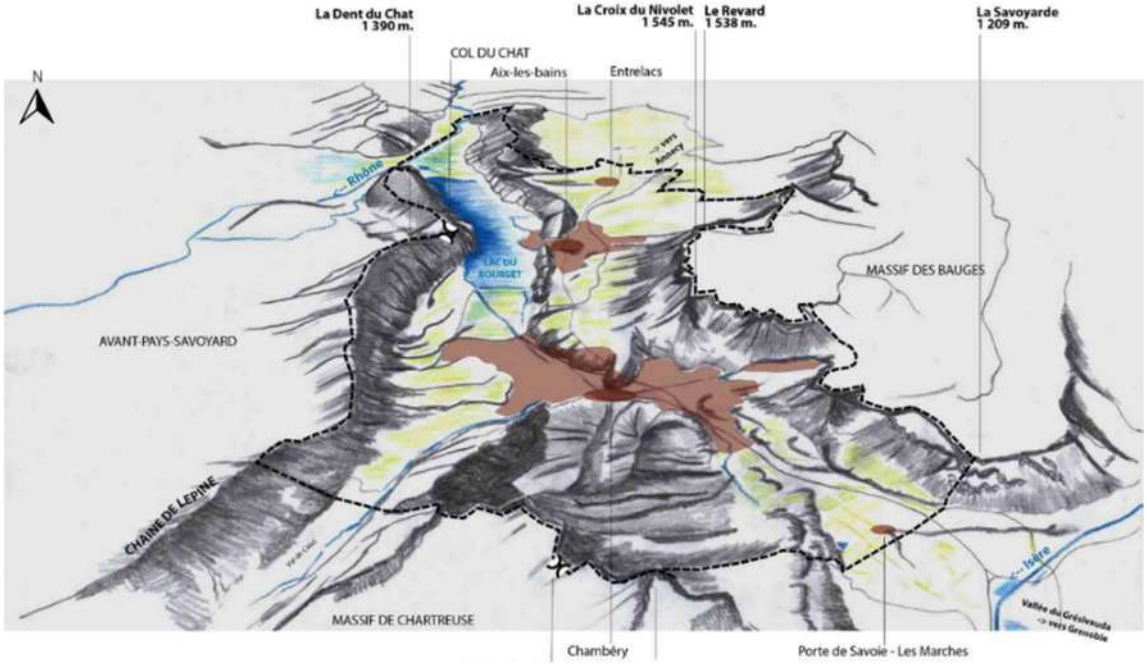
Carte des IGP de Savoie, source : atlas des paysages de Savoie

Les forêts occupent une place importante dans les paysages notamment dans le massif des Bauges et à proximité du lac du Bourget (en particulier dans la partie nord de celui-ci qui est moins densément urbanisée).



Carte de l'occupation du sol, source : atlas des paysages de Savoie

L'atlas des paysages de Savoie identifie trois panoramas remarquables depuis la Dent du Chat, le mont Revard et la Croix du Nivolet.



Perspective cavalière, source : atlas des paysages de Savoie

Par ailleurs, l'eau occupe une place majeure dans le paysage de la communauté d'agglomération avec l'omniprésence du lac du Bourget. Ce dernier constitue le plus grand et le plus profond lac naturel d'origine glaciaire situé intégralement en France. Il constitue également la première réserve d'eau douce française en volume.

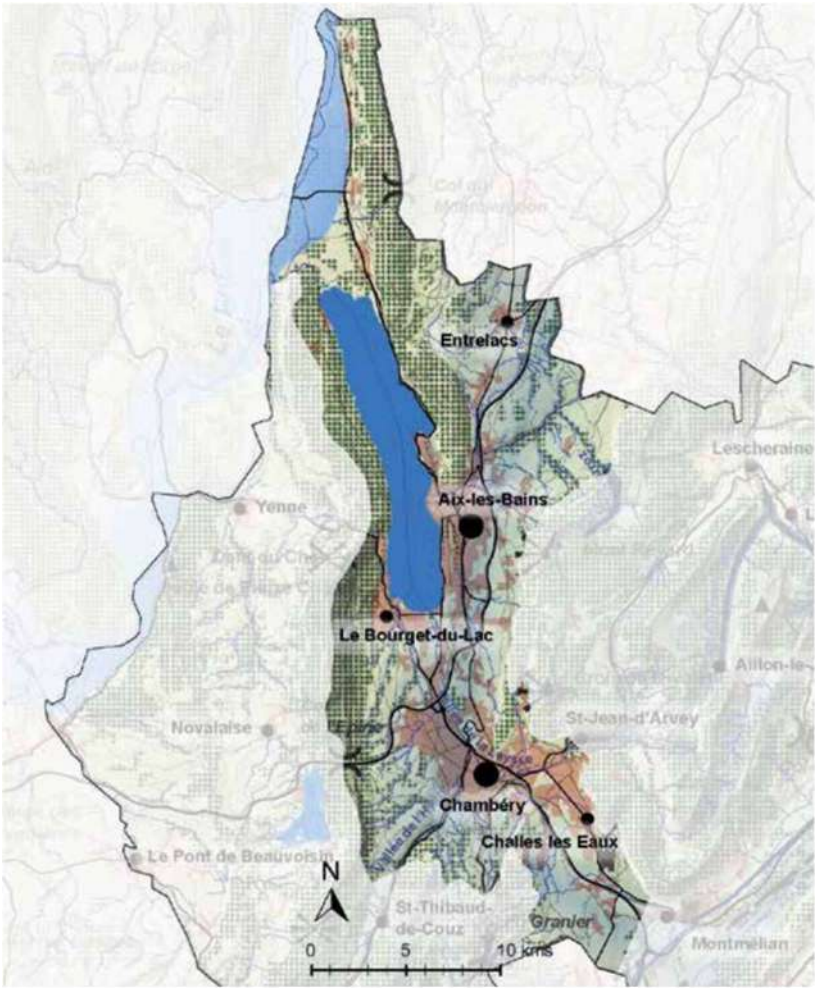


Lac du Bourget en direction du Nord, source : atlas des paysages de Savoie

L'écrin du lac du Bourget et la cluse de Chambéry

L'ensemble paysager de l'écrin du lac du Bourget et la cluse de Chambéry s'articule autour d'un long couloir de communication de près de 51 kilomètres formé par le lac du Bourget et la cluse de Chambéry.

La perception de cet ensemble paysager se fait d'abord par les imposantes silhouettes des montagnes bordant le territoire tandis que le lac du Bourget constitue un objet d'attraction et de fascination. Le dialogue entre ces deux facettes du paysage est permanent.



Carte de l'ensemble paysager de l'écrin du lac du Bourget et de la cluse de Chambéry, source : atlas des paysages de Savoie

Cet ensemble paysager comporte un riche patrimoine que l'on retrouve notamment à Aix-les-Bains avec l'architecture de villégiature qui s'est développée autour du lac et en lien avec les activités de thermalisme. Ainsi, de nombreux hôtels, les thermes ou encore le casino sont construits entre 1850 et 1930. La richesse patrimoniale est présente aussi dans les paysages bâtis des villages de pieds de massif qui ont souvent une implantation urbaine groupée, sauf exception[11]. C'est une architecture de pierre qui prédomine, des fermes massives avec toitures à demi-croupes, des maisons de bourgs aux façades colorées, des maisons fortes, châteaux, chapelles, moulins. Le patrimoine architectural y présente donc une grande richesse et une importante diversité.

[11] Sauf espaces viticoles ou dans l'Albanais ou traditionnellement un habitat isolé est encore observable de nos jours.



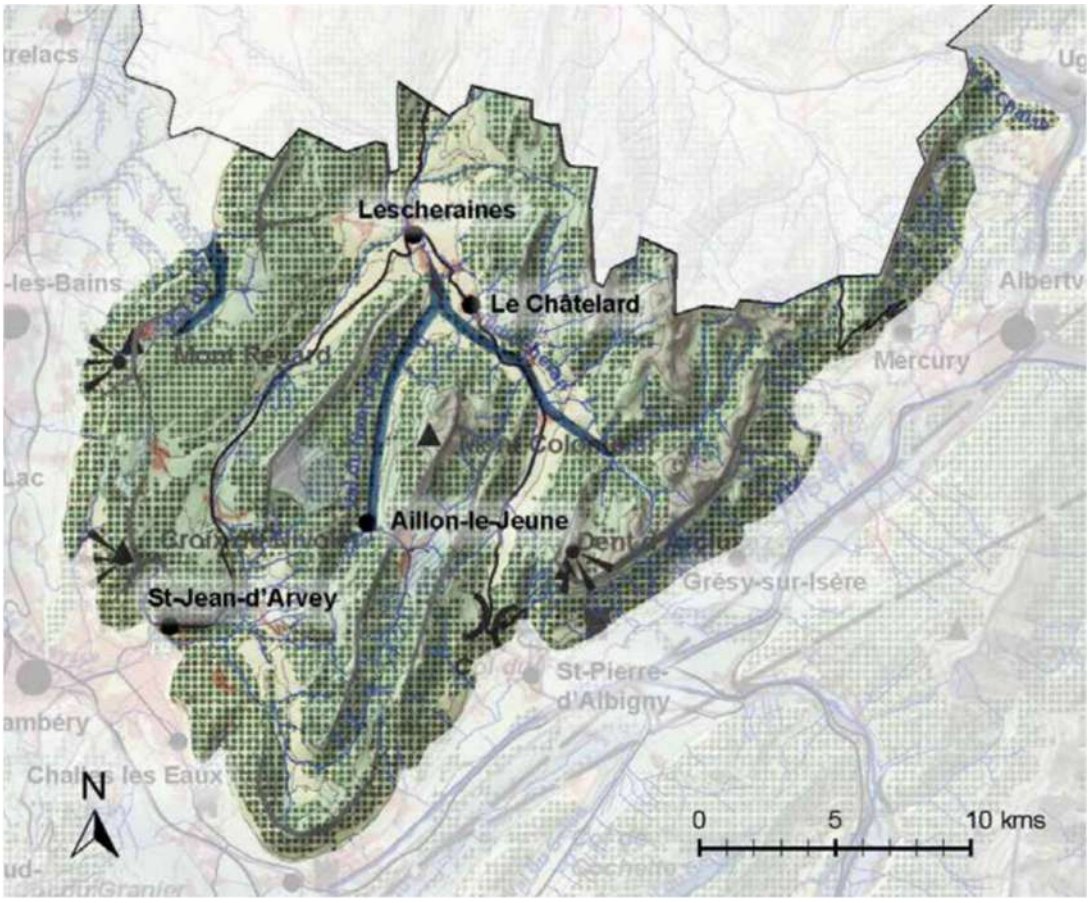
Carte des perceptions de l'ensemble paysager, source : atlas des paysages de Savoie

Le territoire se donne à voir depuis les axes structurants qui le parcourt. Cet ensemble paysager occupe une position de carrefour (croisement des autoroutes A41 et A43) au cœur des Alpes entre les axes Lyon-Turin d'une part et Grenoble-Genève d'autre part. Il s'agit d'un espace économique majeur du département de la Savoie. Il comprend deux polarités urbaines fortes : Chambéry et Aix-les-Bains dont seule cette dernière appartient à la communauté d'agglomération Grand Lac. L'essor économique de la région a produit un paysage d'étalement urbain en fond de vallée qui est difficilement contenu par les versants environnants. On observe en effet de fortes dynamiques de périurbanisation et de conurbation. C'est le cas à Aix-les-Bains avec un fort développement entre Viviers-du-Lac et Grésy-sur-Aix. Ce tissu urbain hétéroclite comprend également de grandes zones d'activités de qualité diverse parmi lesquelles la zone de Technolac demeure une référence en matière d'aménagement.

Cet ensemble paysager concerne l'ensemble des communes de la communauté d'agglomération Grand Lac à l'exception des communes situées dans l'ensemble paysager des Bauges.

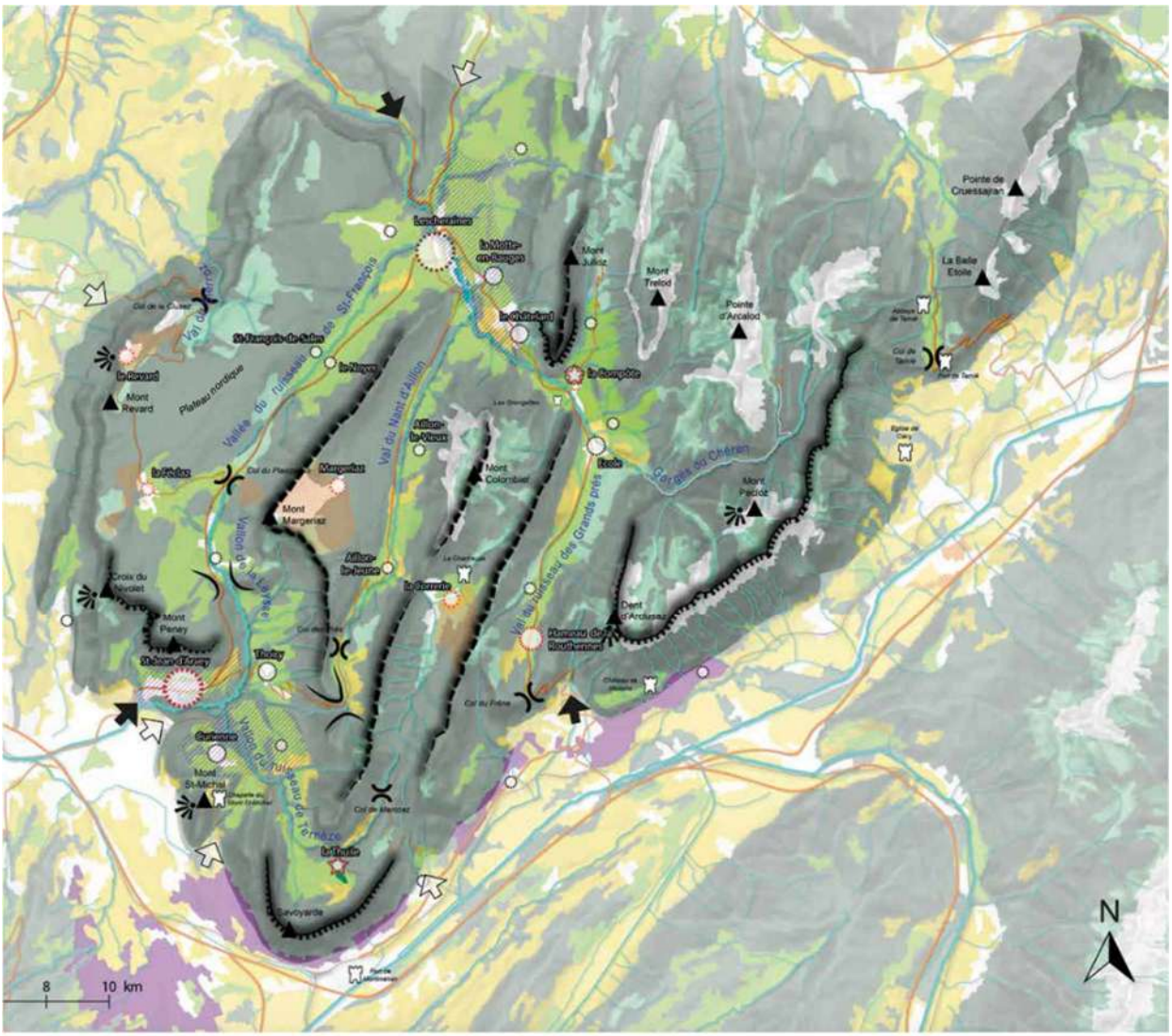
Les Bauges

L'ensemble paysager des Bauges est un massif de moyenne montagne à la fois agricole et forestier accueillant une grande diversité d'activités touristiques. Ce site est labellisé « Géopark », label reconnu par l'UNESCO. Cet ensemble paysager s'articule autour des sillons creusés par cinq vallées. Les paysages sont verdoyants de pâturages qui habillent les fonds de vallées tandis que les forêts occupent les pentes plus importantes et plus élevées en altitude.



Carte de l'ensemble paysager des Bauges, source : atlas des paysages de Savoie

Le massif des Bauges est historiquement un massif d'élevages laitiers qui côtoient également chèvres et brebis. Le massif comporte plusieurs fromages AOP : la Tome des Bauges, le Reblochon, l'Abondance ou encore le Chevrotin.



Carte des perceptions de l'ensemble paysager, source : atlas des paysages de Savoie

S'agissant de la communauté d'agglomération Grand lac, les communes suivantes sont concernées par l'ensemble paysager des Bauges : Saint-Ours, Saint-Offenge, Montcel, Trévignin, Pugny-Chatenod, Mouxy.

PARTIE 2 : état des lieux en matière de publicités et préenseignes

Un état des lieux des publicités et des préenseignes a été réalisé afin d'identifier leurs caractéristiques sur le territoire intercommunal. Cet état des lieux s'est appuyé d'une part sur un inventaire des publicités et préenseignes réalisé en décembre 2023 et janvier 2024 et d'autre part sur l'analyse des caractéristiques du territoire ayant une incidence sur l'implantation de publicités et préenseignes.

1. La notion d'agglomération

Conformément à l'article R110-2 du code de la route, **une agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde.

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. Les préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles sont également interdites en dehors des agglomérations.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dites dérogatoires :
- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.



Le RLPi n'est pas habilité à règlementer les préenseignes dérogatoires, mais il peut adapter pour partie les dispositions applicables aux préenseignes temporaires.

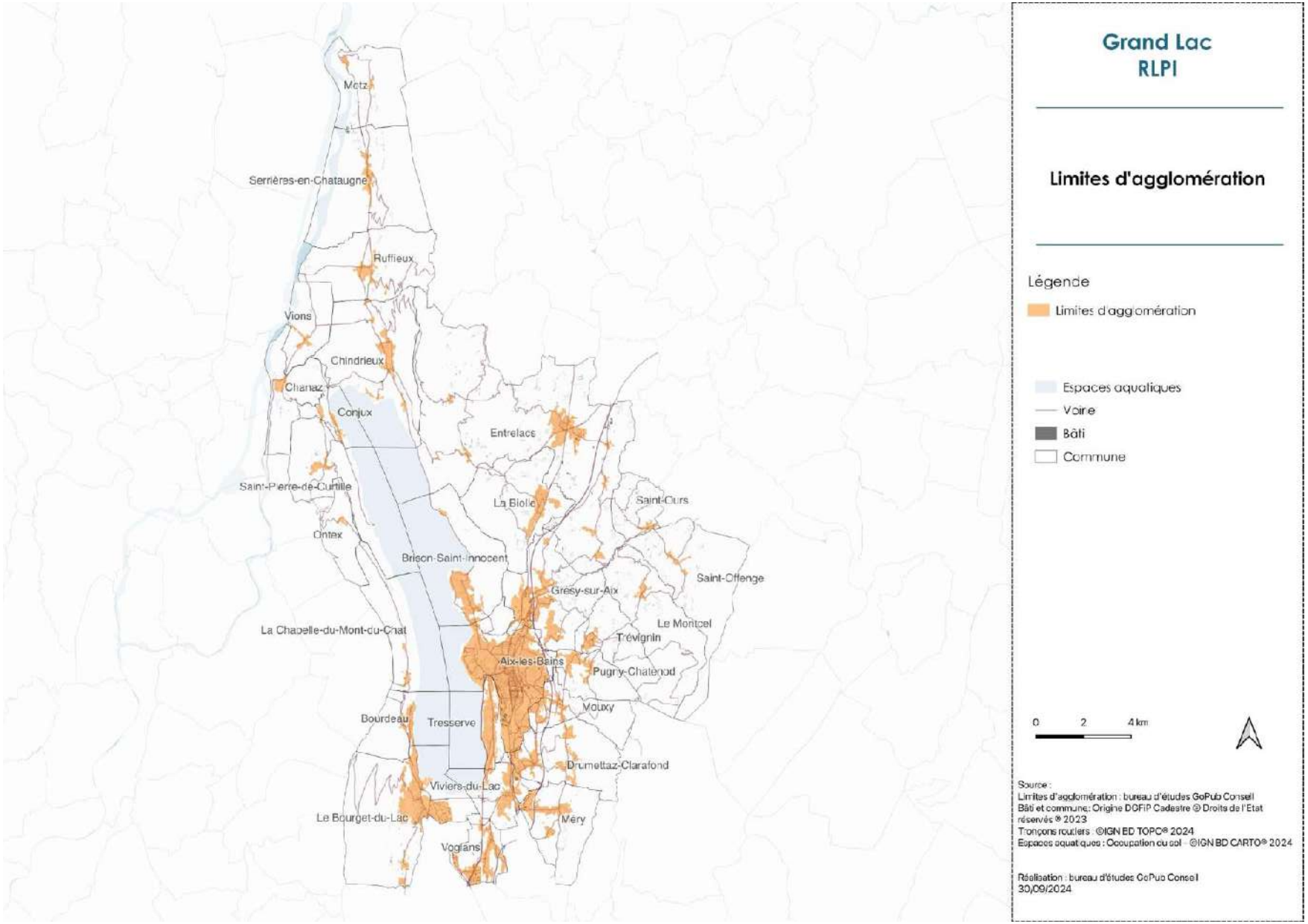
Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la Route ou encore des Relais Information Service (RIS).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Pré-enseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération.[12]

Les agglomérations se déterminent commune par commune conformément à la règlementation nationale. On note que seule l'agglomération d'Aix-les-Bains compte plus de 10 000 habitants.

[12] La durée d'installation fera l'objet d'une adaptation dans le RLPi - voir partie sur la justification des choix.

Localisation des agglomérations de Grand Lac



2. La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Treize communes de la communauté d'agglomération Grand Lac font partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, à savoir l'unité urbaine de Chambéry[13] :

- Aix-les-Bains,
- Bourdeau,
- Le Bourget-du-Lac,
- Brison-Saint-Innocent,
- Drumettaz-Clarafond,
- Grésy-sur-Aix,
- Méry,
- Mouxy,
- Pugny-Chatenod,
- Tresserve,
- Trévignin,
- Viviers-du-Lac,
- Voglans.

Les quinze autres communes membres de la Communauté d'agglomération Grand Lac ne font pas partie d'une unité urbaine spécifique et sont considérées comme des communes isolées au sens de l'INSEE. Il s'agit de :

- La Biolle,
- Chanaz,
- La Chapelle-du-Mont-du-Chat,
- Chindrieux,
- Conjux,
- Entrelacs,
- Montcel,
- Motz,
- Ontex,
- Ruffieux,
- Saint-Offenge,
- Saint-Ours,
- Saint-Pierre-de-Curtille,
- Serrières-en-Chautagne,
- Vions.

Le fait pour ces quinze communes de la communauté d'agglomération Grand Lac de ne pas appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ni de compter d'agglomération de plus de 10 000 habitants a pour conséquence d'être soumises à des règles nationales plus strictes que les autres agglomérations du territoire. Par exemple, au sein des agglomérations de ces communes, de nombreux supports sont strictement interdits comme les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques.

[13] 198 882 habitants selon les données INSEE de population légale millésimée 2021.

A contrario, les douze communes appartenant à l'unité urbaine de Chambéry qui ne contiennent pas d'agglomération de plus de 10 000 habitants (donc hors Aix-les-Bains), font l'objet de règles plus souples en matière de publicité extérieure dans le règlement national. Par exemple, au sein des agglomérations identifiées sur ces communes, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont permises alors qu'elles sont strictement interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne se trouvant pas dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

La commune d'Aix-les-Bains compte plus de 10 000 habitants dans son agglomération. A ce titre, elle fait l'objet de règles nationales similaires aux autres communes de l'unité urbaine de Chambéry à l'exception des bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles qui y sont autorisés contrairement à l'ensemble des autres communes du territoire.

En l'absence de RLPi, il existe donc trois « niveaux de règlementation » distincts sur le territoire de la communauté d'agglomération Grand Lac.

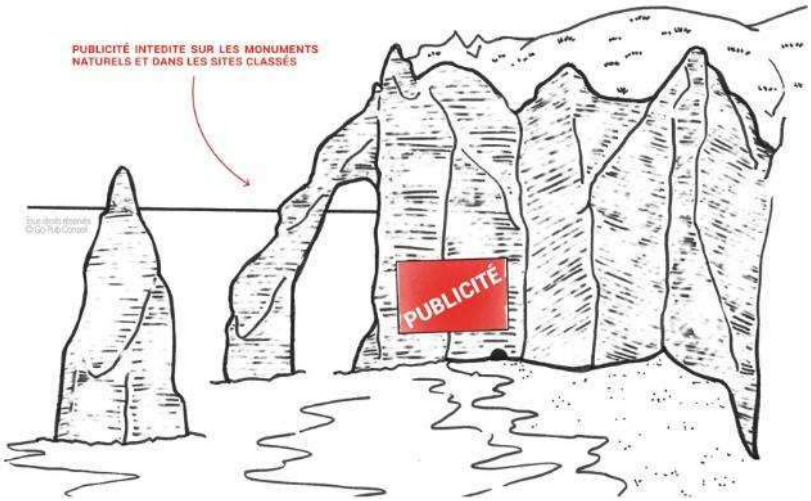
3. Périmètres d'interdiction de toute publicité/préenseigne existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues[14]

Aux termes du I de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement, toute publicité est interdite :

- *sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
- *sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
- *dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
- *sur les arbres.*





Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation.

En l'espèce les communes de la communauté d'agglomération Grand Lac sont concernées par l'interdiction de publicité absolue dans les deux sites classés :

- les Gorges du Sierroz à Grésy-sur-Aix (classé par arrêté du 21 mai 1910 - photo n°1) ;
- la mairie de Tresserve et ses abords (place et jardins) à Tresserve (classé par arrêté du 18 décembre 1970 - photo n°2).

[14] Article L581-4 du code de l'environnement





Cette interdiction absolue concerne aussi les 34 immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques présents sur le territoire :

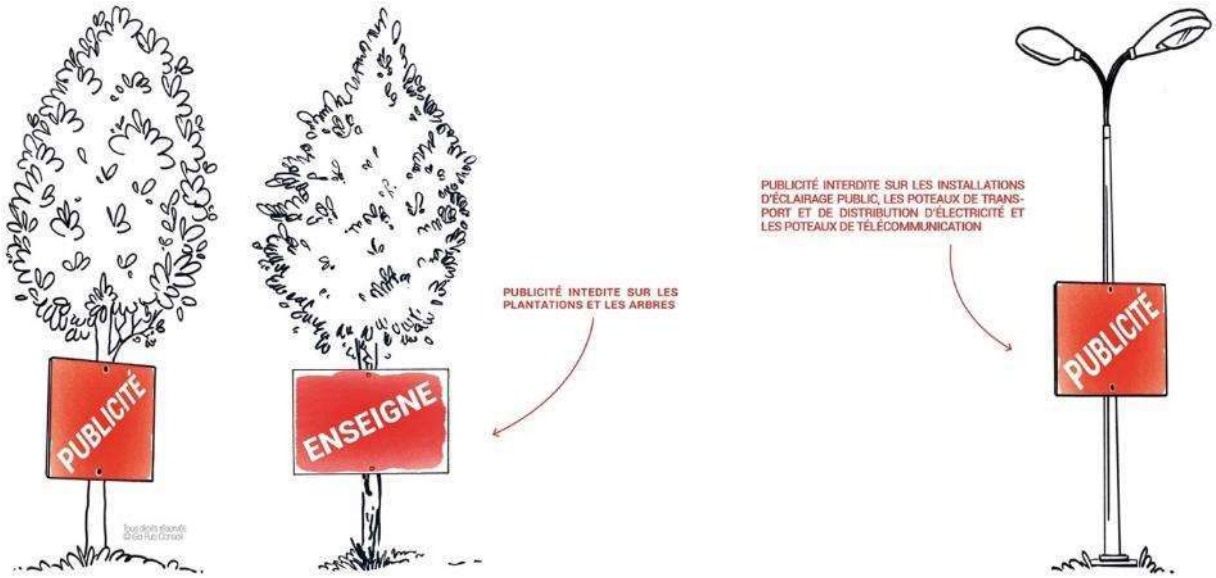
- le temple romain dit de Diane à Aix-les-Bains (classé le 18 avril 1914) ;
- l'Arc de Campanus (classé le 7 juillet 1890) ;
- l'Hôtel de Ville (ancien château des Marquis d'Aix) d'Aix-les-Bains (classé les 7 juillet 1890 et 11 décembre 1942) ;
- les anciens thermes nationaux (thermes romains dans les sous-sols de la Maison dite de Lamartine) à Aix-les-Bains (classés le 9 août 1921 et inscrits le 31 octobre 2016) ;
- le Palais du Casino dit du Grand Cercle (ancien Palais de Savoie) à Aix-les-Bains (inscrit le 15 janvier 1975) ;
- l'ancien Hôtel Royal à Aix-les-Bains (inscrit les 20 juillet 1977, 30 décembre 1987 et 5 novembre 2010 et classé le 30 décembre 1987) ;
- le château de la Roche du Roi à Aix-les-Bains (classé le 23 avril 1986) ;

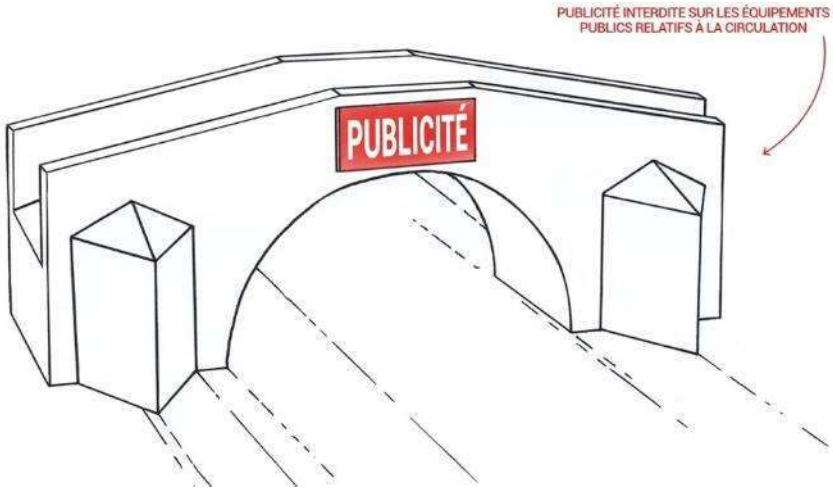
- le Chalet Charcot et son annexe à Aix-les-Bains (inscrits le 24 avril 1986) ;
- l'ancien Grand Hôtel à Aix-les-Bains (inscrit le 24 avril 1986) ;
- l'ancien Hôtel Bernascon à Aix-les-Bains (inscrit le 12 juillet 2021) ;
- l'Hôtel Le Beauregard (ancien Hôtel Excelsior) à Aix-les-Bains (classé et inscrit le 30 décembre 1987) ;
- l'ancien Hôtel Splendid à Aix-les-Bains (classé et inscrit le 30 décembre 1987 et inscrit le 5 novembre 2010) ;
- le parc floral des anciens thermes nationaux à Aix-les-Bains (inscrit le 23 avril 2008) ;
- le théâtre du Casino à Aix-les-Bains (classé le 31 octobre 2013) ;
- la maison Chanéac à Aix-les-Bains (inscrite le 15 février 2017) ;
- le monument aux morts du square Alfred Boucher à Aix-les-Bains (inscrit le 24 mai 2019) ;
- le monument « l'Alsace et la Lorraine » situé 7, rue Claude de Seyssel à Aix-les-Bains (inscrit le 24 mai 2019) ;
- la villa Saint-James, située 4 rue Boyd à Aix-les-Bains (inscription partielle le 6 décembre 2023) – parcelle CD 297 ;
- l'église Saint-Laurent et sa crypte au Bourget-du-Lac (classées le 23 août 1900) ;
- l'ancien prieuré du Bourget-du-Lac (classé le 8 janvier 1910 puis inscrit le 3 février 2006) ;
- les ruines du château de Thomas de Savoie au Bourget-du-Lac (classé le 21 mars 1983) ;
- le château et le domaine de Serraz (inscrits les 31 juillet 1989 et 30 novembre 2007) ;
- les têtes du tunnel SNCF de Brison à Brison-Saint-Innocent (inscrites le 28 décembre 1984) ;
- le gisement sublacustre de Grésine-est immergé dans le lac du Bourget à Brison-Saint-Innocent (classé le 24 octobre 2011) ;
- le gisement sublacustre de Grésine-ouest immergé dans le lac du Bourget à Brison-Saint-Innocent (classé le 24 octobre 2011) ;
- la maison de Boigne à Chanaz (inscrite le 22 juillet 1980) ;
- la château de Châtillon à Chindrieux (inscrit le 29 avril 1991) ;
- le gisement sublacustre de Châtillon immergé dans le lac du Bourget à Chindrieux (classé le 24 octobre 2011) ;
- le gisement sublacustre de Conjux-le Port 3 immergé dans le lac du Bourget à Conjux (classé le 24 octobre 2011) ;
- le château de Loche à Grésy-sur-Aix (inscrit 28 avril 1964) ;
- le château de Mécoras à Ruffieux (inscrit le 6 novembre 1969) ;
- l'abbaye de Hautecombe à Saint-Pierre-de-Curtille (classée le 18 avril 1914) ;
- le gisement sublacustre de Hautecombe à Saint-Pierre-de-Curtille (classé le 24 octobre 2011) ;
- le gisement sublacustre du Saut immergé dans le lac du Bourget à Tresserve (classé le 24 octobre 2011).

De plus, la publicité est également interdite[15] :

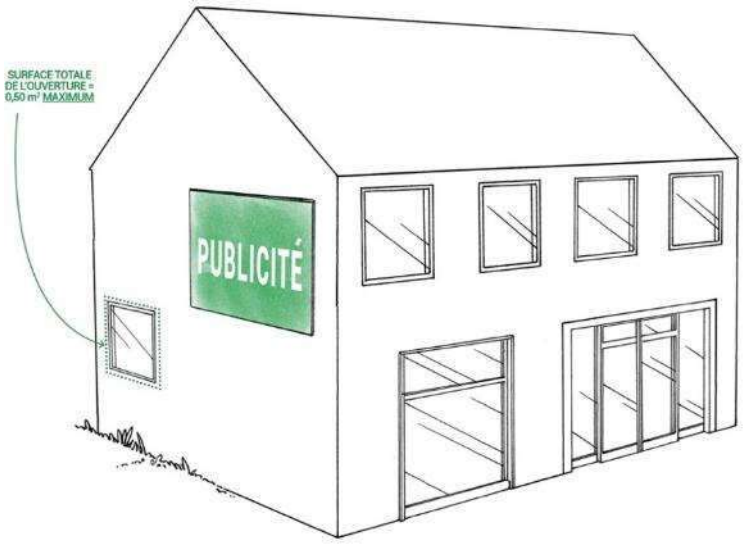
- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

[15] Article R. 581-22 du Code de l'Environnement

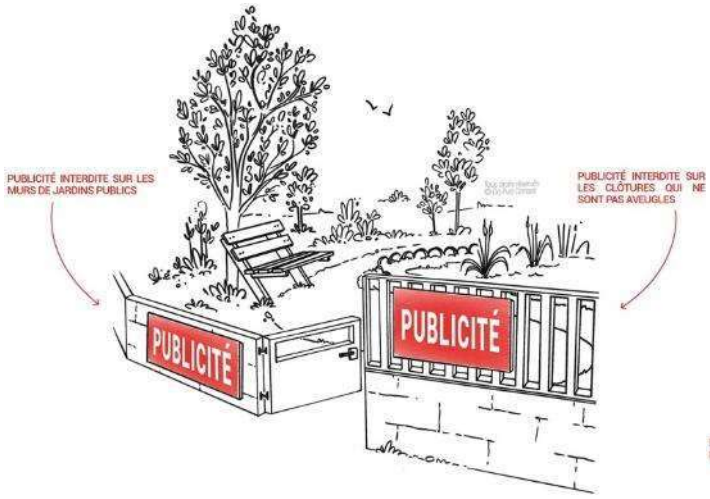


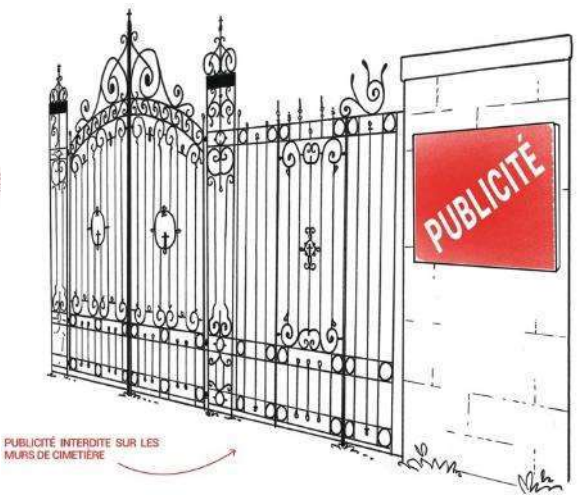


- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.





b) Les interdictions relatives[16]

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLPi.

Ces interdictions relatives concernent :

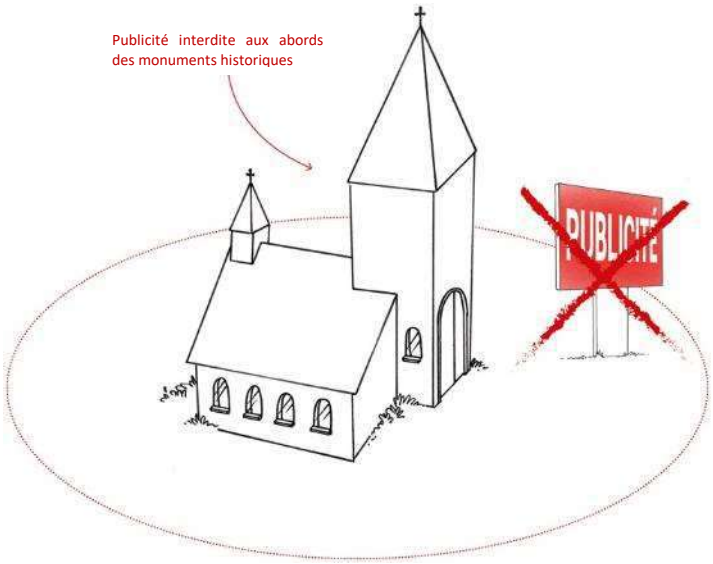
- *les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;*
- *le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même Code ;*
- *les parcs naturels régionaux ;*
- *les sites inscrits ;*
- *les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement ;*
- *l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
- *les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du Code de l'Environnement.*

Le territoire de la communauté d'agglomération Grand Lac est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques.
Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. […] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »[17].
« *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* » [18].

En l'espèce, cette protection s'applique aux monuments classés et inscrits visés ci-avant.

[16] Article L581-8 du code de l'environnement

[17] Article L. 621-30 du Code du Patrimoine
[18] Article L. 621-30 du Code du Patrimoine



A cela s'ajoute le périmètre envisagé pour le futur Site Patrimonial Remarquable (SPR) d'Aix-les-Bains[19], le périmètre élargi du SPR de Chanaz[20] ainsi que les 17 sites inscrits recensés sur le territoire intercommunal :

- la plateforme située au deuxième lacet de la RN 514 à Bourdeau (inscrite par arrêté du 31 juillet 1935) ;
- la plateforme située en face du CV 03 à Ontex (belvédère sur le lac du Bourget inscrit par arrêté du 31 juillet 1935) ;
- la fontaine intermittente dans le domaine de Hautecombe à Saint-Pierre-de-Curtille (inscrite par arrêté du 31 juillet 1935) ;
- la grotte de Raphaël à Saint-Pierre-de-Curtille (inscrite par arrêté du 31 juillet 1935) ;
- l'abbaye de Hautecombe à Saint-Pierre-de-Curtille (inscrite par arrêté du 7 octobre 1935) ;
- les rives du lac du Bourget à Tresserve (inscrites par arrêté du 10 février 1943) ;
- le bois de Tresserve et de Lamartine à Tresserve (inscrit par arrêté du 17 mars 1943) ;
- la stèle à Lamartine et ses abords immédiats à Tresserve (inscrite par arrêté 4 mai 1943) ;
- l'église et le cimetière de Bourdeau (inscrits par arrêté du 1er juin 1943) ;
- les abords des RN 514 et 521 à leur jonction à Bourdeau (inscrits par arrêté du 1er juin 1943) ;
- les rives du lac du Bourget à Bourdeau (inscrites par arrêté du 16 juin 1943) ;
- les abords du tunnel du Mont-du-Chat à Bourdeau (inscrits par arrêté du 7 juin 1943) ;
- les gorges dites « du Val de Fier » à Motz (inscrites par arrêté du 30 juillet 1943) ;
- le pont sur le Fier et ses abords à Motz (inscrits par arrêté du 30 juillet 1943) ;
- la RN 491 et ses abords à Brison-Saint-Innocent (inscrits par arrêté du 15 octobre 1945) ;
- le domaine de la Serraz au Bourget-du-Lac (inscrit par arrêté du 15 janvier 1966) ;
- le lac du Bourget et ses abords (inscrit par arrêté du 12 septembre 1974 et concernant les communes d'Aix-les-Bains, La Biolle, Le Bourget-du-Lac, Bourdeau, Brison-Saint-Innocent, Chanaz, La Chapelle-du-Mont-du-Chat, Chindrieux, Conjux, Entrelacs, Grésy-sur-Aix, Ontex, Saint-Pierre-de-Curtille, Tresserve, Viviers-du-Lac et Voglans).

Trois sites Natura 2000 (zones spéciales de conservation et zones de protection spéciales) concernent également le territoire intercommunal à l'exception des communes de Méry, Montcel, Mouxy, Ontex, Pugny-Chatenod, Saint-Ours, Trévignin et Voglans :

[19] Non approuvé à ce jour
[20] Approuvé le 21 juin 2022

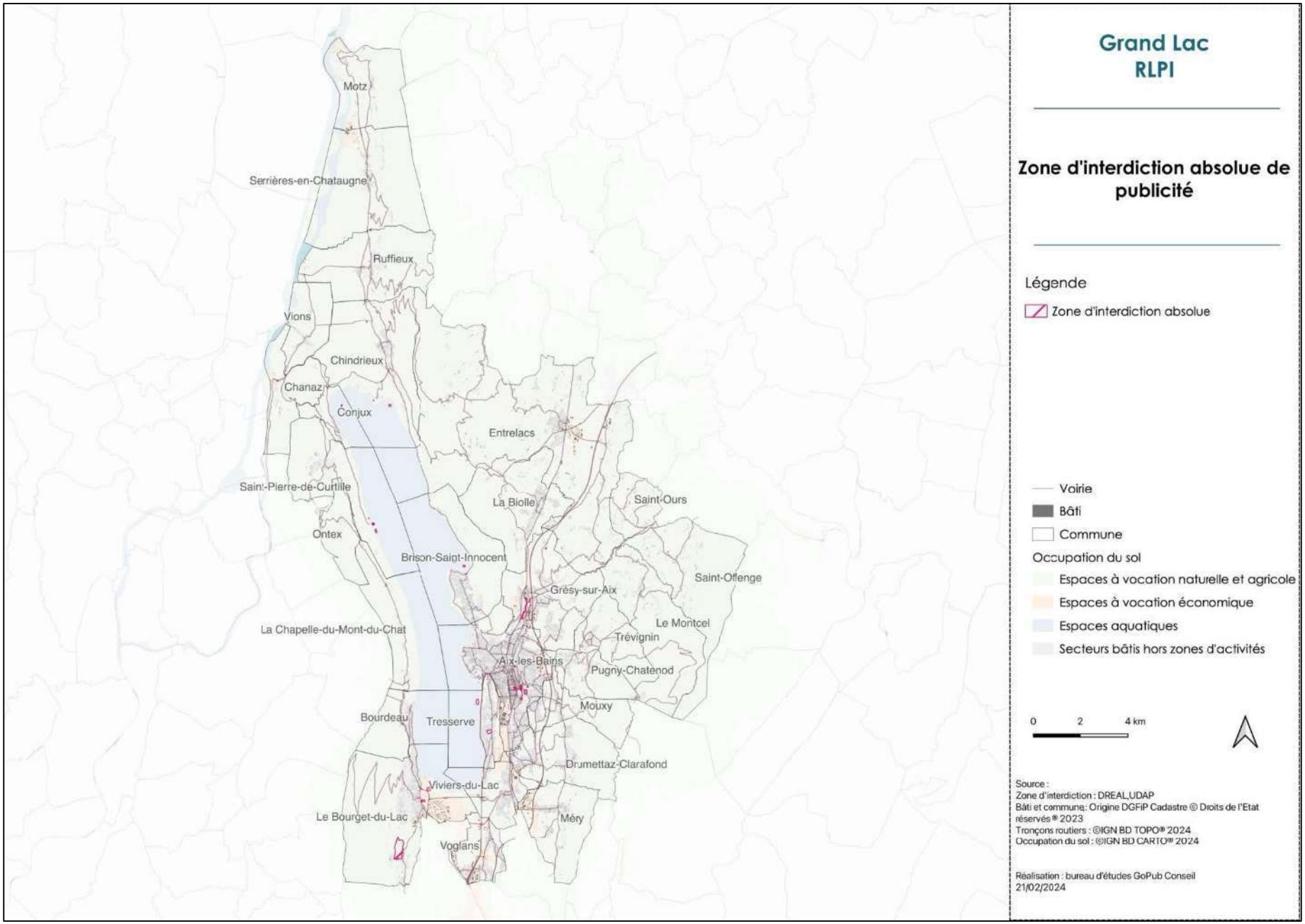
- le réseau de zones humides, pelouses, landes et falaises de l'Avant-Pays Savoyard (communes concernées : Chanaz, Conjux et Saint-Pierre-de-Curtille) ;
- les zones humides et forêts alluviales de l'ensemble du lac du Bourget-Chautagne-Rhône (communes concernées : Aix-les-Bains, Le Bourget-du-Lac, Bourdeau, Brison-Saint-Innocent, Chanaz, La Chapelle-du-Mont-du-Chat, Chindrieux, Conjux, Entrelacs, Motz, Ruffieux, Serrières-en-Chautagne, Saint-Pierre-de-Curtille, Tresserve, Vions et Viviers-du-Lac) ;
- le réseau de zones humides de l'Albanais (communes concernées : La Biolle, Drumettaz-Clarafond, Entrelacs, Grésy-sur-Aix et Saint-Offenge).

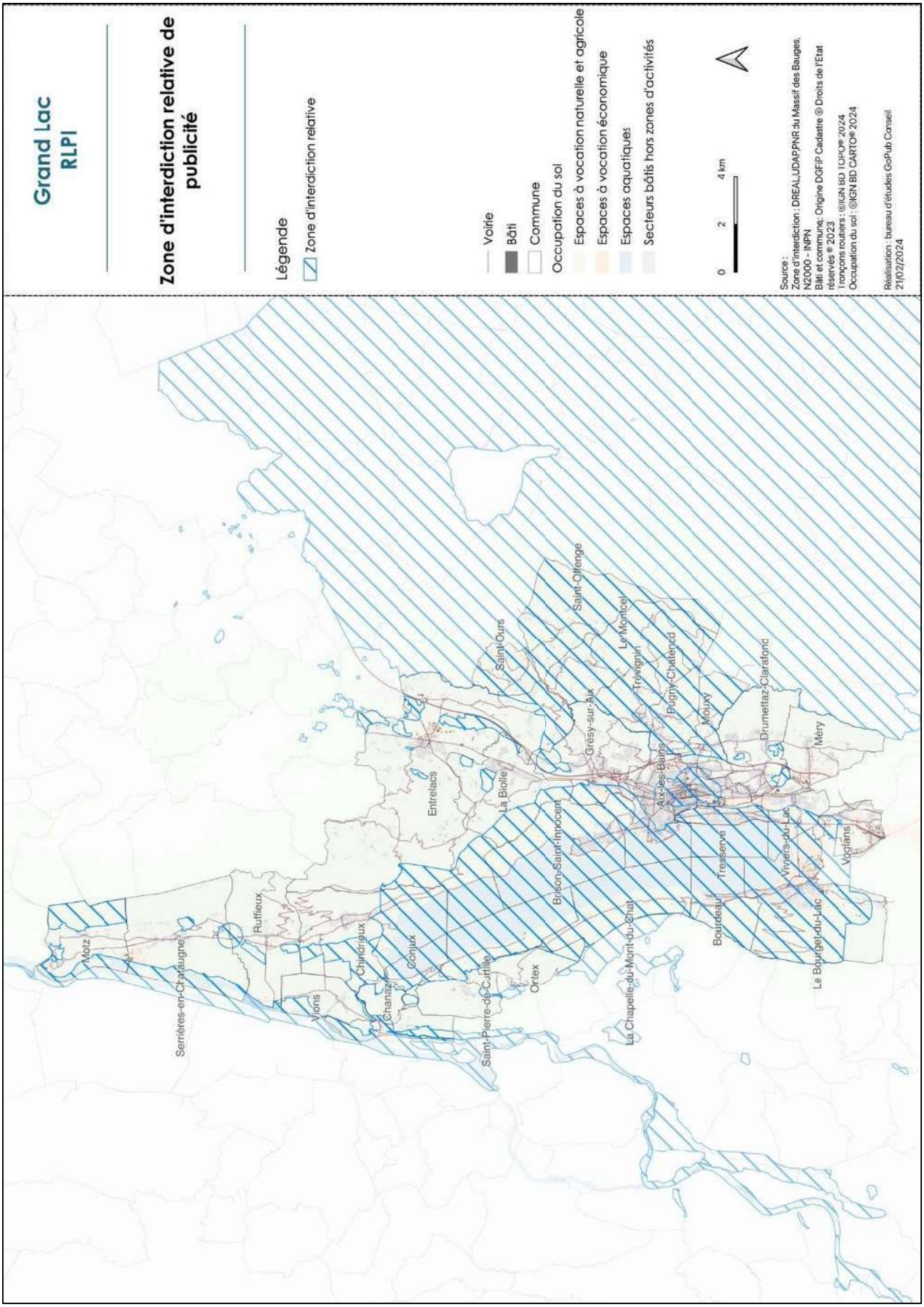
Enfin l'interdiction relative de publicité s'applique aussi au sein du Parc Naturel Régional (PNR) du Massif des Bauges créé le 7 décembre 1995 et qui concerne tout ou partie des communes d'Entrelacs, Montcel, Mouxy, Pugny-Chatenod, Saint-Offenge, Saint-Ours et Trévignin[21]. La ville d'Aix-les-Bains ne se situe pas dans le PNR mais est une ville-porte du parc.

Les cartographies ci-après représentent l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la communauté d'agglomération Grand Lac.

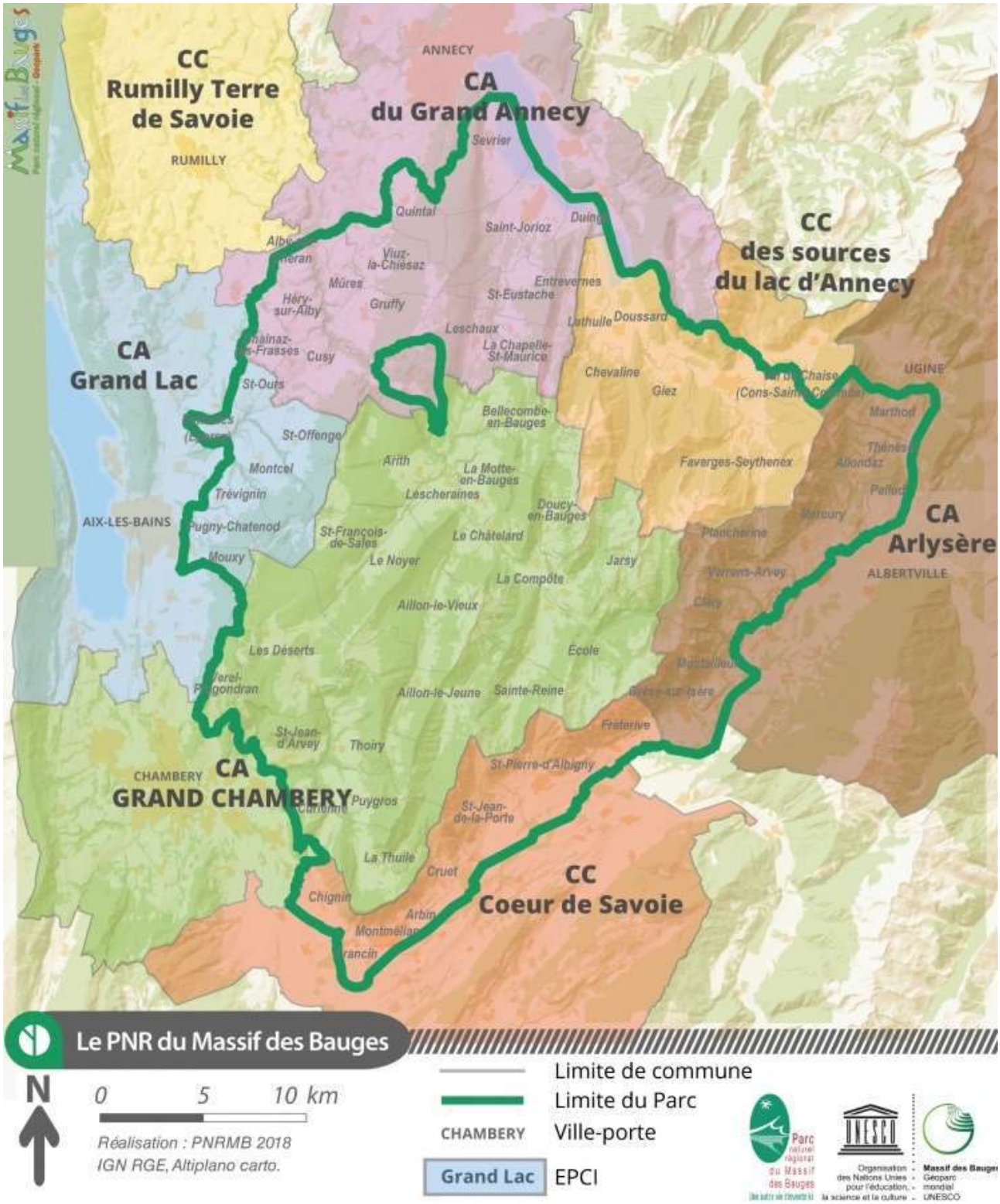
[21] Le projet de Charte 2023-2038 propose un élargissement du périmètre qui impact les communes de Grésy-sur-Aix, Méry et Drumettaz-Clarafond. Sur la commune d'Entrelacs, le projet d'élargissement touche de nouvelles communes déléguées (consultation des communes sur l'adoption de la nouvelle charte en 2025).

Interdictions absolues de publicité relevées sur le territoire de Grand Lac





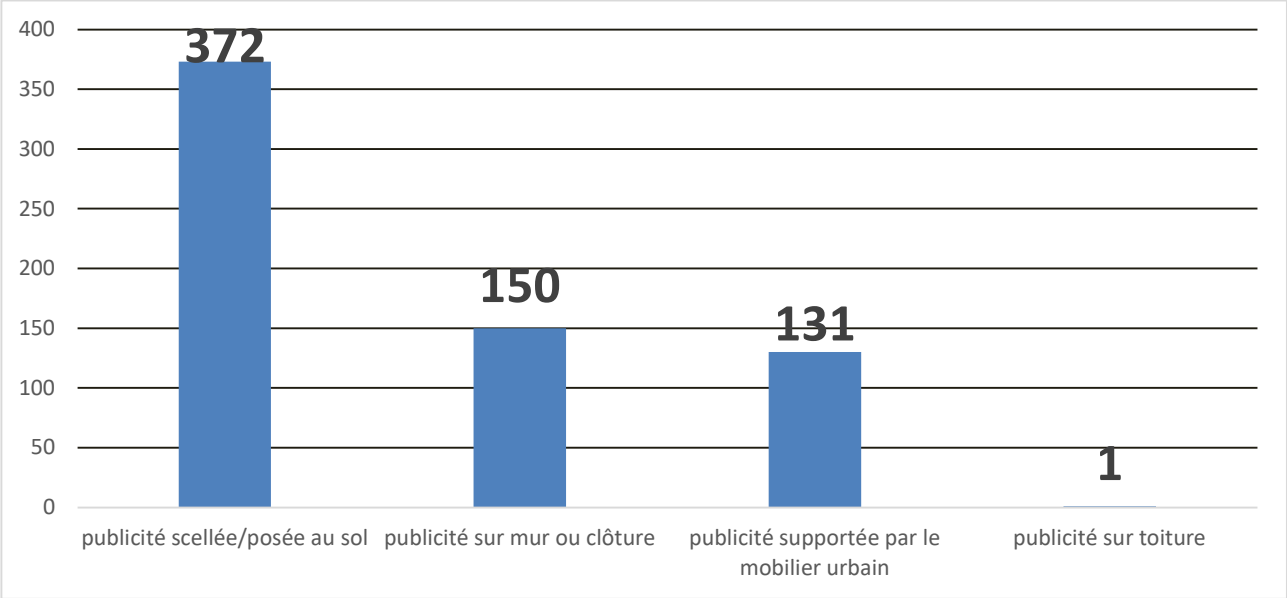
Interdictions relatives de publicité relevées sur le territoire de Grand Lac



Interdiction relative de publicité – zoom sur le PNR du Massif des Bauges

4. La répartition des publicités et préenseignes

L'inventaire de terrain a permis d'identifier **654 publicités et préenseignes** sur le territoire intercommunal. Elles se répartissent en trois catégories.



On observe une répartition dominée par la présence de publicités ou préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Cette catégorie représente plus de 57% des publicités ou préenseignes du territoire intercommunal.

Ce que dit le RNP sur l'entretien des publicités/préenseignes :
Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer. Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent[22].

Les investigations de terrain ont permis de montrer que la plupart des publicités/préenseignes du territoire intercommunal sont en bon état.

En termes de localisation, on constate :

- une pression publicitaire importante au niveau du cœur de la communauté d'agglomération notamment le long des axes routiers traversant ce secteur. Cela concerne principalement les communes d'Aix-les-Bains, Entrelacs, Grésy-sur-Aix, La Biolle et Viviers-du-Lac ;
- la D991 qui longe le lac du Bourget depuis Aix-les-Bains en direction du Nord du territoire communautaire comporte également de nombreuses préenseignes notamment à Chindrieux et Serrières-en-Chautagne ;
- Les autres secteurs du territoire communautaire peuvent comporter ponctuellement des publicités et préenseignes notamment dans certaines zones d'activités ou axes mais avec une présence moins marquée dans les paysages.

La carte ci-dessous permet de mieux appréhender spatialement ces différents constats.

[22] Article R581-24 du code de l'environnement

Localisation des publicités et préenseignes sur le territoire de Grand Lac

5. Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée/installée sur le sol est la catégorie de publicité la plus présente sur le territoire communautaire. Elle comprend nécessairement une affiche ou un écran, un encadrement ainsi qu'un ou plusieurs pieds. Dans certains cas, des systèmes supplémentaires peuvent compléter le support : système déroulant, éclairage, capteurs, etc.

Chiffres-clés

L'inventaire a permis d'identifier **372 publicités/préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol** soit 57% des dispositifs publicitaires du territoire.



Publicités/préenseignes scellées au sol de petit format localisées dans les communes de Grand Lac faisant partie de l'unité urbaine de Chambéry



Publicités/préenseignes scellées au sol dans des communes de Grand Lac faisant partie de l'unité urbaine de Chambéry






Publicités/préenseignes scellées au sol de grand format localisées dans les communes de Grand Lac faisant partie de l'unité urbaine de Chambéry

Parmi les publicités/préenseignes scellées au sol, on relève **23 préenseignes dites dérogatoires** car elles concernent des produits du terroirs (vin de savoie, fromageries).





Préenseignes dérogatoires scellées au sol pour des produits du terroir

Rappel de la règlementation nationale et conformité

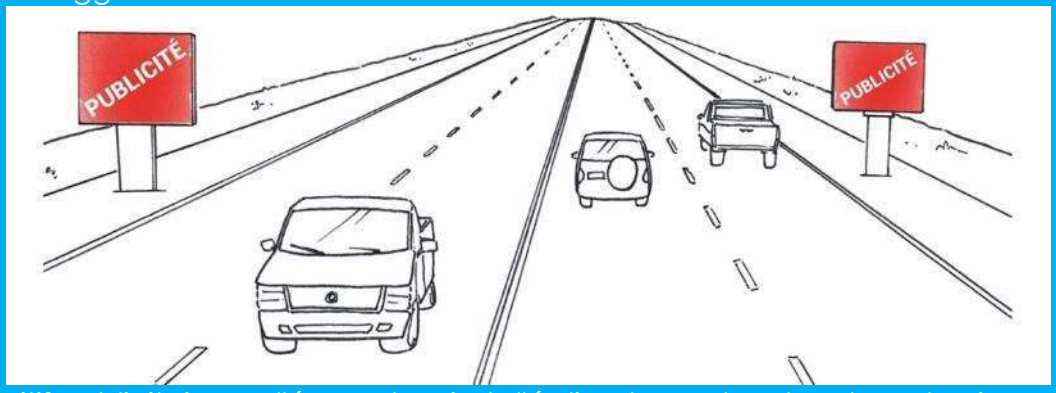
Ce que dit le RNP sur les publicités/préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

- interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants situées en dehors d'une unité urbaine > 100 000 habitants (soit les quinze communes en dehors de l'unité urbaine de Chambéry[23])

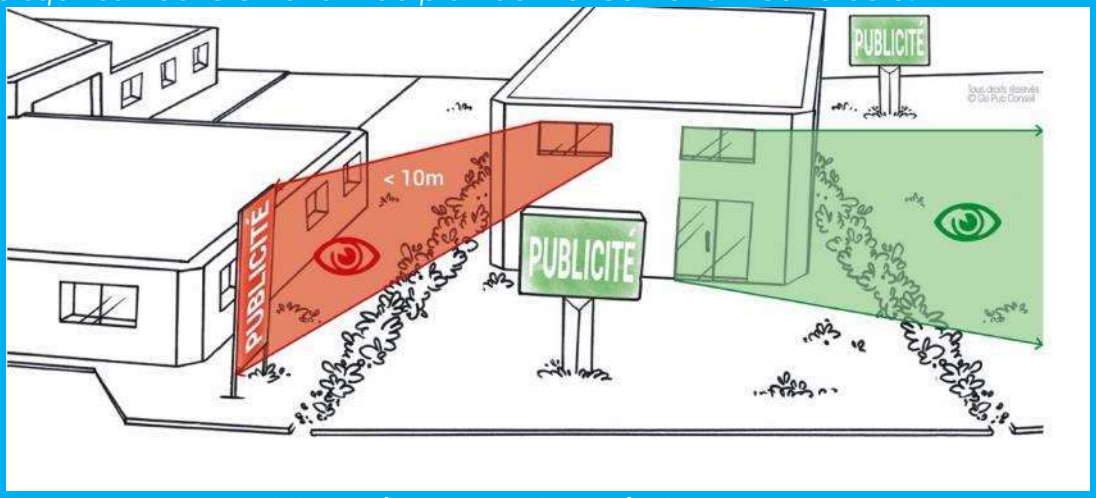
Dans les communes appartenant à l'unité urbaine de Chambéry :
- une surface ≤ 10,5 m2
- une hauteur au sol ≤ 6 m

[23] Les communes de La Biolle, Chanaz, La Chapelle-du-Mont-du-Chat, Chindrieux, Conjux, Entrelacs, Montcel, Motz, Ontex, Ruffieux, Saint-Offenge, Saint-Ours, Saint-Pierre-de-Curtille, Serrières-en-Chautagne, Vions.

- interdits en agglomération :
1° Dans les espaces boisés classés,
2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols.
3° 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 situées hors agglomération.



Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



L'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

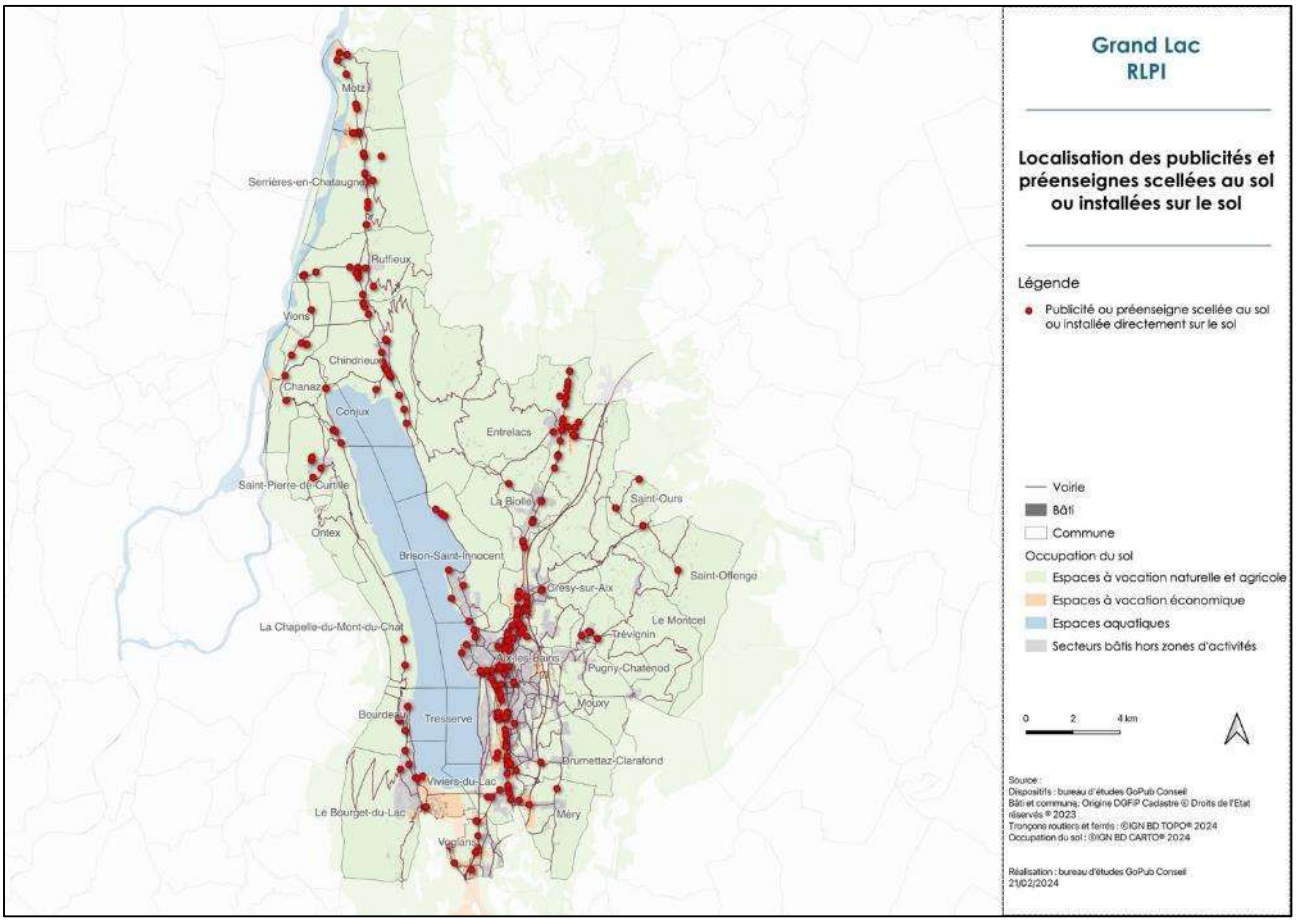


Un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux[24] ne peut excéder 10,5 mètres carrés en surface ni dépasser 6 mètres de hauteur au sol maximale.

L'inventaire de terrain montre que près de 277 dispositifs scellés au sol sont en infraction avec le RNP (soit 74%). Dans la plupart des cas, la mise en conformité impliquera la dépose du dispositif.

Localisation

L'inventaire de terrain a permis d'identifier la présence de publicités et préenseignes scellées/installées au sol dans presque toutes les communes de la communauté d'agglomération avec une concentration notable sur la ville-centre et de manière plus large sur le cœur de la communauté d'agglomération.



Localisation des publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur le territoire de Grand Lac

[24] Sont aussi concernés les supports éclairés par projection ou par transparence

Répartition par commune

Commune	Nombre de publicités et préenseignes scellées/installées sur le sol	Dont préenseignes dérogatoires	Nombre de publicités et préenseignes scellées/installées sur le sol en infraction	Part d'infraction
Aix-les-Bains	91	1	51	56%
Bourdeau	11	2	8	73%
Brison-Saint-Innocent	8	0	7	87,5%
Chanaz	3	1	2	66%
Chindrieux	26	0	26	100%
Conjux	6	0	6	100%
Drumettaz-Clarafond	6	0	2	33%
Entrelacs	32	0	32	100%
Grésy-sur-Aix	31	0	21	68%
La Biolle	11	1	10	91%
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	2	0	2	100%
Le Bourget-du-Lac	8	0	1	12,5%
Méry	4	1	2	50%
Montcel	0	0	1	0%
Motz	16	4	12	75%
Mouxy	0	0	0	0%
Ontex	0	0	0	0%
Pugny-Chatenod	0	0	0	0%
Ruffieux	20	2	18	90%
Saint-Offenge	2	1	1	50%
Saint-Ours	11	6	5	45%
Saint-Pierre-de-Curtille	5	0	5	100%
Serrières-en-Chautagne	28	1	27	96%
Tresserve	6	0	6	100%
Trévignin	9	2	7	78%
Vions	7	1	6	86%
Viviers-du-Lac	20	0	13	65%
Voglans	9	0	6	67%
TOTAL	372	23	277	74%

Implantation

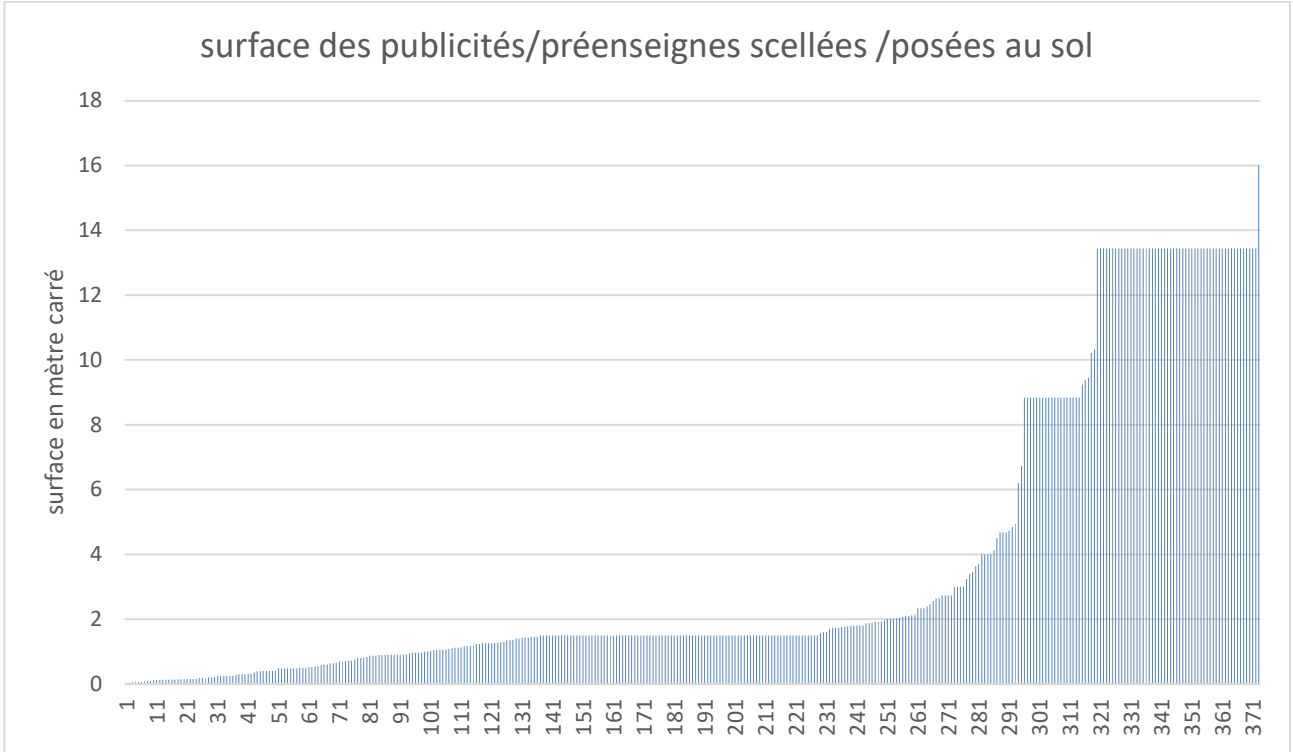
Les publicités et préenseignes de cette famille sont majoritairement scellées au sol ; celles installées sur le sol sont très peu nombreuses. La majorité des publicités scellées au sol sont situées sur le domaine privé.

Les publicités scellées au sol peuvent jouer un rôle de fermeture des paysages. Cela dépend de la hauteur du dispositif, de sa largeur ainsi que de sa hauteur au sol. Le type de paysage présent en arrière-plan est aussi un élément important. Un paysage ouvert aura tendance à accentuer l'effet du panneau même si celui-ci est de petite taille tandis qu'un paysage fermé atténuera son impact.

La plupart des publicités observent un recul par rapport aux limites séparatives de propriété ainsi qu'aux baies des voisins. Cela permet d'éviter la gêne occasionnée par ces publicités (ombres portées, éclairage la nuit, nuisances sonores, etc.). En revanche, les publicités scellées au sol ont rarement un recul par rapport à l'alignement.

Surface

Les publicités/préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol présentent des surfaces variées comprises entre 0,1 et plus de 12 mètres carrés pour les plus grandes.



On peut noter que les 2/3 des publicités de ce type ont des surfaces inférieures à 2 mètres carrés. Néanmoins, plus d'une cinquantaine de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dépassent les 10,5 mètres carrés (surface maximale de la règlementation nationale).





Préenseigne scellée au sol de 1,5 m² (à gauche) et de plus de 10,5 m² (à droite)

Hauteur au sol

La hauteur au sol des publicités scellées au sol excède rarement les 6 mètres pour les plus hautes.

Densité

La densité publicitaire représente le nombre de dispositifs sur une même unité foncière ou sur le domaine public au droit d'une même unité foncière. La règle de densité publicitaire concerne les publicités/préenseignes scellées/installées au sol ainsi que les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture.

Les observations de terrain montrent que, dans l'immense majorité des cas, une seule publicité scellée au sol est présente par unité foncière. Toutefois, il existe ponctuellement des points de concentration des supports où la densité va atteindre plusieurs dispositifs sur une même unité foncière.



Densité publicitaire (deux dispositifs sur une même unité foncière)

6. Les publicités et préenseignes apposées sur un mur ou une clôture

Une publicité sur un mur ou une clôture comprend nécessairement une affiche ou un écran et un encadrement. Dans certains cas, des systèmes supplémentaires peuvent compléter le support : système déroulant, éclairage, capteurs, etc.

Chiffres-clés

L'inventaire a permis d'identifier **150 publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture** soit 23% des dispositifs publicitaires du territoire.



Publicités/préenseignes apposées sur un mur ou sur une clôture

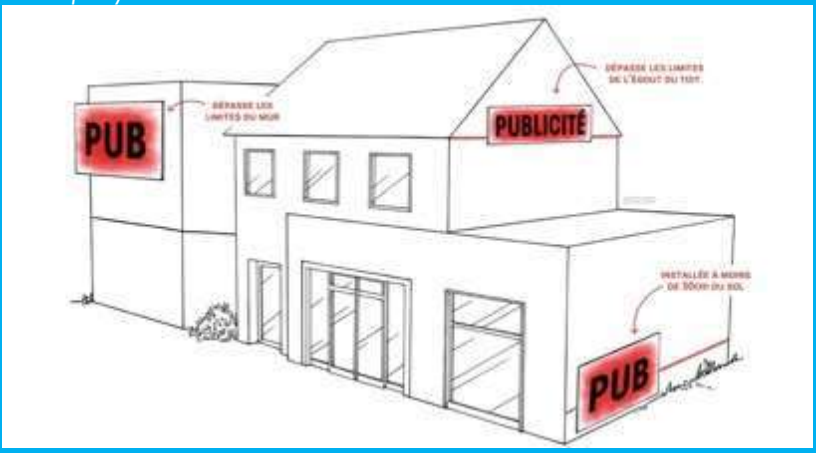


Publicités/préenseignes apposées sur une clôture

Rappel de la règlementation nationale et conformité

Ce que dit le RNP sur les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture :
- une surface ≤ 10,5 m2 (4,7 m2 dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine > 100 000 habitants),
- une hauteur au sol ≤ 7,5 m (6 m dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants),
- ne peut être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte,

- ne peut dépasser les limites de l'égout du toit,
- ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 cm.

L'inventaire de terrain montre que près de 105 dispositifs sont en infraction avec le RNP. La mise en conformité implique essentiellement des modifications des supports existants (leur surface, leur implantation) sans automatiquement impliquer une disparition de l'emplacement en tant que tel.

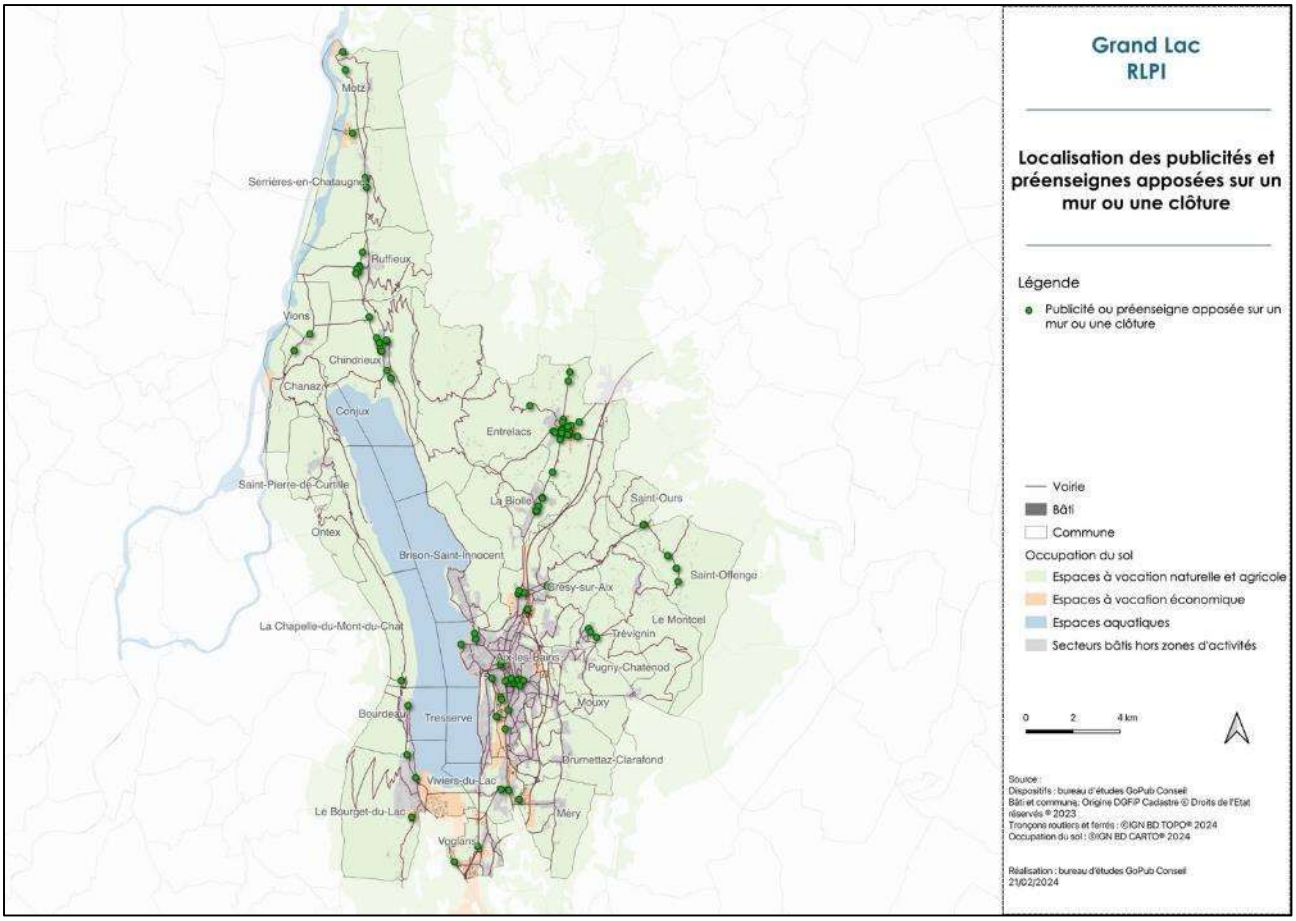


Publicités/préenseignes non conformes (mur non aveugle à gauche et dépassement des limites de l'égout du toit à droite)

Localisation

Contrairement aux publicités/préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture sont absentes dans neuf communes de la communauté d'agglomération. Cela s'explique par la nécessité de disposer d'un mur ou d'une clôture aveugle situé sur un axe passant. Les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture se concentrent principalement dans le

centre-ville de cinq communes : Entrelacs, Aix-Les-Bains, Chindrieux, le Biolle et Grésy-sur-Aix.



Localisation des publicités et préenseignes sur un mur ou sur une clôture sur le territoire de Grand Lac

Répartition par commune

Commune	Nombre de publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture	Nombre de publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture en infraction	Part d'infraction
Aix-les-Bains	24	7	29%
Bourdeau	1	1	100%
Brison-Saint-Innocent	0	0	0%
Chanaz	0	0	0%
Chindrieux	23	22	95%
Conjux	0	0	0%
Drumettaz-Clarafond	0	0	0%
Entrelacs	31	29	94%
Grésy-sur-Aix	10	6	60%
La Biolle	14	10	71%
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	2	0	0%
Le Bourget-du-Lac	4	0	0%
Méry	1	1	100%
Montcel	0	0	0%
Motz	2	1	50%
Mouxy	0	0	0%
Ontex	0	0	0%
Pugny-Chatenod	0	0	0%
Ruffieux	9	6	67%
Saint-Offenge	5	4	80%
Saint-Ours	2	2	100%
Saint-Pierre-de-Curtille	0	0	0%
Serrières-en-Chautagne	3	2	67%
Tresserve	4	4	100%
Trévignin	3	3	100%
Vions	5	5	100%
Viviers-du-Lac	5	0	0%
Voglans	2	2	100%
TOTAL	150	105	70%

Implantation

Les publicités et préenseignes de cette famille sont en grande majorité apposées sur un mur aveugle. Les publicités et préenseignes installées sur une clôture aveugle sont peu nombreuses.

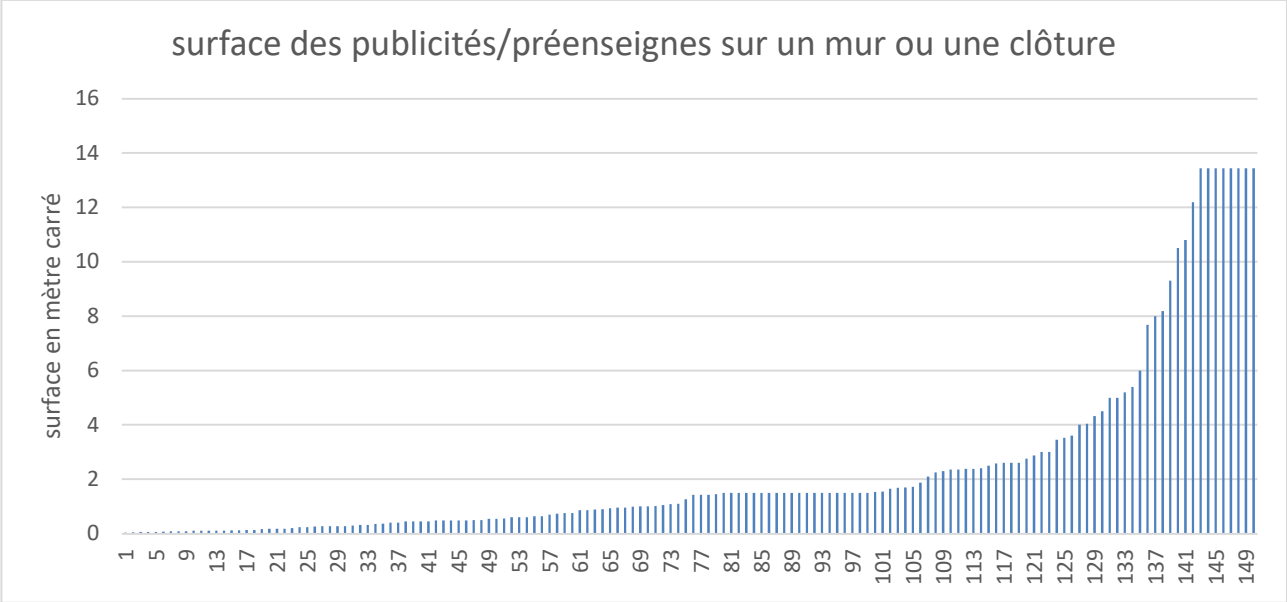
Les publicités apposées sur les murs aveugles peuvent altérer la perception des murs de qualité (pierre de taille, briques, colombages, etc.) en les couvrant.

L'alignement des supports est observé sur le terrain lorsque plusieurs publicités se trouvent sur le même mur.

Certaines publicités ont un recul par rapport à l'arête du mur ce qui permet d'avoir une position plus « centrée » de la publicité.

Surface

Les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture présentent des surfaces variées comprises entre 0,1 et plus de 12 mètres carrés pour les plus grandes.



On peut noter que 71% des publicités de ce type ont des surfaces inférieures à 2 mètres carrés. Néanmoins, plus d'une dizaine de publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dépassent les 10,5 mètres carrés (surface maximale de la règlementation nationale).

Hauteur au sol

La hauteur au sol des publicités sur un mur ou une clôture excède rarement les 6 mètres pour les plus hautes.

Densité

La densité publicitaire représente le nombre de dispositifs sur une même unité foncière ou sur le domaine public au droit d'une même unité foncière. La règle de densité publicitaire

concerne les publicités/préenseignes scellées/installées au sol ainsi que les publicités/préenseignes sur un mur ou une clôture.

Les observations de terrain montrent que, dans l'immense majorité des cas, une seule publicité sur un mur ou une clôture est présente par unité foncière. Toutefois, il existe ponctuellement des points de concentration des supports où la densité va atteindre plusieurs dispositifs sur une même unité foncière. Ces cas restent toutefois assez rares.



Densité publicitaire (quatre dispositifs sur une même unité foncière)



Densité publicitaire (deux dispositifs sur une même unité foncière)

7. La densité publicitaire

La densité publicitaire observée sur le territoire intercommunal est principalement **d'un dispositif par unité foncière**. Il existe quelques exceptions sur le territoire communautaire avec des unités foncières comportant parfois deux dispositifs voire trois ou quatre pour les plus nombreux.

Ce que dit le RNP sur la densité publicitaire :
Le code de l'environnement pose la règle de densité suivante[25] applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol.

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaire.

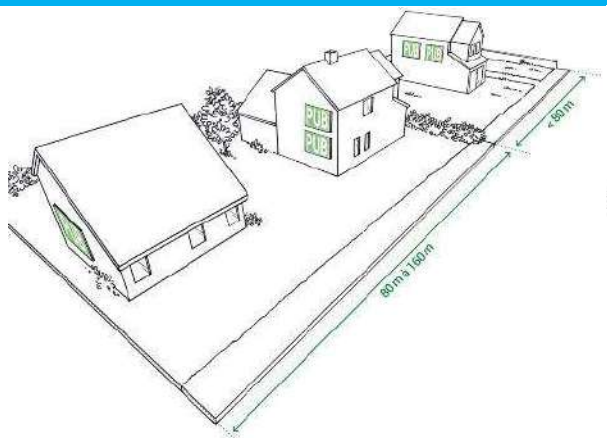
Par exception, il peut être installé :
- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 m linéaire.
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 m linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.





[25] Article R581-25 du code de l'environnement



Quelques rares exemples des surdensités identifiées sur le territoire communautaire

8. Les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est peu présente sur le territoire communautaire. Elle est théoriquement possible sur les mobiliers suivants :

- Abris destinés au public
- Mobilier d'informations locales
- Colonnes porte-affiches
- Mâts porte-affiches
- Kiosques à journaux ou usage commercial

Toutefois, d'après les investigations de terrain, seulement trois sont présentes sur le territoire communautaire, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m^2 ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques d'un format de 2 ou 8 m^2 ;
- une colonne porte-affiches.

Chiffres-clés

L'inventaire a permis d'identifier **131 publicités/préenseignes supportée à titre accessoire sur le mobilier urbain** soit 20% des dispositifs publicitaires du territoire.



Publicités/préenseignes supportées par un abri destiné au public





Publicités/préenseignes supportées par un mobilier d'informations locales



Publicité supportée par une colonne-porte-affiches

Aucune publicité numérique n'a été identifiée sur le mobilier urbain.

Rappel de la règlementation nationale et conformité

Ce que dit le RNP sur la publicité/préenseigne supportée par le mobilier urbain :
Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité non lumineuse, éclairée par projection ou par transparence et numérique.

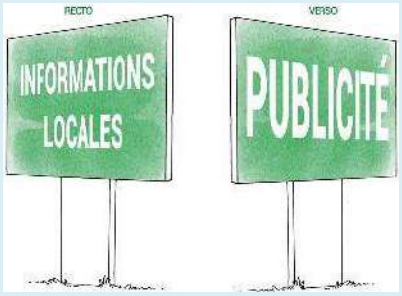
Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans les agglomérations comptant moins de 10 000 habitants. Dans les autres agglomérations, s'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :
- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 113-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité.

Type	Règles applicables
Abris destinés au public 	- Surface unitaire maximale ≤ 2 m² - Surface totale ≤ 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public 	- Surface unitaire maximale ≤ 2 m² - Surface totale ≤ 6 m² - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches 	- Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches 	- Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos - Surface unitaire maximale ≤ 2 m²

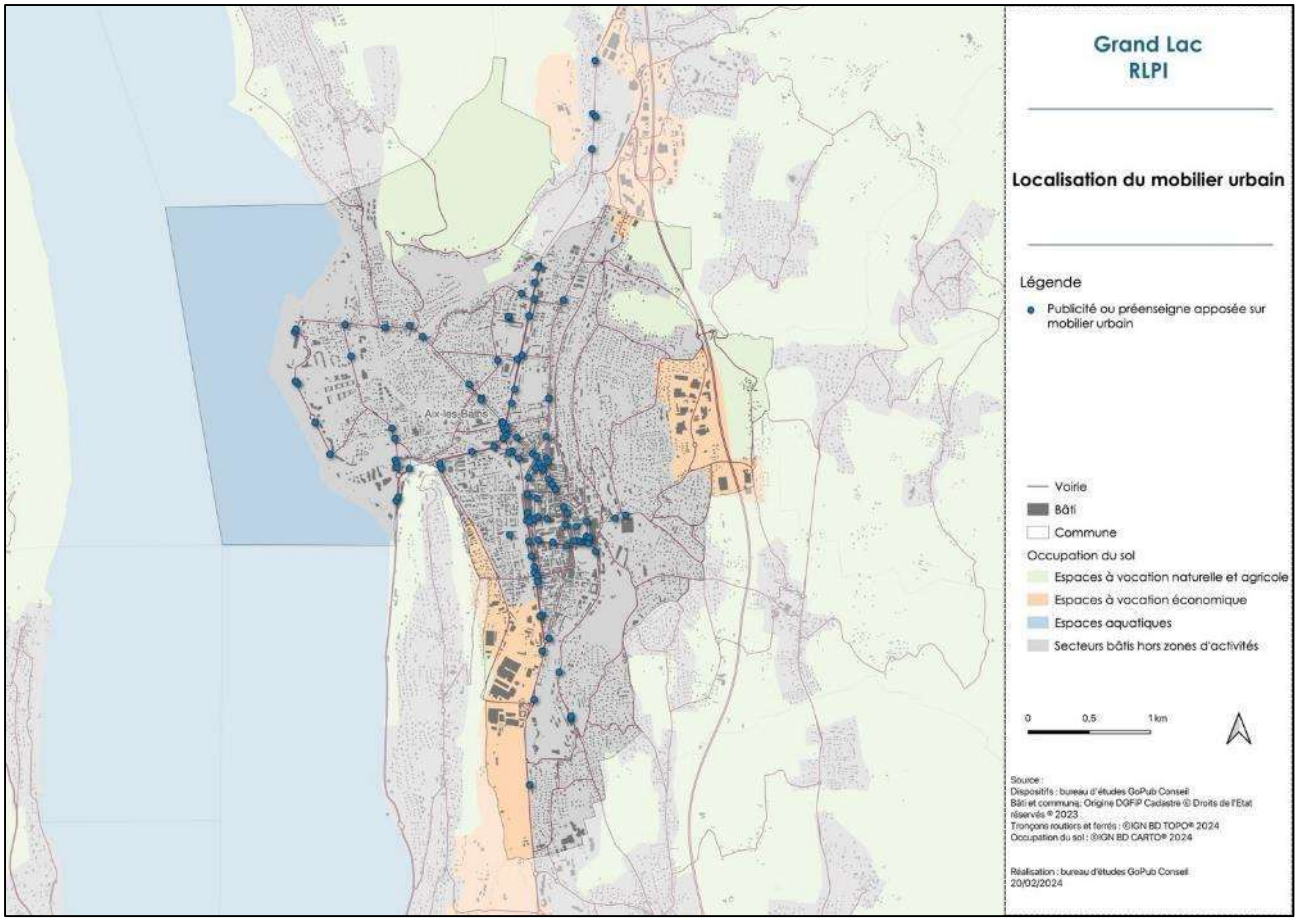
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques 	- Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; - Si surface unitaire > 2 m² et hauteur > 3 m alors : • Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 10,5 m² (8 m² si numérique) ; • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

L'inventaire de terrain montre que certains dispositifs sont situés hors agglomération ou dans des secteurs d'interdiction de la publicité.

Localisation

L'inventaire de terrain a permis d'identifier la présence de publicités et préenseignes supportées par un mobilier urbain presque exclusivement dans la commune d'Aix-les-Bains[26].

[26] Parmi les 131 dispositifs, 126 sont situés à Aix-les-Bains, trois à Grésy-sur-Aix, un au Bourget-du-Lac et un à Viviers-du-Lac



Localisation des publicités et préenseignes supportée par le mobilier urbain sur le territoire de Grand Lac

De nombreuses publicités et préenseignes supportée par le mobilier urbain sont situées dans un secteur protégé au titre de l'article L581-8 du code de l'environnement notamment les abords de monuments historiques et le site inscrit du lac du Bourget.

Implantation

La publicité supportée par le mobilier urbain présente la caractéristique principale d'être nécessairement implantée sur le domaine public. A ce titre, elle doit notamment veiller à ne pas entraver la circulation des personnes.

Surface

La surface des publicités supportées par le mobilier urbain varie en fonction du type de mobilier utilisé. Voici les formats d'affiche publicitaire présents sur le territoire communautaire :

- 65 abris destinés au public de 2 m²
- 65 mobiliers d'informations locales dont 58 mesurant 2 m² et 8 mesurant 8 m² (situés à Aix-les-Bains)
- une colonne porte-affiche sur le Square Alfred Boucher à Aix-les-Bains de 6 m²

Hauteur au sol

La hauteur au sol des publicités supportées par le mobilier urbain varie en fonction du type de mobilier utilisé. Elle n'excède pas 6 mètres de hauteur pour les plus hautes. Les publicités

sur les abris destinés au public ou sur les mobiliers d'informations locales de petit format n'excède pas 3 mètres de hauteur.

9. Les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles pour des manifestations temporaires étaient absents lors des investigations de terrain tandis que les bâches publicitaires sont presque absentes du territoire intercommunal (quelques dispositifs illégaux inventoriées car situées dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants).





Bâches publicitaires

Les bâches comprennent :
1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

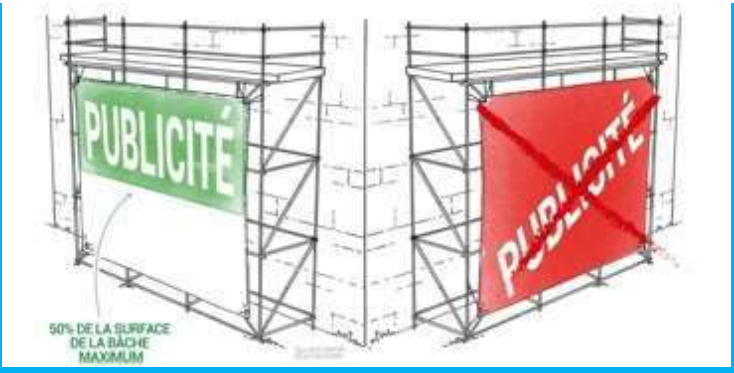
Ce qui dit le RNP sur les dispositifs de dimensions exceptionnelles pour des manifestations temporaires et les bâches publicitaires :
-ils sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
-ils sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique, situées hors agglomération, ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du code de la route.

***Une bâche de chantier** comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.*

La durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier doit être inférieure ou égale à l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

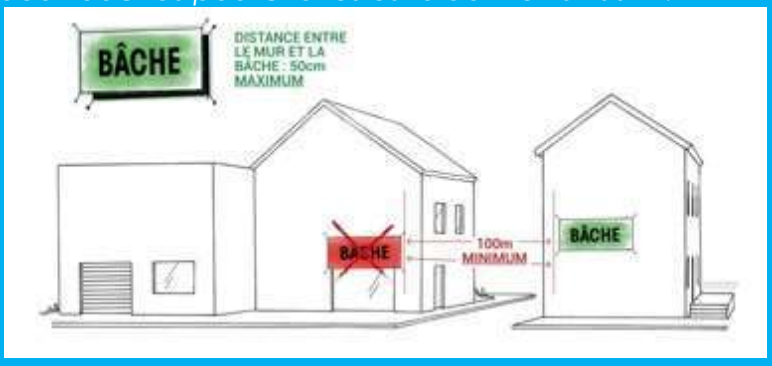
La surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier doit être inférieure ou égale à 50% de la surface de la bâche[27].

[27] L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



Les bâches publicitaires *peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 cm, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.*

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches, notamment le fait que ces publicités doivent être installées à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

La durée d'installation des ***dispositifs de dimensions exceptionnelles*** *ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.*

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 mètres carrés.

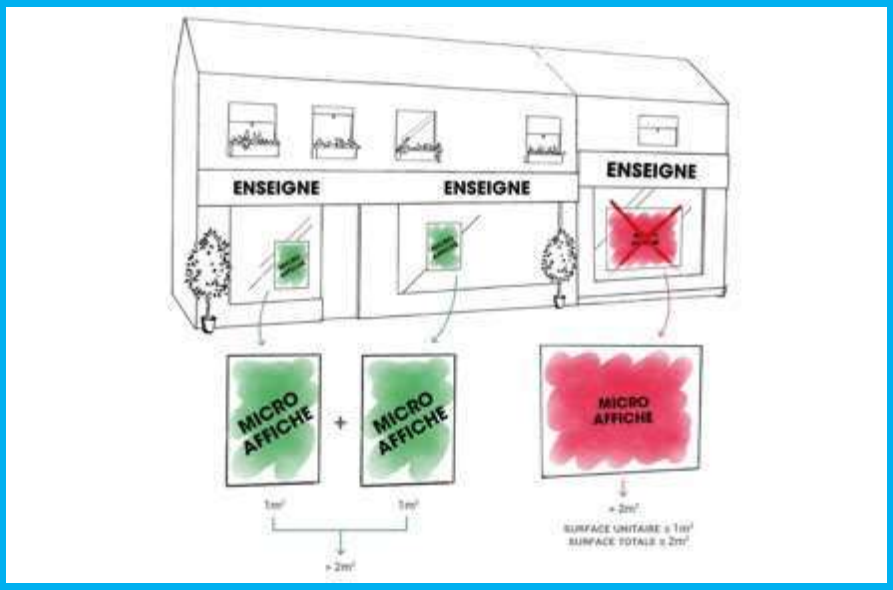
D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

10. Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales sont absents du territoire intercommunal.

Ce qui dit le RNP sur les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales :
Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du

dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol.

11. Les publicités et préenseignes lumineuses

L'ensemble des catégories de publicités présentées ci-avant peuvent être lumineuses.

La publicité lumineuse est une publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Le territoire communautaire comprend 3 types de publicités lumineuses utilisant de l'éclairage par transparence, par projection ou numérique.





Publicités/préenseignes lumineuses : transparence, projection et numérique

Chiffres-clés

Le territoire communautaire compte **39 publicités lumineuses** (en dehors des publicités sur le mobilier urbain). Parmi elles, quatre sont numériques. Les autres publicités lumineuses sont éclairées par projection ou par transparence.

Rappel de la règlementation nationale

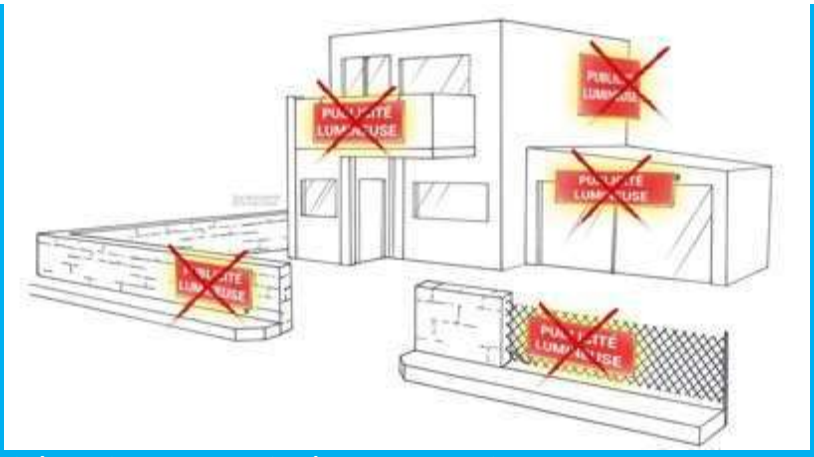
Ce qui dit le RNP sur les publicités lumineuses :
- elles sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes (si agglomération > 10 000 habitants). La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel[28].

Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

Interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine de Chambéry
Surface unitaire maximale ≤ 8 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.
La publicité lumineuse ne peut :
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

[28] arrêté ministériel non publié à ce jour



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	*1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m*
Hauteur de la façade > 20 m	*1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m*



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

12. Les publicités et préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Le territoire communautaire compte une seule préenseigne sur toiture. Celle-ci est illégale car elle est non lumineuse et comporte un panneau de fond.



Préenseigne sur toiture

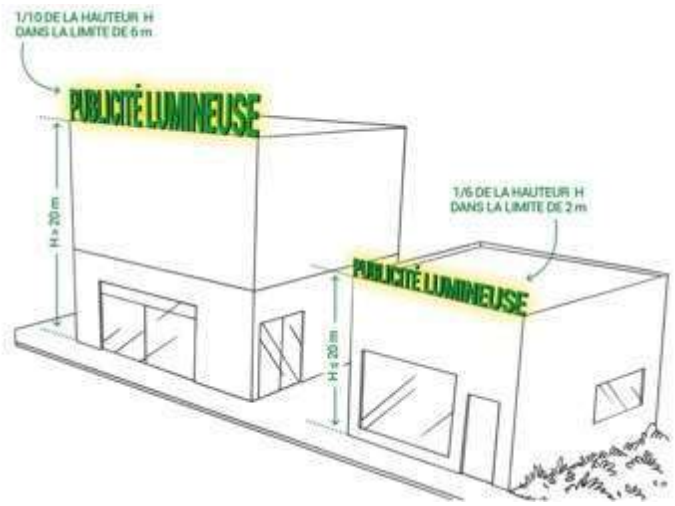
Rappel de la règlementation nationale

Ce qui dit le RNP sur les publicités sur toiture :

- Elles sont interdites si elles sont non lumineuses.

-Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 cm.

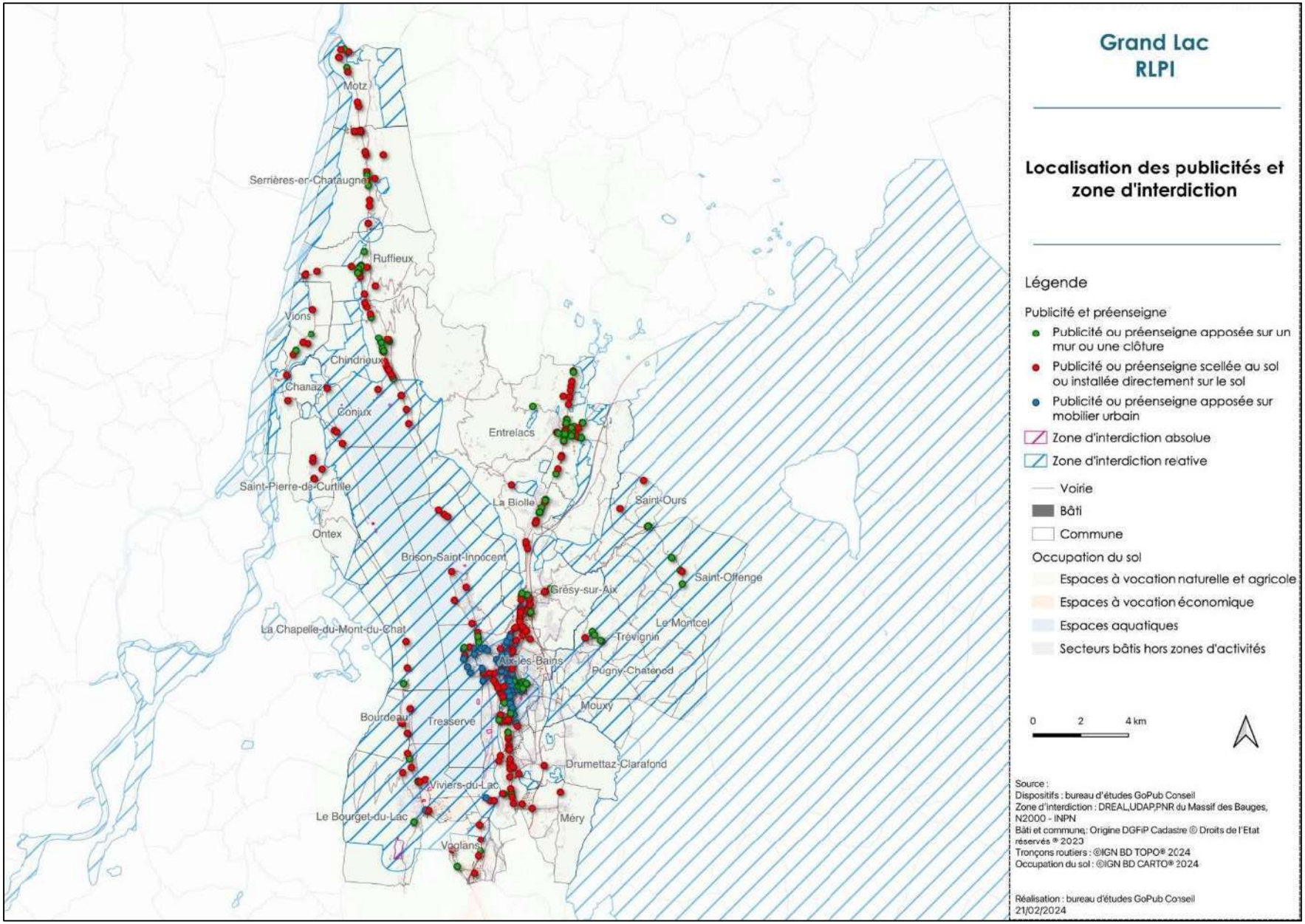
	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 20 m	*1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m*
Hauteur de la façade > 20 m	*1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m*



13. Conclusion

Les publicités et préenseignes occupent une place importante sur le territoire de la communauté d'agglomération en particulier le long des axes majeurs de circulation. Une part importante de ces dispositifs ne respectent pas la règlementation nationale. La mise en conformité permettra des déposes et/ou des modifications améliorant le cadre de vie.

Le RLPi pourra s'appuyer sur les constats du diagnostic afin de renforcer la règlementation nationale et l'adapter aux enjeux de terrain notamment en termes de dimensions, de densité ou encore d'extinction nocturne. Enfin, certaines publicités sont installées dans des secteurs d'interdiction relative de la publicité ce qui nécessite une mise en conformité ou une levée de l'interdiction à travers le RLPi.

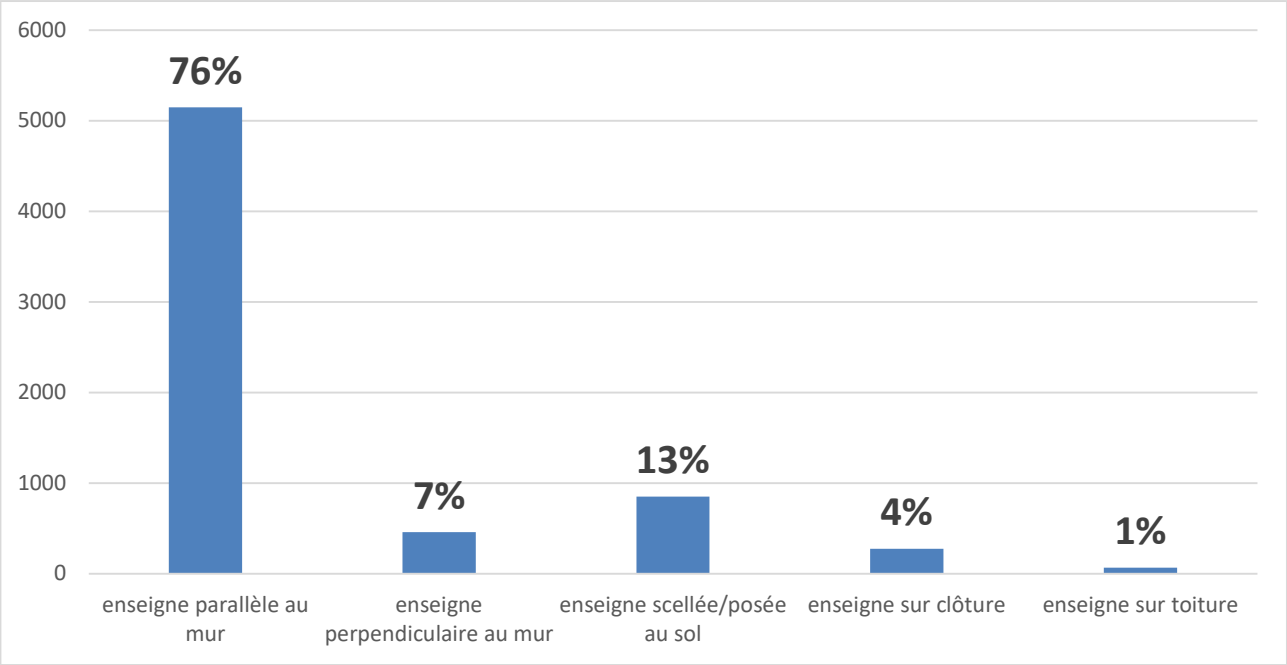

Motz
Serrières-en-Chautagne
Ruffieux
Vions
Chindrieux
Chanaz
Conjux
Saint-Pierre-de-Curtille
Ontex
Entrelacs
La Biolle
Saint-Ours
Brison-Saint-Innocent
Saint-Offenge
Grésy-sur-Aix
La Chapelle-du-Mont-du-Chat
Le Montcel
Trévignin
Aix-les-Bains
Pugny-Chatenod
Mouxy
Bourdeau
Tresserve
Drumettaz-Clarafond
Viviers-du-Lac
Le Bourget-du-Lac
Méry
Voglans
Grand Lac
RLPI
Localisation des publicités et zone d'interdiction
Légende
Publicité et préenseigne
Publicité ou préenseigne apposée sur un mur ou une clôture
Publicité ou préenseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
Publicité ou préenseigne apposée sur mobilier urbain
Zone d'interdiction absolue
Zone d'interdiction relative
Voirie
Bâti
Commune
Occupation du sol
Espaces à vocation naturelle et agricole
Espaces à vocation économique
Espaces aquatiques
Secteurs bâtis hors zones d'activités
0
2
4 km
Source :
Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Zone d'interdiction : DREAL,UDAP,PNR du Massif des Bauges, N2000 - INPN
Bâti et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers : ©IGN BD TOPO® 2024
Occupation du sol : ©IGN BD CARTO® 2024
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
21/02/2024

PARTIE 3 : état des lieux en matière d'enseignes

Un inventaire exhaustif des enseignes a été réalisé entre décembre 2023 et février 2024. Il a permis d'identifier près de 7000 enseignes sur le territoire intercommunal ainsi que leurs caractéristiques.

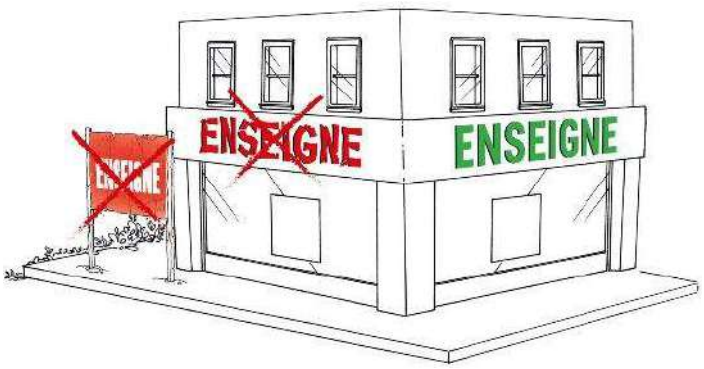
Lors de l'inventaire de terrain, cinq catégories d'enseignes ont été identifiées sur le territoire intercommunal :

1. des enseignes parallèles au mur ;
2. des enseignes perpendiculaires au mur ;
3. des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
4. des enseignes sur clôture ;
5. des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



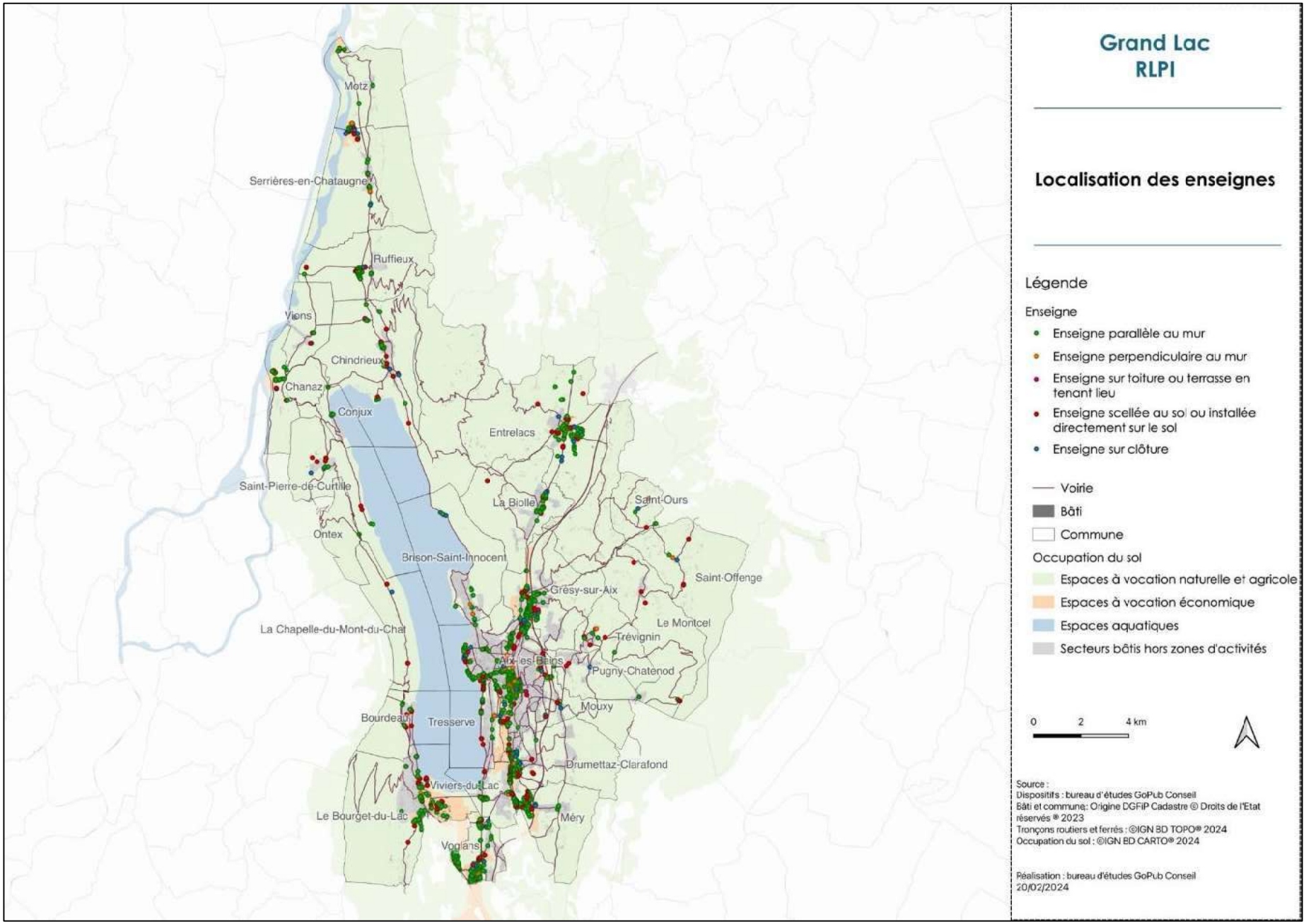
Ce qui dit le RNP sur les enseignes (dispositions générales) :
Une enseigne doit être :
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- constituée par des matériaux durables.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

Les dispositions du premier alinéa ci-dessus s'appliquent aux enseignes temporaires.



La plupart des enseignes présentes au sein de la communauté d'agglomération sont en bon état.

Les enseignes sont principalement localisées dans les zones d'activités ainsi que dans le centre-ville d'Aix-les-Bains et dans les centres-villes et centres-bourgs des communes.


Grand Lac
RLPI
Localisation des enseignes
Légende
Enseigne
Enseigne parallèle au mur
Enseigne perpendiculaire au mur
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol
Enseigne sur clôture
Voirie
Bâti
Commune
Occupation du sol
Espaces à vocation naturelle et agricole
Espaces à vocation économique
Espaces aquatiques
Secteurs bâtis hors zones d'activités
0
2
4 km
Source :
Dispositifs : bureau d'études GoPub Conseil
Bâti et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers et ferrés : ©IGN BD TOPO® 2024
Occupation du sol : ©IGN BD CARTO® 2024
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
20/02/2024
Motz
Serrières-en-Chautagne
Ruffieux
Vions
Chindrieux
Chanaz
Conjux
Entrelacs
Saint-Pierre-de-Curtille
La Biolle
Saint-Ours
Ontex
Brison-Saint-Innocent
Saint-Offenge
Grésy-sur-Aix
Le Montcel
La Chapelle-du-Mont-du-Chat
Trévignin
Aix-les-Bains
Pugny-Chatenod
Mouxy
Bourdeau
Tresserve
Drumettaz-Clarafond
Viviers-du-Lac
Le Bourget-du-Lac
Méry
Voglans

14. Les enseignes parallèles au mur

La plupart des enseignes présentes au sein de la communauté d'agglomération sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (76% des enseignes présentes). Elles sont présentes aussi bien en centres bourgs, centre-ville ou encore en zones d'activités. Elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.



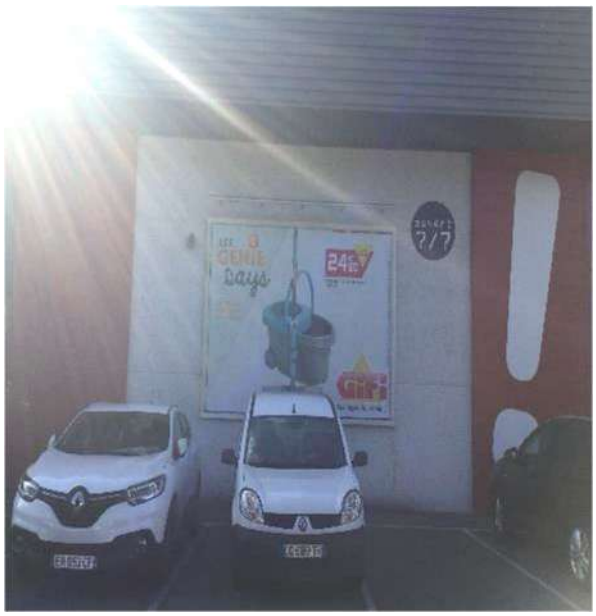
















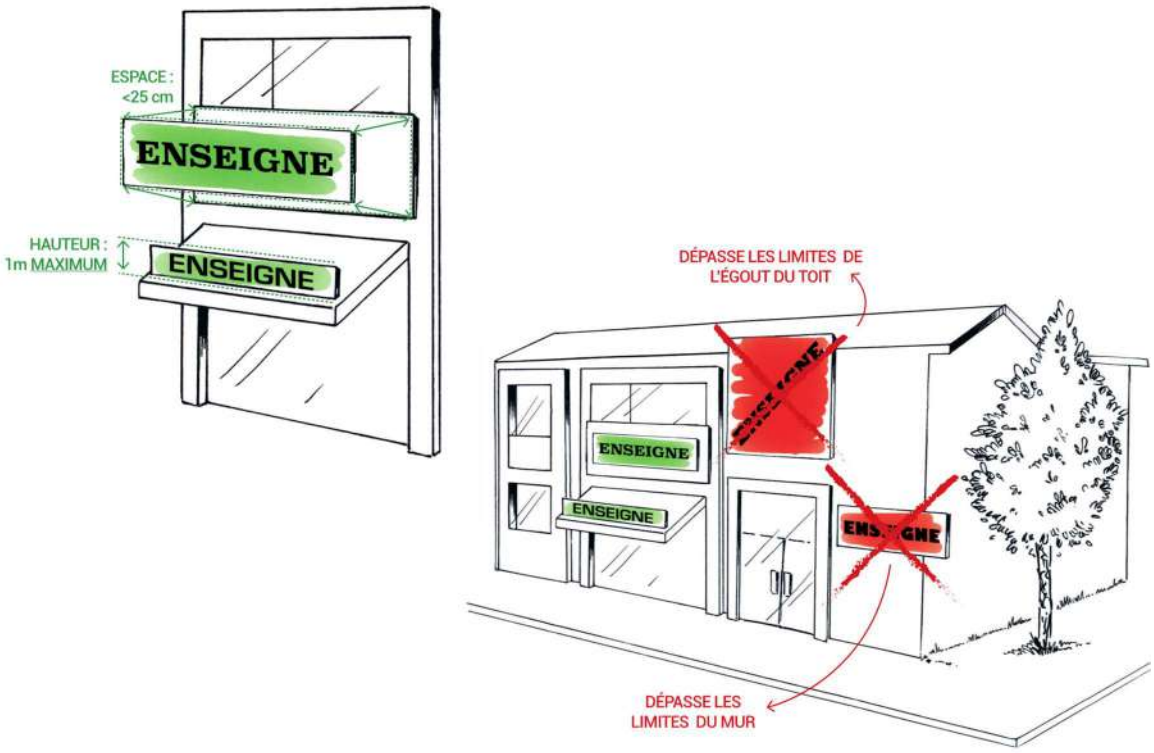


Exemples d'enseignes parallèles au mur

Ce qui dit le RNP sur les enseignes parallèles au mur :
Elles ne doivent pas :
- dépasser les limites de ce mur
- constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm
- dépasser les limites de l'égout du toit.

Les dispositions ci-dessus s'appliquent aux enseignes temporaires parallèles au mur.

Des enseignes peuvent être installées :
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- 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,
- 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 25 cm par rapport à lui.



Les enseignes parallèles posent globalement peu de problèmes paysagers sur le territoire de la communauté d'agglomération. La grande majorité respecte la réglementation nationale en vigueur (plus de 95% sont conformes). La régularisation des enseignes ne respectant pas le code de l'environnement règlera l'essentiel des écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes (enseignes dépassant les limites du mur ou de l'égout du toit). Certaines implantations très ponctuelles comme les enseignes parallèles au mur sur les garde-corps de balcon ou balconnet ou encore sur des auvents pourront faire l'objet de règles locales même si elles sont très rares[29] sur le territoire communautaire.

[29] Une quarantaine d'enseignes sont installées sur un garde-corps ou un auvent.

15. Les enseignes perpendiculaires au mur

La communauté d'agglomération compte également des enseignes perpendiculaires au mur qui représente 7% des enseignes du territoire soit environ 450 dispositifs.

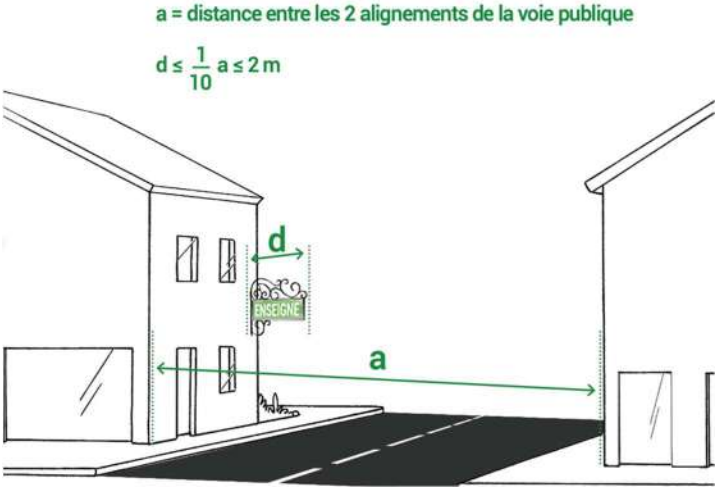
Les observations de terrain montrent qu'elles possèdent des surfaces assez modestes puisque 90% d'entre elles ont une surface inférieure à un mètre carré. La plupart des activités exploitent une seule enseigne de ce type par façade et ont une saillie inférieure à deux mètres.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur

Ce qui dit le RNP sur les enseignes perpendiculaires au mur :
Elles ne doivent pas :
- dépasser la limite supérieure de ce mur.
- 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 2 m).
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon.

Les dispositions des deux premiers alinéas ci-dessus s'appliquent aux enseignes temporaires.



Elles sont pour la plupart conformes à la règlementation nationale.

En matière de paysage, ces enseignes peuvent interroger dans certains cas par leur nombre parfois important sur une même façade dans certaines rues étroites en centre-ville ou centre-bourg.

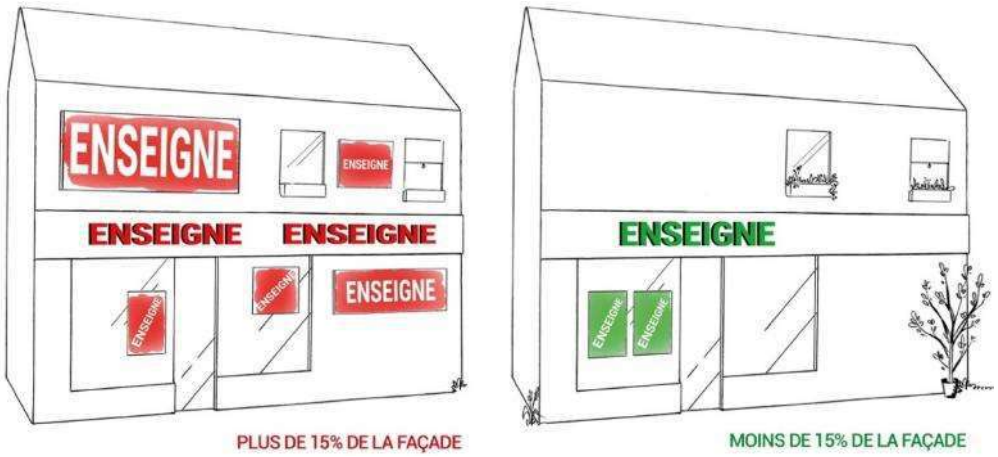


Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur interrogeant en termes de paysage

16. La surface cumulée des enseignes en façade

Le code de l'environnement fixe une règle de surface cumulée des enseignes qui vise à éviter qu'une façade soit « saturée » d'enseignes.

Ce qui dit le RNP sur la surface cumulée des enseignes en façade :
Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée[30] excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².
Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



On observe une quarantaine d'activités concernées par une surface cumulée d'enseignes dépassant le seuil autorisé par le code de l'environnement. Ainsi, l'immense majorité des activités du territoire communautaire respecte le code de l'environnement. La régularisation des infractions permettra d'améliorer le cadre de vie des habitants.

[30] Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

17. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

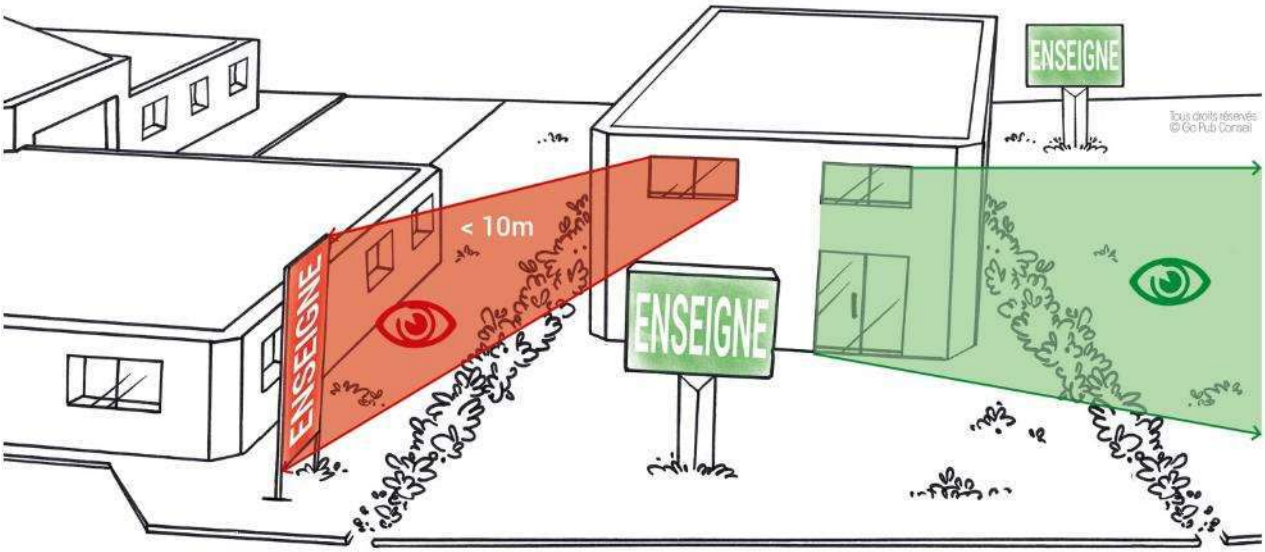
Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol constituent la catégorie d'enseignes posant le plus de problématiques en matière de paysage. Il s'agit de la seconde catégorie d'enseignes la plus présente sur le territoire communautaire (13% des enseignes du territoire communautaire). En effet, par leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles ont parfois un impact très important. Elles peuvent se présenter sous la forme de panneau, de totem, de drapeau…



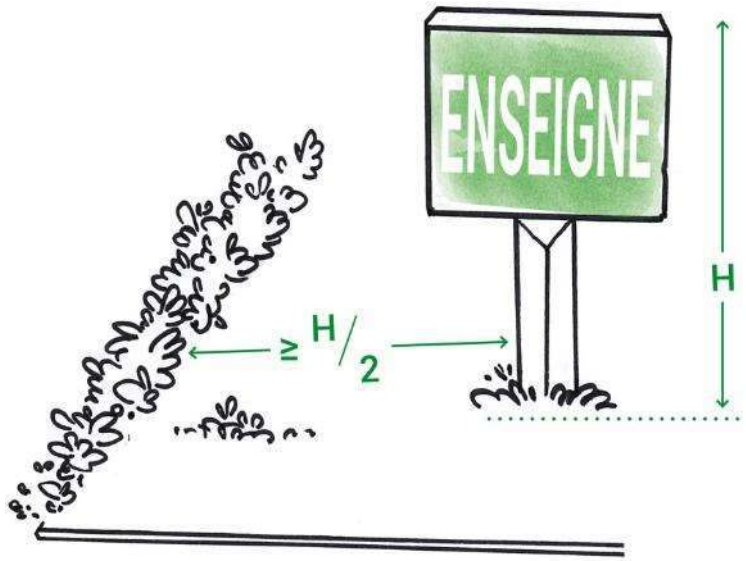
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dispositions du RNP sur les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (de plus d'un mètre carré) :

-Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



-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. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



-Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Les dispositions des trois alinéas ci-dessus sont applicables aux enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol.

La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 10,5 m² dans l'agglomération d'Aix-les-Bains qui compte plus de 10 000 habitants.

Les enseignes temporaires de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol 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 celles installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce peuvent mesurer jusqu'à 10,5 m².

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent dépasser :
- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 m ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 m de large.

Dispositions du RNP sur les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol (de moins d'un mètre carré) : *aucune disposition.*

On relève de nombreuses infractions au code de l'environnement notamment en matière de nombre excessif par voie bordant l'activité ou encore de surface excessive.

En termes de surface, l'inventaire de terrain a permis d'identifier près de 760 enseignes scellées ou posées au sol ne dépassant pas 3 mètres carrés (environ trois quarts des enseignes).

Surface	< 1 m²	Entre 1 et 3 m²	Entre 3 et 6 m²	Entre 6 et 10,5 m²	> 10,5 m²
Nombre	282	353	125	57	34

En termes de hauteur au sol, l'inventaire de terrain a permis d'identifier près de 676 enseignes scellées ou posées au sol ne dépassant pas 4 mètres (près de 80% des enseignes).

Hauteur au sol	< 2 m	Entre 2 et 4 m	Entre 4 et 6 m	Entre 6 et 8 m	> 8 m
Nombre	359	317	141	21	14

Cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que de nombreuses activités utilisent plusieurs enseignes de ce type soit sur le domaine public (en centre-ville, sous réserve d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public) soit sur le parking de l'établissement en zone d'activités.



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

18. Les enseignes sur clôture

La communauté d'agglomération compte peu d'enseignes sur clôture. En effet, elle représente seulement 4% des enseignes du territoire. Cela vient notamment du fait de l'absence de clôture sur de nombreuses parcelles d'activités ce qui empêche leur implantation. Ces enseignes sont le plus souvent implantées sur des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages. Cette catégorie d'enseignes n'est pas règlementée par le code de l'environnement. Il y a donc un fort enjeu local à l'encadrer notamment en termes de nombre ou encore de surface.







Exemples d'enseignes apposées sur une clôture

Ce qui dit le RNP sur les enseignes sur clôture : *aucune disposition.*

19. Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Le territoire communautaire compte une soixantaine d'enseignes sur toiture soit moins de 1% des enseignes du territoire.

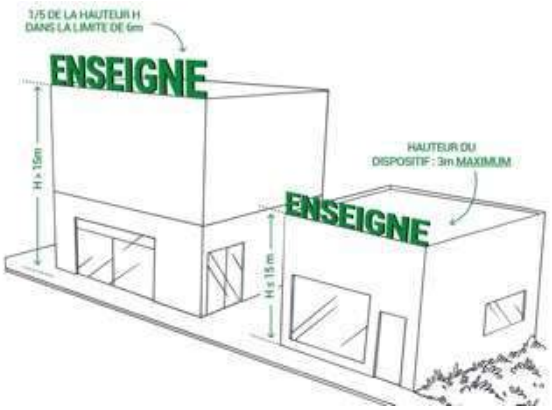


Exemples d'enseignes installées sur une toiture

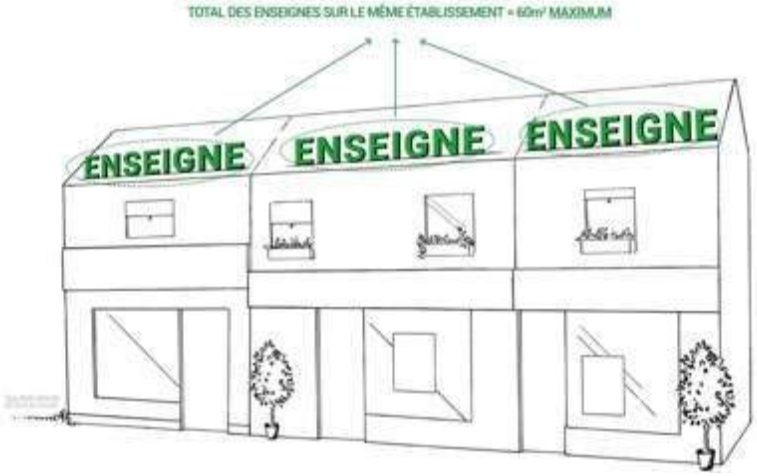
Ce qui dit le RNP sur les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu :
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de 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 pas dépasser 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	*3 m*
Hauteur de la façade > 15 m	*1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m*



La surface cumulée[31] des enseignes sur toiture d'un même établissement est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Le relevé de terrain a permis de montrer que plus de la moitié des enseignes sur toiture sont réalisées sans lettres ou signes découpés. Elles devront donc être mises en conformité.

Ces enseignes peuvent présenter un impact paysager important puisque leurs dimensions parfois très importantes les destinent à être vues de loin. Elles peuvent donc porter atteinte à des vues ou des perspectives vers le grand paysage.

[31] Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

20. Les enseignes lumineuses

Une **enseigne lumineuse** est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ce qui dit le RNP sur les enseignes lumineuses :
Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel[32].

Elles sont éteintes[33] *entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 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.*

Les dispositions ci-dessus s'appliquent aux enseignes temporaires.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.

Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-avant peuvent être lumineuses voire numériques. Les éclairages les plus utilisés sont les spots, les néons, les lettres lumineuses ou encore les LED. Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.



Exemples d'enseignes lumineuses avec éclairage par projection, par transparence ou LED



Exemples d'enseignes numériques

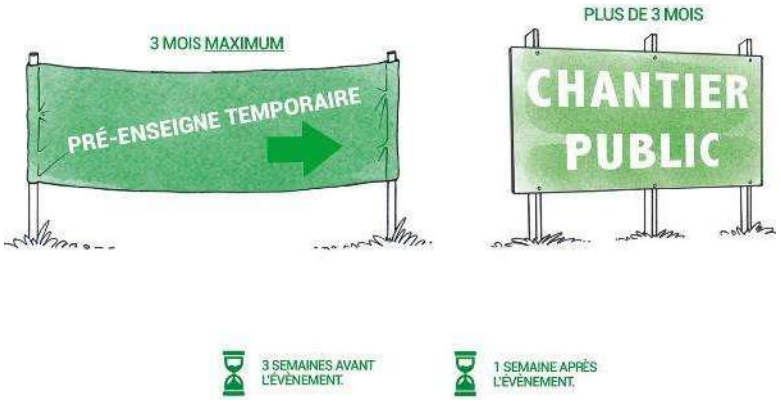
[32] arrêté non publié à ce jour
[33] L'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

L'inventaire a montré la présence d'une cinquantaine d'enseignes numériques sur le territoire communautaire principalement pour des enseignes de pharmacie, stations-services ou encore grande distribution. Elles se localisent pour les plus grandes d'entre-elles dans les zones d'activités d'Aix-les-Bains, Grésy-sur-Aix, Drumettaz-Clarafond, La Biolle, Voglans et Viviers-du-Lac. Une quinzaine d'enseignes numériques disposent d'une surface supérieure à 4 mètres carrés.

21. Les enseignes temporaires

Sont considérées comme **enseignes temporaires** :
1° Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
2° 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'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Ce qui dit le RNP sur les enseignes temporaires :
Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement » à la règlementation des enseignes « permanentes » présentées précédemment. Le territoire communautaire compte des enseignes temporaires de grand format pour plusieurs opérations immobilières ou travaux publics en cours. Les autres enseignes temporaires concernent surtout des promotions et peuvent être de dimensions très variables.



Exemples d'enseignes temporaires

22. Conclusion

Les enseignes sont globalement conformes à la règlementation nationale même si certaines catégories comme les enseignes sur toiture ou les enseignes scellées au sol comptent une part notable d'infraction à la règlementation nationale dont la régularisation permettra un gain paysager important. Certaines familles d'enseignes peu présentes actuellement comme les enseignes sur clôture ou encore les enseignes numériques pourront faire l'objet de règles locales afin de maintenir leur faible impact paysager. Les enseignes en façade pourront également faire l'objet de règles locales en matière architecturale notamment dans les secteurs protégés comme les abords des monuments historiques, les sites patrimoniaux remarquables ou encore dans les sites classés ou inscrits.

Partie 4 : Objectifs et orientations en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 21 février 2019, le Conseil Communautaire de la communauté d'agglomération Grand Lac s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Des objectifs généraux
  Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
  Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…).

- Des objectifs spécifiques

- **En matière de publicité et préenseignes :**
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, …) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.
- **En matière d'enseignes :**
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
- **En matière d'éclairage** :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, le conseil communautaire de la communauté d'agglomération Grand Lac ainsi que les conseils municipaux des communes membres ont débattu des orientations suivantes :

1. **Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :**
    - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
    - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
    - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
    - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. **Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :**
    - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
    - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
    - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. **Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :**
    - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
    - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. **Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :**
    - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
    - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
    - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. **Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :**
    - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Partie 5 : Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

En matière de publicités et préenseignes, quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal. Les quatre zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- La **zone de publicité n°1 (ZP1)** couvre l'ensemble des secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération. Elle se divise entre
  - D'une part la **ZP1a** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains ;
  - Et d'autre part la **ZP1b** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés dans la commune d'Aix-les-Bains.

- La **zone de publicité n°2 (ZP2)** couvre l'ensemble des secteurs à dominante résidentielle situés en agglomération et en dehors des secteurs patrimoniaux et paysagers localisés en ZP1.

- La **zone de publicité n°3 (ZP3)** couvre les parties agglomérées des axes structurants du territoire situées dans l'unité urbaine de Chambéry.

- La **zone de publicité n°4 (ZP4)** couvre les parties agglomérées des secteurs à dominante commerciale. Elle se divise en 3 sous-zones :
  - La **ZP4a** qui concerne les zones commerciales situées dans l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
  - La **ZP4b** qui concerne les zones commerciales situées en dehors de l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
  - La **ZP4c** qui concerne les zones commerciales situées en site inscrit.

A noter que les autres secteurs (zone blanche sur la carte) correspondent aux zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et les préenseignes sont interdites en application de l'article L. 581-7 du code de l'environnement.

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP1b : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération dans Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- ZP4c : secteurs à dominante commerciale en site inscrit

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

0 3 6 km

Document arrêté en conseil communautaire le 25 mars 2025

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 27/02/2025

Dispositions générales applicables en toute zone

Dans l'ensemble des zones de publicité, les publicités ou préenseignes lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 6 heures - à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services (en cas de publicité numérique, cette exception n'est possible qu'en cas d'images fixes).
De plus, les publicités lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites sur l'ensemble du territoire.

Dans l'ensemble des zones de publicité, les publicités et préenseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain demeurent soumises à la réglementation nationale, notamment les articles R. 581-42 à 46 du code de l'environnement.
Toutefois, la surface des publicités supportées par le mobilier urbain mentionnées à l'article R. 581-47 du code de l'environnement ne pourra excéder :

- 2 mètres carrés (excepté en ZP3 à Aix-les-Bains où cette surface sera portée à 8 mètres carrés afin de garantir des missions d'information de service public) ;
- 3 mètres de hauteur au sol (excepté en ZP3 à Aix-les-Bains où cette hauteur au sol sera portée à 6 mètres afin de garantir des missions d'information de service public).

Ces publicités feront par ailleurs l'objet d'une dérogation aux abords des monuments historiques et en site inscrit à Aix-les-Bains uniquement (ZP1b) pour les mobiliers urbains supportant des publicités de petit format (2 mètres carrés maximum) et cela afin de maintenir une communication institutionnelle dans ces secteurs.

Dans les zones où la publicité scellée au sol (ou installée directement sur le sol) et la publicité sur les murs (ou clôtures aveugles) est autorisée, la densité publicitaire sera au maximum d'un dispositif par unité foncière afin d'éviter la surenchère observée sur certaines unités foncières et désencombrer le paysage. Par ailleurs, ce seuil correspond déjà à la plupart des observations de terrain. Il évitera ainsi une augmentation du nombre de publicités présentes sur le territoire de Grand Lac.

Devant le nombre important de manifestations locales auxquelles fait face la ville d'Aix-les-Bains, les préenseignes temporaires installées sur cette commune devront être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Cela permettra d'éviter l'encombrement de l'espace public avec des dispositifs qui resteraient trop longtemps après la fin de la manifestation.

Les bâches de chantier seront limitées à 10,5 mètres carré afin d'éviter des surfaces trop importantes lors de travaux à Aix-les-Bains (en ZP2 et ZP3 uniquement). Elles demeureront interdites en ZP1b.
Les bâches publicitaires autorisées uniquement à Aix-les-Bains seront soumises aux mêmes dispositions de format que la publicité sur mur (s'agissant d'un type de dispositif ayant le même impact visuel que la publicité murale).

Enfin, dans l'ensemble des zones de publicités, les publicités ne pourront excéder une hauteur au sol de 5 mètres afin d'harmoniser les hauteurs entre les différentes agglomérations qui composent la communauté de communes.

Dispositions propres à chaque zone

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre l'ensemble des secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération. Elle se divise entre d'une part la ZP1a qui couvre les secteurs

patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains et d'autre part la ZP1b qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés dans la commune d'Aix-les-Bains.

En ZP1a, les publicités et préenseignes demeurent interdites.

En ZP1b, les publicités et préenseignes demeurent interdites. Toutefois, une dérogation pour la publicité supportée à titre accessoire sur le mobilier urbain est introduite. Elle n'est valable que pour la publicité non lumineuse (ou éclairée par projection ou par transparence) et dont les dimensions lorsqu'il s'agit de publicités supportées par le mobilier urbain mentionnées à l'article R581-47 du code de l'environnement ne peut excéder 2 mètres carrés et 3 mètres de hauteur au sol.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre l'ensemble des secteurs à dominante résidentielle situées en agglomération et en dehors des secteurs patrimoniaux et paysagers localisés en ZP1. Afin de garantir un cadre résidentiel de qualité, seules les publicités sur le mobilier urbain de petites dimensions (moins de 2 mètres carrés de surface) ainsi que la publicité murale limitée à 1,5 mètre carré seront possibles dans cette zone. En outre, seront notamment interdites dans ces zones pour ne pas générer de nuisances auprès des habitants, la publicité scellée ou posée au sol et la publicité numérique.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les parties agglomérées des axes structurants du territoire situés dans l'unité urbaine de Chambéry.
La surface maximale des publicités sur mur ou clôture ainsi que des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sera limitée à 4,7 mètres carrés contre 10,5 mètres carrés dans le code de l'environnement. Cela permet d'avoir un format unique maximum sur l'ensemble du territoire communautaire. La publicité (ou préenseigne) numérique sera interdite dans cette zone afin de préserver la qualité des entrées de ville que constituent la plupart des axes structurants identifiés en ZP3.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les parties agglomérées des zones d'activités commerciales. Elles se divisent en 3 sous-zones :
- la ZP4a qui concerne les zones commerciales situées dans l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
- la ZP4b qui concerne les zones commerciales situées en dehors de l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
- la ZP4c qui concerne les zones commerciales situées en site inscrit.

La surface maximale des publicités sur mur ou clôture ainsi que des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol sera limité à 4,7 mètres carrés en ZP4a. Cela permet d'avoir un format unique maximum sur l'ensemble du territoire communautaire (format maximal identique à la ZP3). La publicité (ou préenseigne) numérique sera autorisée dans la limite de 2,5 mètres carrés afin de limiter les effets visuels de tels dispositifs. Le format a été réduit afin de limiter la consommation énergétique des panneaux concernés et également de réduire leur impact visuel sur le paysage des zones d'activités et sur la biodiversité.

La surface maximale des publicités sur mur ou clôture sera limité à 4,7 mètres carrés en ZP4b conformément au code de l'environnement. Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol demeurent interdits dans cette zone ainsi que la publicité numérique

conformément au code de l'environnement (agglomérations de moins de 10 000 habitants en dehors de l'unité urbaine de Chambéry).

En ZP4c, les publicités et préenseignes demeurent interdites conformément à l'interdiction de publicité en site inscrit.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération. Le but est d'harmoniser au maximum les règles afin de garantir un cadre de vie de qualité pour tous et veiller à une bonne insertion architecturale et paysagère des enseignes.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage et de patrimoine, les enseignes seront interdites sur :
- les arbres et les plantations ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet (sauf pour les enseignes temporaires) ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu excepté en ZP4a, ZP4b et ZP4c.

Les enseignes devront remplir certaines dispositions esthétiques afin de ne pas nuire aux paysages et au patrimoine. Elles devront notamment respecter le rythme architectural de la façade pour éviter de dénaturer celle-ci et ne pas couvrir des éléments décoratifs de la façade.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La saillie sera par ailleurs limitée à 1 mètre maximum contre 2 mètres dans le code de l'environnement pour ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage. La surface des enseignes perpendiculaires sera par ailleurs limitée à 1 mètre carré pour limiter leur impact visuel notamment dans les rues étroites de centralité.

De plus, aux abords des monuments historiques[34] ainsi qu'en site patrimonial remarquable[35], les règles suivantes s'appliquent :
- Les enseignes apposées sur mur ou parallèlement à un mur ne peuvent excéder 40 centimètres de hauteur ;
- Les enseignes perpendiculaires ne peuvent excéder 7 centimètres d'épaisseur, 60 centimètres de hauteur et 60 centimètres de largeur. De plus, 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. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 80 centimètres.

Le but de ces règles est de conforter les règles pratiquées par l'Architecte des Bâtiments de France dans ces secteurs de sensibilité patrimoniale.

Les enseignes sur les clôtures ne sont pas encadrées par la règlementation nationale. Grand Lac a donc fait le choix de les interdire dans le cas où elle dépasse 1 mètre carré (ou 3 mètres carrés en zones commerciales ZP4a, ZP4b, et ZP4c). Dans le cas où l'installation d'une enseigne sur clôture est autorisée, une unique enseigne sur clôture est autorisée par voie bordant l'activité. Cela permet de maintenir certains dispositifs présents pour des gîtes par exemple sans ouvrir le territoire à l'implantation massive de ce type d'enseignes.

Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront avoir une surface unitaire excédant 3 mètres carrés (contre jusqu'à 10,5 mètres carrés dans la réglementation nationale dans l'agglomération d'Aix-les-Bains).

[34] Voir périmètres prévus par l'article L. 621-30 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.
[35] Voir périmètres prévus par l'article L. 631-1 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.

Cette surface sera portée à 6 mètres carrés en ZP4a, ZP4b, et ZP4c pour tenir compte des spécificités architecturales des zones commerciales (bâtis de grandes dimensions). L'idée de ce choix est de réduire et d'harmoniser le format sur le territoire intercommunal), y compris hors agglomération. Les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne pourront s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol (6 mètres en ZP4a, ZP4b, et ZP4c pour tenir compte du caractère commercial de ces zones).

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par la règlementation nationale. Grand Lac a donc fait le choix de limiter leur nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol. Ces dispositions visent à réduire la densité des panneaux au sol de petite taille ainsi que leur place dans le paysage compte tenus des enjeux identifiés dans le diagnostic pour ce type de dispositifs.

La plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses a été déterminée entre 23h et 6h. L'instauration de cette plage renforcée permettra de limiter la pollution lumineuse, de préserver la biodiversité et de contribuer à l'enjeu de réduction des consommations énergétiques.
Les enseignes numériques seront interdites en toute zone, excepté en ZP4a, ZP4b, et ZP4c ou lorsqu'elles signalent un service d'urgence comme une pharmacie. Cela permet de limiter l'impact de ces enseignes sur les riverains, de protéger la biodiversité et de limiter les consommations énergétiques. Lorsqu'elles sont autorisées, les enseignes numériques sont limitées en surface à 6 mètres carrés et à une seule par activité. Cela limite leur impact sur les paysages notamment les paysages de zones commerciales. Lorsque plusieurs activités sont regroupées sur la même unité foncière, une seule enseigne numérique mutualisée est autorisée pour réduire la pollution visuelle générée par l'enseigne numérique. De plus, aux abords des monuments historiques[36] ainsi qu'en site patrimonial remarquable[37], les enseignes perpendiculaires doivent être non lumineuses afin de limiter leur impact paysager et d'être en cohérence avec les recommandations de l'Architecte des Bâtiments de France.

Enfin, dans une perspective de réduire la place des enseignes temporaires dans le paysage, ces enseignes seront interdites sur :
- les arbres et les plantations ;
- les auvents ou les marquises ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

De plus, elles devront respecter les règles de surface édictées pour les enseignes « permanentes » évoquées ci-avant. Cela permet d'harmoniser les règles entre enseignes permanentes et enseignes temporaires favorisant la compréhension et l'application du règlement tout en garantissant un cadre de vie de meilleure qualité.

[36] Voir périmètres prévus par l'article L. 621-30 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.
[37] Voir périmètres prévus par l'article L. 631-1 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.

3. Les choix retenus en matière de publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

Dans une perspective de limitation des consommations énergétiques, de réduction des nuisances et pollutions lumineuses et en conformité avec l'article 18 de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, les publicités et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique seront éteintes entre 23 heures et 6 heures. Il en sera de même pour les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22 heures et 7 heures du matin, les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique 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.

La surface des publicités, enseignes et préenseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne pourra excéder 2 mètres carrés de surface cumulée afin de limiter l'impact visuel des dispositifs. Cette surface cumulée sera réduite à 1 mètre carré dans les communes du PNR du massif des Bauges pour intégrer les recommandations de la charte du parc en la matière.

Annexe : Tableau des abréviations utilisées

ABF	Architecte des Bâtiments de France
EBC	Espace Boisé Classé
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PLUi	Plan Local d'Urbanisme intercommunal
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
ZP	Zone de publicité



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Tome 2 .1 : Règlement

Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

Table des matières

Champ d'application et zonage 3

Application et portée du règlement 3
Zonage 3

Dispositions générales applicables aux publicités et aux préenseignes 5

Article P0.1 - Interdiction 5
Article P0.2 - Dérogation à certaines interdictions légales de publicité 5
Article P0.3 - Hauteur au sol maximale 5
Article P0.4 – Densité publicitaire 5
Article P0.5 - Extinction nocturne 6
Article P0.6 – Préenseignes temporaires 6

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1a 7

Article P1a.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 7
Article P1a.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 7
Article P1a.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 7
Article P1a.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 7
Article P1a.5 - Bâches comportant de la publicité 7

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1b 8

Article P1b.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 8
Article P1b.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 8
Article P1b.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 8
Article P1b.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 8
Article P1b.5 - Bâches comportant de la publicité 8

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2 9

Article P2.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 9
Article P2.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 9
Article P2.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 9
Article P2.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 9
Article P2.5 - Bâches comportant de la publicité 9

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3 10

Article P3.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 10
Article P3.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 10
Article P3.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 10
Article P3.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 10
Article P3.5 - Bâches comportant de la publicité 10

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4a 11

Article P4a.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 11
Article P4a.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 11
Article P4a.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 11
Article P4a.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 11
Article P4a.5 - Bâches comportant de la publicité 11

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4b 12

Article P4b.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 12

Article P4b.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 12
Article P4b.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 12
Article P4b.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 12
Article P4b.5 - Bâches comportant de la publicité 12

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4c 13

Article P4c.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol 13
Article P4c.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture 13
Article P4c.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain 13
Article P4c.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique 13
Article P4c.5 - Bâches comportant de la publicité 13

Dispositions applicables aux enseignes 15

Article E1 - Interdiction 15
Article E2 – Intégration architecturale 15
Article E3 – Enseignes en façade (apposées sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculaire à un mur)15
Article E4 – Enseignes sur clôtures, aveugles ou non 16
Article E5.1 – Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface est supérieure à 1 mètre carré 16
Article E5.2 – Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré 16
Article E6 – Enseignes lumineuses et enseignes numériques 16
Article E7 – Enseignes temporaires 17

Dispositions générales applicables aux publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial 19

Article I1 – Extinction nocturne 19
Article I2 – Surface maximale 19

Chartes existantes en matière d'enseignes ou préenseignes 20

Charte des enseignes de Chanaz 20
Charte des enseignes d'Aix-les-Bains 20
Charte du PNR du Massif des Bauges 20

Lexique 21

Champ d'application et zonage

Application et portée du règlement

Le présent règlement vient adapter les dispositions nationales applicables à la publicité, aux préenseignes et aux enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique et présentes sur le territoire de Grand Lac.

Les dispositions du code de l'environnement qui ne sont pas expressément modifiées par le présent règlement restent applicables de plein droit.

Sur le territoire de Grand Lac s'appliquent des dispositions générales, applicables en toute zone, et des dispositions particulières, applicables seulement dans une zone donnée.

Zonage

Quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des zones agglomérées du territoire.

La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre l'ensemble des secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération. Elle se divise entre d'une part la ZP1a qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains et d'autre part la ZP1b qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés dans la commune d'Aix-les-Bains.

La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre l'ensemble des secteurs à dominante résidentielle situés en agglomération et en dehors des secteurs patrimoniaux et paysagers localisés en ZP1.

La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les parties agglomérées des axes structurants du territoire situées dans l'unité urbaine de Chambéry.

La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les parties agglomérées des secteurs à dominante commerciale. Elle se divise en 3 sous-zones :
- la ZP4a qui concerne les zones commerciales situées dans l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
- la ZP4b qui concerne les zones commerciales situées en dehors de l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;
- la ZP4c qui concerne les zones commerciales situées en site inscrit.

Ces zones sont délimitées sur les documents graphiques.

A noter que les autres secteurs (zone blanche sur la carte) correspondent aux zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et les préenseignes sont interdites en application de l'article L. 581-7 du code de l'environnement.

PARTIE I : PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Dispositions générales applicables aux publicités et aux préenseignes

Ces dispositions sont applicables dans l'ensemble des zones de publicité.

Article P0.1 - Interdiction

La publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

Article P0.2 - Dérogation à certaines interdictions légales de publicité

A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement. A savoir :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;
3° Dans les parcs naturels régionaux ;
4° Dans les sites inscrits ;
5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 du code de l'environnement ;
6° (abrogé)
7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du code de l'environnement.

Par exception, y sont admis dans les lieux mentionnés aux 1°, 2° et 4° du paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement de la commune d'Aix-les-Bains rappelé ci-dessus, la publicité supportée par le mobilier urbain (dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement) dans la limite des restrictions et des surfaces unitaires applicables dans chacune des zones de publicité du présent règlement.

Article P0.3 - Hauteur au sol maximale

La hauteur des dispositifs se calcule par rapport au point le plus bas du terrain naturel au droit du dispositif.

La hauteur d'une publicité ou préenseigne ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau du sol.

Article P0.4 – Densité publicitaire

La règle de densité publicitaire s'applique uniquement[1] au :
- Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol ;
- Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, un seul dispositif publicitaire peut être installé. Il peut être :

- soit scellé au sol ou installé directement sur le sol[2];

[1] Conformément à l'article R581-25 du code de l'environnement. Les autres formes de publicités ne sont donc pas concernées par cette règle.
[2] Sous réserve d'être autorisé par les autres dispositions du règlement.

- soit sur un mur ou une clôture[3].

Sur le domaine public, au droit d'une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, un seul dispositif publicitaire peut être installé. Il peut être:

- soit scellé au sol ou installé directement sur le sol [3];
- soit sur un mur ou une clôture[3].

Article P0.5 - Extinction nocturne

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures.

Pour le mobilier urbain affecté aux services de transport, la publicité est autorisée à rester allumée durant les heures de fonctionnement desdits services (en cas de publicité numérique, cette exception n'est possible qu'en cas d'images fixes).

Article P0.6 – Préenseignes temporaires

Les préenseignes temporaires installées à Aix-les-Bains doivent être retirées deux jours au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

[3] Sous réserve d'être autorisé par les autres dispositions du règlement.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1a

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°1a.

Article P1a.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P1a.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture sont interdites.

Article P1a.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est interdite.

Article P1a.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité lumineuse est interdite.

Article P1a.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité sont interdites.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP1b

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°1b.

Article P1b.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P1b.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture sont interdites.

Article P1b.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

Conformément à l'article P0.2 du présent règlement, la publicité sur le mobilier urbain est autorisée par dérogation en ZP1b dans les conditions ci-après.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[4] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.

Article P1b.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité éclairée par projection ou par transparence est autorisée uniquement lorsqu'elle est supportée par le mobilier urbain.

La publicité lumineuse, autre qu'éclairée par projection ou par transparence, est interdite.

Article P1b.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité sont interdites.

[4] Cette règlementation est rappelée dans le rapport de présentation du RLPi.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP2

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°2.

Article P2.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P2.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 1,5 mètres carrés.

Article P2.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[5] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.

Article P2.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité éclairée par projection ou par transparence est autorisée.

La publicité lumineuse, autre qu'éclairée par projection ou par transparence, est interdite.

Article P2.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants conformément au code de l'environnement.

Les bâches comportant de la publicité ne sont autorisées que dans la zone de publicité n°2 concernant Aix-les-Bains.
Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier, sont autorisées si leur surface n'excède pas 1,5 mètre carré.
Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux, sont autorisées si leur surface n'excède pas 10,5 mètres carrés.

[5] Cette règlementation est rappelée dans le rapport de présentation du RLPi.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP3

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°3.

Article P3.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont autorisés si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P3.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P3.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[6] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres (hors ZP3 située sur la commune d'Aix-les-Bains).

Dans les parties de la ZP3 situées à Aix-les-Bains, la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[6] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 8 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 6 mètres.

Article P3.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité éclairée par projection ou par transparence est autorisée.

Dans les parties de la ZP3 situées à Aix-les-Bains :
- la publicité numérique est autorisée uniquement si sa surface n'excède pas 2,5 mètres carrés ;
- la publicité numérique supportée par le mobilier urbain est autorisée uniquement si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés.

Article P3.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants conformément au code de l'environnement.

Les bâches comportant de la publicité ne sont autorisées que dans la zone de publicité n°3 concernant Aix-les-Bains.
Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier, sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.
Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux, sont autorisées si leur surface n'excède pas 10,5 mètres carrés.

[6] Cette règlementation est rappelée dans le rapport de présentation du RLPi.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4a

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°4a.

Article P4a.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont autorisés si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P4a.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P4a.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[7] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.

Article P4a.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité lumineuse est autorisée.

La publicité numérique est autorisée si sa surface n'excède pas 2,5 mètres carrés.

Article P4a.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites.

[7] Cette règlementation est rappelée dans le rapport de présentation du RLPi.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4b

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°4b.

Article P4b.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P4b.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P4b.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47[8] du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.

Article P4b.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité éclairée par projection ou par transparence est autorisée.

La publicité lumineuse, autre qu'éclairée par projection ou par transparence, est interdite.

Article P4b.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites.

[8] Cette règlementation est rappelée dans le rapport de présentation du RLPi.

Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes en ZP4c

Ces dispositions sont applicables uniquement dans la zone de publicité n°4c.

Article P4c.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P4c.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur ou une clôture sont interdites.

Article P4c.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est interdite.

Article P4c.4 – Publicité lumineuse et publicité numérique

La publicité lumineuse est interdite.

Article P4c.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité sont interdites.

PARTIE II : ENSEIGNES

Dispositions applicables aux enseignes

Les dispositions du présent titre sont applicables, sauf exception, sur l'intégralité du territoire intercommunal, y compris hors agglomération.

Article E1 - Interdiction

Les enseignes sont interdites sur :
- les arbres et les plantations ;
- les auvents ou les marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet[9] ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu excepté en ZP4a, ZP4b et ZP4c.

Article E2 – Intégration architecturale

Les enseignes doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte de ses différents éléments : emplacement des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs. Elles ne doivent pas être posées sur des éléments décoratifs de façade (piliers d'angle, impostes de portes d'entrée grilles, rampes, encadrement en pierre, blason et armoiries...).

Les matériaux et couleurs des enseignes doivent être en harmonie avec les façades et paysages environnants.

Tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

Article E3 – Enseignes en façade (apposées sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculaire à un mur)

L'enseigne perpendiculaire ne doit pas constituer par rapport au mur une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 1 mètre.
Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité. Les enseignes perpendiculaires ne peuvent excéder une surface de 1 mètre carré.

De plus, aux abords des monuments historiques[10] ainsi qu'en site patrimonial remarquable[11], les règles suivantes s'appliquent :

- Les enseignes apposées sur mur ou parallèlement à un mur ne peuvent excéder 40 centimètres de hauteur ;
- Les enseignes perpendiculaires ne peuvent excéder 7 centimètres d'épaisseur, 60 centimètres de hauteur et 60 centimètres de largeur. De plus, 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. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 80 centimètres.

[9] Cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes temporaires – voir article E7.
[10] Voir périmètres prévus par l'article L. 621-30 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.
[11] Voir périmètres prévus par l'article L. 631-1 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.

Article E4 – Enseignes sur clôtures, aveugles ou non

Les enseignes sur clôture sont autorisées si leur surface n'excède pas 1 mètre carré. Toutefois, cette surface est portée 3 mètres carrés en ZP4a, ZP4b et ZP4c.

Une seule enseigne sur clôture est autorisée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée.

Article E5.1 – Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface est supérieure à 1 mètre carré

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent avoir une surface excédant 3 mètres carrés.
Toutefois, lorsqu'elles se trouvent en ZP4a, ZP4b et ZP4c, cette surface est portée à 6 mètres carrés.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du sol.
Toutefois, lorsqu'elles se trouvent en ZP4a, ZP4b et ZP4c, cette hauteur au sol est portée à 6 mètres.

Article E5.2 – Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dont la surface est inférieure ou égale à 1 mètre carré

Une seule enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré est autorisée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où s'exerce l'activité signalée.

Une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de surface inférieure ou égale à 1 mètre carré ne peut excéder 1,5 mètre de hauteur au sol.

Article E6 – Enseignes lumineuses et enseignes numériques

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures.
Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22 heures et 7 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.

Les enseignes numériques sont interdites, excepté si elles signalent des services d'urgence ou si elles sont situées en ZP4a, ZP4b et ZP4c.
En ZP4a, ZP4b et ZP4c, une seule enseigne numérique est autorisée par activité si sa surface n'excède pas 6 mètres carrés. Dans le cas où plusieurs activités s'exercent dans un même immeuble, les enseignes numériques doivent être regroupées sur un même dispositif.

De plus, aux abords des monuments historiques[12] ains qu'en site patrimonial remarquable[13], les règles suivantes s'appliquent :

- Les enseignes perpendiculaires sont non lumineuses.

[12] Voir périmètres prévus par l'article L. 621-30 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.
[13] Voir périmètres prévus par l'article L. 631-1 du code du patrimoine et figurant dans les annexes.

Article E7 – Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont interdites sur :
- les arbres et les plantations ;
- les auvents ou les marquises ;
- les toitures ou terrasses en tenant lieu.

Les enseignes temporaires suivent les dispositions de surface maximale mentionnées aux articles E3, E4, E5.1, E5.2 et E6 en fonction de leur mode d'implantation.

PARTIE III : PUBLICITES, ENSEIGNES ET PREENSEIGNES LUMINEUSES SITUEES A L'INTERIEUR DES VITRINES OU DES BAIES D'UN LOCAL A USAGE COMMERCIAL

Dispositions générales applicables aux publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

Les dispositions du présent titre sont applicables sur l'intégralité du territoire intercommunal, y compris hors agglomération.

Article I1 – Extinction nocturne

Les publicités et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont éteintes entre 23 heures et 6 heures.

Les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.
Lorsque l'activité cesse ou commence entre 22 heures et 7 heures du matin, les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique 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.

Article I2 – Surface maximale

Les publicités, enseignes et préenseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ne peuvent excéder 2 mètres carrés de surface cumulée. Toutefois, cette surface cumulée est réduite à 1 mètre carré dans les communes du PNR du massif des Bauges ayant approuvé la charte 2025-2040.

Chartes existantes en matière d'enseignes ou préenseignes

Charte des enseignes de Chanaz

Contact : Mairie de Chanaz
35, Rue de la Mairie
73310 Chanaz

Charte des enseignes d'Aix-les-Bains

https://www.aixlesbains.fr/fileadmin/mediatheque_aix-les-bains/D%C3%A9marches/Devantures_commerciales/CHARTE_guide_commerces_Version_juin_2019.pdf

https://www.aixlesbains.fr/annuaires/catalogue-des-demarches/detail/devantures-commerciales

Charte du PNR du Massif des Bauges

https://pnrmassifdesbauges.sharepoint.com/sites/CloudBauges/Documents%20partages/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fsites%2FCloudBauges%2FDocuments%20partages%2FGOUVERNANCE%2FPERMANENT%2FLE%20PARC%20EN%20ACTION&p=true&ga=1

Lexique

Agglomération
Une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées ou non par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite.

Auvent
Un auvent est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Bâche de chantier
Une bâche de chantier est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Bâche publicitaire
Une bâche publicitaire est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Clôture
Une clôture désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Clôture aveugle
Une clôture aveugle est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées.

Clôture non aveugle
Une clôture non aveugle est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Enseigne
Une enseigne est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Enseigne lumineuse
Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Enseigne numérique
Une enseigne numérique est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Enseigne temporaire
Une enseigne temporaire est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme enseignes temporaires, 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'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Marquise
Une marquise est un auvent vitré composé d'une structure métallique au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Mobilier urbain
Le mobilier urbain comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Mur aveugle
Un mur aveugle est un est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R. 581-22 du Code de l'Environnement.

Palissade de chantier
Une palissade de chantier est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Pré-enseigne
Une pré-enseigne est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Préenseigne temporaire
Une pré-enseigne temporaire est une pré-enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme pré-enseignes temporaires, les pré-enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Publicité
Une publicité est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité lumineuse
Une publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Publicité numérique
Une publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes :
- images animées : il existe une animation sur l'image (apparition d'un slogan ou d'un prix, forme en évolution, tremblement d'un pictogramme, …) ;
- images fixes : défilement d'images fixes, également appelé déroulant numérique ;
- vidéos.

Saillie
La saillie est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Surface unitaire
Le calcul de la surface unitaire des publicités s'apprécie en prenant en compte le dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité. Par dérogation, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran.

Unité foncière
Une unité foncière est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Tome 3 : Annexes

Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

Table des matières

Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Aix-les-Bains 3
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Bourdeau 7
Arrêté fixant les limites d'agglomération du Bourget-du-Lac 10
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Brison-Saint-Innocent 12
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Chanaz 16
Arrêté fixant les limites d'agglomération de la Chapelle du Mont du Chat 19
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Chindrieux 22
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Conjux 24
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Drumettaz-Clarafond 27
Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Entrelacs 31
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Grésy-sur-Aix 41
Arrêté fixant les limites d'agglomération de La Biolle 45
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Le Montcel 48
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Mery 51
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Motz 53
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Mouxy 57
Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Ontex 59
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Pugny-Chatenod 60
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Ruffieux 62
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint-Offenge 66
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint-Ours 69
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint Pierre de Curtille 71
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Serrières en Chautagne 74
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Tresserve 75
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Trévignin 80
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Vions 82
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Viviers du Lac 84
Arrêté fixant les limites d'agglomération de Voglans 89
Plans de zonage du Règlement Local de Publicité 92
Abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables 122

Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Aix-les-Bains

LA MAIRIE

Arrêté permanent n° 24-AP-0042
fixant les limites des agglomérations de la commune

AVENUE FRANKLIN ROOSEVELT , AVENUE DE SAINT-SIMOND, RUE DU DOCTEUR JEAN PAILLOT, CHEMIN DES SOURCES SAINT-SIMOND, RUE CHARLES LUGUET, CHEMIN DE LA FOUGÈRE, ROUTE DE PUGNY, VIA DESSOUS, CHEMIN DU CHENOZ, ROUTE DU REVARD, CHEMIN DE SAINT-POL, CHEMIN NOTRE DAME DES NEIGES, CHEMIN HONORÉ DE BALZAC, CHEMIN DU BIOLLAY, RUE HENRI MÉNABRÉA, CHEMIN DE CORÉS, AVENUE DU GOLF, AVENUE DE TRESSERVE, RUE PIERRE ET MARIE CURIE, CHEMIN SOUS LE BOIS, BOULEVARD JEAN CHARCOT, BOULEVARD GASTON MOLLEX, ROUTE DE SAINT-INNOCENT, CHEMIN DE BEAUREGARD, VOIE SARDE, VOIE VERTE DU LAC DU BOURGET et CHEMIN DE CORSUET

Objet :
Limites des agglomérations
21/10/2024

Le Maire de la ville d'Aix-les-Bains,

Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée,

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4,

Vu le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28,

Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes,

Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication,

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment les articles L. 2213-1 à L. 2213-6

Vu l'arrêté n°79/2020 en date du 29/05/2020 donnant délégation de signature à madame Marie-Pierre MONTORO-SADOUX

Considérant, que les limites des agglomérations doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune

ARRETE

ARTICLE 1 :
Les limites des agglomérations de la commune d'AIX-LES-BAINS, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit :

1. **AVENUE FRANKLIN ROOSEVELT (RD1201)** , au droit de la rue des Petits Pains (coordonnées GPS en degrés décimaux : 45.70893,5.91192)
2. **AVENUE DE SAINT-SIMOND**, au ruisseau du Nant des Fougères (coordonnées GPS : 45.71266, 5.91902)
3. **RUE DU DOCTEUR JEAN PAILLOT**, au ruisseau du Nant des Fougères (coordonnées GPS : 45.71205, 5.92096)
4. **CHEMIN DES SOURCES SAINT-SIMOND**, au ruisseau du Nant des Fougères (coordonnées GPS : 45.71168, 5.92189)
5. **RUE CHARLES LUGUET**, au ruisseau du Nant de l'Abbaye (coordonnées GPS : 45.70357, 5.92925)
6. **CHEMIN DE LA FOUGÈRE**, au ruisseau du Nant de l'Abbaye coordonnées GPS : 45.70357, 5.92925)
7. **ROUTE DE PUGNY (RD49)**, à 70 m à l'est de l'intersection avec le chemin des Massonnat (coordonnées GPS : 45.69664, 5.93423)
8. **VIA DESSOUS**, à 30 m au sud de la RD 49 – Route de Pugny (coordonnées GPS : 45.69259, 5.9332)
9. **CHEMIN DU CHENOZ**, à l'embranchement avec le chemin de la Consonne, commune de Mouxy (coordonnées GPS: 45.68715, 5.92799)

Services techniques municipaux
Gestion du domaine public
1425 bd Lepic 73100
AIX-LES-BAINS
Tél. 04.79.35.04.52
stm@aixlesbains.fr

Ville d'Aix-les-Bains - BP 348 - 73103 Aix-les-Bains Cedex
Tél. 04 79 35 79 00 / 04 79 35 07 95 - mairie@aixlesbains.fr - www.aixlesbains.fr

10. **CHEMIN DU CHENOZ**, à l'embranchement avec la voie de la Crémaillère, commune de Mouxy (coordonnées GPS :45.68623, 5.92772)
11. **ROUTE DU REVARD (RD913)**, au droit du n°72 (coordonnées GPS : 45.68513, 5.92775)
12. **CHEMIN DE SAINT-POL**, au droit du n°59 (coordonnées GPS : 45.68485, 5.92738)
13. **CHEMIN NOTRE DAME DES NEIGES**, à l'intersection avec le chemin de la Ramaude (coordonnées GPS : 45.68336, 5.92477)
14. **CHEMIN HONORÉ DE BALZAC**, à l'intersection avec le chemin de l'Ermitage, commune de Mouxy (coordonnées GPS : 45.68118, 5.91914)
15. **CHEMIN DU BIOLLAY**, à l'intersection avec le chemin de Sosse-Lièvre (coordonnées GPS : 45.67446, 5.91992)
16. **RUE HENRI MÉNABRÉA,** à 40 m au sud de l'allée Sainte-Rose (coordonnées GPS : 45.66894, 5.91606)
17. **CHEMIN DE CORÈS**, au droit du n°268 (coordonnées GPS : 45.66508, 5.91042)
18. **AVENUE DU GOLF (RD991),** au droit du n°436 (coordonnées GPS : 45.6648, 5.90881)
19. **AVENUE DE TRESSERVE (RD50)**, au droit du n°76 (coordonnées GPS : 45.68558, 5.90492)
20. **RUE PIERRE ET MARIE CURIE**, à l'intersection avec le chemin sous le Bois (coordonnées GPS : 45.68612, 5.9039)
21. **CHEMIN SOUS LE BOIS (RD50B)**, au droit du n°724 (coordonnées GPS : 45.69161, 5.9017)
22. **CHEMIN SOUS LE BOIS**, à l'intersection avec la montée de la Reine Victoria (RD 50b), commune de Tresserve (coordonnées GPS : 45.69251, 5.90101)
23. **BOULEVARD JEAN CHARCOT (RD1201)**, au débouché sud de l'avenue Daniel Rops ((coordonnées GPS : 45.69076, 5.89578)
24. **BOULEVARD GASTON MOLLEX (RD991)**, au droit du n°17 (coordonnées GPS : 45.71383, 5.89084)
25. **ROUTE DE SAINT-INNOCENT (RD48)**, au droit du n°112 (coordonnées GPS : 45.71441, 5.89284)
26. **CHEMIN DE BEAUREGARD**, à l'intersection avec le chemin de Corsuet (coordonnées GPS : 45.70979, 5.90042)
27. **CHEMIN DE CORSUET**, au droit du n°180 (coordonnées GPS : 45.70981, 5.90753)
28. **VOIE SARDE,** à l'arrière du n°180 Clos des Mûriers. (coordonnées GPS: 45.71445, 5.8937)
29. **VOIE VERTE DU LAC DU BOURGET,** au droit de la plage du Rowing (coordonnées GPS : 45.68842, 5.8954)

(carte en annexe)

ARTICLE 2 :

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.
Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet au lendemain de sa publication

ARTICLE 3 :

Le présent arrêté abroge et remplace toutes les dispositions contraires antérieures.

ARTICLE 4 :

Monsieur le Directeur général des services est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur, et dont la copie sera envoyée **au Directeur de Cabinet.**

Ville d'Aix-les-Bains - BP 348 - 73103 Aix-les-Bains Cedex
Tél. 04 79 35 79 00 / 04 79 35 07 95 - mairie@aixlesbains.fr - www.aixlesbains.fr

ARTICLE 5 :
Destinataires :

- Monsieur le Préfet de la Savoie
- Monsieur le Commandant de Police
- Le centre de supervision urbain

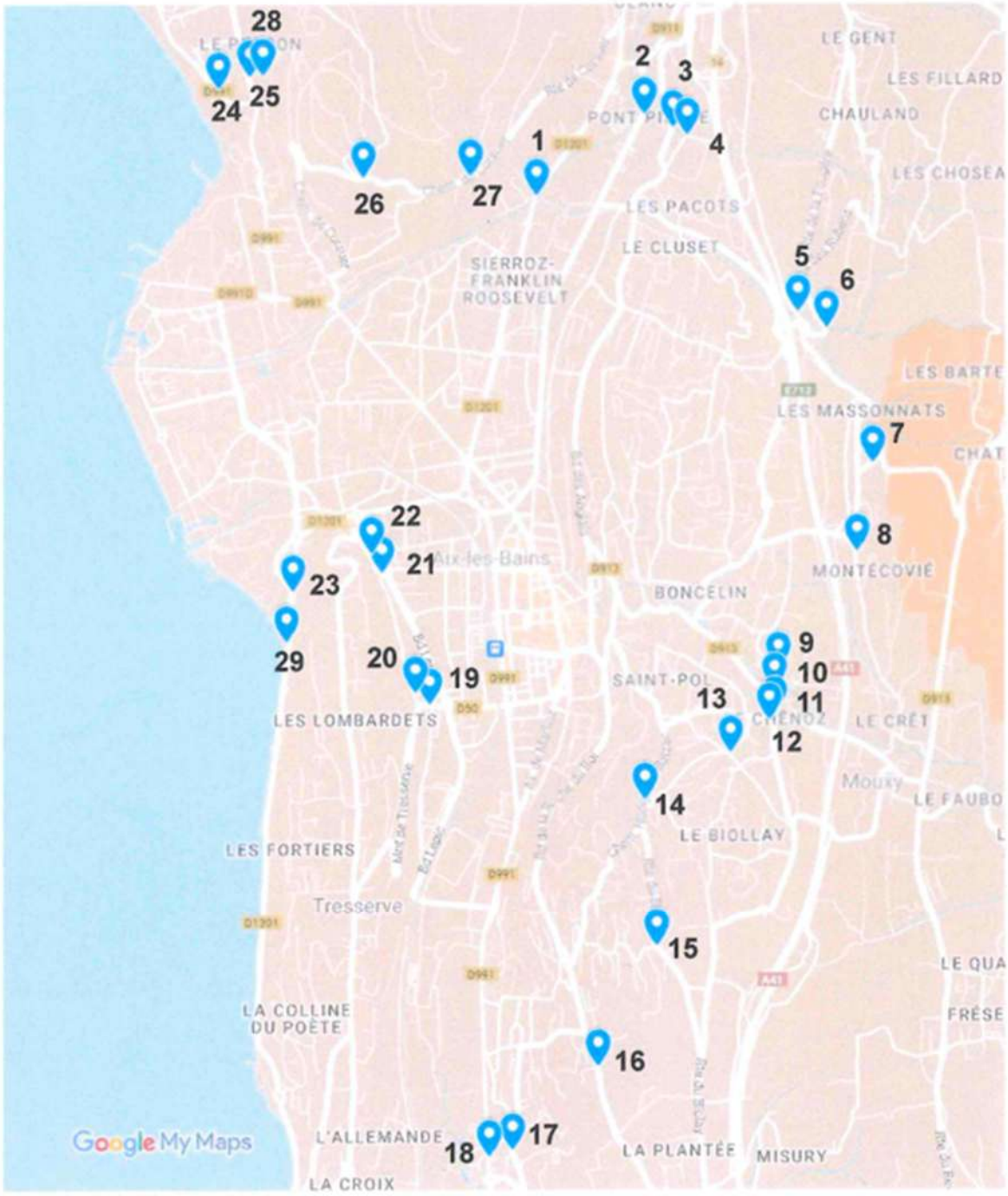
MAIRIE D'AIX-LES-BAINS (SAVOIE)

Aix-les-Bains, le 19/10/2024

Pour le maire
le Premier adjoint au maire d'Aix-les-Bains
Marie-Pierre MONTORO-SADOUX

Ville d'Aix-les-Bains - BP 348 - 73103 Aix-les-Bains Cedex
Tél. 04 79 35 79 00 / 04 79 35 07 95 - mairie@aixlesbains.fr - www.aixlesbains.fr

Annexe cartographique – Limites d'agglomération Aix-les-Bains



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Bourdeau

DEPARTEMENT DE LA SAVOIE
COMMUNE DE BOURDEAU

ARRETE MUNICIPAL N° 2024-36

Exécutoire le : 15 octobre 2024
Affiché le : 15 octobre 2024
Visé le : 14 octobre 2024

Arrêté fixant les limites de l'agglomération de la commune de Bourdeau

Le Maire de la Commune de Bourdeau,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;
VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;
VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;
VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;
VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRETE :

Article 1 :

Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

Article 2 :

Les limites des agglomérations de la commune de Bourdeau, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Numéro	Type	Latitude	Longitude	Secteur
1	Entrée 1	45.675398,	5.856482	Entrée/Sortie RD14 - route du lac
2	Entrée 2	45.670772,	5.854946	Entrée/Sortie RD1504 & VC7 - route de l'épine
3	Entrée 3	45.677282,	5.851588	Entrée /Sortie RD14E - route des grandes Eaux

Article 3 :

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 :

Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 :

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Bourdeau.

Article 6 :

Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 7 :

M. le Maire de la commune de Bourdeau, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique de Savoie (pour la zone police), sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Ampliation au :

- **MTD des 2 lacs ;**
- **SDIS ;**
- **Gendarmerie de La Motte-Servolex ;**
- **Les Services de Grand Lac (RLPI).**

Fait à Bourdeau, le 14 octobre 2024

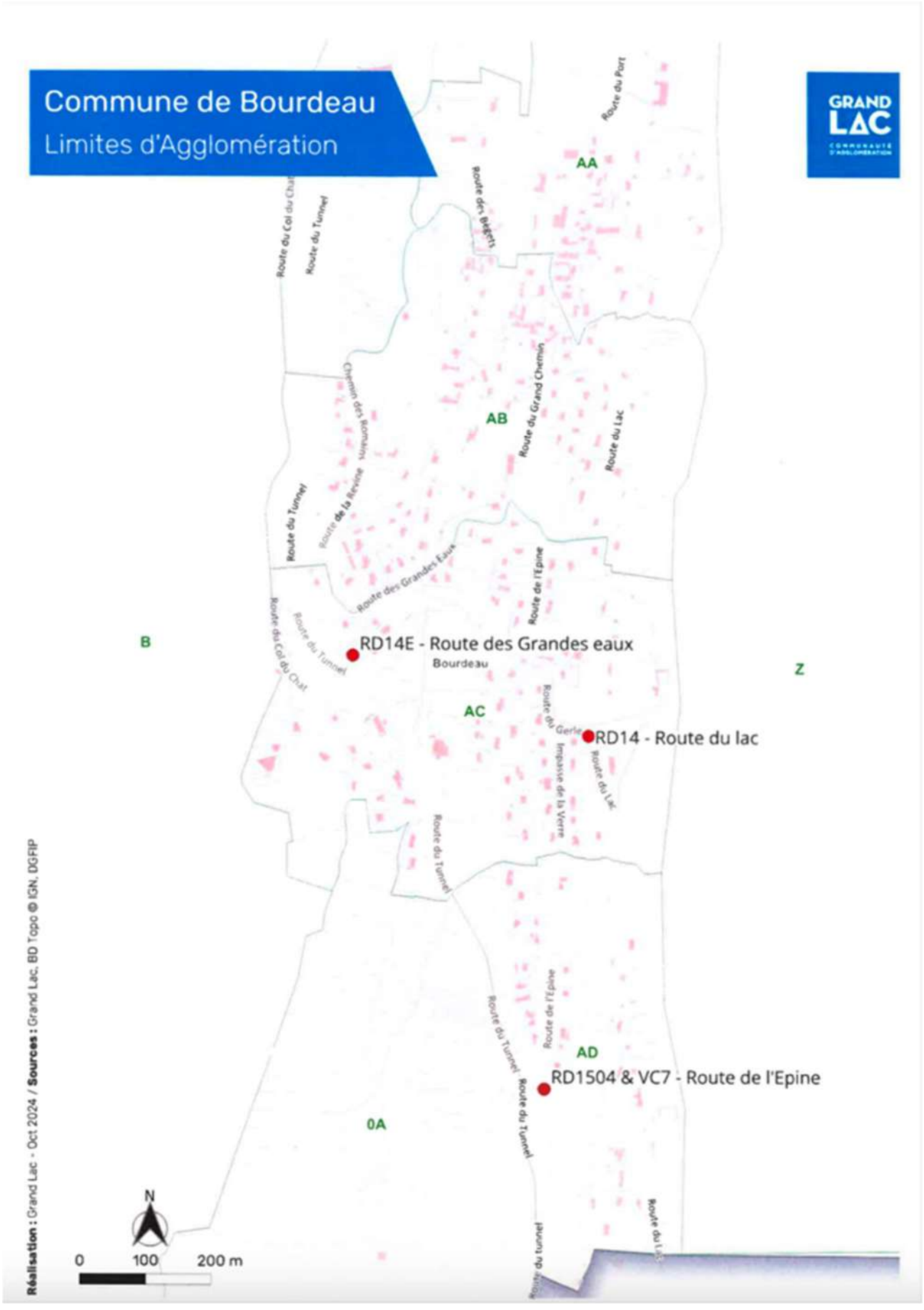
MAIRIE DE BOURDEAU (SAVOIE)

Pour le Maire et par délégation

Adjoint au Maire délégué

Le Maire,
Jean-Marc DRIVET

Le Maire informe que le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Grenoble, 2 place de Verdun – BP 1135 – 38022 Grenoble Cedex, dans un délai de deux mois à compter de son affichage dans les locaux de l'établissement. Le Tribunal administratif peut être saisi par l'application informatique « Télérecours citoyens » accessible par le site internet www.telerecours.fr.


Commune de Bourdeau
Limites d'Agglomération
GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
AA
AB
AC
AD
B
Z
0A
RD14E - Route des Grandes eaux
Bourdeau
RD14 - Route du lac
RD1504 & VC7 - Route de l'Epine
Route du Port
Route du Col du Chat
Route du Tunnel
Route des Bleets
Chemin des Rousses
Route de la Revine
Route du Grand Chemin
Route du Lac
Route des Grandes Eaux
Route de l'Epine
Route du Gerle
Impasse de la Verre
N
0
100
200 m
Réalisation : Grand Lac - Oct 2024 / Sources : Grand Lac, BD Topo © IGN, DGFiP

Arrêté fixant les limites d'agglomération du Bourget-du-Lac

DÉPARTEMENT DE LA SAVOIE

COMMUNE DU BOURGET-DU-LAC

ARRETE MUNICIPAL N°2021-279

Modifiant les limites d'agglomération

Le Maire de la Commune du Bourget du Lac,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment les articles L 2211.1 et L 2213.1;

Vu le Code de la Route ;

Vu le Code de la Voirie Routière;

Vu le décret n° 58.1217 du 15 décembre 1958 portant réglementation de la police de la circulation routière, modifié et complété par les décrets numéros 72.472 du 12 juin 1972, 72.541 du 30 juin 1972, 73.358 du 27 mars 1973, 73.561 du 28 juin 1973, 73.1074 du 03 décembre 1973, 74.234 du 13 mars 1974, 75.113 du 27 février 1975, 75.131 du 07 mars 1975 et notamment les articles R 27, R 44 et R 225 ;

Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et des autoroutes, modifié ou complété par les arrêtés des 17 octobre 1968, 23 juillet 1970, 8 mars 1971, 20 mai 1971, 27 mars 1973, 10 et 15 juillet 1974, 6 et 7 juin 1977 et notamment l'article 4 ;

Vu les arrêtés municipaux n°2010-104 du 9 juillet 2010 et n° 2021-067 du 11 mars 2021 portant limites d'agglomération de la commune du Bourget-du-Lac ;

Considérant qu'en raison de la modification de certains secteurs de la commune, par la présence désormais continue d'immeubles bâtis, il convient fixer de nouvelles limites d'agglomération.

ARRETE

Article 1er
Les arrêtés n°2010-104 et 2021-067 précités sont abrogés.

Article 2
Les limites de l'agglomération de la commune du Bourget-du-Lac, telles qu'elles sont prévues par le Code de la Route et prescrivant ainsi les effets définis par ce dernier, sont fixées dans les conditions ci-après indiquées:

1- Boulevard du Lac, après le rond-point du "Cygne" ;

2- Route des Tournelles à son intersection avec la RD 1504 ;

3- Route du Relais à Hauteur du n°1819 ;

4- Route des Catons à son intersection avec le chemin rural dit de la Grande Roche ;

5- Route de Grimaillon à hauteur du n°224 ;

6- Montée de Pouli en limite de commune ;

7- Montée de Pouli à son intersection avec la rd 1504 ;

8- Route de la Serraz, à hauteur du n° 663 ;

9- Route de la Serraz à hauteur du n° 2467 ;

10- Route de la Serraz en limite de commune à hauteur du n° 4058 ;

11- Route de la Roche à son intersection avec la route du Revet ;

12- Route de la Roche à hauteur du n° 1125 ;

13- Route des Cachouds à son intersection avec le Chemin de la Montagne ;

14- RD 1504 au niveau des points routier Nord et Sud = PR 14+600 ;

15- RD 1504 au niveau du franchissement de la Leysse.

Article 3
La signalisation nécessaire à l'application des nouvelles dispositions du présent arrêté sera mise en place par les services techniques municipaux ou départementaux. Elle sera conforme aux dispositions réglementées par l'instruction interministérielle sur la signalisation routière.

Article 4
Les contrevenants aux dispositions du présent arrêté seront sanctionnés par procès-verbaux et poursuivis conformément aux lois et règlements en vigueur.

Ampliation au :
- Préfet de la Savoie;
- Commandant de Brigade de Gendarmerie de La Motte-Servolex ;
- Responsable du "T.D.L.".

Fait au Bourget-du-Lac, le 22 octobre 2021

Le Maire,

MAIRIE DE LE BOURGET-DU-LAC (SAVOIE)

Nicolas MERCAT

Diffusion interne
- Services techniques municipaux;
- Police municipale;

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Brison-Saint-Innocent

brisonsaintinnocent
l'envie grandeur nature

N° 006-P-2024

ARRÊTÉ MUNICIPAL FIXANT LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION DE LA COMMUNE DE BRISON SAINT INNOCENT

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le Code de la Route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel sur la signalisation routière (Livre 1 – huitième partie – signalisation temporaire- du 24 novembre 1967, approuvé par les arrêtés interministériels du 6 novembre 1992) ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie signalisation d'indication ;

CONSIDÉRANT, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTÉ

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de BRISON SAINT INNOCENT, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	Entrée	45.757152	5.874852	BRISON NORD RD 991
1	Sortie	45.757085	5.874750	BRISON NORD RD 991
2	Entrée	45.755184	5.878553	BRISON SUD RD 991
2	Sortie	45.755103	5.878570	BRISON SUD RD 991
3	Entrée	45.731944	5.889377	SAINT INNOCENT NORD RD 48

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

3	Sortie	45.731944	5.889377	SAINT INNOCENT NORD RD 48
4	Entrée	45.714939	5.892720	SAINT INNOCENT SUD RD 48
4	Sortie	45.714815	5.892581	SAINT INNOCENT SUD RD 48
5	Entrée	45.713917	5.890921	SAINT INNOCENT SUD RD 991
5	Sortie	45.713881	5.890829	SAINT INNOCENT SUD RD 991
6	Entrée	45.718884	5.886378	BERTHETS RD 991
6	Sortie	45.718793	5.886245	BERTHETS RD 991
7	Sortie	45.718982,	5.896538	CORSUET

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune et des services du Département pour ce qui les concerne.

ARTICLE 4 :
Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 :
Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de BRISON SAINT INNOCENT.

ARTICLE 7 : M. le Maire de la commune de BRISON SAINT INNOCENT, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, la Brigade de gendarmerie d'Aix les bains ; sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

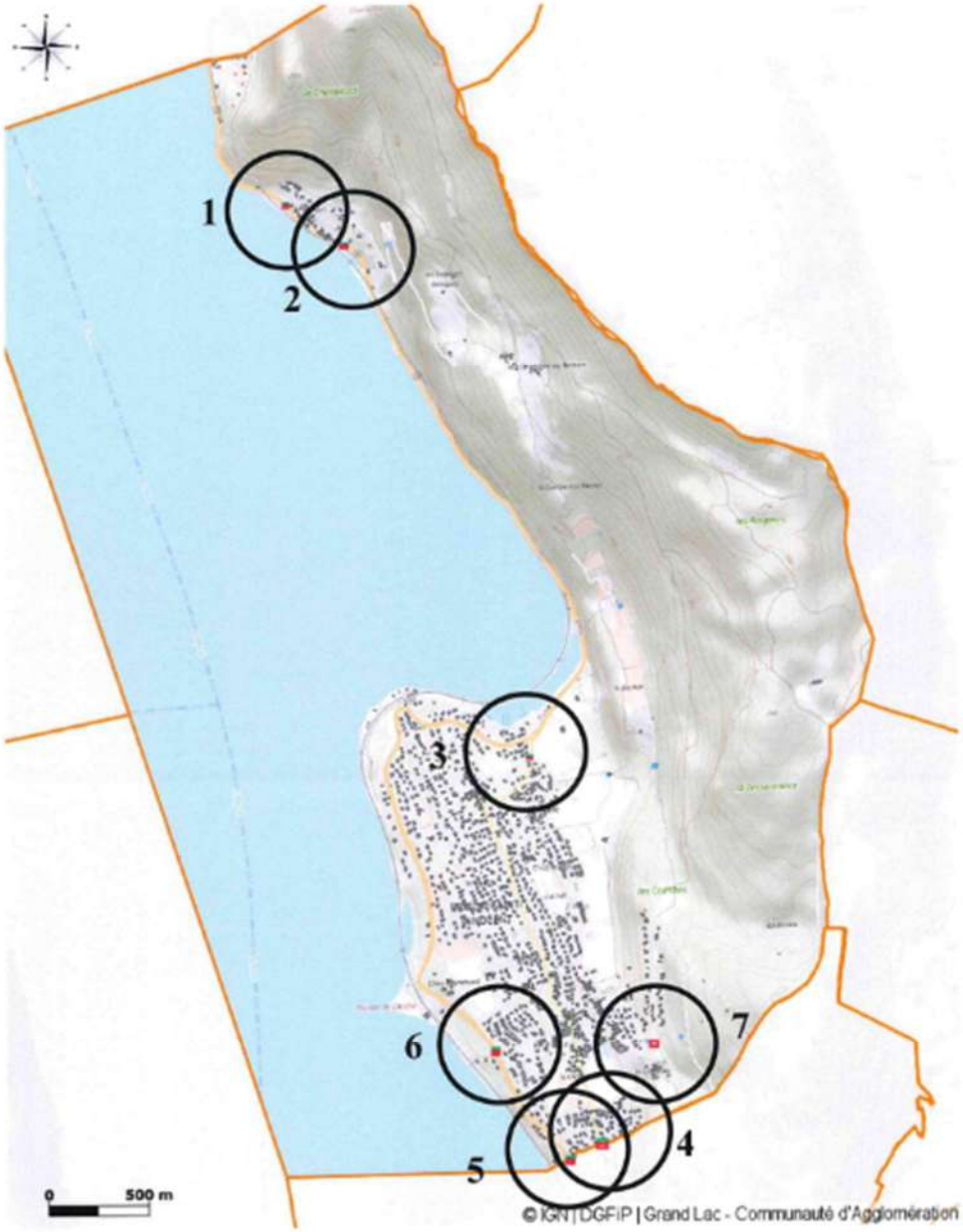
Fait à Brison Saint-Innocent, le 16 décembre 2024.

Le Maire,
Jean-Claude CROZE



brisonsaintinnocent
l'envie grandeur nature

Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Chanaz

Chanaz
CANAL DE SAVIÈRES

Arrêté municipal n°2024-91

ARRÊTÉ municipal de circulation du 26 novembre 2024
Arrêté fixant les limites d'agglomération
De la commune de Chanaz

Le Maire de la Commune de Chanaz,

Chevalier de l'Ordre National du Mérite,

Chevalier de l'Ordre National des Palmes Académiques,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

Article 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

Article 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Chanaz, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	entrée	45°81'11'42N	5°79'68.7	Phénix
2	Sortie	45°81'11'42N	5°79'68.7	Phénix
3	Entrée	45°80'752	5°81'674	Portout
4	Sortie	45°80'752	5°81'674	Portout

Chanaz
Mairie de Chanaz – 35, Rue de la Mairie 73310 CHANAZ
Tél. 04 79 54 57 50 – mairie@chanaz.fr
www.chanaz.fr

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

5	Entrée	45°64'031	5°76'726	Pont de Chanaz
6	Sortie	45°64'031	5°76'726	Pont de Chanaz
7	Entrée	45°80'855	5°78'783	La Pointe
8	Sortie	45°80'855	5°78'783	La Pointe
9	Entrée	45°78'289	5°81'536	Praille
10	Sortie	45°78'289	5°81'536	Praille
11	Entrée	45°79'420	5°79'093	Landard sud
12	Sortie	45°79'420	5°79'093	Landard sud
13	Entrée	45°79'779	5°79'263	Landard nord
14	Sortie	45°79'779	5°79'263	Landard nord

Article 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Chanaz.

Article 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 7 : M. le Maire de la commune de Chanaz, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de la Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Chanaz, le 26 novembre 2024
Le Maire, Yves HUSSON

MAIRIE DE CHANAZ Savoie (73)

Mairie de Chanaz – 35, Rue de la Mairie 73310 CHANAZ
Tél. 04 79 54 57 50 – mairie@chanaz.fr
www.chanaz.fr

Chanaz
CANAL DE SAVIÈRES

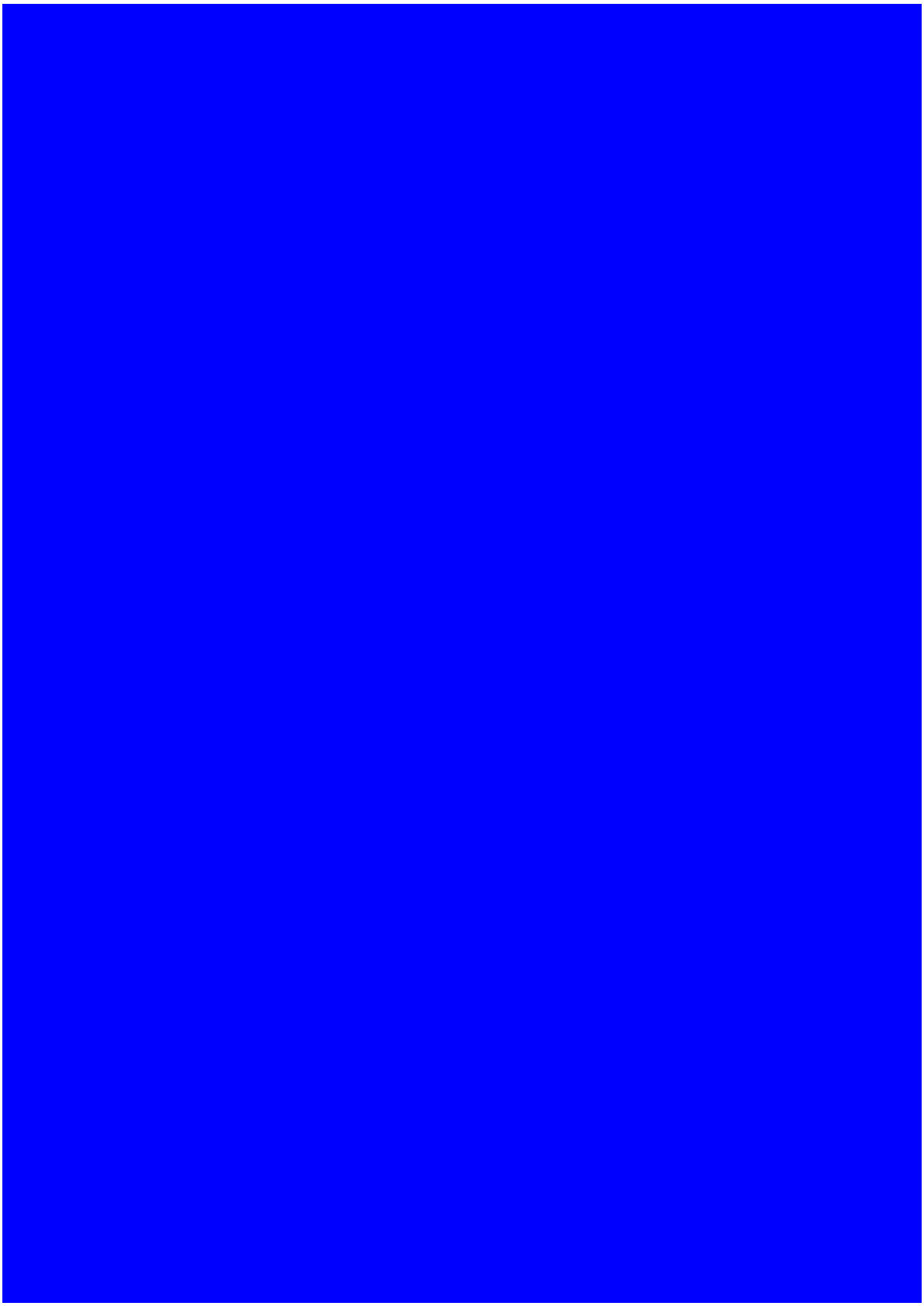
Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération

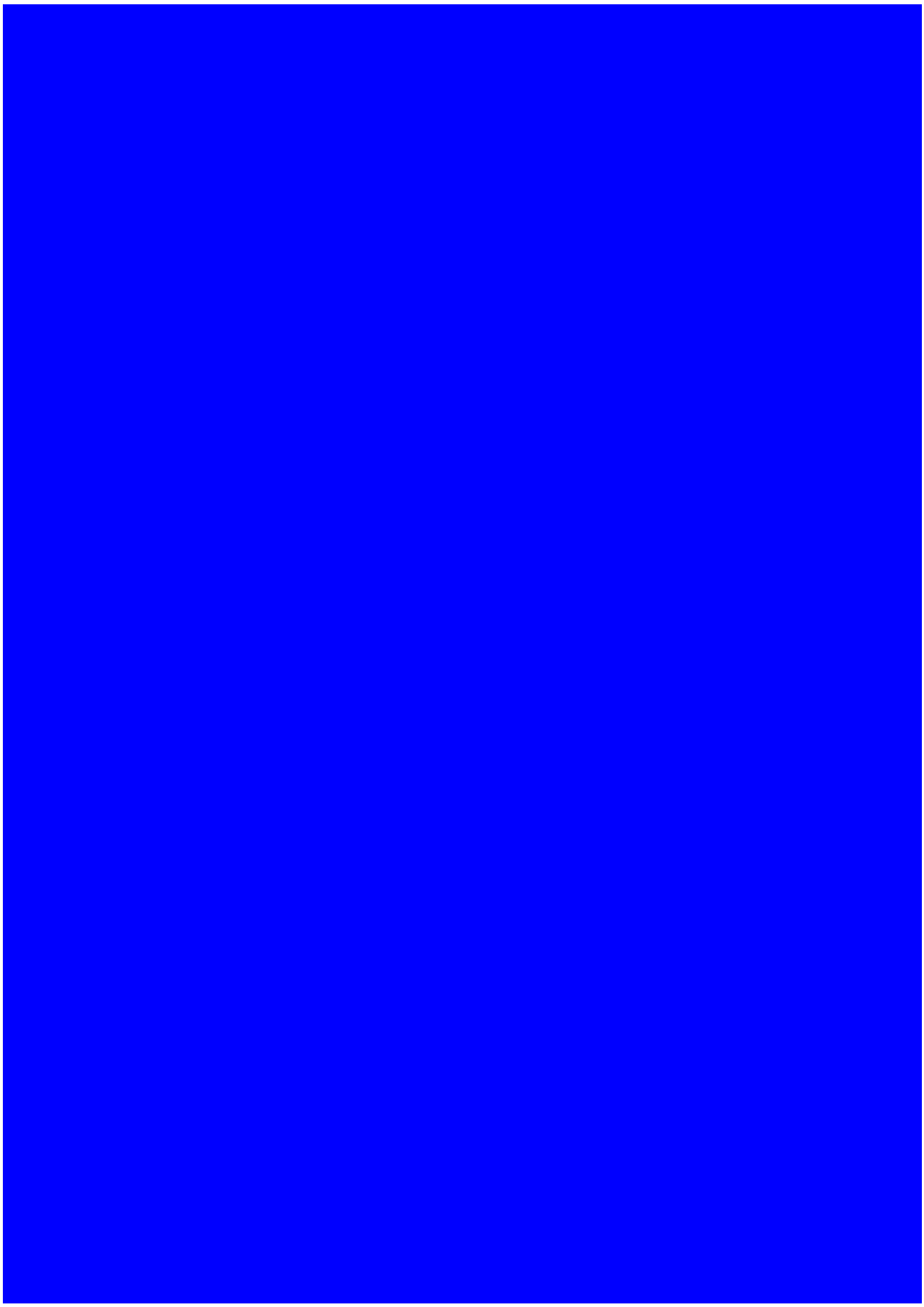


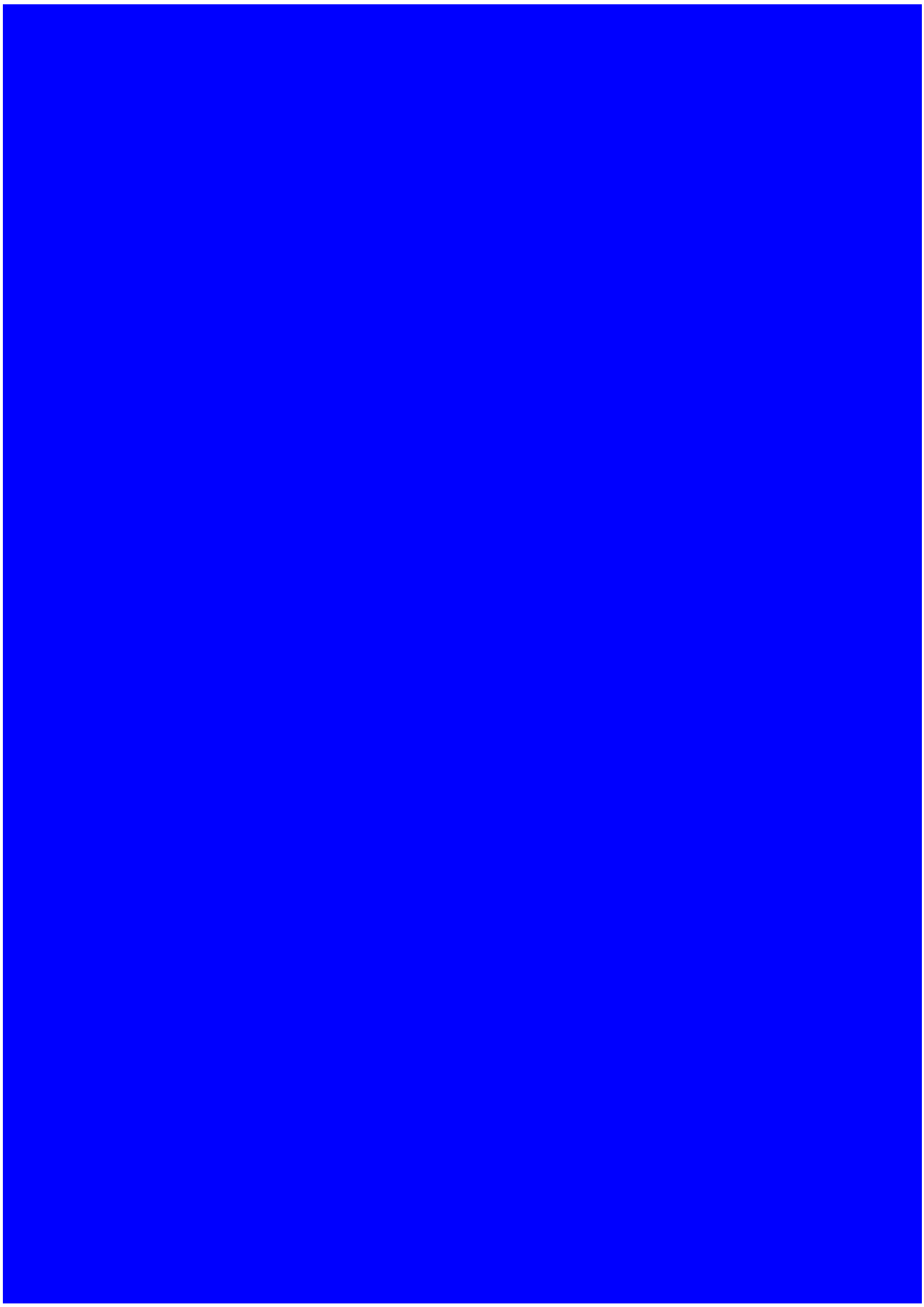
Chanaz
Mairie de Chanaz – 35, Rue de la Mairie 73310 CHANAZ
Tél. 04 79 54 57 50 – mairie@chanaz.fr
www.chanaz.fr

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

Arrêté fixant les limites d'agglomération de la Chapelle du Mont du Chat







Arrêté fixant les limites d'agglomération de Chindrieux

ARRÊTÉ PERMANENT
Fixant les limites d'agglomération
N° 2024-26

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
DÉPARTEMENT DE LA SAVOIE
VILLE DE CHINDRIEUX
73310

EXTRAIT DU REGISTRE DES ARRÊTÉS DU MAIRE

Madame Le Maire de CHINDRIEUX,
Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;
Vu le Code de la Route ;
Vu l'Instruction Interministérielle sur la signalisation routière approuvée par l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 et ses textes subséquents ;
Vu l'avis favorable du 1er octobre 2024 du Département de la Savoie, gestionnaire de la voirie ;

CONSIDERANT que la RD 56 dans le Hameau de Viuz, présente bien un caractère de rue à partir du PR 4+565 au PR 4+970 et qu'il faut assurer la cohérence des limites d'agglomérations actuelles ;

ARRÊTE

ARTICLE 1er : Les limites de l'agglomération de Chindrieux, au sens de l'article R 110.2 du Code de la Route, sont fixées ainsi qu'il suit sur la RD 56 : du PR 4+565 au PR 4+970.

Rappel des limites de l'agglomération de Chindrieux :

- Sur la RD991 du PR 11+696 au PR 11+1014 (Viuz)
- Sur la RD991 du PR 12+453 au PR 12+726 (Praz)
- Sur la RD 57 du PR 0+000 au PR 0+325 (Praz)
- Sur la RD991 du PR 13+235 au PR 15+268 (Chef-Lieu)
- Sur la RD914 du PR 0+000 au PR 0+145 (Chef-Lieu)
- Sur la RD991B du PR 0+000 au PR 0+377 (Chef-Lieu)
- Sur la RD56 du PR 1+040 au PR 2+450 (Chef-Lieu)
- Sur la RD 56 du PR 0+000 au PR 0+225 (Chatillon)
- Sur la RD914 du PR 3+122 au PR 3+193 (Portout)
- Sur la RD991 du PR 15+881 au PR 16+733 (Groisin)

ARTICLE 2 : La signalisation réglementaire conforme aux dispositions de l'Instruction Interministérielle (Livre 1 – 1° Partie) sera mise en place à la charge de la commune de Chindrieux.

ARTICLE 3 : Les dispositions définies à l'article 1er prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 4 : Les dispositions antérieures relatives aux limites de l'agglomération sur la RD 56 sont abrogées.

ARTICLE 5 :
Madame le Maire de Chindrieux ;
Monsieur le Directeur de l'Aménagement et du Développement au Conseil Général de la Savoie ;
Monsieur le Commandant du groupement de Gendarmerie de la Savoie ;

Sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur

Fait à CHINDRIEUX, le 07 octobre 2024

Marie-Claire BARBIER,
Le Maire,



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Conjux

Envoyé en préfecture le 21/11/2024
Reçu en préfecture le 21/11/2024
Publié le 21/11/2024
ID : 073-217300912-20241118-20241118AGGLO-AR

Arrêté fixant les limites de l'agglomération de la commune de CONJUX

Le Maire de Conjux,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;
VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;
VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;
VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;
VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Conjux, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Numéro	Secteur	Repère Département	Repère plan annexe
RD914	Portout	PR3+374	1
RD914	Portout	PR3+710	1
RD914	Chef Lieu	PR4+198	2
RD914	Chef Lieu	PR5+234	2
RD210	Semelaz	PR16+123	3
RD210	Semelaz	PR15+942	3

Envoyé en préfecture le 21/11/2024
Reçu en préfecture le 21/11/2024
Publié le 21/11/2024
ID : 073-217300912-20241118-20241118AGGLO-AR

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Conjux.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : M. le Maire de la commune de Conjux, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Commandant de la Brigade de Gendarmerie de Chindrieux, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Conjux le 18/11/2024
Le Maire,



Envoyé en préfecture le 21/11/2024
Reçu en préfecture le 21/11/2024
Publié le 21/11/2024
ID : 073-217300912-20241118-20241118AGGLO-AR

Plan annexe



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Drumettaz-Clarafond

DRUMETTAZ CLARAFOND
Terre d'équilibre

ARRETE MUNICIPAL N° V241128-ST

LIMITES DES AGGLOMERATIONS DE LA COMMUNE

Le Maire de DRUMETTAZ-CLARAFOND,

Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée,

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4,

Vu le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28,

Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes,

Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication,

Considérant que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune,

ARRÊTE

ARTICLE 1 :
Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 :
Les limites des agglomérations de la commune de DRUMETTAZ-CLARAFOND, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant et de son annexe: localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, commune de DRUMETTAZ-CLARAFOND.

MAIRIE – 102 route du Chef-lieu – 73420 DRUMETTAZ-CLARAFOND
Tel. 04.79.63.64.00 – Fax 04.79.63.64.01 – Courriel : **mdrumettaz.accueil@orange.fr** – Site : **www.drumettaz-clarafond.com**

Une commune de GRAND LAC

Repère	Nature	Latitude	Longitude	Secteur	Voie
1	Entrée/Sortie	45.665966	5.939118	Clarafond	Route de la Charitine
2	Sortie	45.659613	5.938760	Chef-lieu	Route du Revard
3	Entrée	45.659618	5.938647	Chef-lieu	Route du Revard
4	Entrée	45.660895	5.942714	Clarafond	Route des Epinettes
5	Entrée/Sortie	45.658709	5.939351	Chef-lieu	Route des Epinettes
6	Entrée	45.656846	5.938323	Chef-lieu	Route de Chambéry
7	Sortie	45.656865	5.938219	Chef-lieu	Route de Chambéry
8	Sortie	45.658816	5.932941	Chef-lieu	Route du Chef-lieu
9	Entrée	45.658705	5.933135	Chef-lieu	Route du Chef-lieu
10	Sortie	45.659061	5.926186	Le Mollard	Montée du Mollard
11	Entrée	45.659221	5.926082	Le Mollard	Montée du Mollard
12	Sortie	45.669073	5.922998	Le Biolay	Route du Biolay
13	Entrée	45.668881	5.922860	Le Biolay	Route du Biolay
14	Entrée/Sortie	45.664225	5.918921	Les Terrailliers	Route des Terrailliers
15	Entrée/Sortie	45.658534	5.921465	Drumettaz	Route des Chênes
16	Entrée/Sortie	45.657984	5.914714	La Peisse	Route des Vernes
17	Sortie	45.664755	5.908911	Le Golf	Avenue du Golf
18	Entrée	45.664756	5.908748	Le Golf	Avenue du Golf
19	Sortie	45.661291	5.908961	Le Golf	Avenue du Golf
20	Entrée	45.661184	5.909204	Le Golf	Avenue du Golf

ARTICLE 3 :
La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 :
Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 :
Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de DRUMETTAZ-CLARAFOND.

ARTICLE 6 :
Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

MAIRIE – 102 route du Chef-lieu – 73420 DRUMETTAZ-CLARAFOND
Tel. 04.79.63.64.00 – Fax 04.79.63.64.01 – Courriel : mdrumettaz.accueil@orange.fr – Site : www.drumettaz-clarafond.com

Une commune de
GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

ARTICLE 7 :
M. le Maire de la commune de DRUMETTAZ-CLARAFOND, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Drumettaz-Clarafond, le 03 décembre 2024.

Le Maire,
Nicolas JACQUIER

MAIRIE de DRUMETTAZ CLARAFOND (SAVOIE)

Conformément aux dispositions du Code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble, dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

MAIRIE – 102 route du Chef-lieu – 73420 DRUMETTAZ-CLARAFOND
Tel. 04.79.63.64.00 – Fax 04.79.63.64.01 – Courriel : **mdrumettaz.accueil@orange.fr** – Site : **www.drumettaz-clarafond.com**

Une commune de GRAND LAC


LOCALISATION DES PANNEAUX D'ENTREE ET DE SORTIE D'AGGLOMERATION
COMMUNE DE DRUMETTAZ-CLARAFOND
MOUXY
MERY
AIX-LES-BAINS
VIVIERS DU LAC
ANNECY
Route du Revard

Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Entrelacs

ENTRELACS
Commune Nouvelle Savoie

ALBENS
CESSENS
ÉPERSY
MOGNARD
St-GERMAIN-LA-CHAMBOTTE
St-GIROD

ARRETE FIXANT LES LIMITES DES AGGLOMÉRATIONS DE LA COMMUNE D'ENTRELACS

N° 2024/EP/026

Le Maire de la Commune d'ENTRELACS (Savoie),

- Vu la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiées ;
- Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L2213-1 à L 2213-4 ;
- Vu le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R411-8 et R411-25 à 28 ;
- Vu l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;
- Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière – livre I – 5ème partie – signalisation d'indication ;

CONSIDERANT, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRETE

Article 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

COMMUNE NOUVELLE D'ENTRELACS
CENTRE ADMINISTRATIF RENÉ GAY - BP90003 - ALBENS - 73410 ENTRELACS
Tél. : 04.79.54.17.59 - Fax : 04.79.54.12.77
Email : mairie@entrelacs-savoie.fr - www.entrelacs-savoie.fr

Article 2 : Les limites des agglomérations de la commune d'ENTRELACS, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Numéro	Type	Latitude	Longitude	Secteur
1	Entrée	45.775713	5.893115	St-Germain
2	Sortie	45.77632	5.893015	St-Germain
3	Entrée / Sortie	45.778663	5.887532	St-Germain
4	Entrée / Sortie	45.778213	5.875294	St-Germain
5	Entrée / Sortie	45.778203	5.875362	St-Germain
6	Entrée / Sortie	45.777047	5.873729	St-Germain
7	Entrée / Sortie	45.78187	5.888948	St-Germain
8	Entrée / Sortie	45.800592	5.884868	Cessens
9	Entrée / Sortie	45.798624	5.881634	Cessens
10	Entrée	45.736189	5.958942	Epersy
11	Sortie	45.736261	5.958857	Epersy
12	Entrée	45.740555	5.960751	Epersy
13	Sortie	45.740729	5.960793	Epersy
14	Entrée / Sortie	45.744644	5.959719	Mognard
15	Entrée / Sortie	45.747882	5.958816	Mognard
16	Entrée / Sortie	45.749314	5.953012	Mognard
17	Entrée / Sortie	45.763631	5.964419	St-Girod (1)
18	Entrée / Sortie	45.769548	5.96377	St-Girod (1)
19	Entrée / Sortie	45.772501	5.964453	St-Girod (1)
20	Entrée / Sortie	45.77531	5.965822	St-Girod (1)
21	Entrée / Sortie	45.777918	5.967376	St-Girod (2)
22	Entrée / Sortie	45.776756	5.969976	St-Girod (2)
23	Entrée / Sortie	45.781854	5.967311	St-Girod (2)
24	Entrée / Sortie	45.781761	5.969569	St-Girod (2)
25	Entrée / Sortie	45.780728	5.964963	St-Girod (2)
26	Entrée / Sortie	45.794623	5.929117	Albens
27	Entrée / Sortie	45.784651	5.938654	Albens
28	Entrée / Sortie	45.779054	5.93694	Albens
29	Entrée / Sortie	45.780754	5.944093	Albens
30	Entrée / Sortie	45.788289	5.954742	Albens
31	Entrée / Sortie	45.792774	5.947114	Albens
32	Entrée / Sortie	45.793185	5.939046	Albens
33	Entrée / Sortie	45.793908	5.9332148	Albens

Article 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux disposition de l'instruction interministérielle – livre I – 5ème partie – signalisation d'indication – sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune d'ENTRELACS.

COMMUNE NOUVELLE D'ENTRELACS
CENTRE ADMINISTRATIF RENÉ GAY • BP90003 • ALBENS • 73410 ENTRELACS
Tél. : 04.79.54.17.59 • Fax : 04.79.54.12.77
Email : mairie@entrelacs-savoie.fr • www.entrelacs-savoie.fr

Article 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 7 : M. le Maire de la commune d'ENTRELACS, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de la Savoie, Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique de la Savoie (pour la zone police), sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

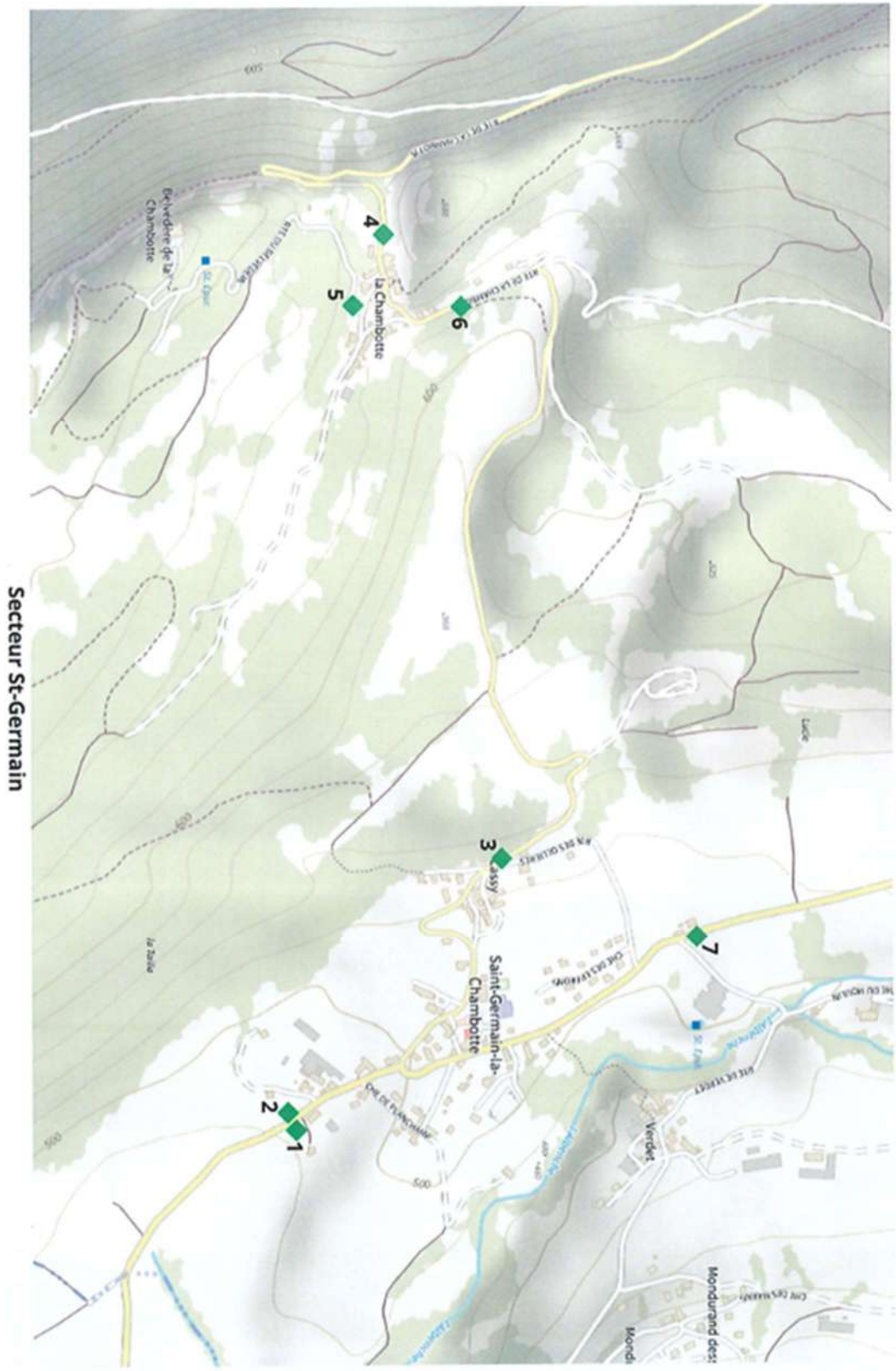
Fait à ENTRELACS, le 26 Novembre 2024

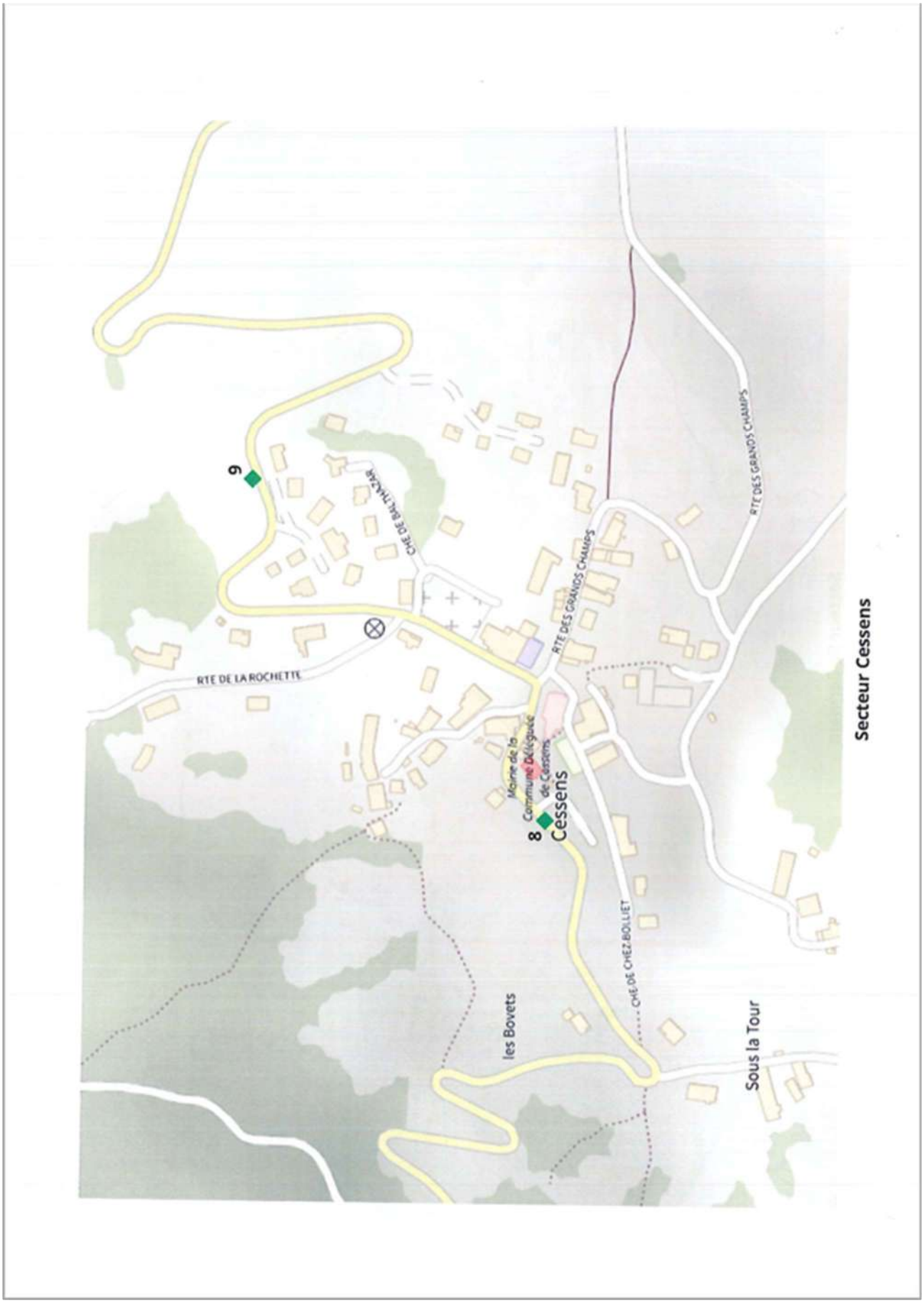
Jean-François BRAISSAND
Maire d'ENTRELACS

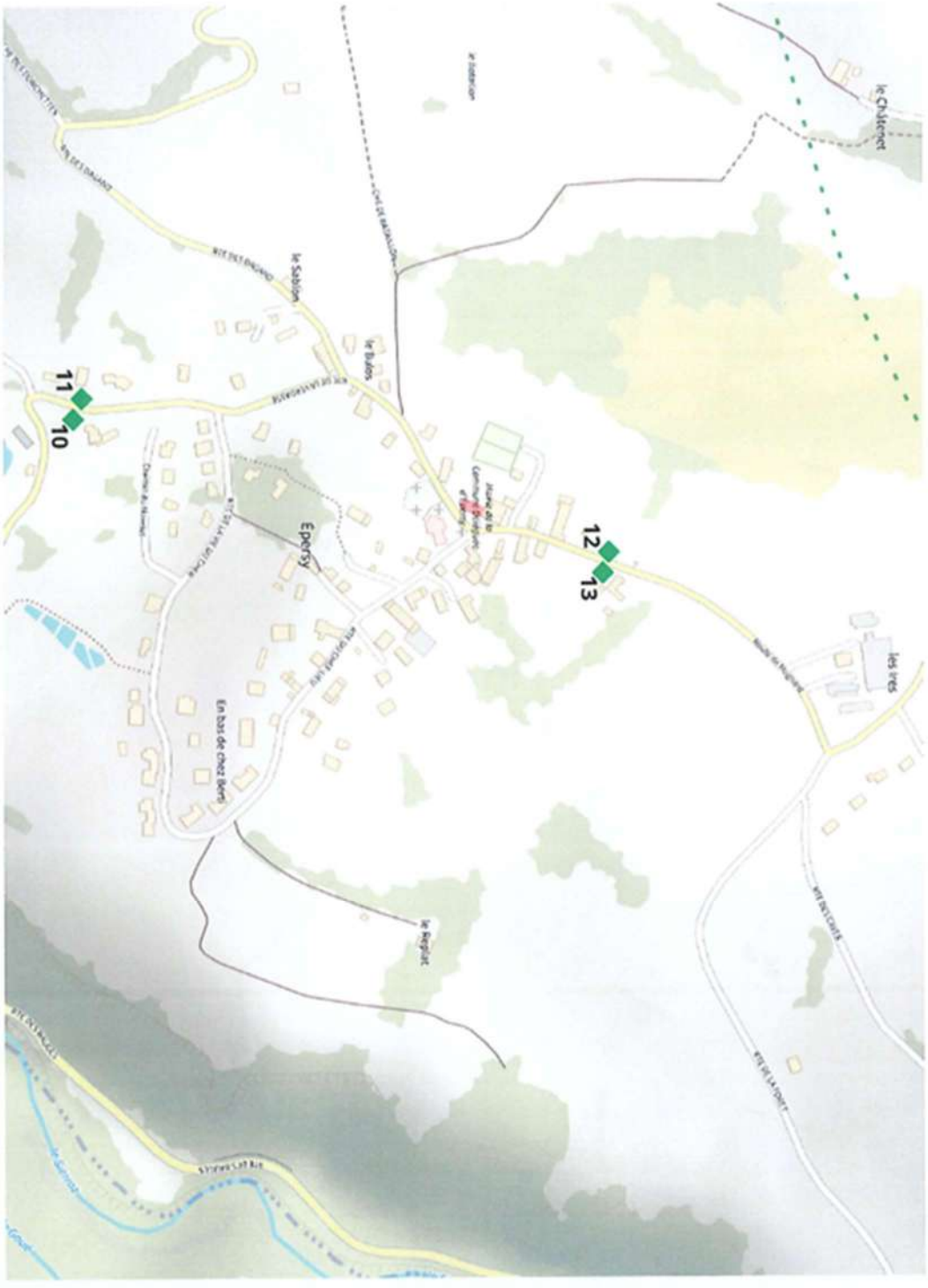


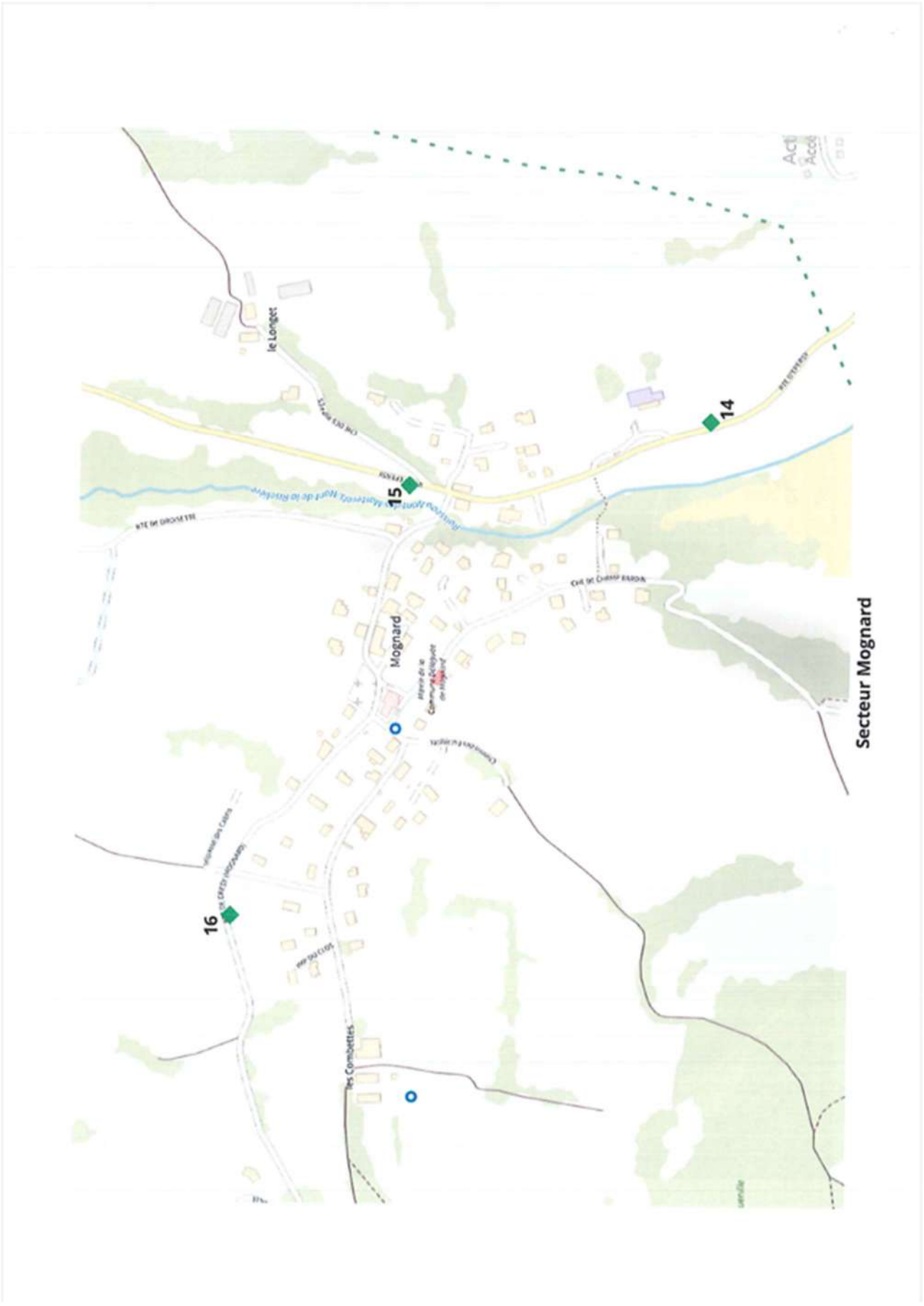
COMMUNE NOUVELLE D'ENTRELACS
CENTRE ADMINISTRATIF RENÉ GAY • BP90003 • ALBENS • 73410 ENTRELACS
Tél. : 04.79.54.17.59 • Fax : 04.79.54.12.77
Email : mairie@entrelacs-savoie.fr • www.entrelacs-savoie.fr

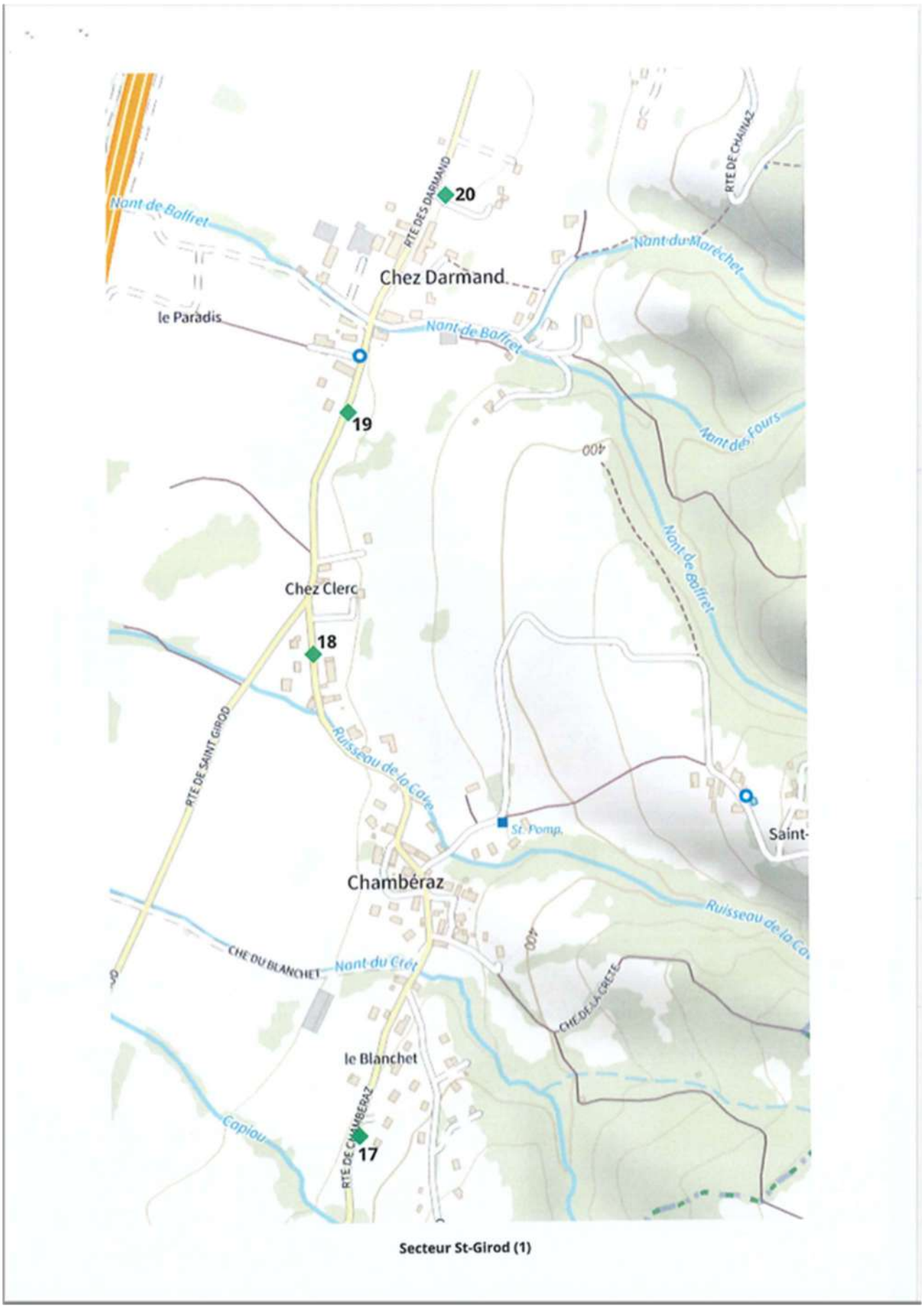
Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération



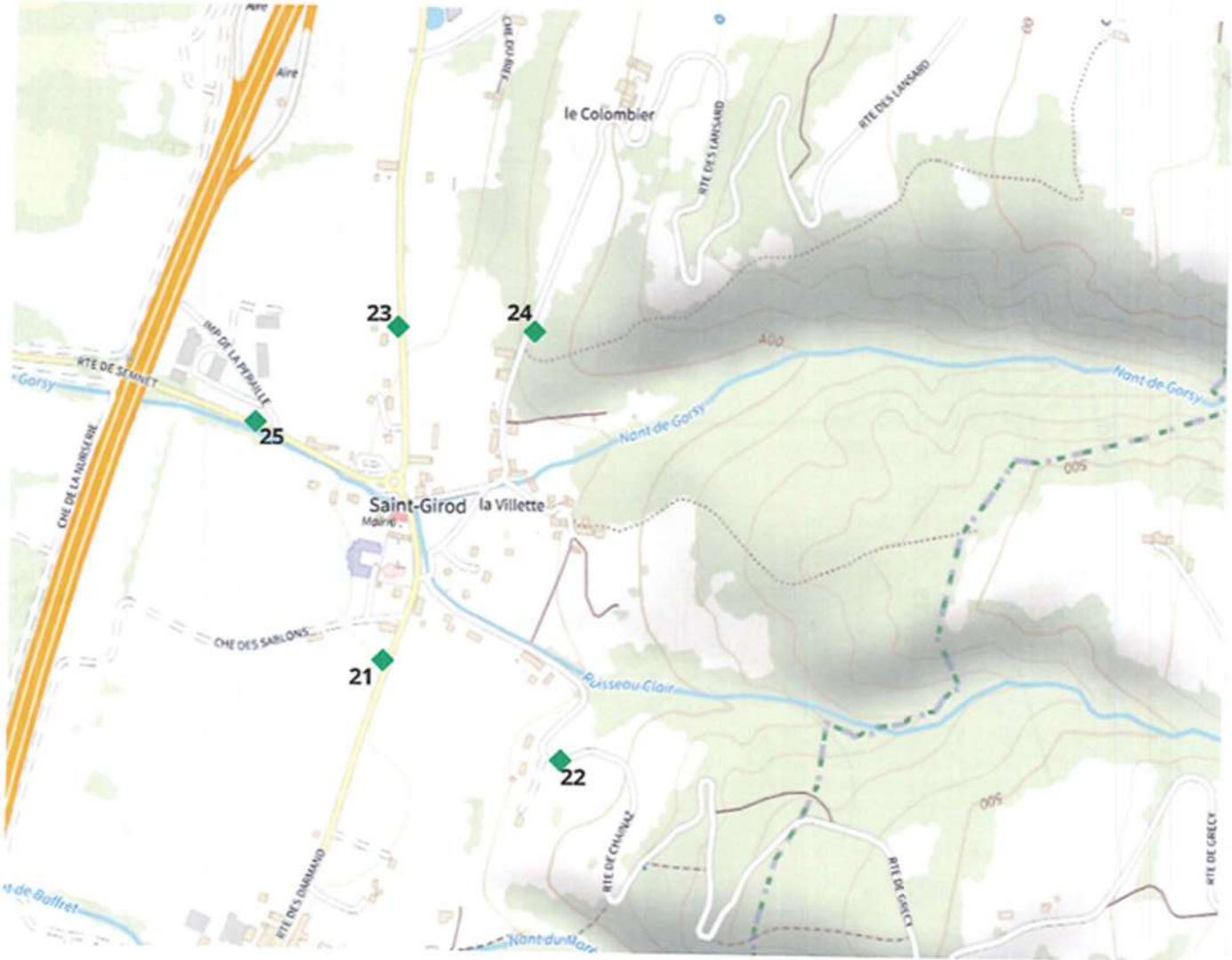

Secteur Cessens
9
8
Cessens
Mairie de la Commune Déléguée de Cessens
RTE DE LA ROCHETTE
CHE DE BELTHAZAR
RTE DES GRANDS CHAMPS
RTE DES GRANDS CHAMPS
CHE DE CHEZ BOLLIET
les Bovets
Sous la Tour


Secteur Epersy
Epersy
Le Sablon
Le Buton
Le Chatenet
Les Ires
Le Replat
En bas de chez Berri
11
10
12
13

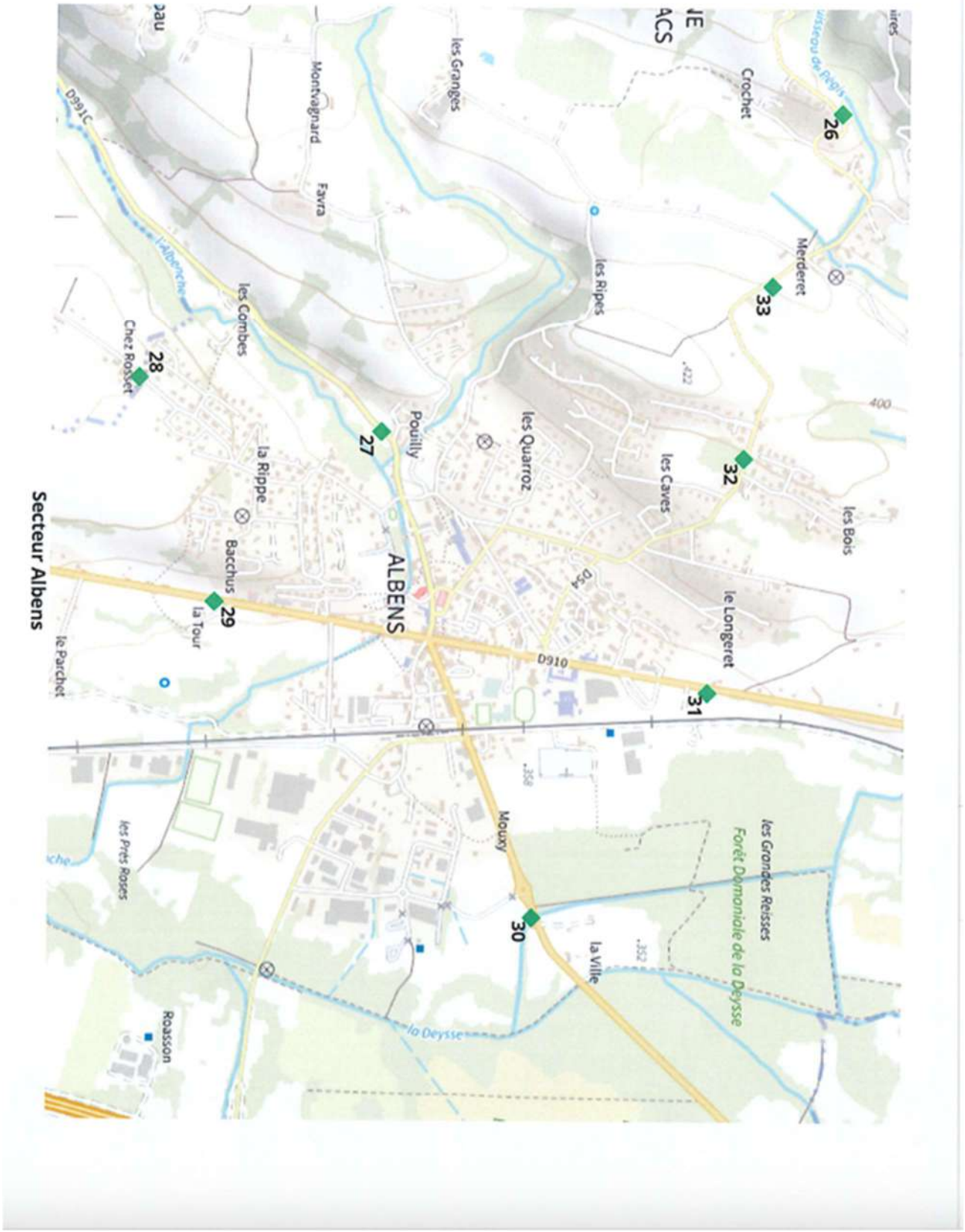

Le Longet
14
15
16
Mognard
Les Combettes
Secteur Mognard



Secteur St-Girod (1)



Secteur St-Girod (2)


Secteur Albens
ALBENS
Crochet
Merderet
les Ripes
les Granges
Montvalgnard
Favra
les Combes
Chez Rosset
Poulily
les Quarroz
les Caves
les Bois
la Rippe
Bacchus
la Tour
le Parchet
le Longeret
D910
D54
Moury
la Ville
les Grandes Reisses
Forêt Domaniale de la Deysse
les Prés Roses
la Deysse
Roasson
D991C
26
27
28
29
30
31
32
33
400

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Grésy-sur-Aix

ARRETE N° 2018-008
Délimitation des agglomérations de
Grésy sur Aix

Le Maire de la commune de Grésy sur Aix,

- **Vu** le code général des collectivités territoriales et notamment ses articles **L.2231-1-1 et 2 ; L.2212-1 et 2 et L.2213-1.**
- **Vu** le code de la route et notamment ses articles **R.110-1 et 2 ; R.411-2 et 8 et R.411-25 à 28**
- **Vu** le code pénal et son article **R.610-5**
- **Vu** les arrêtés du **8 juillet 1994** et du **23 mai 2017**

ARRETE

Article 1 : La commune de Grésy sur Aix comporte deux agglomérations :

1. agglomération de **Grésy sur Aix centre**
2. agglomération de **Droise**

Article 2 :

2.1 – Les **limites d'agglomération** de **Grésy sur Aix centre** sont situées :

Sur la route départementale n° 1201 – route de l'Albanais
* au PR 21,205 ; au sud de la parcelle AM-81
* au PR 21,930 ; au rond-point d'Antoger

Sur la route départementale n° 911B – accès à l'autoroute
* au PR 0,110 ; au giratoire d'accès à l'autoroute

Sur la route départementale n° 49 – route de Droise
* au PR 11,910 ; en limite nord de la parcelle AR-2

Sur la route départementale n° 49 – route du Revard
* au PR 9,22 ; en limite nord-ouest de la parcelle D-1351

Sur la route départementale n° 911 – route des Bauges
* au PR 1,890 ; au nord du pont sur le Sierroz
* au PR 0,080 ; à l'est du pont sur le Sierroz

Sur la voie communale - route de PontPierre
* en limite avec la commune d'Aix les Bains

Sur la voie communale - rue Boucher de la Rupelle
* en limite avec la commune d'Aix les Bains

Sur la voie communale n°1 - route des Aillouds
* à la limite sud de la parcelle AR-52

Sur la voie communale – route de la Fougère
* au carrefour avec la montée des Rubens

2.2 - Les **limites d'agglomération** de **Droise** sont situées :

Sur la route départementale n° 49 – route de Droise
* au PR 12,785 (sens Grésy sur Aix – Saint Girod)
* au PR 13,140 (sens Saint Girod – Grésy sur Aix)

Telles que figurant sur les plans annexés.

Article 3 :

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction ministérielle relative à la signalisation routière, sera mise en place par les services municipaux.

Article 4 :

Les arrêtés n° 117 du 8 juillet 1994 et n° 2017-75 du 23 mai 2017 sont abrogés.

Article 5 :

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur à la mairie de Grésy sur Aix.

Article 6 :

Ampliation du présent arrêté sera adressée à :

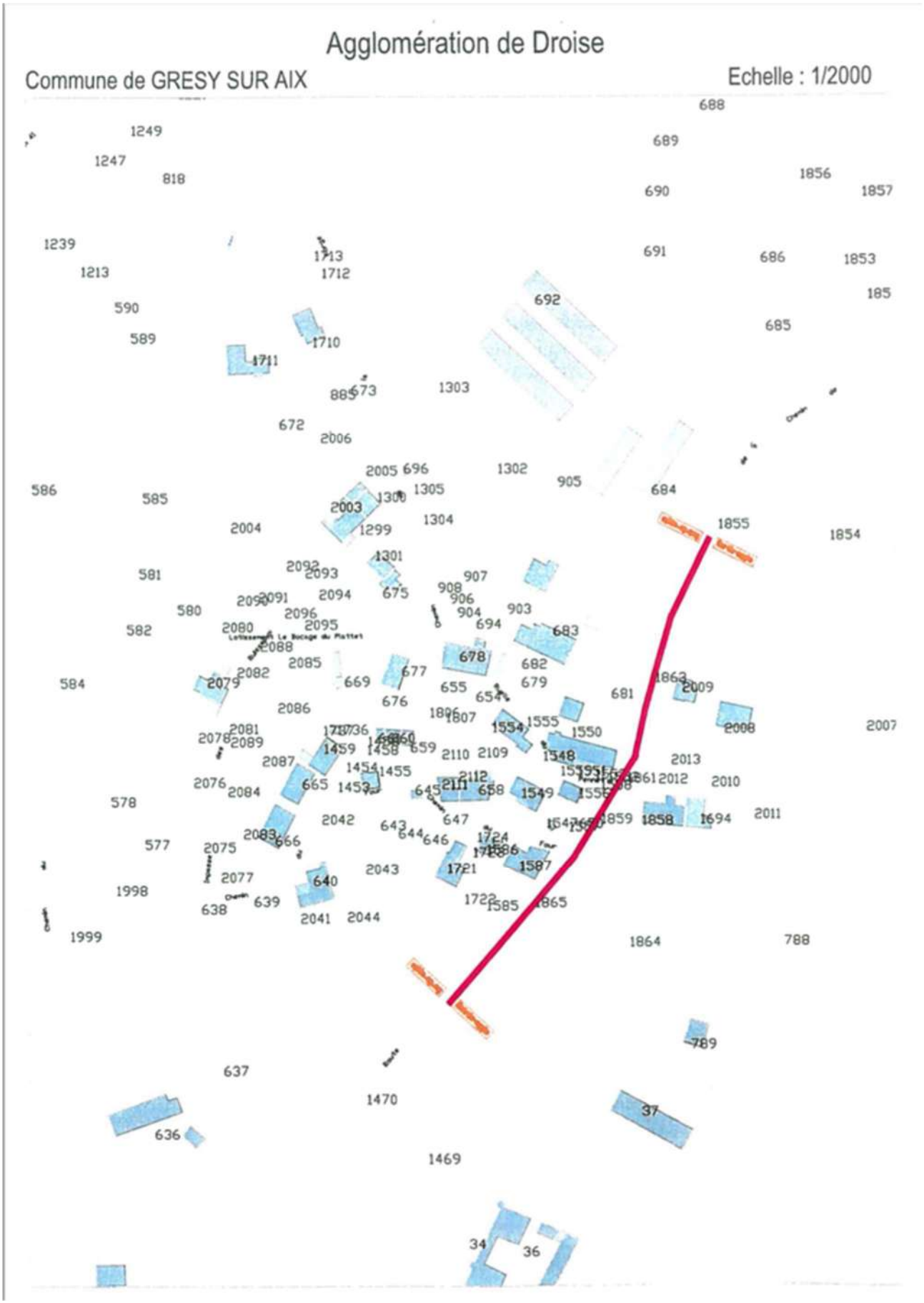
- M. le Directeur Général des Services
- M. le Commandant de la Brigade de Gendarmerie d'Aix les Bains
- M. le Directeur des Services Techniques Municipaux
- M. le Chef de la Police Municipale
- M. le Préfet de Savoie
- M. le Directeur du Territoire de Développement Local d'Aix les Bains

Fait à Grésy sur Aix, le 11 Janvier 2018

Le Maire,
Robert CLERC



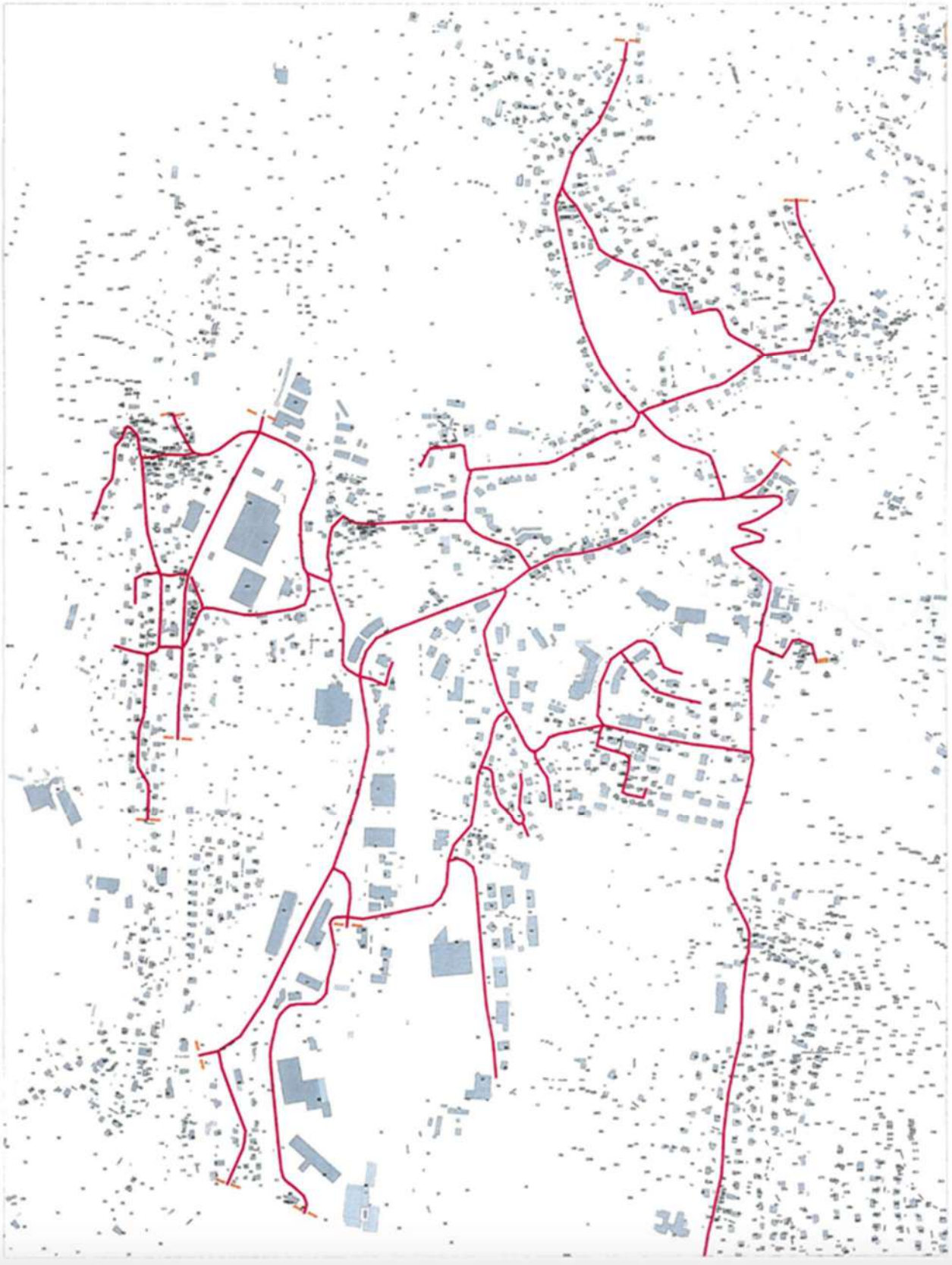
Conformément aux dispositions du code de justice administrative, la présente décision peut faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de la plus tardive des dates suivantes : sa publication ou sa réception par le représentant de l'Etat. Dans ce même délai, un recours gracieux peut être déposé devant l'autorité territoriale, cette démarche suspendant le délai de recours contentieux, qui recommencera à courir soit à compter de la notification de la réponse de l'autorité territoriale, soit quatre mois après l'introduction du recours gracieux, en l'absence de réponse de l'autorité territoriale pendant ce délai.


Agglomération de Droise
Commune de GRESY SUR AIX
Echelle : 1/2000

Agglomération de Grésy sur Aix centre

Commune de GRESY SUR AIX

Echelle : 1/3000



Arrêté fixant les limites d'agglomération de La Biolle

COMMUNE DE LA BIOLLE
ARRÊTÉ DU 22 AVRIL 2020

2020/79 – ARRÊTÉ PERMANENT MODIFICATION DES LIMITES DE L'AGGLOMÉRATION DE LA BIOLLE

LE MAIRE DE LA BIOLLE,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment les articles L 2213.1 à L 2213.6
Vu la loi modifiée n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales,
Vu la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 modifiée relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'état,
Vu le code de la route et notamment les articles R 110.1, R 110.2, R 411.5, R 411.8, R 411.18, R 411.25 à R 411.28 et R. 413.1,
Vu l'arrêté interministériel modifié du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et des autoroutes,
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière (livre I - Huitième partie : signalisation temporaire - approuvée par l'arrêté interministériel du 6 novembre 1992 modifié),

Considérant que la zone agglomérée située le long de la Route de la Chambotte n°991B, du P.R. 11+768 au P.R. 10+560, s'est étendue ;

ARRÊTÉ

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de LA BIOLLE sur les RD 991b (Route de la Chambotte) , Rd52a (Rue de l'ébène), Rd1201(Route d'Annecy) sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites de l'agglomération de LA BIOLLE, au sens de l'article R 110-2 du code de la route, Sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Désignation de la zone traversée	Voie	Repères kilométriques et géographiques
Commune de La Biolle	RD 52a	PR 0 + 000 à 0+569
Commune de La Biolle (Croix du Sable)	RD 52b	PR 0+215 à 0+843
Commune de La Biolle (Chef-Lieu)	RD 991b	PR 11+768 à 10+560
Commune de La Biolle (Villette)	RD 991b	PR 8+185 à 8+385
Commune de La Biolle	RD 1201	PR 24+930 à 25+975

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 2 du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 3 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de LA BIOLLE.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 102 du code des tribunaux administratifs, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble – 2 place de Verdun BP 1135 – 38022 GRENOBLE Cedex dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Madame le Maire de la Commune de La Biolle, Monsieur le Président du Conseil Départemental de la Savoie, Monsieur le Préfet de la Savoie – Bureau de la Sécurité Routière et de la Police des Réseaux Routiers, Monsieur le Commandant du groupement de gendarmerie de la Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Le Maire

Copie sera adressée à :
- Territoire de Développement Local des 2 Lacs du Conseil Départemental de la Savoie (si R.D.)
- Le Service Départemental d'Incendie et de Secours de la Savoie (SDIS)
- Monsieur le Chef du Centre de Secours de La Biolle.

COMMUNE DE LA BIOLLE
ARRETE du 20 DECEMBRE 2021

2021/10- ARRETE PERMANENT MODIFICATION DES LIMITES DE L'AGGLOMERATION DE LA BIOLLE – D991B

LE MAIRE DE LA BIOLLE,

VU la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 modifiée relative aux droits et libertés des collectivités locales;
VU la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 modifiée relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'état,
VU le code général des collectivités territoriales et notamment l'article L 2213.1 ;
VU le code de la route et notamment les articles R 110.1, R 110.2, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 à 28;
VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes;
VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication et des services – approuvée par l'arrêté interministériel du 31 juillet 2002 modifié;
(**VU** l'avis de Monsieur le Président du Conseil Général de la Savoie);
(**VU** l'avis de Monsieur le Préfet de la Savoie) ;

Considérant que la zone agglomérée située de la **Route Départementale de la Chambotte n° 991B, du P.R. 8+188, au P.R. 8+384**, s'est étendue ;

ARRETE

ARTICLE 1 : Les limites de l'agglomération de **LA BIOLLE**, au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit sur :

La **route départementale n° 991B** de **P.R. 8+139 à PR 8+554 .**

ARTICLE 2 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 3 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 4 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de LA BIOLLE sur la RD 991b, **P.R. 8+188, au P.R. 8+384** sont abrogées.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de LA BIOLLE.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 102 du code des tribunaux administratifs, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble – 2 place de Verdun BP 1135 – 38022 GRENOBLE Cedex dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Madame le Maire de la commune de la biolle
Monsieur le président du Conseil Départemental de la Savoie,
Monsieur le Préfet de la Savoie – Bureau de la Sécurité Routière et de la Police des Réseaux Routiers,
Monsieur le Commandant du groupement de gendarmerie de la Savoie,
sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Copie sera adressée à :

- Maison Technique du département Deux Lacs du Conseil Départemental de la Savoie,
- Le service Départemental d'Incendie et de secours de la Savoie,
- Monsieur le Chef du Centre de Secours de La Biolle

Le Maire

A LA BIOLLE, le 22 décembre 2021

Le Maire,

Julie NOVELLI
Maire de LA BIOLLE

MAIRIE de LA BIOLLE (Savoie)

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Le Montcel

Arrêté fixant les limites de l'agglomération de la commune de LE MONTCEL

Le Maire de Le Montcel,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Le Montcel, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	Entrée	45.7214326	5.9816962	Coffatte
1	Sortie	45.7214326	5.9816962	Coffatte
2	Entrée	45.7215913	5.9850785	Au Lencie
2	Sortie	45.7215913	5.9850785	Au Lencie
3	Entrée	45.7250665	5.9849989	La Ferme
3	Sortie	45.7250665	5.9849989	La Ferme
4	Entrée	45.7245107	5.9779643	Les Granges
5	Sortie	45.7245588	5.9780096	Les Granges

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Le Montcel.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : M. le Maire de la commune de Le Montcel, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

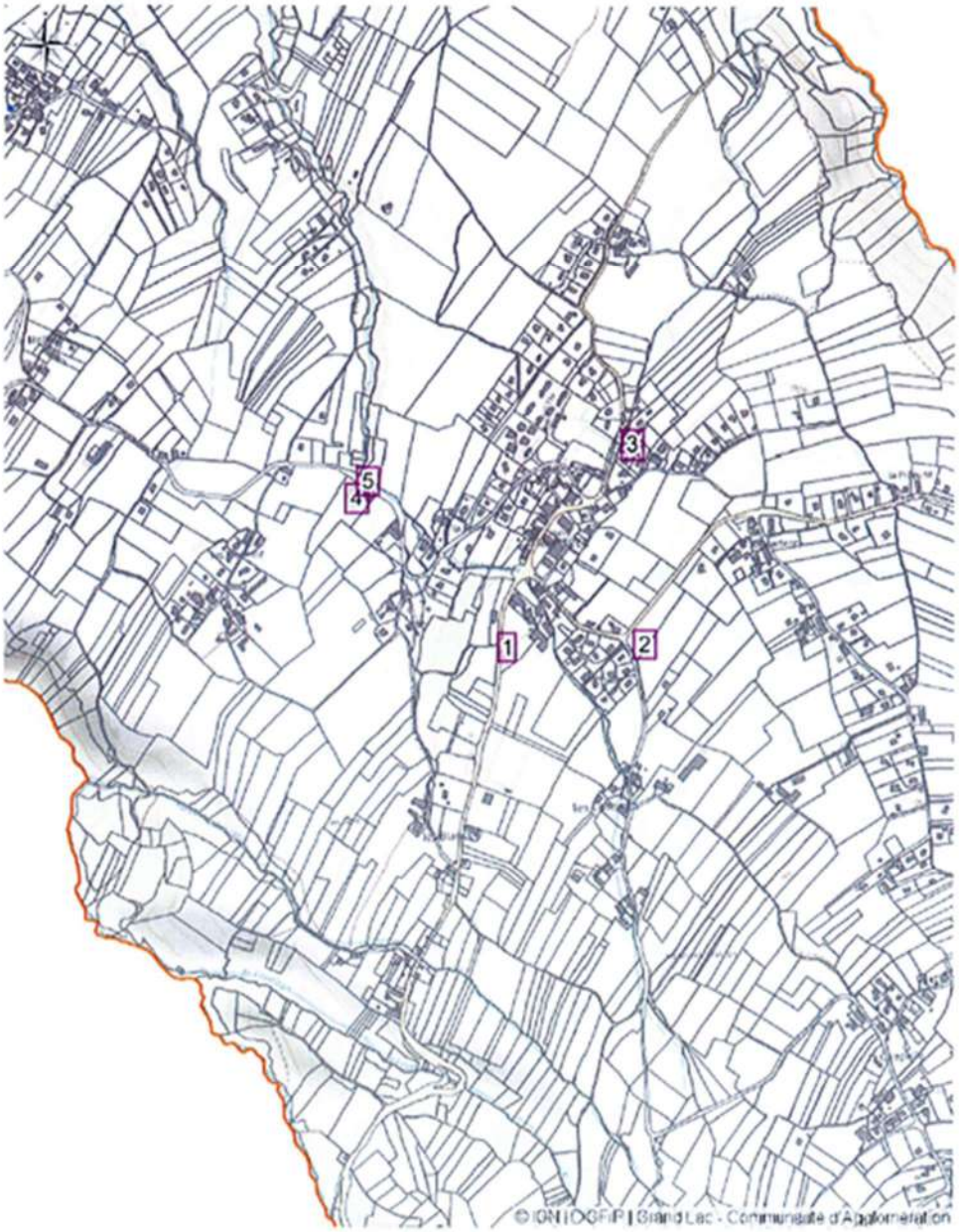
A Le Montcel, le 12 décembre 2024

Le Maire,

Antoine HUYNH

Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération

limites agglomération Le Montcel



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Mery

Envoyé en préfecture le 21/10/2024
Reçu en préfecture le 21/10/2024
Publié le
ID : 073-217301555-20241008-A10_2024-AU

MERY

ARRETE DU MAIRE FIXANT LES LIMITES DE L'AGGLOMERATION DE LA COMMUNE DE MERY

Le Maire de Méry,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Méry, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Mairie de Méry – 95, place de la Fontaine – 73420 MERY
04.79.63.60.00 - accueil@mery73.fr – site Internet : mery73.fr

Envoyé en préfecture le 21/10/2024
Reçu en préfecture le 21/10/2024
Publié le
ID : 073-217301555-20241008-A10_2024-AU

MERY

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	Entrée	5,933910	45,644956	Cimetière
2	Sortie	5,93985	45,644992	Cimetière
3	Entrée	5,933985	45,639742	Rte de la fruitère vers Fournet
4	Sortie	Pas de	Coordonnées GPS	182 D 211 vers Fournet
5	Entrée	5,920850	45,643001	Tunnel rte des briques
6	Sortie	5,920990	45,642889	Tunnel rte des Briques
7	Entrée	Pas de	Coordonnées GPS	143 D16 les Jacquiers
8	Sortie	5,924614	45,631914	Les Jacquiers
9	Sortie	5,931394	45,63332	Les Jacquiers

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Méry.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Madame le Maire de la commune de Méry M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Méry, le 8 octobre 2024

Le Maire,
Nathalie FONTAINE

MAIRIE DE MERY (SAVOIE)

Mairie de Méry – 95, place de la Fontaine – 73420 MERY
04.79.63.60.00 - accueil@mery73.fr – site Internet : mery73.fr

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Motz

Envoyé en préfecture le 05/11/2024
Reçu en préfecture le 05/11/2024
Publié le
ID : 073-217301803-20241029-2024_ARRETE_04-AI

Commune de MOTZ
Département de Savoie

ARRETE FIXANT LES LIMITES DES AGGLOMERATIONS DE LA COMMUNE DE MOTZ

Le Maire de Motz,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;
VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Motz, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	entrée-sortie	5,8300488	45.9301849	Châteaufort Nord -Route de Seyssel (CD 991)
2	entrée-sortie	5,834722	45,924316	Châteaufort Sud – Route de Seyssel (CD 991)
3	entrée	5,834517	45.930682	Châteaufort Est – Route de Châteaufort (CD 56)
4	entrée-sortie	5,846551	45,920791	Chef-Lieu Nord – Route de Châteaufort (CD 56)
5	entrée-sortie	5.846662	45.920791	Chef-Lieu Sud (cimetière)– Route de Serrières (CD 56)
6	entrée-sortie	5.848325	45,917233	Chef-Lieu Sud- Route de Blinty

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

Envoyé en préfecture le 05/11/2024
Reçu en préfecture le 05/11/2024
Publié le
ID : 073-217301803-20241029-2024_ARRETE_04-AI

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de MOTZ

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Monsieur le Maire, Monsieur le Président du Conseil Départemental de la Savoie, Monsieur le Chef de la gendarmerie de Chindrieux, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

A Motz, le 29 octobre 2024

Le Maire
Daniel CLERC

MAIRIE DE MOTZ
73 (Savoie)

Envoyé en préfecture le 05/11/2024
Reçu en préfecture le 05/11/2024
Publié le
ID : 073-217301803-20241029-2024_ARRETE_04-AI

MAIRIE DE MOTZ



Ce plan est fourni à titre indicatif.

Envoyé en préfecture le 05/11/2024
Reçu en préfecture le 05/11/2024
Publié le
ID : 073-217301803-20241029-2024_ARRETE_04-AI

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Mouxy

MOUXY
Un village d'exception au balcon du lac

MAIRIE de MOUXY
88, route de l'Eglise
73100 MOUXY
Tél : 09 72 33 48 30
www.mouxy.fr

DEPARTEMENT DE LA SAVOIE

Arrêté n°2024_10

ARRETE MUNICIPAL
Fixant les limites de l'agglomération de Mouxy

Le Maire de Mouxy,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Mouxy, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	entrée/sortie	45.675910	5.938252	Angolet
2	entrée/sortie	45.671825	5.923188	Grands Champs
3	entrée/sortie	46.671585	5.922212	Biolay
4	entrée/sortie	45.681108	5.919218	Accacias
5	entrée/sortie	45.689458	5.928102	Treilles
6	entrée/sortie	45.694678	5.933309	Croix Balmont
7	entrée/sortie	45.687663	5.938854	Route du revard
8	entrée/sortie	45.676685	5.955817	Mentens
9	entrée/sortie	45.684859	5.928210	Saint Pol

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Mouxy.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Mme le Maire de la commune de Mouxy, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à MOUXY, le 09/12/2024

Le Maire,
Armelle PERSON

MAIRIE DE MOUXY (Savoie)

Arrêté fixant les limites d'agglomération d'Ontex

Envoyé en préfecture le 06/01/2025
Reçu en préfecture le 06/01/2025
Publié le
ID : 073-217301936-20250106-ARR202503-AR

ARRETE N°2025/03

ARRETE PERMANENT PRIS A LA DEMANDE DE GRAND-LAC FIXANT LES LIMITES DES AGGLOMERATIONS DE LA COMMUNE D'ONTEX

Le Maire d'Ontex, Christiane CARRIER,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée,

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4,

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28,

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes,

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication,

Considérant que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune,

ARRÊTE

ARTICLE 1

Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations, sont abrogées.

Le présent arrêté est pris à la demande de Grand-Lac qui demande une mise à jour en ce début 2025. Toutefois, aucun changement n'est à noter quant aux panneaux d'agglomérations déjà mis en place antérieurement.

ARTICLE 2

Les limites des agglomérations de la commune d'Ontex, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

Numéro	Type	Latitude	Longitude	Secteur
1	Entrée	45.753858	5.825954	Chef-Lieu
2	Sortie	45.754561	5.819267	Chef-Lieu
3	Entrée	45.748560	5.831644	Grumeau
4	Sortie	45.748022	5.831458	Grumeau
5	Entrée	45.766175	5.824502	Billon
6	Sortie	45.768033	5.822557	Billon

ARTICLE 3

La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune (rappel : aucun changement n'est à noter quant aux panneaux d'agglomérations déjà mis en place antérieurement).

ARTICLE 4

Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5

Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.

ARTICLE 6

Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7

Le Maire d'Ontex, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie ainsi que le Lieutenant-Colonel commandant du Groupement de Gendarmerie de La Savoie sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Ontex, le 06/01/2025,
Le Maire, Christiane CARRIER,

MAIRIE DE ONTEX (Savoie)

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Pugny-Chatenod

PUGNY CHATENOD
SAVOIE

ARRETE MUNICIPAL DE FIXATION DES LIMITES DE L'AGGLOMERATION

Le Maire de la Commune de Pugny-Châtenod,
Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;
Vu le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R 411-25 ;
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I – 5e partie - signalisation d'indication ;
Considérant, qu'il y a lieu de prendre toutes les mesures propres à renforcer la sécurité des usagers de la voie publique ;
Considérant la nécessité de mettre en cohérence les limites de l'agglomération de la Commune

ARRETE

Article 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de :

- La Route des cendres (Châtenod) – PR 177
- La Route de l'église (Chef-Lieu) – PR 110
- La Route de l'école (Chef-Lieu) – PR 2
- La Route de Longchamp (Chef-Lieu) – PR 923
- La Route de Trévignin (Chef-Lieu) – PR 305

sont abrogées.

Article 2 : Les limites de l'agglomération de Pugny-Châtenod, au sens de l'article R110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit:

- Panneaux entrée et sortie d'agglomération : Route du Téléphérique (Chef-Lieu) – RD49A PR 0+745
- Panneaux entrée et sortie d'agglomération : Route de Trévignin (Chef-Lieu) – RD49 PR 4+375
- Panneau entrée et sortie d'agglomération : Route du Revard (Châtenod) – RD913 PR 5+692 direction Le Revard
- Panneau entrée et sortie d'agglomération : Route du Revard (Châtenod) – RD913 PR 4+756 direction Mouxy

Un plan est annexé au présent arrêté.

Article 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5e partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Pugny-Châtenod

Article 6 : Le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 7 : Monsieur le Maire, le Directeur de la Maison Technique du Département, le commandant de Gendarmerie d'Aix-Les-Bains, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté

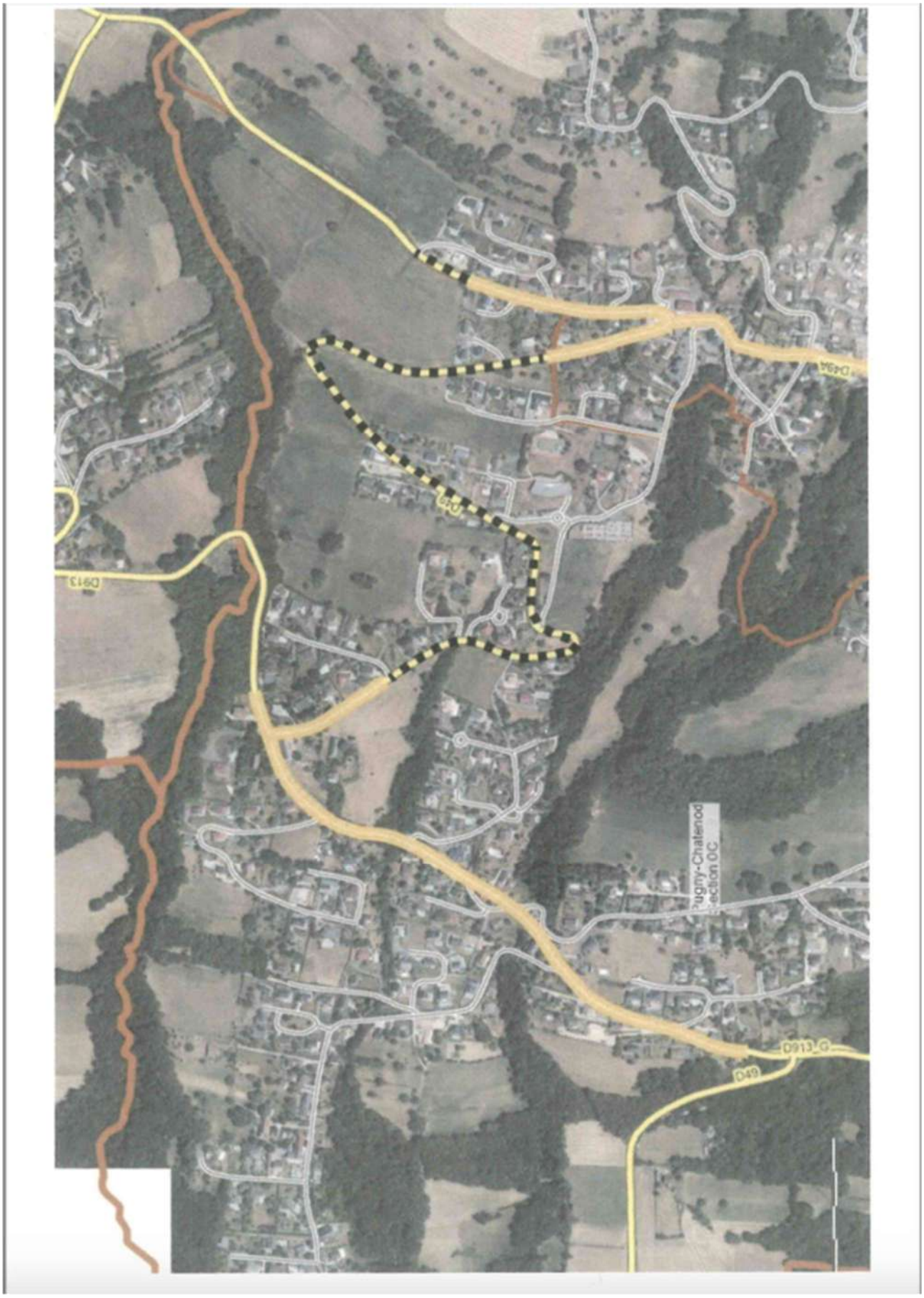
Pugny-Châtenod, le 29 janvier 2024

Le Maire

MAIRIE DE PUGNY CHATENOD (Savoie)

Bruno CROUZEVIALLE

Mairie – 70 Place de la Mairie – 73100 PUGNY-CHATENOD
Tel 04 79 61 21 74 – Email : sg@pugnychatenod.fr


D913
D49
D913_G

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Ruffieux

ARRÊTÉ PERMANENT N° 09P-2024
fixant les limites d'agglomération de la commune de RUFIEUX

Le Maire de la commune de RUFFIEUX :

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;
VU le code de la route et notamment les articles R 110.1 et suivants, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 à 28 ;

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la « signalisation des routes et autoroutes » ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ère partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

Article 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

Article 2 : Les limites des agglomérations de la commune de RUFFIEUX, au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées comme suit :

- **RD991 au nord du giratoire (milieu de la B712) : PR 9+975**
- **RD991 au sud (limite entre les B566 et B758) : PR 10+530**
- **RD904 à l'ouest (limite entre les B774 et B772) : PR 2+855**
- **RD55 : PR 1+420**
- **RD55 : PR 2+838 au PR 3+200 (Montagnet)**
- **RD56 : PR 5+428 au PR 6+475**

Article 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle de la Signalisation Routière (I.I.S.R.) – livre I – 5ème partie – signalisation d'indication – sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune.

Article 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble – ISERE (38) dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 7 : Monsieur le Maire de la commune de Ruffieux,
Monsieur le Président du Conseil Départemental de la Savoie,
Monsieur le Lieutenant-Colonel, Commandant le Groupement de Gendarmerie de la Savoie,
Monsieur le Responsable de la Maison Technique du Département Deux Lacs,
sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à RUFFIEUX, le 21 novembre 2024

Le Maire,
Olivier ROGNARD

MAIRIE de RUFFIEUX SAVOIE

Mairie de Ruffieux - 102 rue de la Mairie - 73310 RUFFIEUX
Tél 04 79 54 27 35 site : www.ruffieux73.fr courriel : mairie@ruffieux73.fr

RUFFIEUX
RESEAU STRUCTURANT : BB 8 cm + GB 10 + 11 cm
RESEAU PRINCIPAL : BB 6 cm + GB 12 cm
DESSERTES TERRITORIALES : BB 6 cm + GB 12 cm
DESSERTES LOCALES : BB 6 cm
VOIES URBAINES : BB 6 cm + GB 12 cm
ACCÈS GRANDS COLS : BB 6 cm + GB 8 +8 cm
VÉLOROUTES : BB 6 cm
AUTOROUTE
RD 55
RD 56
RD 991
RD 904
RD 54
RD 57
RD 21
Rufflieux
Viuz
Praz
Vorrey
Pongnat
Corzan
Colongex
Lachat
Chevigneux
Orange Fiolet
Pré Caillet
Centres
Le Verney
Villard Dessus
Les Verries
Prés de Chapelet
Prés de la Lône
CHAUTAGNE
FORÊT DOMI
Rhône

RUFFIEUX

Envoyé en préfecture le 11/12/2024
Reçu en préfecture le 11/12/2024
Publié le 11/12/2024
ID : 073-217302181-20241210-AP1012024_11-AR

Arrêté municipal permanent N° 11P-2024 fixant les nouvelles limites d'agglomération sur les RD N° 991, N°904 et N°55 - Commune de RUFFIEUX

Le Maire :

VU la loi n° 82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée et complétée ;

VU la loi n°83-8 du 7 janvier 1983 modifiée relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'état,

VU le code général des collectivités territoriales et notamment l'article L 2213.1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110.1 et suivants, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 à 28;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I – 5ième partie - signalisation d'indication et des services – approuvée par l'arrêté interministériel du 31 juillet 2002 modifié;

VU l'avis favorable de département de la Savoie en date du 09 décembre 2024;

Considérant que par la suite de l'extension de l'agglomération, il est nécessaire de modifier les limites fixées, notamment pour des raisons de sécurité liées à la vitesse ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Les nouvelles limites de l'agglomération de RUFFIEUX, au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit sur les routes départementales N° 991 et N°904 sur le secteur de Saumont :

- RD991 au nord du giratoire (milieu de la B712) : PR 9+975
- RD991 au sud (limite entre les B566 et B758) : PR 10+530
- RD904 à l'ouest (limite entre les B774 et B772) : PR 2+855

Les modifications de limites de l'agglomération de RUFFIEUX, au sens de l'article R 110.2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit sur la route départementale N°55 :

- RD55 déplacement de limite d'agglomération du PR 0+430 au PR0+00 au giratoire de Saumont

ARTICLE 2 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I – 5ième partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 3 : Les dispositions définies à l'article 1er prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 4 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération de RUFFIEUX sur les RD N°991, N°904 et N°55 sont abrogées.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de RUFFIEUX.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 102 du code des tribunaux administratifs, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble – 2 place de Verdun BP 1135 – 38022 GRENOBLE Cedex dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Monsieur le Maire de la commune de RUFFIEUX,

Monsieur le président du Conseil Général de la Savoie,
Monsieur le Préfet de la Savoie – Bureau de la Sécurité Routière et de la Police des Réseaux Routiers,
Monsieur le Commandant du groupement de gendarmerie de la Savoie,
Monsieur le Commandant de la brigade de gendarmerie de Chindrieux,
sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à RUFFIEUX, le 10 décembre 2024

Le Maire,

Olivier ROGNARD

MAIRIE DE RUFFIEUX
SAVOIE

Copie sera adressée à :

- Territoire de Développement Local de Yenne, du Conseil Général de la Savoie (si R.D.)
- Monsieur le président de la Communauté d'Agglomération GRAND LAC
- Madame la Cheffe du Centre de Secours de Chindrieux

Envoyé en préfecture le 11/12/2024
Reçu en préfecture le 11/12/2024
Publié le 11/12/2024
ID : 073-217302181-20241210-AP10122024_11-AR

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint-Offenge

REPUBLIQUE FRANCAISE **Département de la Savoie**

Saint-Offenge

ARRETÉ
Fixant les limites de l'agglomération de la Commune

LE MAIRE DE LA COMMUNE DE SAINT-OFFENGE ;

VU la loi n° 82-213 du 2 Mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 Novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des 1agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de SAINT-OFFENGE, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	entrée	1933696,76	4286141,18	RD 211b / Rte de Cusy
2	entrée	1933121,80	4286371,44	RD 211a / Rte de la Plesse
3	entrée	1933948,25	4285306,84	RD 211 / Rte du Montcel

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de SAINT-OFFENGE.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Mr le Maire de la commune de SAINT-OFFENGE, Mr le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

SAINT-OFFENGE, le 13 Décembre 2024
Le Maire, B. GELLOZ



DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES

EXTRAIT DU PLAN CADASTRAL

Département :
SAVOIE

Commune :
SAINT OFFENGE

Section : D
Feuille : 000 D 02

Échelle d'origine : 1/1000
Échelle d'édition : 1/5000

Date d'édition : 12/12/2024
(fuseau horaire de Paris)

Coordonnées en projection : RGF93CC45
©2022 Direction Générale des Finances Publiques

Le plan visualisé sur cet extrait est géré par le centre des impôts foncier suivant :
SDIF de la SAVOIE- Service PTGC
51, rue de la République BARBERAZ 73018
73018 CHAMBERY CEDEX
tél. 04 79 96 43 21 -fax 04 79 96 44 70
ptgc.savoie@dgfip.finances.gouv.fr

Cet extrait de plan vous est délivré par :

cadastre.gouv.fr



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint-Ours

Page 2012 / 20

COMMUNE DE SAINT-OURS

MAIRIE DE SAINT-OURS 73410 (Savoie)

N° 19/2012

ARRETE PERMANENT DE CIRCULATION PERMETTANT DE FIXER LES LIMITES D'AGGLOMERATION DU LIEU DIT « BASSA »

Le Maire de la Commune de SAINT-OURS

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;

Vu le Code de la Route ;

Vu l'Instruction Interministérielle sur la signalisation routière approuvée par l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 et ses textes subséquents ;

Vu l'avis favorable du Département de la Savoie, gestionnaire de la voirie ;

CONSIDERANT qu'il faut assurer la cohérence des limites d'agglomération actuelles et que la RD 211 présente bien un caractère de rue entre PR 18 + 214 et PR 18 + 690

ARRETE

Article 1er
Les limites de l'agglomération de SAINT-OURS sont fixées ainsi qu'il suit sur la RD 211 entre PR 18 + 214 et PR 18 + 690.

Article 2
La signalisation réglementaire conforme aux dispositions de l'Instruction Interministérielle (Livre 1 – 1° Partie) sera mise en place à la charge du Conseil Général de la Savoie.

Article 3
Les dispositions définies à l'article 1er prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 4
Monsieur le Maire de la Commune de SAINT-OURS,
Monsieur le Directeur de l'Environnement et de l'Aménagement au Conseil Général de la Savoie
Monsieur le Commandant du Groupement de Gendarmerie de la Savoie,
sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.

Fait à Saint Ours, le 23 octobre 2012

M. GRILLET Ferdinand,
Maire de SAINT-OURS

MAIRIE DE SAINT-OURS 73410 (Savoie)

FG

MAIRIE DE SAINT-OURS
CANTON D'AIX-LES-BAINS 1
73410- SAINT-OURS
Tél :04.79.54.91.87
Fax : 04.79.54.95.75

Arrêté municipal permanent n° 2021- 13
Portant modification du classement en agglomération du lieu-dit Vingerel

Le maire de la commune de Saint-Ours
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU le code de la route et notamment les articles R 110.1, R 110.2, R 411.2, R 411.8 et R 411.25 à 28 ;
VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la « signalisation des routes et autoroutes » ;
VU l'instruction ministérielle sur la signalisation routière – livre I – 5ème partie – signalisation d'indication et des services- approuvée par l'arrêté interministériel du 31 juillet 2002 modifié ;
Considérant que pour des raisons de sécurité eu égard à l'extension du support bâti, il a été décidé d'étendre la mise en agglomération le lieu-dit de Vingerel afin d'améliorer la protection des riverains et piétons.

ARRÊTE

Article 1 : Les limites de l'agglomération, au sens de l'article R 110.2du code de la route, sont modifiées comme suit :

- La route départementale (RD 211C) du PR0+990 au PR1+ 285
-

Article 2 : La signalisation réglementaire conforme aux dispositions de l'Instruction Interministérielle de la Signalisation Routière (I.I.S.R.) – livre I – 5èmepartie – signalisation d'indication – sera mise en place à la charge de la commune de Saint-Ours

Article 3 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus

Article 4 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément en mairie de Saint-Ours.

Article 5 : Conformément à l'article R 102 du code des tribunaux administratif, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble (Isère 38) – dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

Article 6 : Monsieur le Maire de la commune de Saint-Ours
Monsieur le Président du Conseil Général de Savoie
Monsieur Le responsable de la Maison Technique du Département Deux Lacs
Monsieur Le Commandant du groupement de gendarmerie de la Savoie
Sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté

PRÉFECTURE de la SAVOIE
02 JUIN 2021
REÇU

Fait à Sait-Ours, le 27 mai 2021
M ALLARD Louis
Maire de Saint-Ours

MAIRIE DE SAINT-OURS 73410 (Savoie)

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Saint Pierre de Curtille

Arrêté N° 2024-31
FIXANT LES LIMITES D'AGGLOMERATION DE LA COMMUNE DE SAINT PIERRE DE CURTILLE

LE MAIRE DE SAINT PIERRE DE CURTILLE,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites de l'agglomération sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites de l'agglomération de la commune de SAINT PIERRE DE CURTILLE, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	Entrée	45,7752194	5,8133789	Les Echenaux
2	Sortie	45,7752194	5,8133789	Les Echenaux
3	Entrée	45,7755327	5,8188268	Boissières
4	Sortie	45,7755327	5,8188268	Boissières
5	Entrée	45,7808242	5,8171427	Maurin
6	Sortie	45,7808242	5,8171427	Maurin
7	Entrée	45,7812006	5,8157580	Maurin
8	Sortie	45,7812006	5,8157580	Maurin
9	Entrée	45,7921471	5,8133789	Semelaz
10	Sortie	45,7921471	5,8133789	Semelaz

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de SAINT PIERRE DE CURTILLE.

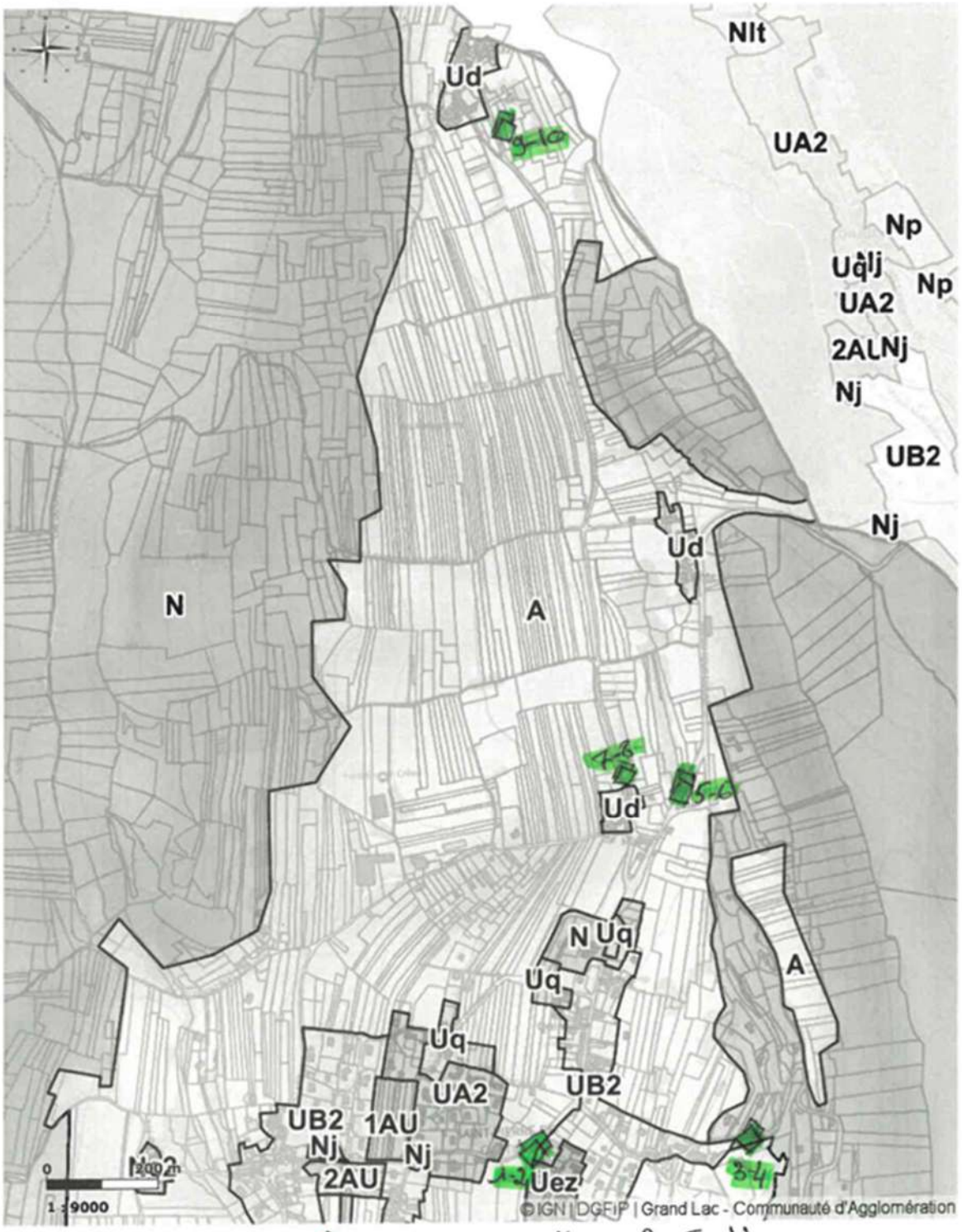
ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : M. le Maire de la commune de SAINT PIERRE DE CURTILLE, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, M. le Commandant de la Brigade de Gendarmerie de Chindrieux, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

SAINT PIERRE DE CURTILLE,
le 29 novembre 2024

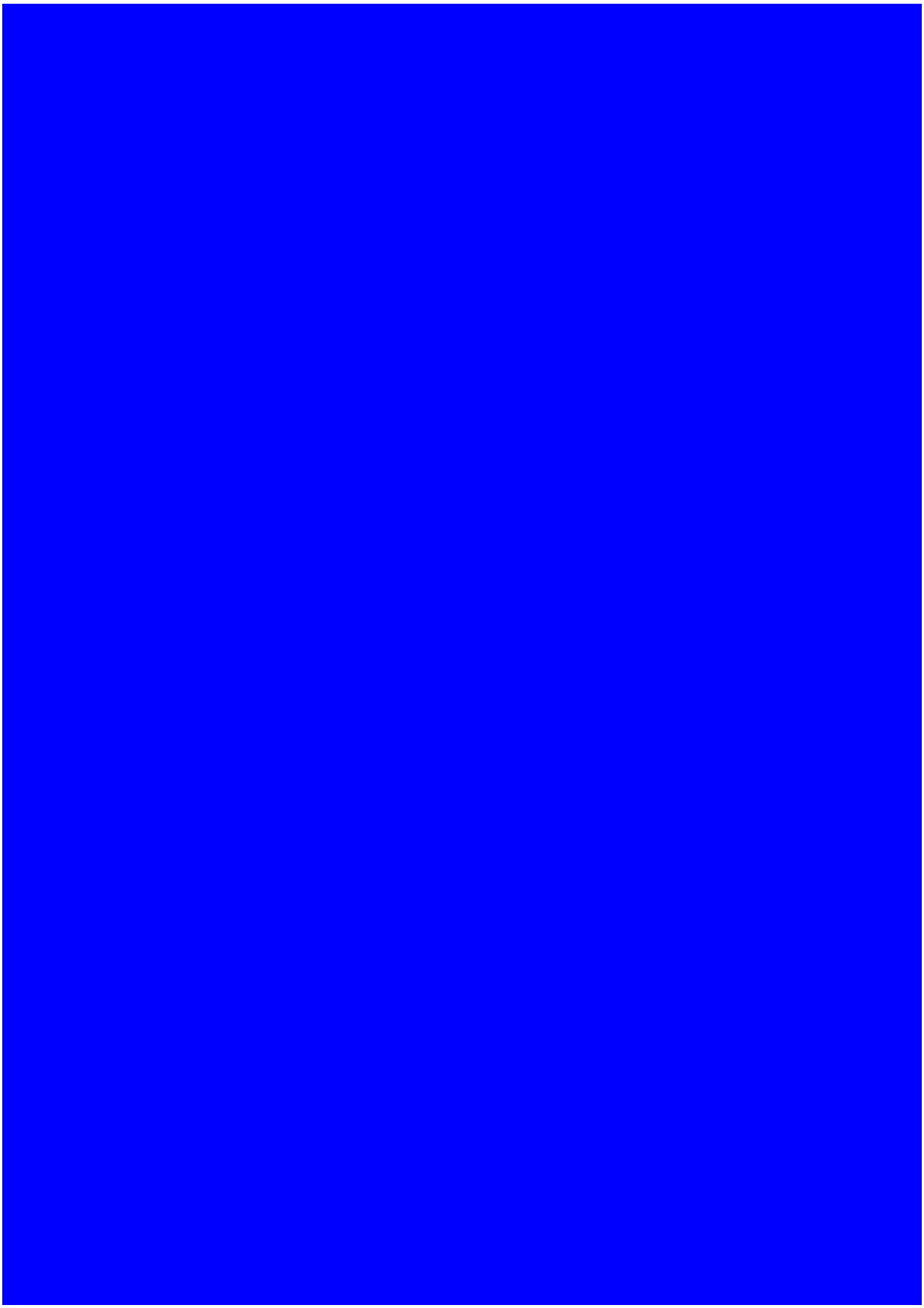
Le Maire,
Gérard DILLENSCHNEIDER

Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération



Ce plan est fourni à titre indicatif. ◆ panneaux d'agglomération.

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Serrières en Chautagne



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Tresserve

Commune de TRESSERVE
(Savoie)

Arrêté n°V 2024/005

ARRÊTÉ MUNICIPAL

**FIXANT LES LIMITES DES AGGLOMÉRATIONS
de la COMMUNE de TRESSERVE (Savoie)**

Le Maire de la Commune de Tresserve (Savoie),

VU la loi n° 82-213 du 02 mars 1982 relatives aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

Article 1 **:** Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

Article 2 **:** Les limites des agglomérations de la commune de TRESSERVE (Savoie), au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	Entrée	45.6612657	5.9028715	Pierre Morte
2	Sortie	45.6612645	5.9028826	Pierre Morte
3	Entrée	45.6611124	5.9012427	Laitière
4	Sortie	45.6613130	5.9003083	Laitière
5	Entrée	45.6627557	5.8983027	Belledonne
6	Sortie	45.6618983	5.8979651	Belledonne
7	Entrée	45.6629500	5.8963014	Chemin du Lac
8	Sortie	45.6630439	5.8962971	Chemin du Lac
9	Entrée	45.6679236	5.8956262	Colline du Poète
10	Sortie	45.6679838	5.8956205	Colline du Poète

../...

numéro (suite)	type	Latitude	Longitude	secteur
11	Entrée	45.6856139	5.9049445	Montée de Tresserve
12	Sortie	45.6855390	5.9047940	Montée de Tresserve
13	Entrée	45.6854710	5.9050900	Route Royale
14	Sortie	45.6854973	5.9051681	Route Royale
15	Entrée	45.6784053	5.9044560	Route Royale
16	Sortie	45.6792019	5.9043356	Route Royale
17	Entrée	45.6906216	5.9021386	Chemin Sous Bois
18	Sortie	45.6906216	5.9021386	Chemin Sous Bois
19	Entrée	45.6933181	5.8998238	Montée Reine Victoria
20	Sortie	45.6933181	5.8998238	Montée Reine Victoria
21	Entrée	45.6905843	5.8956309	Boulevard Charcot
22	Sortie	45.6909268	5.8960060	Boulevard Charcot
23	Entrée	45.6834089	5.8948135	Boulevard Charcot
24	Sortie	45.6835110	5.8946059	Boulevard Charcot

Article 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

Article 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

Article 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de TRESSERVE.

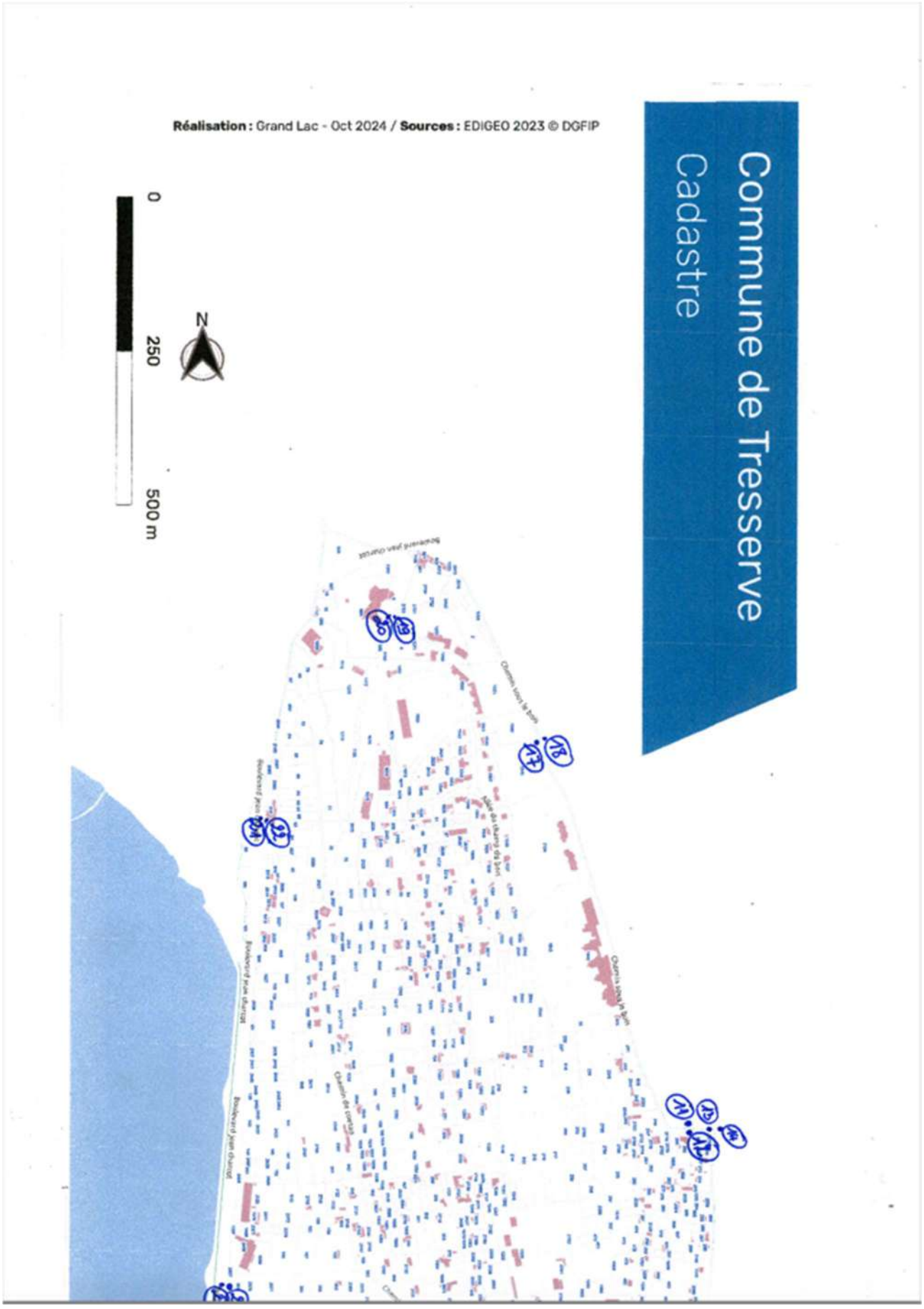
Article 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

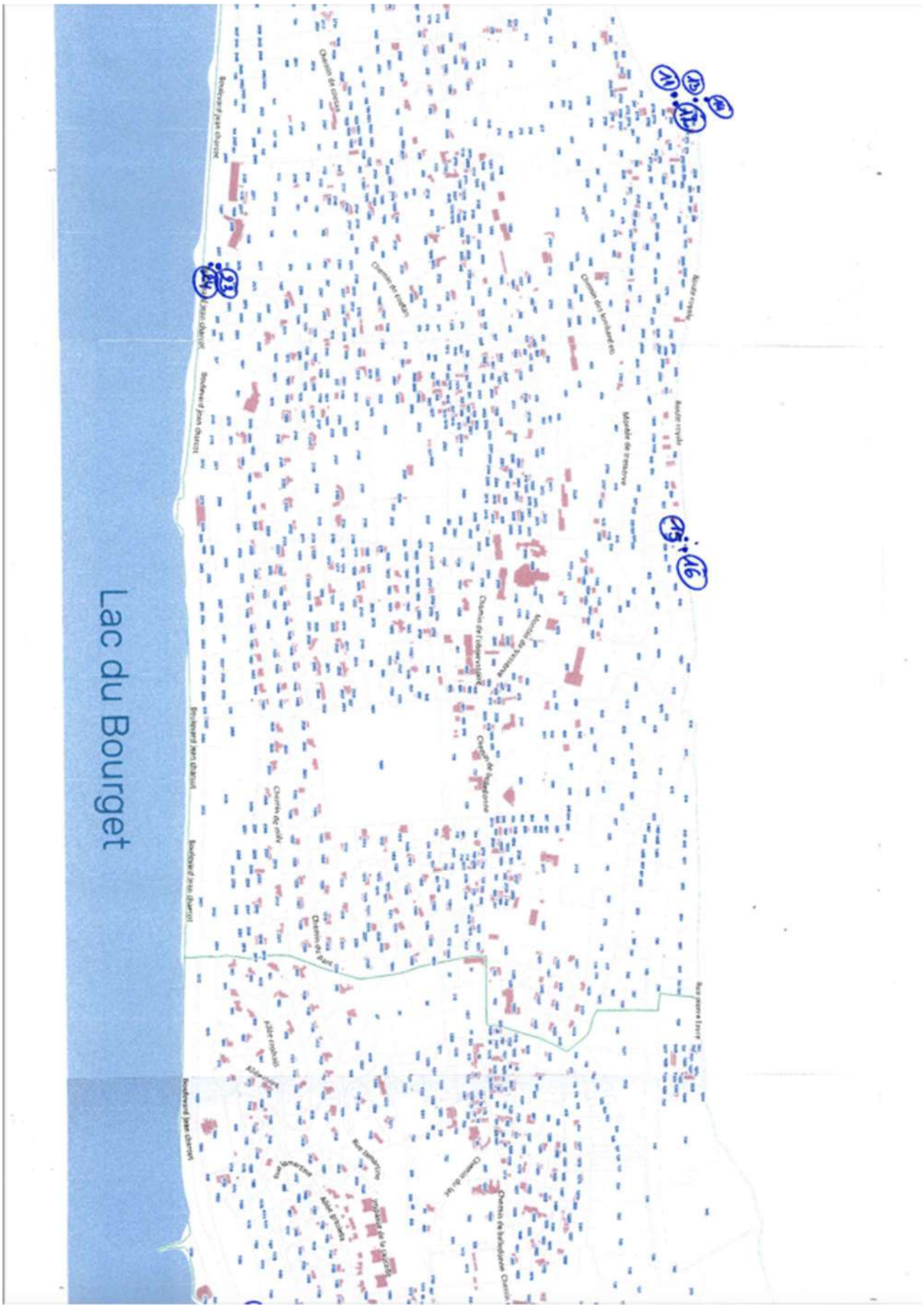
Article 7 : Monsieur le Maire de la commune de Tresserve, Monsieur le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de la Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

TRESSERVE, le 15 novembre 2024

Le Maire,
Jean-Claude LOISEAU

MAIRIE DE TRESSERVE (Savoie)


Commune de Tresserve
Cadastre
Réalisation : Grand Lac - Oct 2024 / Sources : EDIGEO 2023 © DGFIP
0
250
500 m
N


Lac du Bourget
Boulevard Jean Charcot
Route royale
Chemin de la Roselière
Chemin du Port
Rue pierre Favre

Annexe à l'arrêté municipal n° U2024/005
du 25/01/2024.
GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
Boulevard Jean Charcot
Chemin de la Source
Chemin des Moliéres
Chemin du Golf
Rue Montée de Jérusalem

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Trévignin

TREVIGNIN
SAVOIE

EXTRAIT DU REGISTRE DES ARRETÉS DU MAIRE DE LA COMMUNE DE TRÉVIGNIN

ARRÊTÉ FIXANT LES LIMITE DE L'AGGLOMÉRATION DE TRÉVIGNIN – ARC-2024-33

Nous Nicolas CHAPUIS, Maire de la commune de TRÉVIGNIN,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Trévignin, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
	entrée	45°42'16	5°57'02	RD913 – Route d'Aix-les-Bains
	entrée	45°42'26	5°57'28	RD913 – Route du Revard
	Entrée	45°42'39	5°57'30	Route du Pontet
	entrée	45°42'30	5°57'04	RD49 – Route de Grésy
	entrée	45°42'15	5°57'24	RD49 – Route de Pugny

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

MAIRIE de TRÉVIGNIN - 1 place de la mairie - 73100 TRÉVIGNIN
Tél : 04 79 61 42 04 – E-Mail : mairie@trevignin.fr

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Trévignin.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

ARTICLE 7 : Monsieur le Maire de la commune de Trévignin, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, Monsieur le Directeur Départemental de la Sécurité Publique de Chambéry sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Trévignin, le 17 décembre 2024.

Nicolas CHAPUIS,
Le Maire.



MAIRIE de TRÉVIGNIN - 1 place de la mairie - 73100 TRÉVIGNIN
Tél : 04 79 61 42 04 – E-Mail : mairie@trevignin.fr

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Vions

DEPARTEMENT DE LA SAVOIE

N° 28/24

ARRETE DU MAIRE

Fixant les limites de l'agglomération de la Commune de Vions

Le Maire de Vions,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 :
Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 :
Les limites des agglomérations de la commune de Vions, au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :
- RD 921 - Entrée / Sortie Nord du Village = PR 2 + 334
- RD 921 - Entrée / Sortie Sud du Village = PR 3 + 639

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Vions.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

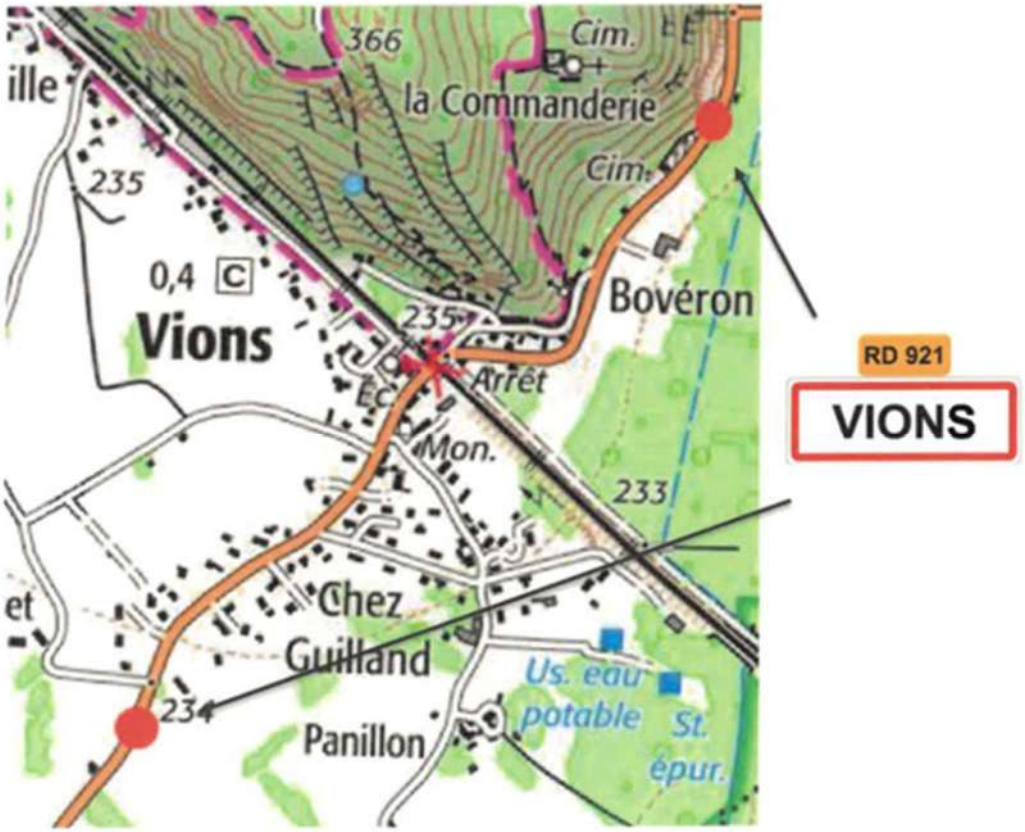
ARTICLE 7 : M. le Maire de la commune de Vions, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Vions le 21 Novembre 2024

Le Maire,
Manuel ARRAGAIN.

MAIRIE de VIONS (Savoie)

Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération



Arrêté fixant les limites d'agglomération de Viviers du Lac

à de : VIVIERS DU LAC

ARRETE DU MAIRE

LE MAIRE DE
VIVIERS DU LAC

VU le Code des Communes et notamment les articles L 131.1, L. 131.2, L.131.3

VU le décret n° 58-1217 du 15 décembre 1958 portant règlementation de la police de la circulation routière, modifié et complété par les décrets numéros 69-150 du 5 février 1969, 72-472 du 12 juin 1972, 72-541 du 30 juin 1972, 73-358 du 27 mars 1973, 73-561 du 28 juin 1973, 74-1074 du 3 décembre 1973, 74-234 du 13 mars 1974, 75-113 du 27 février 1975, 75-131 du 7 mars 1975 et notamment les articles R 1 et R 44 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et des autoroutes, modifié ou complété par les arrêtés des 17 octobre 1968, 23 juillet 1970, 8 mars 1971, 20 mai 1971, 27 mars 1973, 10 et 15 juillet 1974, 6 et 7 juin 1977 et notamment les articles 5 et 10 ;

A R R E T E

ARTICLE 1ER

Les limites de l'agglomération de VIVIERS DU LAC sont consitutées :

- SUR LE CHEMIN DEPARTEMENTAL N° 991 :

  Côté AIX LES BAINS par l'immeuble BUGNARD .... au PK 34,300

  Côté CHAMBERY par l'entrée de la station service AVIA ..... au PK 35,080.

- SUR LE CHEMIN DEPARTEMENTAL N° 17

  Côté VOGLANS face à l'immeuble SENIS..... au PK 1,270

  Côté DRUMETTAZ-CLARAFOND par le Pont du TILLET au PK 2,260

.../...

PREFECTURE DE LA SAVOIE
-6. NOV. 1986
REÇU

Lecture

- SUR LE CHEMIN DEPARTEMENTAL N° 17 E

Côté VOGLANS par l'immeuble de VALICOURT ..... au PK 0,350

ARTICLE 2

La signalisation rendue nécessaire par la règlementation faisant l'objet du présent arrêté sera conforme à l'instruction interministérielle sur la signalisation routière du 22 octobre 1963 et du 7 juin 1977.

ARTICLE 3

Monsieur le Maire de VIVIERS DU LAC,

Monsieur l'Ingénieur en Chef des Ponts et Chaussées - Directeur Départemental de l'Equipement,

Monsieur le commandant du Groupement de Gendarmerie de la SAVOIE,

Sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Viviers du Lac, le 30 octobre 1986

LE MAIRE

PRÉFECTURE DE LA SAVOIE
1re Division - 3e Bureau

VU
Chambéry, le 12-11-86

ARRETE DU MAIRE DE VIVIERS DU LAC
du 09 juillet 2007

N° 49/07

ARRETE
Portant réglementation de la circulation sur la
RD 991

Le Maire de Viviers du Lac,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
Vu le code de la route,
Vu le code de la voirie routière
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière approuvée par arrêté ministériel du 24 novembre 1967 et ses actes subséquents
Vu la délibération du conseil municipal du 02 juillet 2007
Vu l'arrêté municipal du 30 octobre 1986 fixant les limites de l'agglomération de Viviers du Lac,
Vu l'avis favorable du Conseil général de la Savoie, TDL d'Aix-les-Bains en date du 28 juin 2007,

ARRETE

Article 1 :
Les dispositions de l'article 1 de l'arrêté municipal du 30 octobre 1986 sont modifiées comme suit :

Les panneaux d'agglomération EB10 et EB20 situés sur la route départementale n°991 au PR35+080 seront déplacés et implantés PR34+982

Article 2 :
La signalisation sera conforme à la réglementation mentionnée ci-dessus

Article 3 :
Sont chargés chacun en ce qui les concerne, de faire appliquer le présent arrêté :
Monsieur le Maire de Viviers du Lac
Monsieur le commandant de Gendarmerie d'Aix-les-Bains

Article 4 :
Ampliation de l'arrêté est transmise à :
Monsieur le Préfet de la Savoie,
Monsieur le Chef du centre de secours,
Monsieur le Directeur du TDL
Monsieur le Président du Conseil général,

Fait à VIVIERS DU LAC, le 29 avril 2024

Le Maire,

Robert AGUETTAZ

1 Pas trouvé l'original.
Boîte archive 204 non trouvée
ds le local archives.

Envoyé en préfecture le 10/10/2017
Reçu en préfecture le 10/10/2017
Affiché le
ID : 073-217303288-20171006-2017A_135-AR

COMMUNE DE VIVIERS DU LAC (73420)

ARRETE DU MAIRE N° 2017-135

ARRETE PORTANT REGLEMENTATION DE LA CIRCULATION SUR LA RD 991

Le Maire de Viviers du Lac,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
Vu le code de la route,
Vu le code de la voirie routière
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière approuvée par arrêté ministériel du 24 novembre 1967 et ses actes subséquents
Vu la délibération du conseil municipal du 02 juillet 2007
Vu l'arrêté municipal du 30 octobre 1986, modifié fixant les limites de l'agglomération de Viviers du Lac,
Vu l'avis favorable du Conseil général de la Savoie, TDL d'Aix-les-Bains en date du 27 septembre 2017,

ARRETE

Article 1 :
Les dispositions de l'article 1 de l'arrêté municipal du 30 octobre 1986 sont modifiées comme suit :

- Sur la route départementale RD 991 :

  Côté Nord en direction d'Aix les Bains : les panneaux d'agglomération EB10 et EB20 situés au PR34+300 seront déplacés et implantés PR33+387 au niveau de l'arrêt de bus situé au niveau du giratoire de la Laitière

  Côté Sud en direction de Chambéry : au PR 34 + 982 (inchangé)

Article 2 :
La signalisation sera conforme à la réglementation mentionnée ci-dessus

Article 3 :
Sont chargés chacun en ce qui les concerne, de faire appliquer le présent arrêté :
Monsieur le Maire de Viviers du Lac
Monsieur le commandant de Gendarmerie d'Aix-les-Bains

Article 4 :
Ampliation de l'arrêté est transmise à : Monsieur le Préfet de la Savoie, Monsieur le Chef du centre de secours, Monsieur le Directeur du TDL, Monsieur le Président du Conseil général,

Fait à VIVIERS DU LAC, le 6 octobre 2017

Le Maire,

Robert AGUETTAZ

Envoyé en préfecture le 07/11/2019
Reçu en préfecture le 07/11/2019
Affiché le 07/11/2019
ID : 073-217303288-20191107-AR2019_142-AR

COMMUNE DE VIVIERS DU LAC (73420)

ARRETE DU MAIRE N° 2019-142

ARRÊTÉ PORTANT RÉGLEMENTATION DE LA CIRCULATION SUR LA RD 50 Montée de Terre-Nue

Le Maire de Viviers du Lac,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
Vu le code de la route,
Vu le code de la voirie routière,
Vu l'instruction interministérielle sur la signalisation routière approuvée par arrêté ministériel du 24 novembre 1967 et ses actes subséquents,
Vu la délibération du conseil municipal du 04 novembre 2019,
Vu l'arrêté municipal du 30 octobre 1986, modifié fixant les limites de l'agglomération de Viviers du Lac,
Vu l'avis favorable du Conseil général des Deux Lacs, TDL d'Aix-les-Bains en date du 25 octobre 2019.

ARRÊTE

Article 1 :
Les dispositions de l'article 1 de l'arrêté municipal du 30 octobre 1986 sont modifiées comme suit :

- Sur la route départementale RD 50 Montée de Terre-Nue, les panneaux d'agglomération EB10 et EB20 seront implantés :
  - Côté Nord PR 4+610 au niveau de l'arrêt de bus.
  - Côté Sud PR 5+110 situé au niveau du giratoire de Terre-Nue

Article 2 :
La signalisation sera conforme à la réglementation mentionnée ci-dessus

Article 3 :
Sont chargés chacun en ce qui les concerne, de faire appliquer le présent arrêté :
Monsieur le Maire de Viviers du Lac
Monsieur le commandant de Gendarmerie de Chambéry

Article 4 :
Ampliation de l'arrêté est transmise à : Monsieur le Préfet de la Savoie, Monsieur le Chef du centre de secours, Monsieur le Directeur du TDL, Monsieur le Président du Conseil général,

Fait à VIVIERS DU LAC, le 7 novembre 2019
Le Maire,

MAIRIE DE VIVIERS-DU-LAC 73420 SAVOIE

Robert ARGUELLO

Mairie de Viviers du Lac – 25 rue Antoine Montagnole – 73420 VIVIERS DU Lac
Tel : 04 79 61 24 89 – accueil.mairie@viviersdulac.fr

Arrêté fixant les limites d'agglomération de Voglans

Département
Savoie
Canton
La Motte Servolex
Commune
Voglans

République Française

******

Liberté – Egalité – Fraternité

******

ARRÊTÉ DU MAIRE
N° 08 – 2024

Arrêté fixant les limites des agglomérations de la commune de Voglans

Le Maire de Voglans,

VU la loi n°82-213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des collectivités locales modifiée ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213-1 à L 2213-4 ;

VU le code de la route et notamment les articles R 110-1 et suivants, R 411-2, R 411-8 et R411-25 à 28 ;

VU l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes ;

VU l'instruction interministérielle sur la signalisation routière - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication ;

Considérant, que les limites d'agglomération doivent être fixées par arrêté pour délimiter les zones agglomérées de la commune ;

ARRÊTE

ARTICLE 1 : Toutes les dispositions définies par les arrêtés antérieurs, fixant les anciennes limites des agglomérations sont abrogées.

ARTICLE 2 : Les limites des agglomérations de la commune de Voglans (73420), au sens de l'article R.110-2 du code de la route, sont fixées ainsi qu'il suit dans le tableau suivant :

numéro	type	Latitude	Longitude	secteur
1	entrée	45.6375079	5.8965102	Route du Viviers
2	Sortie	45.6376719	5.896555	Route du Viviers
3	entrée	45.6251119	5.8923566	Rue des Belledonnes
4	sortie	45.6252105	5.8924609	Rue des Belledonnes
5	entrée	45.6172344	5.8838502	Rue des Belledonnes
6	sortie	45.6174432	5.8838846	Rue des Belledonnes
7	entrée	45.6202594	5.8859531	Rue de la Plaine
8	sortie	45.6202594	5.8859531	Rue de la Plaine
9	entrée	45.61716	5.8936272	RD 10 / Rue Bouvard Dessous
10	sortie	45.61716	5.8936272	RD 10 / Rue Bouvard Dessous
11	entrée	45.6204763	5.8908221	Chemin du Gas
12	sortie	45.6204763	5.8908221	Chemin du Gas
13	entrée	45.6199054	5.8803542	RD 1504 / Rue de la Plaine
14	entrée	45.6212768	5.9046381	Route de Sonnaz

ARTICLE 3 : La signalisation réglementaire, conforme aux dispositions de l'instruction interministérielle - livre I - 5ème partie - signalisation d'indication - sera mise en place à la charge de la commune.

ARTICLE 4 : Les dispositions définies par l'article 1er du présent arrêté prendront effet le jour de la mise en place de la signalisation prévue à l'article 2 ci-dessus.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur et dans la commune de Voglans.

ARTICLE 6 : Conformément à l'article R 421-1 et suivants du code de justice administrative, le présent arrêté pourra faire l'objet d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa date de notification ou de publication.

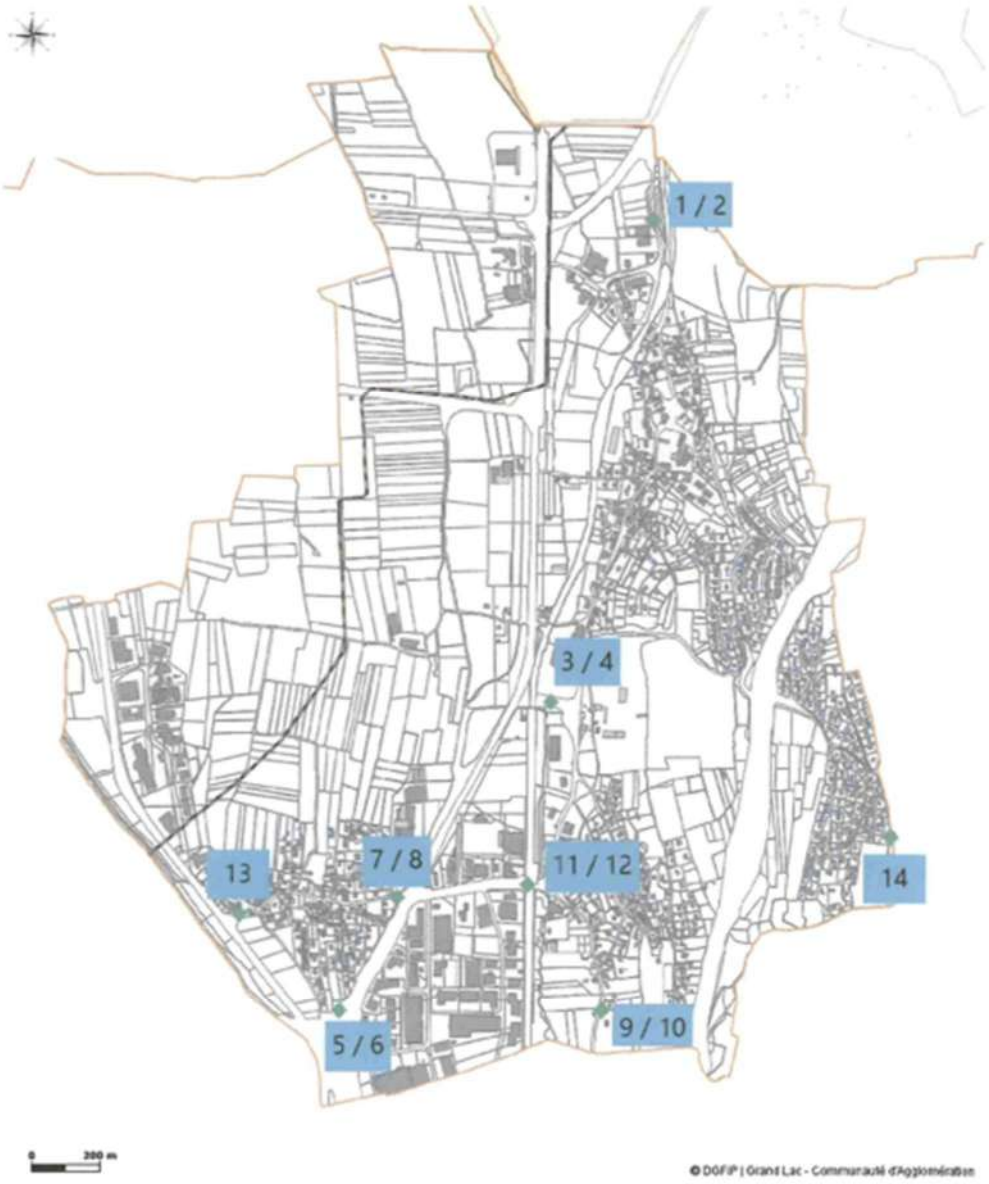
ARTICLE 7 : M. MERCIER Yves le Maire de la commune de Voglans, M. le Président du Conseil Départemental de la Savoie, le Lieutenant-Colonel Commandant le Groupement de Gendarmerie de La Savoie, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Voglans, le 28/11/2024

Le Maire,
Yves MERCIER

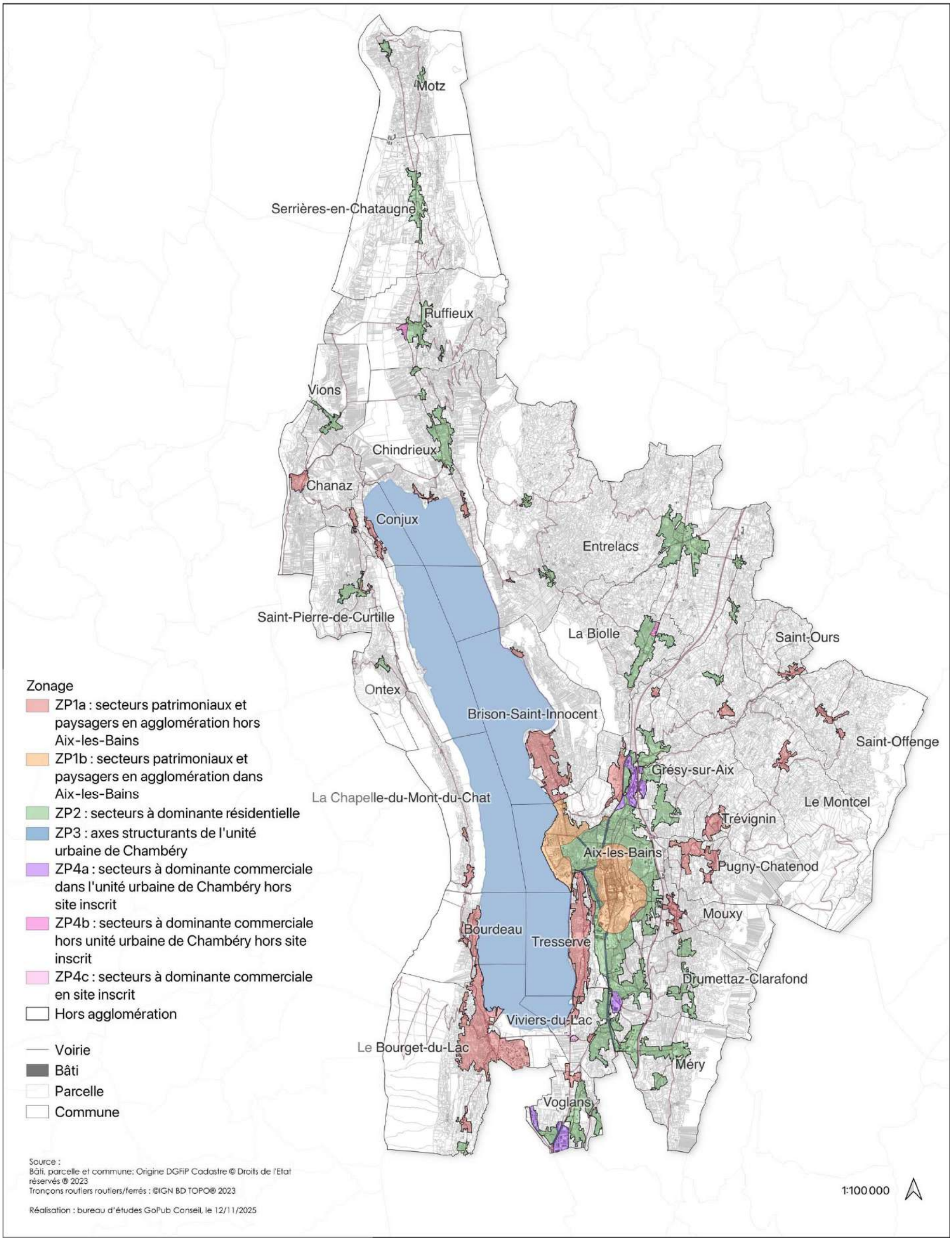
MAIRIE de VOGLANS
73 (SAVOIE)

Annexe : localisation des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération

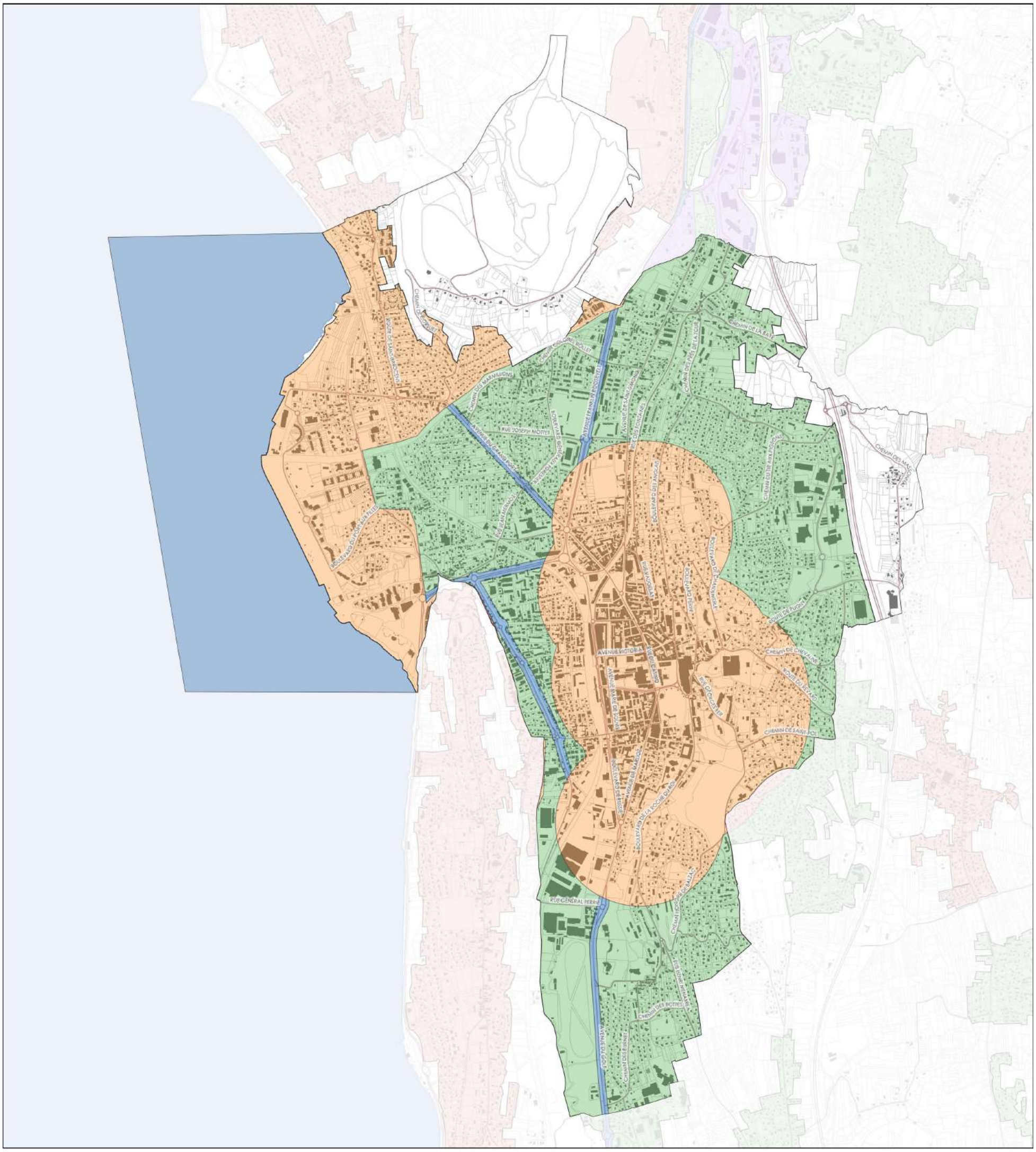


<u>Plans de zonage du Règlement Local de Publicité</u>

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage



Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Aix-les-Bains



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP1b : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération dans Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- Hors agglomération

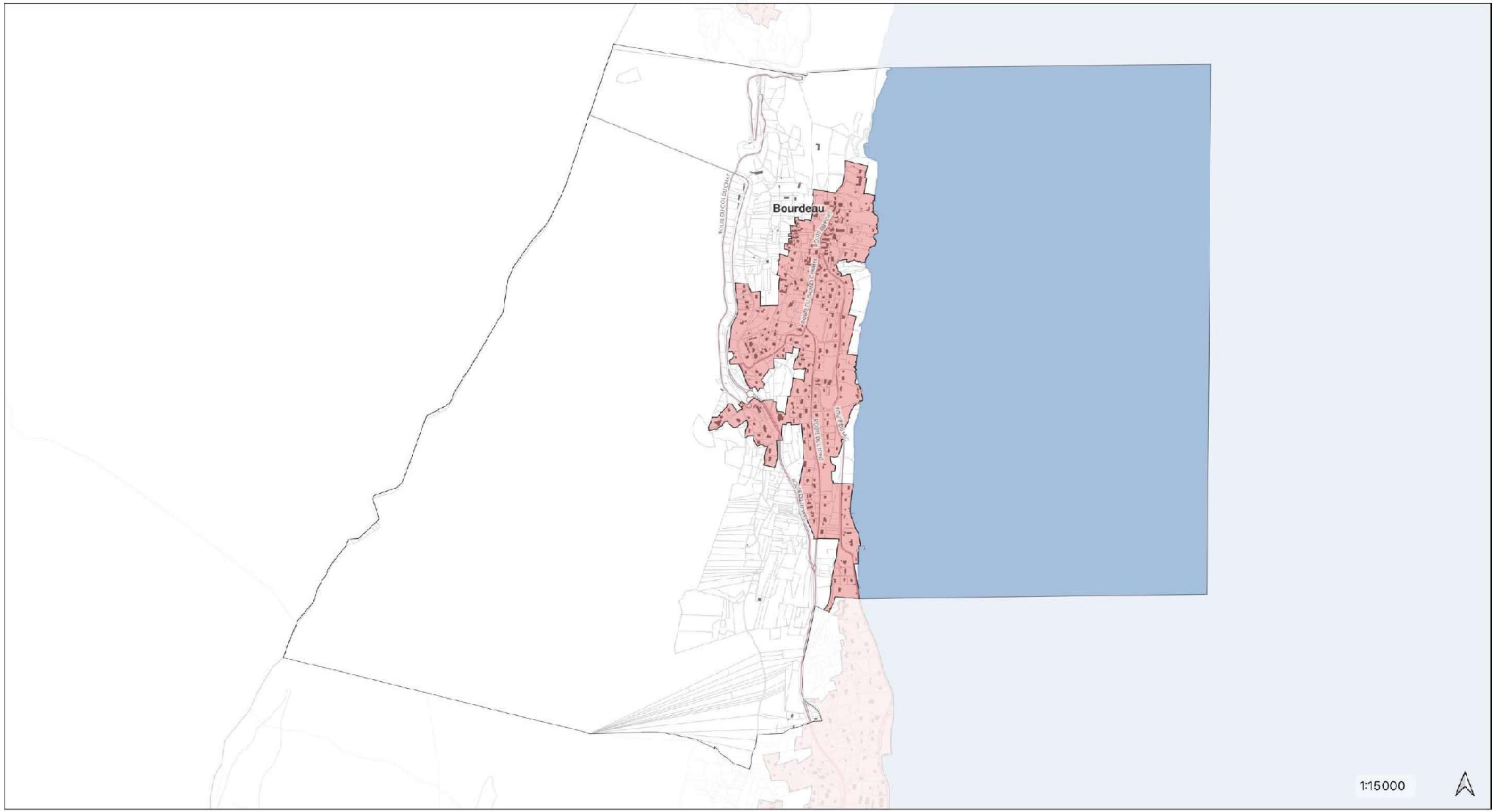
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:21000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Bourdeau



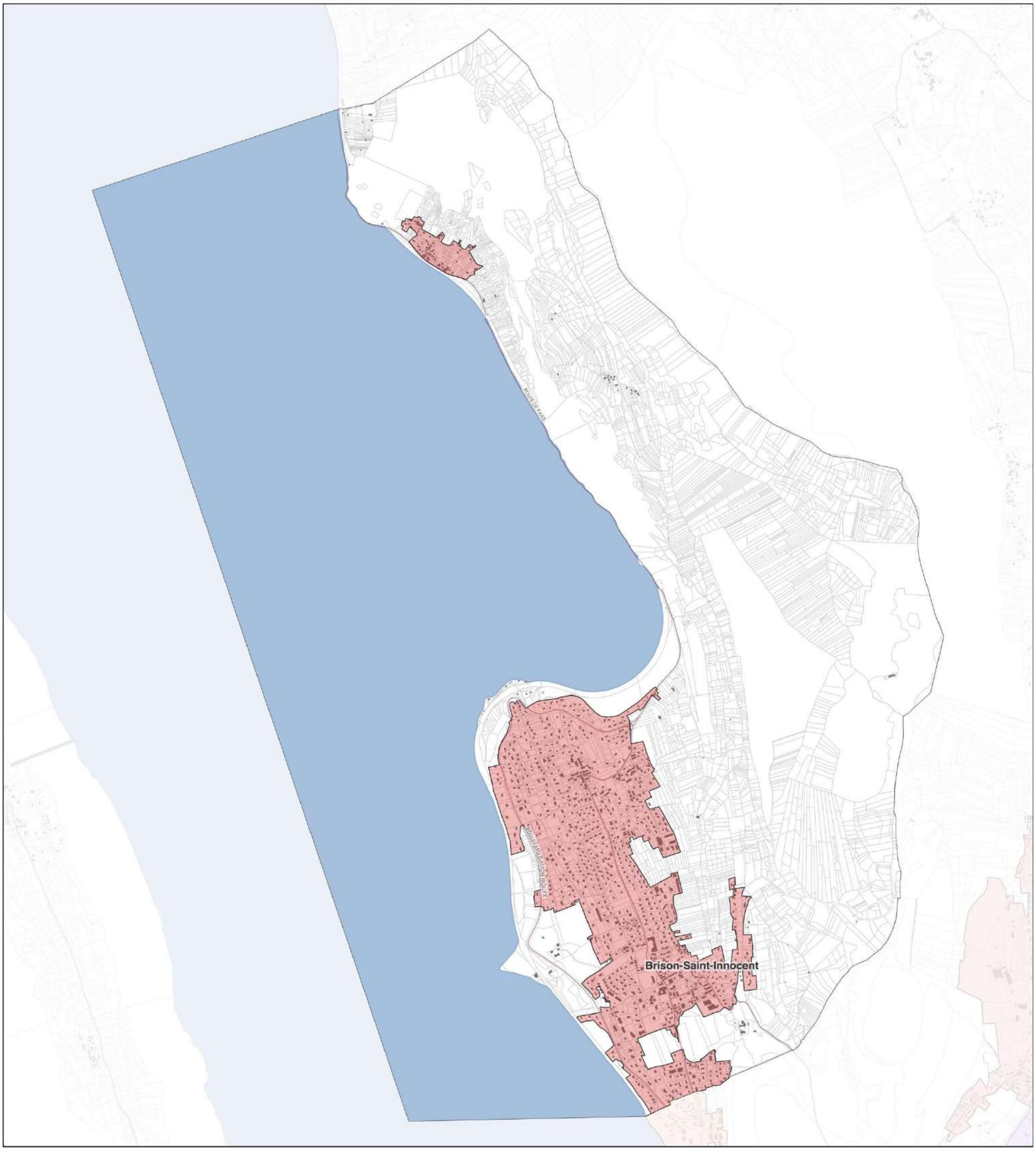
Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Brison-Saint-Innocent



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

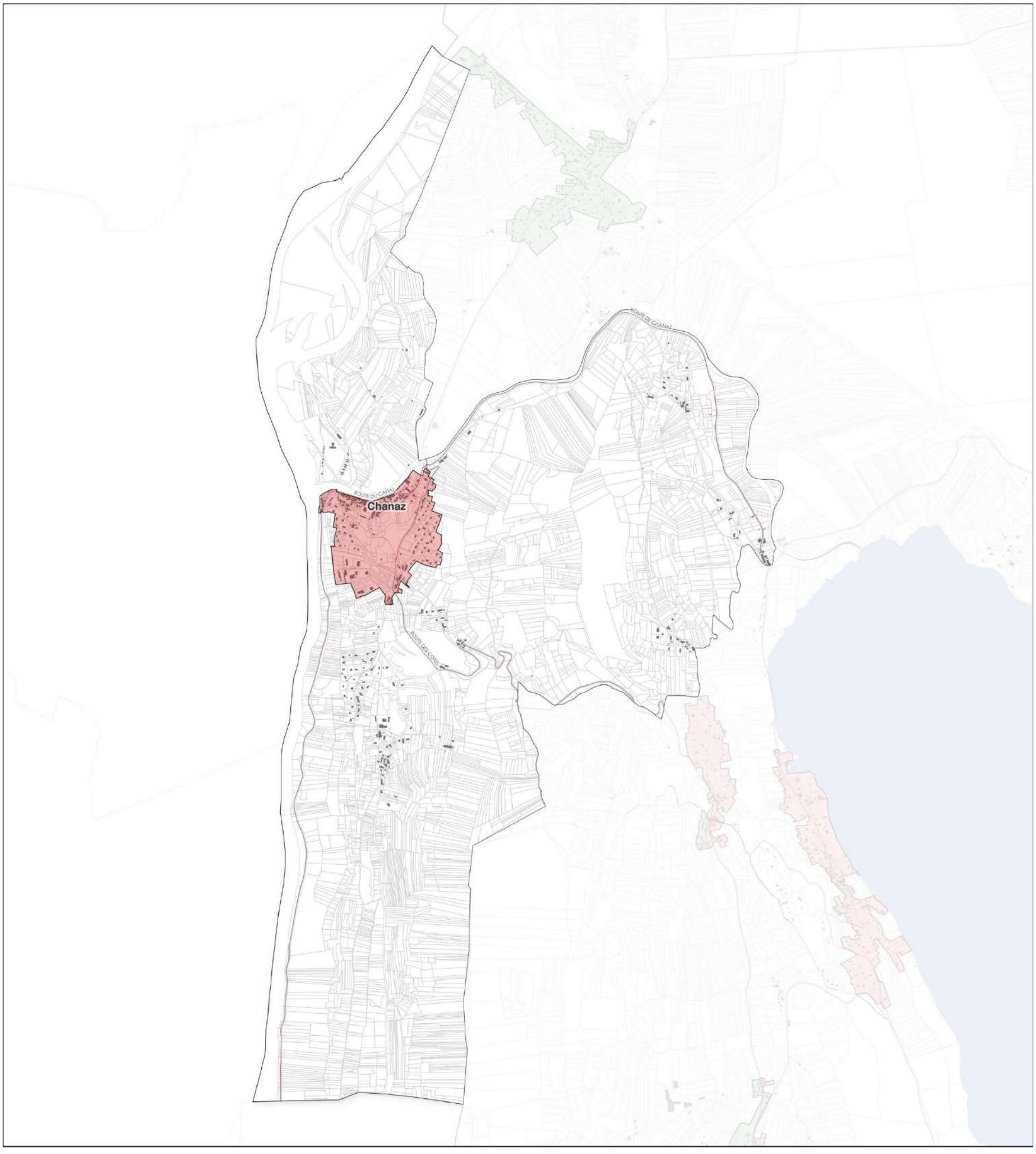
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:19 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Chanaz



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

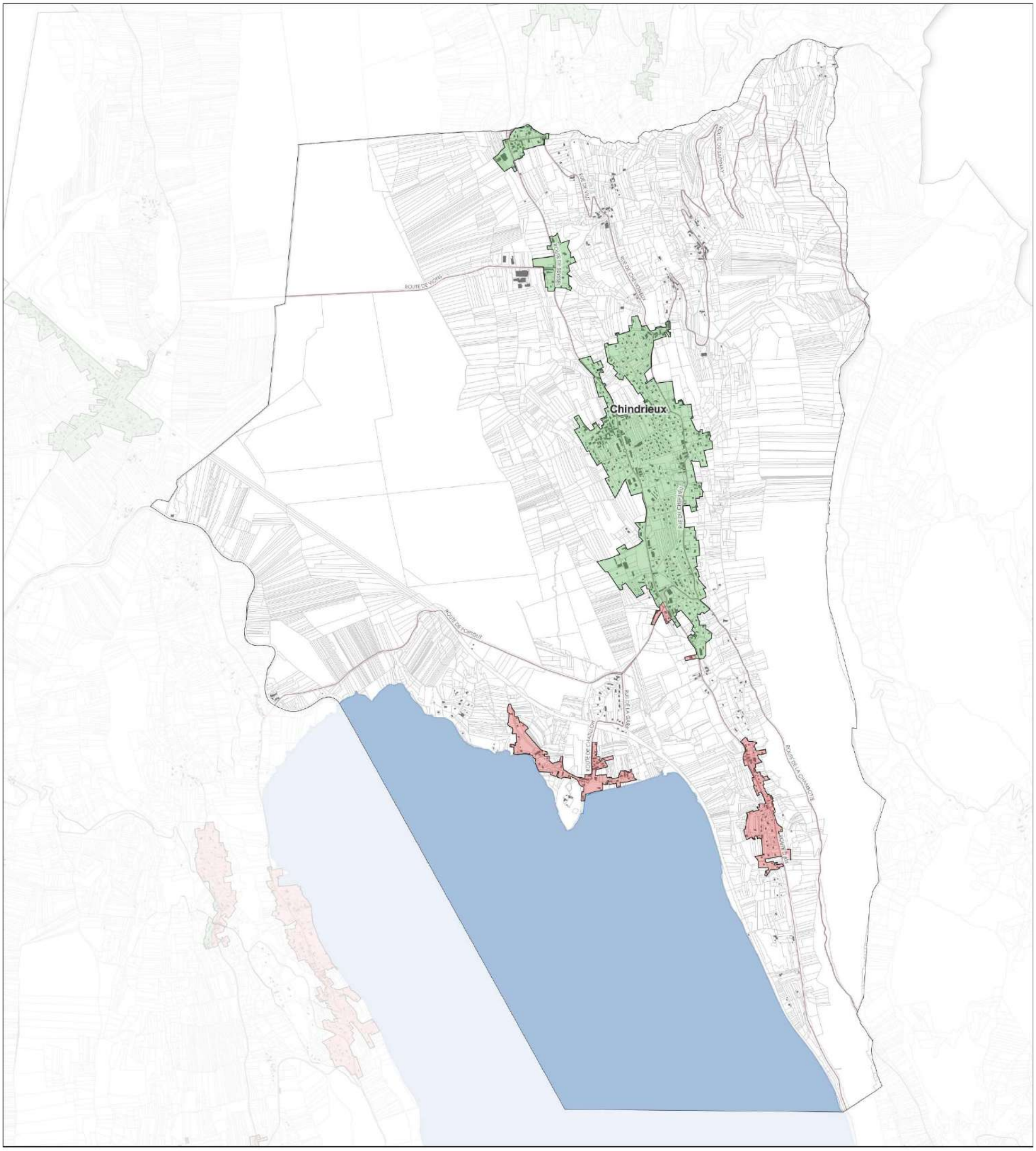
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:18 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Chindrieux



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

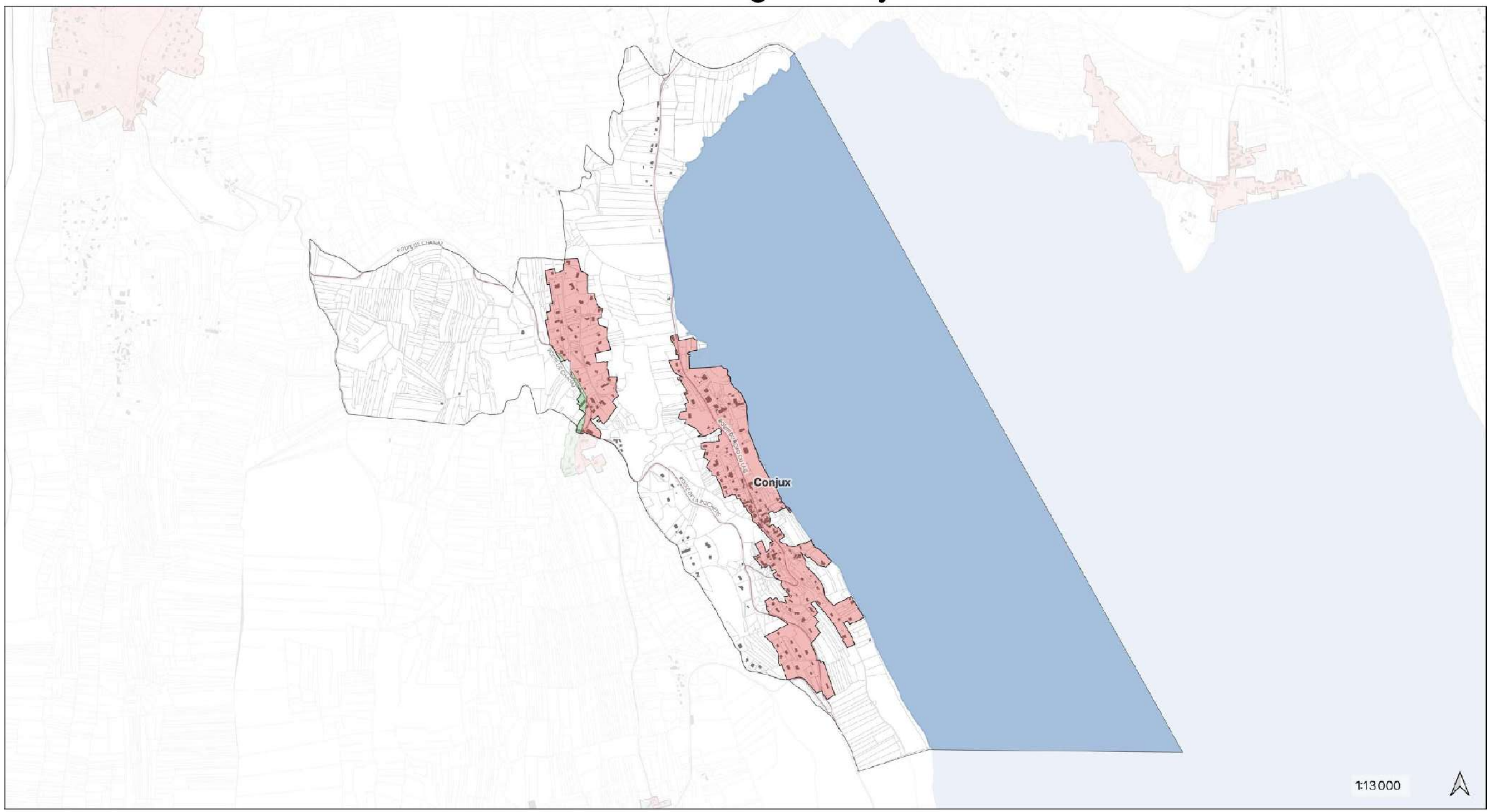
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:22 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Conjux



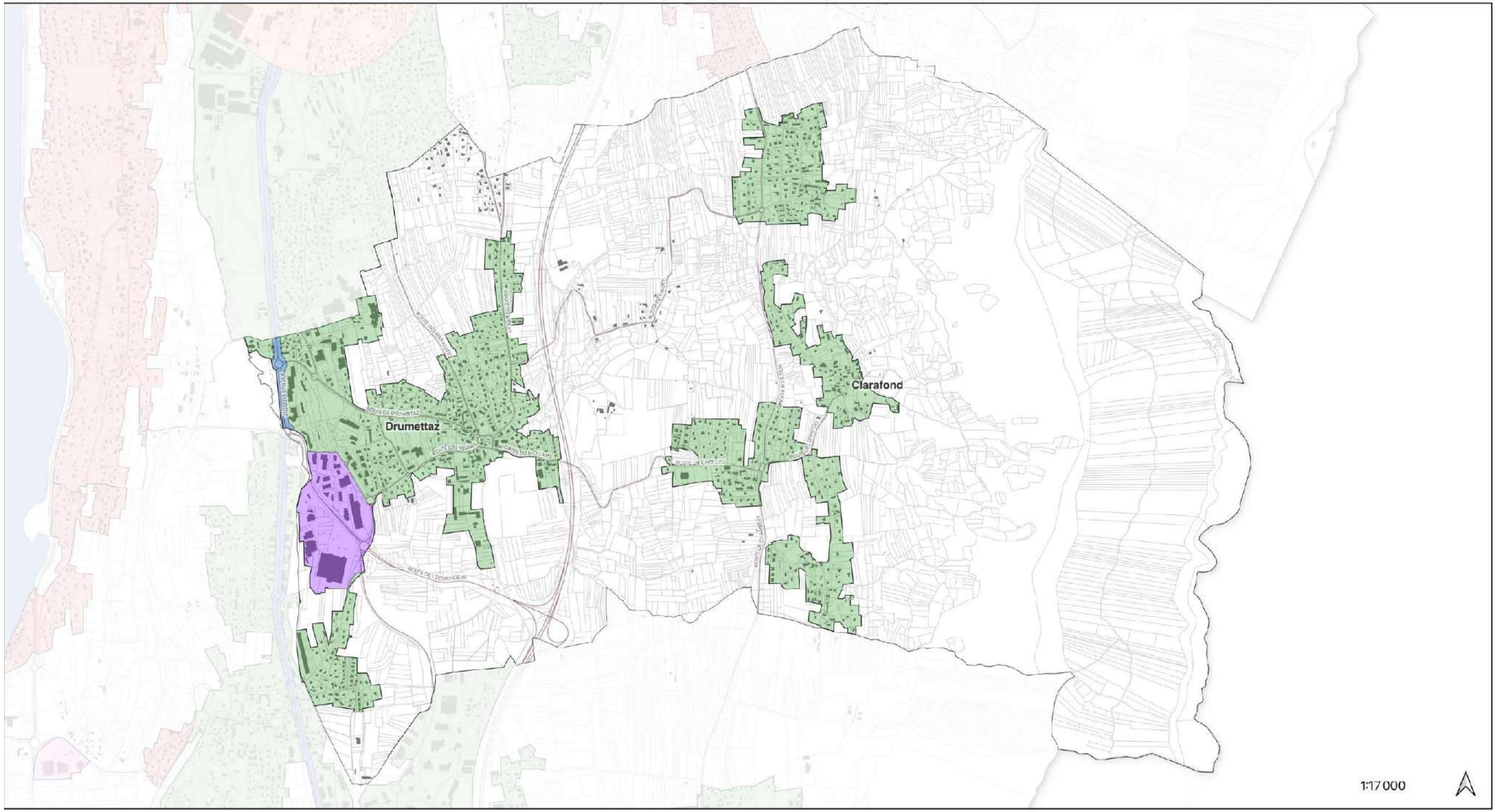
Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFIP Cadastre © Droits de l'Etat réservés® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Drumettaz-Clarafond



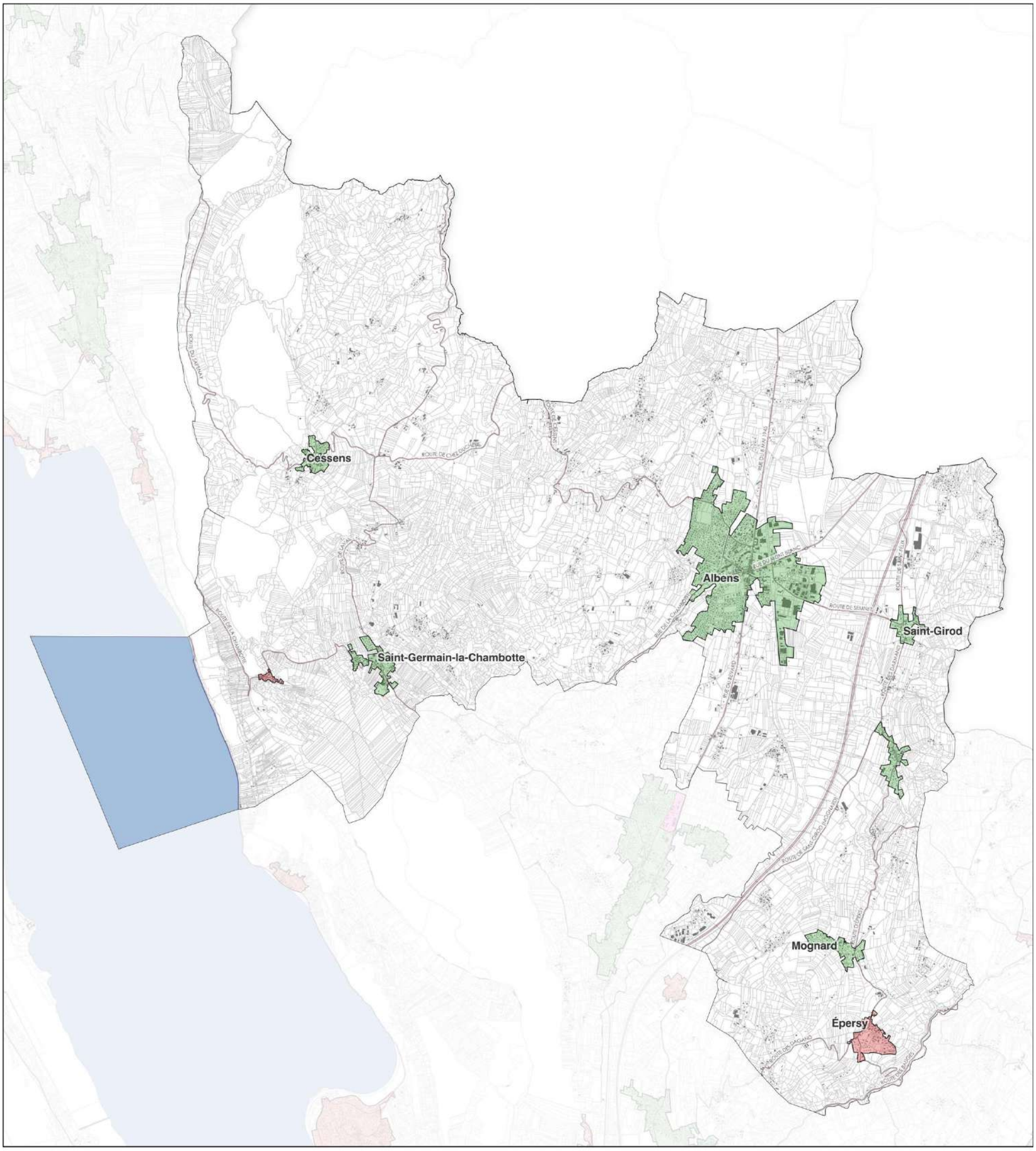
Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Entrelacs



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

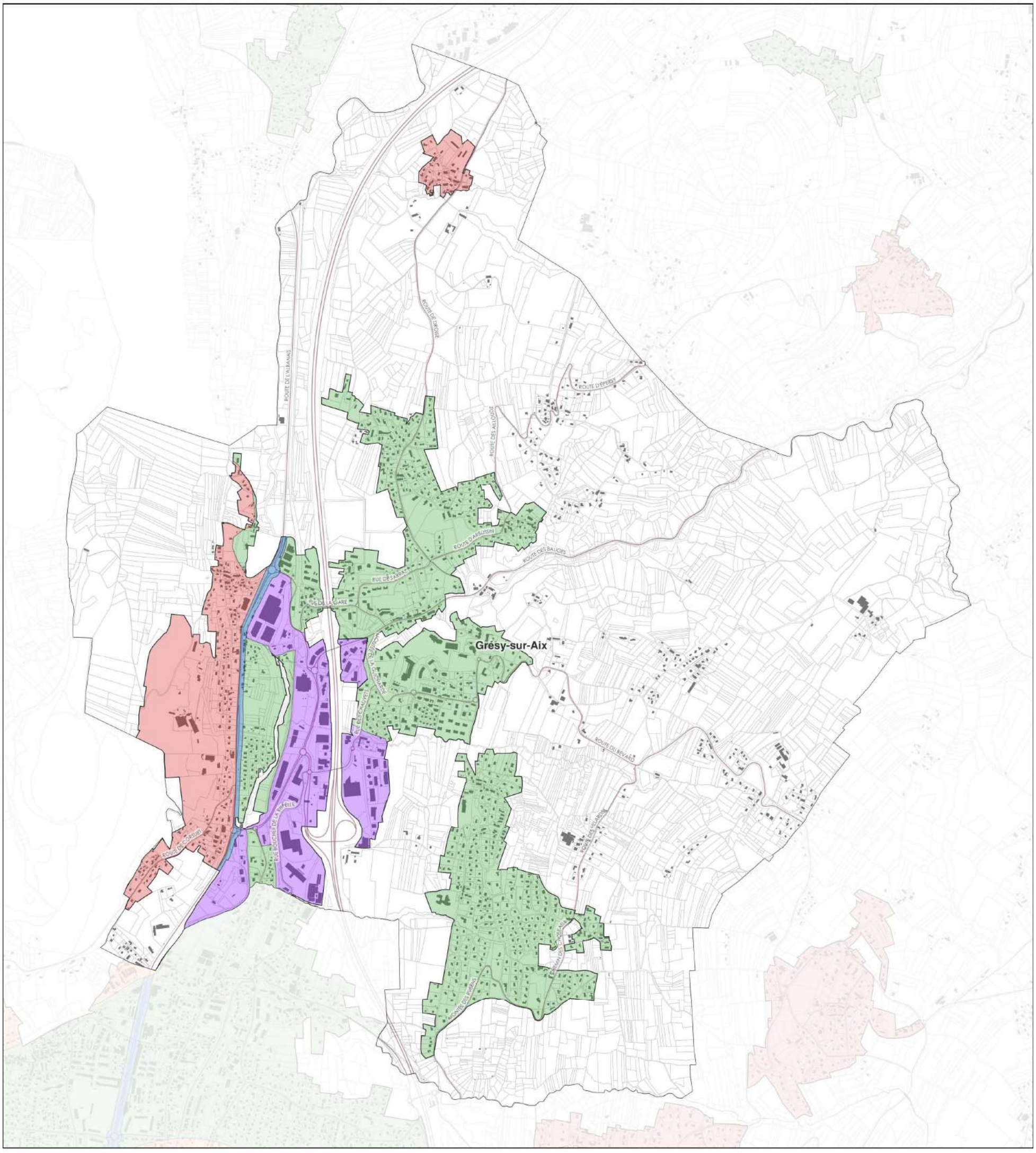
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:39000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Grésy-sur-Aix



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

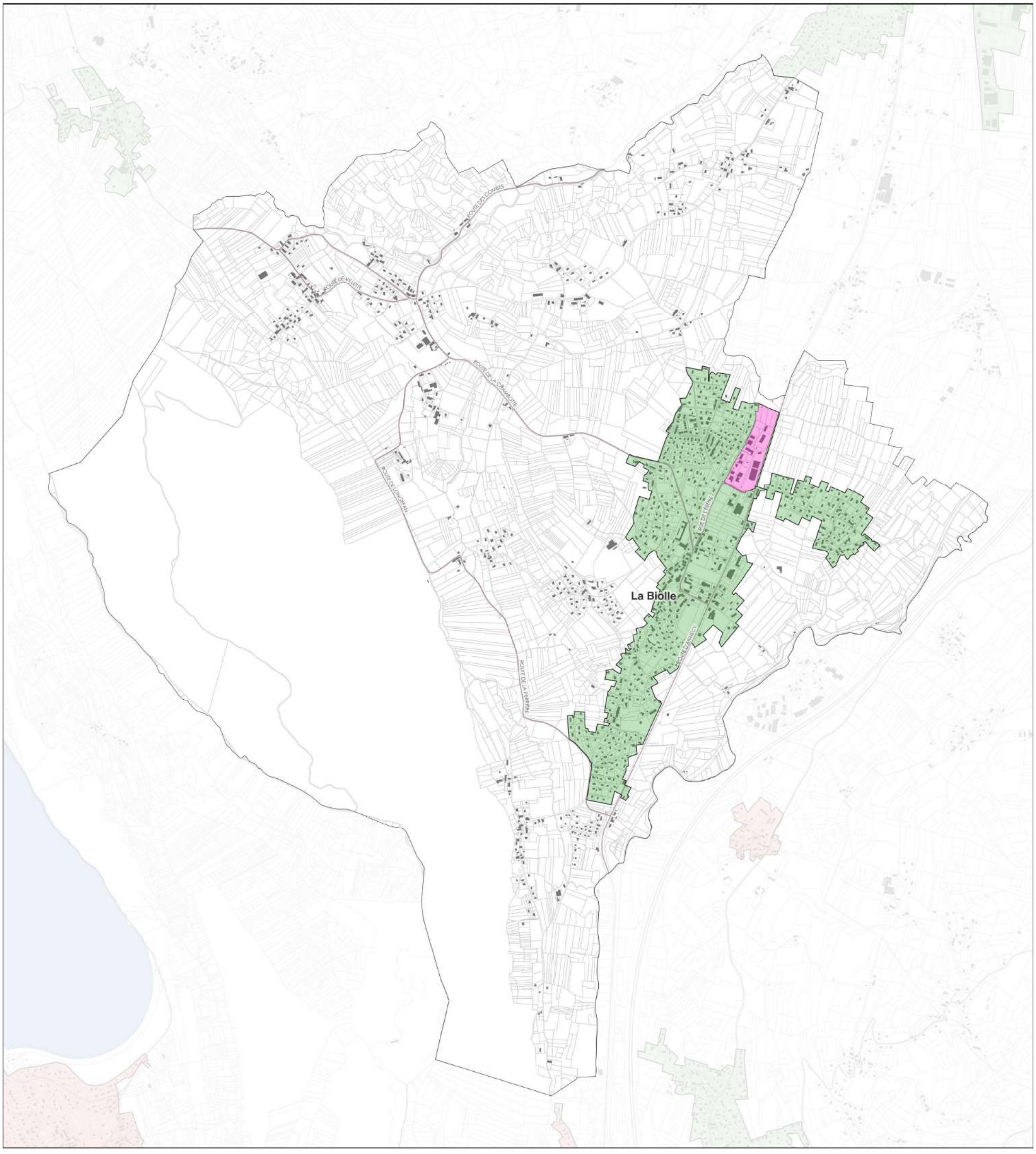
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:17 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - La Biolle



Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

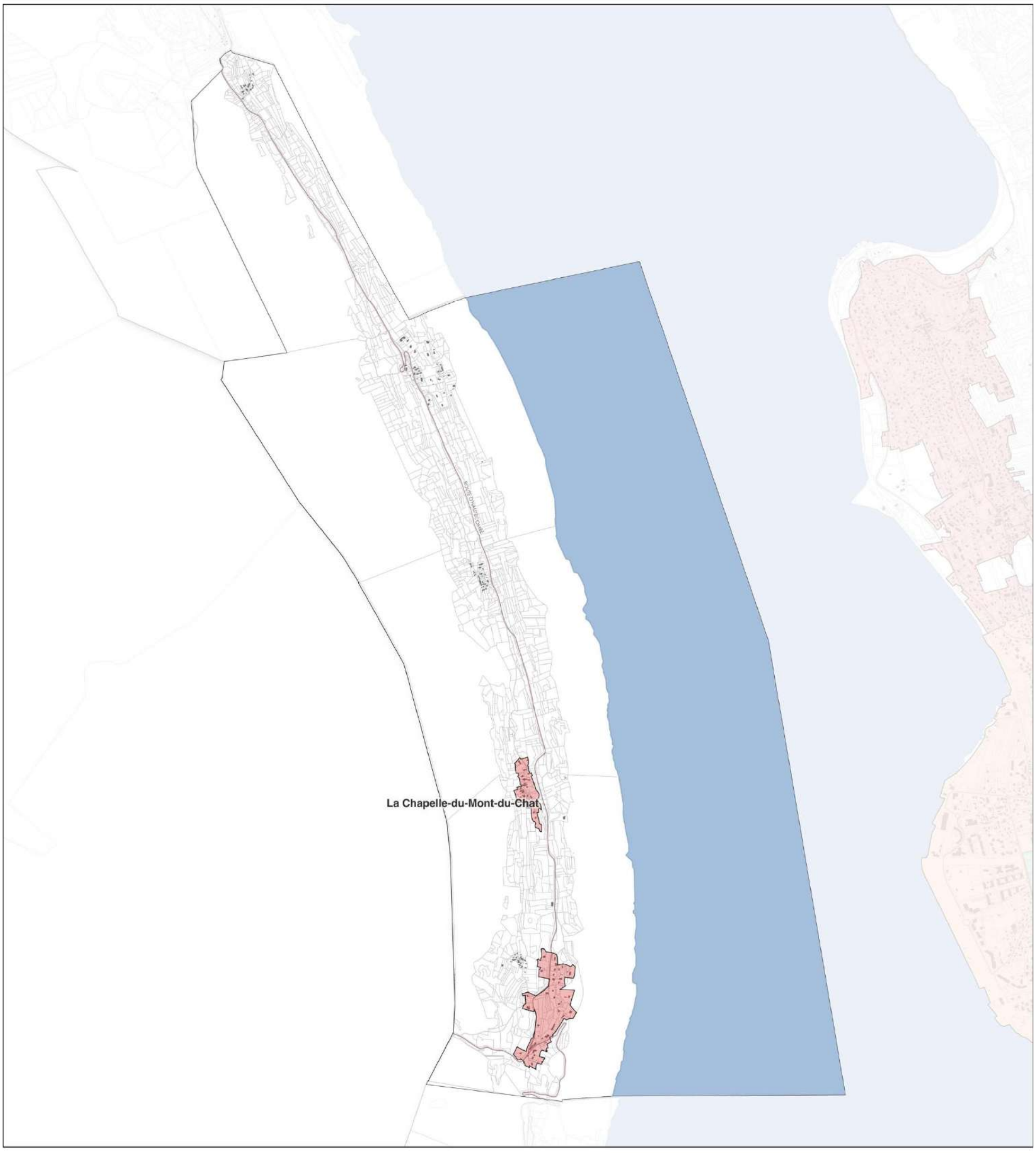
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:18 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - La Chapelle-du-Mont-du-Chat



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

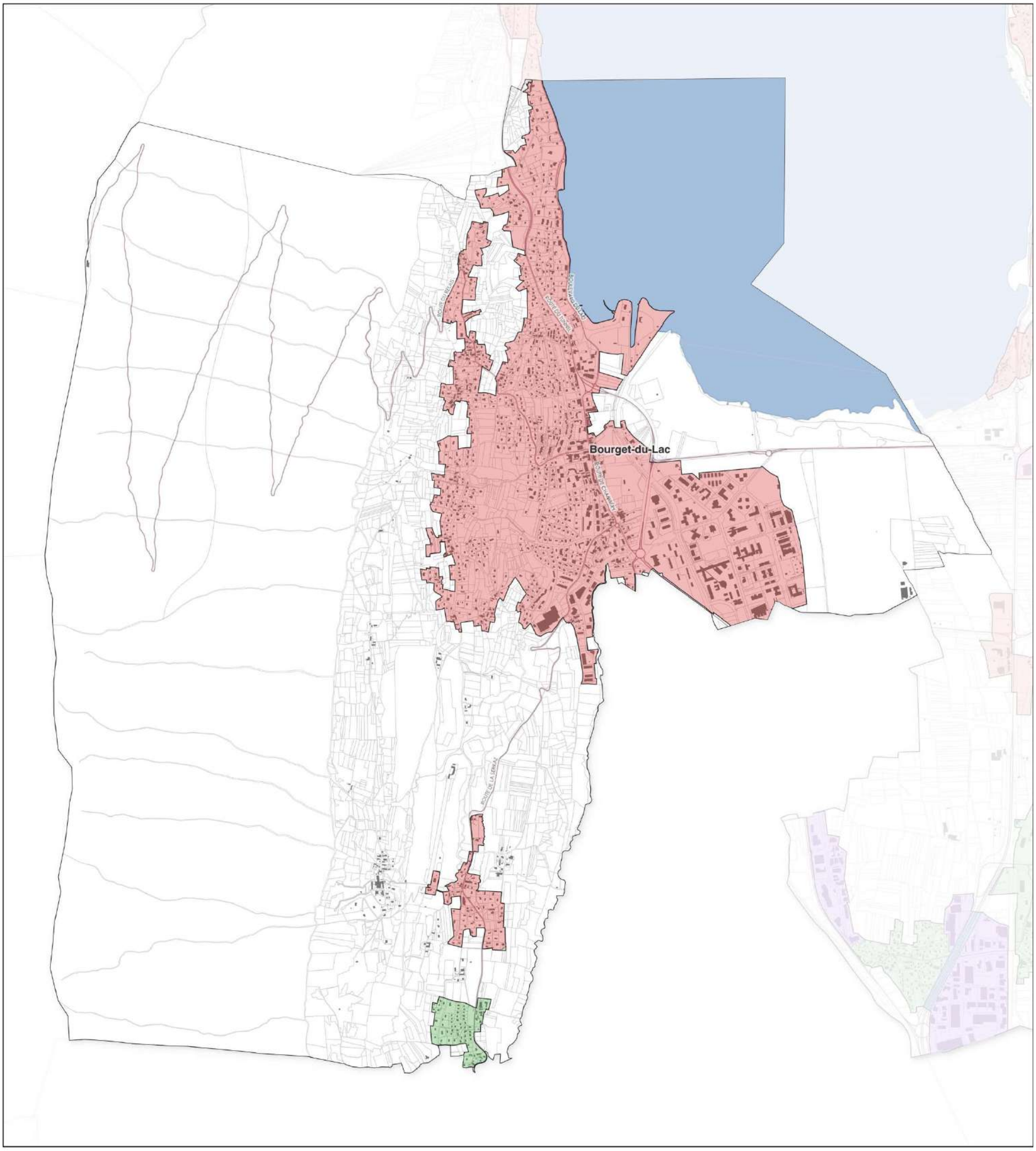
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:21000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Le Bourget-du-Lac



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

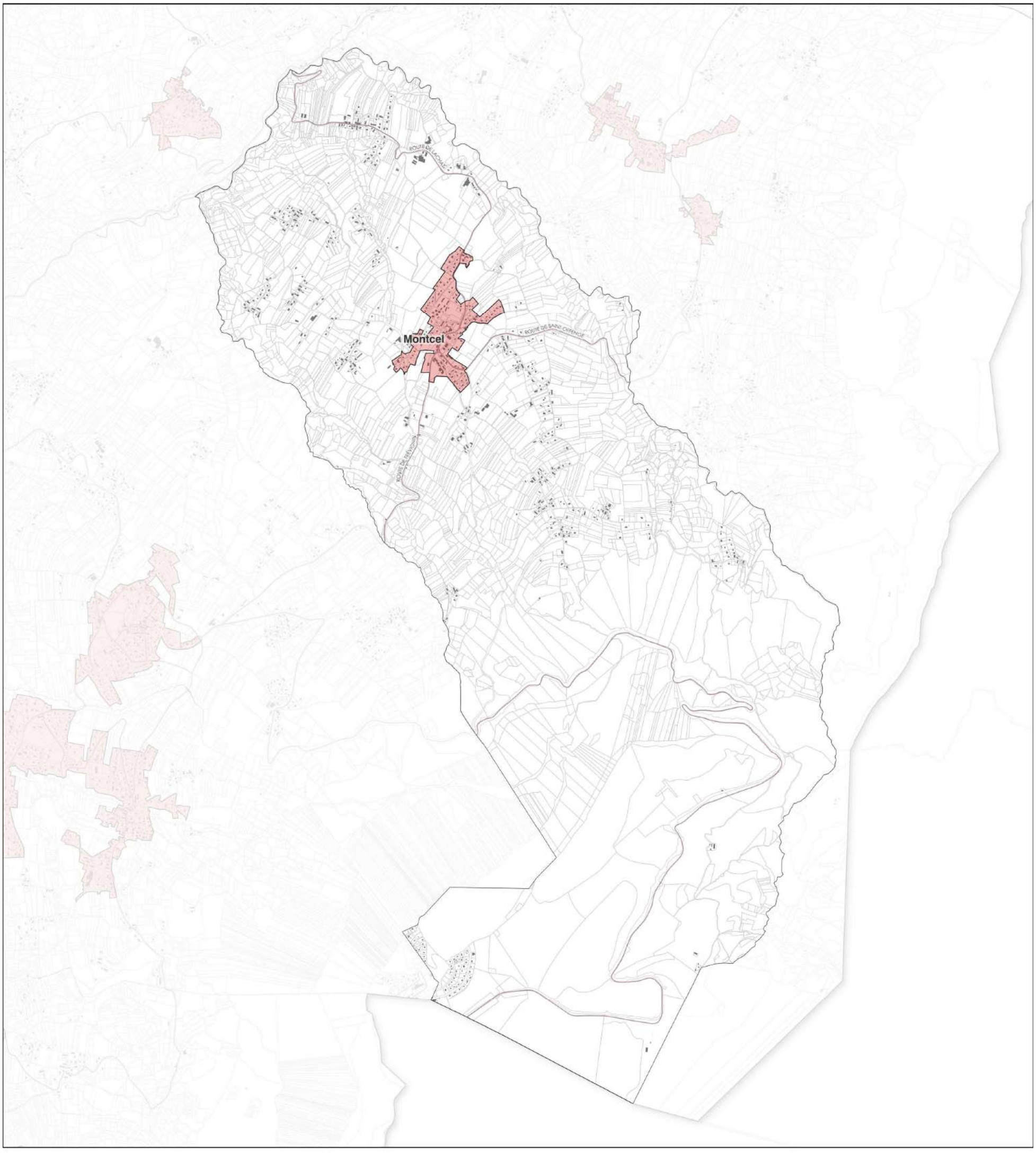
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:21000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Le Montcel



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

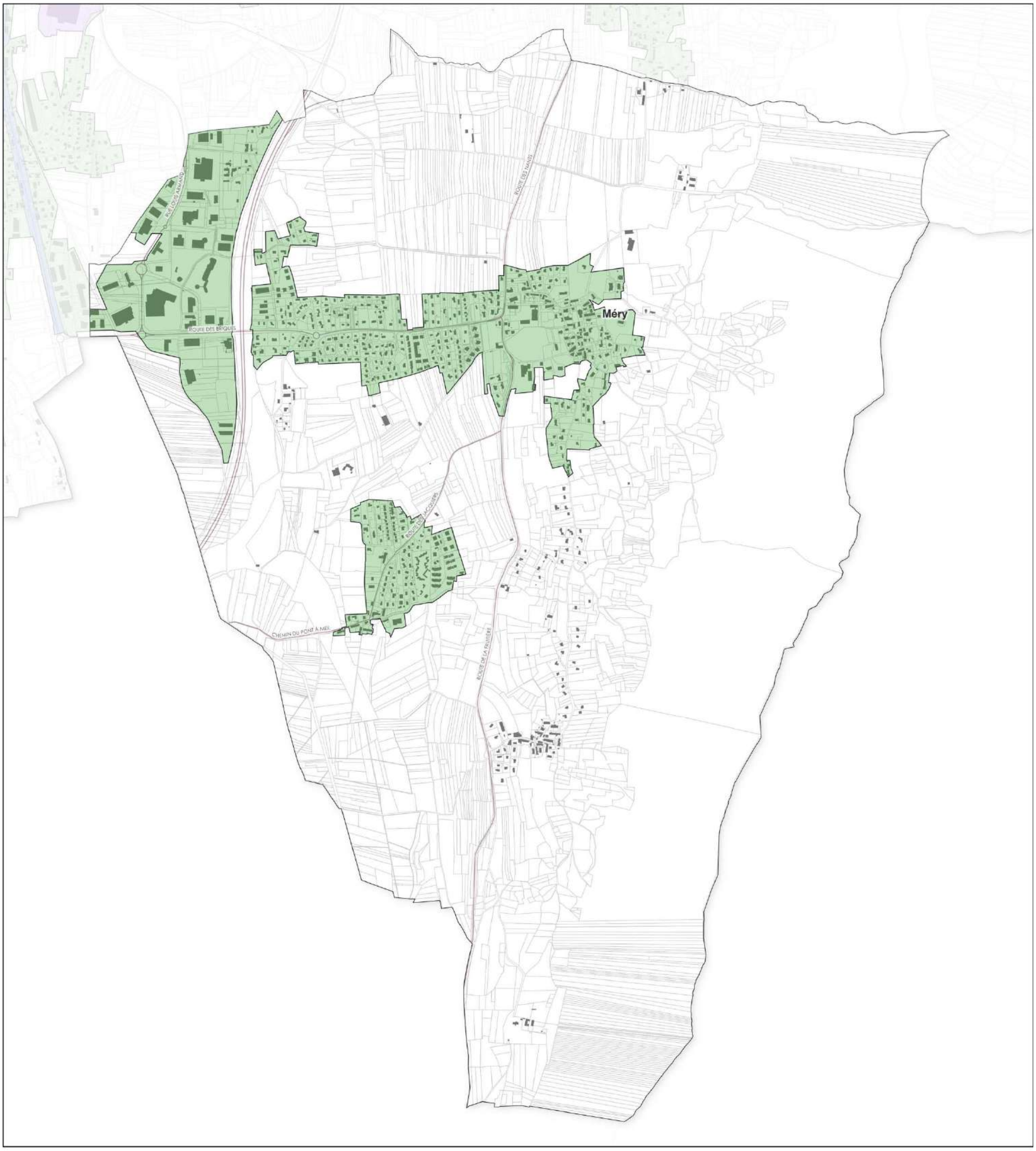
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:24000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Méry



Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:14 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Motz



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

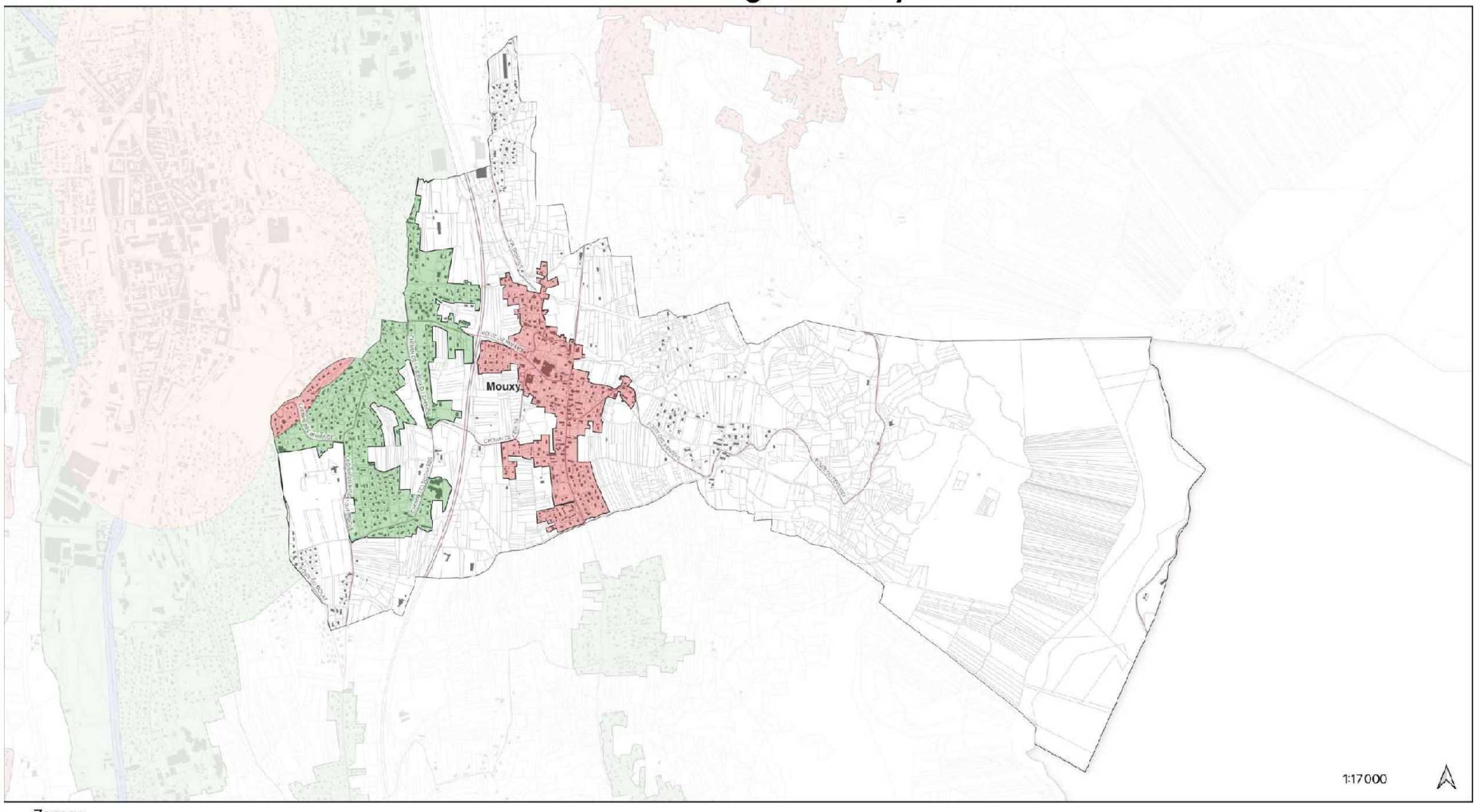
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:13 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Mouxy



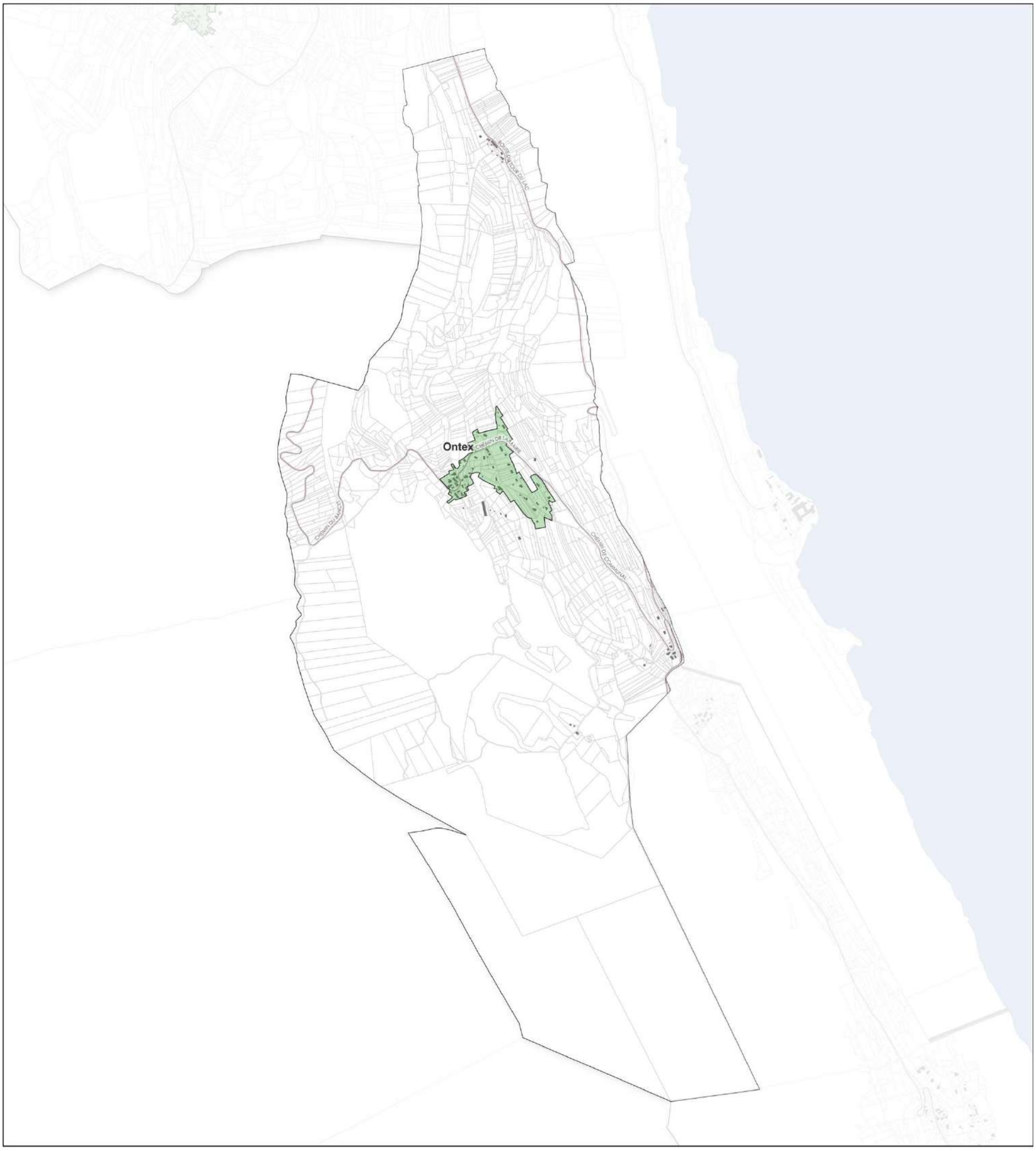
Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ℗ 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN- BD TOPO® 2023

Réalisation : Bureau d'études GePub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Ontex



Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

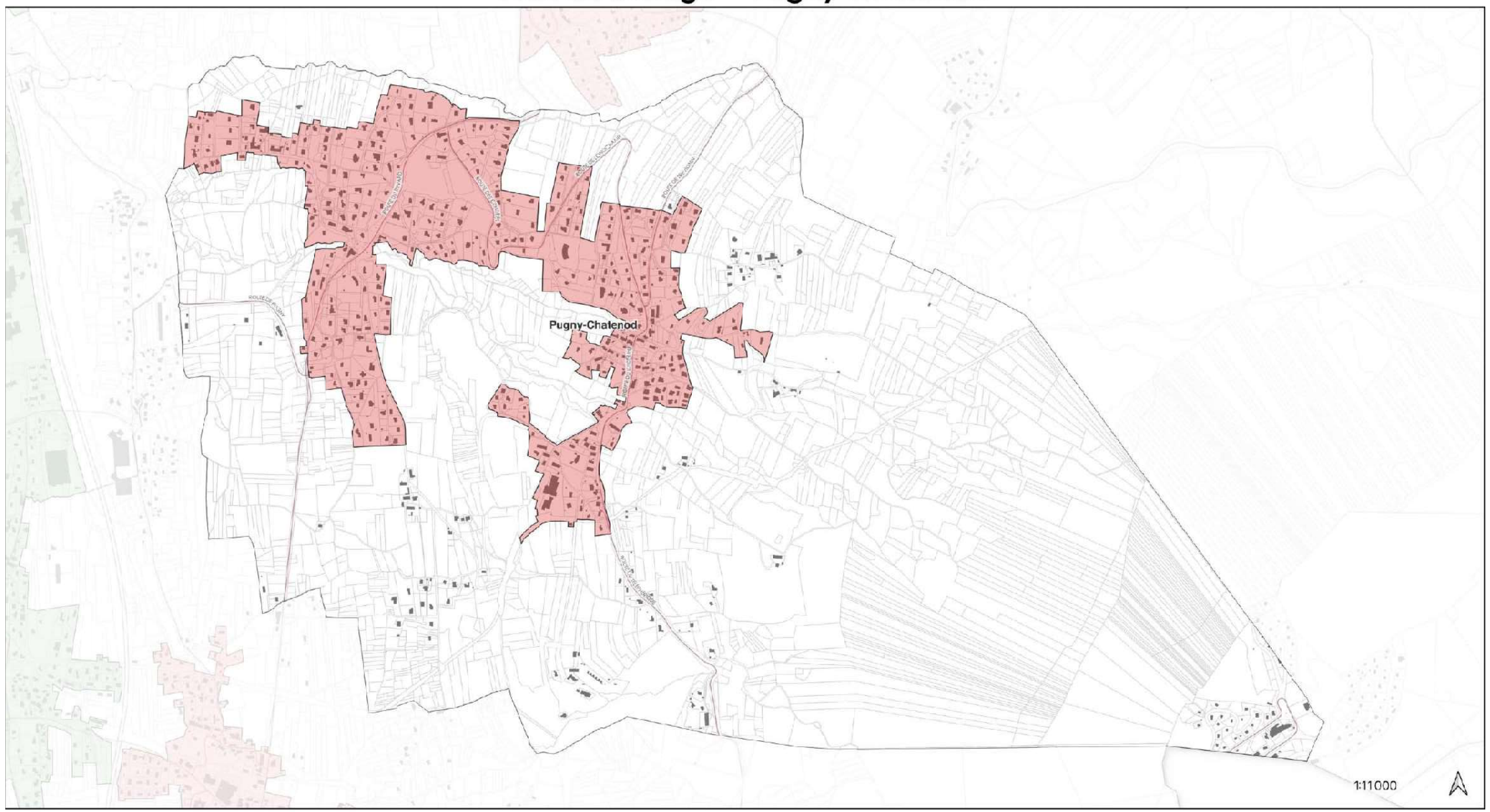
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:15000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Pugny-Chatenod



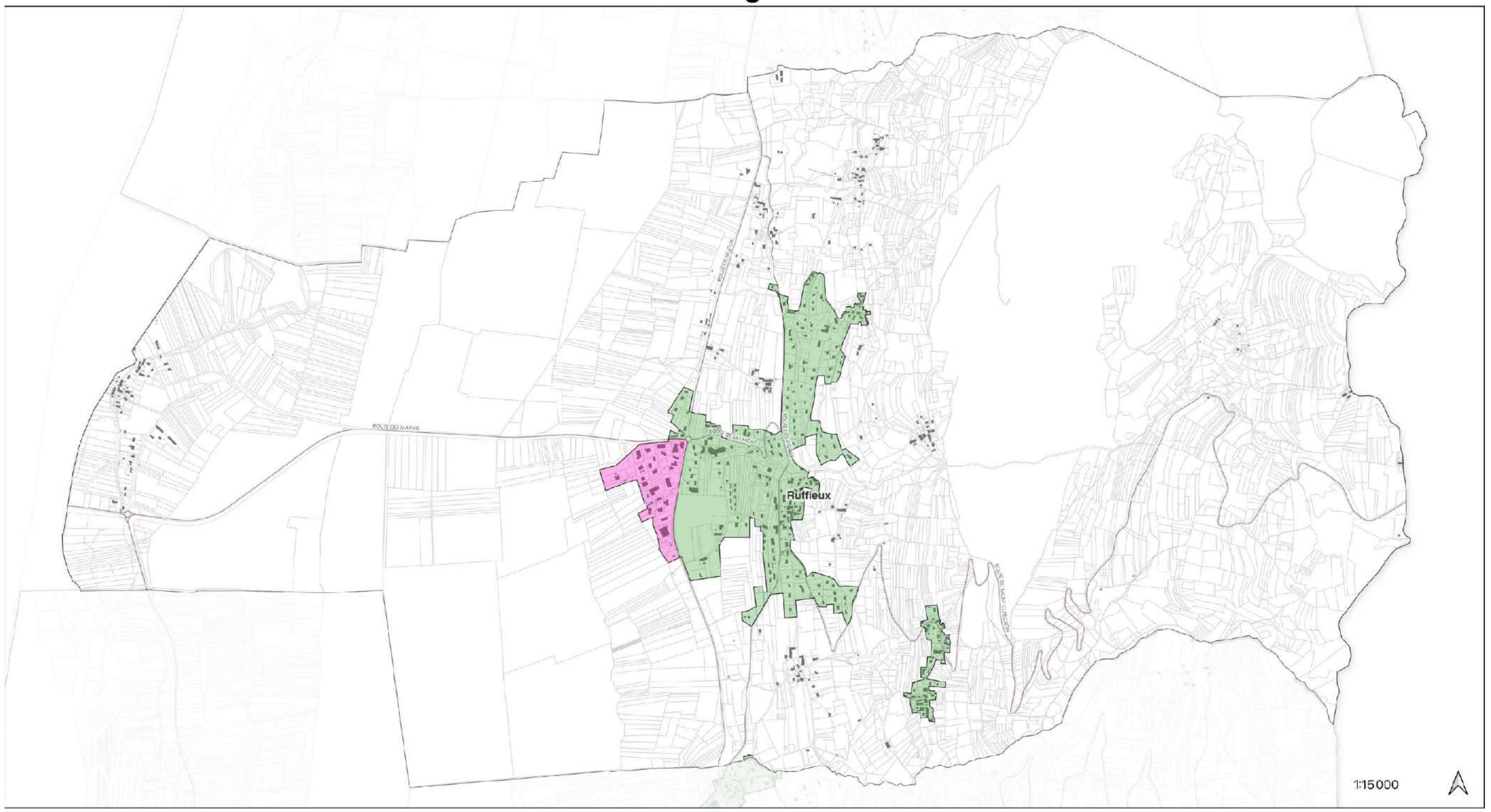
Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune : Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés © 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO© 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Ruffieux



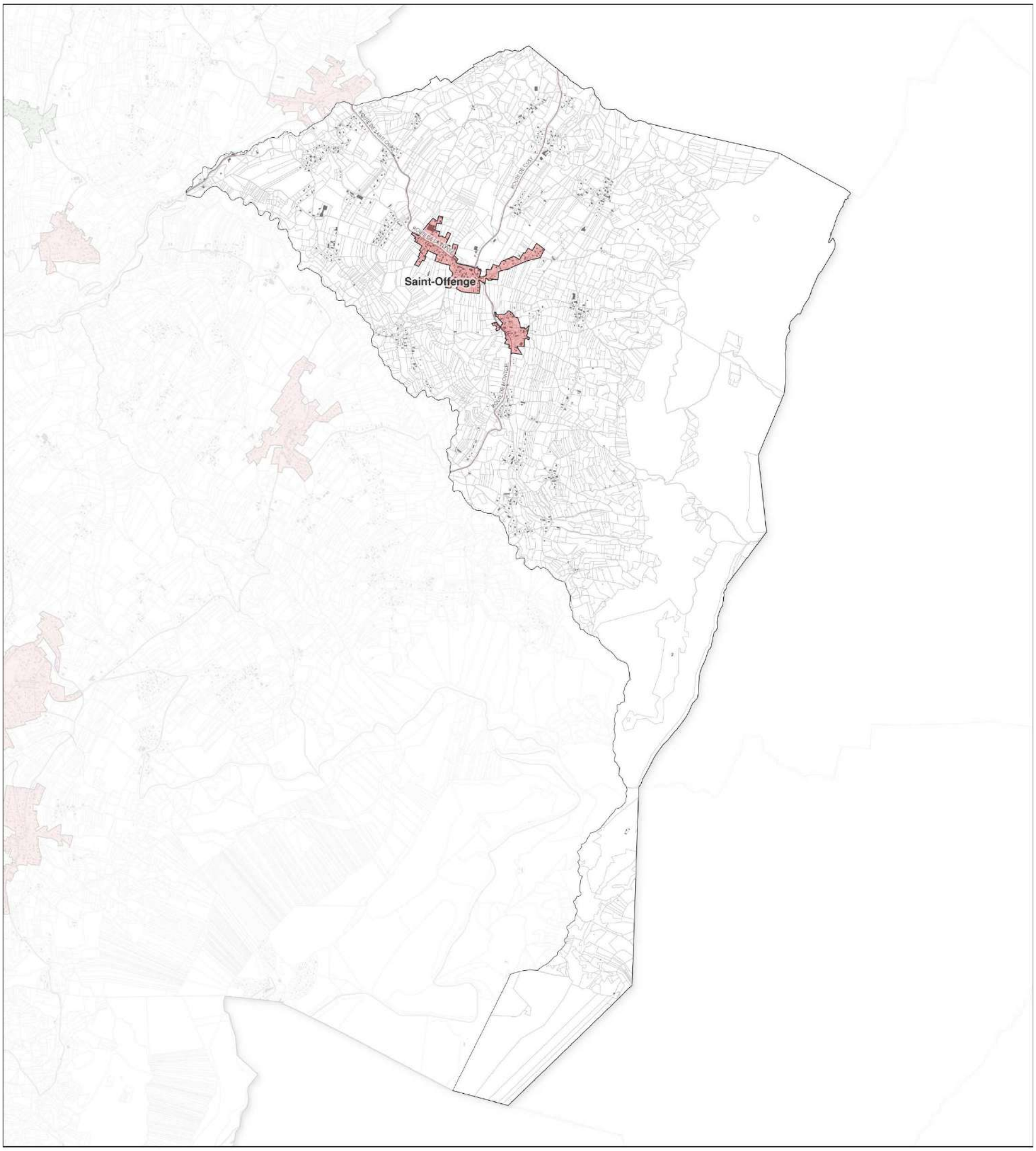
Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés @ 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Saint-Offenge



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

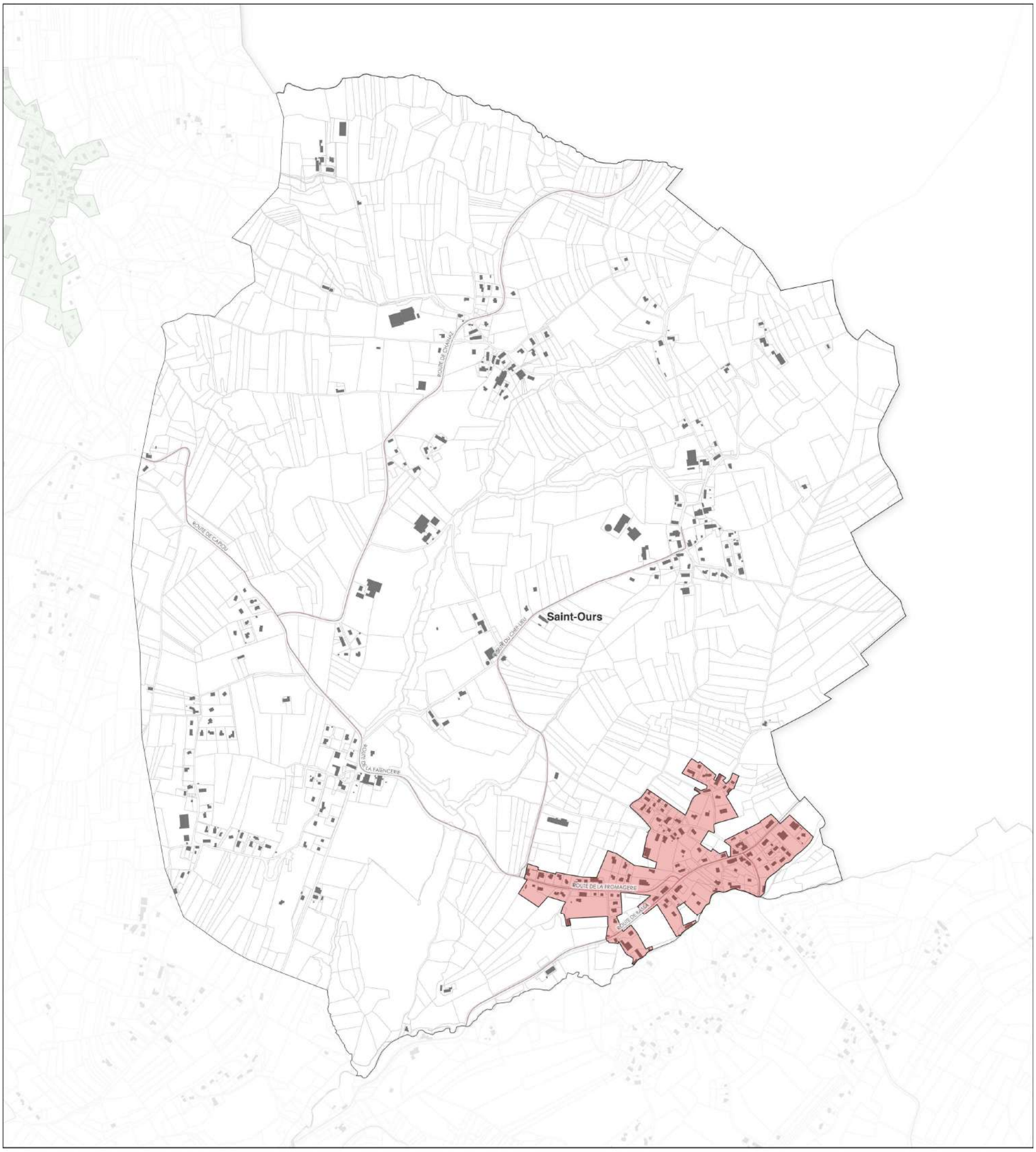
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:28 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Saint-Ours



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

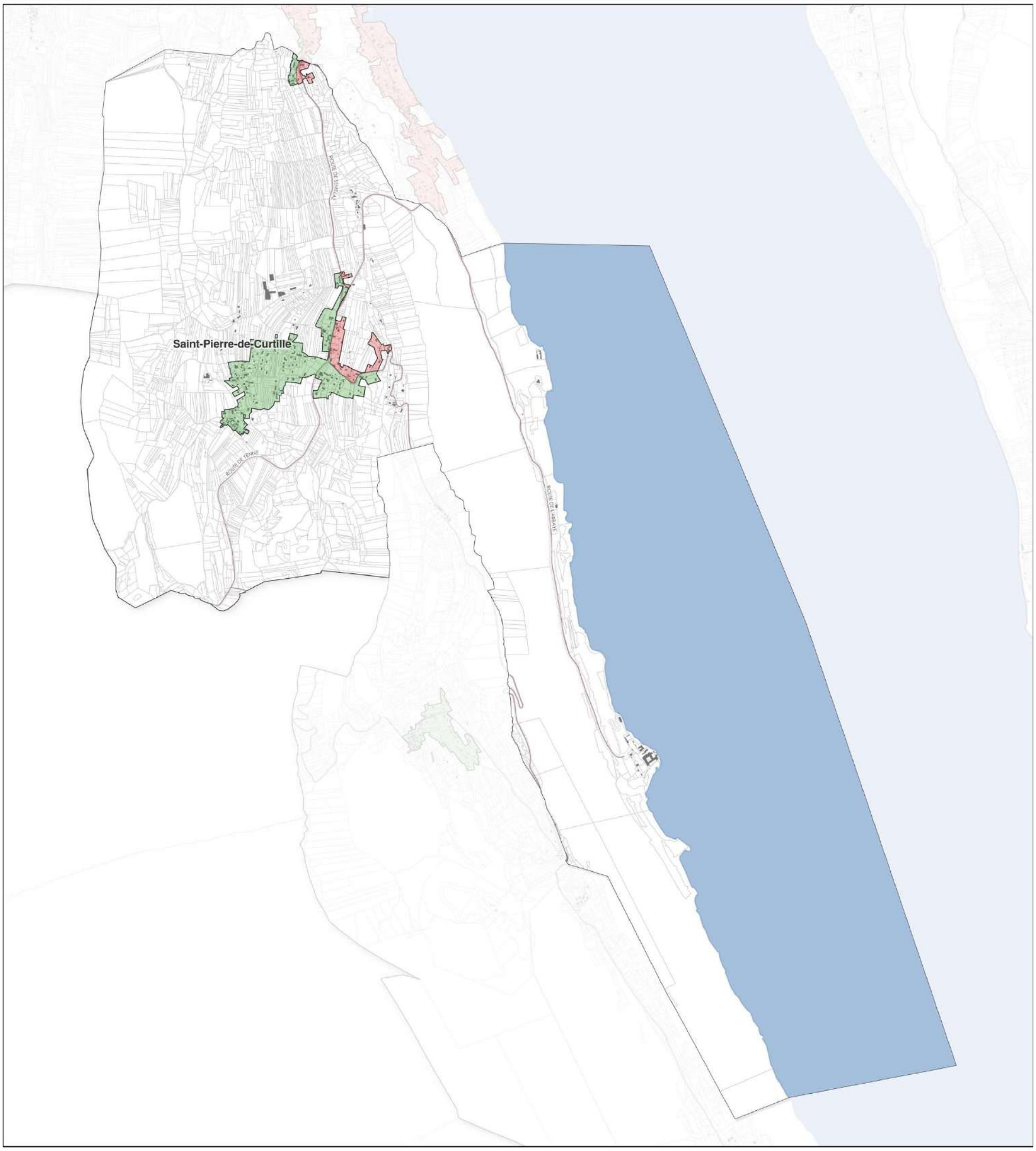
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:10 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Saint-Pierre-de-Curtille



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

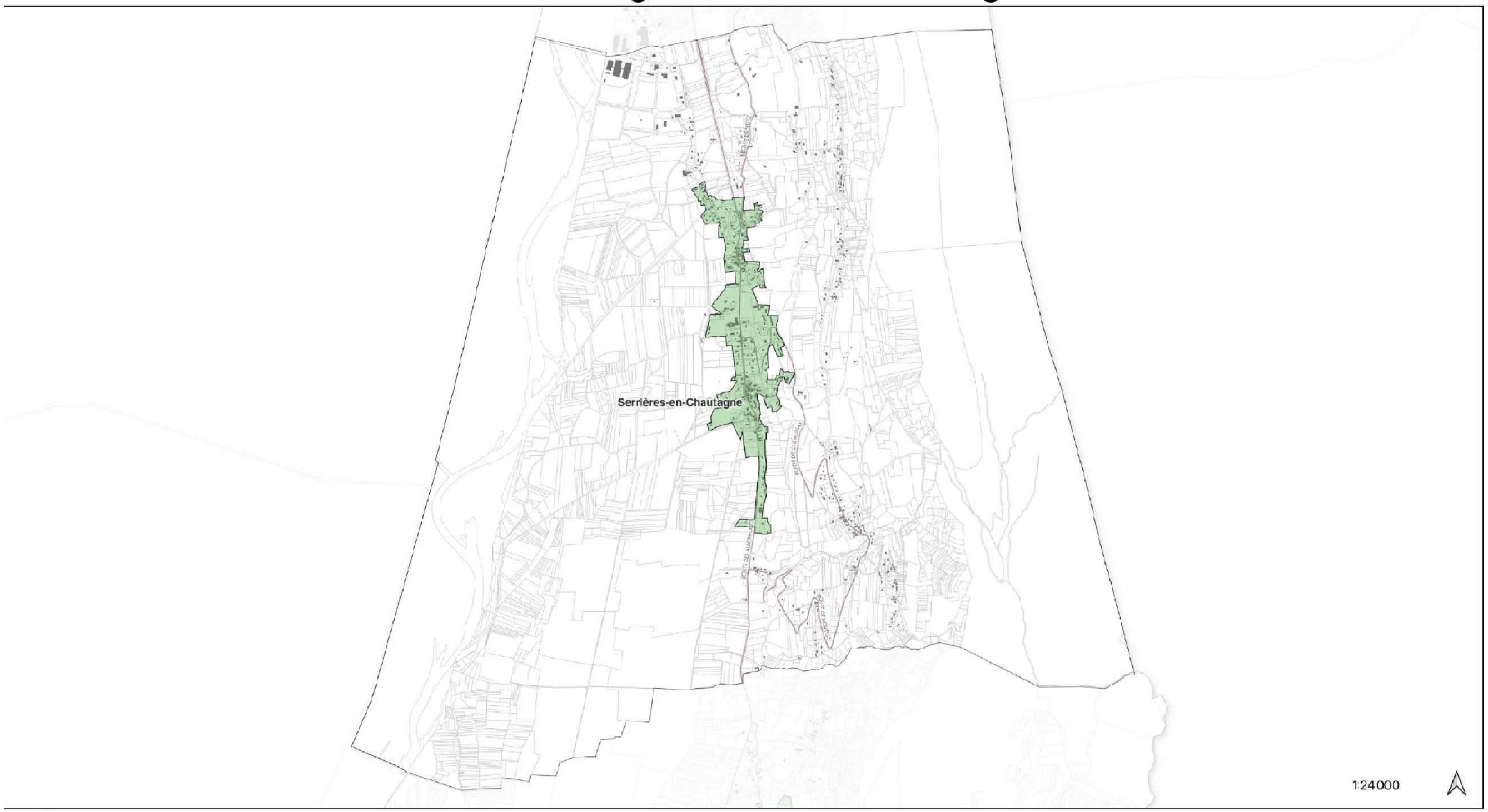
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:22000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Serrières-en-Chataugne



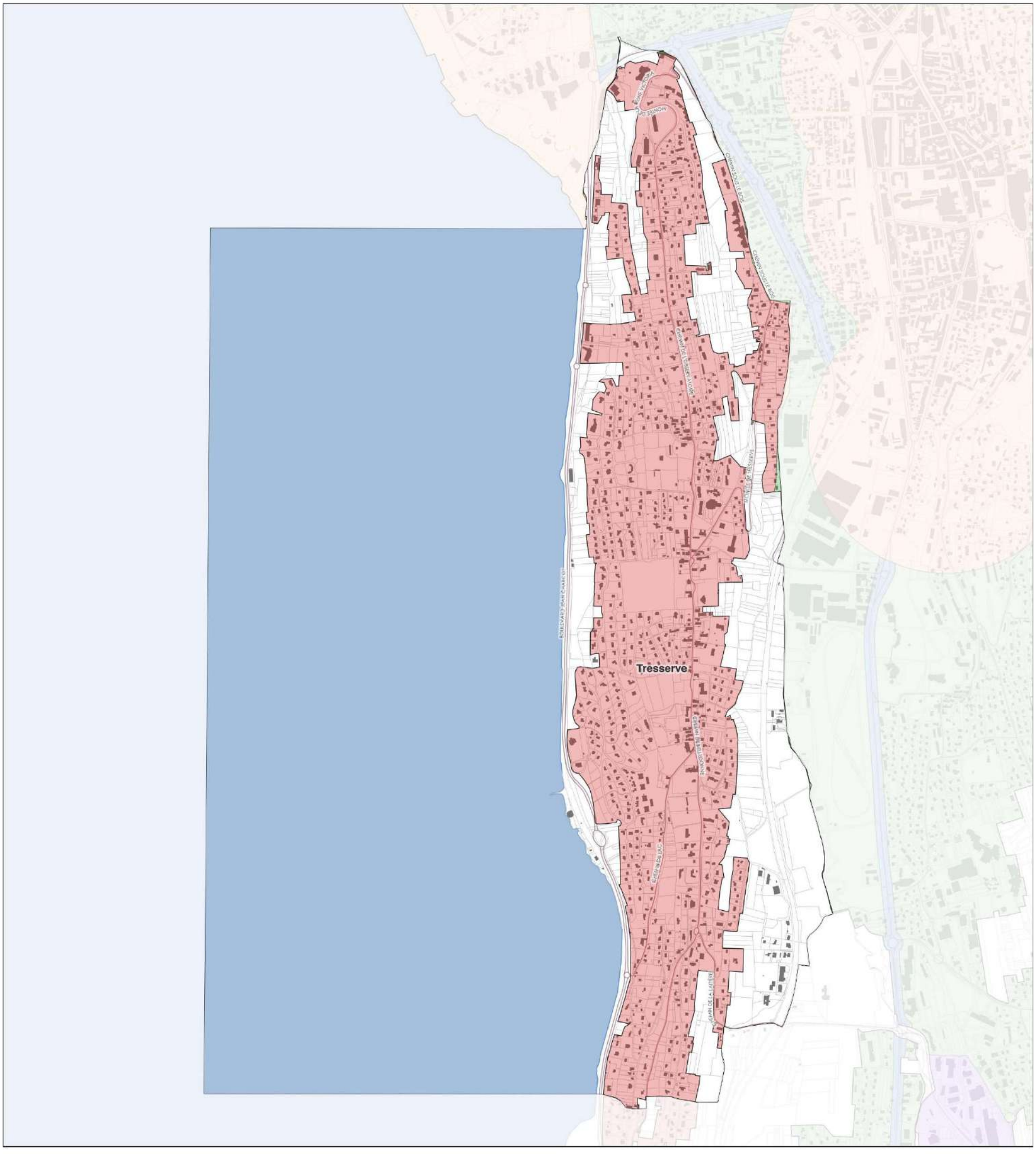
Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études CoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Tresserve



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

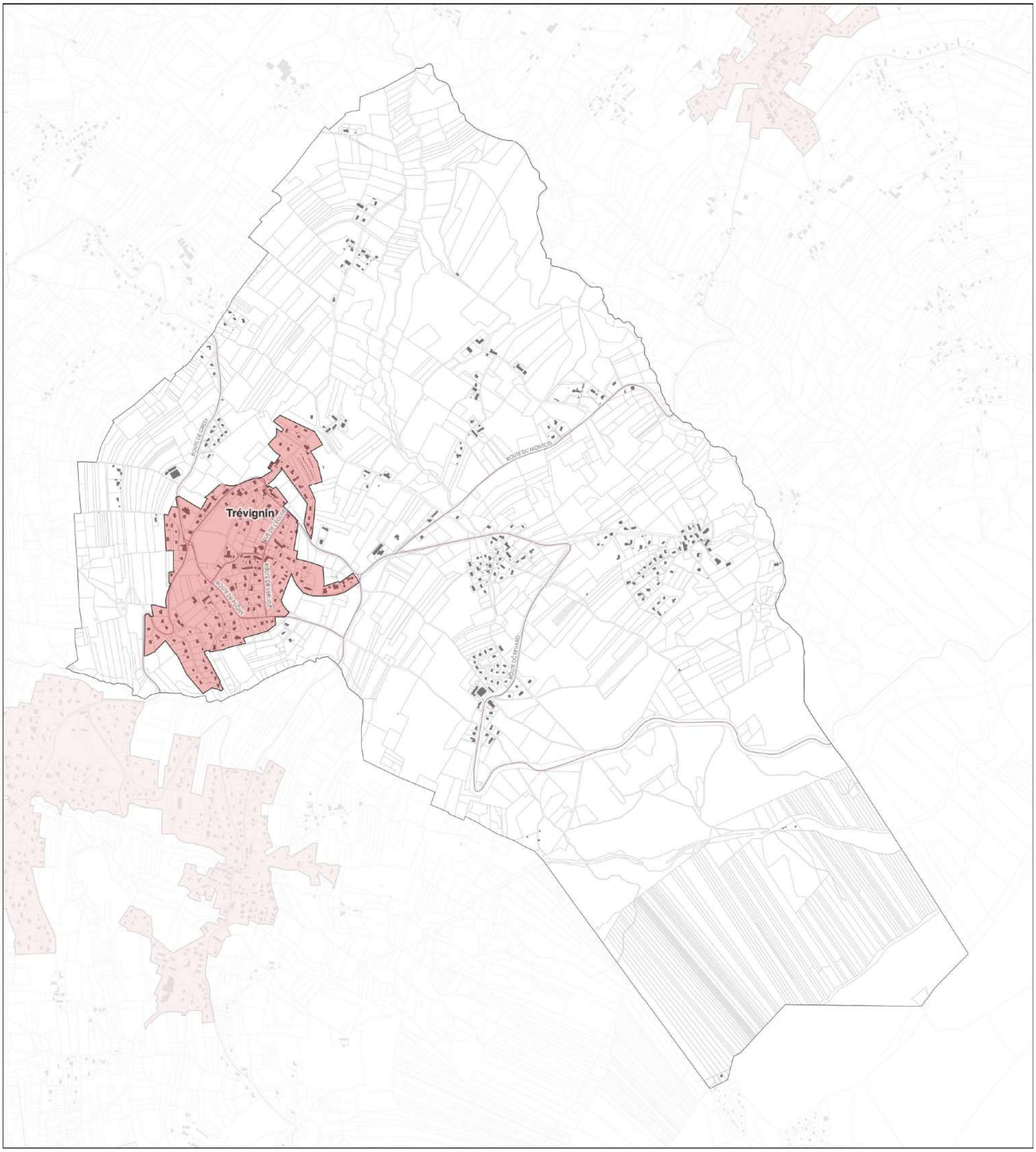
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:13 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Trévignin



Zonage
- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

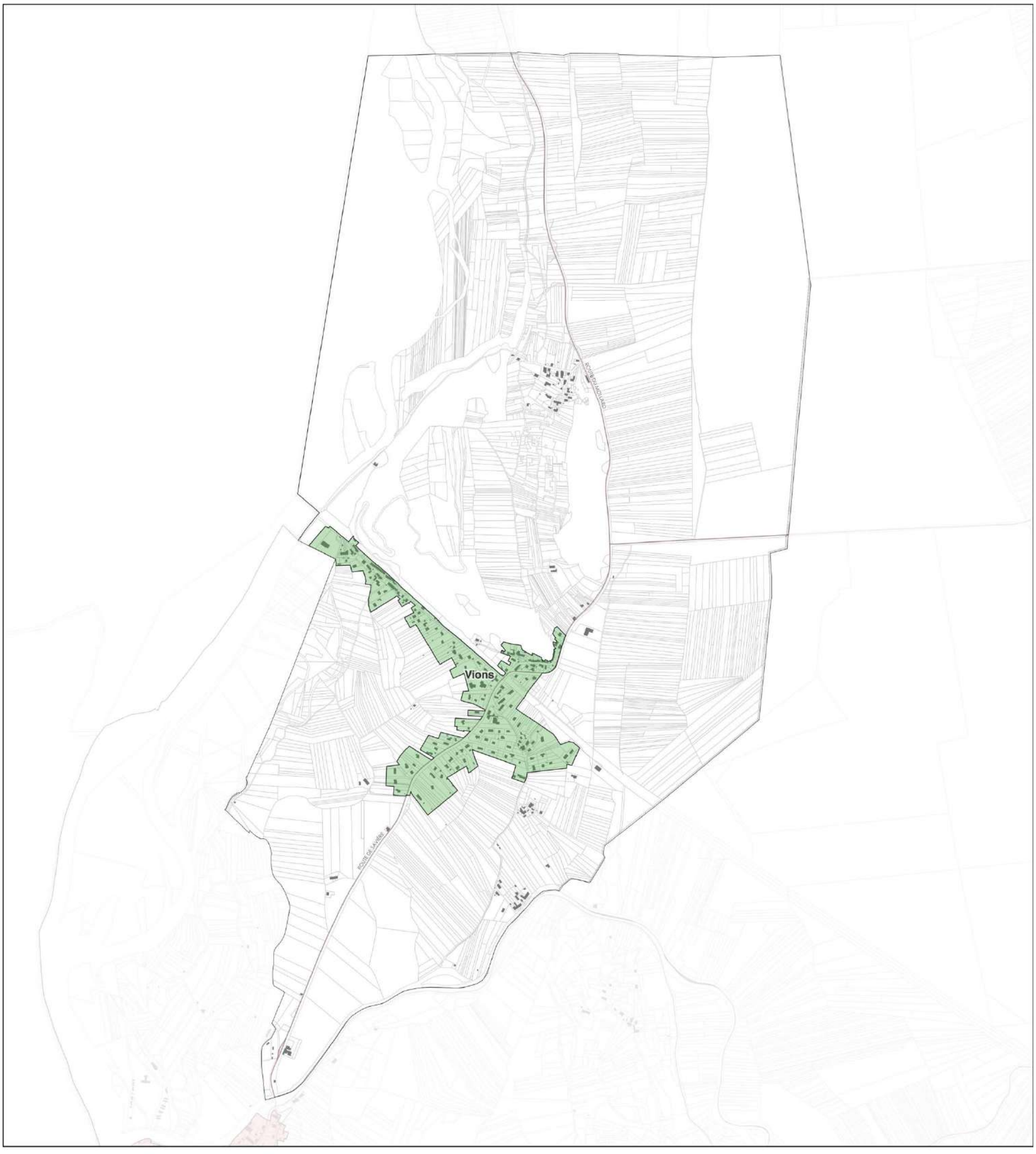
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:14 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Vions



Zonage
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

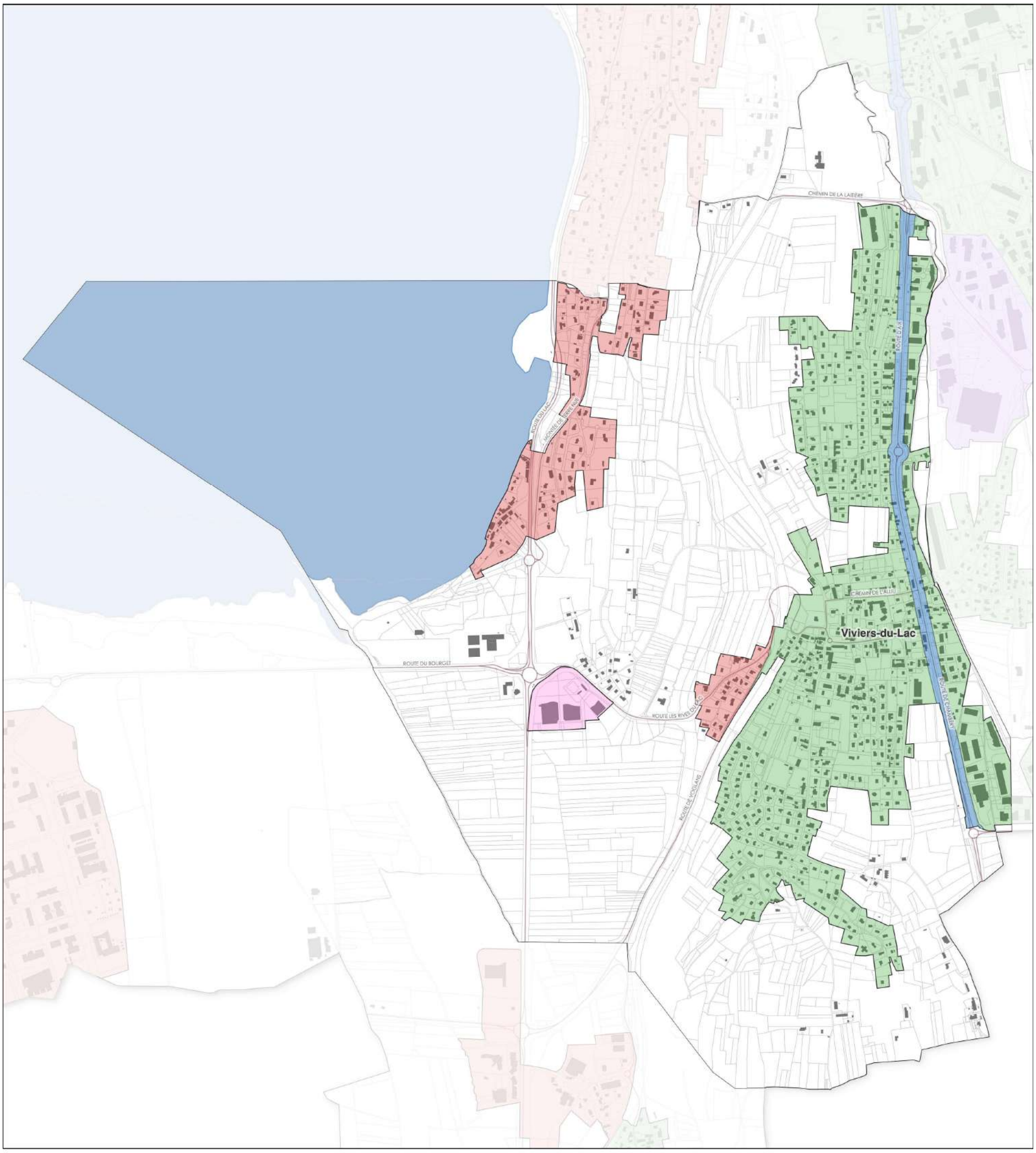
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:13 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Viviers-du-Lac



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4c : secteurs à dominante commerciale_en site inscrit
- Hors agglomération

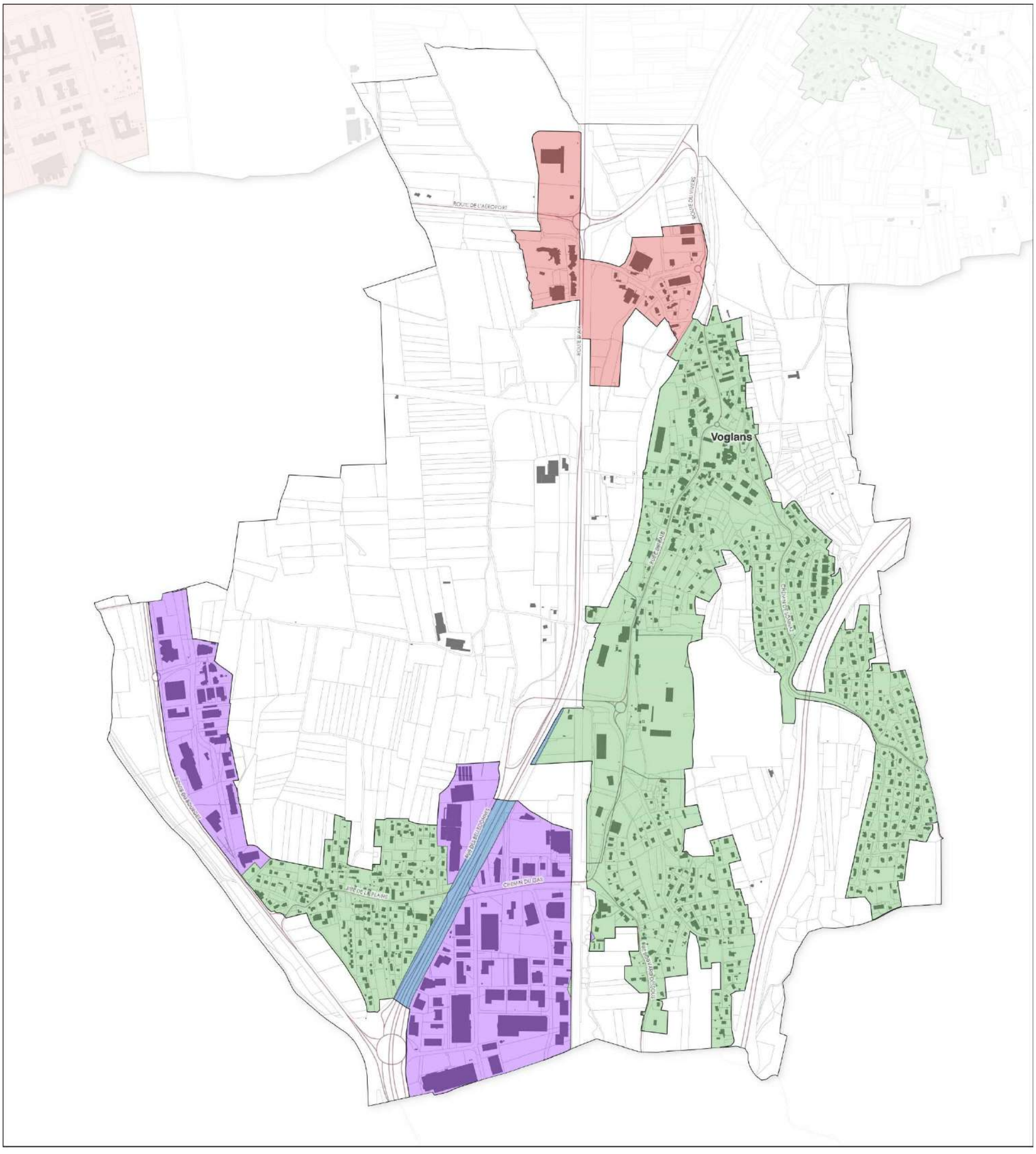
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:11000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage - Voglans



Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

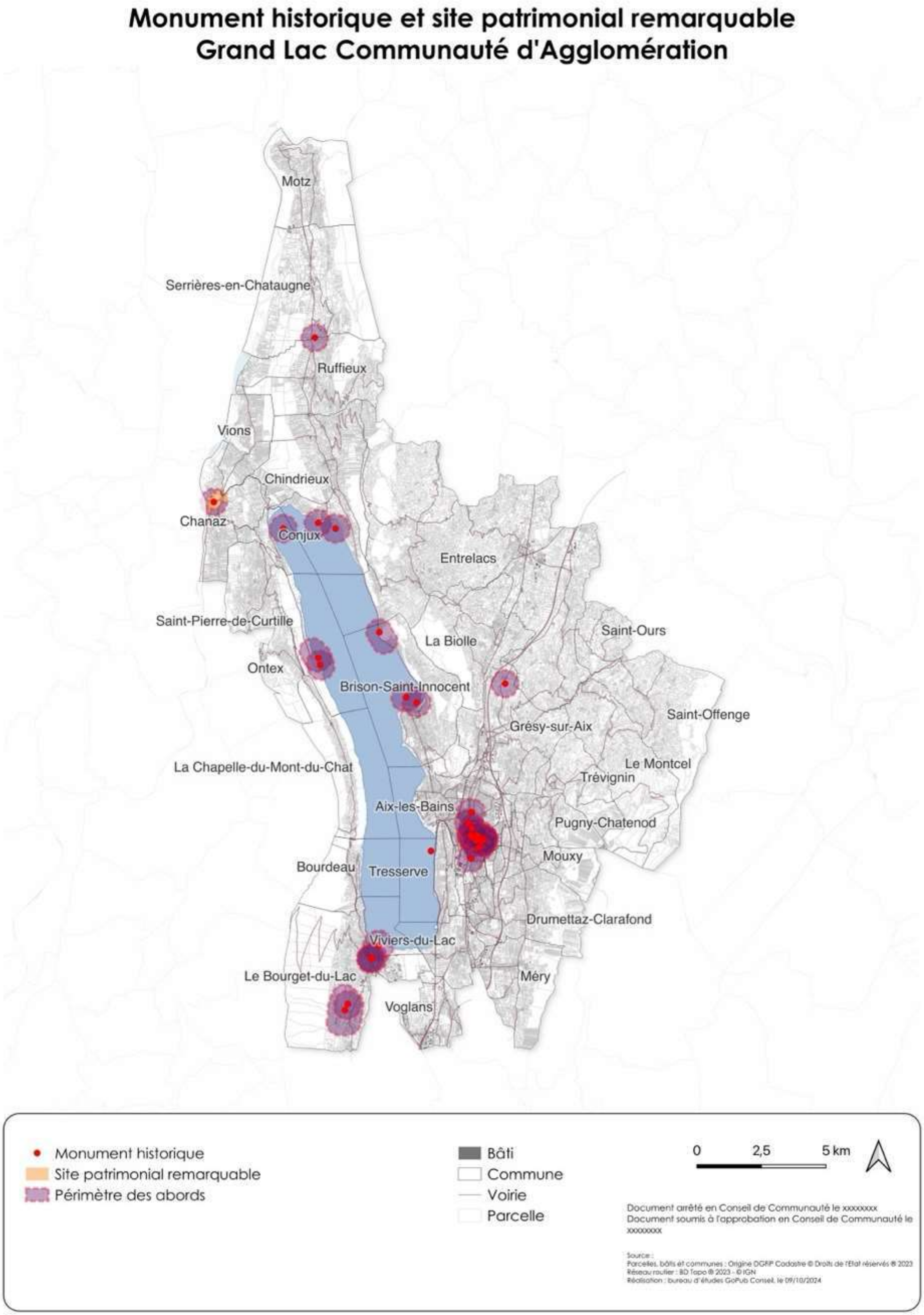
- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

1:10 000

Source :
Bâti, parcelle et commune: Origine DGFiP Cadastre © Droits de l'Etat réservés ® 2023
Tronçons routiers routiers/ferrés : ©IGN BD TOPO® 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil, le 12/11/2025

<u>Abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables</u>





Règlement Local de Publicité Intercommunal

Tome 2.2 : Zonage

Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

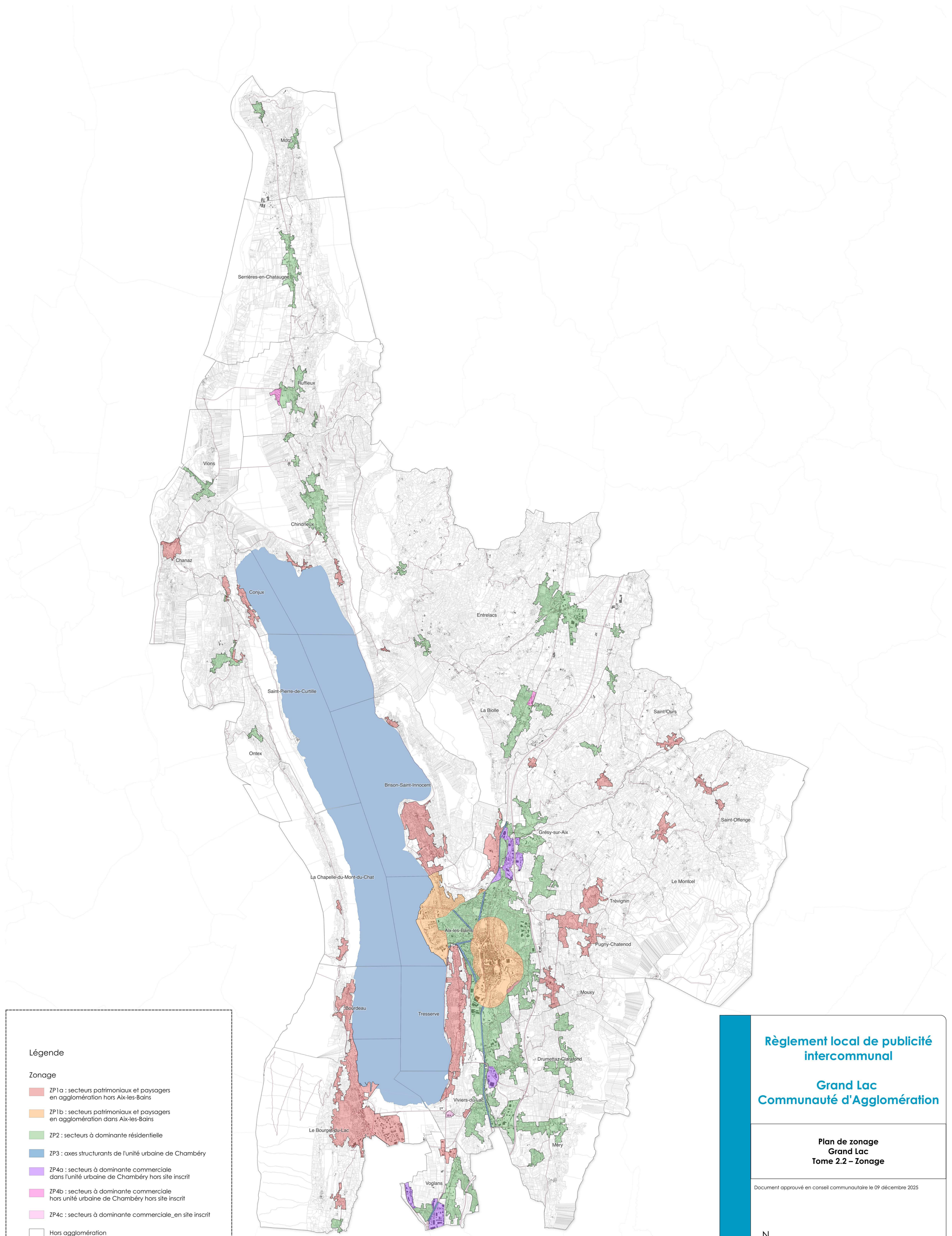
Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

GOPUB CONSEIL

Table des matières

- Grand Lac

- Aix-les-Bains
- Bourdeau
- Brison-Saint-Innocent
- Chanaz
- Chindrieux
- Conjux
- Drumettaz-Clarafond
- Entrelacs
- Grésy-sur-Aix
- La Biolle
- La Chapelle du Mont du Chat
- Le Bourget du Lac
- Le Montcel
- Méry
- Motz
- Mouxy
- Ontex
- Pugny-Châtenod
- Ruffieux
- Saint-Offenge
- Saint-Ours
- Saint-Pierre-de-Curtille
- Serrières-en-Chautagne
- Tresserve
- Trévignin
- Vions
- Viviers du Lac
- Voglans



Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP1b : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération dans Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- ZP4c : secteurs à dominante commerciale_en site inscrit
- Hors agglomération

- Voirie
- Bâti
- Parcelle
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Grand Lac
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:35000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Aix-les-Bains
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP1b : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération dans Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- Hors agglomération
- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Bourdeau
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC AGGLOMÉRATION

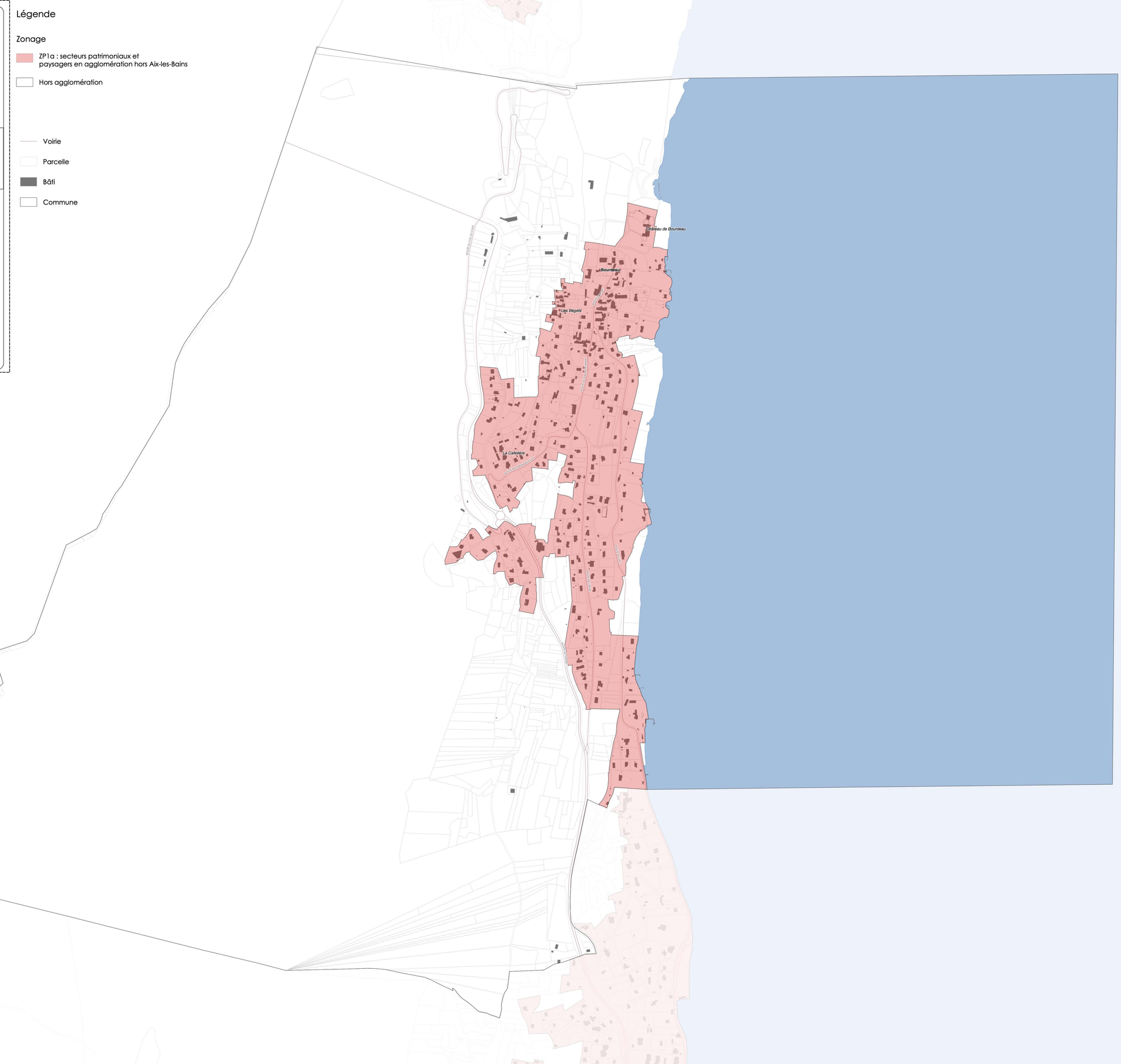
GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Brison-Saint-Innocent
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Brison

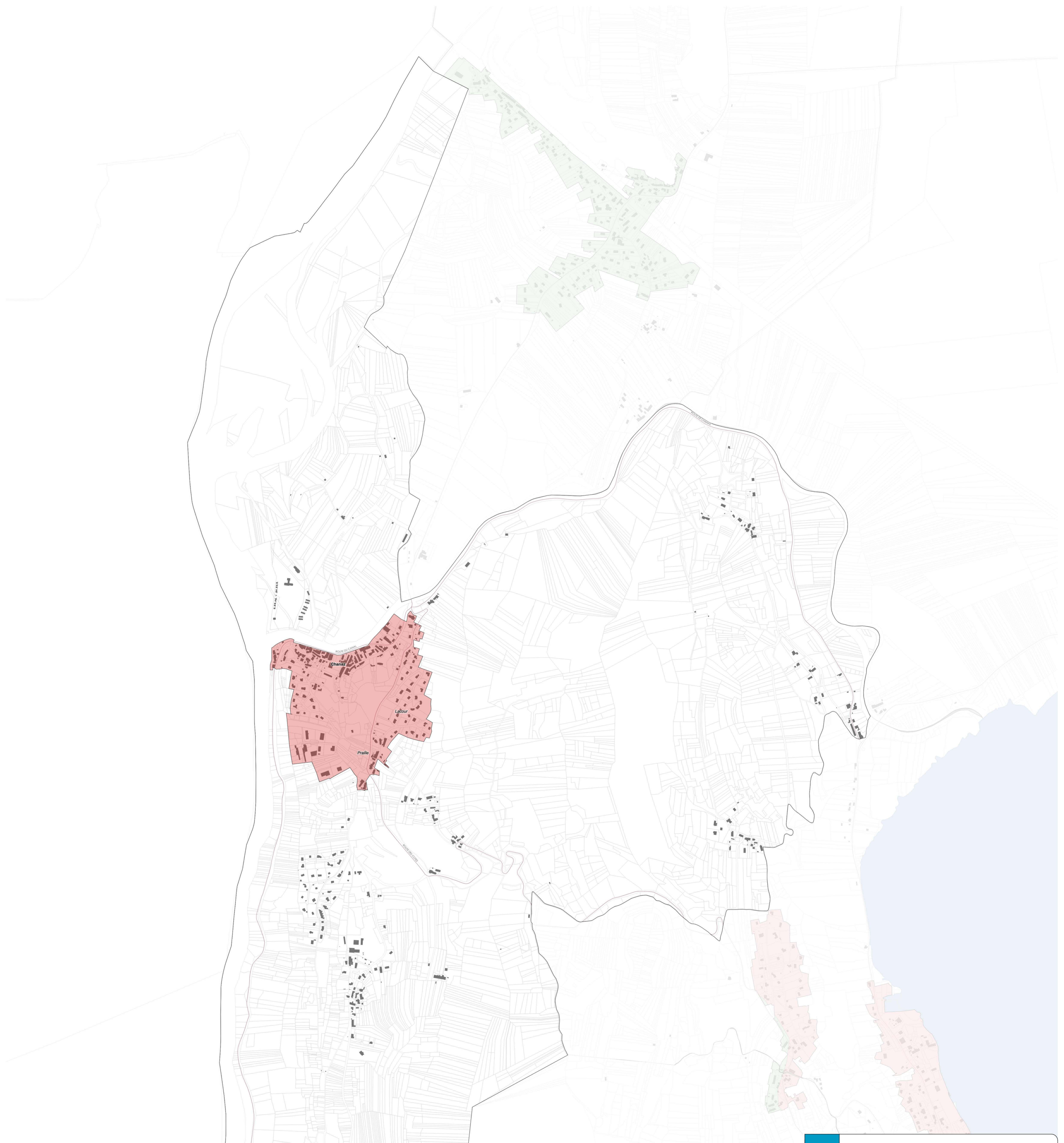
Join

Grésine

Le Bidlay

Brison-Saint-Innocent

Le Perron



Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Chanaz
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:5 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Chindrieux
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Conjux
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:3 500

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFIP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

ROUTE DE CHANAZ

Les Grandes Vignes

La Chatière

Conjux

ROUTE DE LA ROCHETTE

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Drumettaz-Clarafond
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:5 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération
- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Le Quart
Frésenex
Les Terraillers
La Plantée
Drumettaz
Chez Dupuis
Le Molard
La Boissière
Lachat
Clarafond
Les Huttins
Clos Bardot
Sérarges

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Entrelacs
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:15 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Grésy-sur-Aix
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:6 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération
- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
La Biolle
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
La Chapelle-du-Mont-du-Chat
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

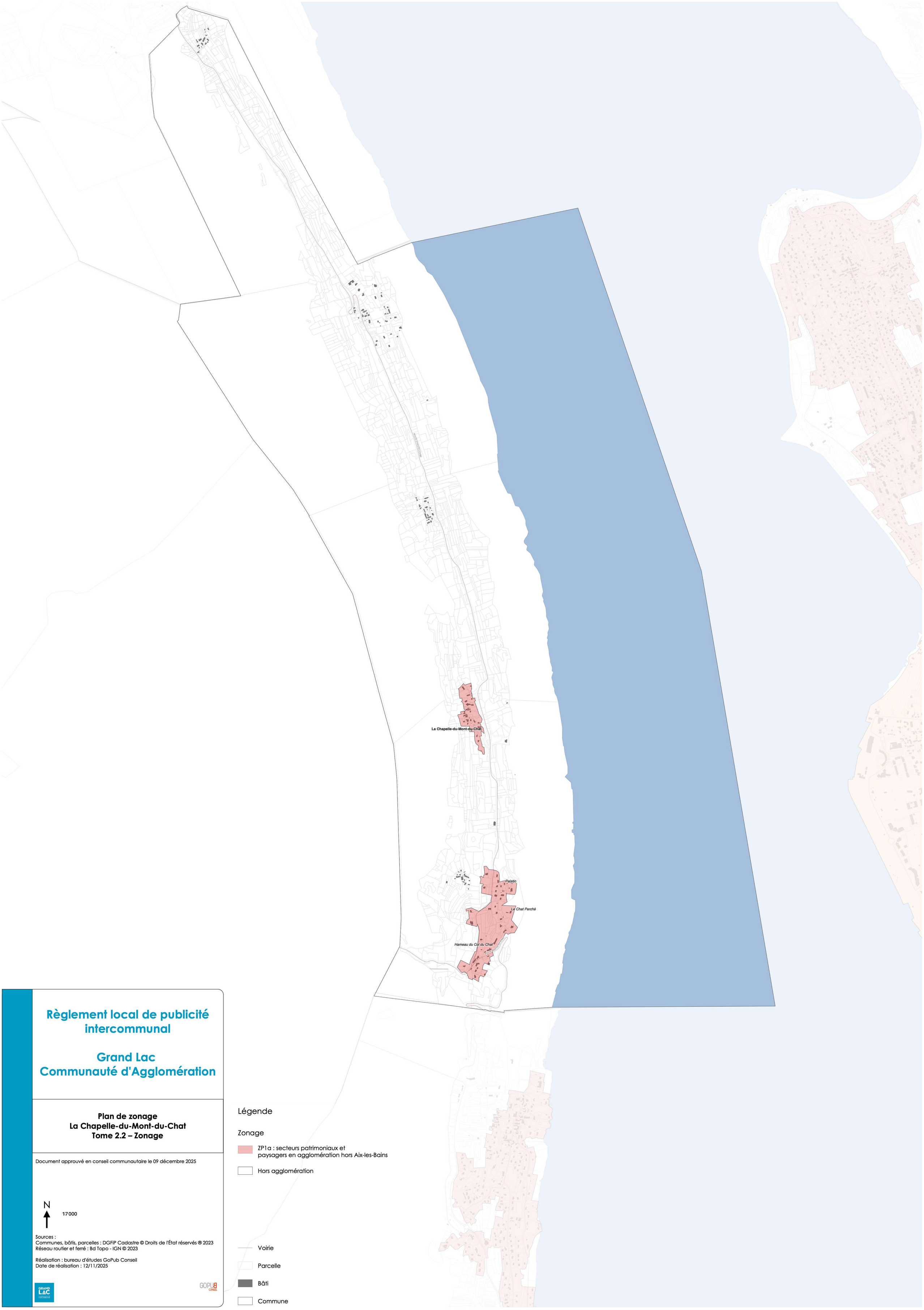
1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

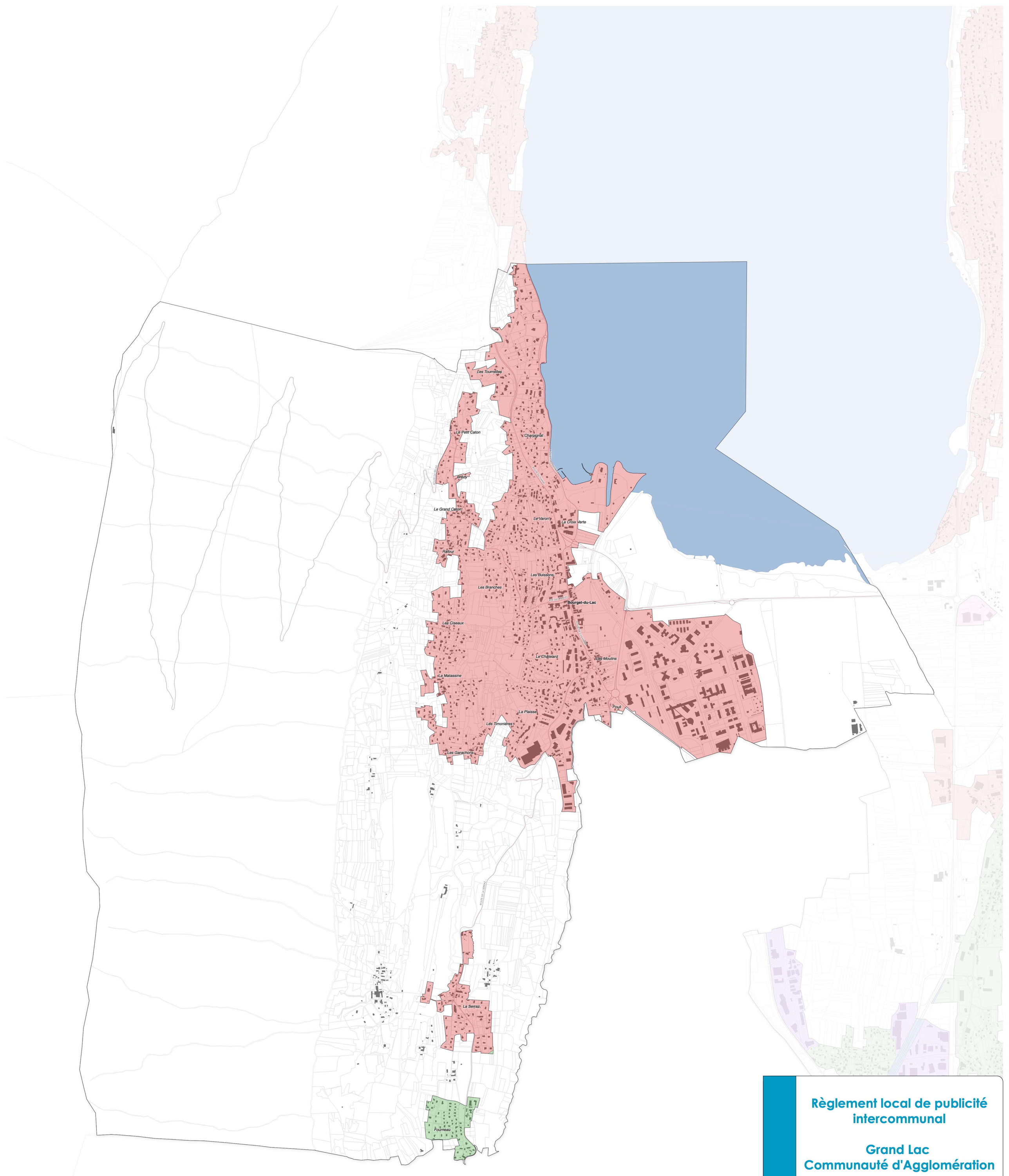


Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune


Les Tournelles
Le Petit Caton
Charpignat
Bredy
Le Grand Caton
Le Varon
La Croix Verte
Ralour
Les Buissons
Les Branches
Bourget-du-Lac
Les Ciseaux
Le Châtelard
Les Moulins
La Matassine
Pouli
La Plaisse
Les Timonières
Les Garachons
La Serraz
Fourneau
Légende
Zonage
ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
Hors agglomération
Voirie
Parcelle
Bâti
Commune
Règlement local de publicité intercommunal
Grand Lac Communauté d'Agglomération
Plan de zonage
Le Bourget-du-Lac
Tome 2.2 – Zonage
Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025
N
1:8000
Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Le Montcel
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Méry
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:5 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Roman
Sur La Tour
Les Berliozs
Rebauchet
La Sauzat
La Savoyarde
Méry
Le Pont
Les Jacquiers
RUE DES ARAMAS
ROUTE DES BARQUES
ROUTE DES HAUTS
CHEMIN DU PONT A MEIL
ROUTE DE LA FRUITIERE

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Motz
Tome 2.2 – Zonage

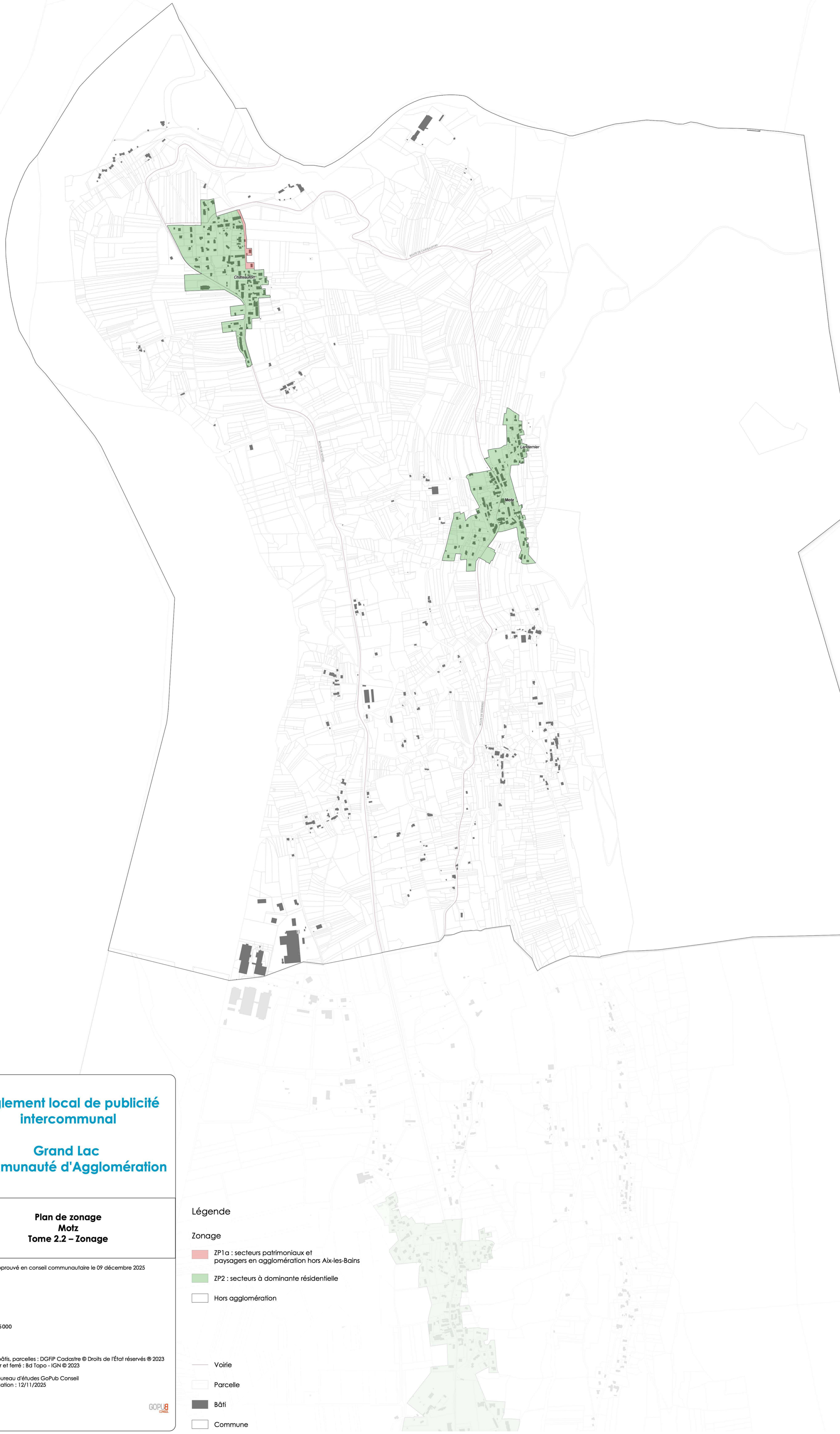
Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:5 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025



Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Mouxy
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 500

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFIP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Mouxy
Le Crêt
Le Faubourg
La Capita
Le Biblay
Les Chaffardons
Les Bugnards

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Ontex
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

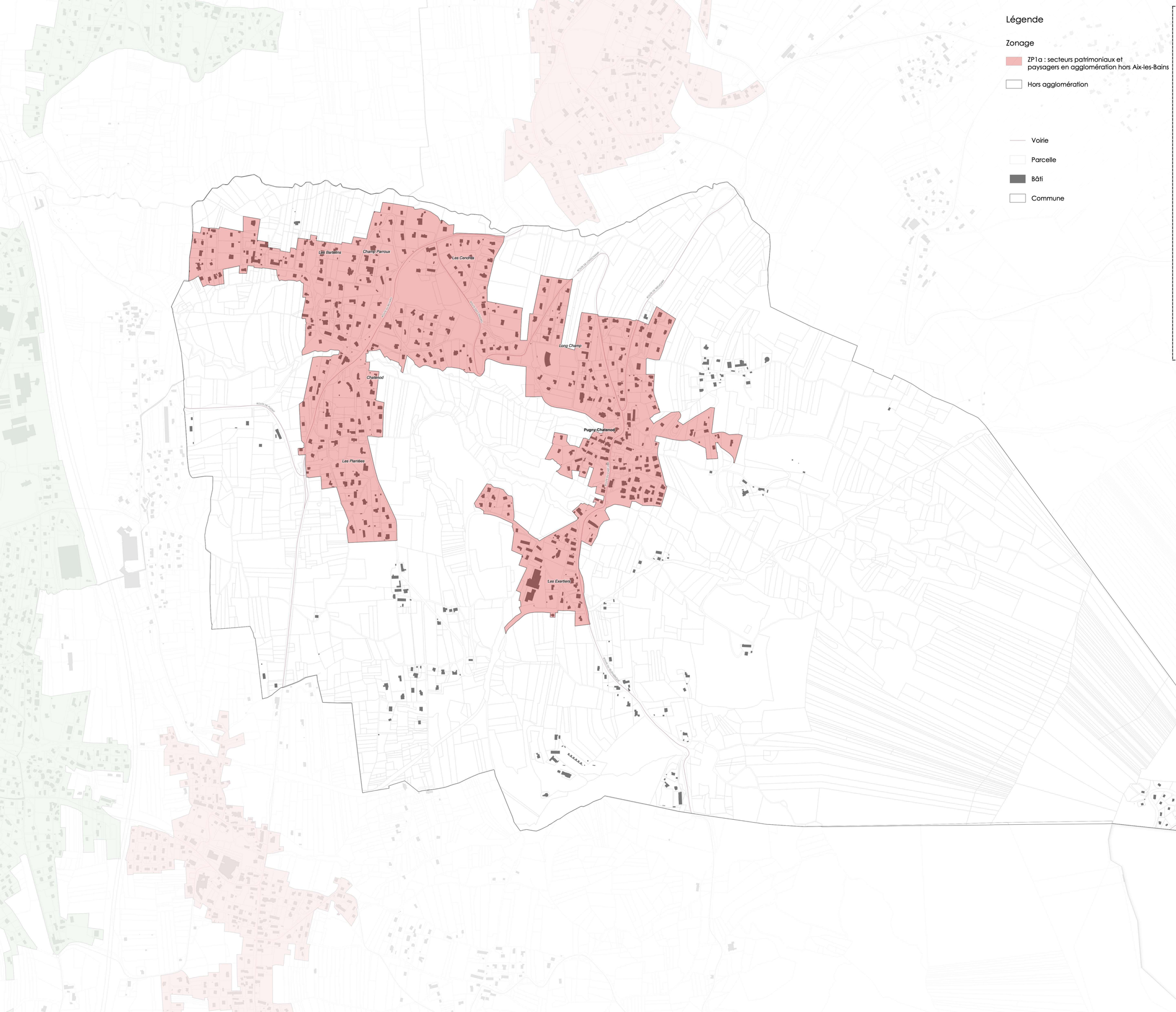
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Pugny-Chatenod
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFIP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Ruffieux
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:6 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

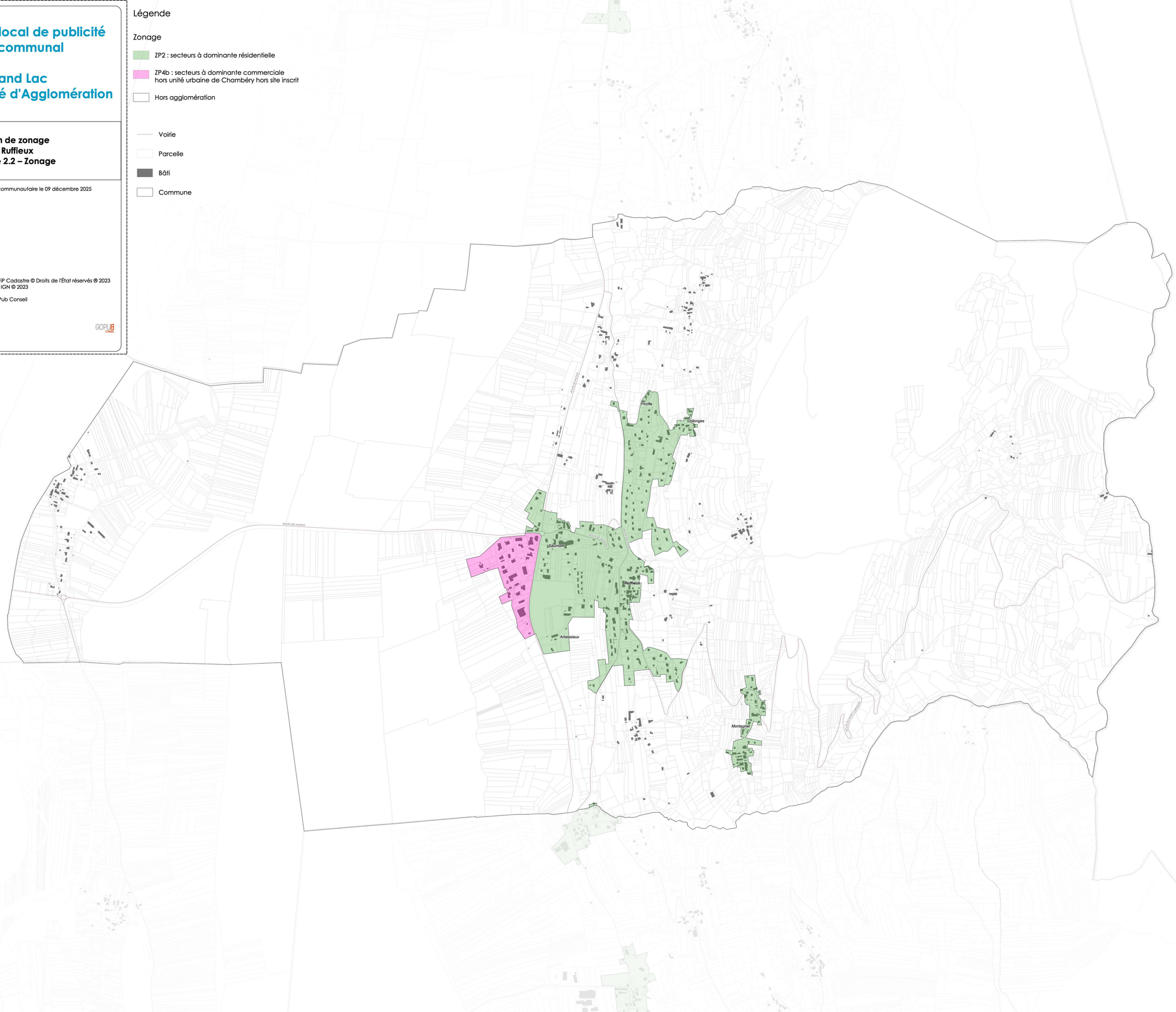
GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP4b : secteurs à dominante commerciale hors unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Saint-Offenge
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

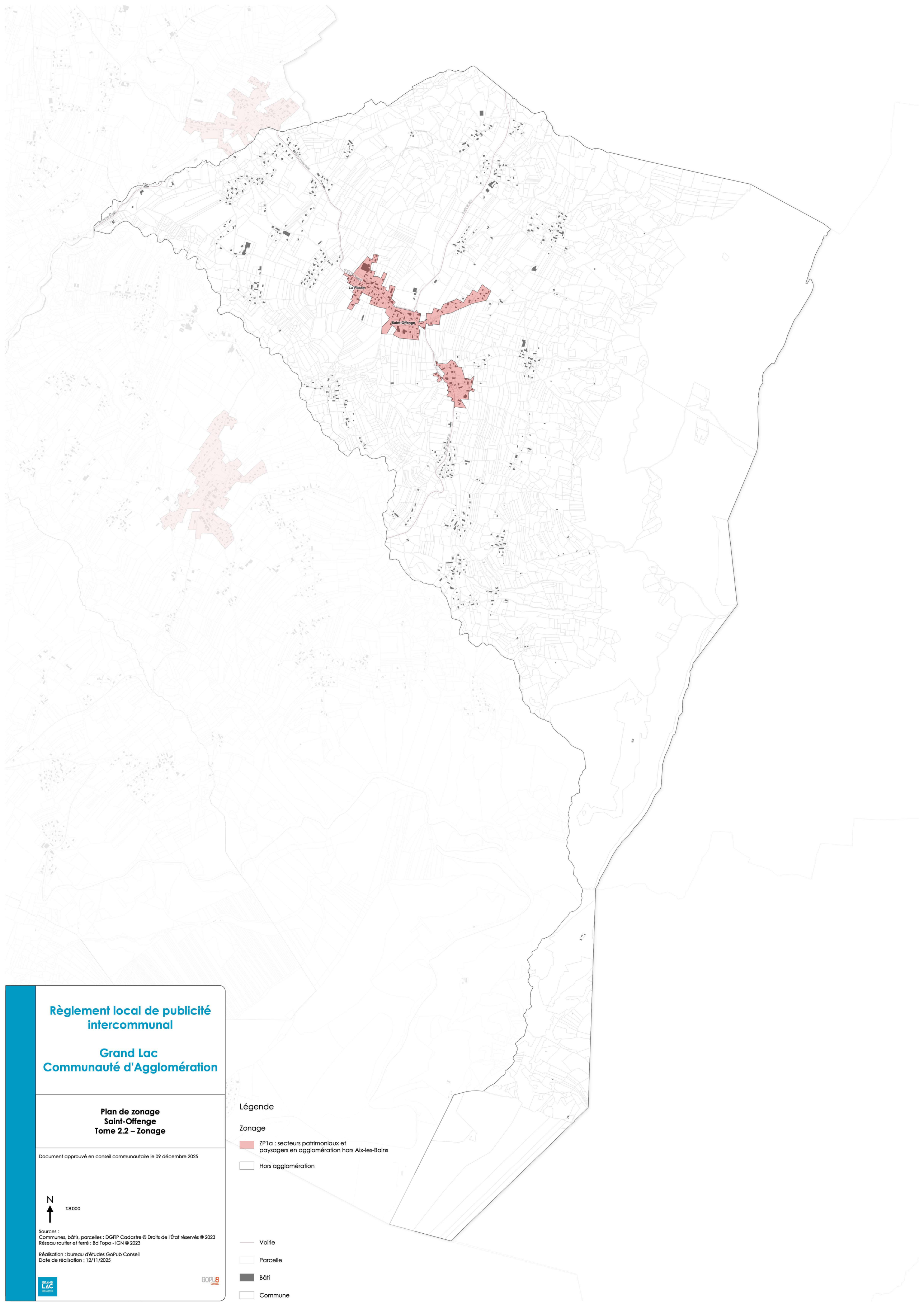
1:8 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL



Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

ROUTE DE CHAMAY

ROUTE DE CHINDRIEUX

ROUTE DE CHINDRIEUX

ROUTE DE CHINDRIEUX

Saint-Ours

ROUTE DE CHINDRIEUX

ROUTE DE CHINDRIEUX

ROUTE DE LA FAÏENCERIE

Bassa

ROUTE DE LA FROMAGÈRE

ROUTE DE BASSA

ROUTE DE LAVOUTAY

ROUTE DE LAVOUTAY

Légende

Zonage

ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains

Hors agglomération

Voirie

Parcelle

Bâti

Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Saint-Ours
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:3000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Saint-Pierre-de-Curtille
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:8 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Semelaz
Mörin
Quinfieux
Saint-Pierre-de-Curtille
Le Mollard
Piollet
Curtille
ROUTE DE VIRIAT
ROUTE DE L'ABBAYE

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Serrières-en-Chautagne
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:7 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

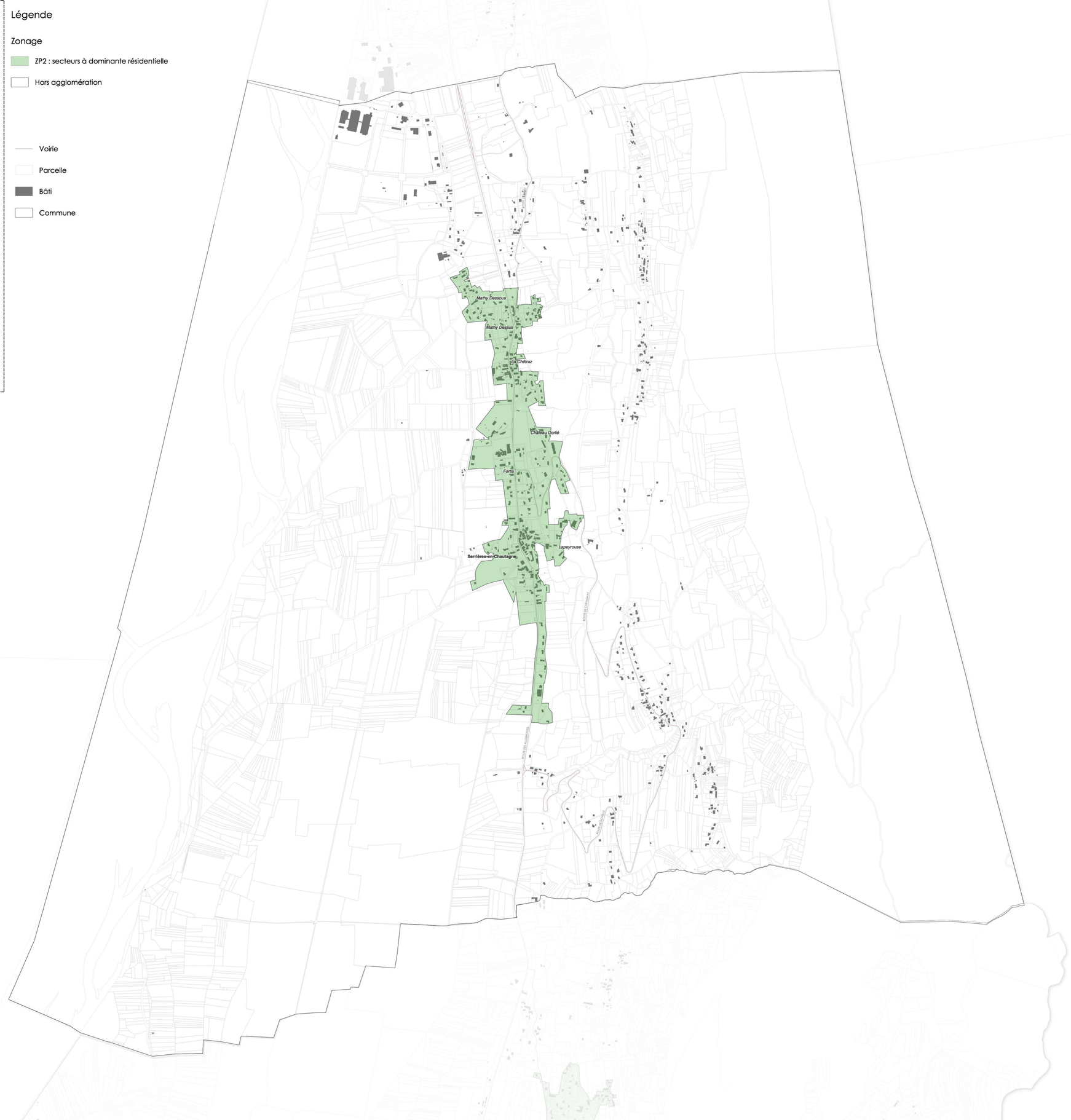
Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Tresserve
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Maison du Diable
Le Champ Du Bois
La Côte
Les Lombardets
Les Fortiers
Tresserve
La Colline du Poète
Château de Bon Port
Les Violets
Le Clos Des Mésanges
L'Allemande
Les Liquines
La Croix

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Trévignin
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:5 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

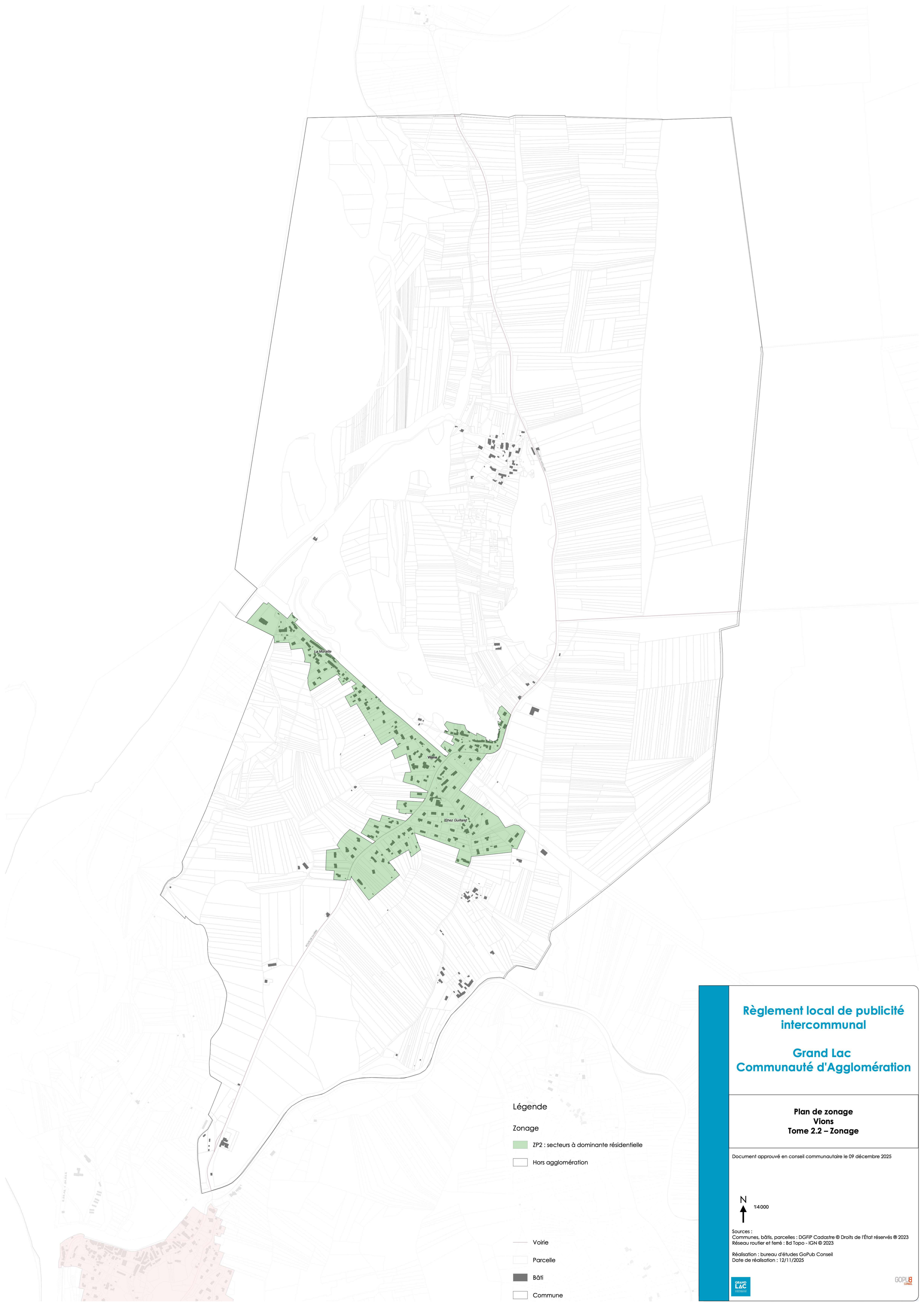
Trévignin
Verlioz
Bayard
ROUTE DE DIVRY
CHEMIN DU LAC
RUE DE L'EGLISE
ROUTE DES VERGERS
ROUTE DE PUGNY
ROUTE DU MONTCEL
ROUTE DU REVARD

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Légende

Zonage

- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- Hors agglomération

- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Vions
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Viviers-du-Lac
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4c : secteurs à dominante commerciale en site inscrit
- Hors agglomération
- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune

Règlement local de publicité intercommunal

Grand Lac
Communauté d'Agglomération

Plan de zonage
Voglans
Tome 2.2 – Zonage

Document approuvé en conseil communautaire le 09 décembre 2025

N

1:4 000

Sources :
Communes, bâtis, parcelles : DGFiP Cadastre © Droits de l'État réservés ® 2023
Réseau routier et ferré : Bd Topo - IGN © 2023

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
Date de réalisation : 12/11/2025

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

GOPUB CONSEIL

Légende

Zonage

- ZP1a : secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération hors Aix-les-Bains
- ZP2 : secteurs à dominante résidentielle
- ZP3 : axes structurants de l'unité urbaine de Chambéry
- ZP4a : secteurs à dominante commerciale dans l'unité urbaine de Chambéry hors site inscrit
- Hors agglomération
- Voirie
- Parcelle
- Bâti
- Commune



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Tome 4 : Dossier administratif et bilan de l'enquête publique

Communauté d'Agglomération Grand Lac

Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019

Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025

Approuvé par le Conseil Communautaire le 9 décembre 2025

Table des matières

Partie 1 : Engagement de la procédure 2

Partie 2 : Arrêt du RLPI et bilan de la concertation 14

1. Délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire de la Communauté d'Agglomération Grand Lac tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet 14

Partie 3 : Avis des Personnes Publiques Associées 22

1. Personnes publiques & organismes associés au projet : 22

2. Avis émis par les Personnes Publiques Associées et reçus par la Communauté d'Agglomération Grand Lac : 23

2.1 - Avis de la Mairie de Bourdeau 24

2.2 - Avis de la Mairie de Chindrieux 28

2.3 - Avis de la Mairie de Drumettaz-Clarafond 31

2.4 - Avis de la Mairie d'Entrelacs 35

2.5- Avis de la Mairie de La Chapelle du Mont du Chat 39

2.6 - Avis de la Mairie de Méry 43

2.7 - Avis de la Mairie de Mouxy 47

2.8 - Avis de la Mairie de Serrières-en-Chautagne 48

2.9 - Avis de la Mairie de Pugny Chatenod 52

2.10 - Avis de la Mairie de Trévignin 56

2.11 - Avis de la Mairie de Viviers du Lac 60

2.12 - Avis de la Mairie de Voglans 65

2.13 - Avis de Métropole Savoie 69

2.14 - Avis du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges 71

2.15 - Avis du Conseil Départemental 77

2.16- Avis de l'UDAP 79

2.17- Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) 80

Partie 4 : Bilan de l'enquête publique 81

1. Bilan des contributions : 81

2. Contributions reçues 81

3. Rapport du commissaire enquêteur et conclusions motivées 128

Partie 1 : Engagement de la procédure

- Délibération du 21 février 2019 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Grand Lac prescrivant l'élaboration du RLPI, arrêtant les modalités de collaboration des communes et fixant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation.

- Délibération du 21 février 2019 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Grand Lac arrêtant les modalités de collaboration entre les communes et la Communauté d'Agglomération Grand Lac.

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

CONSEIL DE COMMUNAUTÉ
Séance du 21 février 2019 à 18h30 heures,
A Méry – Savoie Hexapôle – Bâtiment l'Agrion

Présents : (T = Titulaire ; S= Suppléant(e) votant,)

1	AIX-LES-BAINS	T	Dominique DORD	
2	AIX-LES-BAINS	T	Renaud BERETTI	
3	AIX-LES-BAINS	T	Jean-Claude CAGNON	
4	AIX-LES-BAINS	T	Corinne CASANOVA	
5	AIX-LES-BAINS	T	Marina FERRARI	Pouvoir de Christèle ANCIAUX
6	AIX-LES-BAINS	T	Evelyne FORNER	Départ après la 13ème délibération
7	AIX-LES-BAINS	T	Michel FRUGIER	Départ après la 10ème délibération
8	AIX-LES-BAINS	T	André GIMENEZ	
9	AIX-LES-BAINS	T	Thibaut GUIGUE	Arrivé après la 4ème délibération Départ après la 19ème délibération
10	AIX-LES-BAINS	T	Aurore MARGAILLAN	Pouvoir de Jean-Marc VIAL
11	AIX-LES-BAINS	T	Marie-Pierre MONTORO	
12	LA BIOLLE	T	Blandine BELLANCA	
13	BOURDEAU	T	Jean-Marc DRIVET	Départ après la 24ème délibération
14	LE BOURGET DU LAC	T	Marie-Pierre FRANCOIS	Départ après la 24ème délibération
15	LE BOURGET DU LAC	T	Françoise CARON	Départ après la 24ème délibération
16	LE BOURGET DU LAC	T	Pierre HOCHARD	
17	LE BOURGET DU LAC	T	Philippe LANCON	
18	BRISON SAINT INNOCENT	T	Jean-Claude CROZE	Pouvoir de Florence DUNOYER
19	LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	T	Nicole FALCETTA	
20	CHANAZ	T	Yves HUSSON	
21	CONJUX	T	Claude SAVIGNAC	
22	DRUMETTAZ-CLARAFOND	T	Danièle BEAUX-SPEYSER	Pouvoir de Nicolas JACQUIER
23	ENTRELACS	T	Bernard MARIN	Pouvoir de Georges BUISSON
24	ENTRELACS	T	Claude GIROUD	Départ après la 19ème délibération
25	ENTRELACS	T	Yves GRANGE	
26	ENTRELACS	T	Christophe DERIPPE	
27	ENTRELACS	T	Jean-François BRAISSAND	
28	ENTRELACS	T	Henri GARNIER	
29	GRESY-SUR-AIX	T	Robert CLERC	
30	GRESY-SUR-AIX	T	Colette GILLET	
31	GRESY-SUR-AIX	T	Didier FRANÇOIS	Pouvoir d'Elisabeth ASSIER Départ après la 16ème délibération
32	MERY	T	Eudes BOUVIER	
33	MERY	T	Nathalie FONTAINE	
34	LE MONTCEL	T	Jean-Christophe EICHENLAUB	
35	MOUXY	T	Gabrielle KOEHREN	
36	MOUXY	T	Nicolas MARC	
37	ONTEX	T	Jacques CURTILLET	
38	PUGNY-CHATENOD	S	Marc MORAND	
39	RUFFIEUX	T	Olivier ROGNARD	Départ après la 10ème délibération
40	SAINT OFFENGE	T	Bernard GELLOZ	
41	SAINT OURS	T	Christian REBELLE	
42	SERRIERES-EN-CHAUTAGNE	T	Denise DE MARCH	Pouvoir de Marie-Claire BARBIER
43	TRESSERVE	T	Jean-Claude LOISEAU	Départ après la 10ème délibération
44	TRESSERVE	T	Annie MOULIN	Départ après la 10ème délibération
45	TRESSERVE	T	Eric COURSON	Départ après la 10ème délibération
46	TREVIGNIN	T	Gérard GONTHIER	
47	VIONS	T	Jean-Pierre SAVIOZ-FOUILLET	
48	VIVIERS-DU-LAC	T	Robert AGUETTAZ	
49	VOGLANS	T	Yves MERCIER	Pouvoir de Martine BERNON

25 communes présentes

Absents excusés :

AIX-LES-BAINS	Christèle ANCIAUX
AIX-LES-BAINS	Georges BUISSON
AIX-LES-BAINS	Jean-Marc VIAL
BRISON SAINT INNOCENT	Florence DUNOYER
CHINDRIEUX	Marie-Claire BARBIER
DRUMETTAZ-CLARAFOND	Nicolas JACQUIER
GRESY-SUR-AIX	Elisabeth ASSIER
LA BIOLLE	Fabien COUDURIER
VOGLANS	Martine BERNON

Autres présents non votants :

Guillaume GIRERD	Bureau d'études ITEM
Laurent LAVAISSIERE	Directeur Général Adjoint des services
Christophe PIRAT	Directeur des services à la population
Olivier VERDENAL	Directeur financier
Véronique MERMOUD	Directrice du pôle Aménagement
Benjamin DROMARD	Responsable Déplacements
Sophie CASSARO	Responsable Tourisme
Julie ECALARD	Responsable Communication et relations publiques
Estelle COSTA de BEAUREGARD	Responsable juridique/Assemblées
Matilde HABOUZIT	Responsable du pilotage de la performance
Alicia CHARDON	Contrôleuse de gestion
Eline QUAY THEVENON	Assistante de direction

L'assemblée s'est réunie sur convocation du 14 février 2018 à laquelle était joint un dossier de travail comprenant ordre du jour, notes de synthèse et 27 projets de délibérations. Le quorum est atteint : la séance est ouverte avec 48 présents (47 titulaires et 1 suppléants), et 56 votants.

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

DÉLIBÉRATION

N° : 20 Année : 2019
Exécutoire le : 04 MARS 2019
Affichée le : 04 MARS 2019
Visée le : 04 MARS 2019

URBANISME

Prescription du Règlement local de publicité Intercommunal, objectifs poursuivis et définition des modalités de concertation

EXPOSE DES MOTIFS

Monsieur le président indique que la réglementation de la publicité a connu une vaste réforme à l'occasion de la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) qui a créé les règlements locaux de publicité (succédant aux anciens règlements municipaux de publicité) qui définissent une ou plusieurs zones où s'applique une règlementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national en matière de publicité.

Cette réforme a été ultérieurement complétée, s'agissant notamment des RLP par l'ordonnance n° 2012-11 du 5 janvier 2012 et par le décret n° 2012118 du 30 janvier 2012. Ces dispositions sont codifiées aux articles L 581-14 et suivants, et R 581-72 et suivants du Code de l'environnement.

Monsieur le Président indique également que le RLPi est un outil de planification locale et de réglementation de l'affichage publicitaire, pour répondre à des objectifs de protection du cadre de vie, de prévention des nuisances visuelles, et de réduction des consommations d'énergie.

Monsieur le Président précise que l'élaboration du règlement local de publicité est confiée à l'autorité administrative compétente en matière de PLU. La procédure d'élaboration du RLP étant calquée sur celle des PLU. L'article L. 581-14-1 du code de l'environnement opère tout simplement un renvoi aux dispositions du code de l'urbanisme. Ainsi pour l'élaboration du RLP sont applicables les procédures d'élaboration de PLU. Le règlement local de publicité, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

De ce fait, Grand Lac, communauté d'agglomération, compétente en matière de PLU est automatiquement compétente de plein droit en matière de règlement local de publicité. Les communes ne sont alors plus compétentes pour élaborer de leur côté un règlement local de publicité. S'agissant des règlementations spéciales déjà élaborées sur le territoire (Aix-les-Bains et Voglans), celles-ci restent valables jusqu'au 13 juillet 2020, ou jusqu'à la mise en place du Règlement Local de Publicité Intercommunal.

Monsieur le Président rappelle que l'élaboration d'un RLPi est une simple faculté ouverte aux EPCI compétents, et non une obligation. Après présentation de cette faculté à la commission Urbanisme habitat Foncier du 2.10.2018 et avis favorable du Bureau communautaire du 07.11.2018, Monsieur le Président propose de prescrire l'élaboration d'un RLPi couvrant l'intégralité du territoire des 28 communes de Grand Lac.

Monsieur le Président indique qu'il convient, conformément à l'article L. 103-2 du code de l'urbanisme, de préciser également les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLPi et les modalités de la concertation qui permettront d'associer, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Il est envisagé de lancer une procédure d'appel d'offre afin de sélectionner un bureau d'études pour l'élaboration du RLPi. Un RLPi comprend :

- un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et des objectifs et explique les choix retenus
- un règlement qui précise les prescriptions
- des annexes comprenant des documents graphiques faisant apparaître les zonages identifiés, les limites d'agglomération.

1 / Objectifs poursuivis

L'élaboration d'un RLPi a pour objectifs de préserver et mettre en valeur l'environnement des paysages naturels et urbains tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire. Il s'agit de maîtriser le développement des dispositifs publicitaires afin de veiller à ce que cela ne devienne pas un facteur de dégradation du cadre de vie et du paysage. Une attention toute particulière sera portée sur les secteurs à enjeux tels que les abords des sites touristiques emblématiques, les abords du lac, les entrées de ville... Les formes de publicité évoluant en continu, le RLPi devra prendre en compte tous les nouveaux types de dispositifs publicitaires (publicités numériques, bâches, micro affichage,...).

Aussi, le but de cette réglementation est d'harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (Parc naturel régional du massif des Bauges, monuments historiques, site Patrimonial Remarquable, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

Au-delà des objectifs généraux, Grand Lac, en collaboration avec chaque commune, a en effet pour ambition de construire, dans le cadre de l'élaboration de son Règlement Local de publicité intercommunal, un projet de règlement visant les objectifs spécifiques suivants :

En matière de publicité et pré-enseignes :

- créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine,
- maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la réglementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel,
- assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes,
- mettre à jour les délimitations des zones de publicité réglementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route,
- privilégier la présence publicitaire, dans les zones d'activités (économiques, touristiques..) et sur les axes structurants, tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou de format, et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités,
- répondre aux besoins de communication des activités locales, par des prescriptions adaptées à la micro signalétique économique,

En matière d'enseignes :

- le respect des éléments de façade,
- limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol,
- restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités,
- réfléchir à l'élaboration d'une charte graphique pour les enseignes, notamment drapeau, installées dans les secteurs sensibles,
- proposer et évaluer les mesures financières incitatives dans le cas de l'adoption de la charte mentionnée ci-dessus,

En matière d'éclairage :

- fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2/ Modalités de concertation

M. le Président indique qu'en application des dispositions de l'article L. 103-2 du Code de l'urbanisme, l'organe délibérant doit également préciser les modalités de la concertation qui permettront d'associer, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Pour répondre à cette obligation, Monsieur le Président propose à l'assemblée, les modalités de concertation suivante :

- Tenue d'un cahier de concertation à compter du 3 avril 2019 dans toutes les Mairies des communes membres (pour Aix- les-Bains aux services techniques municipaux) ainsi qu'au siège de Grand Lac, pour recevoir les observations de toutes personnes intéressées, aux heures et jours d'ouverture habituels ;

- Mise à disposition du public à compter du 3.04.2019 d'un dossier de concertation dans toutes les Mairies des communes membres (pour Aix les Bains aux services techniques municipaux) ainsi qu'au siège de Grand Lac, comprenant notamment les avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables. Ce dossier de concertation sera enrichi de documents au fur et à mesure de l'avancement des études ; documents qui seront également disponibles sur le site internet de Grand Lac ;
- Organisation d'au moins une réunion publique avant l'arrêt du projet de RLP intercommunal.
- Présentation de l'avancement de la démarche par le biais d'au moins une publication dans la presse locale
- Présentation de l'avancement de la démarche par le biais d'au moins une publication dans le bulletin communautaire.

Afin d'être en mesure de présenter le bilan de la concertation devant l'Assemblée communautaire qui en délibèrera, la concertation prendra fin un mois avant la date du Conseil communautaire qui tirera le bilan de la concertation.

Par ailleurs, Monsieur le Président sollicite l'Assemblée pour que les crédits destinés au financement des dépenses afférentes à l'élaboration du RLPi soient inscrits au budget de l'exercice 2019.

Après avoir entendu l'exposé du Président :

VU le Code de l'environnement, et notamment ses articles L.581-14 et suivants et R 571-72 et suivants ;

Entendu l'exposé du Président ;

Le Conseil communautaire, après en avoir délibéré,

- VALIDE le rapport du Président,
- DECIDE de prescrire l'élaboration du Règlement Local de publicité intercommunal couvrant l'intégralité du territoire de Grand Lac
- APPROUVE les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLP intercommunal précisées ci-dessus ;
- APPROUVE les modalités de la concertation précisées ci-dessus ;
- DONNE délégation au Président pour signer tout contrat, avenant ou convention de prestations ou de services concernant l'élaboration du RLPi
- AUTORISE l'inscription au budget de l'exercice 2019 des crédits destinés au financement des dépenses afférentes à l'élaboration du RLPi

---

Mesure de Publicité : la présente délibération fera l'objet :
- d'un affichage pendant un mois au siège de Grand Lac et dans les mairies de l'ensemble des communes-membres ;
- Mention de cet affichage sera en outre insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département : le Dauphiné Libéré

La présente délibération sera en outre publiée au recueil des actes administratifs.

Caractère exécutoire de la délibération : la présente délibération sera exécutoire à compter de sa réception en Préfecture et de l'accomplissement des mesures de publicité.

Notifications : la présente délibération sera notifiée :
- aux personnes publiques associées de plein droit à son élaboration:
    - Monsieur le Préfet de la Savoie,
    - Monsieur le Président du Conseil Régional Auvergne Rhône-Alpes
    - Monsieur le Président du Conseil Départemental de Savoie
    - Monsieur le Président de Métropole Savoie en charge du Schéma de cohérence territorial de la Combe de Savoie, de Chambéry et du lac du Bourget

- Monsieur le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie
- Monsieur le Président de la Chambre des Métiers
- Monsieur le Président de la Chambre d'Agriculture
- Monsieur le Président du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges
- Monsieur le Président de Grand Lac en sa qualité d'autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains et en charge du Programme Local de l'Habitat (PLH),
- Monsieur le Président de Chambéry Grand Lac Economie en sa qualité d'autorité compétente en matière d'économie et de ZAC,

- aux communes-membres de Grand Lac,
- aux communes limitrophes,
- aux établissements publics de coopération intercommunale voisins et directement intéressés,
- à l'institut national des appellations d'origine (INAO) et au centre national de la propriété foncière (CNPF)
- au comité national de la Conchyliculture,
- aux représentants des organismes d'habitations à loyer modéré,

Ce projet pourra être communiqué aux présidents des associations agréées qui pourront en prendre connaissance auprès du Président de Grand Lac s'ils le demandent ;

Monsieur le Président précise également que l'autorité compétente peut recueillir l'avis de tout organisme ou association compétent en matière de publicité.

Aix-les-Bains, le 21 février 2019

Le Président,
Dominique DORD

- Délégués en exercice : 70
- Présents : 40
- Votants : 47
- Pour : 47
- Contre : 0
- Abstentions : 0
- Blancs : 0

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

CONSEIL DE COMMUNAUTÉ
Séance du 21 février 2019 à 18h30 heures,

A Méry – Savoie Hexapôle – Bâtiment l'Agrion

Présents : (T = Titulaire ; S= Suppléant(e) votant,)

1	AIX-LES-BAINS	T	Dominique DORD	
2	AIX-LES-BAINS	T	Renaud BERETTI	
3	AIX-LES-BAINS	T	Jean-Claude CAGNON	
4	AIX-LES-BAINS	T	Corinne CASANOVA	
5	AIX-LES-BAINS	T	Marina FERRARI	Pouvoir de Christèle ANCIAUX
6	AIX-LES-BAINS	T	Evelyne FORNER	Départ après la 13ème délibération
7	AIX-LES-BAINS	T	Michel FRUGIER	Départ après la 10ème délibération
8	AIX-LES-BAINS	T	André GIMENEZ	
9	AIX-LES-BAINS	T	Thibaut GUIGUE	Arrivé après la 4ème délibération Départ après la 19ème délibération
10	AIX-LES-BAINS	T	Aurore MARGAILLAN	Pouvoir de Jean-Marc VIAL
11	AIX-LES-BAINS	T	Marie-Pierre MONTORO	
12	LA BIOLLE	T	Blandine BELLANCA	
13	BOURDEAU	T	Jean-Marc DRIVET	Départ après la 24ème délibération
14	LE BOURGET DU LAC	T	Marie-Pierre FRANCOIS	Départ après la 24ème délibération
15	LE BOURGET DU LAC	T	Françoise CARON	Départ après la 24ème délibération
16	LE BOURGET DU LAC	T	Pierre HOCHARD	
17	LE BOURGET DU LAC	T	Philippe LANCON	
18	BRISON SAINT INNOCENT	T	Jean-Claude CROZE	Pouvoir de Florence DUNOYER
19	LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	T	Nicole FALCETTA	
20	CHANAZ	T	Yves HUSSON	
21	CONJUX	T	Claude SAVIGNAC	
22	DRUMETTAZ-CLARAFOND	T	Danièle BEAUX-SPEYSER	Pouvoir de Nicolas JACQUIER
23	ENTRELACS	T	Bernard MARIN	Pouvoir de Georges BUISSON
24	ENTRELACS	T	Claude GIROUD	Départ après la 19ème délibération
25	ENTRELACS	T	Yves GRANGE	
26	ENTRELACS	T	Christophe DERIPPE	
27	ENTRELACS	T	Jean-François BRAISSAND	
28	ENTRELACS	T	Henri GARNIER	
29	GRESY-SUR-AIX	T	Robert CLERC	
30	GRESY-SUR-AIX	T	Colette GILLET	
31	GRESY-SUR-AIX	T	Didier FRANÇOIS	Pouvoir d'Elisabeth ASSIER Départ après la 16ème délibération
32	MERY	T	Eudes BOUVIER	
33	MERY	T	Nathalie FONTAINE	
34	LE MONTCEL	T	Jean-Christophe EICHENLAUB	
35	MOUXY	T	Gabrielle KOEHREN	
36	MOUXY	T	Nicolas MARC	
37	ONTEX	T	Jacques CURTILLET	
38	PUGNY-CHATENOD	S	Marc MORAND	
39	RUFFIEUX	T	Olivier ROGNARD	Départ après la 10ème délibération
40	SAINT OFFENGE	T	Bernard GELLOZ	
41	SAINT OURS	T	Christian REBELLE	
42	SERRIERES-EN-CHAUTAGNE	T	Denise DE MARCH	Pouvoir de Marie-Claire BARBIER
43	TRESSERVE	T	Jean-Claude LOISEAU	Départ après la 10ème délibération
44	TRESSERVE	T	Annie MOULIN	Départ après la 10ème délibération
45	TRESSERVE	T	Eric COURSON	Départ après la 10ème délibération
46	TREVIGNIN	T	Gérard GONTHIER	
47	VIONS	T	Jean-Pierre SAVIOZ-FOUILLET	
48	VIVIERS-DU-LAC	T	Robert AGUETTAZ	
49	VOGLANS	T	Yves MERCIER	Pouvoir de Martine BERNON

25 communes présentes

Absents excusés :

AIX-LES-BAINS	Christèle ANCIAUX
AIX-LES-BAINS	Georges BUISSON
AIX-LES-BAINS	Jean-Marc VIAL
BRISON SAINT INNOCENT	Florence DUNOYER
CHINDRIEUX	Marie-Claire BARBIER
DRUMETTAZ-CLARAFOND	Nicolas JACQUIER
GRESY-SUR-AIX	Elisabeth ASSIER
LA BIOLLE	Fabien COUDURIER
VOGLANS	Martine BERNON

Autres présents non votants :

Guillaume GIRERD	Bureau d'études ITEM
Laurent LAVAISSIERE	Directeur Général Adjoint des services
Christophe PIRAT	Directeur des services à la population
Olivier VERDENAL	Directeur financier
Véronique MERMOUD	Directrice du pôle Aménagement
Benjamin DROMARD	Responsable Déplacements
Sophie CASSARO	Responsable Tourisme
Julie ECALARD	Responsable Communication et relations publiques
Estelle COSTA de BEAUREGARD	Responsable juridique/Assemblées
Matilde HABOUZIT	Responsable du pilotage de la performance
Alicia CHARDON	Contrôleuse de gestion
Eline QUAY THEVENON	Assistante de direction

L'assemblée s'est réunie sur convocation du 14 février 2018 à laquelle était joint un dossier de travail comprenant ordre du jour, notes de synthèse et 27 projets de délibérations. Le quorum est atteint : la séance est ouverte avec 48 présents (47 titulaires et 1 suppléants), et 56 votants.

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

DÉLIBÉRATION

N° : 21 Année : 2019
Exécutoire le : 04 MARS 2019
Affichée le : 04 MARS 2019
Visée le : 04 MARS 2019

URBANISME

Règlement local de publicité Intercommunal – Arrêt des modalités de collaboration avec les communes membres de Grand Lac

---

EXPOSE DES MOTIFS

Monsieur le président rappelle que Grand Lac, communauté d'agglomération, compétente en matière de PLU est automatiquement compétente de plein droit en matière de règlement local de publicité créé par la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE)

Monsieur le Président rappelle également que la procédure d'élaboration du RLP est calquée sur celle des PLU (L'article L. 581-14-1 du code de l'environnement opère tout simplement un renvoi aux dispositions du code de l'urbanisme) et il est donc nécessaire, pour enclencher la procédure RLPi, que le conseil communautaire décide par délibération :

- d'une part de prescrire l'élaboration d'un RLPi couvrant l'intégralité du territoire des 28 communes de Grand Lac et de préciser également dans cette même délibération les objectifs poursuivis par l'élaboration du RLPi et les modalités de la concertation qui permettront d'associer, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées ;
- et, d'autre part, d'arrêter les modalités de collaboration avec les communes membres de Grand Lac.

Concernant cette seconde délibération, Monsieur le Président indique que le RLPI conformément à l'article L 153-8 du code de l'urbanisme est élaboré à l'initiative et sous la responsabilité de « *l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, de document d'urbanisme en tenant lieu et de carte communale, en collaboration avec les communes membres. L'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale arrête les modalités de cette collaboration après avoir réuni une conférence intercommunale rassemblant, à l'initiative de son président, l'ensemble des maires des communes membres* ».

Grand Lac doit donc définir les modalités de collaboration avec les communes ; modalités examinées dans le cadre de la conférence intercommunale des maires qui s'est réunie le 10 janvier 2019.

1 / Principes généraux des modalités de collaboration

M. le Président expose les principes généraux retenus :

- la collaboration qui a été initiée avec les communes dès l'amont de la prescription du RLPi et, se poursuivra jusqu'à son approbation.

- la collaboration sera menée avec l'ensemble des communes et en fonction de l'état d'avancement et des étapes d'élaboration du RLPi. Des réunions bilatérales entre Grand Lac et les communes seront organisées à cet effet autant que de besoin

Cette collaboration est fondée sur la mise en place d'une gouvernance appropriée.

2/ Gouvernance appropriée

M. le Président détaille le contenu des différentes instances proposées.

La Conférence intercommunale des maires :

la Conférence Intercommunale des maires doit se réunir officiellement à deux reprises pendant l'élaboration du RLPi, à l'initiative de Monsieur le Président, et rassemblant l'ensemble des maires des communes membres :

- Conformément à l'article L 153-8 du Code de l'urbanisme pour examiner les modalités de collaboration avec les communes avant la délibération du conseil communautaire arrêtant ces modalités : cette réunion a eu lieu le 10 janvier 2019.
- Conformément à l'article L 153-21 du Code de l'urbanisme après enquête publique du RLPi, pour une présentation des avis joints au dossier d'enquête publique, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête.

Il est précisé qu'en tant que de besoin, cette conférence intercommunale des maires pourra se tenir au-delà des deux étapes prévues par la loi.

Un comité de pilotage (COPIL) RLPi

Il est proposé la création d'un comité de pilotage pour permettre aux communes de participer aux travaux d'élaboration du RLPi.

Ce comité de pilotage, présidé par Monsieur le Vice-Président délégué à l'Urbanisme, Habitat et Foncier sera composé des 28 maires, membres titulaires. Il sera demandé à chaque commune de désigner un membre suppléant en cas d'empêchement du maire. Par ailleurs, ce COPIL comprendra les vice-présidents de Grand Lac concernés et l'ensemble des personnes publiques associées

Ce comité est l'instance politique coordinatrice du projet, chargée de choisir entre les différentes options possibles et de valider les documents lors de phases-clés de l'étude. Elle se réunira tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, autant que de besoin, sur invitation, par courrier, télécopie ou courrier électronique de Monsieur le Vice-Président délégué à l'urbanisme, l'habitat et au foncier.

Des groupes de travail (GT) thématiques ou territoriaux

Il est proposé, si besoin, la création de groupes de travail techniques. Ces instances mixtes (politique et technique) et de taille plus réduite que le COPIL permettront de travailler par thématique (tourisme, économie, etc...) ou par entité géographique le cas échéant. Présidés par Monsieur le Vice-Président délégué à l'urbanisme, l'habitat et au foncier, ces groupes de travail seront composés d'élus, de techniciens des communes et de Grand Lac voire d'autres partenaires et acteurs de la publicité.

Ils se réuniront autant que de besoin, sur invitation, par courrier, télécopie ou courrier électronique de Monsieur le Vice-Président délégué à l'urbanisme, l'habitat et au foncier.

Un comité technique (COTECH) RLPi

Il est proposé la création d'un comité technique. Ce comité a pour rôle le pilotage technique de l'étude, de garantir le respect du calendrier et de la méthode et assure la préparation des contributions qui seront présentées au COPIL. Il sera piloté par le chef du service Urbanisme-Foncier.

Il comprendra, les responsables des services de Grand Lac, un représentant de la DDT, le bureau d'études et, en tant que de besoin, d'autres partenaires techniques en lien avec la thématique.

Il sera réuni sur invitation, par courrier, télécopie ou courrier électronique du responsable du service Urbanisme et Foncier.

Monsieur le Président propose au Conseil d'arrêter les modalités de collaboration avec les communes telles qu'elles viennent d'être présentées.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Président :

VU le Code de l'environnement, et notamment ses articles L.581-14 et suivants, et R 571-72 et suivants ;

VU le Code de l'urbanisme, et notamment ses articles L 153-1 et suivants, et R 153-1 et suivants ;

VU le courrier du 28.12.2018 de M. le président de Grand Lac invitant les maires des communes membres à se réunir en conférence intercommunale pour examiner les modalités de collaboration dans le cadre de l'élaboration du RLPi ;

VU la conférence intercommunale des maires qui s'est tenue le 10.01.2019

Entendu l'exposé du Président ;

Le Conseil communautaire, après en avoir délibéré,

- VALIDE le rapport du Président,
- ARRETE les modalités de collaboration avec les communes précisées ci-dessus ;

Mesure de Publicité : la présente délibération fera l'objet :

- d'un affichage pendant un mois au siège de Grand Lac et dans les mairies de l'ensemble des communes-membres ;
- Mention de cet affichage sera en outre insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département *LE DAUPHINE LIBERE*

La présente délibération sera en outre publiée au recueil des actes administratifs.

Caractère exécutoire de la délibération : la présente délibération sera exécutoire à compter de sa réception en Préfecture et de l'accomplissement des mesures de publicité.

Notifications : la présente délibération sera notifiée :

- à Monsieur le Préfet
- aux maires des 28 communes membres de Grand Lac

Aix-les-Bains, le 21 février 2019

Le Président,
Dominique DORD

- Délégués en exercice : 70
- Présents : 40
- Votants : 47
- Pour : 47
- Contre : 0
- Abstentions : 0
- Blancs : 0

Partie 2 : Arrêt du RLPI et bilan de la concertation

1. Délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire de la Communauté d'Agglomération Grand Lac tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet

CONSEIL COMMUNAUTAIRE
Séance du 25 mars 2025 à 18h00

Au siège de Grand Lac, Communauté d'agglomération
1500 boulevard Lepic 73 100 AIX-LES-BAINS

Présents : (T = Titulaire ; S= Suppléant(e) votant.)

1	AIX-LES-BAINS	T	BERETTI Renaud	Pouvoir de Michel FRUGIER
2	AIX-LES-BAINS	T	CARDE Daniel	
3	AIX-LES-BAINS	T	FRAYSSE Claudie	Pouvoir de Christophe MOIROUD
4	AIX-LES-BAINS	T	GIMENEZ André	
5	AIX-LES-BAINS	T	GUIGUE Thibaut	Pouvoir de Marie-Pierre MONTORO
6	AIX-LES-BAINS	T	MOREAUX-JOUANNET Isabelle	
7	AIX-LES-BAINS	T	MOUGNIOTTE Alain	
8	AIX-LES-BAINS	T	OBISSIER Philippe	
9	AIX-LES-BAINS	T	PETIT GUILLAUME Sophie	Pouvoir de Christèle ANCIAUX
10	AIX-LES-BAINS	T	POILLEUX Nicolas	Pouvoir de Michelle BRAUER
11	AIX-LES-BAINS	T	VIAL Jean-Marc	Pouvoir de Nicolas VAIRYO
12	BOURDEAU	T	DRIVET Jean-Marc	
13	BRISON SAINT INNOCENT	T	CROZE Jean-Claude	
14	CHINDRIEUX	T	BARBIER Marie-Claire	Pouvoir de Manuel ARRAGAIN
15	CONJUX	T	SAVIGNAC Claude	
16	DRUMETTAZ-CLARAFOND	T	BEAUX-SPEYSER Danièle	
17	DRUMETTAZ-CLARAFOND	T	JACQUIER Nicolas	
18	ENTRELACS	T	BRAISSAND Jean-François	Pouvoir de Gaëlle GERBELOT
19	ENTRELACS	T	COCHET Claire	
20	ENTRELACS	T	GUIGUE Jean-Marc	
21	ENTRELACS	T	GRANGE Yves	
22	GRESY-SUR-AIX	T	PIGNIER Colette	
23	GRESY-SUR-AIX	T	POURCHASSE Patrick	
24	GRESY-SUR-AIX	T	TROQUIER Chrystel	
25	LA BIOLLE	T	DA SILVA LOPES Philippe	
26	LA BIOLLE	T	NOVELLI Julie	
27	LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	T	MORIN Bruno	
28	LE BOURGET DU LAC	T	MERCAT Nicolas	
29	LE MONTCEL	T	HUYNH Antoine	
30	MERY	T	FONTAINE Nathalie	
31	MOTZ	T	CLERC Daniel	
32	MOUXY	T	PERSON Armelle	Pouvoir de José BONICI
33	ONTEX	T	CARRIER Christiane	
34	RUFFIEUX	T	ROGNARD Olivier	
35	SAINT OFFENGE	T	GELLOZ Bernard	
36	SAINT OURS	T	ALLARD Louis	
37	SAINT PIERRE DE CURTILLE	T	DILLENSCHNEIDER Gérard	
38	SERRIERES-EN-CHAUTAGNE	T	TOUGNE-PICAZO Brigitte	
39	TRESSERVE	T	LOISEAU Jean-Claude	
40	TRESSERVE	T	ROUSSEL Christian	
41	TREVIGNIN	T	CHAPUIS Nicolas	Pouvoir de Bruno CROUZEVIALLE
42	VIVIERS-DU-LAC	T	AGUETTAZ Robert	
43	VIVIERS-DU-LAC	T	SCAPOLAN Martine	
44	VOGLANS	T	BERNON Martine	
45	VOGLANS	T	MERCIER Yves	

25 communes présentes

Absents excusés :

AIX-LES-BAINS	CAMUS Gilles
AIX-LES-BAINS	DUBOUCHET-REVOL Karine
AIX-LES-BAINS	POTIN Esther
BRISON SAINT INNOCENT	MASSONNAT Marthe

1/2

L'assemblée s'est réunie sur convocation du 18 mars 2025 transmise dans les conditions prévues par les articles L. 2121-10 et L. 2122-8 du code général des collectivités territoriales, à laquelle était joint un dossier de travail comprenant l'ordre du jour, la note de synthèse et 24 projets de délibérations.

La convocation, l'ordre du jour et le dossier de travail ont également été transmis aux conseillers communautaires suppléants et aux conseillers municipaux des communes membres de Grand Lac, conformément à l'article L. 5211-40-2 du code général des collectivités territoriales.

Le quorum est atteint en début de séance : la séance est ouverte avec 45 présents et 10 procurations

Julie NOVELLI est désignée secrétaire de séance.

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux auprès de Grand Lac ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble (2 Place de Verdun, BP1135, 38022 Grenoble Cedex), dans le délai de deux mois à compter de sa publication (acte réglementaire) ou de sa notification (acte individuel). Le tribunal administratif de Grenoble peut être saisi par la voie de l'application "Télérecours citoyens" sur le site www.telerecours.fr.

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

DÉLIBÉRATION

N° : 18 Année : 2025
Exécutoire le : 03 AVR. 2025
Publiée / Notifiée le : 03 AVR. 2025
Visée le : 02 AVR. 2025

URBANSIME

Elaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) : Bilan de la concertation et arrêt de projet

Monsieur le Président rappelle que le Règlement Local de Publicité est un document qui édicte des prescriptions plus contraignantes que le règlement national de publicité établi par le Code de l'environnement à l'égard de la publicité, des enseignes et des préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

Grand Lac étant compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), la communauté d'agglomération se trouve également compétente pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur son territoire.

Celui-ci est élaboré conformément à la procédure des plans locaux d'urbanisme et deviendra - une fois approuvé - une annexe des Plan Locaux d'Urbanisme Intercommunaux (PLUi).

Les étapes d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal ont été les suivantes :

- Réunion d'une conférence intercommunale des maires le 10 janvier 2019, conformément aux dispositions de l'article L. 153-8 du code de l'urbanisme ;
- Par délibération du 21 février 2019, le conseil communautaire a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, fixé les objectifs poursuivis et définit les modalités de concertation ;
- Par délibération du 21 février 2019, le Conseil communautaire a arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres de Grand Lac ;
- Lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024, les orientations générales du Règlement Local de Publicité Intercommunal ont été débattues. Ces mêmes orientations ont également été débattues dans les communes suivantes :

Communes	Date du débat en conseil municipal
Aix-les-Bains	**26/11/2024**
La Biolle	**06/11/2024**
Bourdeau	**21/10/2024**
Le Bourget-du-Lac	**11/12/2024**
Brison-Saint-Innocent	**16/12/2024**
Chanaz	**06/12/2024**
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	**29/10/2024**
Chindrieux	**18/12/2024**
Conjux	**12/12/2024**
Drumettaz-Clarafond	**02/12/2024**
Entrelacs	**02/12/2024**
Grésy-sur-Aix	**13/12/2024**
Méry	**09/12/2024**

Motz	**08/11/2024**
Mouxy	**19/12/2024**
Ontex	**12/12/2024**
Pugny-Chatenod	**04/12/2024**
Ruffieux	**07/11/2024**
Saint-Pierre-de-Curtille	**18/11/2024**
Serrières-en-Chautagne	**12/12/2024**
Tresserve	**12/12/2024**
Viviers-du-Lac	**04/11/2024**
Voglans	**09/12/2024**

Monsieur le Président précise qu'en application de l'article L. 153-12 du Code de l'urbanisme, ce débat est également réputé avoir été tenu dans les 5 communes non mentionnées ci-dessus.

La concertation sur le projet, mise en œuvre conformément aux modalités définies dans la délibération du 21 février 2019 précitée, est terminée depuis le 25 février 2025. Il convient ainsi d'en arrêter le bilan en application de l'article L. 103-6 du Code de l'urbanisme.

Par ailleurs, le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal doit également être arrêté par délibération du conseil communautaire (article L. 153-14 du Code de l'urbanisme) avant de pouvoir être communiqué pour avis aux communes et personnes mentionnées aux articles L. 153-15 à L. 153-18 et L. 132-13 du Code de l'urbanisme.

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

- Des objectifs généraux
  - Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
  - Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

- Des objectifs spécifiques

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- En matière d'enseignes :
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des modalités de concertation

Les modalités de concertation, telles que déterminées dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivantes :

- Tenue d'un cahier de concertation à compter du 03 avril 2019 dans toutes les Mairies des communes membres ainsi qu'au siège de Grand Lac, pour recevoir les observations de toutes personnes intéressées, aux heures et jours d'ouverture habituels ;
- Mise à disposition du public à compter du 03 avril 2019 d'un dossier de concertation dans toutes les Mairies des communes membres ainsi qu'au siège de Grand Lac. Ce dossier de concertation sera enrichi de documents au fur et à mesure de l'avancement des études. Ces documents seront également disponibles en ligne sur le site internet de la Grand Lac ;
- Organisation d'au moins une réunion publique avant l'arrêt de projet ;
- Présentation de l'avancement de la démarche par le biais d'au moins une publication dans la presse locale ;
- Présentation de l'avancement de la démarche par le biais d'au moins une publication dans le bulletin communautaire ;
- Fin de la concertation un mois avant la date du Conseil communautaire qui tirera le bilan de la concertation.

3. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

- Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
  - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
  - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
  - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
  - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

- Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
  - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
  - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
  - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

- Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :

  - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
  - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

- Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :

  - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
  - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
  - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

- Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

  - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

4. Bilan de la concertation

La concertation s'est déroulée du 03 avril 2019 au 25 février 2025.

Durant cette période :

- Une réunion publique a été organisée le 21 octobre 2024,
- Une réunion a été organisée avec les personnes publiques associées le 22 octobre 2024,
- Une réunion a été organisée avec les personnes publiques concernées (associations, professionnels) le 22 octobre 2024,
- Un webinaire et une réunion d'échanges le 11 décembre 2024 ont été organisés avec l'atelier citoyen de Grand Lac,
- Un article dédié au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunale a été publié dans le magazine intercommunal de Grand Lac numéro 9 de janvier 2025,
- 3 publications relatives au projet sont parues dans la presse locale,
- 4 publications relatives au projet sont parues sur les réseaux sociaux (page officielle de Grand Lac),
- Une page dédiée au projet a été régulièrement alimentée et actualisée sur le site internet de Grand Lac,
- 23 contributions écrites relatives au projet ont été reçues et analysées (personnes publiques associées, professionnels, associations, habitants).

Au terme de la concertation et de l'analyse des contributions, certaines remarques ont été retenues afin de faire évoluer l'avant-projet : le bilan détaillé de la concertation figure en annexe de la présente délibération.

5. Arrêt de projet

Les travaux relatifs à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, menés conjointement avec les communes et en association avec les partenaires précédemment cités, permettent de présenter aujourd'hui un projet constitué de :

- Un rapport de présentation qui se compose notamment du diagnostic, des orientations et objectifs choisis, et de l'explication des choix retenus par rapport à ces orientations et objectifs ;
- Un règlement écrit ;
- Des annexes comportant notamment un plan de zonage.

Le détail des pièces composant le Règlement Local de Publicité Intercommunal est annexé à la présente délibération.

6. Suite de la procédure

Conformément aux dispositions des Codes de l'urbanisme et de l'environnement, le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal arrêté sera notifié pour avis à la Commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites, aux personnes publiques associées et aux communes membres de Grand Lac.

Il sera ensuite soumis à enquête publique dans les formes prévues par le code de l'environnement.

A l'issue de l'enquête publique, les avis, observations du public ainsi que le rapport du commissaire ou de la commission d'enquête seront présentés lors d'une conférence intercommunale des maires en application de l'article L. 153-21 du Code de l'urbanisme.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal, éventuellement modifié pour tenir compte des avis et remarques précités, sera ensuite présenté devant le conseil communautaire en vue de son approbation. Une fois exécutoire, celui-ci sera annexé aux Plans Locaux d'Urbanisme Intercommunaux en vigueur sur le territoire de Grand Lac.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Président,

VU le Code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;

VU le Code de l'urbanisme, notamment les articles L103-2 et suivants et L153-11 et suivants ;

VU le Code général des collectivités territoriales ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;

VU les débats sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui se sont tenus dans les assemblées délibérantes des communes membres et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;

VU la concertation qui s'est déroulée durant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

VU le bilan de la concertation présenté et annexé à la présente délibération ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que la concertation relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L103-2 du Code de l'urbanisme et aux modalités de concertation définies dans la délibération du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

Le Conseil de Communauté, après en avoir délibéré :

- APPROUVE le présent rapport,
- ARRETE le bilan de la concertation relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal tel qu'annexé à la présente délibération,
- ARRETE le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac tel qu'annexé à la présente délibération,
- AUTORISE Monsieur le Président à poursuivre la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal,
- AUTORISE Monsieur le Président à mettre en œuvre la présente délibération,
- DIT que la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de Grand Lac et dans toutes les communes membres durant un mois.

Aix-les-Bains, le 25 mars 2025

Le Président,
Renaud BERETTI

- Délégués en exercice : 68
- Présents : 45
- Présents et représentés : 55
- Votants : 55
- Pour : 55
- Contre : 0
- Abstentions : 0
- Blancs : 0

La secrétaire de séance,
Julie NOVELLI

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Bilan de la concertation

Annexe à la délibération du 25 mars 2025 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Sommaire

Introduction 3

Bilan de la concertation 4

Compte-rendu de la réunion publique du 21 octobre 2024 5

Compte-rendu de la réunion avec les Personnes Publiques Associées du 22 octobre 2024 8

Compte-rendu de la réunion avec les professionnels et les associations du 22 octobre 2024 10

Demandes de participation à l'élaboration du RLPi 13

Contributions transmises par courrier, registre ou mail 17

Contributions de l'atelier citoyen 65

Annexes – communication autour de la concertation 70

Articles de presse et réseaux sociaux 70

Captures d'écran du site Internet - octobre 2024 76

Captures d'écran du site Internet - décembre 2024 78

Captures d'écran du site Internet - janvier 2025 80

Lettre d'information diffusée sur le site Internet de Grand Lac à compter d'octobre 2024 82

Publication dans le bulletin communautaire n° 9 – janvier 2025 88

Introduction

La concertation a permis d'informer les professionnels, les associations mais aussi les habitants et de recueillir leurs remarques sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du territoire.

La Communauté d'agglomération Grand Lac a ainsi prévu dans sa délibération de prescription du 21 février 2019, les modalités de concertation suivantes :

1. Organisation d'une réunion publique au minimum, pour présenter les grandes orientations et enjeux du RLPi,
2. Mise à disposition d'un dossier du projet RLPi sous format papier, dont le contenu évoluera au fur et à mesure de l'avancement de la démarche, ainsi que d'un registre permettant aux habitants et citoyens d'inscrire leurs observations. Ces éléments seront disponibles dans chaque mairie des 28 communes membres et au siège de la Communauté d'agglomération Grand Lac, aux heures et jours habituels d'ouverture d'accueil du public. Le tout est également disponible en ligne sur le site de la communauté d'agglomération. Ces éléments de concertation seront mis à la disposition du public dès la publication de la délibération prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, et ce jusqu'à l'arrêt du projet,
3. Transmission de l'information par divers supports et moyens de communication notamment par la presse locale, le site internet de la Communauté d'agglomération ou encore le journal intercommunal,
4. Réalisation du bilan de la concertation à l'issue de cette dernière, au plus tard lors de l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal.

Ces modalités ont été intégralement réalisées.

Bilan de la concertation

Les différents outils mis en œuvre lors de la concertation ont permis au public mais aussi aux professionnels et aux associations d'apporter leur contribution au RLPi. La concertation menée a ainsi fait évoluer l'avant-projet qui avait été envisagé par les élus.

Le présent bilan restitue l'ensemble des contributions. Toutes ont fait l'objet d'une analyse à l'occasion d'une réunion du comité de pilotage du RLPi, qui a décidé de retenir les contributions suivantes en vue d'adapter le projet avant son arrêt :

Publicités et préenseignes

- Les bâches de chantier supportant de la publicité à Aix-les-Bains seront limitées à 10,5 mètres carrés (d*emande d'associations environnementales) ;*
- la publicité supportée par le mobilier urbain pourra atteindre 8 mètres carrés en ZP3 à Aix-les-Bains (d*emande d'une société d'affichage puis de la commune d'Aix-les-Bains dans le cadre de la collaboration avec les communes) ;*
- la zone d'activité de la Biolle sera intégrée en ZP4b (zones commerciales hors unité urbaine de Chambéry) (*demande de la commune de la Biolle dans le cadre de la collaboration avec les communes)*.

Enseignes

- Une ZP4c (zone commerciale en site inscrit) sera créée afin de répondre aux besoins en matière d'enseignes numériques du supermarché situé à Viviers-du-Lac afin qu'il bénéficie des mêmes règles que les autres supermarchés situés en ZP4a et ZP4b (d*emande de la commune de Viviers-du-Lac dans le cadre de la collaboration avec les communes)*.

Les autres contributions n'ont pas été intégrées au projet de RLPi car celles-ci n'étaient pas en phase avec les objectifs exprimés par les élus et la recherche d'un projet équilibré et cohérent pour l'ensemble des communes de Grand Lac.

Compte-rendu de la réunion publique du 21 octobre 2024

Une réunion publique sur le projet de RLPi s'est déroulée le lundi 21 octobre 2024 au centre des Congrès d'Aix-les-Bains.

Les principaux points abordés durant la réunion publique sont les suivants :
1/ Présentation des éléments de contexte relatifs à la procédure et à la réglementation actuelle ;
2/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux publicités et préenseignes ;
3/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux enseignes ;
4/ Présentation des prochaines étapes et du calendrier ;
5/ Rappel des outils de concertation à disposition du public pour contribuer au projet.

En dehors des élus et services de Grand Lac, sept personnes étaient présentes dont une personne conseillant les entreprises dans le domaine de la signalétique.

Les principales questions et remarques formulées durant la réunion publique ont été les suivantes :

- L**'affichage dit « libre** » fait-il partie de la publicité extérieure ?
> Les communes ont des obligations de mettre à disposition des espaces pour l'affichage d'opinion et la publicité des associations sans but lucratif. Le nombre d'espaces dépend du nombre d'habitants de la commune ainsi que de sa configuration (chaque personne habitant en agglomération doit se situer à moins d'un kilomètre d'un affichage de ce type). Le RLPi ne règlemente pas ce type de publicité (en surface, en hauteur, etc.) car contrairement aux autres formes de publicité, le code de l'environnement fixe des obligations minimales sur ces supports pour permettre une communication efficace notamment pour les associations sans but lucratif (don du sang, etc.).

- Qu'est-ce que le **mobilier urbain supportant de la publicité** ?
> Ce type de publicité est présent surtout à Aix-les-Bains sous forme de publicité sur des abris destinés au public (abris-bus) ou encore sur des « sucettes » avec une face informative et une face commerciale. Ce type de publicité est implantée sur le domaine public et fait l'objet d'un contrat avec une société d'affichage après avoir fait l'objet d'un marché public le plus souvent. Il est rappelé que pour le mobilier urbain, la publicité doit être « accessoire », c'est-à-dire qu'elle ne doit pas couvrir plus de 50% des surfaces d'affichage disponibles.

- Qu'est-ce qu'une **préenseigne temporaire ?**
> Au terme de l'article R581-68 du code de l'environnement, les préenseignes temporaires sont :

> *« 1° Les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;*

2° Les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente. »

Elles peuvent être implantées 3 semaines avant la manifestation qu'elles signalent et doivent être retirées dans les 7 jours qui suivent la fin de celle-ci. L'avant-projet de RLPi propose de réduire à 2 jours cette dernière durée à Aix-les-Bains compte tenu du nombre de manifestations annuelles pour éviter une accumulation des dispositifs.

- Le **RLPi est-il obligatoire** ?
> Il s'agit d'une procédure volontaire. Dans la pratique, la majeure partie des grandes agglomérations disposent d'un RLPi ou sont en train de l'élaborer.

- Comment s'organise **le pouvoir de police en matière d'affichage** ?
> Les Maires des communes de Grand Lac sont l'autorité de police unique depuis le 1er janvier 2024 au sein de leur commune. Toutefois, il est possible que cette compétence soit transférée et exercée par le Président de la communauté d'agglomération. Ce transfert du pouvoir de police entre communes et intercommunalité est réinterrogé à chaque nouveau mandat, après les élections locales.

- Quels sont les **effets du RLPI** ?
> Dès l'entrée en application du RLPi, toutes les nouvelles enseignes seront soumises à **autorisation préalable** (formulaire CERFA spécifique) de l'autorité de police (soit le Maire actuellement). Actuellement, c'est seulement le cas dans les périmètres protégés, notamment les abords des monuments historiques.
Les dispositifs existants (publicités, préenseignes et enseignes) qui sont conformes aux règles nationales mais qui deviendraient non conformes du fait des nouvelles règles du RLPi, disposeront d'un délai pour se mettre en conformité (6 ans pour les enseignes et 2 ans pour les publicités et préenseignes).

- Quel est le statut des **chevalets** ?
> S'ils sont situés sur l'unité foncière de l'activité à laquelle ils se réfèrent, ils constituent une enseigne installée directement sur le sol.
En revanche, si le chevalet est implanté sur le domaine public, il s'agit d'une publicité ou préenseigne - sauf s'il dispose d'une autorisation d'occuper le domaine public. Par exemple, un restaurant qui dispose d'une terrasse sur le domaine public pourra installer un chevalet avec son menu sur cette terrasse et il s'agira d'une enseigne bien qu'il ne s'agisse pas du lieu de l'activité.

- Ne serait-il pas pertinent que la **surface des dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines** soit règlementée en pourcentage, variable selon les zones ?
> Cette proposition sera examinée par les élus avant l'arrêt du RLPi afin de voir s'ils font évoluer l'avant-projet sur ce point.

- Comment les **échanges de la réunion publique** seront pris en compte dans la démarche ?
> Un compte rendu de la réunion figurera dans le bilan de la concertation (document qui reprend l'ensemble des contributions formulées durant le projet en réunion, par

email ainsi que par courrier ou registre en mairie). Les élus de Grand Lac examineront les propositions formulées afin de faire ou non évoluer leur avant-projet.

En complément, les remarques issues de la concertation préalable seront examinées lors d'un comité de pilotage composés des élus des communes de Grand Lac pour faire éventuellement évoluer l'avant-projet exposé en réunion publique avant l'arrêt du RLPi.

Monsieur Guigue, vice-président de Grand Lac en charge du RLPi, clôt la réunion en remerciant les participants et en les invitant à formuler d'autres remarques s'ils le souhaitent via les canaux mis à disposition.

Compte-rendu de la réunion avec les Personnes Publiques Associées du 22 octobre 2024

Une réunion de concertation avec les Personnes Publiques Associées sur le projet de RLPi s'est déroulée le mardi 22 octobre 2024 au siège de Grand Lac.

Les principaux points abordés durant la réunion sont les suivants :
1/ Présentation des éléments de contexte relatifs à la procédure et à la réglementation actuelle ;
2/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux publicités et préenseignes ;
3/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux enseignes ;
4/ Présentation des prochaines étapes et du calendrier ;
5/ Rappel des outils de concertation à disposition du public pour contribuer au projet.

En dehors des élus et services de Grand Lac, trois personnes publiques étaient représentées : l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP), le Parc Naturel Régional des Bauges et le SCoT Métropole Savoie.

Avis global des personnes publiques associées présentes sur le projet :

- La représentante de l'Architecte des Bâtiments de France félicite Grand Lac pour le projet tel que présenté. La dérogation visant à restreindre la **publicité uniquement sur le mobilier urbain de petit format et non numérique** en site inscrit et aux abords de monuments historiques va dans le sens des recommandations de l'UDAP.

- La représentante du PNR des Bauges précise que le PNR permet une dérogation dans sa charte mais qu'elle est favorable au fait que l'avant-projet de RLPi n'envisage pas de déroger afin de maintenir la qualité des paysages du PNR.

Les principales questions et remarques formulées durant la réunion ont été les suivantes :

- **Formulation et rédaction du règlement** : les participants soulignent l'importance de la rédaction et de l'illustration du règlement afin de faciliter au mieux sa bonne compréhension. Certains éléments nécessiteront sans doute d'être précisés de manière explicite (que sont les dispositifs temporaires par exemple).

- **Enseignes lumineuses :** la représentante de l'Architecte des Bâtiments de France indique que l'UDAP demande que les enseignes perpendiculaires lumineuses soient interdites.
> Cela a bien été intégré dans l'avant-projet pour les abords de monuments historiques et le Site Patrimonial Remarquable de Chanaz.

- **Enseignes temporaires :** il est demandé de préciser quels dispositifs sont concernés et les règles associées**.**
> Un panneau « vendu par » ou « loué par » ne constitue pas une enseigne temporaire liée à l'immobilier dans la mesure où il n'y a pas de vente ou de location en cours. Dès lors, il s'agit de publicité ou de préenseigne.

Les enseignes temporaires seront largement limitées notamment en surface et en nombre (avec l'application des mêmes règles que pour les enseignes permanentes – sauf interdiction sur balcons).

- **Entrées de ville** : la représentante du SCoT demande si celles-ci feront l'objet d'un traitement spécifique dans le RLPi.
> La question des entrées de ville a été traitée par le biais de l'usage qui leur est affectée (zone commerciale, axe structurant ou zone résidentielle), et non du seul statut d'entrée de ville qui regroupe des réalités très diverses sur le territoire. Les règles envisagées dans les différents secteurs concourent à un large apaisement des entrées de ville qu'elles se situent dans le zonage résidentiel (très stricte) ou même en zonage d'activités et axes structurants (réduction du format, de la densité de la place du numérique, etc.).

- La représentante du PNR des Bauges demande ce qui est prévu pour les communes concernées par l'extension du périmètre du PNR à savoir : Méry, Drumettaz-Clarafond et Grésy-sur-Aix en particulier.
> Monsieur Guigue propose que Grand Lac, le PNR et les communes concernées puisse échange sur ce point. A priori, les parties des communes qui pourraient entrer dans le PNR sont essentiellement des secteurs hors agglomérations donc cela ne changera pas le projet de RLPi sur ce point.

- Organisation du **pouvoir de police en matière d'affichage**.
> Les Maires des communes de Grand Lac sont l'autorité de police unique depuis le 1er janvier 2024 au sein de leur commune. Toutefois, il est possible que cette compétence soit transférée et exercée par le Président de la communauté d'agglomération - pour l'instant, le choix a été fait de renoncer à ce transfert. Ce transfert du pouvoir de police entre communes et intercommunalité est réinterrogé à chaque nouveau mandat, après les élections locales.

- **Limitation de l'intensité lumineuse :** La représentante du PNR des Bauges propose de limiter dans le RLPi l'intensité lumineuse des dispositifs à 100 candélas par mètre carré. Ce chiffre provient de recommandation de la charte du PNR et s'appuie sur une étude liée à l'éclairage public.
> Ce point sera examiné par le comité de pilotage pour être éventuellement intégré au RLPi dès lors que l'on peut justifier le choix du chiffre retenu.

Il est rappelé que les remarques issues de la concertation préalable seront examinées lors d'un comité de pilotage composés des élus des communes de Grand Lac pour faire éventuellement évoluer l'avant-projet exposé en réunion avant l'arrêt du RLPi.

Monsieur Guigue, vice-président de Grand Lac en charge du RLPi, clôt la réunion en remerciant les participants et en les invitant à formuler d'autres remarques s'ils le souhaitent via les canaux mis à disposition.

Compte-rendu de la réunion avec les professionnels et les associations du 22 octobre 2024

Une réunion de concertation avec les professionnels et associations sur le projet de RLPi s'est déroulée le mardi 22 octobre 2024 au siège de Grand Lac.

Les principaux points abordés durant la réunion sont les suivants :
1/ Présentation des éléments de contexte relatifs à la procédure et à la réglementation actuelle ;
2/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux publicités et préenseignes ;
3/ Présentation du diagnostic et de l'avant-projet relatifs aux enseignes ;
4/ Présentation des prochaines étapes et du calendrier ;
5/ Rappel des outils de concertation à disposition du public pour contribuer au projet.

En dehors des élus et services de Grand Lac, les personnes suivantes étaient présentes ou représentées :
- quatre sociétés d'affichage dont l'opérateur en charge de la publicité sur le mobilier urbain à Aix-les-Bains ;
- deux représentantes d'associations de commerçants ;
- une entreprise de conseil en signalisation (enseignes notamment).

Les principales questions et remarques formulées durant la réunion ont été les suivantes :

- la société JC Decaux indique que certaines dispositions envisagées sont en contradiction avec **le contrat de mobilier urbain** de la société avec la ville d'Aix-les-Bains sur le mobilier urbain publicitaire. Il s'agit notamment de la hauteur au sol limitée à 3 mètres qui empêche l'installation de grand dispositif de 8 mètres carrés sur le mobilier urbain. Les prochaines semaines seront l'occasion de discuter de ces aspects afin de trouver une issue à ce sujet.
> Il est à noter que le projet de RLPi prévoit une dérogation pour les publicités non numériques de 2 mètres carrés sur le mobilier urbain dans le site inscrit du lac du Bourget et aux abords de monuments historiques de la commune d'Aix-les-Bains.

- la société FG demande si le projet prévoit l'interdiction des dispositifs publicitaires dont l'affiche mesure 8 mètres carrés.
> Il est précisé que l'avant-projet prévoit cela dans une perspective d'harmonisation entre les communes. En effet, certaines communes sont déjà soumises à une limitation de 4,7 mètres carrés en particulier l'ensemble des communes du nord de Grand Lac.

- Les sociétés présentes demandent que **le format puisse être de 10,5 mètres carrés sur les axes structurants et en zones commerciales** (ZP4a) afin de conserver des dispositifs de grand format, une meilleure visibilité de leur affiche et éviter la perte d'emplois liés à la publicité.
> Ce point sera examiné par le comité de pilotage avant l'arrêt du RLPi en février 2025. Toutefois, il est rappelé qu'à ce stade il y a consensus entre les élus pour une réduction à 4,7 mètres carrés le long des axes structurants et en zones commerciales.

- la société JC Decaux demande d'examiner **le zonage** dans le détail ainsi que le règlement. Il est précisé que des plans détaillés et le projet de règlement pourront être transmis pour un examen détaillé.

- l'entreprise Reflex Sign demande de définir ce qu'est une **enseigne temporaire**.
> Au terme de l'article R581-68 du code de l'environnement, les préenseignes temporaires sont :

> *« 1° Les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;*
>
> *2° Les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente. »*

Elles peuvent être implantées 3 semaines avant la manifestation qu'elles signalent et doivent être retirées dans les 7 jours qui suivent la fin de celle-ci. L'avant-projet de RLPi propose de réduire à 2 jours cette dernière durée à Aix-les-Bains compte tenu du nombre de manifestations annuelles pour éviter une accumulation des dispositifs.

- l'entreprise Reflex Sign demande comment s'organise l'instruction sur le territoire et notamment si des moyens seront mis en place pour permettre les échanges avant le dépôt des demandes afin de faciliter l'aboutissement des projets.
> Il est indiqué que lorsque le RLPi sera approuvé l'ensemble des enseignes sera soumis à demande d'autorisation préalable ce qui impliquera de déposer un dossier auprès de l'autorité de police en matière d'affichage (soit les Maires actuellement et peut être à terme le président de l'EPCI si les communes le souhaitent). Toutefois, il pourrait exister préalablement au dépôt du dossier des échanges avec les services instructeurs en charge de vérifier la complétude et la conformité d'un dossier.

- l'entreprise Reflex Sign demande si une charte est prévue pour aller plus loin sur les règles architecturales, les couleurs ou d'autres aspects des enseignes.
> Il est précisé que cela ne relève pas du règlement du RLPi en tant que tel mais qu'un document complémentaire peut être envisagé pour conseiller les commerçants et leur recommander certaines implantations plutôt que d'autres.

- la représentante de l'union des commerçants de La Biolle demande quels sont les délais de mise en conformité avec le RLPi.
> Le délai est de 6 ans pour les enseignes conformes aujourd'hui et qui ne le seraient plus après l'approbation du RLPi. Ce délai est de 2 ans pour les publicités et préenseignes. Toutefois, il est bien rappelé que ces délais ne valent que pour des dispositifs conformes au code de l'environnement. Or, en matière de publicités et de préenseignes, l'essentiel des dispositifs présents sont en infraction avec le code de l'environnement.

Il est rappelé que les remarques issues de la concertation préalable seront examinées lors d'un comité de pilotage composés des élus des communes de Grand Lac pour faire éventuellement évoluer l'avant-projet exposé en réunion avant l'arrêt du RLPi.

Monsieur Guigue, vice-président de Grand Lac en charge du RLPi, clôt la réunion en remerciant les participants et en les invitant à formuler d'autres remarques s'ils le souhaitent via les canaux mis à disposition.

Demandes de participation à l'élaboration du RLPi

Demande de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) du 24 janvier 2023

Vu VM

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

AGGLO GRAND LAC
24 JAN. 2023

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération Grand Lac
Service Urbanisme
1500 boulevard Lepic
73100 AIX LES BAINS

Paris, le 23 janvier 2023

Objet : Participation Elaboration du Règlement de Publicité Intercommunal

Monsieur le Président,

Vous procédez à l'élaboration de votre règlement de publicité intercommunal. En application des nouvelles dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement de publicité est désormais élaboré conformément à la procédure du plan local d'urbanisme. Cette procédure prévoit notamment, en vertu de l'article L.300-2 du code de l'urbanisme, la présence obligatoire des professionnels de la publicité extérieure, en tant que « personnes concernées », pendant toute la phase d'élaboration du règlement, et ce dès le début de la procédure.

Je vous propose, au nom de l'Union de la Publicité Extérieure, d'associer aux travaux d'élaboration du règlement local de publicité les sociétés d'affichage suivantes, qui représenteront l'ensemble de nos adhérents :

- **Monsieur Stephane VAUQUELIN ou son représentant**
  Société Clear Channel France
  62, av du Progrès – 69680 Chassieu
  Email : stephane.vauquelin@clearchannel.fr

- **Monsieur Philippe LANDRIEU ou son représentant**
  Société MPE-Avenir
  2, rue de Savoie / BP 615 – 69804 Saint Priest
  Email : philippe.landrieu@jcdecaux.com

Il convient de préciser que l'UPE est l'organisation représentative de la profession puisque ses adhérents locaux, régionaux et nationaux totalisent plus de 75% du chiffre d'affaires de notre secteur d'activité. Pour accomplir ses missions, l'UPE a mis en place un réseau de délégués départementaux, qui siègent notamment dans les commissions départementales de la nature, des sites et des paysages. Au niveau national, elle dispose de services compétents dans les domaines juridiques et patrimoniaux. Pour toute information relative à la réglementation de publicité, vous pouvez contacter **Mme Laure SORLOT** (01 47 42 16 28 ; l.sorlot@upe.fr), chargée du secrétariat général de l'UPE.

En espérant que nous apporterons une contribution utile à l'élaboration de ce règlement de publicité intercommunal, je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président

Demande de la société JC Decaux du 30 août

JCDecaux

Arrivé - GRAND LAC
30 AOUT 2023
125381

Communication Extérieure

GRAND LAC – COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
Monsieur Renaud BERETTI
Président
1500, boulevard Lepic
BP 610
73106 AIX LES BAINS Cedex

St Priest, le 28 août 2023

Réf : LV/LV – 73/23

Objet : Etudes préalables élaboration RLPi

Monsieur le Président,

Nous avons pris connaissance du souhait de la Communauté d'agglomération Grand Lac d'engager des études préalables à l'élaboration de son règlement local de publicité intercommunal (RLPi) et de l'appel d'offre publié à cette fin.

La société JCDecaux France porte une attention particulière aux procédures d'élaboration des règlements locaux de publicité, ces derniers devant s'établir dans le respect des objectifs du développement durable et être le fruit d'un équilibre nécessaire entre protection de l'environnement et préservation du tissu économique local.

Conformément à la loi dite « Grenelle II » du 12 juillet 2010, les règlements locaux de publicité sont désormais élaborés selon la procédure relative aux plans locaux d'urbanisme.

L'article L.581-14-1 du Code de l'environnement prévoit que les professionnels intéressés puissent participer à l'élaboration des règlements locaux de publicité.

Le règlement local de publicité ayant pour but d'encadrer notre activité économique, nous vous remercions donc de bien vouloir associer la Société JCDecaux France aux travaux d'élaboration qui seraient lancés en nous faisant, notamment, participer aux futures réunions de travail qui seront organisées par la Communauté d'agglomération Grand Lac.

A ce titre, notre société sera représentée, par mes soins, en qualité de Directeur Régional, ou par un représentant.

JCDecaux France
17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - www.jcdecaux.fr

Société par Actions Simplifiée au capital de 8 241 669,67 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

JCDecaux

Restant à votre entière disposition,

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, en l'expression de nos salutations distinguées.

Laurent VAUDOYER
Directeur Régional

Demande de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) du 29 janvier 2024

upe
UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération
Grand Lac
Service Urbanisme
1500 boulevard Lepic
73100 AIX LES BAINS

Paris, le 23 janvier 2024

Objet : Participation élaboration du Règlement de Publicité Intercommunal

Monsieur le Président,

Par délibération du 21 février 2019, vous procédez à l'élaboration de votre règlement de publicité intercommunal. En application des nouvelles dispositions de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité est désormais élaboré conformément à la procédure du plan local d'urbanisme. Cette procédure prévoit notamment, en vertu de l'article L.300-2 du code de l'urbanisme, la présence obligatoire des professionnels de la publicité extérieure, en tant que « personnes concernées », pendant toute la phase d'élaboration du règlement, et ce dès le début de la procédure.

Je vous propose, au nom de l'Union de la Publicité Extérieure, d'associer aux travaux d'élaboration du règlement de publicité les sociétés d'affichage suivantes, qui représenteront l'ensemble de nos adhérents :

- **Monsieur Stéphane VAUQUELIN ou son représentant**
  Société Cityz Media (ex Clear Channel France)
  Email : stephane.vauquelin@cityzmedia.fr

- **Monsieur Philippe LANDRIEUX ou son représentant**
  Société MPE-Avenir
  Email : philippe.landrieux@jcdecaux.com

Il convient de préciser que l'UPE est l'organisation représentative de la profession puisque ses adhérents locaux, régionaux et nationaux totalisent plus de 75% du chiffre d'affaires de notre secteur d'activité. Pour accomplir ses missions, l'UPE a mis en place un réseau de délégués départementaux, qui siègent notamment dans les commissions départementales de la nature, des sites et des paysages. Au niveau national, elle dispose de services compétents dans les domaines juridiques et patrimoniaux. Pour toute information relative à la réglementation de publicité, vous pouvez contacter **Mme Laure SORLOT** (01 47 42 16 28 ; l.sorlot@upe.fr), chargée du secrétariat général de l'UPE.

En espérant que nous apporterons une contribution utile à l'élaboration du règlement de publicité, je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président

GESTES PROPRES
2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

Demande de l’association les Amis de la Terre en Savoie du 7 novembre 2024

Bonjour, nous souhaitons par ce message vous informer que nous aimerions être informés et invités si des échanges, réunions ont lieu sur le sujet avec d'autres acteurs.
Nous restons à votre disposition pour vous rencontrer et échanger sur ce Règlement Local de Publicité Intercommunal.
Merci
Bien cordialement
Bonne et belle journée,
Stéphane pour les Amis de la Terre en Savoie

- Position pour des sociétés soutenables (PDF)

Contributions transmises par courrier, registre ou mail

Contribution du département de la Savoie du 25 septembre 2024

Bonjour,

La MTD ne sera pas représentée à la réunion de concertation que vous proposez le mardi 20 octobre.
Les enjeux du département vis-à-vis de la publicité concernent la sécurité des usagers de nos RD. A ce titre, je vous rappelle les points suivants :

- Les panneaux de publicités doivent être implantés le plus loin possible du bord de chaussée, avec un minimum de 70 cm,
- La hauteur sous panneau doit être de 1m en accotement, de 2,30m en cas de cheminement piéton et de 2,50m en présence de voie cyclable.
- L'implantation des panneaux de publicité ne doit pas être un masque pour la visibilité dans les intersections (respect des triangles de visibilité) ainsi que pour les accès privés.

Je reste à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.

Bien cordialement

Contribution de Paysages de France du 26 septembre 2024

Monsieur le Vice-Président,

Nous vous remercions pour votre invitation à la prochaine réunion de concertation sur le projet de RLP ce mardi 22 octobre. Sera-t-il possible de participer par visioconférence ?

Ce projet représente un enjeu majeur. Les maires et les présidents d'intercommunalités, responsables de l'urbanisme, ont le privilège de pouvoir exercer leur pouvoir pour que le paysage, qui est une composante clé du « patrimoine commun de la nation » (Loi Barnier) reçoive toute l'attention qu'il mérite. Ce soin ne concerne pas seulement le bien-être de leurs administrés ou l'image de leur territoire, mais vise à valoriser un patrimoine d'importance nationale.

L'association Paysages de France ne peut donc que se réjouir de votre volonté de protéger d'une pollution souvent extrêmement agressive, non seulement vos administrés, mais également un espace qui fait partie du patrimoine national.

Qui plus est, si les mesures appropriées sont prises, le futur RLP favorisera un exercice plus équilibré de la concurrence entre commerçants, cela au bénéfice des « petits », et donc notamment des commerces de proximité et des centres-villes, lesquels sont les premières victimes de la surenchère publicitaire à laquelle se livrent certains acteurs économiques, en particulier de la grande distribution.

Enfin, une telle démarche ne peut désormais faire abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que la transition écologique, la lutte contre l'incitation perpétuelle à la surconsommation et au gaspillage, la lutte contre le gaspillage énergétique, et le réchauffement climatique. Ces enjeux nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire, et puissent donner l'exemple à vos administrés.

Au demeurant, en mettant en œuvre une politique d'excellence en la matière, la communauté d'agglomération du Grand Lac impulsera une démarche responsable et innovante, ce que Paysages de France ne manquera pas de faire savoir si tel doit être le cas.

Afin de faciliter la tâche des élus, l'association a réalisé des documents de portée générale énumérant les principaux types de dispositifs et les adaptations qu'il convient notamment d'apporter à la réglementation nationale pour qu'un RLPi:

1. puisse être considéré comme assurant un niveau acceptable de protection du cadre de vie et du paysage et permette une réappropriation de l'espace public au profit des populations ;
2. fasse que le territoire concerné n'aille pas à l'inverse des mesures à prendre dans le cadre des enjeux environnementaux majeurs mais, au contraire, apporte à cette occasion une contribution concrète et significative ;

3. permette d'assurer un exercice plus équilibré et « apaisé » de la concurrence entre acteurs économiques.

Nous avons donc le plaisir de vous adresser ci-joint les documents en question, et nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Vice-Président, l'expression de notre considération la plus distinguée.

L'association Paysages de France a également fourni en pièce-jointe de cette contribution les guides disponibles sur son site Internet contenant les mesures identifiées par l'association comme minimales à prendre en cas d'élaboration d'un RLPi :

https://www.paysagesdefrance.org/galeries/34-4-Plaquette_RLP-10000_compressed.pdf

et

https://www.paysagesdefrance.org/galeries/34-4-Plaquette_RLP_10000_compressed.pdf

Contribution de la société FG publicité du 14 octobre 2024

Bonjour Madame Antumes,

Je ne pourrai pas être présente lors de la réunion mais mon collègue Frédéric MOSCONE qui connait très bien le secteur représentera la société FG.

Quant à mes attentes auprès de l'agglo :

- Qu'elle prenne bien en compte notre métier et de l'intérêt des commerces et entreprises locales de pouvoir communiquer sur du 4X3
  et de l'intérêt des propriétaires de toucher un revenu complémentaire (qui très souvent ont en besoin).

- De pouvoir garder le format en 8 m² de nos panneaux (4 m² c'est trop petit)

- Et de nous laisser des zones ou implanter nos panneaux car sans panneau pas de travail !!

Je vous remercie de l'intérêt que vous porterez à nos requêtes en tant qu'afficheurs.

Restant à votre disposition pour échanger,

Très bonne journée,

Cordialement,

Contribution de la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc du 18 octobre 2024

Bonjour,
Vous nous aviez conviés à une réunion de restitution en mai sur le RLPI de Grand-Lac et vous nous proposez une première concertation sur le projet de règlement et nous vous en remercions. Nous ne pourrons pas être présents mais nous avons une observation générale. Il est important pour la valorisation des productions du territoire et la dynamique agricole que notamment 3 types de communication restent possible :

- L'identification et le fléchage des Points de vente collective, publicité, pré enseigne et enseigne.
- L'identification et le fléchage des fermes qui réalisent de la vente directe sur l'exploitation, publicité, pré enseigne et enseigne.
- Les communications affichages et fléchages temporaires pour les foires et les marchés qui permettent la commercialisation des productions du territoires.

Nous restons disponibles si besoin d'échanger plus précisément sur le sujet.
Bien cordialement,

Contribution de la société Smart Media du 4 novembre 2024

Bonjour madame,

Merci pour votre retour.

Je viens de faire le tour des photos et documents, de mon point de vue, nous ne sommes pas en contradiction avec vos textes.

A votre disposition si besoin.

Bonne journée.

Cordialement,

Contribution de la société JC Decaux du 9 décembre 2024

JCDecaux

Monsieur Renaud BERETTI
Président
Grand Lac Communauté d'Agglomération
1500 Boulevard Lepic
BP 610
73106 AIX LES BAINS Cedex

GRAND LAC
11 DEC. 2024
ENREGISTRÉ

Communication Extérieure

Afrique du Sud
Allemagne
Angola
Arabie Saoudite
Australie
Autriche
Azerbaïdjan
Bahreïn
Belgique
Botswana
Brésil
Bulgarie
Cameroun
Canada
Chili
Chine
Colombie
Corée du Sud
Costa Rica
Côte d'Ivoire
Croatie
Danemark
Emirats Arabes Unis
Equateur
Espagne
Estonie
Eswatini
Etats-Unis
Finlande
France
Gabon
Guatemala
Honduras
Hongrie
Inde
Irlande
Israël
Italie
Japon
Kazakhstan
Koweït
Lesotho
Lettonie
Lituanie
Luxembourg
Malawi
Maurice
Mexique
Mongolie
Mozambique
Myanmar
Namibie
Nicaragua
Nigéria
Norvège
Nouvelle-Zélande
Oman
Ouzbékistan
Panama
Paraguay
Pays-Bas
Pérou
Pologne
Portugal
Qatar
République Dominicaine
République Tchèque
Royaume-Uni
Salvador
Singapour
Slovaquie
Slovénie
Suède
Suisse
Tanzanie
Thaïlande
Ukraine
Uruguay
Zambie
Zimbabwe

A Saint-Priest, le 9 décembre 2024

N/Réf : LV/VC – 08/24

Lettre recommandée avec accusé de réception n°1A 208 489 0995 2

Objet : Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté d'agglomération de Grand Lac

Monsieur le Président,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

En effet, le RLPi ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Au préalable, il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (service public des transports pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, service public de l'information pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité via un contrat public, il convient de ne pas limiter au sein du futur RLPi les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur votre territoire.

A défaut, toute limitation aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité et ainsi de restreindre les moyens de communication et les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir sur le territoire et qui ne peuvent à ce jour être identifiés.

JCDecaux France
17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine – France
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - www.jcdecaux.fr

Société par Actions Simplifiée au capital de 9 241 969,87 euros - 652 044 501 RCS Nanterre - FR 82 652 044 501

JCDecaux

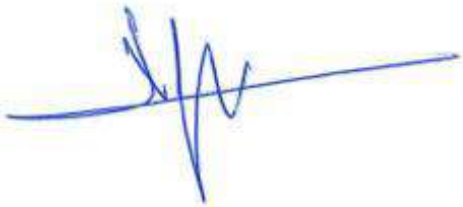
Souhaitant apporter notre contribution, nous vous formulons ci-après quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du futur projet de texte. Pour plus de clarté, nos propositions sont reprises dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLPi de la Communauté d'agglomération un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Président, nos salutations distinguées.

Laurent VAUDOYER

Directeur Régional



Copie :
Ville d'Aix les Bains : Madame Marie -Pierre Montoro, 1ere adjointe - Économie, commerce, finances, commande publique, patrimoine, foncier, bâtiments, travaux, énergie, domaine public



CONCERTATION

CONTRIBUTION À L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

RLPi CA Grand Lac

Décembre 2024

JCDecaux





LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

Le média publicitaire qui contribue le plus à l'économie des territoires et aux emplois locaux

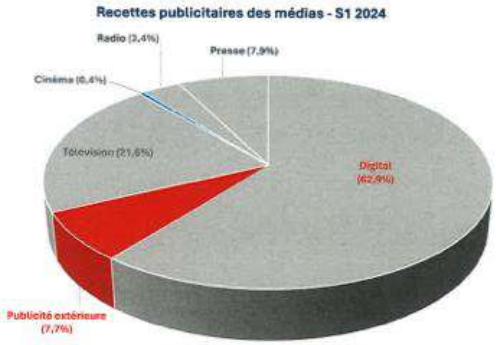
- **55% à 65%** de ses recettes sont reversées localement sous forme de contributions financières directes (taxes, redevances, loyers) et servicielle (mobiliers, technologies et services associés) ;
- **60%** de son chiffre d'affaires correspond à des investissements en communication locale ;
- **100%** de ses emplois sont non délocalisables.

LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

LA PLACE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE AU SEIN DU MARCHÉ GLOBAL

La publicité extérieure ne représente que 7,7% des investissements en publicité totaux,
là où Internet en capte presque 63%

(source IREP, 2024)



LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

Le média dont la consommation énergétique est la plus performante

OOH et DOOH ne représentent qu'une proportion infinitésimale de la consommation énergétique de la France.

Elle est **6 fois plus sobre en énergie que le digital et 17 fois plus sobre en énergie que la télévision***.

*source : étude KPMG pour l'UPE, mars 2023, rapport au volume de contacts / à l'audience touchée

Le média publicitaire qui a la plus faible empreinte carbone

Une seconde étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, pour un même public touché par les messages publicitaires, **le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias.**

source : étude KPMG pour l'UPE, mai 2023

Le seul média relevant du Code de l'environnement

La communication extérieure dispose du cadre législatif et réglementaire le plus complet et restrictif au monde.

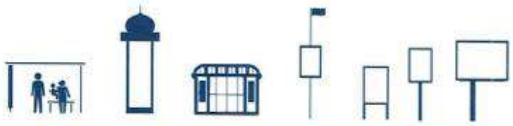
Cadre réglementaire bien souvent complété par des règlementations locales (RLP(i)).

OOH : Out-Of-Home (= publicité extérieure)

DOOH : Digital Out-Of-Home (= publicité extérieure numérique)

LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

LE MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE



Il est utile de rappeler :

1. qu'en toute circonstance, **les collectivités maîtrisent l'installation du mobilier urbain sur leur domaine public dans le cadre de contrats passés avec l'opérateur de leur choix.**
   - Type de mobiliers (**format, technologie, design, couleur, nombre**)
   - **Emplacements**
   - **Conditions d'exploitation**
2. que les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains permettent de financer les services qui leur sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, journaux électroniques, taxe locale sur la publicité extérieure ou redevance…).

Ainsi :
- Un RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits des Villes. Ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.
- **Dans l'hypothèse d'un RLP favorable à l'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, la collectivité <u>dispose toujours de la décision d'autoriser ou non</u> une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* contrat.**

A défaut :
- Potentielle **remise en cause d'implantations de mobiliers urbains**
- Risque de **rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers**
- Les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains **ne financeront plus les services rendus à la collectivité**

→ ***Inutile de restreindre au sein du futur RLPi les conditions d'implantation/exploitation du mobilier urbain alors que les collectivités <u>en conservent l'entière maîtrise, à travers leur contrat de mobilier urbain.</u>***

01
Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire

02
Sur les contraintes d'implantation

03
Remarques complémentaires

JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Décembre 2024

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

LE **CODE DE L'ENVIRONNEMENT** PRÉVOIT QUE **5 TYPES DE MOBILIER URBAIN** PUISSENT SUPPORTER **À TITRE ACCESSOIRE** DE LA PUBLICITÉ (ARTICLES R.581-42 À R.581-47) :



Abris-voyageurs



Kiosques à journaux ou à usage commercial





Colonnes et mâts porte-affiches







Mobilier urbain d'informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

JCDecaux

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Fonction première du mobilier urbain : services apportés aux usagers et communication de la collectivité :

- **Abris-voyageurs** = service public des transports (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
- **Mobiliers d'information** = service public de l'information (arrêt du CE du 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)

Cette spécificité est d'ailleurs régulièrement rappelée par les juges qui considèrent que « *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés* » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment, TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787 et TA Nantes 27 juin 2023, requête n° 2003354).

Son modèle économique

Les recettes publicitaires permises par l'exploitation des mobiliers urbains financent les services rendus.

Sa spécificité

Mobilier urbain = support de publicité « *à titre accessoire eu égard à sa fonction* » (article R.581-42 du Code de l'environnement)

Pièce maîtresse

Le contrat public de mobiliers urbains qui détermine, après mise en concurrence préalable, ses conditions d'implantation (format, design, nombre, technologies, emplacements…) et ses conditions d'exploitation.



JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Décembre 2024

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Le mobilier urbain supporte **à titre accessoire** des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ».

Il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « ***dont le principal objet*** » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Nos préconisations

=> Traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du futur RLPi comme le fait le Code de l'environnement (sous-section dédiée)

Pour ce faire, il sera nécessaire de :

- **préciser la spécificité du mobilier urbain** au sein du paragraphe « Application et portée du règlement » en y insérant la mention suivante :
  - « *La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi* ».
- **Insérer dans un lexique annexé au RLPi la définition du « dispositif publicitaire » par opposition à celle sur le « mobilier urbain »**
  - « ***Dispositif publicitaire*** : *terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité* »
  - « ***Mobilier urbain*** : *mobilier supportant de la publicité à titre accessoire eu égard à sa fonction* »

Conséquence : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

→ ***Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement.***

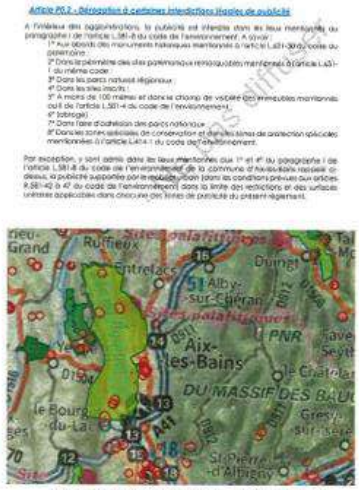
01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

LA POSSIBILITÉ DE RÉINTRODUIRE LA PUBLICITÉ SUR MOBILIER URBAIN DANS LES SECTEURS VISÉS À L'ARTICLE L.581-8 I DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT EST IMPORTANTE.

Secteurs visés à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement et présents sur le territoire :

- **Sites inscrits (en vert)**
- **Abords de monuments historiques (en rouge)** = 500 mètres en covisibilité du monument

Faute de levée expresse de l'interdiction relative de publicité qui s'y applique au sein du RLPi, la publicité y demeure interdite.



Extrait Atlas des patrimoines – CA Grand Lac

Rappel :

La collectivité conserve **l'entière maîtrise des installations de mobilier urbain sur son domaine public,** dans le cadre du **contrat public passé avec l'opérateur de son choix.**

De plus, par application de l'article R.421-25 du Code de l'urbanisme, **toute implantation de mobilier urbain en abords de monuments historiques et en site patrimonial remarquable, requiert l'accord préalable obligatoire de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).**

→ La ville et l'ABF peuvent donc refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée et ce, même si le RLP l'autorise au préalable

L'article P0.2 du RLPi procède bien à la levée de ces interdictions vis-à-vis du mobilier urbain.

02 | SUR LES CONTRAINTES D'IMPLANTATION

SUR LE FORMAT ET LES INTERDICTIONS D'IMPLANTATION

Nous relevons le souhait de la collectivité de **limiter le format des publicités apposées sur mobilier urbain d'information** (article R.581-47 du Code de l'environnement) **à 2m² et 3 mètres de hauteur en toutes zones du RLPi.**

> La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.
>
> La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47 du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.

Pour rappel, les collectivités ont **la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains sur leur territoire** : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leurs ***contrats publics.***
La ville et l'ABF (dans les abords de monuments historiques notamment) peuvent d'ailleurs refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée.

De plus, la commune d'**Aix-les-Bains** communique sur **11 mobiliers urbains d'informations de grand format (8m² d'affiche) sur son territoire** et ce, conformément à son contrat de mobiliers urbains.

	Sur le mobilier urbain
ZP1a (secteur patrimonial hors Aix-les-Bains)	Interdite
ZP1b (secteur patrimonial d'Aix-les-Bains)	Surface ≤ 2 m² Numérique interdit
ZP2 (résidentiel)	Surface ≤ 2 m² Numérique interdit
ZP3 (axe structurant)	Surface ≤ 2 m² Numérique interdit (neuf Aix-les-Bains avec surface ≤ 2 m²)
ZP4a (zone commerciale unité urbaine)	Surface ≤ 2 m² Numérique autorisée (surface ≤ 2 m²)
	Surface ≤ 2 m² Numérique interdit

02 | SUR LES CONTRAINTES D'IMPLANTATION

PRÉCONISATIONS

Pour rappel,

- **Implantation mobilier urbain = accord de la collectivité** (après concertation avec son opérateur) **+ accord des ABF** en périmètres protégés
- **Il n'est pas nécessaire que le futur RLPi prévoit des restrictions de format/implantation vis-à-vis du mobilier urbain publicitaire, la collectivité en conservant l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix.**

Dans l'hypothèse d'un RLPi favorable à l'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, la collectivité reste libre de choisir d'en déployer **ou non** dans le cadre contractuel.

NOS PRÉCONISATIONS

1) **Réintroduire la possibilité pour la commune d'Aix-les-Bains uniquement de communiquer sur 11 mobiliers d'informations 8m²** en insérant au sein des dispositions générales un article P0.7 « *Publicité supportée par le mobilier urbain* » pouvant être rédigé comme suit :

   « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

   A Aix-les-Bains uniquement et par dérogation aux dispositions propres à chaque zone de publicité, 11 mobiliers urbains d'informations mentionné à l'article R.581-47 du code de l'environnement peuvent recevoir une surface de publicité unitaire maximale de 8m² et une hauteur au sol jusqu'à 6 mètres.

   La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi. »

2) **Préciser que les limitations de format à l'égard du mobilier urbain visent la surface de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement**, conformément à l'article R.581-42-1 du Code de l'environnement

03 | REMARQUES COMPLÉMENTAIRES

A toutes fins utiles et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur RLPi, nous profitons de la présente pour vous faire part de la présence de quelques coquilles rédactionnelles au sein du projet.

D'une part, conformément à l'article R.581-42 du Code de l'environnement, il conviendra de préciser que **l'article P0.4 « densité publicitaire » n'est pas opposable au mobilier urbain publicitaire**. En effet, l'article R.581-42 du Code de l'environnement n'opère aucun renvoi vers l'article R.581-25 du Code de l'environnement relatif à la densité. Chaque implantation de mobilier urbain étant régie par contrat, nous préconisons de faire préciser l'intitulé de l'article P0.4 en ce sens : « article P0.4 – Densité publicitaire **(hors mobilier urbain)** ».

D'autre part, s'agissant de la **hauteur** prévue à l'article P0.3 du RLPi, nous préconisons de faire **préciser qu'elle n'est opposable qu'à l'égard des « *dispositifs publicitaires* » et non à l'égard du mobilier urbain** qui demeure régi par contrat. En outre, les dispositions propres au mobilier urbain insérées au sein de chaque zone du RLPi prévoit d'ores et déjà une hauteur maximale de publicité à l'égard du mobilier urbain d'informations.



Article P0.2 - Hauteur au sol maximale

La hauteur des dispositifs se calcule par rapport au point le plus bas du terrain naturel au droit du dispositif.

La hauteur d'une enseigne ou préenseigne ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau du sol.

Article P0.4 – Densité publicitaire

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, un seul dispositif publicitaire peut être installé. Il peut être :

- soit scellé au sol ou installé directement sur le sol[1] ;
- soit sur un mur ou une clôture[1].

Sur le domaine public, au droit d'une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique, un seul dispositif publicitaire peut être installé. Il peut être :

- soit scellé au sol ou installé directement sur le sol ;

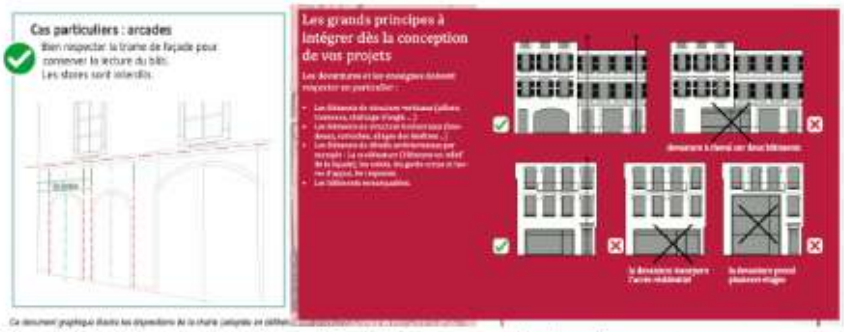
[1] Peut interdire d'être autorisé par les autres dispositions du règlement.

Contribution de la société ReflexSign du 17 décembre 2024

RLPi :

A - Remarques d'ordre générale : Suite à nos échanges et aux 2 réunions de présentation du projet de RLPi pouvons-nous définir un RV afin d'échanger sur les points suivants :

1 - Le règlement doit être formulé de façon précise et laisser le moins de place possible à l'interprétation libre. Par exemple, les prescriptions qui mentionnent le respect de l'architecture sont particulièrement sensibles aux différentes lectures et portent à confusion. A minima si cette voie vous semble néanmoins la plus adaptée, alors, des documents graphiques sont nécessaires pour illustrer et préciser les points retenus comme essentiels :



L'enseigniste ou le conseil en signalétique peuvent alors s'appuyer sur ces croquis pour comprendre l'esprit de la règle et construire le projet de leur client avec un risque de refus limité.

2 - Le territoire, en dehors des spécificités décrites dans l'étude du RLPi, est constitué d'un attrait majeur à préserver : **le lac du Bourget**. Dans le cadre de l'état des lieux et du diagnostic, les abords directs du lac ont été peu traités. Qu'il s'agisse d'un projet de charte (souvent plus impliquant) ou d'une section spécifique du RLPi, la signalétique au sens large (enseignes, enseignes temporaires, pré-enseignes, SIL et publicité) des « acteurs du Lac » pourrait faire l'objet d'un traitement homogène, cohérent et vecteur d'image touristique.

Activités GRAND LAC - port - et acteurs privés - transports, locations bateaux...

3 – Le handicap.

Circulaire interministérielle DGUHC 2007-53 du 30 nov. Relative à l'accessibilité des ERP – Annexe 8

Concevoir une voirie accessible à tous

Les textes concernant l'accessibilité (ERP – Voirie...) sont peu utilisés à ce jour et une mise en lumière dans le cadre du RLPi pourrait être intéressante.

4- Les typologies de signalétique « patrimoine »

Quel statut pour les mobiliers d'information dédiés aux informations concernant le patrimoine, le tourisme ?

5 – CARTES PRÉCISES SUR LES ZONAGES DÉFINIS ?

LORS DE LA CONCEPTION ET DE LA COMMANDE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES D'UN POINT DE VENTE : Les enseignes sont gérées directement par l'annonceur en interaction avec les fabricants enseignistes - sauf s'il demande en amont une mission de conception. Les préenseignes et publicités sont gérées, en majeure partie) par des intermédiaires afficheurs dont c'est le métier. L'annonceur s'en remet à eux pour la légalité des dispositifs qu'il souhaite utiliser.

Mon domaine d'activité pour les missions de conseil est essentiellement encadré par la législation des enseignes. Cela étant, dans certains cas, la position des enseignes projetées fait que le statut du dispositif projeté passe d'enseigne à préenseigne (voire plus rarement à publicité).

B1 - PRÉENSEIGNES SCELLÉES AU SOL (PESC) – PRÉCISIONS SUR LES RÈGLES
Ce que je retiens de l'utilisation des préenseignes scellées au sol sur le territoire de Grand Lac. – **A valider.**

Seules 13 communes ont moins de 10 000 hab. et n'appartiennent pas à l'UU de Chambéry de + de 100000 hab.

DANS CES COMMUNES, LES PESC SONT STRICTEMENT INTERDITES

Les autres communes de GRAND LAC ont plus de 10 000 hab. ou font partie de l'UU de Chambéry de + de 100000 hab.

DANS CES COMMUNES, LES PESC SONT AUTORISÉES.

- **ELLES NE FONT PAS L'OBJET DE DP si elles sont de format 1,50 x 1,00 m.**
- **ELLES FONT L'OBJET D'UNE DP si elles sont de format supérieur à 1,50 x 1,00 m**
    - 10,5 m2 maxi
    - 6m/sol maxi

Autres règles :
Si < 1 m2 :

- **Densité** (1 max. le lg de chac. des voies ouv. à la circ. bordant l'imm. où est ex. l'activité)
- **Distance / baie > 10 m**
- **Distance H/2**

Si > 1 m2 : (pas de règle) ?

B2- PRÉENSEIGNE ou ENSEIGNE ?

Voici un exemple pour permettre d'illustrer le cas d'un dispositif prévu initialement « enseigne « qui devient « préenseigne » du fait que le terrain sur lequel elle va être installée s'avère être celui de la parcelle voisine [1]:

Exemple :

Exemple : un commerce situé à Aix-les-Bains (+ 10000 hab.), le long d'une route départementale, souhaite installer un dispositif, 50 m en amont de son tènement, pour se présignaliser (dispositif qui rentre dans les règles par ailleurs : en agglo, hors secteur protégé, règles de distance et densité ok). Le terrain n'étant pas celui où s'exerce l'activité Il s'agit donc d'une préenseigne scellée au sol (de 1,50 de large x 1,00 m de hauteur, située chez un propriétaire qui donne son accord).

- ***SITUATION CONFORME ?***
- ***Cas d'agrandissement du dispositif*** *(10,5 m2 max. – 6 m / sol)* ***?***

COMPLÉMENT D'INFO : PRÉENSEIGNES > SIGNALISATION D'INFORMATIONS LOCALES

De façon générale, les textes réduisant la possibilité d'installer des préenseignes, la meilleure façon permettant aux commerçants de se signaler est de faire appel à la SIL. Celle-ci est gérée par le code de la route et non le CE, mais ce moyen peut être mentionné dans le RLPi (cf. p.18 *2024_10_ 22 reunion PPC RLPI Grand Lac)*

---

[1] **GUIDE PRATIQUE :** 1.3.3 Les préenseignes

7. Définition. L'article L. 581-3 définit la préenseigne comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble* où s'exerce une activité déterminée. Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la préenseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble* où s'exerce l'activité signalée alors que la préenseigne est implantée sur un immeuble* matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.

B3 - PRÉENSEIGNES TEMPORAIRES ou BÂCHES PUBLICITAIRES ?

Je fais référence ici à une situation actuelle de relative tolérance depuis de nombreuses années, vis-à-vis des banderoles mises en place par les associations ?

Les positions retenues pour installer les bâches imprimées, sont évidemment en bordure de routes (nationales, départementales ou sur les giratoires. Le constat de dangerosité est fait depuis de nombreuses années (Installation et dépose par le personnel des assos, parfois risqué, risque de décrochage des bâches en cas de tempêtes et mise en danger des usagers de la route, perturbation de l'attention des automobilistes...).

- Un article clair et illustré dans le RLPi sur cet état de fait serait productif.[2]
  - Notamment sur l'usage traditionnel des banderoles (interdite ?)
  - Les banderoles sont-elles sous la législation des bâches publicitaires ?
- Une information à chaque président de Club serait également nécessaire.
  - A quoi ont-ils droit ?
  - Quelles sanctions

Exemple d'utilisation de PE temporaire à valider :

Le club d'aviron, situé à Aix-les-Bains, Bd Charcot pourrait donc installer sur son terrain, 3 semaines à l'avance et sans autorisation, 4 panneaux (1,50 de large x 1,00 m de hauteur) pour annoncer ses manifestations (LOTO...), puis les retirer 1 semaine après.

- ***SITUATION CONFORME ?***
- ***Est-il possible d'installer 1 ou 2 dispositifs parmi les 4 projetés, sur un site privé, bordant une voirie, dont le propriétaire donne l'accord ?***
- ***Est-il possible d'installer de bâches sur la clôture ?***

---

[2] **GUIDE PRATIQUE :** 1.2 Publicité extérieure et autres considérations
2. Considérations liées à la sécurité routière. La poursuite de préoccupations étrangères à la protection de l'environnement est a priori interdite dans le cadre de la réglementation de la publicité extérieure. Mais il existe des liens avec le code de la route notamment lorsque l'installation de certains dispositifs – publicité lumineuse*, bâches* publicitaires – peut avoir des incidences sur la sécurité routière (Art. R. 581-15, Art. R. 581-19 et Art. R. 581-20). De la même manière, les tribunaux ne s'opposent pas aux dispositions contenues dans les règlements locaux de publicité (RLP) qui, tout en poursuivant des motifs paysagers, ont pour effet d'assurer la sécurité des usagers des voies notamment lorsqu'ils interdisent la publicité aux abords des ronds-points.

133. Principe. Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. (Art. L. 581-19) . deux exceptions : • les préenseignes dites dérogatoires • les préenseignes temporaires

C - ENSEIGNES

INTERDICTION DES ENSEIGNES SUR BALCONS (*cf. p.21 2024_10_ 22 reunion PPC RLPI Grand Lac)* **ET ACTIVITÉS EN ÉTAGE**
La motivation du ce texte est de ne pas masquer les balcons et de conserver la visibilité des vitrages. Cependant, cette solution pourrait être tolérée pour les commerces dont l'activité est située en étage (avec des règles à étudier afin de conserver la lisibilité du bâti, de ne pas utiliser la totalité de l'espace...).

Sinon, à quels dispositifs ont-ils droit si ce n'est une plaque de porte à l'entrée au RDC, ce qui est souvent perçu comme insuffisant ? Les enseignes de façade ou perpendiculaires surchargeraient parfois trop la façade ?

LAMBREQUINS :
N'ayant pas vu de prescriptions sur cette typologie d'enseignes : Le marquage du lambrequin de store est une solution d'enseigne intéressante.
A voir s'il faut l'encadrer :

- Limiter sa hauteur ?
- Limiter ou interdire les marquages lumineux ?
  https://www.lambrequinsdusud.fr/fr/

ZONAGE POUR LES ENSEIGNES ?

Contribution de l'association les Amis de la Terre en Savoie du 23 décembre 2024

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grand Lac

Courrier des Amis de la Terre en Savoie et Paysage de France aux élus communautaires

23 décembre 2024

Grand Lac est en train de se doter d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) afin d'encadrer la publicité extérieure sur son territoire. Nous, **Amis de la Terre en Savoie et Paysages de France,** vous écrivons aujourd'hui afin de vous demander un texte à la hauteur de l'urgence climatique et protecteur des paysages et du patrimoine exceptionnels du territoire de Grand Lac.

En effet, outre son impact visuel dégradant le cadre de vie, la publicité constitue :

- une **incitation à la surconsommation** et au gaspillage des ressources,
- un **danger pour les automobilistes et cyclistes**, inévitablement distraits pendant leur trajet,
- une **concurrence déloyale** envers les petits commerçants et PME/ETI, qui n'ont pas les moyens d'y recourir,
- un vecteur de **messages souvent discriminants**, notamment sexistes ou racistes,
- une **pollution lumineuse** importante (lorsqu'elle est numérique ou lumineuse), néfaste pour la biodiversité et les paysages nocturnes,
- une source de **consommation d'énergie et de ressources** (encres, papier, écrans, éclairage...).

Pour toutes ces raisons, nous souhaitons que le RLPi de Grand Lac **réduise au maximum la place de la publicité** sur le territoire. Ne pas agir en ce sens rendrait incohérente la communication que vous réalisez pour inciter des habitantes et habitants de Grand Lac à apposer un autocollant « *Stop Pub – oui aux publications des services publics* » sur leur boite aux lettres. Nous vous demandons donc à votre tour, d'inscrire le même message au sein du RLPi !

En l'état, le projet de RLPi permettrait quelques avancées (format maximum des publicités à 4,7 m², règle de densité plus restrictive qu'au niveau national, limitation des enseignes de moins de 1 m² au sol...), mais il est notoirement insuffisant sur de nombreux points, en particulier sur le numérique, la pertinence du zonage, et certaines règles sur les tailles de publicités.

Notre analyse du projet de RLPi au regard des enjeux mentionnés précédemment, nous conduit à vous demander d'intégrer les 10 mesures listées ci-dessous dans le document final.

1. **Interdiction générale des enseignes et publicités numériques** (y compris à l'intérieur des vitrines) ;
2. **Pas de dérogation au Règlement National de Publicité (RNP)**, alors que cela est prévu actuellement dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix-les-Bains ;
3. **Forte limitation des publicités lumineuses** et extinction des enseignes lumineuses durant les horaires de fermeture des établissements (ou, a minima, extinction de tous les dispositifs de 22 h à 7 h) ;
4. **Simplification du zonage et des règles du RLPi,** en supprimant notamment la ZP3 ("axes structurants") pour l'intégrer à la ZP2 ("zones résidentielles"), afin de faciliter sa compréhension et son application, ainsi que le contrôle de la conformité des publicités ;

Les Amis de la Terre Savoie — Paysages de France

5. **Limitation de la taille maximale des publicités à 2 m²**, sauf éventuellement en zones d'activités, et à 12 m² sur les bâches de chantier ;
6. **Limitation de la densité des publicités** à une publicité par unité foncière supérieure à 50 m et, pour le mobilier urbain, instauration d'une inter-distance minimale de 200 m
7. **Instauration d'une zone blanche de 200m autour des établissements éducatifs et culturels,** pour protéger les enfants et les jeunes des impacts de la publicité,
8. **Harmonisation des règles :**
   - **entre les enseignes et pré-enseignes temporaires et permanentes**
   - **entre les enseignes des centres-villes et des autres zones**, avec a minima une interdiction des enseignes sur toiture et scellées au sol (sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique).
9. **Limitation de la publicité sur mobilier urbain,** en autorisant la publicité uniquement sur la face externe des abribus, et en plaçant systématiquement les informations municipales dans le sens principal de circulation.
10. **Interdiction de la publicité scellée au sol**, sauf éventuellement en zone d'activités.

Ces 10 mesures font écho à la proposition 2.2 de la Convention Citoyenne pour le Climat : *« Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces extérieurs, hors information locale et culturelle, ainsi que les panneaux indiquant la localisation d'un lieu de distribution. »*

Par ailleurs, nous souhaitons vous alerter dès à présent sur la **nécessaire mobilisation de moyens humains et financiers pour faire respecter le RLPi** en utilisant le pouvoir de police des maires. Pour rappel, plus de 70% des publicités et pré-enseignes recensées dans le diagnostic sont en infraction avec la réglementation actuelle et doivent donc dès à présent faire l'objet de demandes de mise en conformité ou de retrait, selon les cas.

La publicité est un choix politique. Sa limitation est une mesure claire de l'audace et de votre engagement environnemental. Nous comptons sur vous !

Les Amis de la Terre en Savoie
Paysages de France

Contribution d'un habitant du 2 janvier 2025

Bonjour,

J'ai pris connaissance du projet de RLPi sur le site de Grand Lac et je souhaite faire part de plusieurs remarques :

- Il manque une carte du zonage dans la lettre d'information avec le projet de règles. Heureusement, on la trouve dans le support de la réunion publique mais il faut chercher, et la résolution est faible…
- **Je m'oppose totalement à l'introduction de publicités et d'enseignes numériques** ! Les écrans numériques sont non seulement une aberration environnementale (car très énergivores et constitué de terres rares et de métaux extraits dans des conditions effroyables), mais ils sont aussi et surtout une plaie dans le paysage : ils agressent notre regard et capturent notre attention, générant un stress et une distraction préjudiciables pour la santé mentale et la sécurité routière. On en a bien assez dans les gares et dans les centres commerciaux, n'allons surtout pas en rajouter en plus dans la rue ou dans les vitrines de nos commerces !
- **Autoriser davantage de publicités et des formats plus grands sur les "axes structurants" est une aberration paysagère et sécuritaire !** C'est polluer l'espace visuel de la majorité des automobilistes, habitants comme touristes et personnes en transit, et dégrader ainsi l'image du territoire ; et c'est créer des sources de distraction pour les conducteurs là où le risque d'accident est déjà le plus élevé du fait du trafic important. Je demande donc la **suppression de cette ZP3 et son intégration dans la ZP2.**
- **L'extinction des dispositifs lumineux de 23h à 6h est insuffisante, il faut élargir cette plage horaire.**
- Les enseignes sur toiture en zone d'activité sont des plaies dans le paysage de notre beau territoire (je pense notamment à celles de Leclerc à Drumettaz et de carrefour Market à Grésy). Je n'ai trouvé aucune règle concernant ces enseignes dans le RLPi (en dehors du fait qu'elles restent autorisées) et en déduis donc que cette pollution visuelle va continuer encore longtemps… **Je demande de limiter drastiquement la taille des enseignes sur toiture voire de les interdire.**
- La seule règle de densité prévue (1 dispositif par unité foncière le long d'une voie publique) est insuffisante. Certaines unités foncières sont petites, et il y aussi des publicités dans l'espace public… **Je demande d'intégrer des règles de densité permettant de garder une distance minimale d'au moins 50m entre chaque publicité).**
- On apprend dans le diagnostic que la majorité des publicités et pré-enseignes et qu'une partie significative des enseignes recensées sont en infraction avec la réglementation nationale (RNP). Le RLPi ne prévoyant pas de dérogation majeure, **qu'attendent Grand Lac et les maires des communes concernées pour utiliser leur pouvoir de police et engager des procédures auprès des afficheurs en infraction** pour la dépose ou la mise en conformité de leurs dispositifs ?!

- Rien n'est mentionné dans les documents sur ce qui sera mis en place pour permettre la bonne application du RLPi.

Merci d'avance pour l'attention que vous accorderez à ces remarques.

En espérant qu'elles trouveront leur traduction dans le RLPi finalisé,

Bonne journée et meilleurs voeux,

Contribution commune de Paysages de France, Les Amis de la Terre en Savoie, France Nature Environnement et Résistance à l'Agression Publicitaire du 2 janvier 2025

Projet de RLPi de Grand Lac (73)

Observations des associations

Paysages de France
Les Amis de la Terre en Savoie
France Nature Environnement Savoie
Résistance à l'Agression Publicitaire

Le 30 décembre 2024

Préambule

Le changement climatique est bien là : des évènements extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans…) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant constitue une épée de Damoclès pour notre vie sur Terre.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale[1]. Or, la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public et dans la tête des citoyens. Elle constitue par ailleurs une source de nuisances importantes :

- **pollution visuelle** dégradant les paysages et le cadre de vie,
- **incitation à la surconsommation**, contribuant ainsi à l'érosion de la biodiversité, à l'épuisement des ressources et au réchauffement climatique, et mettant en difficulté les populations précaires ainsi poussées à acheter et consommer plus que nécessaire,
- **danger pour les automobilistes et cyclistes**, inévitablement distraits pendant leur trajet,
- **concurrence déloyale envers les petits commerçants** et PME/ETI, qui n'ont pas les moyens d'y recourir,
- vecteur de **messages souvent discriminants**, notamment sexistes ou racistes[2],
- **pollution lumineuse** importante (lorsqu'elle est numérique ou lumineuse), néfaste pour la biodiversité, la santé humaine et les paysages nocturnes,
- source de **consommation d'énergie et de ressources** (encres, papier, écrans, éclairage...).

Il convient également de remarquer qu'un grand nombre de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé", « jouer peut comporter des risques », « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » …) attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire.

Les règlements locaux de publicité (RLP) doivent donc, outre sauvegarder nos paysages, réduire drastiquement la place des publicités et enseignes dans notre environnement. Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget de la collectivité ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

[1] Quelle publicité pour un monde sobre et désirable ? 2017 : https://www.fnh.org/sites/default/files/pub_et_transition.pdf
[2] Rapport: Le sexisme dans la publicité française, 2020 : https://antipub.org/wp-content/uploads/2021/01/2020-01-08-Rapport-Le-sexisme-dans-la-publicit%C3%A9-fran%C3%A7aise-26Mo.pdf

Règlements locaux de publicité : quelques contre-vérités

Afin de justifier des règlements en totale contradiction avec les impératifs écologiques actuels, de nombreuses collectivités, soutenues par leur bureau d'études, n'hésitent pas à asséner avec assurance des idées reçues auxquelles il est absolument nécessaire de tordre le cou !
Le projet de RLPi de Grand Lac n'y échappe pas.

« Le RLPi n'a pas vocation à répondre aux enjeux relatifs au changement climatique »[3]

L'article 2 de la loi du 29 décembre 1979, toujours en vigueur, indique bien : *« **Afin d'assurer la protection du cadre de vie,** la présente loi fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes... »*

A cette époque, il n'était pas question de changement climatique et la préservation des paysages urbains était l'enjeu principal du règlement national de publicité, comme des règlements locaux.

Quarante ans plus plus tard, les bouleversements climatiques déjà en route doivent guider toutes les politiques publiques, a fortiori la réglementation de l'affichage publicitaire, celui-ci étant la source d'une surconsommation épuisant les ressources de la planète, et d'un gaspillage énergétique gigantesque de par ses innombrables dispositifs lumineux.

S'en tenir à l'objectif de 1979 pour construire un règlement de publicité, c'est faire l'impasse sur les enjeux climatiques actuels et continuer comme si de rien n'était, alors qu'il est tout à fait possible de participer à la transition écologique par un RLP réduisant drastiquement la publicité.

« La publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et aux gestionnaires de transport de disposer gratuitement d'abri-voyageurs. »

Au regard des multiples et très graves nuisances qu'engendre la publicité, parler de gratuité est, sinon une tromperie, du moins un raccourci des plus audacieux. Cette publicité dite « gratuite », c'est en réalité l'environnement qui en paiera le prix. Et donc les populations.

En effet, financer un abri-voyageurs ou un panneau d'information municipale par de la publicité, c'est, outre les effets évoqués dans le préambule :

- Pour la collectivité, polluer sciemment des lieux relevant directement de sa responsabilité (trottoirs notamment) ; et imposer aux usagers et habitants des messages publicitaires qu'ils n'ont jamais demandé de recevoir. Pourquoi, dans ces conditions, ne financerait-on pas de la même manière l'entretien des bâtiments publics ? Et plus encore ? Une telle logique, chacun le comprendra, n'est pas innocente.
- Pour la collectivité, faire preuve d'une grande incohérence en adressant des messages vertueux à la population, aussitôt contredits par des publicités incitant à faire le contraire sur l'autre face (inciter à rouler en vélo / promouvoir un SUV…).
- Faire le contraire de ce que font des milliers de communes, notamment celles des parcs naturels régionaux, qui se passent quant à elles d'un argent qui est tout sauf « propre ».
- Mais encore, faire abstraction de toutes les autres nuisances qu'engendrent ces dispositifs : panneaux lumineux aggravant encore la pollution visuelle, danger pour les automobilistes inévitablement tentés de les regarder, matériels utilisant des composants sujets à caution (terres rares exploitées dans des conditions sociales exécrables pour les panneaux numériques), gaspillage énergétique, pollution du ciel nocturne, impact sur la faune…

[3] Citation de Roland Giberti, président de Marseille-Provence, mais cette phrase est répétée à l'envi par la plupart des bureaux d'études et élus lors des réunions de concertation RLP.

« L'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme. »

Les afficheurs ne cessent de répéter que la publicité dope l'économie, que c'est le carburant de la croissance et donc de l'emploi. Et chacun d'entonner ce refrain, sans jamais se demander si ce slogan "primaire" repose sur le moindre fondement.

Or il s'agit bel et bien et en même temps d'une grossière contrevérité et d'une manipulation.

En réalité, la publicité ne « sert » pour l'essentiel qu'à permettre aux plus « gros » (la grande distribution, les opérateurs de téléphonie, les marques automobiles…) de se livrer une bataille permanente acharnée pour occuper le devant de la scène et ne pas se laisser déborder par leurs concurrents, voire pour les dévorer. Michel Serres parle à ce sujet de « crocodiles qui se dévorent entre eux ».

La publicité extérieure est devenue machine à éradiquer les commerces de proximité et à détruire l'emploi, l'exemple le plus criant étant la grande distribution qui cherche à drainer l'ensemble des consommateurs et à siphonner les clients des commerçants indépendants grâce à des prix d'appel cassés.

Seuls bénéficiaires de l'affichage extérieur : les afficheurs, qui pour gonfler leur chiffre d'affaire, sont sans cesse à la recherche de nouveaux clients et de nouveaux espaces au détriment de notre environnement.

« On ne peut pas interdire totalement les dispositifs numériques »

Cette affirmation répétée par plusieurs bureaux d'étude est une interprétation fallacieuse du Code de l'environnement : si on ne peut interdire la publicité lumineuse sur tout le territoire relevant d'un RLP ou RLPi, on peut cependant limiter ce type de publicité à celle éclairée par projection ou transparence.

Les bureaux d'études jouent sur l'ambiguïté publicité lumineuse / publicité numérique, cette dernière étant souvent considérée comme la seule publicité lumineuse au motif que la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence est soumise aux règles de la publicité non lumineuse.

Pourtant, l'analyse de la jurisprudence révèle que l'interdiction de la publicité numérique par les règlements locaux de publicité est légale, et donc tout à fait possible :

- au regard des dispositions du Code de l'environnement : si, depuis 2012, le Code de l'environnement a été modifié pour **autoriser** la publicité numérique sous certaines conditions, **il n'a pas eu pour effet de la rendre obligatoire** (Conseil d'État, 18 septembre 2017)
- au regard de la liberté du commerce et de l'industrie, et de la liberté de la publicité et de l'affichage : l'interdiction de la publicité numérique prévue par le RLP de Paris est tout à fait légale, considérant :
  - qu'une telle restriction n'était pas entachée d'erreur manifeste d'appréciation compte tenu de la nécessité de lutter contre la dégradation des paysages urbains et les nuisances ;
  - qu'elle ne porte pas à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de la publicité et de l'affichage une atteinte disproportionnée au regard de l'objectif poursuivi (Cour d'appel de Paris, 19 janvier 2016)

L'interdiction de la publicité numérique par le RLP n'est toutefois légale que lorsqu'elle a pour finalité la protection du cadre de vie (Cour d'appel de Bordeaux, 4 décembre 2018)

Plusieurs collectivités ont d'ores et déjà interdit tout dispositif numérique sur leur territoire (publicité sur domaine privé, sur mobilier urbain, enseignes) : l'EPT Paris Est Marne et Bois (plus de 500 000 habitants), Lons-le-Saunier (Jura), Romorantin (Loir et Cher), Biot (Alpes-Maritimes), **Métropole du Grand Lyon, Grand Chambéry, Grand Annecy…** Grenoble Alpes Métropole a limité ces dispositifs aux zones d'activités. La ville de Paris a interdit toute publicité numérique sur son territoire.

L'interdiction totale des dispositifs numériques est donc légale ; elle doit cependant être motivée par la protection du cadre de vie dans le rapport de présentation du RLP, sous peine d'être fragilisée juridiquement.

PRINCIPES GÉNÉRAUX

1. De réelles avancées, compromises par des mesures regrettables

L'une des mesures positives du RLPi de Grand Lac est sans nul doute l'harmonisation du format maximum des publicités à 4,7 m² avec une règle de densité plus restrictive que celle du RNP.

Il faut également saluer la réglementation des enseignes sur clôture, la limitation de celles de moins de 1 m² au sol, ou encore le quasi-alignement des enseignes temporaires sur les enseignes permanentes

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par l'instauration d'une ZP3 massacrant la ZP2 et les innombrables dispositifs numériques qui pourront être installés sur tout le territoire.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction des enjeux actuels listés en préambule (lutte contre la surconsommation et le réchauffement climatique, protection du ciel nocturne, préservation de la biodiversité et de la santé humaine…).

Le projet de RLPi de Grand Lac est donc à revoir afin de préparer au mieux la transition écologique. Nous formulons pour cela une série de préconisations argumentées tout au long de ce document, que nous souhaitons ardemment voir reprises par Grand Lac dans le projet de RLPi qui sera soumis à enquête publique.

Préconisations générales :

- Limiter au maximum les dispositifs lumineux, et proscrire les numériques, y compris à l'intérieur des vitrines. Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse.** Voir points 5, 6 et 14.

- Supprimer les dérogations au Règlement National de Publicité prévues dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix-les-Bains,

- Limiter la taille maximale des publicités à 2 m², sauf éventuellement en zones d'activités et sur les bâches de chantier (sur ces dernières, une limite à 12 m² paraît raisonnable) ;

- Limiter la densité des publicités en instaurant un maximum d'une publicité par unité foncière supérieure à 50 m,

- Instaurer une zone blanche de 200 m autour des établissements éducatifs et culturels, en intégrant leurs abords à la ZP1a, pour protéger les enfants et les jeunes des impacts de la publicité.

2. Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement

La protection du cadre de vie, celle de l'environnement en général – devenue vitale pour l'avenir de la planète et qui commande de réduire au maximum la place de la publicité extérieure – peuvent faciliter au demeurant une avancée décisive sur un tout autre plan.

Il est en effet un droit fondamental, celui de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier d'un même degré de protection de leur cadre de vie.

Or prendre pour critère hiérarchisant la qualité supposée des lieux conduit inéluctablement à aggraver la situation dans certains des quartiers les moins bien lotis de ce point de vue et donc à favoriser les inégalités au lieu de les réduire.

La mise en place d'un RLP selon cette logique ferait alors de la collectivité elle-même celle qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité.

Ainsi, le projet interdit toute publicité en ZP1a, la limite fortement en ZP1b, **exclut de la ZP2 les**

habitants qui auraient le malheur de résider le long d'un axe structurant, et enfin va permettre de continuer à polluer les zones d'activités qui au contraire, auraient besoin d'un traitement de faveur !

Préconisations :

- Supprimer la ZP3 pour l'intégrer à la ZP2. A défaut, remplacer la dénomination « axes structurants » par « axes afficheurs »

- Réhabiliter les zones d'activités par une limitation drastique de la publicité et une harmonisation de la réglementation des enseignes avec celle applicable en centre-ville.

3. Un parti pris qui n'a pas sa place ici

Le rapport de présentation page 21 évoque la réglementation concernant les agglomérations situées hors de l'unité urbaine de Chambéry :

« Le fait pour ces quinze communes de la communauté d'agglomération Grand Lac de ne pas appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ni de compter d'agglomération de plus de 10 000 habitants a pour conséquence de ***durcir considérablement les règles nationales*** *issues du code de l'environnement. Par exemple, au sein des agglomérations de ces communes, de nombreux supports sont strictement interdits comme les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ou encore les publicités numériques. »*

Cette affirmation sous-entend que ces agglomérations pâtissent d'une réglementation très stricte, leur interdisant d'installer des publicités au sol ou des publicités numériques.

Alors qu'on aurait pu écrire : *« Le fait pour ces quinze communes de la communauté d'agglomération Grand Lac de ne pas appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ni de compter d'agglomération de plus de 10 000 habitants a pour conséquence de les* ***préserver des règles nationales particulièrement laxistes*** *issues du code de l'environnement. Par exemple, au sein des agglomérations de ces communes, les habitants n'ont pas à subir l'agression visuelle de la propagande commerciale scellée au sol, ni celle générée par les publicités numériques. »*

Doit-on rappeler que la réglementation des publicités et enseignes contenue dans le Code de l'environnement s'y trouve dans le livre V **Prévention des pollutions, des risques et des nuisances**, Titre VIII : Protection du cadre de vie ?

Cette affirmation est totalement en phase avec le discours des afficheurs pour lesquels le Code de l'environnement est une contrainte et la réglementation qui en est issue est beaucoup trop dure. Elle n'a donc pas à figurer dans le rapport de présentation d'un projet dont l'objectif premier est sensé être la protection du cadre de vie.

Préconisation :

- Reprendre la formulation de ce passage de manière plus neutre.

PUBLICITÉS

4. Publicités scellées au sol et sur mur : des améliorations sont possibles

La collectivité souhaite limiter fortement l'impact des publicités en zone résidentielle puisque n'y seraient autorisés que des dispositifs de 1,5 m² sur mur.

Pourquoi refuser d'appliquer cette mesure aux habitants de ces zones résidant le long des grands axes ? Comme ils doivent déjà subir la pollution atmosphérique et sonore liée à la circulation automobile, on pourrait donc leur ajouter la pollution visuelle avec des panneaux de 4,7 m² sur mur et scellés au sol ! Il s'agit sans doute de répondre aux demandes des afficheurs, mais est-ce là l'objectif d'un règlement de publicité ?

Enfin, les zones d'activités pourraient elles aussi bénéficier de la règle de la ZP2 (limitation à 1,5 m²), avec éventuellement la possibilité d'y ajouter des panneaux de même dimension scellés au sol. Cela permettrait sans conteste d'améliorer l'image de ces zones commerciales, de les apaiser et peut-être même de les rendre désirables…

Préconisations :

- **Supprimer la ZP3 pour l'intégrer en ZP2** *(voir également le point 2)*,
- **Interdire la publicité scellée au sol**, sauf éventuellement en zone d'activités.

5. Règles d'extinction nocturne trop laxistes

Laisser des publicités éclairées une partie de la nuit est une mesure du siècle précédent. Les exigences de sobriété, de limitation du gaspillage et d'exemplarité imposent une règle plus contraignante que celle du règlement national. L'inutilité flagrante de ces publicités allumées la nuit alors que la circulation est souvent quasi inexistante ne peut que renforcer cet argument.

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public, installer massivement des publicités lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Dans ce contexte, la perception de l'éclairage nocturne au sein de la société est en train d'évoluer. Les entreprises qui laissent leurs locaux éclairés toutes la nuit resteront-elles bien vues par des citoyens qui participent à cet effort collectif ? Rien n'est moins sûr…

Par ailleurs, si le RNP ne permet actuellement pas d'interdire la publicité lumineuse dans les RLP, Les Amis de la Terre, France Nature Environnement et Résistance à l'Agression Publicitaire soutiennent à l'échelle nationale l'interdiction générale de la publicité lumineuse sous toutes ses formes en demandant une modification du Code de l'environnement afin de l'y intégrer[4].

Préconisations :

- **Imposer l'extinction nocturne de tous les dispositifs (publicités, mobilier urbain et enseignes) de 22h à 7h.** Le RLPi de Grand Chambéry impose ces mêmes horaires d'extinction, une harmonisation des règles en la matière sur ces deux territoires très reliés serait bienvenue.
- **Imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (température de couleur chaude, inférieure à 3000 K, pas d'éclairage vers le ciel, pas d'éclairage direct des milieux aquatiques, pas d'éclairage intrusif dans les habitations…), dans l'esprit de l'arrêté de 2018 relatif à la réduction des nuisances lumineuses.

[4] Voir la pétition sur le sujet : https://agir.greenvoice.fr/petitions/zero-watt-pour-la-pub

6. Publicité numérique : un très mauvais exemple

Le projet de RLPi de Grand Lac autorise la publicité numérique **sur le domaine privé et sur le domaine public** le long des axes structurants, donc en zone résidentielle ainsi que dans les zones d'activités de l'unité urbaine, et enfin sur tout le territoire derrière les vitrines au format de 2 m² !

Or, les écrans numériques, muraux ou au sol, à images fixes ou animées, font partie des dispositifs qui, outre le fait qu'ils participent à la banalisation générale des écrans alors même que ceux-ci posent des **problèmes de santé publique**, en particulier chez les plus jeunes[5], ont **le plus fort impact sur l'environnement**. Un panneau publicitaire avec une face numérique consomme 7 fois plus d'électricité que le plus énergivore des mobiliers non numériques[6], et un panneau avec deux faces numériques consomme 13 fois plus, soit entre 6 800 et 12 600 kWh/an, ce qui représente la consommation annuelle de 1 à 2 foyers[7]. Comment justifier une telle débauche dans le contexte du réchauffement climatique ? De plus, pour être fabriqués, ces écrans requièrent là encore de l'énergie mais aussi des matériaux qui sont limités[8] et dont l'extraction se fait souvent au mépris de l'environnement et de la santé des populations locales. Ils sont aussi à l'origine **d'une pollution lumineuse supplémentaire**, nuisant d'autant plus à la faune et la flore nocturne, à la qualité du sommeil de la population et à la visibilité du ciel nocturne.

L'effet perturbateur de ces écrans sur l'ambiance et la sécurité d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent. En effet, la publicité vidéo s'impose au regard en captant l'attention et va à l'encontre de la liberté de réception des citoyens. Certaines recherches scientifiques montrent que les écrans sont en partie responsables de **surcharges cognitives**[9] : *« Dans un espace public saturé de technologies, l'attention s'épuise »*[10] et nous avec. Défendons-la ! Les écrans publicitaires augmentent aussi de manière très importante le **risque d'accident** en attirant irrémédiablement le regard des conducteurs. Par conséquent, ils sont interdits en bords de route en Belgique[11]. Pourquoi pas sur le territoire de Grand Lac ?

Par ailleurs, les écrans publicitaires sont **très impopulaires**. En témoigne une consultation publique menée en 2016 par la RATP, lors de laquelle les citoyens et usagers ont apporté des idées et voté pour celles qui leur paraissaient les plus pertinentes pour « améliorer les services de demain ». Les deux propositions les plus plébiscitées étaient relatives à la régulation de la publicité dans les transports, avec 7 fois plus de votes pour la première, qui demandait d' « enlever les écrans vidéo publicitaires »[12].

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps, la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Préconisations :
- Interdire la publicité numérique sur l'ensemble du territoire.

---

[5] Le Monde, 2017 : https://www.lemonde.fr/sciences/article/2017/05/31/la-surexposition-des-jeunes-enfants-aux-ecrans-est-un-enjeu-majeur-de-sante-publique_5136297_1650684.html

[6] Résistance à l'agression publicitaire, 2017 : https://antipub.org/la-mairie-de-paris-sapprete-a-tomber-dans-le-panneau-de-jcdecaux/#consommation

[7] https://www.fournisseurs-electricite.com/compteur/consommation-electrique/moyenne

[8] Consommation électrique moyenne d'un foyer en France : https://ecoinfo.cnrs.fr/2014/03/31/1-epuisement-des-ressources-naturelles/

[9] Interview de Mehdi Khamassi, chercheur en neuroscience au CNR: https://www.youtube.com/watch?v=pLhujCDuJgI

[10] Le Monde, 2013 : https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/07/25/dans-un-espace-public-sature-de-technologies-l-attention-s-epuise_3453676_3224.html

[11] Le placement de panneaux publicitaires LED sur le domaine public routier wallon encadré, 2014 : https://polinfo.kluwer.be/newsview.aspx?contentdomains=POLINFO&id=VS300201558&lang=fr

[12] Résistance à l'agression publicitaire, 2017 : https://antipub.org/la-consultation-publique-de-la-rntp-capturee-par-les-afficheurs/

7. Publicités sur bâches de chantier : pollution à grande échelle

Le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs souvent gigantesques, visibles de très loin et systématiquement éclairés, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

Or, le projet a fait l'impasse sur ces dispositifs qui, même si absents actuellement des agglomérations de plus de 10 000 habitants, doivent être réglementés.

Préconisations :

- Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier.

8. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique » (sauf en ZP1a), la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Grand Lac en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

De la publicité numérique sur mobilier urbain, une faute majeure

Dans sa version actuelle, le projet autorise la publicité numérique dans l'agglomération d'Aix les Bains en ZP3 et ZP4a.

Une collectivité exemplaire se doit d'interdire ces dispositifs sur le domaine public, comme certaines grandes ou très grandes agglomérations l'ont déjà fait : Lons le Saunier, Paris Est Marne et Bois, Grand Lyon, Grand Annecy, Grand Chambéry…

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L' article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que *« Le mobilier urbain peut, **à titre accessoire** **eu égard à sa fonction** [...], **supporter de la publicité** non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »*

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la

publicité sur ces dispositifs.

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : *« Compte tenu de […] leur positionnement hors du champ de vision de l'usager de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de pré-enseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des pré-enseignes qu'à titre accessoire. »*

Publicité sur les abris voyageurs : une agression pour les usagers

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement, et Grand Lac ne fait pas exception.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

De plus, la personne qui se tient devant un panneau se trouve visuellement inclue dans le cadre de l'affiche, ce qui peut se révéler dégradant (cas par exemple des affiches de lingerie ou de parfum).

Préconisations :

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.

- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

- Imposer une règle d'extinction nocturne de 22h à 7h (a minima).

- Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (voir point 5).

- Limiter la densité des publicités sur mobilier urbain en instaurant une inter-distance minimale de 200m entre chaque publicité,

- Interdire la publicité sur mobilier urbain autour des établissements éducatifs et culturels, (voir point 1),

- Interdire le numérique sur mobilier urbain (de même que partout ailleurs, voir point 6)

ENSEIGNES

9. Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisations :

- Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²

- Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

10. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que *« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.»*

Dès lors que l'activité d'une entreprise ou d'un commerce cesse, toute enseigne qui reste allumée se transforme de fait en publicité. Tout comme on ferme un robinet après usage ou on éteint en sortant d'une pièce, les enseignes devraient logiquement être éteintes en dehors des heures d'ouverture.

La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisations :

- Imposer l'extinction des enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement jusqu'à sa réouverture au public. A défaut, extinction de 1 h après la fermeture à 1 h avant la réouverture.

- Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (voir les prescriptions techniques proposées au point 5).

11. Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Le RLPi autoriserait des enseignes numériques jusqu'à 6 m² en ZP4.

Or, les enseignes numériques sont tout aussi agressives et nuisibles pour l'environnement, la sécurité et la santé humaine que les écrans numériques. Ainsi, nombre de communes les interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire.

(cf. notre argumentaire au point 6)

Préconisations :

- Interdire les enseignes numériques.

12. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.
- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

Autoriser des enseignes scellées au sol de 6 m² dans les zones d'activités, y compris dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit dans celles-ci le format maximum autorisé par le RNP, va créer une pollution visuelle majeure, maintenant une image dégradée de ces zones commerciales.

Préconisations :

- Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

13. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

Rappelons ici un extrait du rapport de présentation : *« Ces enseignes peuvent présenter un impact paysager important puisque leurs dimensions parfois très importantes les destinent à être vues de loin. Elles peuvent donc porter atteinte à des vues ou des perspectives vers le grand paysage. »*

Ainsi que l'un des objectifs du RLPi : *« Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités ; »*

En quoi une enseigne sur toiture porterait atteinte au paysage partout sauf en zones d'activités ? C'est bien dans ces lieux qui concentrent le plus d'enseignes sur toiture qu'il faut agir prioritairement.

Préconisations :

- Interdire les enseignes sur toiture également en ZP4, ou à défaut les limiter à 8 m².

14. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

Préconisations :

- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines

- Interdire les enseignes numériques

- Adapter en conséquence le rapport de présentation

L'APPLICATION DU RLPi

Bien que ne faisant pas partie intégrante des documents constitutifs du RLPi, les modalités de communication, de sensibilisation et d'accompagnement des afficheurs et des entreprises du territoire dans son application et de contrôle de celle-ci sont essentielles pour garantir l'efficacité du RLPi.

Pour rappel, plus de 70% des publicités et pré-enseignes recensées dans le diagnostic du RLPi sont en infraction avec la réglementation actuelle et doivent donc dès à présent faire l'objet de demandes de mise en conformité ou de retrait, selon les cas.

Nous tenons donc à pointer dès à présent la nécessité d'**anticiper l'application du RLPi en prévoyant les actions adéquates et les moyens humains et financiers nécessaires** pour les mettre en œuvre (par exemple : actions de communication auprès des entreprises du territoire pour les informer des nouvelles règles à respecter, mise en place de procédures de contrôle et de sanctions pour les entreprises ne respectant pas le RLPi grâce au pouvoir de police des maires…).

Paysages de France

Les Amis de la Terre Savoie

FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT SAVOIE

Résistance à l'Agression Publicitaire

Contribution de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) du 7 janvier 2025

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération de Grand Lac
1500 boulevard Lepic
73100 Aix-les-Bains

Paris, le 7 janvier 2025

Objet : élaboration du règlement local de publicité intercommunal
Suite réunion de concertation du 22 octobre 2024

Monsieur le Président,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, approuvent la démarche de la Communauté d'agglomération de Grand Lac visant à élaborer un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

A la suite de la réunion de concertation du 22 octobre 2024, nous tenons à vous livrer nos premières réflexions et vous présenter les enjeux liés à notre activité. En effet, le projet de RLPi se doit de concilier de façon optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette obligation de conciliation, à laquelle tout RLP(i) doit répondre, est imposée par le code de l'environnement.

Il est primordial que les réflexions engagées sur les dispositions et le zonage permettent de conserver les caractéristiques du média de la communication extérieure et ses objectifs en termes d'audience et de couverture du territoire.

Vous trouverez à cet effet, joint à la présente, un dossier reprenant nos différentes propositions.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

P/O

PJ : dossier de présentation

GESTES PROPRES

2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tel : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

Janvier 2025

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Communauté d'agglomération de Grand Lac

Les sociétés adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, approuvent la démarche de la Communauté d'agglomération de Grand Lac visant à élaborer un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) à la suite de la délibération du conseil de communauté du 21 février 2019.

Dans le cadre de la concertation, l'UPE souhaite vous faire part d'un certain nombre d'éléments qui vous permettront d'appréhender ce projet de réglementation avec la vision des acteurs de la communication extérieure. Cette intervention fait suite à la réunion publique du 22 octobre 2024.

Comme le rappelle le Code de l'environnement (article L.581-1), la communication extérieure se rattache au « *droit d'exprimer et de diffuser informations et idées* ». Elle est l'un des grands médias publicitaires, au même titre que la presse écrite, la télévision, la radio, l'Internet et le cinéma. Elle permet aux acteurs économiques locaux et nationaux de promouvoir leurs activités, et contribue ainsi à soutenir la consommation, la croissance et l'emploi.

L'avenir de la communication extérieure sur le territoire intercommunal dépend de cette future réglementation. Aussi, la recherche d'un équilibre entre impératifs environnementaux et maintien de notre activité doit être l'objectif de cette concertation. Des dispositions raisonnées et raisonnables seront donc nécessaires en vue de préserver les différents intérêts en présence.

La communication extérieure dans le territoire : une véritable activité économique associant de nombreuses parties-prenantes



Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- l'affichage de grand format et l'affichage de petit format intégré dans les devantures commerciales ;
- la publicité dans les transports ;
- la publicité numérique ;
- es bâches et l'affichage évènementiel.

Sommaire

1. La publicité
   - 1.1. Le marché global
   - 1.2. La réglementation de la communication extérieure
   - 1.3. L'intérêt de la communication extérieure
   - 1.4. Un média responsable
   - 1.5. Un outil de communication locale
2. Les enjeux et impératifs de la communication extérieure
3. La situation réglementaire
4. La confusion visuelle
5. Nos propositions sur les orientations

1.La publicité extérieure

1.1 – Le marché global

Au préalable, nous tenons à préciser que la communication extérieure est un **média déjà très réglementé**, à la différence de la publicité sur Internet. **De plus, en dix ans, le nombre de dispositifs publicitaires a diminué de 50 % du fait de ces multiples évolutions normatives.**

Or, notre média représente 7,7% des investissements en publicité totaux, là où Internet en capte plus de 62% (Source : IREP, 2024).

⇨ **Pénaliser la communication extérieure ne diminue pas la publicité mais la redirige vers des médias de plus en plus émetteurs de gaz à effet de serre et peu contributeurs au niveau local en termes d'emplois ou de ressources budgétaires (redevances, loyers, taxe locale sur la publicité extérieure).**



1.2 – Un média déjà très réglementé

La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement et son cadre législatif et réglementaire est **le plus complet et le plus restrictif au monde**.

Depuis 2008, 37 lois et ordonnances et 36 décrets sont parus (dont 4 intervenus rien que sur l'année 2023).

Parmi les plus récentes dispositions, nous pouvons citer :

- La loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets ;
- La loi n°2022-1158 du 16 août 2022 portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat ;
- Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses ;
- Le décret n°2022-1331 du 17 octobre 2022 portant obligation d'extinction des publicités lumineuses en cas de situation de forte tension du système électrique ;
- La loi n°2023-380 du 19 mai 2023 relative aux jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 et portant diverses autres dispositions.
- Le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du Code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes ;
- Le décret n°2023-1021 du 3 novembre 2023 relatif aux régimes de sanctions pénales en matière de protection du cadre de vie et de sécurité d'approvisionnement en électricité ;
- Le décret n° 2023-1056 du 17 novembre 2023 réglementant la publicité en mer territoriale et sur les eaux intérieures maritimes françaises ;
- Le décret n° 2023-1409 du 29 décembre 2023 portant modification de diverses dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes, aux préenseignes et aux paysages.

A la différence de la publicité sur l'Internet, la communication extérieure est donc un **média déjà particulièrement réglementé, le règlement national de publicité (RNP) étant très souvent complété par une réglementation locale (RLP).**

« Le Comité Economique et Social Européen pense que toute entrave aux modèles publicitaires européens risque de bénéficier aux dispositifs de publicité numérique, essentiellement possédés par les GAFA alors que ceux -ci échappent encore très largement aux dispositifs fiscaux européens. » (AVIS du Comité économique et social européen du 20 octobre 2021 – Publicité / consommation moderne et responsable « La publicité au service d'une consommation moderne et responsable » (avis d'initiative) INT/948.)

1.3 - L'intérêt de la communication extérieure

Média **historique** et **populaire**, média de **proximité**, la communication extérieure permet aux acteurs économiques de se faire connaître et d'assurer leur développement et leur notoriété, elle permet aussi la diffusion d'informations culturelles (manifestation locales, spectacles, cinéma...etc.) ou d'intérêt général (incitations aux gestes de tri, promotion de l'usage du vélo, de certains services publics...).

Les intérêts de ce mode de communication sont multiples :

- **Economique : prise de parole d'une entreprise locale comme nationale ;**
- **Culturel : informations et promotions de spectacles, manifestations locales ;**
- **Serviciel : informations d'intérêt général ;**
- **Populaire et inclusif : il permet de véhiculer l'information auprès de tous les usagers, sans discrimination.**

Par la diffusion de l'information au plus grand nombre de personnes, la communication extérieure participe de la vie sociale, économique et culturelle des territoires.





1.4 – Un média responsable

Un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique : les engagements de l'UPE en faveur de la transition écologique

La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.



Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Les engagements des sociétés adhérentes de l'UPE : http://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=127

Un média accélérateur de la transition



La publicité permet de promouvoir des opérations et mettre en avant des entreprises vertueuses et de contribuer ainsi à leur développement.

Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.







Une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG _ Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure _ Mars 2023

Une première étude démontre que la communication extérieure représente :

- **0,028 %** de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ;

- **0,4 %** de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La communication extérieure est :

- **6 x plus sobre** en énergie que le digital (1);

- **17 x plus sobre** en énergie que la télévision (1).

(1) rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée

Document complet disponible :
https://www.upe.fr/fichiers/20230209_KPMG_GSG_Note_Publicite_Exterieure_vFFF.pdf



KPMG _ Analyse comparative des empreintes carbones de la publicité extérieure par rapport aux autres médias_ Mai 2023

Une 2ème analyse menée par KPMG met en évidence que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion minime des émissions de CO2 de la France :

- **0,01%** émissions de CO2 totales du pays ;

- **0,44%** des émissions de CO2 du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs…) ;

- **Entre 2,6 et 3,6%** des émissions de CO2 des activités publicitaires du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

L'étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, pour un même public touché par les messages publicitaires, **le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias** :

- Entre 2,0 et 3,4 fois moins émetteur de CO2 que la publicité à la radio
- Entre 3,0 et 3,6 fois moins émetteur de CO2 que la publicité sur Internet
- Entre 7,1 et 10,7 moins émetteur de CO2 que la publicité à la télévision
- Entre 10,1 et 25,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité dans la presse
- Entre 57,0 et 65,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité par mailing

Dans un scénario tendanciel, seules la publicité extérieure et la presse écrite réduiront leur empreinte carbone au cours des prochaines années

Document complet disponible : https://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=147

1.5 – Un outil de communication local et régional

L'étude réalisée par le cabinet Deloitte en janvier 2017[1] montre que l'investissement publicitaire en France a un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général : **1 euro investi en publicité permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire[1].**

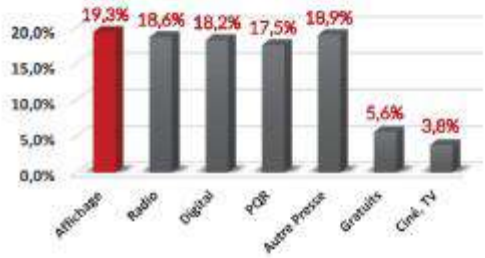
La communication extérieure est un contributeur au plan local du dynamisme économique et social des territoires et génère des retombées économiques sociales et fiscales directes, contrairement aux multinationales du Net.

La communication extérieure est tout particulièrement appréciée des annonceurs locaux. Ces derniers ont plus que jamais besoin d'outil de communication pour assurer leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise.

Il s'agit donc d'un média **indispensable pour les entreprises locales**, et ce, tout particulièrement dans le cadre de la relance économique engagée actuellement par les pouvoirs publics.

La zone de chalandise commerciale du territoire de Grand Lac englobe les secteurs Chambéry / Aix-les-Bains.

L'affichage est, dans cette zone, le premier média historique sollicité, devant la presse. *(source France Pub 2019)*



Pourcentages des dépenses média Locaux – France Pub 2019

Tous les secteurs économiques locaux utilisent la communication extérieure et notamment les entreprises **du secteur du tourisme et des loisirs qui investissent plus de 32 %** de leurs dépenses annuelles de communication en affichage.



[1] Etude Deloitte, « The economic contribution of advertising in Europe. A report for the world Federation of Advertisers », Janvier 2017

2 – Les enjeux et impératifs de la communication extérieure

Un média indispensable

Pénaliser la communication extérieure a pour conséquence de **favoriser la position dominante des opérateurs publicitaires sur Internet, principalement les GAFAM, sans bénéfice au niveau local.**

A contrario, la communication extérieure apporte des recettes aux différentes collectivités par le biais notamment de la **TLPE (taxe locale sur la publicité extérieure)**. De plus, notre média représente des **emplois non délocalisables.**

L'audience : un enjeu fondamental

La communication extérieure est un **média de masse historique** dont l'existence repose sur une **garantie d'audience**. Pour parvenir à un degré raisonnable d'audience, le territoire doit être **couvert** de manière cohérente par un réseau de dispositifs publicitaires.

Il convient de rappeler qu'une forte diminution de l'audience, du fait d'une dédensification publicitaire trop importante, favorisera le report des investissements publicitaires vers d'autres supports, principalement **Internet** et/ou des **modes de communication interdits** (affichage sauvage notamment).

Aussi, la future réglementation intercommunale devra assurer *a minima* au média le **nécessaire maintien de cette audience, gage indispensable à sa préservation dans le tissu économique local.**

L'audience n'exige pas de couvrir l'ensemble d'un territoire mais d'être bien présent dans les secteurs et axes où se concentrent les flux de population.

La lisibilité du message, un élément clef

Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur **des formats d'affiche standards**. En effet, le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique…) et optimisation des coûts.

Le format standard en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants est **le 8 m² de surface d'affiche**. Il est indispensable que ce format national soit repris dans le futur RLPi.

Les formats établis au code de l'environnement s'entendant en surface du dispositif (encadrement inclus), il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale « encadrement compris » autorisée pour les dispositifs publicitaires dans le futur RLPi.

La très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour dispose d'un format de dispositif « encadrement inclus » de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration ci-dessous).



La communication extérieure trouve son intérêt dans la lisibilité du message qu'elle diffuse en situation de mobilité. En milieu urbain, un dispositif implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 mètres du bord de voie.

Une couverture homogène du territoire associée à un format standard garantissant la lisibilité du message sont les piliers essentiels du média.

Sans ces deux éléments, la communication extérieure, outil aux services du dynamisme des annonceurs locaux, disparaîtra.

3 – La situation réglementaire sur le territoire

La Communauté d'agglomération de Grand Lac est une intercommunalité d'environ 75 000 habitants. Sur les 28 communes de la Communauté d'agglomération, seule la commune d'Aix-les-Bains dépasse le seuil de 10 000 habitants. Par ailleurs, les communes de Aix-les-Bains, Bourdeau, Le Bourget-du-Lac, Brison-Saint-Innocent, Drumettaz-Clarafond, Grésy-sur-Aix, Méry, Mouxy, Pugny-Chatenod, Tresserve, Trévignin, Viviers-du-Lac et Voglans appartiennent à l'unité urbaine de Chambéry qui compte 174 833 habitants.

Les règles en vigueur pour ces 13 communes sont donc celles applicables aux agglomérations possédant plus de 10 000 habitants. Les 15 autres communes ne sont pas rattachées à l'unité urbaine et les règles applicables sont donc celles des communes de moins de 10000 habitants.

Précédemment, deux règlements locaux de publicité étaient en vigueur sur les communes de :

- Aix-les-Bains (arrêté municipal du 21/11/1992) ;
- Voglans (arrêté municipal du 10/10/2005).

Ces règlements sont dits "de première génération" et sont désormais caducs.



Aix-les-Bains possède des secteurs soumis à protections environnementales (extrait de l'atlas des patrimoines ci-contre : abords monuments historique en rouge et sites inscrit en vert), ces secteurs sont soumis à interdictions relatives de publicité conformément à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

4. La confusion visuelle

4.1- Il n'est pas rare de constater sur certains axes un nombre d'enseignes bien supérieur à celui des publicités

- L'impression visuelle de « publicités » dans de nombreux secteurs n'existe que par la **confusion faite entre enseignes et publicités**.
- Pourtant, la **publicité est maîtrisée et encadrée par de nombreuses réglementations.** Elle subit de perpétuelles modifications réglementaires. Cela augmente alors ses pertes et l'affaiblit face à la concurrence.
- Moins onéreux et de grande surface, le système des panneaux « 4x3 » a été repris régulièrement par les enseignistes.

4.2– La publicité sauvage

- Les publicités sauvages, considérées pourtant comme des « publicités », sont condamnables et ne peuvent entrer en comparaison avec **le média développé par les professionnels de la communication extérieure**.
- Notre activité répond en effet à des normes précises d'audience **au service des annonceurs locaux.**

Notre activité est soumise à des réglementations strictes et ne peut être assimilée à ce genre de procédés illégaux. Les opérateurs ne peuvent être tenus pour responsables.

La lutte contre la publicité sauvage ne doit pas être l'occasion de définir des règles drastiques à l'égard de la communication extérieure, amenant à la destruction de cette activité économique.

5. Sur les orientations du projet

Vous trouverez ci-dessous nos différentes remarques et réflexions qui font suite au document mis en ligne sur le site de la ville et au diagnostic.

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION GRAND LAC

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
INTERCOMMUNAL

Concernant le diagnostic

L'inventaire de terrain a permis d'identifier la présence de publicités et pré-enseignes scellées/installées au sol qui ne seraient pas conformes à la règlementation pour un volume important, puisqu'elles sont estimées à **74% du parc actuel** (soit 277 dispositifs sur les 372 recensés).

Pour les publicités et pré-enseignes sur murs ou sur clôtures, le pourcentage de matériels en infraction est estimé à **70 % du parc** (soit 105 dispositifs sur 150 recensés).

Fort de ce constat, il nous semble opportun, avant même de procéder à l'élaboration de dispositions plus restrictives au sein du futur RLPi, de faire appliquer les textes existants (règlement national de publicité – RNP) et d'enjoindre la dépose/mise en conformité des dispositifs identifiés comme non conformes.

Cette opération permettrait d'avoir une vision plus claire de la situation et des mesures complémentaires à envisager s'il persistait une surdensité de dispositifs dans certains secteurs.

Il nous apparait également important de rappeler la **confusion fréquente qui est faite entre enseignes et publicités.** Le recensement effectué fait état d'environ **650 publicités pour près de 7000 enseignes** (soit moins de 10% du parc total recensé). En tenant compte des seuls dispositifs publicitaires ayant été recensés comme « règlementaires » (soit 95 publicités scellés au sol ou installés directement sur le sol et 45 publicités ou pré enseignes murales ou sur clôture), **ce rapport tombe à 2 % du parc** (140 publicités pour 7000 enseignes).

Ce constat confirme la nécessité de faire d'ores et déjà appliquer la réglementation opposable. La seule application des textes permet une dé-densification des dispositifs publicitaires et contribuera à parvenir aux intentions mentionnées par la collectivité.

Dans les objectifs définis dans la délibération concertation du conseil communautaire du 21 février 2019, il est précisé :

« privilégier la présence publicitaire, dans les zones d'activités (économiques, touristiques…) et sur les axes structurants, tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou de format ».

L'objectif consistant à réduire l'impact paysager par des restrictions de nombre ou de format serait largement atteint par la seule mise en conformité du parc actuel au regard de la réglementation nationale.

Concernant le format

Comme évoqué en introduction, **les opérateurs ont besoin d'un format standard et reconnu universellement sur le territoire pour continuer à opérer.**

Afin de garantir au média une audience et une couverture suffisantes et d'en assurer ainsi la pérennité et l'intérêt pour les annonceurs, nous souhaitons la **création d'une zone « grands axes »** dans laquelle pourraient être incluses les voies listées ci-après et ce, uniquement dans les communes éligibles (application RNP).

Cette zone autoriserait la publicité et les pré-enseignes scellés au sol ou murales dans un **format de dispositif de 10.50 m² maximum pour un format d'affiche 8 m²** et ce, à raison d'**un seul dispositif maximum par unité foncière :**

- Avenue F. Roosevelt
- Avenue Saint-Simond
- Boulevard Lepic
- Rue du Général Ferrié
- Avenue du Golf / Avenue Marlioz

Dans cette zone « grands axes », il conviendra de procéder alors à la levée de l'interdiction relative de publicité applicable (abords de monuments historiques seulement) conformément à la possibilité offerte par l'article L.581-8 I du code de l'environnement.

Nous souhaitons également l'application de ce format pour les zones commerciales.

En effet, le format envisagé de 4,70m² ne correspond pas au format standard de la profession et entrainerait une quasi-disparition du média. Sous ce format réduit, seules peuvent être envisagées des communications de type pré-enseignes de longue durée, ce qui exclurait de fait toutes campagnes de communication locales notamment.

Concernant le zonage :

En l'absence de plan précis et exploitable, nous ne pouvons davantage nous prononcer à ce stade de la concertation en vue de vous faire de propositions plus précises.

Conclusion

La communication extérieure est un **média particulièrement investi et engagé vers la neutralité carbone**. Elle contribue positivement à l'économie locale, et sa consommation énergétique est infiniment inférieure à celle des autres médias et d'abord d'internet, média peu sobre énergétiquement.

La communication extérieure, au même titre que tous les médias historiques, est un vecteur absolument indispensable aux entreprises et aux institutions pour véhiculer leurs messages en matière de **responsabilités sociale et environnementale** et dans la promotion de messages liés à la **transition écologique** auprès du grand public.

La communication extérieure a plus que jamais sa place dans ce nouveau défi écologique et sociétal. Professionnelle et interlocutrice des collectivités dans l'élaboration des RLP(i), l'UPE se tient à votre disposition pour participer et alimenter, le cas échéant, vos réflexions dans le cadre de futures réunions relatives à cet ambitieux projet.

Contribution du Parc Naturel Régional des Bauges du 13 janvier 2025

Bonjour,

Lors de la réunion de présentation du 22 octobre dernier, vous avez sollicité les retours du Parc concernant le projet de RLPi de Grand Lac, préalablement à son approbation programmée en février 2025, et nous vous en remercions. Ce travail en amont des phases officielles de consultation est gage de cohérence entre nos documents.
Dans la continuité des remarques formulées en séance, voici les retours que nous pouvons vous faire à cette étape :

- La PARTIE 1 du rapport de présentation comporte un volet paysager introductif intéressant et complet, s'appuyant notamment sur l'Atlas départemental des paysages de Savoie et prenant bien en compte le label Geopark des Bauges. Cependant, le classement d'une partie du territoire dans le PNR du Massif des Bauges mériterait d'être mentionné (bien que cité ensuite en partie *2 /3. Périmètres d'interdiction de toute publicité/préenseigne existant sur le territoire*).
- La PARTIE 2 relative au diagnostic concernant les publicités et préenseignes considère comme zone relative d'interdiction le périmètre actuel du PNR. Dans le cas d'un élargissement, les communes de Drumettaz-Clarafond, Grésy sur Aix et Mery seraient également concernées (sujet abordé en séance du 22/10).
- La PARTIE 3 relative au diagnostic concernant les Enseignes pointe un fort enjeu de réglementation locale concernant les enseignes posées ou scellées au au sol de moins de 1m² et les enseignes sur clôture, en l'absence de règlementation nationale, avis que nous partageons et qui fait l'objet de prescriptions dans la charte du Parc.
- la PARTIE 5 Objectifs et orientations, n'appelle pas de commentaires de notre part.
- Concernant les règlements écrit et graphique présentés en séance :
    - Le zonage prévoit un secteur ZP1a correspondant aux secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération, hors Aix les bains. Celui-ci comprend les agglomérations des communes situées dans le PNR, à l'exception de celles de l'aire d'adhésion nouvelle qui devront être intégrées par modification le cas échéant (cf Partie 2). Pour ces communes, la charte énonce : *"Pour les communes partiellement classées dans le PNR, il est recommandé, lors de l'élaboration des RLP(i), que soit portée une attention particulière sur la partie du territoire de la commune non intégrée au PNR. L'objectif étant d'éviter que l'encadrement plus strict de la publicité dans la partie de la commune située dans le périmètre du PNR ne conduise à reporter la masse des dispositifs publicitaires sur la partie de la commune située hors PNR. Il est souhaitable qu'une certaine homogénéité ou progressivité soit conservé sur l'ensemble de la commune et que l'entrée dans le PNR ne soit pas caractérisée par un affichage publicitaire trop marqué"*
    - Toutes les zones hors agglomérations sont traitées de manière uniforme par une interdiction de publicité, ce qui clarifie la lecture du document.
    - La publicité sur mobilier urbain est interdite en zone ZP1a, ce que nous saluons. (Dans le périmètre du parc, dans les agglomérations de certaines communes et dans certaines conditions, les publicités sur mobilier urbain auraient pu faire l'objet d'une autorisation par le RLPi, en conformité à la charte du Parc)
    - La charte du Parc prescrit que les RLP(i) encadrent les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial par :

        • la limitation de la plage d'éclairage aux horaires d'ouverture des activités et a minima extinction entre 23h00 et 6h00 ;

        • la limitation de leur intensité de luminescence (inférieure à 100 cd/m²) ;

        • la limitation de leur surface à 1m² par activité.

        Cette disposition ne semble pas traitée dans le règlement (uniquement enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines).

    - Les enseignes sont traitées de manière uniforme dans toutes les zones du règlement, ce qui simplifie sa compréhension (sauf MH et SPR), cependant, concernant leur intégration architecturale, il pourrait être fait mention de l'inventaire du patrimoine bâti réalisé par le Parc.
    - Les enseignes sont interdites sur arbre et plantation, auvent et marquise, garde-corps de balcon ou balconnet et toiture, ce qui correspond à la charte.
    - Les enseignes numériques sont interdites et les enseignes lumineuses assorties d'une plage d'extinction de 23h à 6h, conformément à la charte. La charte préconise aussi la *"limitation de leur intensité de luminescence (inférieure à 100 cd/m²), y compris celles situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique (cf article L581-14-4 du CE suite loi CR)"*
    - Les enseignes sur clôture sont limitées à 1m² et 1 par clôture bordant une voie de circulation. Cette disposition pourrait être renforcée en interdisant les enseignes sur clôtures non aveugles ou en les limitant à 1 par activité.
    - Les enseignes au sol de surface inférieure à 1m² sont limitées à 1 par voie bordant une activité et à 1,5m de hauteur, ce qui est conforme avec la charte.

Je me tiens à votre disposition pour toute précision quant à ces commentaires. Je reviendrai vers vous prochainement concernant les éléments de justification de la stratégie lumière qui pourraient servir d'argumentaire pour encadrer l'intensité de luminescence des enseignes et publicités.

Vous souhaitant bonne réception de ces éléments.
Bien cordialement,

Contribution d'un habitant du 15 janvier 2025

Bonjour,

Suite à l'article paru dans le magazine d'information de grand lac, nous souhaitons vous donner notre avis sur les publicités affichées dans notre ville d'Aix les Bains et son agglomération.
En effet, depuis quelques années, le développement de la mise en place des panneaux publicitaires sous plusieurs formats est intense.Ils sont présents partout, souvent espacés de seulement quelques dizaines de mètres les uns des autres.Avec aussi des publicités pas toujours adaptées à un jeune public (sida,image à connotation explicite, etc.)
Cette envahissement de panneaux publicitaires partout dans la ville la pollue, pollue notre paysage et nos edifices.Ils sont beaucoup trop nombreux et cela est très désagréable.

Nous vous remercions pour la bonne prise en compte de notre avis et esperons que cette nouvelle règlementation fera évoluer dans le bon sens cette prolifération publicitaire nocive.

Cordialement,

Une famille de citoyens aixois.

Contribution d'un habitant du 16 janvier 2025

Bonjour,

Je vous fais part de mes observation concernant le projet de règlement sur la publicité.*

Limiter au maximum les dispositifs lumineux et proscrire les numériques, y compris à l'intérieur des vitrines.

Supprimer les dérogations au règlement national du publicité

Limiter la taille max. des publicités à 2m2.

Instaurer une zone blanche de 200m autour des établissements éducatifs et culturels.

Cordialement,

Contribution d'un habitant du 21 janvier 2025

Bonjour,

Je vous informe que pour votre enquête que nous sommes impacté dans le quartier de la liberté par de la publicité sur les clôtures pour une agence de sécurité AMS SÉCURITÉ... Visible avenue de Tresserve et dans le pourtour. Alors oui a votre intervention pour règlementer l'affichage sauvage. Je compte sur votre intervention comme vous l'annoncez dans l'interview de l'essor savoyard que Thibault Guigue a effectué, je le cite : *La publicité n'a rien à faire dans les espaces pavillonnaires qu'on trouve à Aix-les-Bains ou dans les zones périurbaines et sur lesquels on va avoir des restrictions importantes* », indique-t-il.

Dans l'attente de vous lire

Contribution d'un habitant du 25 janvier 2025

Bonjour,
C'est en lisant le numéro 9 du magazine de Grand Lac que j'ai découvert l'existence du Rlpi et de la possibilité d'apporter ses observations.

Alors je vous présente humblement les miennes.

- Enseigne et pré enseigne : le but doit faciliter l'usager à trouver sa destination.
Aujourd'hui nos rues et numéros de rue sont plutôt bien affichés et visibles, nos téléphones portables bien équipés de GPS, je propose simplement de maintenir les enseignes et d'ôter toutes les pré enseignes.

- Publicités :
1ere question à nous poser : de quoi souhaitons nous faire la promotion ? Et avons nous besoin d'en faire ?

2e question : son financement.
Si nous voulons (ou devons) communiquer sur les événements locaux et actions de Grand Lac, il faut bien des supports et leur entretiens, comment les financer sans utiliser la publicité "privée "?
Si besoin a minima de "privee", avons nous la main pour orienter et choisir les secteurs d'activités ? (alimentaire, santé, banques...)

3e question : le sujet des publicités
Informations locales : communiquer sur des actions passées (bilan, coûts de travaux), présents (événements en cours, sondages...), futures (projet de rénovation, appel à volontaire, bénévoles)
La transparence pour l'usager est un gage de confiance.

Publicités privées : on a retiré les distributeurs de cocas dans les écoles cependant on voit encore beaucoup trop de communication pour des fast food.
Ce thème est un exemple.
Autre thème : l'incitation à la consommation. beaucoup de personnes en surendettement et l'on fait croire que consommer la dernière voiture ou le dernier IPhone est source de bonheur.

En terme de position morale pour le bien être de ses usagers, pouvons nous, à Grand Lac, nous démarquer :
- en stoppant net la publicité privée ? (en avons nous les moyens ? Financement des abris bus ?)
- en trouvant d'autres supports pour communiquer sur Grand Lac (allez vers les usagers) et ainsi ne plus avoir besoins des panneaux privées

Gain attendu :
Un répit visuel pour le badaud
Une ville qui retrouve son architecture primitive visible

Des parcs jardins et fleurs sans paravents
Une retombée économique sans précédent car tous le monde viendra voir la 1ere com' com' "neutre" en pollution visuelle, chacun aura même su trouver son chemin sans se perdre (même sans pré enseigne 😉)

Je vous souhaite de belles réflexions

Contribution d'un habitant du 31 janvier 2025

Bonjour,
J'ai eu vent du travail en cours dans l'agglomération de Grand Lac.
Je me sens souvent agressé par l'omniprésence de la publicité et je me désole des ravages environnementaux qu'elle participe à créer par la promotion de la consommation.
Je tiens donc à vous demander de profiter du travail sur le RLPI pour interdire toutes les publicités et enseignes lumineuses et numériques et pour limiter la densité des publicités.
J'aimerais que les espaces types abribus soient utilisés pour la communication de la ville ou pour les événements culturels.
J'espère que vous ferez le choix audacieux de freiner la publicité, pour défendre une meilleure qualité de vie et protéger nos cerveaux et notre inconscient de ces messages commerciaux poussant à la surconsommation.
Cordialement,

Contribution d'un habitant du 31 janvier 2025

Bonjour,
Je souhaite apporter ma contribution à la consultation sur les publicités.

De manière générale, je trouve que la publicité dans l'espace public est une nuisance parmi d'autres.
Souvent pour des produits non recommandables à bien des égards:
- voitures: on en fait la promotion alors que par ailleurs elles nous tuent (pollution de l'air & émissions de GES)
- Produits de luxe (parfums etc): consumérisme de produits futiles, souvent mauvais à la santé, et la publicité véhicule ses stéréotypes.
- la liste des méfaits est longue, celle des bienfaits est inexistante.

C'est un non-sens que des panneaux publicitaires puissent être illuminés et consommer de l'énergie qui devrait être économisée au maximum.

Plus précisément, le panneau de l'intermarché au niveau des Mottets est absolument honteux.
En bord de route, celui-ci utilise des flashs pour attirer l'attention du consommateur.
C'est un vrai danger public pour la sécurité routière, en pleine zone de ralentissement avant le rond-point.

Merci pour cette consultation.

Contribution d'un habitant du 08 février 2025

Bonjour.

J'écris ce jour pour faire part de mes observations relatives au projet de RLPi sur notre territoire.

En soutien au courrier détaillé qui vous a été remis par les associations Les Amis de la Terre 73, Paysages de France, FNE Savoie et Résistance à l'Agression Publicitaire, je souhaite émettre ces demandes :
- que ne soient accordée aucune dérogation au Règlement National de Publicité,
- que soient interdites en général toute publicité ou enseigne numérique (en extérieur et à l'intérieur de vitrines donnant sur la voie publique),
- que soient très fortement limitées les enseignes et publicités lumineuses, et que celles-ci soient éteintes lors des horaires de fermeture des établissements,
- que soit instaurée une zone blanche de 200m autour des établissements scolaires, éducatifs et culturels, afin de protéger les mineurs,
- que soit simplifié le zonage, en supprimant les ZP3 et en l'intégrant aux ZP2,
- que soit limitée la taille maximale des publicités à $2m^2$,
- que soit limitée la publicité sur le mobilier urbain aux faces externes des abribus,
- que soit interdite la publicité scellée au sol.

Enfin, je vous incite à mobiliser des moyens humains et financiers pour faire respecter ce RLPi, par formation des personnels et usage du pouvoir de police des maires, une grande partie de la publicité actuelle étant en infraction avec la réglementation actuelle.

Cordialement,

Contributions de l'atelier citoyen

bonjour

j'ai visionné la présentation vidéo - tout d'abord merci pour le lien et pour ce travail très clair et didactique

j'ai quelques questionnements ou observations que je partage avec vous ... en espérant que cela vous sera utile

j'ai tout d'abord de la manière générale même si la démarche est intéressante par la pédagogie qu'elle introduit en faisant un état des lieux et en proposant des pistes soumis à débat

- j'ai bien noté qu'à ce jour GL n'a pas repris le pouvoir de police qui reste exercé au niveau des communes ; cet état de fait laisse interrogatif sur l'impact réel du rlpi sachant qu'il prévoit des délais de mise en conformité relativement longs
- sur l'aspect de l'exercice du pouvoir de police qu'actuellement les infractions ne sont pas toutes constatées (le territoire est grand..) ni sanctionnées ... ne serait il pas intéressant de commencer par là en visant l'exemplarité et non l'exhaustivité
- sur l'aspect plus "coercitif" des mesures envisagées je m'interroge car de mémoire les collectivités peuvent être plus souples mais pas plus coercitives que la réglementation en vigueur ; peut être cette possibilité est elle possible désormais ? avec le droit à l'expérimentation ? pouvez vous nous éclairer sur ce point

ensuite de manière plus précise

- horaire d'extinction : les lasers des boites de nuit qui illuminent et strient le ciel tard dans la nuit sont ils concernés ; j'en vois depuis chez moi notamment l'été
- hauteur des panneaux : est il vérifier que la visibilité tant des automobilistes que des 2 roues, piétons est tjs préservée ?
- durée temporaire pour les enseignes : quelle est cette durée ? est elle définie et propre pour chaque projet ?
- quid des enseignes des établissements publics, associations ? sont ils concernés par le rlpi ?
- quid des pré enseignes de promotion de projets immobiliers, de travaux de réfection d'un ensemble existant, du déboisement d'une parcelle (ex voglans) avec des panneaux promouvant les entreprises qui restent souvent longtemps

- solidité des enseignes : existe t il des normes ou des exigences techniques pour garantir la solidité des enseignes voire pré enseignes ? notamment la bonne tenue au vent a minima afin d'éviter de causer un accident
- quid des tags et peintures sauvages ? font elles l'objet d'un autre dispositif ?
- enseigne au sol => a priori amovibles mais y a t il des exigences par rapport à la liberté de circuler et d'utilisation de l'espace public (ex sécurité de circulation des piétons, des PMR...) et de la sécurité (ex coup de vent)
- extinction de 23 h à 6 h : quid des fêtes tels que Noel ou des évènements spécifiques
- impact environnemental : au delà de la pollution lumineuse l'impact sur la vie des espèces animales est il pris en compte (ex nidification, passages ...)

cordialement

Annie C

Bonjour à tous,

Merci pour ces infos claires sur le RLPi, et encore désolé de n'avoir pu être présent à la soirée initiale de présentation.
Le webinaire permet de bien comprendre le cadre réglementaire, le contexte Grand Lac, ainsi que les éléments de réglementation et le processus de validation qui s'appliquera.

Je souhaitais partager quelques considérations plus générales sur l'espace dédié aux enseignes et à la publicité, inspirées par l'actualité proche...
1. La ville de Lyon a mis en place un RLPi réduisant fortement la place de la publicité dans l'espace public avec notamment interdiction de la publicité numérique en extérieur, réduction de la taille et nombre des panneaux publicitaires...
2. Un peu plus loin, la Haye, aux Pays Bas, interdit les publicités pour les énergies fossiles, notamment les vols en avions, croisières, véhicules thermiques...
3. Plus anecdotique, bien que cela participe aussi à une réappropriation de l'espace public, plusieurs villes Francaises décident d'afficher des oeuvres d'art sur leurs espaces publicitaires
4. Nos saisines récentes sur la mobilité et le projet alimentaire territorial, ont aussi mis en exergue un besoin croissant de communication et gestion du changement auprès des citoyens de Grand Lac.

Ce qui m'amène à m'interroger sur :
1. Quels doivent être les objectifs de ce RLPi ? Je trouverais intéressant de pouvoir aller au-delà de l'équilibre environnement/activité économique et mieux articuler ces besoins avec les enjeux actuels (transition, sobriété....)
2. Comment réduire la place de la publicité, en particulier les formats les plus intrusifs (écrans)?
3. Comment utiliser le RLPi pour se réapproprier l'espace public en particulier dans les zones urbaines?
4. Quels effets de levier pour que ce RLPi puisse contribuer au mieux aux nécessaires transition de mobilité, alimentation, consommation?
...

Bien cordialement,

Thomas Mosser

Contribution de l'Atelier Citoyen de Grand-Lac sur le règlement intercommunal de publicité (RLPi)



DECEMBRE 2024

1

Introduction

Dans le contexte de la mise en place d'un règlement de publicité intercommunal (RLPi), la Communauté d'Agglomération de Grand-Lac a saisi l'Atelier Citoyen afin de nourrir le projet avant la finalisation des réflexions prévue en début d'année prochaine. L'atelier sera également saisi dans le cadre de la procédure administrative obligatoire en 2025 pour émettre un avis sur le document arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac.

L'atelier citoyen souhaite remercier le vice-président en charge du PLUi, Thibaut Guigue, les services techniques, et équipes de Grand Lac ayant contribué à cette saisine.

Afin de partir sur des bases communes, un webinaire de 45mn présentant l'état du RLPi et ses enjeux a été enregistré par les équipes de Grand Lac, et partagé avec les membres de l'atelier. Ce webinaire, ainsi que les supports de présentations sont disponibles ici.

Un groupe de travail d'une dizaine de membres de l'Atelier Citoyen s'est constitué afin de contribuer au sujet et a fourni plusieurs contributions individuelles détaillées dont la synthèse se trouve ci-dessous.

Avis de l'Atelier Citoyen - synthèse

Les membres du groupe de travail ont exprimé des avis variés, allant de l'appréciation des initiatives culturelles sur les panneaux publicitaires à la nécessité de faire respecter la réglementation actuelle et d'augmenter les plages d'extinction des pubs lumineuses, en passant par des considérations plus générales sur les objectifs du RLPi et sa contribution à la transition du territoire. En voici leur synthèse.

Objectifs du RLPi et contribution à la transition du territoire.

Le groupe de travail souhaite questionner les ambitions du RLPi. Est-il suffisant de concilier cadre de vie et attractivité économique ? Ou peut-on s'appuyer sur le RLPi pour contribuer à la nécessaire transition du territoire tout en remplissant ses objectifs de préservation du cadre de vie, d'attractivité économique et d'harmonisation.
Les saisines récentes du PDM, PAT, PCAET ont mis en évidence un besoin accru de sensibilisation et accompagnement au changement sur les thématiques climat, alimentaire, mobilité, sobriété, et il nous semble nécessaire que le RLPi puisse intégrer cette dimension à ses objectifs.
L'exemple proche du Grand Lyon et son RLP réduisant fortement la place de la publicité dans l'espace public avec notamment interdiction de la publicité numérique en extérieur, réduction de la taille et nombre des panneaux publicitaires... devrait nous inciter à rehausser les objectifs du RLPi.

Respect de la réglementation

De l'avis de nombreux membres, il est nécessaire d'accompagner le règlement d'une vraie politique de mise en application et de gestion des infractions en s'appuyant notamment sur le pouvoir de police donné aux communes. Il semble que peu de contrôles soient effectués à ce jour, et nous le regrettons. La mise en place d'un meilleur suivi du RLPi, de rappels aux contrevenants, et si besoin de leur pénalisation permet d'assurer une réelle mise en application du plan.

Lisibilité et clarté de la réglementation

Nous faisons le constat que la réglementation peut être technique et difficile à comprendre et que le manque de connaissance des règles conduit à une jungle d'enseignes, panneaux, affichages... Il est donc nécessaire de s''assurer d'une réglementation claire et lisible et d'aider activement à sa compréhension, par exemple avec un guide pratique simplifié pour les citoyens, ateliers pédagogiques pour entreprises, commerçants, foire aux questions ou contact pour questions spécifiques...

Un RLPi adaptés aux acteurs et au territoire

Le RLPi doit permettre un bon équilibre entre acteurs, et veiller à une application juste au regard de la taille des entreprises ou activités. La réglementation doit aussi évidemment s'adapter à la diversité des paysages (urbains, montagne, lac) de notre territoire.

Un impact environnemental et visuel réduit

Le RLPi nous semble être un outil pertinent pour réduire l'impact environnemental et les nuisances visuelles de la publicité sur le territoire de grand lac.

- **Impact environnemental :** réduire la pollution lumineuse et la conso d'énergie. Extinction des enseignes la nuit, à coupler avec une étude d'impact de l'éclairage public, tout en s'assurant que cela ne nuise pas à la sécurité en agglomération. Privilégier les technologies durables (LED, solaire, capteurs de mouvements...) ou avec un moindre impact sur la faune nocturne (ex : éclairage a spectre chaud, capteurs de mouvements...) ou l'environnement (panneaux en bois...).
- **Impact visuel**. Intégration au paysage (ex : fresques en trompe l'œil). Réduire la place des formats les plus intrusifs (ex : écrans).
- **Impact mobilité** : assurer que les enseignes ou publicité ne pénalisent pas la mobilité, par exemple cheminement piétons sur un trottoir. Un membre de l'Atelier Citoyen nous partage notamment avoir eu son véhicule dégradé par un stop trottoir mal positionné (au ras de la route) par un magasin.

Des enjeux priorisés et mesurés dans le temps

Comme pour toute politique publique, il nous semble nécessaire de hiérarchiser les enjeux (impact environnemental, contribution à la transition, harmonisation...) afin de pouvoir suivre leur mise en œuvre et mesurer les bénéfices du RLPi. Collecter les retours et suivre la mise en place du RLPi permettra d'assurer des politiques publiques efficaces, et améliorer les prochaines versions du règlement.

Conclusion

Dans le contexte de la mise en œuvre du règlement de publicité intercommunal (RLPi), il nous semble donc important de s'assurer que ses objectifs puissent s'intégrer à la transition du territoire, mais aussi permettre à chacun de comprendre et d'appliquer la réglementation existante. Nous espérons que la modeste contribution de l'Atelier Citoyen puisse contribuer à rendre ce RLPi plus pertinent pour les besoins actuels et futurs de notre territoire.

Annexes – communication autour de la concertation

Articles de presse et réseaux sociaux

Publication Facebook du 17/06/2024 – Page officielle de Grand Lac



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Réunion publique sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grand Lac le 21 octobre

Octobre 2024,

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) encadre et régule l'affichage publicitaire dans l'espace public.
Une réunion publique dédiée aux habitants, commerçants, Associations se tiendra e lundi 21 octobre 2024, à 18h30, au Centre des Congrès d'Aix-les-Bains pour échanger et contribuer à l'élaboration du RLPi de Grand Lac.

Qu'est-ce qu'un Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) ?

Le RLPi est le document de référence qui permet d'encadrer les caractéristiques (nombre, taille, type ou encore éclairage) des supports de publicité et des enseignes. Il s'agit d'un document d'urbanisme qui permet d'adapter les règles nationales existantes aux spécificités locales. L'objectif du RLPI est de concilier protection des paysages urbains, ruraux, naturels et la visibilité des activités économiques, toutes deux vectrices d'attractivité pour le territoire.

Comment est construit le RLPi de Grand Lac ?

La création du RLPi commence par un inventaire des dispositifs publicitaires sur le territoire, identifiant les enjeux liés à leur visibilité. Ce projet, élaboré avec les élus de Grand Lac, est partagé avec les partenaires et usagers pour enrichir les réflexions avant finalisation début 2025. L'année 2025 sera dédiée à la phase administrative, incluant une enquête publique, pour appliquer le RLPi début 2026.

Comment s'informer et participer aux réflexions ?

Les documents relatifs à la procédure ainsi que les documents clés de travail sont mis à disposition du public au fur et à mesure de l'avancement de la réflexion sur le site internet de Grand Lac et en consultation papier au siège de Grand Lac ainsi que dans les 28 mairies du territoire de Grand Lac aux horaires habituelles d'ouverture.

Jusqu'à mi-janvier 2025, chacun pourra faire part de ses remarques ou observations relatives au projet de RLPi sur le cahier de concertation prévu à cet effet et disponible avec le dossier pré-cité dans les mairies et au siège de Grand Lac ou par message électronique à l'adresse reglement-publicite@grand-lac.fr .

Une réunion publique lundi 21 octobre pour élaborer le RLPi

Une réunion publique de présentation du projet est organisée le lundi 21 octobre 2024 à 18h30 au Centre des Congrès d'Aix-les-Bains (rue Jean Monard). Entrée libre et sans inscription préalable. Venez partager vos idées pour contribuer à l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac.

Contact presse :
APPLAGNAT Marine – Responsable des services Urbanisme planification et Foncier
04 79 61 83 82 – m.applagnat@grand-lac.fr

Grand Lac Communauté d'Agglomération - 1500 Boulevard Lepic - 73100 AIX-LES-BAINS
04 79 35 00 51 - www.grand-lac.fr

Publication Facebook du 11/10/2024 – Page officielle de Grand Lac

Grand Lac - Communauté d'Agglomération.
9 min ·

[URBANISME] Réunion publique : Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) ! Vous souhaitez en savoir plus sur l'avenir des publicités et enseignes sur le territoire de Grand Lac ? Participez à la réunion publique de présentation du RLPi le lundi 21 octobre à 18h30 au Centre des Congrès d'Aix-les-Bains.

Le RLPi est un document essentiel qui définira les règles d'implantation des publicités, enseignes et préenseignes pour protéger nos paysages tout en assurant la visibilité des activités locales. Venez découvrir le projet et partagez vos idées pour contribuer à son élaboration.

Entrée libre, sans inscription. On vous attend nombreux !
Retrouvez plus d'infos sur le RLPi de Grand Lac ici : https://grand-lac.fr/.../le-reglement-local-de-publicite...



Publication Le Dauphiné Libéré du 11/10/2024

Une réunion publique sur l'affichage publicitaire le 21 octobre

Le Dauphiné Libéré · 11 oct. 2024 à 17:17 · Temps de lecture : 1 min

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) encadre et régule l'affichage publicitaire dans l'espace public. Une réunion publique destinée aux habitants, aux commerçants et aux associations de Grand Lac se tiendra à ce sujet le lundi 21 octobre 2024, à 18 h 30, au Centre des Congrès d'Aix-les-Bains pour échanger et contribuer à l'élaboration du RLPi de Grand Lac.

Publication La Voix de l'Ain – édition du 25 au 31/10/2024

Projet sur l'affichage publicitaire



L'agglomération veut renforcer l'encadrement concernant les affichages publicitaires.
Photo : Virginie Ludwiczak

GRAND LAC

Lundi 21 octobre s'est tenue la première réunion publique pour présenter le RLPI (Règlement local de publicité intercommunal). Si, à ce jour, c'est le RNP (Règlement national de la publicité) qui régit les règles nationales d'implantation en matière d'affichage publicitaire, l'agglomération souhaite retrouver une certaine forme d'harmonisation des pratiques sur cette thématique, afin de chaque commune applique les mêmes règles. Suite à la délibération du conseil communautaire du 21 février 2019, l'élaboration d'un RLPI est apparue comme une solution. Plusieurs propositions ont été présentées, notamment la délimitation de quatre zones avec des critères d'affichage publicitaire spécifiques au regard du respect de l'environnement et de l'attractivité du territoire. Par exemple, hormis le mobilier urbain de petite dimension, toute forme de publicité sera interdite sur les zones patrimoniales ou paysagères. **Site Internet : www.grand-lac.fr**

Publication L'Essor Savoyard du 23/01/2025

Quels sont les enjeux du futur règlement de publicité de Grand Lac ?

Votée par les élus de Grand Lac lors du conseil du 21 février 2019, l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) progresse. À un mois de la fin de la concertation publique, l'Agglo donne quelques clés de lecture pour mieux comprendre les grandes lignes du texte à venir.

Aurore Dupont
Grand Lac

Si vous habitez l'une des communes de Grand Lac, il vous reste jusqu'à mi-février pour faire part de vos remarques sur le futur règlement local de publicité intercommunal (RLPi). En se dotant d'un tel document, la communauté d'agglomération compte bien reprendre la main sur les publicités qui s'affichent sur son territoire. Aujourd'hui, ce sont les règles établies par le code de l'environnement en matière de publicités qui s'appliquent sur les communes de Grand Lac, selon un règlement qui s'entend à l'échelle nationale.

Appuyer la réglementation

Pour les élus, il était temps de se doter d'un texte prenant en compte les spécificités du territoire : « *Pour nous l'élément à privilégier en termes de paysage et sur lequel, historiquement, les élus avaient le plus envie d'appuyer la réglementation, ce sont les bords du lac* , précise Thibaut Guigue, vice-président de Grand Lac en charge de l'urbanisme. (…) *Un endroit exceptionnel, où on ne peut pas laisser proliférer tout et n'importe quoi* ».

Grâce au RLPi, l'idée sera aussi de pouvoir établir « *une logique de dérogation* », notamment pour le centre-ville d'Aix-les-Bains, dont le patrimoine est « *concerné par des inscriptions aux monuments historiques* ». Pour l'édile, il s'agit de « *permettre des équilibres économiques* » afin que « *l'activité de commerce de centre-ville* » ne se fasse pas « *complètement dépouiller par l'activité des zones commerciales dédiées qui, elles, vont avoir des droits de publicité plus importants et qui sont situées en périphérie des villes* ».

Dernier enjeu, préserver les zones résidentielles. « *La publicité n'a rien à faire dans les espaces pavillonnaires qu'on trouve à Aix-les-Bains ou dans les zones périurbaines et sur lesquels on va avoir des restrictions importantes* », indique-t-il.

« Premier document intercommunal de Grand-Lac »

Il insiste enfin sur la méthode de travail qui a nécessité la mise en place d'un comité de pilotage. Entre 20 et 30 personnes – un à deux élus par commune – « *mobilisées pendant quasiment 24 mois* ». Un effort collectif à base de réunions, de constatations sur le terrain « *pour voir des exemples issus de tous types de communes du territoire : rurales, urbaines, périurbaines. Et qui représentent aussi les trois grands territoires historiques de Grand Lac, c'est-à-dire l'Albanais, la Chautagne et la zone autour d'Aix-les-Bains* ».

Prochaine étape : présenter les remarques de la concertation au comité de pilotage mi-février, avant d'arrêter le document en séance et de le soumettre à l'enquête publique. « *L'objectif, est de l'approuver d'ici fin 2025* », pour une mise en application en 2026.

Il le souligne, ce règlement « *serait le premier document intercommunal de la nouvelle agglomération de Grand-Lac qui a été créée en 2017* ». Pour les 28 communes de la communauté d'agglomération, il s'agit donc aussi d'apprendre à travailler ensemble. Une sorte de galop d'essai pour des élus qui devront se pencher, dans les prochaines années, sur un document plus complexe : le plan local d'urbanisme intercommunal.

Aurore Dupont



Thibaut Guigue, vice-président de Grand Lac en charge de l'urbanisme et de la mise en place du RLPi.

■

Publication Facebook du 01/02/2025 – Page officielle de Grand Lac



Publication Facebook du 12/02/2025 – Page officielle de Grand Lac



Captures d'écran du site Internet - octobre 2024





+ TOUS LES EVENEMENTS

partenaires et échangent dans le cadre de tables rondes.

Sur cette base, des orientations stratégiques – qui déterminent ce que l'on veut faire – sont définies et traduites dans un zonage et un règlement associé permettant de répondre au mieux aux caractéristiques de nos espaces.

Ce travail, construit avec les élus des 28 communes de Grand Lac, est désormais en cours de partage avec les partenaires institutionnels, professionnels, associations et les usagers. Des échanges permettront de nourrir le projet avant la finalisation des réflexions prévues en début d'année prochaine.

L'année 2025 sera quant à elle réservée à la phase administrative du projet, dont une enquête publique pour aboutir à une mise en application du RLPi début 2026.

Comment s'informer et participer aux réflexions ?

Les documents relatifs à la procédure ainsi que les documents clés du travail sont mis à disposition du public au fur et à mesure de l'avancement de la réflexion :

- en téléchargement sur le site internet de Grand Lac (voir ci-dessous)
- en consultation papier au siège de Grand Lac ainsi que dans les mairies des 28 communes du territoire de Grand Lac aux horaires habituelles d'ouverture.

TÉLÉCHARGER

Délibération - collaboration avec les communes	PDF 1,80 Mo	Délibération - prescription et définition des modalités de concertation	PDF 992,4 Ko
Porter à connaissance (PAC) du préfet	PDF 1,6 Mo	Diagnostic du territoire	PDF 10,1 Mo

Jusqu'à mi-janvier 2025, chacun pourra faire part de ses remarques ou observations relatives au projet de RLPi :

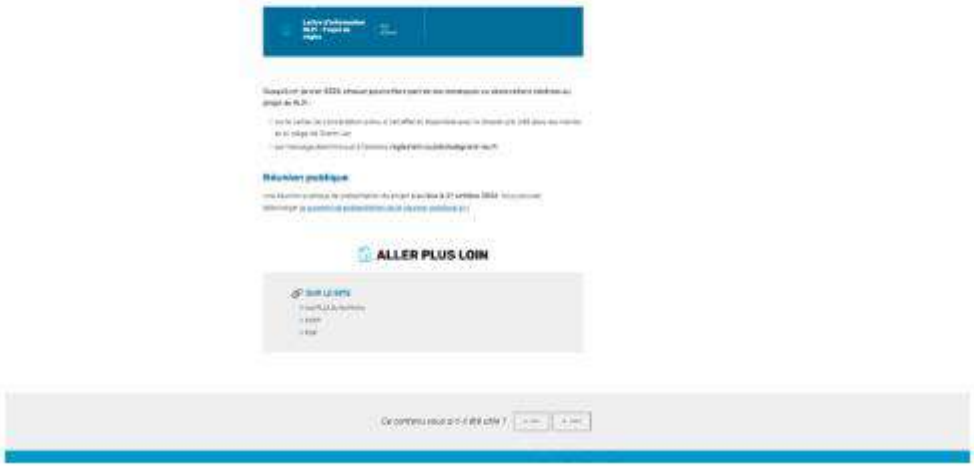
- sur le cahier de concertation prévu à cet effet et disponible avec le dossier aux mêmes lieux et au siège de Grand Lac
- par message électronique à l'adresse reglement-publicite@grand-lac.fr

Une réunion publique lundi 21 octobre

Une réunion publique de présentation du projet est organisée le lundi 21 octobre 2024 à 18h30 au Centre des Congrès d'Aix-les-Bains, rue Jean Monard. Entrée libre et sans inscription préalable.

Captures d’écran du site Internet - décembre 2024




ALLER PLUS LOIN

Captures d'écran du site Internet - janvier 2025



L'URBANISME

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPI)

Qu'est-ce qu'un Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) ?

Quels sont les objectifs du RLPi ?

De quoi parle-t-on dans un RLPi ?



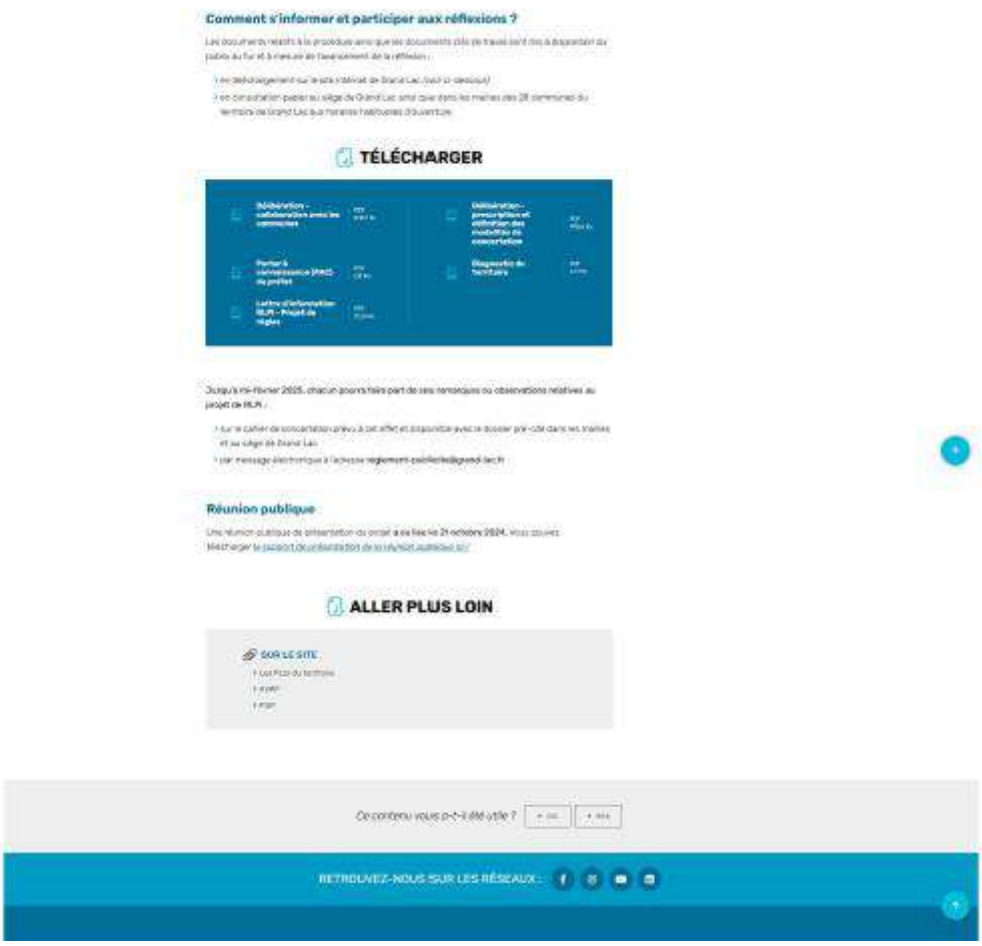




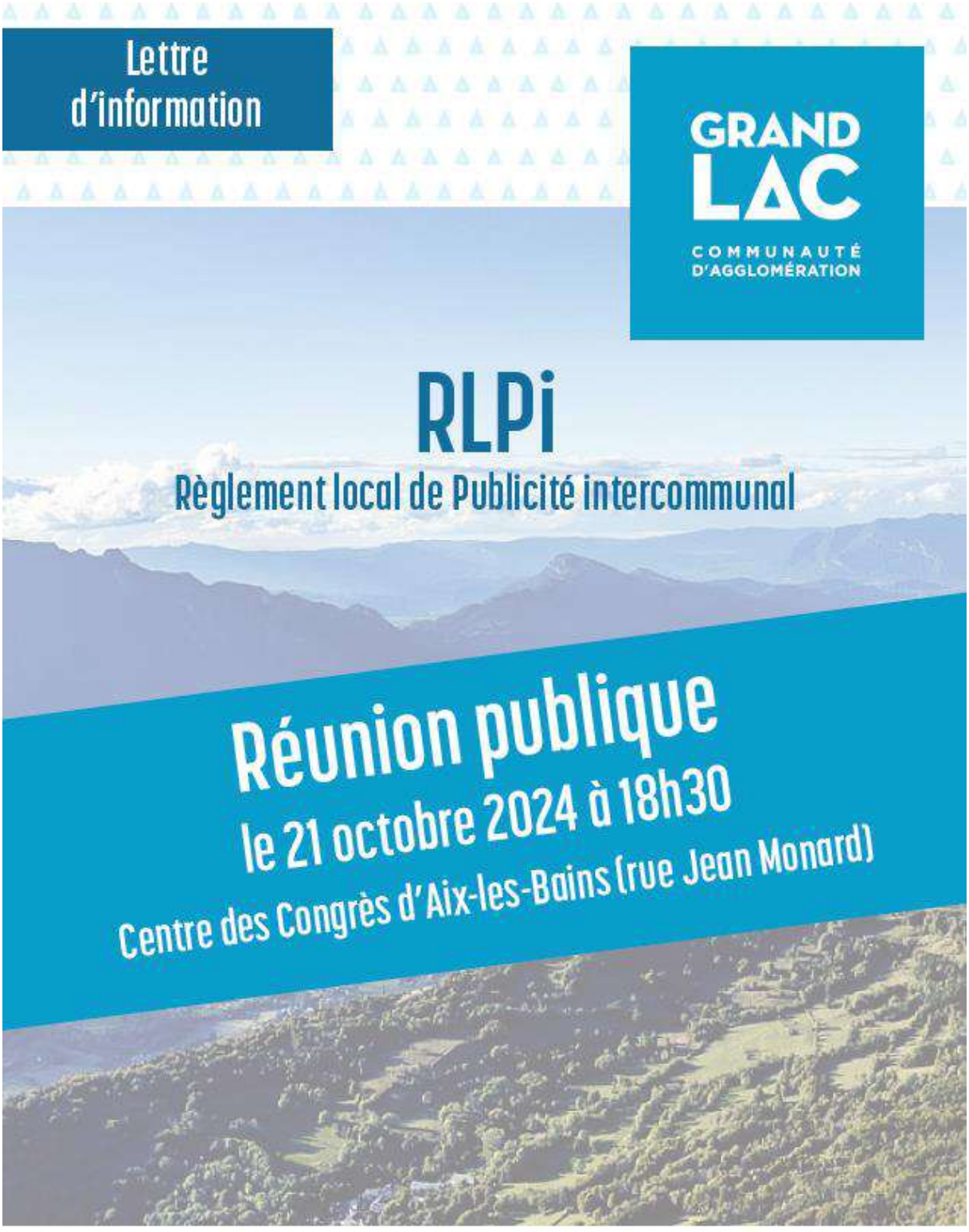
Comment est construit le RLPi de Grand Lac ?

TÉLÉCHARGER

ACTUALITÉS


Comment s'informer et participer aux réflexions ?
TÉLÉCHARGER
Réunion publique
ALLER PLUS LOIN
SUR LE SITE
Ce contenu vous a-t-il été utile ?
RETROUVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX :

Lettre d'information diffusée sur le site Internet de Grand Lac à compter d'octobre 2024



Plus d'information sur wwww.grand-lac.fr

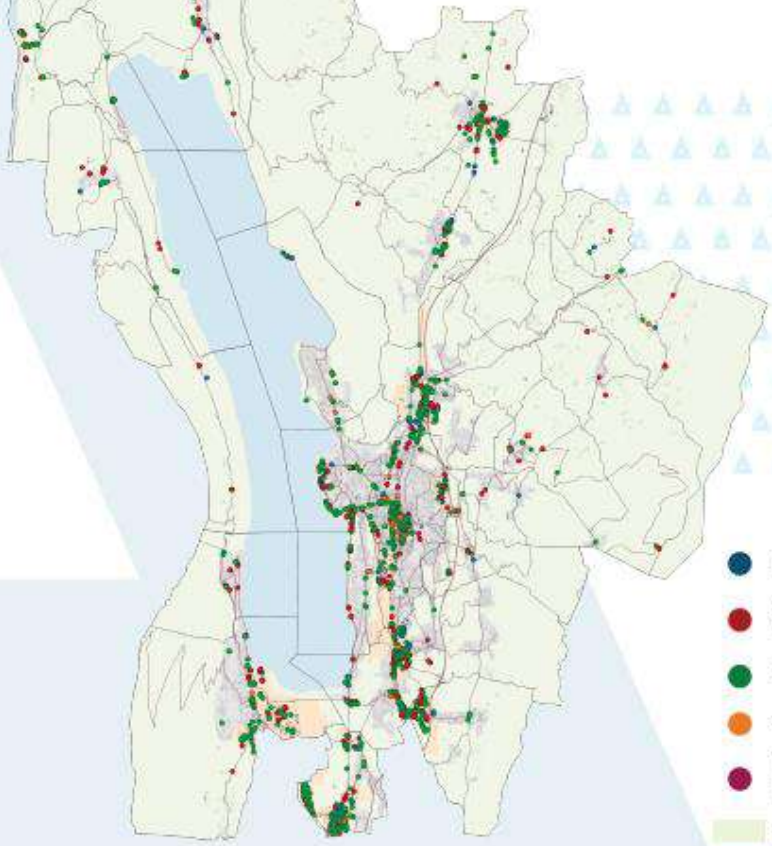
Quelle est la répartition des publicités et préenseignes sur le territoire ?



Quelle est la répartition des enseignes sur le territoire ?

près de 7000
enseignes identifiées





- 280 Enseignes sur clôture
- 910 Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
- 5320 Enseignes parallèles au mur
- 490 Enseignes perpendiculaires au mur
- 70 Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu
- Espace à vocation naturelle et agricole
- Espace à vocation commercial
- Espace bâtis à usage mixte

Quelques règles concernant les publicités et préenseignes sur le territoire



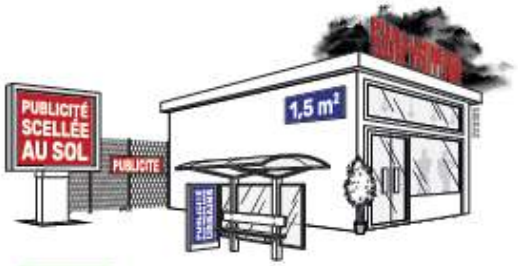
En ZP1a :

Toute publicité est interdite.

En ZP1b :

- Toute publicité est interdite sauf celle supportée par le mobilier urbain (peut être éclairée par projection ou par transparence).
- Les publicités lumineuses autorisées doivent être éteintes entre 23h-6h





En ZP2 :

- La publicité murale est limitée à une surface < 1,5 m².
- La publicité scellée au sol ou directement installées sur le sol est interdite.
- La publicité sur mobilier urbain est autorisée.
- La publicité lumineuse est interdite sauf si elle est éclairée par projection ou par transparence.
- Les publicités lumineuses autorisées doivent être éteintes entre 23h-6h



En ZP3 :

- La publicité murale est limitée à une surface < 4,7 m².
- La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est limitée à une surface < 4,7 m².
- La publicité sur mobilier urbain est autorisée.
- La publicité numérique est interdite sauf à Aix-les-Bains.
- Les publicités lumineuses autorisées doivent être éteintes entre 23h-6h





En ZP4a :

- La publicité murale est limitée à une surface < 4,7 m².
- La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est limitée à une suface de 4,7 m².
- La publicité sur mobilier urbain est autorisée.
- La publicité numérique est limitée à une surface < 2,5 m².
- Les publicités lumineuses autorisées doivent être éteintes entre 23h-6h.



En ZP4b :

- La publicité murale est limitée à une surface < 4,7 m².
- la publicité scellées au sol ou directement installée sur le sol est interdite.
- La publicité sur mobilier urbain est autorisée.
- La publicité numérique est interdite.
- Les publicités lumineuses autorisées doivent être éteintes entre 23h-6h

Quelques règles concernant les enseignes sur le territoire



Les enseignes sont interdites sur :

- Les arbres et les plantations ;
- Les auvents ou les marquises ;
- Les gardes-corps de balcon ou balconnet ;
- Les toitures ou terrasses en tenant lieu, excepté en ZP4a et ZP4b.

Les enseignes parallèles au mur :

- Sont interdites pour les enseignes perpendiculaires à la façade aux abords des monuments historiques et en Site Patrimonial Remarquable ;
- Règles esthétiques pour favoriser une bonne insertion architecturale.

Les enseignes perpendiculaires :

- Ont une surface limitée à 1m² ;
- Ont une restriction supplémentaire aux abords des monuments historiques.



Les enseignes sur clôtures aveugles et non aveugles :

- Ont une surface limitée à 1m² (**3m² pour la ZP4a et b**);
- Sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'activité.

Les enseignes scellées au sol de + d'1 m² :

- Ont une surface limitée à 3 m² ;
- Ont une hauteur au sol limitée à 4 m² ;
- Sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'activité

En ZP4a et ZP4b la surface est limitée à 6 m² et la hauteur à 6 m².

Les enseignes scellées au sol d'1 m² ou moins:

- Sont limitées à 1 dispositif par voie bordant l'activité ;
- Ont une hauteur au sol limitée à 1,5 m² ;

Extinction nocturne 23h - 6h

Les enseignes numériques ainsi que les enseignes temporaires font l'objet de règles spécifiques.

COMMENT S'INFORMER ET PARTICIPER AUX RÉFLEXIONS ?

Les documents sont mis à disposition du public au fur et à mesure de l'avancement de la réflexion :

- en téléchargement sur le site internet de Grand Lac (rubrique Urbanisme / Le Règlement Local de Publicité Intercommunal)
- en consultation papier au siège de Grand Lac ainsi que dans les mairies des 28 communes du territoire de Grand Lac aux horaires habituelles d'ouverture.

Chacun pourra faire part de ses remarques ou observations relatives au projet de RLPi :

- sur le cahier de concertation prévu à cet effet et disponible avec le dossier pré-cité dans les mairies et au siège de Grand Lac ;
- par message électronique à l'adresse : **reglement-publicite@grand-lac.fr.**

GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION


GRAND LAC
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
le magazine
#9 HIVER 2025
DOSSIER
ACTIONS CONCRÈTES POUR UN AVENIR DURABLE
15 TERRITOIRE EN MOUVEMENT
Unesco, candidature déposée !
17 BIEN VIEILLIR
Cuisine partagée la recette du lien
21 ACTEURS DE GRAND LAC
JEAN-FRANÇOIS BRAISSAND
Servir, écouter et échanger

RLPi : vers un équilibre entre *publicité et préservation des paysages*

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document d'urbanisme de référence qui permet d'adapter les règles nationales de publicité extérieure aux spécificités locales. L'agglomération Grand Lac a choisi d'élaborer ce règlement afin de répondre aux enjeux propres à son territoire et d'assurer une meilleure harmonie entre développement économique et cadre de vie.



Alors que le territoire de Grand Lac n'échappe pas à la prolifération des panneaux, affiches et publicités dans les rues, sur les trottoirs, dans les zones commerciales, et même en milieu rural, le RLPi a pour objectif de réguler les supports publicitaires et les enseignes. Il vise à protéger les paysages urbains, ruraux et naturels, tout en assurant la visibilité des activités économiques et l'attractivité du territoire. Il cherche aussi à harmoniser et simplifier les règles pour les usagers et les professionnels. Ce règlement couvre les publicités, pré-enseignes (indiquant la proximité d'une activité) et enseignes (sur les bâtiments ou terrains d'activités), impliquant ainsi tous les résidents, visiteurs, professionnels de l'affichage, commerçants, artisans, associations, et même loueurs d'hébergements touristiques.

Une élaboration partenariale

À la suite d'un inventaire des dispositifs existants sur le territoire, qui a permis d'identifier les enjeux spécifiques en matière de place comme de visibilité des publicités, pré enseignes et enseignes dans le cadre de vie, des orientations stratégiques ont été définies. Elles ont ensuite été traduites dans un zonage et dans un règlement associé permettant de répondre au mieux aux caractéristiques des espaces de Grand Lac.
Ce travail, construit avec les élus des 28 communes de Grand Lac, est désormais en cours de partage avec les partenaires institutionnels, professionnels, associations et usagers. Ces échanges permettront de nourrir le projet avant la finalisation des réflexions prévue en début d'année prochaine.
L'année 2025 sera également consacrée à la phase administrative du projet, lors de laquelle une **enquête publique** sera lancée, afin d'aboutir à une mise en application du RLPi début 2026.

À vous de participer !

Les documents relatifs à la procédure ainsi que les documents clés de travail sont à la disposition du public au fur et à mesure de l'avancement de la réflexion :
- en téléchargement sur **grand-lac.fr**
- en version papier au siège de Grand Lac ainsi que dans les mairies des 28 communes du territoire.

De même, jusqu'à mi-janvier 2025, chacun peut indiquer ses observations relatives au projet de RLPi :
- sur le cahier de concertation disponible dans les mairies et au siège de Grand Lac ;
- par message électronique à l'adresse **reglement-publicite@grand-lac.fr**

Partie 3 : Avis des Personnes Publiques Associées

1. Personnes publiques & organismes associés au projet :

Le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal a été notifié pour avis, en amont de l'enquête publique, à :

- Mairie de AIX LES BAINS
- Mairie de BOURDEAU
- Mairie de BRISON SAINT INNOCENT
- Mairie de CHANAZ
- Mairie de CHINDRIEUX
- Mairie de CONJUX
- Mairie de DRUMETTAZ-CLARAFOND
- Mairie de ENTRELACS
- Mairie de GRESY SUR AIX
- Mairie de LA BIOLLE
- Mairie de LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT
- Mairie de LE BOURGET DU LAC
- Mairie de LE MONTCEL
- Mairie de MERY
- Mairie de MOTZ
- Mairie de MOUXY
- Mairie de ONTEX
- Mairie de PUGNY CHATENOD
- Mairie de RUFFIEUX
- Mairie de SAINT OFFENGE
- Mairie de SAINT OURS
- Mairie de ST PIERRE DE CURTILLE
- Mairie de SERRIERES EN CHAUTAGNE
- Mairie de TRESSERVE
- Mairie de TREVIGNIN
- Mairie de VIONS
- Mairie de VIVIERS DU LAC
- Mairie de VOGLANS
- METROPOLE SAVOIE
- SNCF IMMOBILIER
- INAO
- PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR) DES BAUGES
- CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA SAVOIE
- CONSEIL DEPARTEMENTAL DE LA SAVOIE
- CHAMBRE INTERDEPARTEMENTALE D'AGRICULTURE SAVOIE MONT-BLANC
- CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT
- PREFECTURE DE LA SAVOIE
- CONSEIL REGIONAL AUVERGNE RHÔNE-ALPES
- COMITE NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE
- DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES DE LA SAVOIE
- DREAL AUVERGNE RHONE ALPES

- UDAP
- CNPF
- CDNPS
- GRAND LAC en sa qualité d'autorité organisatrice de la mobilité
- GRAND LAC en sa qualité d'autorité en charge du Programme Local de l'Habitat
- ATELIER CITOYEN

2. Avis émis par les Personnes Publiques Associées et reçus par la Communauté d'Agglomération Grand Lac :

Ces avis sont reproduits ci-après (pages suivantes) :

- Avis de la Mairie de BOURDEAU reçu le 15 mai 2025.
- Avis de la Mairie de CHINDRIEUX reçu le 20 mai 2025.
- Avis de la Mairie de DRUMETTAZ-CLARAFOND reçu le 18 juin 2025.
- Avis de la Mairie de ENTRELACS reçu le 30 mai 2025.
- Avis de la Mairie de LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT reçu le 10 juin 2025.
- Avis de la Mairie de MERY reçu le 10 juin 2025.
- Avis de la Mairie de MOUXY reçu le 2 mai 2025.
- Avis de la Mairie de PUGNY CHATENOD reçu le 22 avril 2025.
- Avis de la Mairie de SERRIERES EN CHAUTAGNE reçu le 27 mai 2025.
- Avis de la Mairie de TREVIGNIN reçu le 5 mai 2025.
- Avis de la Mairie de VIVIERS DU LAC reçu le 12 mai 2025.
- Avis de la Mairie de VOGLANS reçu le 13 juin 2025.
- Avis de METROPOLE SAVOIE reçu le 8 septembre 2025.
- Avis du PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR) DES BAUGES reçu le 24 juin 2025.
- Avis du CONSEIL DEPARTEMENTAL DE LA SAVOIE reçu le 17 avril 2025.
- Avis de l'UDAP reçu le 28 avril 2025.
- Avis de la CDNPS reçu le 16 juin 2025.

2.1 - Avis de la Mairie de Bourdeau

Envoyé en préfecture le 15/05/2025
Reçu en préfecture le 15/05/2025
Publié le
ID : 073-217300508-20250422-DELIB202523-DE

REPUBLIQUE FRANCAISE

DEPARTEMENT SAVOIE

BOURDEAU

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU 22 AVRIL 2025

L'an deux mille vingt-cinq, le vingt-deux avril à dix-neuf heures cinq minutes, le Conseil municipal légalement convoqué, s'est réuni en séance publique à la mairie sous la présidence de Monsieur Jean-Marc DRIVET, Maire.

Nombre de Conseillers	
Afférents au Conseil Municipal	15
En exercice	15
Présents	12
Absents	3
Pouvoirs	2
Votants	14
Pour	12
Contre	0
Abstentions	2

Etaient présents : Mmes & M., Michel ARDOUVIN, Marc BARRILLON, Martine BEGET, Loïc BELINGHERI, Jean-Claude CARPENTIER, Jean-Claude DIJOUD, Jean-Marc DRIVET, Pierre Marie GAURY, Cécile GAVARD, Clovis, GODINOT, Chantal RYON, Jacques VROMANT

Absents excusés avec pouvoir : Sophie GOMMET pouvoir à Jacques VROMANT, Christine VINCENT pouvoir à Martine BEGET,

Excusé : Frédéric DUQUESNEL

Désignation du secrétaire de séance : Michel ARDOUVIN est désigné à ce poste en vertu de l'article L.2121-15 du CGCT.

Date de la convocation
17 avril 2025

Date d'affichage
17 avril 2025

Avis 2025_23

Approbation projet Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPI sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 21 octobre 2024, et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par son Maire et Michel ARDOUVIN, référent.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPI par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPI a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPI de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

➢ Des objectifs généraux

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ Des objectifs spécifiques

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;

Envoyé en préfecture le 15/05/2025
Reçu en préfecture le 15/05/2025
Publié le
ID : 073-217300508-20250422-DELIB202523-DE

- Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la réglementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
- Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
- Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
- Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- En matière d'enseignes :

- Respecter les éléments de façade ;
- Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
- Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :

- Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :

- Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
- Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
- Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
- Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :

- Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
- Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
- Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :

- Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
- Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :

Envoyé en préfecture le 15/05/2025
Reçu en préfecture le 15/05/2025
Publié le
ID : 073-217300508-20250422-DELIB202523-DE

Avis 2025_23
Approbation projet
Règlement Local de
Publicité
Intercommunal (RLPI)

- Limiter la place des publicités [illegible] résidentielle sur l'ensemble du territoire,
- Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
- Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

- Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi

- Consécutif aux présentations des COPILS RLPI de Grand Lac et de l'outil ARCHIBALD permettant d'imager concrètement pour notre commune, toutes les enseignes, préenseignes & publicités conformes et non conformes, l'ensemble des élus font remarquer l'aspect architectural de l'enseigne du restaurant étoilé LAMARTINE. En effet, à la vue de l'outil, cette enseigne n'est pas conforme.

Il est donc demandé que soit considéré l'aspect esthétique & architectural de cette enseigne isolée en acier corten qui s'intègre à la vue et à la richesse des lieux. Celle-ci ne doit pas être considérée comme non conforme, objet d'un arrêté d'urbanisme.

- Il est donc demandé que soit intégré au sein de ce règlement, une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 21 octobre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDERANT les remarques et la demande de modification de la commune précédemment exposées ;

Envoyé en préfecture le 15/05/2025
Reçu en préfecture le 15/05/2025
Publié le
ID : 073-217300508-20250422-DELIB202523-DE

Le Conseil de municipal, après en avoir délibéré, par 12 voix pour, 0 voix contre et 2 absentions :

Avis 2025_23
Approbation projet Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

- EMET un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- RECOMMANDE la prise en compte des remarques et la demande de modification de la commune listées ci-dessus,
- AUTORISE Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- DIT que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Eléments de discussion :
M. ARDOUVIN rappelle, présente le dernier COPIL RLPI de Grand Lac, tout en commentant les volontés d'uniformité sur l'ensemble des 28 communes.
M. ARDOUVIN précise que la communauté de Grand Lac souhaite apporter une attention particulière locale, par rapport au règlement national à la vue de notre situation historique et patrimoniale.
Tous les aspects touchant à ces dispositifs, enseignes, préenseignes & publicités sont abordés. Les aspects visuels, l'homogénéisation des dimensions, les positionnements locaux & en périphérie, le nombre par façades concernées, la durée des publications, permanentes et/ou éphémères, les périodes d'éclairage nocturnes, interne & externe.
M. ARDOUVIN avec l'aide de l'outil ARCHIBALD présente les contenus conformes et non conformes pour notre commune.
Il en ressort les points significatifs suivants :
- Toutes les publicités en bordure de la route départementale n'ont plus lieu d'être, non réglementaires, établissements n'étant pas sur la commune ;
- Une surexposition des publicités de la pêcherie PARPILLON ;
- Un aspect architectural & d'intégration de l'enseigne du restaurant étoilé LAMARTINE à prendre en considération, ayant fait l'objet d'un arrêté d'urbanisme.

Jean-Claude DIJOUD s'interroge sur l'utilité d'un règlement supplémentaire.

Fait et délibéré en séance.
Suivent les signatures au registre,

Pour extrait conforme

Le secrétaire de séance,
Michel ARDOUVIN

Le Maire,
Jean-Marc DRIVET

MAIRIE DE BOURDEAU (SAVOIE)

2.2 - Avis de la Mairie de Chindrieux

EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL
de la Commune de CHINDRIEUX

SEANCE DU 05 MAI 2025

NOMBRE DE CONSEILLERS EN EXCERCICE :	15
▪ Présents :	12
▪ Absents :	03
▪ Procurations :	01
▪ Votants :	13

CONVOCATION :
Signée et affichée le 30.04.25

Présents : Marie-Claire BARBIER, Laurent COME, Elodie BOUTET, Monique MICHAUD, Monique RIVET, Yohann CHANIAC, Isabelle MOSSAZ, Michel VERJUS, Maurice COUDURIER, Michel MANSO, Jean-Jacques DUCHESNE, Magali CRUZEL

Excusés : Corinne VANWILDEMEERSCH, Mickael GIRERD, Michèle VERMEULEN

Pouvoirs :
Michèle VERMEULEN donne son pouvoir à Monique RIVET

Secrétaire de séance : Yohann CHANIAC

DCM 2025-D-025	**RLPI : AVIS SUR LE PROJET ARRETE PAR LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE LE 25/03/2025**

Madame le Maire rappelle que le 21/02/2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 18/12/2024, et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12/11/2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par Madame le Maire et son élue référente.
Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25/03/2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

I. RAPPEL DES OBJECTIFS POURSUIVIS

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21/02/2019 précitée, sont les suivants.

➢ **Des objectifs généraux**

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ **Des objectifs spécifiques**

- *En matière de publicité et préenseignes :*

- Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;

Accusé de réception en préfecture
073-217300854-20250505-DCM2025-D-025-DE
Date de télétransmission : 19/05/2025
Date de réception préfecture : 19/05/2025

- Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
- Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
- Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
- Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- *En matière d'enseignes :*
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- *En matière d'éclairage :*
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

II. RAPPEL DES ORIENTATIONS GENERALES

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12/11/2024 sont les suivantes :

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

Accusé de réception en préfecture
073-217300854-20250505-DCM2025-D-025-DE
Date de télétransmission : 19/05/2025
Date de réception préfecture : 19/05/2025

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Après avoir entendu l'exposé de Madame le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21/02/2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21/02/2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 18/12/2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12/11/2024 ;
VU la délibération du 25/03/2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25/03/2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

Après en avoir délibéré à l'unanimité, le conseil :

- **EMETS** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Madame le Maire à mettre en œuvre la délibération,
- **DIT** que la délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Ainsi fait et délibéré, les jours, mois et an que dessus, pour copie conforme,

Le secrétaire de séance,
Yohann CHANIAC

Le Maire,
Marie-Claire BARBIER

MAIRIE DE CHINDRIEUX (Savoie)

Accusé de réception en préfecture
073-217300854-20250505-DCM2025-D-025-DE
Date de télétransmission : 19/05/2025
Date de réception préfecture : 19/05/2025

2.3 - Avis de la Mairie de Drumettaz-Clarafond

Envoyé en préfecture le 23/05/2025
Reçu en préfecture le 23/05/2025
Publié le
ID : 073-217301035-20250520-230525-DE

DRUMETTAZ CLARAFOND
Terre d'équilibre

MAIRIE DE DRUMETTAZ CLARAFOND
Arrdt de CHAMBERY - Dépt de la Savoie
EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL N°23.05.2025

Nombre de Conseillers : En exercice 23	*Présents 16*	*Votants 21*

Le 20 MAI 2025, à 19 heures, le Conseil Municipal de la Commune de DRUMETTAZ-CLARAFOND, dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire, à la Mairie, sous la **présidence** de M. Nicolas JACQUIER, maire. M. Guillaume MISTER est désigné Secrétaire de séance.

Date de convocation 14 mai 2025 **Date d'affichage** 15 mai 2025

Les membres présents : Nicole BISILLIAT DONNET, Damien BLANC, Marie-Thérèse CICERO, Philippe ESTIEU, Nicolas JACQUIER, Michel JARGOT, Agron KALLABA, Joëlle LUNARDELLO, Gauthier MARGUET, Guillaume MISTER, Philippe POLLET, Flore QUAY-THEVENON, Marie-Thérèse SALOMON, Audrey TEXIER, Laurence VILLAINE, Jean-Claude WISPELAERE

Excusés avec pouvoir :
Danièle BEAUX-SPEYSER à Nicolas JACQUIER
Rudolph DI GIORGIO à Laurence VILLAINNE
Marie GONCALVES à Jean-Claude WISPELAERE
Maryline HUSSON à Damien BLANC
Michel TRAVERS à Flore QUAY-THEVENON

Excusés : Laura DIDELLE, Pierre MINITTI

INTERCOMMUNALITE - REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL - APPROBATION

Vu le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants,
Vu le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5,
Vu le code général des collectivités territoriales,
Vu la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation,
Vu la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac,
Vu le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 et en conseil municipal le 2 décembre 2024,
Vu la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal,
Vu le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025,
Vu le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal,
Vu l'avis des commissions fonctionnement des 13 et 15 mai 2025,

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019,
CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression,

Envoyé en préfecture le 23/05/2025
Reçu en préfecture le 23/05/2025
Publié le
ID : 073-217301035-20250520-230525-DE

Mme SALOMON, adjointe en charge des finances et de l'économie, rappelle au Conseil Municipal que le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat a été organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024, et un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 2 décembre 2024. De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune. Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

➢ Des objectifs généraux
- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…).

➢ Des objectifs spécifiques

- <u>En matière de publicité et préenseignes :</u>
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, …) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- <u>En matière d'enseignes :</u>
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- <u>En matière d'éclairage :</u>
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes :

Envoyé en préfecture le 23/05/2025
Reçu en préfecture le 23/05/2025
Publié le
ID : 073-217301035-20250520-230525-DE

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et [illegible]ne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualita[illegible]
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Après en avoir délibéré, le Conseil Municipal, à l'unanimité :

- ***EMET un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,***
- ***AUTORISE Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération***
- ***DIT que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.***

Le Secrétaire de Séance,

Guillaume MISTER

Pour extrait conforme,
Le Maire

Nicolas JACQUIER

Envoyé en préfecture le 23/05/2025
Reçu en préfecture le 23/05/2025
Publié le
ID : 073-217301035-20250520-230525-DE

2.4 - Avis de la Mairie d'Entrelacs

Envoyé en préfecture le 30/05/2025
Reçu en préfecture le 30/05/2025
Publié le
ID : 073-200053833-20250526-2025_05_073-DE

ENTRELACS
Commune Nouvelle Savoie

République Française

COMMUNE D'ENTRELACS
SEANCE DU CONSEIL MUNICIPAL DU 26 mai 2025
Délibération n°: 2025-05-073
Nomenclature :8.8

Objet : Avis communal sur le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

NOMBRE DE CONSEILLERS

En exercice : 32
Présents : 27
Pouvoirs : 3
Suffrages exprimés : 30
Ne prend pas part au vote : 0

VOTE
Pour : 30
Contre : 0
Abstention : 0

Décision rendue exécutoire par envoi en Préfecture et publication le :
30.5.2025

L'AN DEUX MILLE VINGT CINQ, LE 26 MAI,

Le Conseil Municipal d'Entrelacs dûment convoqué s'est réuni à 19H30 -en session ordinaire à Salle plurivalente, groupe scolaire l'Albanaise sous la présidence de Monsieur Jean-François BRAISSAND, Maire.

Date de convocation du Conseil Municipal : 19 mai 2025

PRESENTS : Jean-François BRAISSAND, Claire COCHET, Gaëlle GERBELOT, Christophe DERIPPE, Françoise BAIZET-BOYRIES, Yves GRANGE, Gaëlle JANIN-CHEMINOT, André VERDU, Michelle MESSAGEOT, Pascale ROUSSEAU, Pierre BERLIOZ, Jean-Marc GUIGUE, Gérard LEGER, Gérard GROS-JEAN, Evelyne VITTET, Serge GIRARD, Ludovic BUSSARD, Karine MAISNIER-PATIN, Stéphane BERTHET, François CALLENDRET, Laurence DAGAND, Christian ANDRÉ, Séverine DEJEUX, Frédéric TOUSSAINT, Alain PAGET, Bernard SERPOLLET, Jean-Paul SIMON

EXCUSES avec procuration : Laurence DUPESSEY pouvoir à Pascale ROUSSEAU, Coralie REYNAUD pouvoir à Yves GRANGE, Sébastien PIGNIER-TRACOL pouvoir à Alain PAGET

ABSENTS OU EXCUSES :
Jean-Jacques BUGNARD, Monique BIENFAIT, Laurence DUPESSEY, Coralie REYNAUD, Sébastien PIGNIER-TRACOL

SECRETAIRE DE SEANCE : Madame Claire COCHET

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil Municipal du 25 novembre 2024, et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par Yves GRANGE, Adjoint à l'urbanisme.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Envoyé en préfecture le 30/05/2025
Reçu en préfecture le 30/05/2025
Publié le
ID : 073-200053833-20250526-2025_05_073-DE

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. **Rappel des objectifs poursuivis**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

➢ Des objectifs généraux

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ Des objectifs spécifiques

- <u>En matière de publicité et préenseignes :</u>
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- <u>En matière d'enseignes :</u>
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- <u>En matière d'éclairage :</u>
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. **Rappel des orientations générales**

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

Envoyé en préfecture le 30/05/2025
Reçu en préfecture le 30/05/2025
Publié le
ID : 073-200053833-20250526-2025_05_073-DE

VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;

VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDERANT que les élus d'Entrelacs ne formulent aucune remarque complémentaire ;

Le CONSEIL MUNICIPAL, après en avoir délibéré :

- EMET un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- AUTORISE Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- DIT que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Claire COCHET
Secrétaire de séance

Jean-François BRAISSAND
Maire d'Entrelacs

MAIRIE D'ENTRELACS 73410

Pour extrait, certifié conforme.

Envoyé en préfecture le 30/05/2025
Reçu en préfecture le 30/05/2025
Publié le
ID : 073-200053833-20250526-2025_05_073-DE

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;

VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 25 novembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;

VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

2.5- Avis de la Mairie de La Chapelle du Mont du Chat

MAIRIE DE
LA CHAPELLE-DU-MONT-DU-CHAT

Envoyé en préfecture le 05/06/2025
Reçu en préfecture le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025
ID : 073-217300763-20250527-RLPI0622025-DE

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL
Séance du 27 mai 2025

Date de convocation 13/05//2025

L'an deux mil vingt cinq et le vingt sept mai à dix neuf heures zéro minutes,

le Conseil Municipal légalement convoqué, s'est réuni à la Mairie en séance publique sous la présidence de Monsieur Bruno MORIN, Maire.

Etaient présents :	MAGANINHO Miguel, MAITRE-WILDAY Andrew, MILLION-BRODAZ François, MORIN Bruno, NARDOT Jean-Baptiste, PALATIN Maurice, VIAL Malgorzata,
Absents excusés :	FALCETTA-GUTIERREZ Nicole, RIBAT Marion, SCHERA Michelle
Pouvoirs :	SCHERA Michelle pour MORIN Bruno

Nombre de Conseillers
En exercice : 10
Présents : 07
Suffrages exprimés : 08
Andrew MAITRE-WILDAY est nommé secrétaire de séance

****

Délibération n° 062-2025.05.27
INTERCOMMUNALITE :
Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPI)
Avis sur le projet

M. le maire expose :

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 29 octobre 2024 et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par son Maire et/ou un élu référent.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

- Des objectifs généraux

1

Envoyé en préfecture le 05/06/2025
Reçu en préfecture le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025
ID : 073-217300763-20250527-RLPI0622025-DE

• Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
• Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…).

- Des objectifs spécifiques
- En matière de publicité et préenseignes :
• Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
• Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
• Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
• Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
• Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, …) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- En matière d'enseignes :
• Respecter les éléments de façade ;
• Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
• Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :
• Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales
Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
- Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
- Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
- Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
- Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
- Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
- Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
- Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :

- Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
- Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

Envoyé en préfecture le 05/06/2025
Reçu en préfecture le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025
ID : 073-217300763-20250527-RLPI0622025-DE

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :

- Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
- Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
- Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

• Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi
Aucune évolution n'est formulée au sein du Conseil municipal.

Sur le rapport de Monsieur le Maire et après en avoir délibéré, à l'unanimité des présents,
le conseil:

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le ~~XXXXXX~~ 29 OCT. 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;
CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;
CONSIDERANT les remarques/demandes de modification de la commune précédemment exposées ;

- EMET un avis favorable/~~défavorable~~ au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- RECOMMANDE la prise en compte des remarques/demandes de modification de la commune listées ci-dessus, NEANT
- AUTORISE Monsieur/Madame le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- DIT que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Envoyé en préfecture le 05/06/2025
Reçu en préfecture le 05/06/2025
Publié le 05/06/2025
ID : 073-217300763-20250527-RLP10622025-DE

Ainsi fait et délibéré les jours, mois et an ci-dessus
suivent les signatures au registre

Pour extrait conforme,
Le Maire.

Le secrétaire de séance :

La Chapelle Du Mont du Chat (Savoie)

Le Maire,
- certifie sous sa responsabilité le caractère exécutoire de cet acte,
- informe que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant le Tribunal Administratif dans un délai de 2 mois à compter de sa notification, sa réception par le représentant de l'Etat et sa publication.

4

2.6 - Avis de la Mairie de Méry

Envoyé en préfecture le 04/06/2025
Reçu en préfecture le 04/06/2025
Publié le
ID : 073-217301555-20250526-D34_2025-DE

EXTRAIT
DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL

Date de la convocation : 22/05/2025
Date d'affichage : 22/05/202
Nombre de conseillers :
- 19 en exercice
- 17 présents
- 19 votants
- 0 absents excusés

Secrétaire de séance : Christian PERRUISSET

Le lundi 26 mai 2025 à 20h30 **DELIBERATION N°34**

Le Conseil Municipal de la Commune de Méry dûment convoqué en conseil ordinaire à la Mairie sous la présidence de Madame Nathalie FONTAINE, Maire de Méry.

Présents : M. BATSALLE, Y. BESSON, JF. BUFFET, V. CHAUMARD, B. E SILVA, B. EXERTIER, C. FLENET, N. FONTAINE, F. FOURCHES, P. GLOUANNEC, S. LOI, C. PERRUISSET, S.ROULET, A. TORNICELLI, A. VIEIRA, O. VALLET, K. VILLIOD

Procurations : 2
Absents excusés : 0

Objet : AVIS SUR LE PROJET DE RLPI ARRETE PAR LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 25 MARS 2025

M. Stéphane ROULET – 1er adjoint au Maire délégué à l'urbanisme – rappelle à l'assemblée que le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 9 décembre 2024, et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée Mme le Maire.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. **Rappel des objectifs poursuivis**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

➢ **Des objectifs généraux**
- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

Envoyé en préfecture le 04/06/2025
Reçu en préfecture le 04/06/2025
Publié le
ID : 073-217301555-20250526-D34_2025-DE

➢ **Des objectifs spécifiques**

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- En matière d'enseignes :
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

Envoyé en préfecture le 04/06/2025
Reçu en préfecture le 04/06/2025
Publié le
ID : 073-217301555-20250526-D34_2025-DE

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :

   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :

   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi

- Aucune demande d'évolution du projet n'est relevée

Après avoir entendu l'exposé de Madame le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 9 décembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

Envoyé en préfecture le 04/06/2025
Reçu en préfecture le 04/06/2025
Publié le
ID : 073-217301555-20250526-D34_2025-DE

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDERANT qu'aucune modification n'est souhaitée par la commune ;

Le Conseil municipal, après en avoir délibéré :

- **EMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025 sans souhait de modification
- **AUTORISE** Madame le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Le Maire
Nathalie FONTAINE

MAIRIE DE MERY (SAVOIE)

Le Secrétaire de séance
Christian PERRUISSET

2.7 - Avis de la Mairie de Mouxy

MOUXY
Un village où il fait bon vivre

Arrivé - GRAND LAC
02 MAI 2025

Mouxy, le 28 avril 2025

GRAND LAC
A l'attention de M. Renaud BERETTI
Président
1500 Boulevard Lepic
CS 20606
73100 AIX-LES-BAINS

Objet : Règlement local de Publicité Intercommunal

Monsieur le Président,

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal sur l'ensemble du territoire communautaire.

À la suite du débat portant sur les orientations générales qui s'est tenu lors du Conseil municipal le 19 décembre 2024, la commune de Mouxy émet un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le Conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le Maire
Armelle PERSON

MAIRIE DE MOUXY (Savoie)

Mairie de MOUXY — 88, Route de l'Eglise – 73100 MOUXY
09 72 33 48 30 - www.mouxy.fr

2.8 - Avis de la Mairie de Serrières-en-Chautagne

Envoyé en préfecture le 26/05/2025
Reçu en préfecture le 26/05/2025
Publié le
ID : 073-217302868-20250524-2025013-DE

Serrières en chautagne

Séance ordinaire du 24 mai 2025
Extrait du procès-verbal des délibérations du conseil municipal
de la commune de SERRIERES-EN-CHAUTAGNE

Délibération n°2025-013

Objet : Règlement local de publicité intercommunal – avis de la commune de Serrières en Chautagne

Date de la convocation et de l'affichage : lundi 19 mai 2025
Nombre de conseillers en exercice : 13
Nombre de conseillers présents : 08
Nombre de pouvoirs : 02
Nombre de votants : 10
Pour : 10

L'an deux mille vingt-cinq, le 24 mai, le conseil municipal de la commune de SERRIERES-EN-CHAUTAGNE, légalement convoqué, s'est réuni en séance ordinaire, sous la présidence de Brigitte TOUGNE-PICAZO, Maire.

Nom complet	Présents	Absents représentés	Absents excusés	Nom du mandataire le cas échéant
TOUGNE-PICAZO Brigitte	X			
JOURDAN Jean-Marc	X			
PARIS Nicole	X			
BOTTOLI David	X			
BONVARLET Pierre-Alexandre		X		MERLE Alexandre
DESLOGES Laurence			X	
LYARD Céline			X	
MAILLET Jacques	X			
MERLE Alexandre	X			
MOLLEX Mylène			X	
MUGNIER Allison	X			
PIEDVACHE Gaëtan		X		MAILLET Jacques
TRUCHE Nadine	X			

A été nommé secrétaire de séance : TRUCHE Nadine

Rapporteur : Brigitte TOUGNE-PICAZO, Maire.

Envoyé en préfecture le 26/05/2025
Reçu en préfecture le 26/05/2025
Publié le
ID : 073-217302868-20250524-2025013-DE

Exposé des motifs :
Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 12 décembre 2024 et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par M. Jean Marc JOURDAN, Adjoint au Maire.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. Rappel des objectifs poursuivis
Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

- Des objectifs généraux
  - Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
  - Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…).
- Des objectifs spécifiques

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, …) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.
- En matière d'enseignes :
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
- En matière d'éclairage :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales
Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

Envoyé en préfecture le 26/05/2025
Reçu en préfecture le 26/05/2025
Publié le
ID : 073-217302868-20250524-2025013-DE

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.
2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.
3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.
4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².
5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L.581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Après avoir entendu l'exposé de Madame le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 12 décembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;
CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

Envoyé en préfecture le 26/05/2025
Reçu en préfecture le 26/05/2025
Publié le
ID : 073-217302868-20250524-2025013-DE

Après en avoir délibéré, le conseil municipal, à l'unanimité :

- **EMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Madame le Maire à mettre en œuvre la présente délibération,
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à M. le Président de Grand Lac.

Fait et délibéré à Serrières-en-Chautagne le 24 mai 2025.
Mis en ligne sur le site internet de la commune à compter du 26 mai 2025.
Le Maire certifie sous la responsabilité le caractère exécutoire de cet acte qui a été transmis au représentant de l'Etat le 26 mai 2025.

Le Maire
Brigitte TOUGNE-PICAZO

Le Secrétaire de séance
Nadine TRUCHE

2.9 - Avis de la Mairie de Pugny Chatenod

PUGNY CHATENOD SAVOIE

Envoyé en préfecture le 18/04/2025
Reçu en préfecture le 18/04/2025
Publié le
ID : 073-217302082-20250416-DELIB4160425-DE

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL DE PUGNY-CHATENOD
SEANCE DU 16 AVRIL 2025

****

L'an deux mil vingt -cinq et le seize avril à vingt heures, le Conseil Municipal légalement convoqué, s'est réuni à la Mairie en séance publique sous la présidence de M. Bruno CROUZEVIALLE, Maire.

Date de convocation
10/04/2025
Date d'affichage
10/04/2025

Présents : M. Thierry MICHEL, M. Bernard HENRIET, M. François BIQUEZ, Mme Eve CAUQUIL, Mme Annick DEFONTAINE, M. Bernard FRANCONY, M. Philippe GALY, M. Fabrice GUILLOU, M. Julien HERVAULT, Mme Claire MUS, Mme Emmanuelle PROVENT CHAUZU

Absents : Mme Caroline GAY-PARA, M. Thierry COFFINET

Nombre de Conseillers
En exercice : 14
Présents : 12
Votants : 12

Secrétaire de séance : Bernard FRANCONY

DELIBERATION N° 4

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPI)-PROPOSITION DE CONTENU DESTINE AUX COMMUNES POUR FORMULER UN AVIS SUR LE PROJET DE RLPI ARRETE PAR LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE LE 25 MARS 2025

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 04 décembre 2024 et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par un élu référent.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. **Rappel des objectifs poursuivis**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

Mairie – 70 Place de la Mairie – 73100 PUGNY-CHATENOD
Tel 04 79 61 21 74 –E-mail : sg@pugnychatenod.fr

Envoyé en préfecture le 18/04/2025
Reçu en préfecture le 18/04/2025
Publié le
ID : 073-217302082-20250418-DELIB4160425-DE

➢ Des objectifs généraux

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…).

➢ Des objectifs spécifiques

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, …) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.
- En matière d'enseignes :
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
- En matière d'éclairage :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

Envoyé en préfecture le 18/04/2025
Reçu en préfecture le 18/04/2025
Publié le
ID : 073-217302082-20250418-DELIB4160425-DE

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Mairie – 70 Place de la Mairie – 73100 PUGNY-CHATENOD
Tel 04 79 61 21 74 – E-mail : sg@pugnychatenod.fr

Envoyé en préfecture le 18/04/2025
Reçu en préfecture le 18/04/2025
Publié le
ID : 073-217302082-20250416-DELIB4160425-DE

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 04 décembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;
CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression

Le Conseil Municipal, après en avoir délibéré :

- **EMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Ainsi délibéré à l'unanimité

Pour extrait conforme

Le Secrétaire

Bernard FRANCONY

MAIRIE DE PUGNY-CHATENOD (SAVOIE)

Le Maire

Bruno CROUZEVIALLE

Mairie – 70 Place de la Mairie – 73100 PUGNY-CHATENOD
Tel 04 79 61 21 74 –E-mail : sg@pugnychatenod.fr

2.10 - Avis de la Mairie de Trévignin

Envoyé en préfecture le 03/06/2025
Reçu en préfecture le 03/06/2025
Publié le 03/06/2025
ID : 073-217303015-20250526-DEL20250526_07-DE

TREVIGNIN

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL DE LA COMMUNE DE TRÉVIGNIN

Séance du conseil municipal du 26 mai 2025

Délibération n° 20250526-07

L'an deux-mille-vingt-cinq, le 26 mai à 20 heures, le conseil municipal de la commune de Trévignin régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi dans la salle de la mairie, sous la présidence de Monsieur Nicolas CHAPUIS, maire de la commune

Date de la convocation du conseil municipal : 19/01/2025. Date d'affichage : 20/01/2025.

Présents : Messieurs : CHAPUIS Nicolas, ENDERLIN Patrice, L'HUILLIER Mickaël, PERRET Fabien.

Mesdames : GOMEZ Christelle, MAGNIN Christèle, MARIN-LAFLÈCHE Isabelle, ROBERT JANSSENS Agnès, ROUQUET Armelle.

Excusés : Messieurs : EXERTIER Gilbert, MOREAU Éric, MOREAU Dylan, PELLISSIER Quentin (pouvoir à Armelle ROUQUET).

Madame : FAYOLLE Dominique (pouvoir à Nicolas CHAPUIS), GAUTRON Paola.

Membres en exercice : 15 / Membres présents : 9 / Membres votants : 11

OBJET : AVIS SUR LE PROJET DE RLPi ARRETÉ PAR LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE LE 25/03/25

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du conseil municipal le 25 novembre 2024, et un débat s'est également organisé au sein du conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par son Maire.

Par la suite, le conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. **Rappel des objectifs poursuivis**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants :

Envoyé en préfecture le 03/06/2025
Reçu en préfecture le 03/06/2025
Publié le 03/06/2025
ID : 073-217303015-20250526-DEL20250526_07-DE

➢ Des objectifs généraux

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ Des objectifs spécifiques

- <u>En matière de publicité et préenseignes :</u>
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.
- <u>En matière d'enseignes :</u>
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
- <u>En matière d'éclairage :</u>
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
   - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
   - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
   - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
   - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,

Envoyé en préfecture le 03/06/2025
Reçu en préfecture le 03/06/2025
Publié le 03/06/2025
ID : 073-217303015-20250526-DEL20250526_07-DE

- Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
- Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².
5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,
VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;
VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;
VU le code général des collectivités territoriales ;
VU la délibération du 21 février 2019 du conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;
VU la délibération du 21 février 2019 du conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;
VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 25/11/2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;
VU la délibération du 25 mars 2025 du conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;
VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;
CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;
CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer

Envoyé en préfecture le 03/06/2025
Reçu en préfecture le 03/06/2025
Publié le 03/06/2025
ID : 073-217303015-20250526-DEL20250526_07-DE

un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDÉRANT qu'aucune remarques ou demandes de modification de la commune de Trévignin précédemment exposées n'ont été émises ;

Le conseil municipal, après en avoir délibéré :

- **ÉMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

VOTE à l'unanimité des présents et représentés.
Fait et délibéré en séance les, jour, mois et an ci-dessus.

Nicolas CHAPUIS,
Le Maire.

MAIRIE DE TRÉVIGNIN (Savoie)

Mickaël L'HUILLIER,
Secrétaire de séance.

2.11 - Avis de la Mairie de Viviers du Lac

Envoyé en préfecture le 09/05/2025
Reçu en préfecture le 09/05/2025
Publié le 09/05/2025
ID : 073-217303288-20250505-D2025_028-DE

REPUBLIQUE FRANCAISE

DEPARTEMENT
SAVOIE

COMMUNE
VIVIERS DU LAC

Nombre de Conseillers	
En exercice	17
Présents	10
Absents	7
Pouvoirs	4
Votants	14
Pour	14
Contre	-
Abstentions	-
Exclus	-

Date de convocation :
25 avril 2025

Date d'affichage :
25 avril 2025

Délibération D2025_028
Avis sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire du 25 mars 2025

(1/5)

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Le lundi 5 mai 2025 à 19 heures 30 minutes, le Conseil Municipal de cette commune, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances sous la présidence de Monsieur Robert AGUETTAZ.

Étaient présents : M. **AGUETTAZ** Robert, M. **ANDREYS** Stéphane, Mme **ANDUGAR** Sandrine, M. **GRENARD** Michel, Mme **LAPLANCHE** Delphine, Mme **MARTINEZ** Nathalie, Mme **MONANGE** Myriam, M. **ROBERT** Alain, Mme **SCAPOLAN** Martine, Mme **THUILLIER** Marlène.

Pouvoir(s) : M. **CHEVALLIER** donne pouvoir à M. ROBERT
M. **CARRON** donne pouvoir à Mme SCAPOLAN
M. **BELLOT** donne pouvoir à Mme ANDUGAR
Mme **GINET** donne pouvoir à Mme THUILLIER

Absent(s) : Christian **PLUCHE**, Marianne **SPIRITO**, Séverine **MERLIER**.

Secrétaire de séance : Madame Marlène THUILLIER a été désignée secrétaire de séance.

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 4 novembre 2024 et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par son Maire et/ou un élu référent.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. **Rappel des objectifs poursuivis**

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants.

Envoyé en préfecture le 09/05/2025
Reçu en préfecture le 09/05/2025
Publié le 09/05/2025
ID : 073-217303288-20250505-D2025_028-DE

➢ Des objectifs généraux :

- Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
- Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

➢ Des objectifs spécifiques :

- En matière de publicité et préenseignes :
  - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
  - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
  - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
  - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
  - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.

- En matière d'enseignes :
  - Respecter les éléments de façade ;
  - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
  - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.

- En matière d'éclairage :
  - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

Délibération D2025_028
Avis sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire du 25 mars 2025
(2/5)

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes.

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :

Envoyé en préfecture le 09/05/2025
Reçu en préfecture le 09/05/2025
Publié le 09/05/2025
ID : 073-217303288-20250505-D2025_028-DE

- Réduire den[illegible] et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
- Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
- Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
- Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.

2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
   - Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.

4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².

Envoyé en préfecture le 09/05/2025
Reçu en préfecture le 09/05/2025
Publié le 09/05/2025
ID : 073-217303288-20250505-D2025_028-DE

5. Concilier besoins [illegible] territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :

    - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

3. Demande d'évolution du projet de RLPi

Le conseil municipal n'exprime pas de souhait particulier concernant l'évolution du projet de RLPI.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,

VU le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;

VU la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;

VU le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 4 novembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;

VU la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

VU le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;

VU le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDERANT l'absence de demande d'évolution du projet de RLPI de la part de la commune ;

Envoyé en préfecture le 09/05/2025
Reçu en préfecture le 09/05/2025
Publié le 09/05/2025
ID : 073-217303288-20250505-D2025_028-DE

Délibération D2025_028
Avis sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire du 25 mars 2025
(5/5)

Après en avoir délibéré, le Conseil municipal, à l'unanimité :

- **EMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

La secrétaire de séance,

Mme THUILLIER

Le Maire,

MAIRIE DE VIVIERS-DU-LAC

Robert ACHIETTAZ

2.12 - Avis de la Mairie de Voglans

Envoyé en préfecture le 12/06/2025
Reçu en préfecture le 12/06/2025
Publié le 12/06/2025
ID : 073-217303296-20250602-2025_23-DE

EXTRAIT du REGISTRE des DELIBERATIONS du CONSEIL MUNICIPAL

REPUBLIQUE FRANCAISE

DEPARTEMENT SAVOIE

N° 2025-23

NOMBRE DE MEMBRES		
Afférents au Conseil Municipal	En exercice	Présents
19	19	11

Pour : 13
Contre : 0
Abstention : 0

DATE CONVOCATION
28/05/25

DATE D'AFFICHAGE
28/05/25

****

OBJET de la DELIBERATION

****

Avis sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) arrêté par le conseil communautaire le 25/03/2025

Acte rendu exécutoire après dépôt en Préfecture

Le

et Publication ou Notification

Le

De la Commune de VOGLANS - SAVOIE

Séance du 2 juin 2025

L'an deux mille vingt-cinq et le deux juin à vingt heures, le Conseil Municipal de cette Commune, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à la salle du conseil municipal, en mairie, sous la présidence de Monsieur Yves MERCIER, Maire,

Présents : Yves MERCIER, Martine BERNON, Malika BERNOU, Eric BURDET, Sandrine CAVALLO, Anne CHERPIN, Jacques CONVERT, Alain GOUJON, Jean NOIRAY, Cédric POTHIER, Isabelle TETAZ

Absents : Mathieu CROSET, Ophélie DEVEZE, Sylvain GARON-GUINAUD, Floriane PALUMBO, Jean-Claude POULLILIAN, Nadia PULLI, Carmela SICOLI, Sébastien THERME

Pouvoirs : Sylvain GARON-GUINAUD donne pouvoir à Martine BERNON ; Ophélie DEVEZE donne pouvoir à Malika BERNOU

Secrétaire de séance : Sandrine CAVALLO

****

Le 21 février 2019, Grand Lac a prescrit l'élaboration d'un RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire et arrêté les modalités de collaboration avec les communes membres.

Un débat portant sur les orientations générales du règlement local de publicité intercommunal s'est tenu au sein du Conseil municipal le 9 décembre 2024, et un débat s'est également organisé au sein du Conseil communautaire le 12 novembre 2024.

De même, plusieurs temps de construction du projet et comités de pilotage ont été organisés en présence de la commune, représentée par son Maire.

Par la suite, le Conseil communautaire a arrêté le projet de RLPi par délibération en date du 25 mars 2025.

En application des articles L. 581-14-1 du code de l'environnement et L. 153-15 et R. 153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté de RLPi a été soumis pour avis aux communes membres de Grand Lac afin que le conseil municipal puisse rendre un avis sur ce projet dans un délai de trois mois à compter de l'arrêt du projet.

Il appartient désormais au Conseil municipal de se prononcer sur le projet arrêté de RLPi de la Communauté d'agglomération de Grand Lac.

1. Rappel des objectifs poursuivis

Les objectifs poursuivis par l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal, tels que définis dans la délibération du 21 février 2019 précitée, sont les suivants :

- Des objectifs généraux
  - Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
  - Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000...).

Envoyé en préfecture le 12/06/2025
Reçu en préfecture le 12/06/2025
Publié le 12/06/2025
ID : 073-217303296-20250602-2025_23-DE

➢ **Des objectifs spécifiques**

- En matière de publicité et préenseignes :
    - Créer des zones de restriction dans les centres bourgs, ville centre afin de sauvegarder l'architecture et le patrimoine ;
    - Maintenir et renforcer la protection, déjà assurée par la règlementation actuelle, dans les secteurs d'habitat résidentiel ;
    - Assurer la cohérence de traitement des voies reliant les communes ;
    - Mettre à jour les délimitations des zones de publicité règlementée avec celles des zones d'agglomération au sens du Code de la Route ;
    - Privilégier la présence publicitaire dans les zones d'activités (économiques, touristiques, ...) et sur les axes structurants tout en réduisant son impact paysager par des restrictions de nombre ou format et réfléchir à la création d'une charte pour les zones d'activités.
- En matière d'enseignes :
    - Respecter les éléments de façade ;
    - Limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol ;
    - Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
- En matière d'éclairage :
    - Fixer les obligations et modalités en matière de performance énergétique des publicités lumineuses et enseignes en application du Code de l'Environnement.

2. Rappel des orientations générales

Les orientations générales du projet, débattues dans les conseils municipaux des communes membres et lors du conseil communautaire du 12 novembre 2024 sont les suivantes :

1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages – plus lisible et qualitative :
    - Réduire densité et format des publicités et préenseignes dans l'ensemble des agglomérations du territoire – tous types de dispositifs confondus (mur, clôture, au sol lorsqu'autorisé),
    - Maintenir la faible présence des bâches publicitaires sur la ville-centre,
    - Renforcer la qualité des enseignes par des règles d'intégration architecturales applicables sur l'ensemble du territoire, complétées dans les secteurs patrimoniaux,
    - Réduire la place des enseignes perpendiculaires dans les paysages, notamment les paysages urbains centraux.
2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes :
    - Limiter la place des publicités et préenseignes lumineuses – en particulier numérique – y compris à l'intérieur des vitrines,

Envoyé en préfecture le 12/06/2025
Reçu en préfecture le 12/06/2025
Publié le 12/06/2025
ID : 073-217303296-20250602-2025_23-DE

- Encadrer l'implantation des enseignes lumineuses - en particulier numériques - y compris à l'intérieur des vitrines,
- Renforcer et harmoniser les règles d'extinction nocturne pour l'ensemble des dispositifs.

3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales :
   - Simplifier les règles applicables pour en faciliter l'appropriation, tout en assurant la cohérence de celles-ci à l'échelle intercommunale (dispositions générales, un zonage au principe commun sur l'ensemble du territoire),
   - Renforcer la règlementation applicable aux enseignes temporaires.
4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales :
   - Limiter la place des publicités et préenseignes en zones à dominante résidentielle sur l'ensemble du territoire,
   - Encadrer les enseignes sur clôture qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques,
   - Encadrer les enseignes au sol inférieures à 1m² qui ne font pas l'objet de règles nationales spécifiques et maîtriser la place des enseignes au sol supérieures à 1m².
5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre :
   - Déroger à l'interdiction relative de publicités et de préenseignes dans certains lieux d'interdiction mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement pour les publicités et préenseignes supportées par le mobilier urbain.

Après avoir entendu l'exposé de Monsieur le Maire,

***VU** le code de l'environnement, notamment les articles L581-1 et suivants et L581-14 et suivants ;*

***VU** le code de l'urbanisme, notamment les articles L. 153-15 et R. 153-5 ;*

VU le code général des collectivités territoriales ;

***VU** la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ;*

***VU** la délibération du 21 février 2019 du Conseil communautaire définissant les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac ;*

***VU** le débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal qui s'est tenu en conseil municipal le 9 décembre 2024 et au sein du conseil communautaire de Grand Lac le 12 novembre 2024 ;*

Envoyé en préfecture le 12/06/2025
Reçu en préfecture le 12/06/2025
Publié le 12/06/2025
ID : 073-217303296-20250602-2025_23-DE

VU *la délibération du 25 mars 2025 du Conseil communautaire tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;*

VU *le bilan de la concertation annexé à la délibération du 25 mars 2025 ;*

VU *le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal ;*

CONSIDERANT que le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal a respecté les objectifs définis dans la délibération de prescription du 21 février 2019 ;

CONSIDERANT que les travaux de collaboration avec les Communes, les personnes publiques associées et les personnes consultées, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal dont l'objet est de concilier cadre de vie et liberté d'expression ;

CONSIDERANT les remarques/demandes de modification de la commune précédemment exposées ;

Le Conseil de municipal, après en avoir délibéré :

- **EMET** un avis favorable au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire de Grand Lac le 25 mars 2025,
- **AUTORISE** Monsieur le Maire à mettre en œuvre la présente délibération
- **DIT** que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Président de Grand Lac.

Fait et délibéré en séance, les, jour, mois, an, susdits

La Secrétaire de séance,
Mme Sandrine CAVALLO

Le Maire,
M. YVES MERCIER

MAIRIE DE VOGLANS 73 (Savoie)

2.13 - Avis de Métropole Savoie

METROPOLE SAVOIE

B. AUDOY
6/8/25

Chambéry, le 05 septembre 2025

Bâtiment Évolution
25 rue Jean Pellerin
73000 Chambéry
Tél. 04 79 62 91 28
metropole-savoie.com

Monsieur Renaud BERETTI
Président de Grand Lac
Grand Lac Communauté d'Agglomération
1500 Boulevard Lepic
73100 Aix-les-Bains

Président
Thibaut Guigue
1ère Vice-présidente
Corine Wolff
2e Vice-président
Rémy Saint-Germain

Objet : Avis sur le projet de RLPi
Dossier suivi par : Hugo CHAPUIS – Chargé de mission urbanisme - géomatique
Tél. 04 79 26 27 14 | hugo.chapuis@metropole-savoie.com

Monsieur le Président,

Par voie dématérialisée réceptionnée le 7 avril 2025, vous m'avez transmis le projet Règlement Local de Publicité Intercommunal sur l'agglomération de Grand Lac. Je vous en remercie.

Le projet de RLPi définit un zonage différencié, fondé sur les caractéristiques patrimoniales, résidentielles, économiques et paysagères du territoire, qui décline une règlementation adaptée aux besoins identifiés tout en prenant en compte la préservation des paysages urbains.

Par la limitation à un seul dispositif publicitaire (au sol, mural ou implanté sur clôture) par unité foncière, le règlement encadre fortement la densité des dispositifs publicitaires sur le territoire couvert par le RLPi, contribuant ainsi à atténuer leur impact visuel dans le paysage urbain.

En complément, les zones d'entrée de ville, pouvant correspondre à plusieurs typologies de secteurs identifiés par le zonage, font l'objet de dispositions spécifiques. Ainsi, dans les secteurs patrimoniaux (ZP1), les dispositifs publicitaires font l'objet d'un encadrement strict, voire d'une interdiction totale en agglomération d'Aix-les-Bains en secteur patrimonial et paysager. Dans les zones résidentielles (ZP2), les publicités scellées au sol sont interdites. Seules sont autorisées, sous conditions, les publicités et préenseignes apposées sur des murs ou des clôtures aveugles, avec une limitation de leur surface. Ces dispositions visent à limiter l'impact visuel de la publicité en entrée de ville et à préserver la qualité des paysages urbains.

Dans les zones à dominante commerciale (ZP4), le règlement prévoit un cadre plus souple, tout en imposant néanmoins des restrictions sur les dimensions maximales des dispositifs autorisés. La faible étendue de ce zonage à l'échelle du territoire de Grand Lac, associée à la réglementation qui s'y applique, limitent l'impact paysager de la publicité dans ces secteurs généralement plus exposés à une concentration de dispositifs tout en améliorant leur qualité urbaine.

L'ensemble des dispositions du projet de RLPi s'inscrivent pleinement dans la continuité des orientations du SCoT, qui visent à assurer la préservation des paysages et à favoriser la valorisation des entrées de villes et de villages, en particulier dans les secteurs accueillant des zones d'activités économiques ou commerciales.

METROPOLE SAVOIE

Je souhaite cependant attirer votre attention sur la zone d'activité des Sources, située sur les communes de Grésy-sur-Aix et d'Aix-les-Bains. Le projet de RLPi classe l'ensemble de la zone en ZP4a alors que son extension au sud, déjà aménagée, n'est pas intégrée à ce zonage.

Au regard de ces éléments, **le projet de RLPi de Grand Lac est compatible avec le SCoT Métropole Savoie.**

Les services de Métropole Savoie restent disponibles pour tout échange complémentaire.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations respectueuses.

Le Président,



Thibaut GUIGUE

2.14 - Avis du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges

Le Châtelard, le 6 juin 2025

Monsieur Renaud BERRETI,
Président de la Communauté d'Agglomération de Grand Lac
1500 boulevard Lepic
CS 20607 – 73100 Aix les bains

A l'attention de Ombeline De Bouclans

Objet : Avis du PNR du Massif des Bauges en tant que Personne Publique Associée sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac (73)
PJ : Carte actualisée du périmètre d'adhésion du PNR du Massif des Bauges

Dossier suivi par : Romane Girard
Contact : Maison du Parc
73 630 Le CHATELARD
Mel : r.girard@parcdesbauges.com
Tel : 06 22 48 30 83

Madame, Monsieur,

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac a été prescrit par le conseil communautaire le 21 février 2019 et arrêté le 25 mars 2025. Vous nous l'avez adressé pour avis, conformément à l'article L581-14 du code de l'environnement et à l'article L153-16 du code de l'urbanisme je vous en remercie.

En préambule, nous vous rappelons que la charte du Parc, en cours de révision, a été approuvée par les communes, EPCI et départements membres qui ont délibéré en ce sens au premier trimestre 2025. Le décret de classement devrait intervenir d'ici la fin d'année 2025. Les communes de Grand Lac faisant désormais partie du périmètre du PNR du massif des Bauges sont les suivantes : Montcel, Mouxy, Pugny-Chatenod, Saint-Offenge, Saint-Ours et Trévignin.

Maison du Parc
Avenue Denis Therme
73630 Le Châtelard
Tél. 04 79 54 86 40
info@parcdesbauges.com
parcdesbauges.com
parcdumassifdesbauges

Synthèse de l'avis :

Dans sa globalité, le projet de RLPi de Grand Lac est cohérent, exigeant et conforme à la charte. Certaines précisions seraient nécessaires et un encadrement plus strict de l'intensité lumineuse des dispositifs publicitaires et des enseignes serait souhaitable.
Le PNR du massif des Bauges émet un avis favorable sous réserve d'intégration des quelques commentaires formulés dans le présent avis (en gras italique), sur le projet de RLPi de Grand-Lac.

Rapport de présentation :

- Dans sa globalité, le rapport de présentation est clairement formulé et didactique, avec des rappels systématiques du Règlement national de publicité (RNP).
- La mention d'interdiction relative au sein du PNR et des communes membre est juste, à la nuance qu'Entrelacs n'a finalement pas intégré le périmètre du Parc. Les contours définitifs du PNR sont annexé au présent avis et pourront vous être transmis en format sig. pour intégration cartographique.
- Le nombre d'infractions au code de l'environnement relevées sur le territoire de Grand Lac est conséquent. Au sein du PNR, bien que la quantité de dispositifs publicitaires soit moindre, la proportion de ces dispositifs en infraction reste élevée.
- Le rapport soulève un enjeu fort de règlementation locale des enseignes posées ou scellées au sol de moins de 1m², ces dernières n'étant pas règlementées par le RNP. Nous partageons ce constat qui fait l'objet d'une recommandation dans la charte du Parc.
- Le rapport soulève un enjeu fort de règlementation locale des enseignes sur clôtures, ces dernières n'étant pas règlementées par le RNP. Nous partageons ce constat qui fait l'objet d'une recommandation dans la charte du Parc.

- Les objectifs fixés par le RLPi sont les suivants :
  1. Promouvoir une publicité extérieure (publicité, préenseigne et enseigne) soucieuse de la préservation du patrimoine et des paysages 3 plus lisible et qualitative
  2. Limiter la pollution lumineuse et la consommation énergétique des publicités, enseignes et préenseignes
  3. Harmoniser, lorsque cela est possible, les règles sur le territoire selon les caractéristiques et ambiances locales
  4. Apaiser le cadre de vie du quotidien, en particulier dans les secteurs à dominante résidentielle et dans les zones commerciales
  5. Concilier besoins propres aux espaces vitrines du territoire et enjeux patrimoniaux, notamment dans la ville-centre

Ils sont cohérents avec les enjeux de préservation des paysages portés par la charte du PNR.

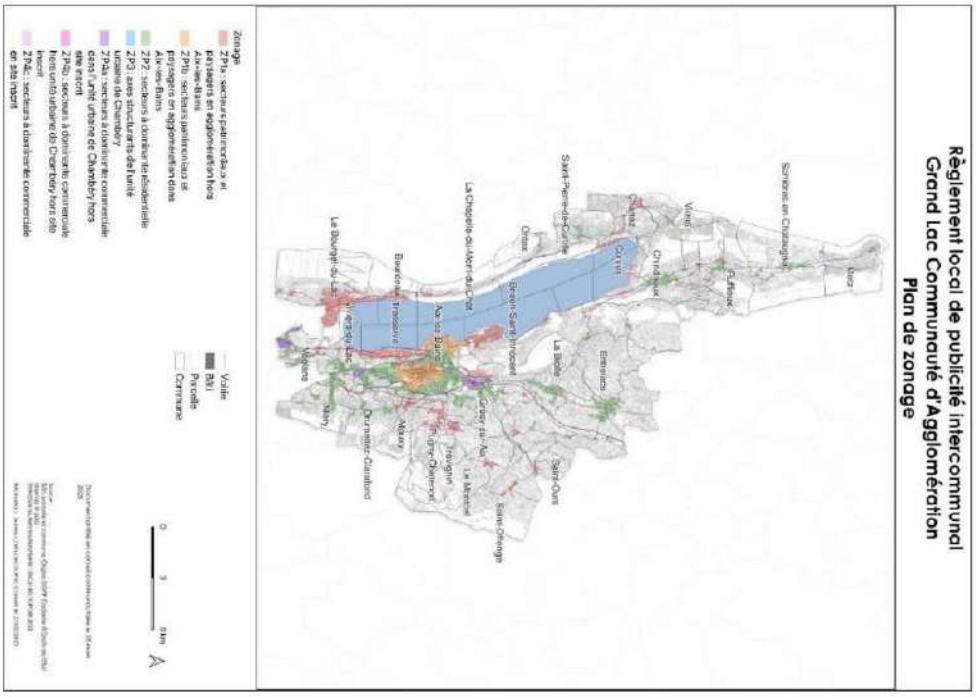
Règlement écrit et zonage

Quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal.
La **zone de publicité n°1 (ZP1)** couvre l'ensemble des secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération. Elle se divise entre :

➢ D'une part la **ZP1a (rouge sur la carte)** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains, comprenant les secteurs en agglomération situés au sein du PNR.

➢ Et d'autre part la **ZP1b (jaune)** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés dans la commune d'Aix-les-Bains.

➢ Les **autres secteurs (zone blanche)** correspondent aux zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et les préenseignes sont interdites en application de l'article L. 581-7 du code de l'environnement, notamment ceux situés au sein du PNR.



Dispositions en matière de publicités et préenseignes

Dans l'ensemble des zones, le règlement prévoit :

- L'extinction de tous les dispositifs publicitaires de 23h à 6h à l'exception de ceux supportés par du mobilier urbain, autorisés durant les heures de fonctionnement des services de transport ;
- L'interdiction de la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- La limitation en surface des dispositifs publicitaires sur mobilier urbain à 2m² et 3m de hauteur

- La limitation des publicités scellées au sol ou installée sur les murs et clôtures aveugles à 1 dispositif par unité foncière ;
- La limitation ou l'interdiction des bâches de chantier dont la ZP1b.

Dans la zone ZP1a, le règlement prévoit :
- L'interdiction des publicités et préenseignes

NB : en zone non agglomérée, les publicités et préenseignes ne font pas l'objet de dispositions du RLPi car elles sont interdites par le code de l'environnement (sauf pré-enseignes dérogatoires).

En matière de dispositifs publicitaires (publicités et préenseignes), ces dispositions sont conformes à la charte du PNR du massif des Bauges. La charte graphique relative aux préenseignes dérogatoires pour les produits du terroir figurant dans la charte du PNR pourrait être annexée au RLPi.

Dispositions en matière d'enseignes

Dans l'ensemble des zones, le règlement prévoit :
- L'interdiction des enseignes sur les arbres et les plantations, les auvents ou marquises, les garde-corps de balcon ou balconnet (sauf pour les enseignes temporaires), les toitures ou terrasses en tenant lieu (excepté en ZP4a, ZP4b et ZP4c).
- Que les enseignes respectent le rythme architectural de la façade pour éviter de dénaturer celle-ci et ne couvrent pas les éléments décoratifs de la façade.
- La limitation des enseignes perpendiculaires à 1 par façade d'un même établissement, la saillie étant limitée à 1m et la surface à 1m².
- Des règles spécifiques aux abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable, afin de conforter les règles pratiquées par l'Architecte des Bâtiments de France dans ces secteurs de sensibilité patrimoniale.
- L'interdiction des enseignes sur clôtures de plus de 1m² et la limitation à une enseigne par voie bordant l'activité dans les autres cas ;
- La limitation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, de plus de 1m², à 3m² maximum (contre 10.5 dans le règlement national)
- La limitation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à 1m², à 1 par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée et leur limitation à 1,50m de haut.
- L'extinction nocturne des enseignes entre 23h et 6h, l'interdiction des enseignes numériques sauf pour les services d'urgence (hors ZP4a, ZP4b, et ZP4c), l'interdiction des enseignes perpendiculaire lumineuses aux abords des monuments historiques et en secteur patrimonial remarquable.
- L'interdiction des enseignes temporaires sur les arbres et plantations, les auvents ou marquises, les toitures ou terrasses en tenant lieu et a limitation de leurs dimensions conformément aux autres enseignes.

En matière d'enseignes, ces dispositions sont conformes à la charte du PNR. L'inventaire du patrimoine bâti n'a pas été pris en compte en tant que tel, cependant des règles plus strictes sont édictées dans les sites patrimoniaux (MH et SPR) et le respect des façades est demandé.

Il n'est pas non plus prévu de limitation de l'intensité de luminescence (inférieure à 100 cd/m²), pourtant recommandée dans la charte du PNR.
Une vigilance a été portée pour l'harmonisation des règles à la fois entre les différents dispositifs ainsi que dans les différents zonages, à l'échelle de l'intercommunalité, ce que nous saluons.

Dispositions en matière de publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial

Dans l'ensemble des zones, le règlement prévoit :

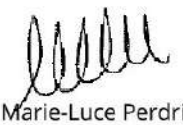
- L'extinction des enseignes, publicités et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, entre 23 heures et 6 heures. Lorsque l'activité cesse ou commence entre 22h et 7h, l'extinction des enseignes lumineuses au plus tard une heure après la cessation ou une heure avant le démarrage de l'activité.
- La limitation des publicités, enseignes et préenseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique à 2 m² de surface cumulée.
-

En matière de publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial, ces dispositions sont partiellement conformes à la charte du PNR, qui prescrit une limitation de surface à 1m² par activité, ce qui ne ressort pas explicitement de la limitation à 2m² cumulés (cas d'activités multiples ?). La charte prévoit également la limitation de leur intensité de luminescence à 100 cd/m², ce qui ne figure pas dans le règlement.

Dans sa globalité, le projet de RLPi de Grand Lac est cohérent, exigeant et conforme à la charte. Certaines précisions seraient nécessaires et un encadrement plus strict de l'intensité lumineuse des dispositifs publicitaires et des enseignes serait souhaitable.
Le PNR du massif des Bauges émet un avis favorable sous réserve d'intégration des quelques commentaires formulés dans le présent avis (en gras italique), sur le projet de RLPi de Grand-Lac.

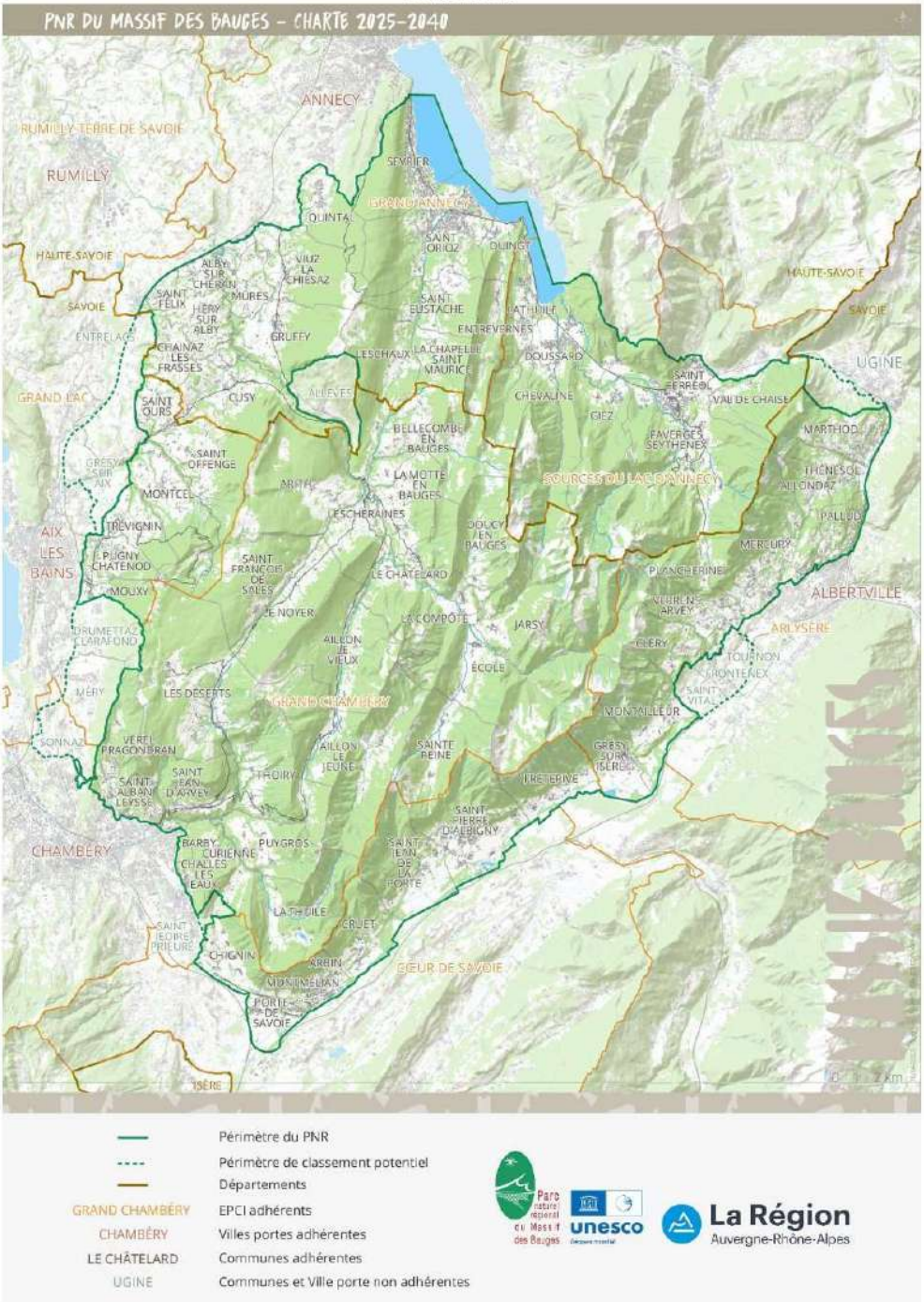
Restant à votre disposition pour toute information complémentaire, je vous prie de croire, Monsieur, en l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

La vice-présidente à l'aménagement du territoire,



Marie-Luce Perdrix

Annexe : Carte du périmètre d'adhésion du PNR du massif des Bauges – Charte 2025-2040



2.15 - Avis du Conseil Départemental

SAVOIE
LE DÉPARTEMENT

Pôle aménagement
SECRETARIAT GENERAL

Service appui technique
Unité planification et aménagement
Hôtel du Département
CS 31802
73018 Chambéry CEDEX

Contact : Emmanuelle THOMAS
04 79 44 50 56
amenagement-sg-urbanisme@savoie.fr

Monsieur Renaud BERETTI
Président
COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
GRAND LAC
1500 boulevard Lepic

73106 AIX-LES-BAINS CEDEX

Nos réf. : ET/VM/PAD-SG/SAT/D/2025/434987

Monsieur le Président,

En application des dispositions de l'article L 153-16 du code de l'urbanisme, vous m'avez soumis pour avis, l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac.

Je me permets de vous rappeler que, bien que les publicités et pré-enseignes soient généralement interdites hors agglomération, les services du Département sont habilités à supprimer toute publicité non autorisée lorsqu'elle se trouve sur le domaine public départemental. Toutefois, le Département ne dispose pas de la compétence pour intervenir sur les enseignes situées sur des parcelles privées en bordure de route départementale.

Concernant le règlement en agglomération, les éléments suivants peuvent être utilement rappelés dans les dispositions générales, notamment pour les permissions de voirie en cas d'implantation sur le domaine public :

- Pour les publicités et pré-enseignes :
  - seules les ZP3 et ZP4 autorisent des dispositifs fixés au sol ou posés sur le sol. Si l'implantation de ces dispositifs est envisagée sur le domaine public départemental, une permission de voirie devra être sollicitée pour définir les conditions techniques de l'implantation, ce qui entraînera le paiement d'une redevance. Si ces dispositifs sont envisagés sur une parcelle privée, l'implantation ne devra pas compromettre la sécurité des usagers de la route départementale en créant des masques de visibilité, notamment dans les intersections. Un avis du gestionnaire de voirie devra être sollicité pour valider l'implantation.
  - En ce qui concerne les dispositifs fixés sur le mobilier urbain, généralement sur les trottoirs, il convient de prévoir une hauteur sous panneau minimum de 2,30 m afin de permettre le passage des piétons.

- Pour les enseignes :

les enseignes perpendiculaires à la façade et au-dessus d'un trottoir doivent être positionnées à une hauteur sous panneau de 2,30 m pour le passage des piétons ou laisser une largeur de trottoir disponible de 90 cm minimum, pour permettre le passage des personnes à mobilité réduite.

Sous réserve de la prise en compte des remarques formulées, j'émets un avis favorable sur l'arrêt du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'expression de ma considération distinguée.

#signature1#

Pour le Président,
Par déléga
Eva ALIA
Directrice

ement.

Signé par : Eva ALIACAR
Date : 17/04/2025
Qualité : Directrice Générale Adjointe Aménagement

Copie pour information à :
Nathalie SCHMITT - Conseillère départementale
Florian MAITRE - Conseiller départemental

Karine DUBOUCHET-REVOL - Conseillère départementale
Renaud BERETTI - Conseiller départemental

Marie-Claire BARBIER - Conseillère départementale
François MOIROUD - Conseiller départemental

Nathalie FONTAINE - Conseillère départementale
Luc BERTHOUD - Conseiller départemental

Philippe PUYS - Directeur SG/ MTD des 2 Lacs
Mathieu CAILLARD - SG/ MTD des 2 Lacs

2.16- Avis de l'UDAP

PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction régionale des affaires culturelles
Auvergne Rhône-Alpes

**Unité départementale de
l'architecture et du patrimoine
de la Savoie et la Haute-Savoie
Site de Chambéry**

Affaire suivie par :
Isabelle Michaux

Tél. (33) [0]4 79 60 67 65
courriel : isabelle.michaux@culture.gouv.fr

L'Architecte des Bâtiments de France

A

Grand Lac communauté d'Agglomération
1500 Bd Lepic
73100 Aix les Bains
à l'attention de Madame de Bouclans

Chambéry, le 23 avril 2025

Objet : Grand Lac – projet arrêté RLPi
Réf : PG/IM/ 20 - 2025

Monsieur le Président,

Par courrier du 01 avril 2025, vous sollicitez mon avis sur le dossier cité en objet.

Le RLPi arrêté a bien pris en compte les remarques de l'UDAP en créant 1 zonage spécifique « Patrimoine » dans lequel les publicités et pré-enseignes ne sont pas réintroduites ou de façon limitée pour la commune d'Aix-les-Bains.

L'UDAP donne un avis favorable au RLPi arrêté par Grand Lac.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

L'Architecte des Bâtiments de France,
Chef de service,

Philippe GANION

Copie : DDT de la Savoie, service SEEF

2.17- Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS)

FICHE SIMPLIFIÉE
DOSSIER CDNPS

INTITULÉ DU DOSSIER	**Projet de règlement local de publicité de l'agglomération de Grand Lac**
NOM DES INVITÉS PRÉSENTS	
NOM DU RAPPORTEUR	Sandrine ANTUNES – Responsable adjointe service urbanisme – planification Grand LAC Ombeline de BOUCLANS – chargée de mission urbanisme planification Grand LAC
DATE DE LA CDNPS	20/05/25
VOTE	Nombre de voix : 10 avis favorable à l'unanimité
ÉCHANGES (ne rien remplir en cas de vote unanimement favorable)	
SIGNATURES	Le secrétariat de la CDNPS: Sonia DEGORGUE Cheffe du SCPP Présidente : Pour la Préfète et par délégation, La secrétaire générale Laurence TUR

Partie 4 : Bilan de l'enquête publique

1. Bilan des contributions :

Contributions

15 contributions ont été déposées

10 contributions ont été déposées par une personne **anonyme**
Soit 66.6% des contributions

0 contribution **modérée**



Fréquentation

2 836 **visiteurs uniques ont consulté** le site web

917 visiteurs **ont téléchargé au moins un des documents** de présentation
Soit 32.3% des visiteurs

7 visiteurs ont **déposé au moins une contribution**
Soit 0.2% des visiteurs

2. Contributions reçues

Contribution n°1 (Web)

Proposée par Cornetti didier

Déposée le vendredi 12 septembre 2025 à 16h35
Adresse postale : 82 Montee Du Fort 73310 Chanaz

Il serait utile que les artisans et commerçants qui ne sont pas sur les axes passant, qui ce trouvent dans les ruelles ,ou en arrière des axes soit indiqué par leur activités.
Pourquoi pas une indication avec des panneaux qui rappelle l'histoire de l'endroit . (panneau en bois , en pierre ou en fer etc....)
Cela permettrait aux touristes de désengorger les axes principaux et de découvrir des ruelles qui méritent souvent d être vues.
De plus l'activité commercial et artisanal de nos villes et villages sont en déclin , vous pouvez imaginez ceux qui ne sont pas vu et qui ne sont pas sur les axes principaux.

Contribution n°2 (Web)

Proposée par anonyme

Déposée le mardi 16 septembre 2025 à 10h38

- limiter l'illumination des enseignes à 1h max après fermeture (ex Carrière qui laisse allumé quasi toute la nuit alors qu'elle se situe dans la zone protégée du Corsuet (animaux) et que les lumières communales sont éteintes...)

- interdire les écrans , au moins ceux visibles d'une route /voie (éblouissements de nuit et cause d'inattention routière), cf celui de Carrefour, voir interdiction totale (écologie: energie + fabrication/transport)
... histoire de ne pas finir comme la ville de Blade Runner avec des pubs agressives qui bougent de partout...

Merci par avance

Contribution n°3 (Web)

Proposée par HERRY Alain

Déposée le mardi 16 septembre 2025 à 10h47
Adresse postale : 234 rue de sarraz 73100 grésy sur aix

Une application stricte déjà des textes législatifs et réglementaires sur ce sujet serait le minimum demandée

---

Contribution n°4 (Web)

Proposée par anonyme

Déposée le mardi 16 septembre 2025 à 19h31

Les panneaux aux entrées et sorties de ville sont une véritable pollution visuelle.
Par contre, réserver des emplacements pour des affichages temporaires (panneaux, banderoles) pour des manifestations culturelles, des fêtes locales, associatives, des événements locaux au niveau des ronds points, des carrefours, des feux est une bonne chose.
Si l'on souhaite uniformiser ce type de communication, prévoir des panneaux standardisés lumineux à défilement et dédiés.

Contribution n°5 (Web)

Proposée par anonyme

Déposée le mardi 16 septembre 2025 à 19h33

Les panneaux publicitaires aux entrées et sorties de ville sont une véritable pollution visuelle.
Par contre, réserver des emplacements pour des affichages temporaires (panneaux, banderoles) pour des manifestations culturelles, des fêtes locales, associatives, des événements locaux au niveau des ronds points, des carrefours, des feux est une bonne chose.
Si l'on souhaite uniformiser ce type de communication, prévoir des panneaux standardisés lumineux à défilement et dédiés.

Contribution n°6 (Web)

Proposée par anonyme

Déposée le mardi 16 septembre 2025 à 19h36

Stop aux enseignes lumineuses éclairées entre 20h et 8h. Stop aux vitrines éclairées aux heures de fermeture des magasins.

Contribution n°7 (Web)

Proposée par anonyme

Déposée le mercredi 17 septembre 2025 à 13h50

J'ai deux points à partager :

- quand les associations mettent des affiches papier/pancarte pour des événements, il serait bien de les enlever une fois l'événement passé.

- éteindre les enseignes lumineuses entre 23h et 5h, comme les éclairages publiques

---

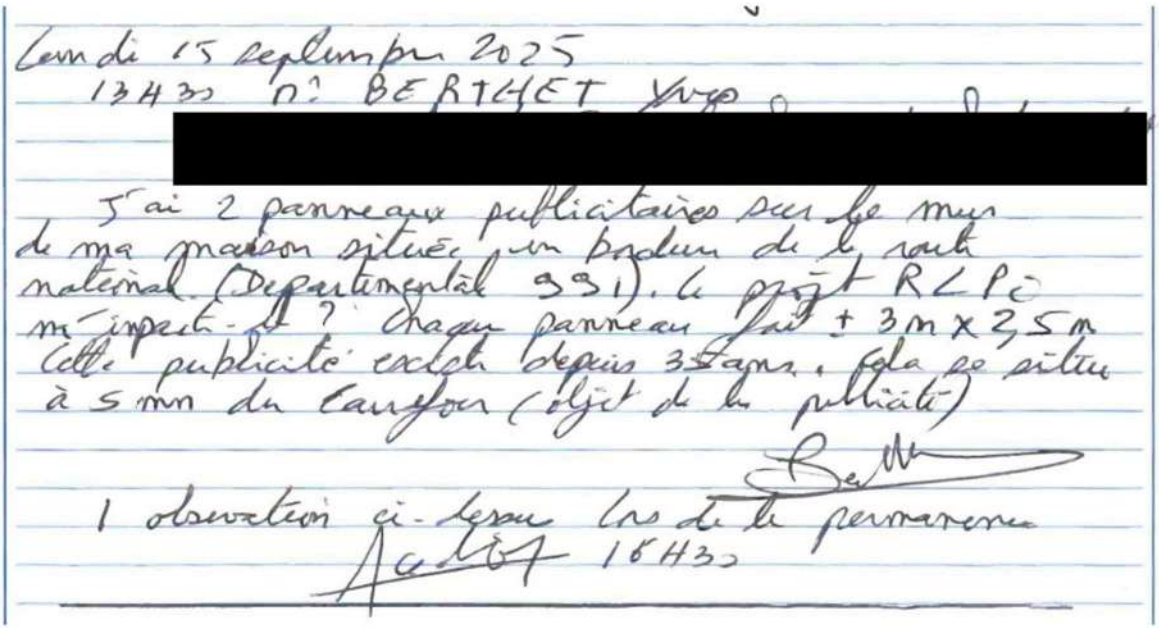
Contribution n°8 (Relais Grand Lac de Ruffieux)

Proposée par anonyme

Déposée le lundi 22 septembre 2025 à 10h13

Contribution du 15/9/25 de Mr BERTHET sur le registre papier du relais Grand Lac de Ruffieux : panneaux publicitaire muraux

1 document associé
contribution_8_Relais Grand Lac de Ruffieux_1.pdf



Lundi 15 septembre 2025
13H30 M. BERTHET [redacted]

J'ai 2 panneaux publicitaires sur le mur de ma maison située au bord de la route national (Départementale 991). Le projet RLPi m'impacte-t-il ? Chaque panneau fait ± 3m x 2,5m. Cette publicité existe depuis 35 ans. Cela se situe à 5 mn du canyon (objet de la publicité)

1 observation ci-dessus lors de la permanence
16H30

Contribution n°9 (Email)

Proposée par anonyme

Déposée le lundi 22 septembre 2025 à 11h34

NON au RLPI Grand Lac

Objet : NON au RLPI Grand Lac

Monsieur, madameNON au RLPI Grand Lac.- Je veux que les villages de Chautagne et Grand Lac restent avec leurs spécificités et ne soient standardisé- Je refuse que la Chautagne et Grand Lac soient défiguré par les panneaux de la région rhône-alpes de la république en France- Je refuse que votre projet augmente la taxe foncière que je paie et que je ne devrais pas payer - Je refuse d'être contrainte et obligée de lire les publicités de la république en France - Les habitants de Chautagne et Grand Lac sont adultes et majeursMerci pour votre prise en compte de mon mail pour arrêter votre projet.Habitante de Chautagne Dominique Rémondat Saint-pierre-de-curtille SAVOIE

Contribution n°10 (Email)

Proposée par anonyme

Déposée le lundi 29 septembre 2025 à 12h15

Enquête publique RLPi Grand Lac

Objet : Enquête publique RLPi Grand Lac

**

*Monsieur le Commissaire Enquêteur, *

J'ai le plaisir de vous adresser en pièce jointe la contribution des associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie et Résistance à l'Agression Publicitaire, à l'enquête publique relative au projet de règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac.

Je vous remercie par avance de bien vouloir accuser réception de ce message.

Bien cordialement

--

2 documents associés
contribution_10_Email_1.png
contribution_10_Email_2.pdf

Projet de RLPi de Grand Lac (73)
Observations des associations

Paysages de France
Les Amis de la Terre en Savoie
France Nature Environnement Savoie
Résistance à l'Agression Publicitaire

Le 29 septembre 2025

Préambule

Le changement climatique est bien là : des évènements extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant constitue une épée de Damoclès pour notre vie sur Terre.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale[1]. Or, la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public et dans le cerveau des citoyens. Elle constitue par ailleurs une source de nuisances importantes :

- **pollution visuelle** dégradant les paysages et le cadre de vie,
- **incitation à la surconsommation**, contribuant ainsi à l'érosion de la biodiversité, à l'épuisement des ressources et au réchauffement climatique, et mettant en difficulté les populations précaires ainsi poussées à acheter et consommer plus que nécessaire,
- **danger pour les automobilistes et cyclistes**, inévitablement distraits pendant leur trajet,
- **concurrence déloyale envers les petits commerçants** et PME/ETI, qui n'ont pas les moyens d'y recourir,
- vecteur de **messages souvent discriminants**, notamment sexistes ou racistes[2],
- **pollution lumineuse** importante (lorsqu'elle est numérique ou lumineuse), néfaste pour la biodiversité, la santé humaine et les paysages nocturnes,
- source de **consommation d'énergie et de ressources** (encres, papier, écrans, éclairage...).

Il convient également de remarquer qu'un grand nombre de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé", « jouer peut comporter des risques », « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » ...) attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire.

Les règlements locaux de publicité (RLP) doivent donc, outre sauvegarder nos paysages, réduire drastiquement la place des publicités et enseignes dans notre environnement. Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget de la collectivité ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

[1] Quelle publicité pour un monde sobre et désirable ? 2017 : https://www.fnh.org/sites/default/files/pub_et_transition.pdf
[2] Rapport: Le sexisme dans la publicité française, 2020 : https://antipub.org/wp-content/uploads/2021/01/2020-01-08-Rapport-Le-sexisme-dans-la-publicit%C3%A9-fran%C3%A7aise-26Mo.pdf

Règlements locaux de publicité : quelques contre-vérités

Afin de justifier des règlements en totale contradiction avec les impératifs écologiques actuels, de nombreuses collectivités, soutenues par leur bureau d'études, n'hésitent pas à asséner avec assurance des idées reçues auxquelles il est absolument nécessaire de tordre le cou !
Le projet de RLPi de Grand Lac n'y échappe pas.

« Le RLPi n'a pas vocation à répondre aux enjeux relatifs au changement climatique »[3]

L'article 2 de la loi du 29 décembre 1979, toujours en vigueur, indique bien : *« **Afin d'assurer la protection du cadre de vie,** la présente loi fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes... »*

A cette époque, il n'était pas question de changement climatique et la préservation des paysages urbains était l'enjeu principal du règlement national de publicité, comme des règlements locaux.

Quarante ans plus plus tard, les bouleversements climatiques déjà en route doivent guider toutes les politiques publiques, a fortiori la réglementation de l'affichage publicitaire, celui-ci étant la source d'une surconsommation épuisant les ressources de la planète, et d'un gaspillage énergétique gigantesque de par ses innombrables dispositifs lumineux.

S'en tenir à l'objectif de 1979 pour construire un règlement de publicité, c'est faire l'impasse sur les enjeux climatiques actuels et continuer comme si de rien n'était, alors qu'il est tout à fait possible de participer à la transition écologique par un RLP réduisant drastiquement la publicité.

« La publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et aux gestionnaires de transport de disposer gratuitement d'abri-voyageurs. »

Au regard des multiples et très graves nuisances qu'engendre la publicité, parler de gratuité est, sinon une tromperie, du moins un raccourci des plus audacieux. Cette publicité dite « gratuite », c'est en réalité l'environnement qui en paiera le prix. Et donc les populations.

En effet, financer un abri-voyageurs ou un panneau d'information municipale par de la publicité, c'est, outre les effets évoqués dans le préambule :

- Pour la collectivité, polluer sciemment des lieux relevant directement de sa responsabilité (trottoirs notamment) ; et imposer aux usagers et habitants des messages publicitaires qu'ils n'ont jamais demandé de recevoir. Pourquoi, dans ces conditions, ne financerait-on pas de la même manière l'entretien des bâtiments publics ? Et plus encore ? Une telle logique, chacun le comprendra, n'est pas innocente.
- Pour la collectivité, faire preuve d'une grande incohérence en adressant des messages vertueux à la population, aussitôt contredits par des publicités incitant à faire le contraire sur l'autre face (inciter à rouler en vélo / promouvoir un SUV…).
- Faire le contraire de ce que font des milliers de communes, notamment celles des parcs naturels régionaux, qui se passent quant à elles d'un argent qui est tout sauf « propre ».
- Mais encore, faire abstraction de toutes les autres nuisances qu'engendrent ces dispositifs : panneaux lumineux aggravant encore la pollution visuelle, danger pour les automobilistes inévitablement tentés de les regarder, matériels utilisant des composants sujets à caution (terres rares exploitées dans des conditions sociales exécrables pour les panneaux numériques), gaspillage énergétique, pollution du ciel nocturne, impact sur la faune…

[3]* Citation de Roland Giberti, président de Marseille-Provence, mais cette phrase est répétée à l'envi par la plupart des bureaux d'études et élus lors des réunions de concertation RLP.

« L'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme. »

Les afficheurs ne cessent de répéter que la publicité dope l'économie, que c'est le carburant de la croissance et donc de l'emploi. Et chacun d'entonner ce refrain, sans jamais se demander si ce slogan "primaire" repose sur le moindre fondement.

Or il s'agit bel et bien et en même temps d'une grossière contrevérité et d'une manipulation.

En réalité, la publicité ne « sert » pour l'essentiel qu'à permettre aux plus « gros » (la grande distribution, les opérateurs de téléphonie, les marques automobiles…) de se livrer une bataille permanente acharnée pour occuper le devant de la scène et ne pas se laisser déborder par leurs concurrents, voire pour les dévorer. Michel Serres parle à ce sujet de « crocodiles qui se dévorent entre eux ».

La publicité extérieure est devenue machine à éradiquer les commerces de proximité et à détruire l'emploi, l'exemple le plus criant étant la grande distribution qui cherche à drainer l'ensemble des consommateurs et à siphonner les clients des commerçants indépendants grâce à des prix d'appel cassés.

Seuls bénéficiaires de l'affichage extérieur : les afficheurs, qui pour gonfler leur chiffre d'affaire, sont sans cesse à la recherche de nouveaux clients et de nouveaux espaces au détriment de notre environnement.

« On ne peut pas interdire totalement les dispositifs numériques »

Cette affirmation répétée par plusieurs bureaux d'étude est une interprétation fallacieuse du Code de l'environnement : si on ne peut interdire la publicité lumineuse sur tout le territoire relevant d'un RLP ou RLPi, on peut cependant limiter ce type de publicité à celle éclairée par projection ou transparence.

Les bureaux d'études jouent sur l'ambiguïté publicité lumineuse / publicité numérique, cette dernière étant souvent considérée comme la seule publicité lumineuse au motif que la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence est soumise aux règles de la publicité non lumineuse.

Pourtant, l'analyse de la jurisprudence révèle que l'interdiction de la publicité numérique par les règlements locaux de publicité est légale, et donc tout à fait possible :

- au regard des dispositions du Code de l'environnement : si, depuis 2012, le Code de l'environnement a été modifié pour **autoriser** la publicité numérique sous certaines conditions, **il n'a pas eu pour effet de la rendre obligatoire** (Conseil d'État, 18 septembre 2017)
- au regard de la liberté du commerce et de l'industrie, et de la liberté de la publicité et de l'affichage : l'interdiction de la publicité numérique prévue par le RLP de Paris est tout à fait légale, considérant :
  - qu'une telle restriction n'était pas entachée d'erreur manifeste d'appréciation compte tenu de la nécessité de lutter contre la dégradation des paysages urbains et les nuisances ;
  - qu'elle ne porte pas à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de la publicité et de l'affichage une atteinte disproportionnée au regard de l'objectif poursuivi (Cour d'appel de Paris, 19 janvier 2016)

L'interdiction de la publicité numérique par le RLP n'est toutefois légale que lorsqu'elle a pour finalité la protection du cadre de vie (Cour d'appel de Bordeaux, 4 décembre 2018)

Plusieurs collectivités ont d'ores et déjà interdit tout dispositif numérique sur leur territoire (publicité sur domaine privé, sur mobilier urbain, enseignes) : Lons-le-Saunier (Jura), Romorantin (Loir et Cher), Biot (Alpes-Maritimes), **Grand Chambéry, Grand Annecy**... Grenoble Alpes Métropole a limité ces dispositifs aux zones d'activités. La ville de Paris a interdit toute publicité numérique sur son territoire.

L'interdiction totale des dispositifs numériques est donc légale ; elle doit cependant être motivée par la protection du cadre de vie dans le rapport de présentation du RLP, sous peine d'être fragilisée juridiquement.

PRINCIPES GÉNÉRAUX

1. De réelles avancées, compromises par des mesures regrettables

L'une des mesures positives du RLPi de Grand Lac est sans nul doute l'harmonisation du format maximum des publicités à 4,7 m² sur le domaine privé avec une règle de densité plus restrictive que celle du RNP.

Il faut également saluer la réglementation des enseignes sur clôture, la limitation de celles de moins de 1 m² au sol, ou encore le quasi-alignement des enseignes temporaires sur les enseignes permanentes

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par l'instauration d'une ZP3 massacrant la ZP2 et les innombrables dispositifs numériques qui pourront être installés sur tout le territoire.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction des enjeux actuels listés en préambule (lutte contre la surconsommation et le réchauffement climatique, protection du ciel nocturne, préservation de la biodiversité et de la santé humaine…).

Le projet de RLPi de Grand Lac est donc à revoir afin de préparer au mieux la transition écologique. Nous formulons pour cela une série de préconisations argumentées tout au long de ce document :

Préconisations générales :

- Limiter au maximum les dispositifs lumineux, et proscrire les numériques, y compris à l'intérieur des vitrines. Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse.** Voir points 5, 6 et 14.

- Supprimer les dérogations au Règlement National de Publicité prévues dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix-les-Bains,

- Limiter la taille maximale des publicités à 2 m², sauf éventuellement en zones d'activités et sur les bâches de chantier (sur ces dernières, une limite à 12 m² paraît raisonnable) ;

- Limiter la densité des publicités en instaurant un maximum d'une publicité par unité foncière supérieure à 50 m,

- Instaurer une zone blanche de 200 m autour des établissements éducatifs et culturels, en intégrant leurs abords à la ZP1a, pour protéger les enfants et les jeunes des impacts de la publicité.

2. Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement

La protection du cadre de vie, celle de l'environnement en général – devenue vitale pour l'avenir de la planète et qui commande de réduire au maximum la place de la publicité extérieure – peuvent faciliter au demeurant une avancée décisive sur un tout autre plan.

Il est en effet un droit fondamental, celui de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier d'un même degré de protection de leur cadre de vie.

Or prendre pour critère hiérarchisant la qualité supposée des lieux conduit inéluctablement à aggraver la situation dans certains des quartiers les moins bien lotis de ce point de vue et donc à favoriser les inégalités au lieu de les réduire.

La mise en place d'un RLP selon cette logique ferait alors de la collectivité elle-même celle qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité.

Ainsi, le projet interdit toute publicité en ZP1a, la limite fortement en ZP1b, **exclut de la ZP2 les habitants qui auraient le malheur de résider le long d'un axe structurant,** et enfin va permettre de continuer à polluer les zones d'activités qui au contraire, auraient besoin d'un traitement de faveur !

Préconisations :

- Supprimer la ZP3 pour l'intégrer à la ZP2. A défaut, remplacer la dénomination « axes structurants » par « axes afficheurs »

- Réhabiliter les zones d'activités par une limitation drastique de la publicité et une harmonisation de la réglementation des enseignes avec celle applicable en centre-ville.

PUBLICITÉS

3. Publicités scellées au sol et sur mur : des améliorations sont possibles

La collectivité souhaite limiter fortement l'impact des publicités en zone résidentielle puisque n'y seraient autorisés que des dispositifs de 1,5 m² sur mur.

Pourquoi refuser d'appliquer cette mesure aux habitants de ces zones résidant le long des grands axes ? Comme ils doivent déjà subir la pollution atmosphérique et sonore liée à la circulation automobile, on pourrait donc leur ajouter la pollution visuelle avec des panneaux de 4,7 m² sur mur et scellés au sol ! Il s'agit sans doute de répondre aux demandes des afficheurs, mais est-ce là l'objectif d'un règlement de publicité ?

Enfin, les zones d'activités pourraient elles aussi bénéficier de la règle de la ZP2 (limitation à 1,5 m²), avec éventuellement la possibilité d'y ajouter des panneaux de même dimension scellés au sol. Cela permettrait sans conteste d'améliorer l'image de ces zones commerciales, de les apaiser et peut-être même de les rendre désirables…

Préconisations :

- **Supprimer la ZP3 pour l'intégrer en ZP2** *(voir également le point 2),*
- **Interdire la publicité scellée au sol**, sauf éventuellement en zone d'activités.

4. Règles d'extinction nocturne trop laxistes

Laisser des publicités éclairées une partie de la nuit est une mesure du siècle précédent. Les exigences de sobriété, de limitation du gaspillage et d'exemplarité imposent une règle plus contraignante que celle du règlement national. L'inutilité flagrante de ces publicités allumées la nuit alors que la circulation est souvent quasi inexistante ne peut que renforcer cet argument.

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public, installer massivement des publicités lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Par ailleurs, si le RNP ne permet actuellement pas d'interdire la publicité lumineuse dans les RLP, le collectif inter-associatif "Zéro Watt pour la pub"[4] soutient à l'échelle nationale l'interdiction générale de la publicité lumineuse sous toutes ses formes en demandant une modification du Code de l'environnement afin de l'y intégrer[5].

Préconisations :

- **Imposer l'extinction nocturne de tous les dispositifs (publicités, mobilier urbain et enseignes) de 22h à 7h.** Le RLPi de Grand Chambéry impose ces mêmes horaires d'extinction, une harmonisation des règles en la matière sur ces deux territoires très reliés serait bienvenue.
- **Imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (température de couleur chaude, inférieure à 3000 K, pas d'éclairage vers le ciel, pas d'éclairage direct des milieux aquatiques, pas d'éclairage intrusif dans les habitations…), dans l'esprit de l'arrêté de 2018 relatif à la réduction des nuisances lumineuses.

[4]Collectif composé de : Les Amis de la Terre, France Nature Environnement, Paysages de France, la Ligue de Protection des Oiseaux, Greenpeace, Sites et Monuments, Agir pour l'Environnement, ATTAC, Extinction Rebellion France, Naturalistes des Terres et Résistance à l'Agression Publicitaire

[5]Voir la pétition sur le sujet : https://agir.greenvoice.fr/petitions/zero-watt-pour-la-pub

5. Publicité numérique : un très mauvais exemple

Le projet de RLPi de Grand Lac autorise la publicité numérique **sur le domaine privé et sur le domaine public** le long des axes structurants, donc en zone résidentielle ainsi que dans les zones d'activités de l'unité urbaine, et enfin sur tout le territoire derrière les vitrines au format de 2 m² !

Or, les écrans numériques, muraux ou au sol, à images fixes ou animées, font partie des dispositifs qui, outre le fait qu'ils participent à la banalisation générale des écrans alors même que ceux-ci posent des **problèmes de santé publique**, en particulier chez les plus jeunes[6], ont **le plus fort impact sur l'environnement**. Un panneau publicitaire avec une face numérique consomme 7 fois plus d'électricité que le plus énergivore des mobiliers non numériques[7], et un panneau avec deux faces numériques consomme 13 fois plus, soit entre 6 800 et 12 600 kWh/an, ce qui représente la consommation annuelle de 1 à 2 foyers[8]. Comment justifier une telle débauche dans le contexte du réchauffement climatique ? De plus, pour être fabriqués, ces écrans requièrent là encore de l'énergie mais aussi des matériaux qui sont limités[9] et dont l'extraction se fait souvent au mépris de l'environnement et de la santé des populations locales. Ils sont aussi à l'origine **d'une pollution lumineuse supplémentaire**, nuisant d'autant plus à la faune et la flore nocturne, à la qualité du sommeil de la population et à la visibilité du ciel nocturne.

L'effet perturbateur de ces écrans sur l'ambiance et la sécurité d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent. En effet, la publicité vidéo s'impose au regard en captant l'attention et va à l'encontre de la liberté de réception des citoyens. Certaines recherches scientifiques montrent que les écrans sont en partie responsables de **surcharges cognitives**[10] : *« Dans un espace public saturé de technologies, l'attention s'épuise »*[11] et nous avec. Défendons-la ! Les écrans publicitaires augmentent aussi de manière très importante le **risque d'accident** en attirant irrémédiablement le regard des conducteurs. Par conséquent, ils sont interdits en bords de route en Belgique[12]. Pourquoi pas sur le territoire de Grand Lac ?

Par ailleurs, les écrans publicitaires sont **très impopulaires**. En témoigne une consultation publique menée en 2016 par la RATP, lors de laquelle les citoyens et usagers ont apporté des idées et voté pour celles qui leur paraissaient les plus pertinentes pour « améliorer les services de demain ». Les deux propositions les plus plébiscitées étaient relatives à la régulation de la publicité dans les transports, avec 7 fois plus de votes pour la première, qui demandait d' « enlever les écrans vidéo publicitaires »[13].

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps, la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Préconisations :

- Interdire la publicité numérique sur l'ensemble du territoire.

---

[6] Le Monde, 2017 : https://www.lemonde.fr/sciences/article/2017/05/31/la-surexposition-des-jeunes-enfants-aux-ecrans-est-un-enjeu-majeur-de-sante-publique_5136297_1650684.html

[7] Résistance à l'agression publicitaire, 2017 : https://antipub.org/la-mairie-de-paris-supprete-a-tomber-dans-le-panneau-de-jcdecaux/#consommation

[8] https://www.fournisseurs-electricite.com/compteur/consommation-electrique/moyenne

[9] Consommation électrique moyenne d'un foyer en France : https://ecoinfo.cnrs.fr/2014/03/11/1-epuisement-des-ressources-naturelles/

[10] Interview de Mehdi Khamassi, chercheur en neuroscience au CNR: https://www.youtube.com/watch?v=pLhujCDoJgI

[11] Le Monde, 2013 : https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/07/25/dans-un-espace-public-sature-de-technologies-l-attention-s-epuise_3453676_3224.html

[12] Le placement de panneaux publicitaires LED sur le domaine public routier wallon encadré, 2014 : https://polinfo.kluwer.be/newsview.aspx?contentdomains=POLINFO&id=VS300201558&lang=fr

[13] Résistance à l'agression publicitaire, 2017 : https://antipub.org/la-consultation-publique-de-la-ratp-capturee-par-les-afficheurs/

6. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique » (sauf en ZP1a), la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Grand Lac en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

De la publicité numérique sur mobilier urbain, une faute majeure

Dans sa version actuelle, le projet autorise la publicité numérique dans l'agglomération d'Aix les Bains en ZP3 et ZP4a.

Une collectivité exemplaire se doit d'interdire ces dispositifs sur le domaine public, comme certaines grandes ou très grandes agglomérations l'ont déjà fait : Lons le Saunier, Paris Est Marne et Bois, Grand Lyon, Grand Annecy, Grand Chambéry…

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L' article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que *« Le mobilier urbain peut, **à titre accessoire** **eu égard à sa fonction** [...], **supporter de la publicité** non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »*

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs et la nécessité de disposer l'information institutionnelle dans le sens principal de circulation des véhicules.

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : *« Compte tenu de […] leur positionnement hors du champ de vision de l'usager de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de pré-enseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des pré-enseignes qu'à titre accessoire. »*

Le rapport de présentation[14] , dans sa justification des surfaces publicitaires sur mobilier urbain avance un argument surprenant :

« la surface des publicités supportées par le mobilier urbain mentionnées à l'article R. 581-47 du

[14] Page 85 du rapport de présentation

code de l'environnement ne pourra excéder :

*- 2 mètres carrés (excepté en ZP3 à Aix-les-Bains où **cette surface sera portée à 8 mètres carrés afin de garantir des missions d'information de service public)** ; »*

Il est ainsi légitime de se poser deux questions :

- qu'en est-il dans les autres zones ? L'objectif d'un mobilier urbain d'information est bien d'assurer une mission d'information de service public. Est-ce à dire que cette mission n'est pas assurée dans les autres zones ?

- il est fort probable que cette affirmation répond plutôt à une nécessité d'être visible par les automobilistes ; dans ce cas, il faut absolument prévoir de placer le côté « information institutionnelle » face au sens principal de circulation ; s'il en était autrement, ce serait uniquement pour imposer des publicités de grand format aux automobilistes.

La solution la moins pire serait bien évidemment de réduire à 2 m² sur toute la commune la publicité sur mobilier urbain.

Publicité sur les abris voyageurs : une agression pour les usagers

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement, et Grand Lac ne fait pas exception.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

De plus, la personne qui se tient devant un panneau se trouve visuellement inclue dans le cadre de l'affiche, ce qui peut se révéler dégradant (cas par exemple des affiches de lingerie ou de parfum).

Préconisations :

- Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m²

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.

- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

- Imposer une règle d'extinction nocturne de 22h à 7h (a minima).

- Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (voir point 5).

- Limiter la densité des publicités sur mobilier urbain en instaurant une inter-distance minimale de 200m entre chaque publicité,

- Interdire la publicité sur mobilier urbain autour des établissements éducatifs et culturels, (voir point 1),

- Interdire le numérique sur mobilier urbain (de même que partout ailleurs, voir point 6)

ENSEIGNES

7. Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisations :

- Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²

- Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

8. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que *« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.»*

Dès lors que l'activité d'une entreprise ou d'un commerce cesse, toute enseigne qui reste allumée se transforme de fait en publicité. Tout comme on ferme un robinet après usage ou on éteint en sortant d'une pièce, les enseignes devraient logiquement être éteintes en dehors des heures d'ouverture.

La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisations :

- Imposer l'extinction des enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement jusqu'à sa réouverture au public. A défaut, extinction de 1 h après la fermeture à 1 h avant la réouverture.

- Si éclairage il y a, **imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse** (voir les prescriptions techniques proposées au point 5).

9. Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Le RLPi autoriserait des enseignes numériques jusqu'à 6 m² en ZP4.

Or, les enseignes numériques sont tout aussi agressives et nuisibles pour l'environnement, la sécurité et la santé humaine que les écrans numériques. Ainsi, nombre de communes les interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire.

Doit-on rappeler qu'une enseigne numérique respectant la période d'extinction nocturne de 23 h à 6 h resterait ainsi allumée **pendant 17 h par jour,** avec une consomation électrique encore augmentée pendant les heures ensoleillées pour les dispositifs à gradation lumineuse.

(cf. notre argumentaire au point 6)

Il faut reconnaître qu'il existe bien une limitation des enseignes numériques dans le projet, cependant la justification[15] laisse pantois :

« Les enseignes numériques seront interdites en toute zone, excepté en ZP4a, ZP4b, et ZP4c ou lorsqu'elles signalent un service d'urgence comme une pharmacie. ***Cela permet de limiter l'impact de ces enseignes sur les riverains, de protéger la biodiversité et de limiter les consommations énergétiques. »***

Si l'on peut admettre que les riverains seraient peu impactés par ces enseignes puisqu'assez éloignées des zones d'habitation, on ne peut que déplorer l'absence de protection de la biodiversité et un gaspillage énergétique d'ampleur, sachant que les établissements situés dans ces zones sont ceux qui en général installent les enseignes les plus grandes.

Préconisations :
- Interdire les enseignes numériques.

10. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.
- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

Autoriser des enseignes scellées au sol de 6 m² dans les zones d'activités, y compris dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit dans celles-ci le format maximum autorisé par le RNP, va créer une pollution visuelle majeure, maintenant une image dégradée de ces zones commerciales.

Préconisations :
- Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

11. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans

[15] Rapport de présentation, page 89

leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

Rappelons ici un extrait du rapport de présentation : *« Ces enseignes peuvent présenter un impact paysager important puisque leurs dimensions parfois très importantes les destinent à être vues de loin. Elles peuvent donc porter atteinte à des vues ou des perspectives vers le grand paysage. »*

Ainsi que l'un des objectifs du RLPi : *« Restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités ; »*

En quoi une enseigne sur toiture porterait atteinte au paysage partout sauf en zones d'activités ? C'est bien dans ces lieux qui concentrent le plus d'enseignes sur toiture qu'il faut agir prioritairement.

Préconisations :

- Interdire les enseignes sur toiture également en ZP4, ou à défaut les limiter à 8 m².

12. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

Préconisations :

- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines

- Interdire les enseignes numériques

- Adapter en conséquence le rapport de présentation

L'APPLICATION DU RLPi

Bien que ne faisant pas partie intégrante des documents constitutifs du RLPi, les modalités de communication, de sensibilisation et d'accompagnement des afficheurs et des entreprises du territoire dans son application et de contrôle de celle-ci sont essentielles pour garantir l'efficacité du RLPi.

Pour rappel, plus de 70% des publicités et pré-enseignes recensées dans le diagnostic du RLPi sont en infraction avec la réglementation actuelle et doivent donc dès à présent faire l'objet de demandes de mise en conformité ou de retrait, selon les cas.

Nous tenons donc à pointer dès à présent la nécessité d'**anticiper l'application du RLPi en prévoyant les actions adéquates et les moyens humains et financiers nécessaires** pour les mettre en œuvre (par exemple : actions de communication auprès des entreprises du territoire pour les informer des nouvelles règles à respecter, mise en place de procédures de contrôle et de sanctions pour les entreprises ne respectant pas le RLPi grâce au pouvoir de police des maires…).

Paysages de France

Les Amis de la Terre Savoie

FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT SAVOIE

Résistance à l'Agression Publicitaire

Contribution n°11 (Web)

Proposée par CARNEVALE PATRICIA

Déposée le mercredi 1 octobre 2025 à 19h34
Adresse postale : 465 chemin des essarts - 73370 LE BOURGET DU LAC

Voici ma contribution à l'enquête sur ce règlement (RLPI) (voir PDF joint svp)

Cordialement

1 document associé
contribution_11_Web_1.pdf

Préconisations générales :

- Limiter au maximum les dispositifs lumineux, et proscrire les numériques, y compris à l'intérieur des vitrines. Si éclairage il y a, imposer des dispositifs limitant au maximum la pollution lumineuse
- Supprimer les dérogations au Règlement National de Publicité prévues dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix-les-Bains et autre,
- Interdire la publicité sur mobilier urbain et autres affichages autour des établissements éducatifs et culturels, (200m au moins)
- Réhabiliter les zones d'activités par une limitation drastique de la publicité et une harmonisation de la réglementation des enseignes avec celle applicable en centre-ville
- Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités.
- Imposer l'extinction nocturne de tous les dispositifs (publicités, mobilier urbain et enseignes) **de 20h à 7h.**
- Interdire la publicité numérique sur l'ensemble du territoire.
- Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m
- Limiter à 4 m^2 pour chaque façade

Contribution n°12 (Courrier)

Proposée par Touristes locaux

Déposée le vendredi 3 octobre 2025 à 09h49

Contribution reçue par courrier le 2 octobre 2025

1 document associé
contribution_12_Courrier_1.pdf

GRAND LAC

Elaboration du RLPI

Arrivé - GRAND LAC
02 OCT. 2025

le 25/09/2025

Madame, Monsieur le commissaire enquêteur

Nous souhaiterions apporter notre opinion concernant la pollution des panneaux publicitaires , notamment sur la commune de Chanaz où nous avons souvent l'occasion de nous promener.

Les Bâtiments de France avaient établi une charte il y a quelques années réglementant la publicité dans le périmètre de ce petit village classé.

Dès la 2eme année de mise en place, des panneaux sauvages avaient déjà réapparus sans que cela semble déranger la municipalité.

Récemment, nous y sommes retournés cet été , de nouveaux commerces et de nouveaux panneaux (torréfacteur , épicerie du boulanger...) et plein de banderoles sur le pont.

Comment ce village charmant peut-il garder son agrément. Sans doute plus personne ne vient contrôler.

Nous espérons que cette enquête contribuera à remettre de l'ordre dans tous ces éléments perturbateurs de ce bel endroit comme d'autres d'ailleurs.

Des touristes locaux

Contribution n°13 (Web)

Proposée par PHILIPPE

Déposée le mercredi 8 octobre 2025 à 08h19
Adresse postale : 2 69384 SAINT PRI

Bonjour monsieur le Commissaire Enquêteur,

veuillez trouver ci-joint la contribution de JCDecaux à l'enquête publique du RLPI GRAND LAC.

Bien cordialement,

1 document associé
contribution_13_Web_1.pdf



ENQUETE PUBLIQUE

CONTRIBUTION À L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

CA Grand Lac

Octobre 2025

JCDecaux





LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

Le média publicitaire qui contribue le plus à l'économie des territoires et aux emplois locaux*

- **68% du chiffre d'affaires total, directement ou indirectement, redistribué** sous forme de services, redevances, salaires, fiscalité, loyers ;
- **Des investissements dans les territoires avec un soutien du commerce local et des services au quotidien :** 379 millions d'euros sur la période 2019-2023, dont le financement de plus de 10 000 abris-voyageurs ;
- **5 800 salariés et près de 16 000 emplois indirects** dans les régions, la Communication extérieure emploie 25% des effectifs des médias historiques en France.

* source Etude KPMG pour l'UPE, « *Apport économique, social et environnemental de la Communication extérieure en France* », septembre 2025

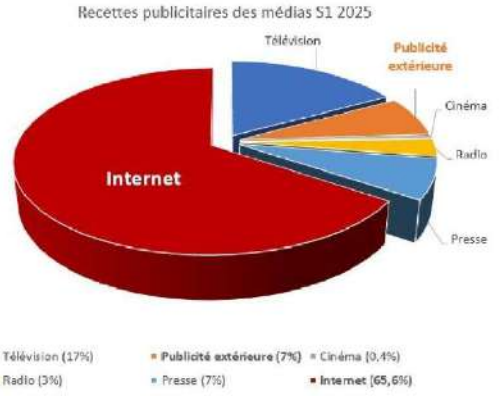
01 | LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

LA PLACE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE AU SEIN DU MARCHÉ GLOBAL

La publicité extérieure ne représente que **7 % des investissements en publicité**, là où Internet en capte 65,6% *(source IREP, 2025)*

En 2030, 65 % des recettes publicitaires en France seront captées par Internet, selon les prévisions de l'ARCOM et du ministère de la Culture (source : **Perspectives d'évolution du marché publicitaire français à l'horizon 2030**)

→ La presse en parle : **Publicité : relocaliser 1 milliard d'euros dans les médias français pourrait créer 12 400 emplois**, selon les Relocalisateurs



01 | LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE

Le média dont la consommation énergétique est la plus performante

OOH et DOOH ne représentent qu'une proportion infinitésimale de la consommation énergétique de la France.

Elle est **6 fois plus sobre en énergie que le digital et 17 fois plus sobre en énergie que la télévision***.

*source : étude KPMG pour l'UPE, mars 2023, rapport au volume de contacts / à l'audience touchée

Le média publicitaire qui a la plus faible empreinte carbone

Une seconde étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, pour un même public touché par les messages publicitaires, **le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias****.

**source : étude KPMG pour l'UPE, mai 2023

Le seul média relevant du Code de l'environnement

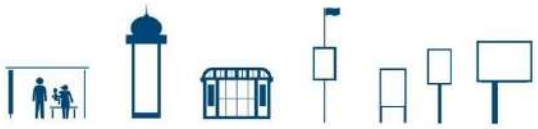
La communication extérieure dispose du **cadre législatif et réglementaire le plus complet et restrictif** au monde.

Cadre réglementaire bien souvent complété par des règlementations locales (RLP(i)).

OOH : Out-Of-Home (= publicité extérieure)

DOOH : Digital Out-Of-Home (= publicité extérieure numérique)

LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE, UN MÉDIA UTILE ET DURABLE



LE MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Il est utile de rappeler :

1. qu'en toute circonstance, **les collectivités maîtrisent l'installation du mobilier urbain sur leur domaine public dans le cadre de contrats passés avec l'opérateur de leur choix.**
   - Type de mobiliers (**format, technologie, design, couleur, nombre**)
   - **Emplacements**
   - **Conditions d'exploitation**
2. que les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains permettent de financer les services qui leur sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris-voyageurs, journaux électroniques, taxe locale sur la publicité extérieure ou redevance…).

Ainsi :
- Un RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits des Villes. Ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.
- **Dans l'hypothèse d'un RLP favorable à l'exploitation publicitaire sur mobilier urbain, la collectivité dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* contrat.**

A défaut :
- Potentielle **remise en cause d'implantations de mobiliers urbains**
- Risque de **rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux usagers**
- Les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains **ne financeront plus les services rendus à la collectivité**

→ ***Inutile de restreindre au sein du futur RLPi les conditions d'implantation/exploitation du mobilier urbain alors que les collectivités en conservent l'entière maîtrise, à travers leur contrat de mobilier urbain.***

SOMMAIRE

01 Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire

02 Sur les contraintes d'implantation

03 Sur la publicité lumineuse

04 Remarques complémentaires

JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal – Octobre 2025

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

LE **CODE DE L'ENVIRONNEMENT** PRÉVOIT QUE **5 TYPES DE MOBILIER URBAIN** PUISSENT SUPPORTER **À TITRE ACCESSOIRE** DE LA PUBLICITÉ (ARTICLES R.581-42 À R.581-47) :



Abris-voyageurs



Kiosques à journaux ou à usage commercial





Colonnes et mâts porte-affiches







Mobilier urbain d'informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

JCDecaux

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Fonction première du mobilier urbain : services apportés aux usagers et communication de la collectivité :

- **Abris-voyageurs** = service public des transports (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
- **Mobiliers d'information** = service public de l'information (arrêt du CE du 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)

Cette spécificité est d'ailleurs régulièrement rappelée par les juges qui considèrent que « *le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité en ce qu'il* ***n'a qu'une vocation publicitaire accessoire****, mais a pour* ***objet principal de répondre aux besoins des administrés*** » (en ce sens, CAA Nancy, 19 octobre 2021, requête n° 19NC02575, plus récemment, TA Orléans 28 mars 2023, requête n°2002787, TA Nantes 27 juin 2023, requête n° 2003354 et Conseil Etat, 24 juillet 2025, n°497427).

Son modèle économique

Les recettes publicitaires permises par l'exploitation des mobiliers urbains **financent les services rendus**.

Sa spécificité

Mobilier urbain = support de publicité « ***à titre accessoire*** *eu égard à sa fonction* » (article R.581-42 du Code de l'environnement)

Pièce maîtresse

Le **contrat public de mobiliers urbains** détermine, après mise en concurrence préalable, ses conditions d'implantation (format, design, nombre, technologies, emplacements…) et ses conditions d'exploitation.



JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Octobre 2025

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

Le mobilier urbain supporte **à titre accessoire** des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ».

Il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « ***dont le principal objet*** » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).

Nos préconisations

=> Traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du futur RLPi comme le fait le Code de l'environnement (sous-section dédiée)

Pour ce faire, il sera nécessaire de :

- **Préciser la spécificité du mobilier urbain** au sein du paragraphe « *Application et portée du règlement* » en y insérant la mention suivante :

  « *La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi* ».

- **Amender la définition du « *mobilier urbain* » insérée au lexique RLPi et ajouter celle sur le « *dispositif publicitaire* » :**
  - « ***Dispositif publicitaire*** : *terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité* »
  - « ***Mobilier urbain*** : *Le mobilier urbain comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir* ***à titre accessoire*** *de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.* ***Le mobilier urbain publicitaire n'est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire.*** »

Conséquence : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

→ ***Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement.***

01 | SUR LA SPÉCIFICITÉ DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE

LA POSSIBILITÉ DE RÉINTRODUIRE LA PUBLICITÉ SUR MOBILIER URBAIN DANS LES SECTEURS VISÉS À L'ARTICLE L.581-8 I DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT EST IMPORTANTE.

Secteurs visés à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement présents sur le territoire :

- **Sites inscrits (en vert)**
- **Abords de monuments historiques (en rouge)** = 500 mètres en covisibilité du monument

L'article P0.2 du RLPi réintroduit le mobilier urbain publicitaire dans les sites inscrits, abords de monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables présents sur la commune d'Aix-les-Bains, ce que nous approuvons.

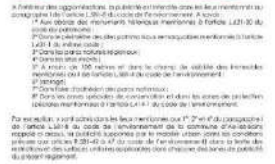
Toutefois, **la publicité sur mobilier urbain n'est pas réintroduite en zone ZP1a** (secteurs patrimoniaux et paysagers en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains).

Les collectivités conservent **l'entière maîtrise des installations de mobilier urbain sur leur domaine public,** dans le cadre du contrat public passé avec l'opérateur de leur choix. De plus, par application de l'article R.421-25 du Code de l'urbanisme, toute implantation de mobilier urbain en abords de monuments historiques et en site patrimonial remarquable requiert l'**accord préalable obligatoire de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).**

Les collectivités et l'ABF peuvent donc refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée et ce, même si le RLPi l'autorise au préalable.



Extrait Atlas des patrimoines – CA Grand Lac



=> Il est impératif de maintenir la possibilité pour les collectivités de se doter de mobiliers urbains publicitaires au gré de leurs besoins au sein des espaces listés à l'article L.581-8 I du Code de l'environnement (notamment abris-voyageurs, mobiliers d'informations, colonnes culturelles d'affichage 4m², etc.)

NOTRE PRÉCONISATION : réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain publicitaire en ZP1a, ce dernier demeurant sous entier contrôle des collectivités via contrats publics.

JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Octobre 2025

02 | SUR LES CONTRAINTES D'IMPLANTATION

SUR LE FORMAT ET LES INTERDICTIONS D'IMPLANTATION

Nous relevons le souhait de la collectivité de **limiter le format des publicités apposées sur mobilier urbain d'information** (article R.581-47 du Code de l'environnement) **à 2m² et 3 mètres de hauteur en zones ZP1b, ZP2, ZP3 (hors Aix-les-Bains), ZP4a et ZP4b du RLPi.**

Article P4a.3 – Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles R.581-42 à 46 du code de l'environnement.

La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain mentionnée à l'article R.581-47° du code de l'environnement est autorisée, si sa surface n'excède pas 2 mètres carrés et sa hauteur au sol n'excède pas 3 mètres.



Le mobilier urbain d'informations est le vecteur privilégié de l'information municipale et/ou institutionnelle en agglomération

Pour rappel, les collectivités ont la **pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains sur leur territoire** : type de mobiliers (format, design, nombre) et emplacements définis dans le cadre de leurs ***contrats publics.*** La ville et l'ABF (dans les abords de monuments historiques et les sites patrimoniaux remarquables notamment) peuvent d'ailleurs refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée.

→ **Implantation mobilier urbain = accord de la collectivité** (après concertation avec son opérateur) **+ accord des ABF** en périmètres protégés

Il n'est pas nécessaire que le futur RLPi prévoit des restrictions de format et d'implantation vis-à-vis du mobilier urbain publicitaire, la collectivité en conservant l'entière maîtrise dans le cadre du contrat passé avec l'opérateur de son choix.

NOTRE PRÉCONISATION : modifier l'article P4a.3 du RLPi en réintroduisant la possibilité pour les collectivités de communiquer sur des mobiliers urbains d'informations de grand format 8m² d'affiche et 6 mètres de hauteur en ZP4a.

03 | SUR LA PUBLICITE LUMINEUSE

SUR LE MOBILIER URBAIN NUMERIQUE

Le projet de RLPi autorise le mobilier urbain numérique dans seulement deux zones du RLPi sur les sept prévues au plan de zonage.

Or, placé au service de la communication de la collectivité, le mobilier urbain numérique offre une nouvelle expérience de la Ville et devient alors le vecteur d'une **prise de parole institutionnelle contextualisée, réactive et diffusée en temps réel**, d'autant que chaque commune dispose de **la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur son territoire** (notamment choix emplacement, format…).

Qui plus est, l'implantation de mobiliers urbains numériques demeure sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → *autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant » (article R581-15 du Code de l'environnement)* + accord nécessaire de l'Architecte des Bâtiments de France (en site patrimonial remarquable et abords de monuments historiques).

NOTRE PRÉCONISATION : réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain numérique 2m² en toutes zones du RLPi, y compris dans les secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement, sous réserve des articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement.

04 | REMARQUES COMPLÉMENTAIRES

A toutes fins utiles et en vue de parfaire la bonne compréhension du futur RLPi, nous profitons de la présente pour vous faire part de la présence de quelques coquilles rédactionnelles au sein du projet.

D'une part, s'agissant de la **hauteur** prévue à l'article P0.3 du RLPi, nous préconisons de faire **préciser qu'elle s'applique aux « *dispositifs publicitaires* »**, le mobilier urbain demeurant régi par contrat et les dispositions propres au mobilier urbain insérées au sein de chaque zone du RLPi prévoyant déjà une hauteur maximale de publicité à l'égard du mobilier urbain d'informations. En ce sens, il conviendra d'ajouter la mention suivante à l'article P0.3 : « *Cette disposition concerne uniquement les dispositifs publicitaires* ».

Article P0.3 - Hauteur au sol maximale

La hauteur des dispositifs se calcule par rapport au point le plus bas du terrain naturel au droit du dispositif.

La hauteur d'une publicité ou préenseigne ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau du sol.

D'autre part, nous préconisons de **reprendre la lettre de l'article R.581-42-1 du code de l'environnement** au sein de la définition de la « surface unitaire » dans sa partie applicable aux mobiliers urbains publicitaires.

Article R581-42-1
Par dérogation à l'article R. 581-24-1, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran.

En effet, l'instruction à laquelle il est fait référence n'est plus disponible, ces éléments ayant été codifiés depuis audit code de l'environnement.

Surface unitaire
La notion de surface unitaire mentionnée dans les articles du Code de l'Environnement et dans le Règlement Local de Publicité intercommunal de la communauté d'agglomération Grand Lac devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.
Dans le cas du mobilier urbain l'article R. 581-42 du Code de l'Environnement ne l'autorisant pas à avoir pour destination principale de recevoir des publicités, conformément à l'a instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités a, les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.



ENQUETE PUBLIQUE

CONTRIBUTION À L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

CA Grand Lac

Octobre 2025

JCDecaux

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Octobre 2025

Contribution n°14 (Email)

Proposée par anonyme

Déposée le mercredi 8 octobre 2025 à 15h14

Enquête publique relative à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal - observations à l'attention du Commissaire-enquêteur

Objet : Enquête publique relative à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal - observations à l'attention du Commissaire-enquêteur

Paris, le 8 octobre 2025

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Dans le cadre de l'enquête publique portant sur l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Grand Lac, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint (deux documents) les observations de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE).
Je vous en souhaite une bonne réception.
Veuillez agréer, Monsieur le Commissaire-enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.

Charles-Henri DOUMERC
Responsable juridique
Union de la Publicité Extérieure
Tél : 01.47.42.89.92
Email : ch.doumerc@upe.fr
2, rue Sainte-Lucie - 75015 PARIS

2 documents associés
contribution_14_Email_1.pdf
contribution_14_Email_2.pdf

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Communauté d'Agglomération Grand Lac
1500 boulevard Lepic
CS 20606
73106 Aix-les-Bains cedex

Paris, le 8 octobre 2025

À l'attention de Monsieur Bernard AUDION

Objet : élaboration du règlement local de publicité intercommunal
Enquête publique

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'Agglomération Grand Lac arrêté en séance du Conseil communautaire le 25 mars 2025 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet de RLPi est manifestement contraire à l'obligation de conciliation auquel tout RLPi doit répondre et qui est pourtant imposée par le code de l'environnement. Un RLP(i) est à la fois un acte administratif réglementaire et un acte prescrivant des règles qui s'imposent aux sociétés locales d'affichage et aux enseignistes. A cet effet, il doit concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux dans le strict respect de la liberté d'expression et d'affichage.

Or, les règles associées à chacune des zones ont un impact important à l'encontre du média de la communication extérieure.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet une présentation, jointe au présent courrier, détaillant nos différentes propositions.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

Charles-Henri DOUMERC
Responsable juridique de l'UPE

PJ : dossier de présentation

GESTES PROPRES
2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

http://www.upe.fr/

Octobre 2025

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Enquête Publique

CA Grand Lac

Le présent document a pour objectif de :

I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLPi ;

II. Rappeler les grands principes applicables aux RLPi ;

III. Contribuer à la procédure d'élaboration du RLPi initiée par la Communauté d'Agglomération Grand Lac.

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la World Federation of Advertisers. Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance que d'emplois.

Deloitte.
The economic contribution of advertising in Europe
A report for the World Federation of Advertisers
Janvier 2017



Synthèse

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général.

Autrement dit, **1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.**

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

La communication extérieure : un média particulièrement réglementé

La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement.

Son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.

Depuis 2008, 41 lois et ordonnances ainsi que plus de 38 décrets sont intervenus, impactant directement et indirectement le média.

A la différence de la publicité sur Internet, la communication extérieure est donc un média déjà particulièrement réglementé, le règlement national de publicité (RNP) étant très souvent complété par une règlementation locale (RLP(i)).

Le Conseil d'Etat a rappelé que « *toute restriction qui est apportée à la publicité est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre, au droit de propriété ainsi qu'à la liberté d'expression et de constituer une entrave à la libre circulation des marchandises ou à la libre prestation de services* » (AVIS SUR UN PROJET DE LOI portant lutte contre le dérèglement climatique et ses effets du Conseil d'Etat du 4 février 2021, N° 40193)

« *Le Comité Economique et Social Européen pense que toute entrave aux modèles publicitaires européens risque de bénéficier aux dispositifs de publicité numérique, essentiellement possédés par les GAFA alors que ceux -ci échappent encore très largement aux dispositifs fiscaux européens.* » (AVIS du Comité économique et social européen du 20 octobre 2021 – Publicité / consommation moderne et responsable « La publicité au service d'une consommation moderne et responsable » [avis d'initiative] INT/948.)

La communication extérieure : un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE

La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, **la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années** et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises. L'UPE a en effet déposé de manière volontaire dès 2022 un contrat-climat consignant ses engagements datés de réduction de sa trajectoire carbone. Un bilan est réalisé chaque année auprès du CGDD.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : https://upe.fr/la-communication-exterieure/sobriete-energetique/



La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

Le 8 mars 2022, l'UPE met en ligne, en toute transparence, son calculateur d'empreinte carbone des campagnes publicitaires, **une première dans l'univers des médias en France.**



AdOOHc (Advertising Out Of Home Calculateur Carbone) permet d'évaluer les émissions de CO2 des campagnes print et digitales, sur l'ensemble de leur cycle de vie et ainsi en mesurer rapidement l'impact carbone d'un plan média en communication extérieure : http://carbone-calculateur-adoohcc.upe.fr/

LABELS FSC ET PEFC

Nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.

IMPRESSIONS

Nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.

RECYCLAGE

Les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.

Les adhérents de l'UPE mettent en œuvre **les leviers d'action suivants** :

- Réduction de la consommation énergétique moyenne des dispositifs lumineux grâce à la poursuite du remplacement des éclairages néons par des **éclairages LED** ;
- Réduction de la consommation énergétique moyenne des publicités numériques grâce au remplacement progressif des dispositifs par la nouvelle génération de matériels plus performants ;
- **Mobilisation des investissements** nécessaires à l'équipement des publicités lumineuses en dispositifs de programmation et/ou de pilotage à distance pour permettre l'extinction de 1 heure à 6 heures partout en France ;
- Augmentation de la part **d'électricité d'origine renouvelable** consommée par les publicités lumineuses pour les contrats de fourniture d'électricité gérés en propre par les opérateurs.



Les exploitants de gares, stations de métro et aéroports français se sont engagés le 27 mars 2023, sous l'égide de l'Etat, à éteindre les publicités lumineuses quand ces lieux sont fermés au public.
Les opérateurs de ces infrastructures et les régies publicitaires ont signé le 27 mars 2023 une "charte d'engagement", en marge d'une réunion organisée par les ministères de la Transition énergétique et des Transports pour faire le point sur les efforts de sobriété du secteur.

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

- La publicité permet également de promouvoir **des opérations et entreprises vertueuses** et de contribuer ainsi à leur développement.
- Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.







Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG – Analyse comparative de la performance énergétique, économique et sociétale de la publicité extérieure – Mars 2023

https://upe.fr/la-communication-exterieure/sobriete-energetique/

La communication extérieure représente

- **0,028 %** de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ;
- **0,4 %** de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC).

La communication extérieure est :

- **6 x** plus sobre en énergie que le digital (1) ;
- **17 x** plus sobre en énergie que la télévision (1).

(1) rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée

La communication extérieure : une empreinte énergétique maîtrisée



KPMG – Analyse comparative des empreintes carbones de la publicité extérieure par rapport aux autres médias_ Mai 2023

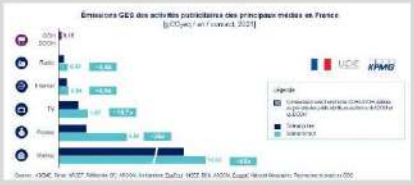
Une deuxième analyse menée par KPMG met en évidence que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) ne représente qu'une proportion minime des émissions de CO2 de la France :

- **0,01%** émissions de CO2 totales du pays ;
- **0,44%** des émissions de CO2 du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (Internet, télévision, téléphones, ordinateurs…) ;
- **Entre 2,6 et 3,6%** des émissions de CO2 des activités publicitaires du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

https://upe.fr/la-communication-exterieure/sobriete-energetique/

L'étude de KPMG démontre que la communication extérieure dans son ensemble (OOH et DOOH) est, **pour un même public touché par les messages publicitaires, le moins émetteur de gaz à effet de serre de tous les médias :**

- Entre 2,0 et 3,4 fois moins émetteur de CO2 que la publicité à la radio
- Entre 3,0 et 3,6 fois moins émetteur de CO2 que la publicité sur Internet
- Entre 7,1 et 10,7 moins émetteur de CO2 que la publicité à la télévision
- Entre 10,1 et 25,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité dans la presse
- Entre 57,0 et 65,0 fois moins émetteur de CO2 que la publicité par mailing



Seules la publicité extérieure et la presse écrite s'engagent à réduire leur empreinte carbone au cours des prochaines années.

La communication extérieure : un média contributeur à l'économie nationale et locale



KPMG – Contribution et performance économiques, sociales et environnementales de la Communication Extérieure en France – Septembre 2025

Document complet disponible :
https://upe.fr/communique-de-presse/

Une nouvelle étude menée par le cabinet KPMG et publiée en septembre 2025, démontre que **68 % des revenus de la communication extérieure sont directement ou indirectement redistribués à l'économie et à la société** sous forme de services, redevances, loyers, salaires, fiscalité – alors que le média ne perçoit pas de financement public –, contre 16 % pour Internet.

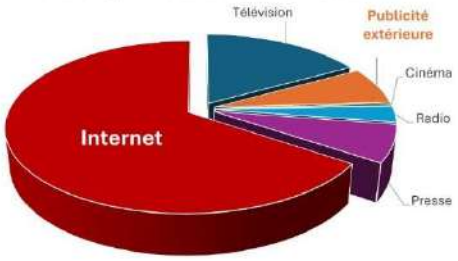
De plus, cette étude met en lumière que :

- Entre 2019 et 2023, la communication extérieure a investi environ **379 millions d'euros** dans l'infrastructure locale et les mobilités ;
- Elle est le **deuxième média publicitaire en matière d'actionnariat majoritairement français**, à la différence notable d'Internet ;
- La communication extérieure est un **acteur engagé du « produire en France »** : 90 % de ses achats concernent des fournisseurs basés sur le territoire national ;
- Elle emploie **5 800 salariés en France et 15 000 au total** en incluant les emplois indirects répartis sur l'intégralité du territoire.

La communication extérieure – un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser la pluralité des médias

Recettes publicitaires des médias S1 2025



- Télévision (17%)
- Publicité extérieure (7%)
- Cinéma (0,4%)
- Radio (3%)
- Presse (7%)
- Internet (65,6%)

- ✓ **Internet** est le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente en 2025, **plus de 65% du marché publicitaire en France** et 65% du marché publicitaire aux Etats- Unis. **Le marché publicitaire s'est peu à peu concentré autour de géants internationaux de l'internet, moteurs de recherche, réseaux sociaux ou places de marché du commerce en ligne.***
- ✓ **Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM (Géants de l'internet) sur le marché publicitaire.**
- ✓ Or, la publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services.

77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

* Lien vers Etude DGMIC ARCOM publicité 2030

UPE - octobre 2025 11

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

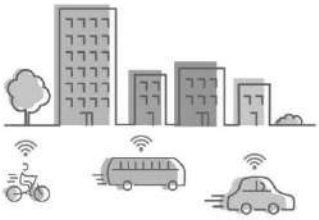
La communication extérieure : un média moderne et indispensable

Une mobilité en croissance

- +39 min passées hors domicile en 10 ans (Source : TGI-Kantar)
- 70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans (Source : Enquête UTP 2018)

Une urbanisation en croissance

- +9 millions de français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : Insee)
- 80% des Français vivent en ville, 86% d'ici 2050 (Source : Insee)



D'où une progression de l'audience de la communication extérieure

La ville est un territoire actif, le plus grand réseau social du monde réel

UPE - octobre 2025 12

La communication extérieure : un outil de communication locale et régionale



- ✓ La communication extérieure est un **mass-média**, **tout particulièrement sur les marchés locaux**. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics.**
- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic dans les magasins, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.

- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure est un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**
- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.



Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXIème siècle, est une innovation majeure pour notre média.



Toutefois, **le digital ne représente aujourd'hui que 1% du parc**. Des données précises sur la publicité numérique sont disponibles via l'étude KPMG réalisée en 2020.

https://upe.fr/la-communication-exterieure/sobriete-energetique/



Sans attendre des dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population.

- ➢ Depuis ces **10 dernières années**, le nombre de **dispositifs publicitaires** implantés en France a été **divisé par deux**.

  *A ce jour, plus de **60% des dispositifs sont seuls sur leur unité foncière** (Etude JCDecaux sur 8400 dispositifs en France / avril 2020).*
- ➢ Depuis de très nombreuses années, **les opérateurs ont volontairement réduit le format des dispositifs** passant de 12 m² d'affiche à un format dit « 8 m² » d'affiche quelle que soit la technologie employée.
- ➢ Dès 1988, des investissements importants ont permis la réalisation de dispositifs alliant esthétisme et intégration urbaine.

La communication extérieure : une activité économique locale et multiple

La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et plus de 15 000 salariés, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.


FABRICANTS DE MATÉRIEL


IMPRIMEURS


COMMERÇANTS


AGENTS DE TERRAIN


MONTEURS


COMMERCIAUX


AGENCES DE PUBLICITÉ


ADMINISTRATIFS

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

L'efficacité d'une implantation : L' AUDIENCE

La communication extérieure est le plus ancien média. **Les annonceurs souhaitent bénéficier d'*audiences*, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.**

Mobimétrie fournit un nombre moyen de contacts (GRP) à partir d'une analyse des flux de déplacement de la population, qui permet de connaître un taux de couverture et de fréquences d'ODV pour chaque plan d'affichage.

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être :

- **La couverture** : nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
- **La répétition** : nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.



Carte des flux (rouge à orange : fort à important)
Focus Aix-les-Bains

L'**ODV** ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une **occasion de contact**.

Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée.

Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité

La cartographie est un outil essentiel à la construction et au respect des engagements clients.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers Internet (média non impacté par les réglementations à ce jour).

L'efficacité d'une implantation : LE FORMAT

Historiquement, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. En effet, le **média recourt à une chaine logistique** qui ne peut exister que par des **processus standardisés** (imprimeurs, matériels, logistique, optimisation des coûts...).

Un format standard se dégage en France dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : le format dit « 8 m² » qui correspond en fait à un format réel d'affiche d'environ 6,70 m².

Il convient de tenir compte des éléments d'encadrements propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris autorisée des dispositifs publicitaires dans le futur RLPi afin d'appréhender la **très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour.**

A ce jour, il a été retenu un format de 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de dispositifs en France uniquement pour quelques centimètres de moulures, tout en conservant le format d'affiche universel (voir illustration ci-contre).

Le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes (JO du 1er novembre 2023) a acté ce format avec une surface d'encadrement à 10,50 m².



Tous ces dispositifs supportent le même format d'affiche dit commercialement « 8 m² ». Le design et les technicités de chaque opérateur portent le format du dispositif jusqu'à 10,50 m².



Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

Un média aux côtés des acteurs locaux

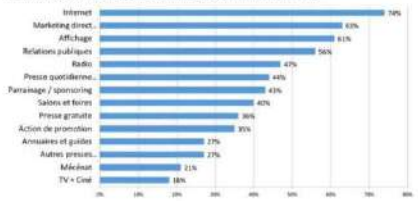
LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES LOCAUX REPRÉSENTENT 10,2 MDS € EN 2022, SOIT 31,2% DU MARCHÉ GLOBAL

Etude réalisée en octobre 2023 par l'association « les Relocalisateurs * »

Taux de pénétration par famille de supports

Les médias locaux utilisés

Q : Sur quel(s) support(s) faites-vous vos campagnes de communication locale?





Légende

L'affichage figure parmi les supports pour lesquels les investissements locaux sont majoritaires.

Les investissements publicitaires locaux pèsent pour près d'un tiers du marché français

** Les Relocalisateurs est une association loi 1901 dont les membres sont : COSPIRIT GROUPE, JCDecaux, France.TV Publicité, Radio France Publicité, Cityz Media, CMI MEDIA, MEDIAPOSTE, 366, Publicis Media, RMC BFM ADS, Dentsu France, NRJ Global, France Pub, Showhere, Pub Audit, Libération et Keemia*

LES OBJECTIFS d'un RLP(i)

Le RLP(i) donne la possibilité d'adapter le règlement national de publicité (RNP) aux enjeux locaux, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.

Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLPi peut ainsi s'avérer être **un outil pour réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité.

Le RLP(i) doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies.**

Le RLP(i) doit être lisible et source de **sécurité juridique**. Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

Propositions de l'UPE

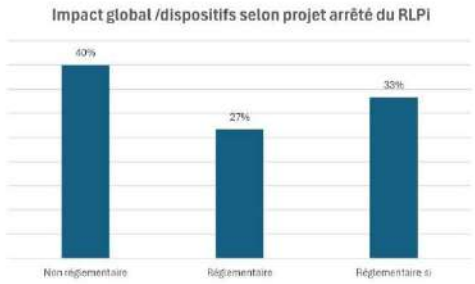
Etude du projet de RLPi arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025 et présenté en enquête publique



Communauté d'Agglomération Grand Lac
Département de la Savoie

Prescrit par le Conseil Communautaire le 21 février 2019
Arrêté par le Conseil Communautaire le 25 mars 2025
Enquête publique du 8 septembre au 9 octobre 2025

Projet de RLPi de la CA Grand Lac : impact sur le parc « grand format » conforme Grenelle d'un adhérent de l'UPE



Après étude du parc d'un opérateur proposant une offre « grand format » aujourd'hui présent sur le territoire, et tel que rédigé,

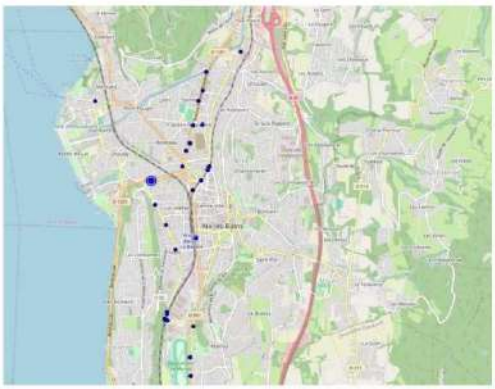
le projet de RLPi entrainera la **dépose de 40 % des dispositifs sur le domaine privé sans possibilités de repositionnement**

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

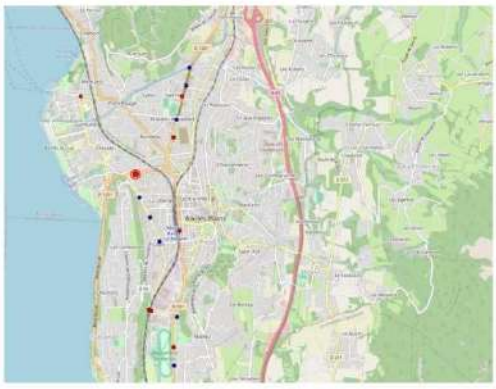
CA Grand Lac

Projet de RLPi de la CA Grand Lac : impact sur le parc « grand format » conforme Grenelle d'un adhérent de l'UPE

Parc actuel conforme «Grenelle » // commune d'Aix-les-Bains



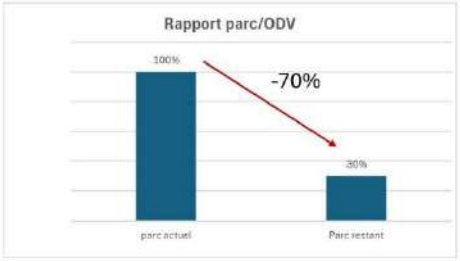
Parc projeté conforme au «RLPI » // commune d'Aix-les-Bains



Projet de RLPi de la CA Grand Lac : impact sur le parc conforme Grenelle d'un adhérent de l'UPE

Un projet qui entrainera la dépose **de 40 %** du parc, **sans possibles repositionnements** avec un impact direct (-70%) sur l'audience et la cohérence du réseau.





Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

ZP2

Article P2.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits.

Article P2.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 1,5 mètres carrés.

- L'article P2.2 du projet de RLPi limite la surface des publicités murales **à 1,5 m², encadrement compris** en ZP2.
- Ce format n'est pas utilisé par les sociétés d'affichage (cf. page 17 du présent document sur la nécessité d'un format adapté).
- En effet, la communication extérieure s'appuie sur des formats d'affiche standards. Le média recourt à une chaîne logistique qui ne peut exister que par des processus standardisés (imprimeurs, matériels, logistique...) et une optimisation des coûts.
- Il convient par ailleurs de tenir compte des éléments d'encadrement propres à chaque opérateur afin de déterminer la surface unitaire maximale « encadrement compris » autorisée pour les dispositifs publicitaires dans le futur RLPi.
- Le dispositif sur support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel.
- Le format est un élément essentiel pour garantir la lisibilité de l'affiche et assurer sa visibilité et pertinence dans l'espace urbain.

- **Pour toutes ces raisons, et dans un objectif de cohérence réglementaire, nous préconisons d'autoriser un format respectueux des standards existants : 4 m² d'affiche / dispositif à 4,70 m², encadrement inclus, pour les dispositifs publicitaires muraux.**

ZP3

Article P3.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont autorisés si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P3.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

- Les articles P3.1 et P3.2 du projet de RLPi limitent la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à **4,70 m², encadrement compris**, en ZP3.
- Cette limitation de la surface des publicités n'est pas adaptée au milieu urbain de ce secteur.
- La ZP3 couvre les parties agglomérées des axes structurants du territoire situées dans l'unité urbaine de Chambéry.
- Or, le média de la communication extérieure requiert lisibilité et visibilité du message publicitaire.
- Ne pas permettre aux annonceurs, notamment locaux, de disposer d'un affichage adapté au milieu urbain, comme l'est celui de la ZP3, les privera de moyens efficaces de communication.
- La réglementation nationale autorise sur ce secteur la publicité murale et la publicité scellée su sol avec un format de 10,50 m². Par le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes, le Gouvernement a tenu compte de ce format standardisé et l'a donc introduit au code de l'environnement

- **Pour toutes ces raisons, et dans un objectif de cohérence réglementaire, nous demandons de porter la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à 8 m² d'affiche et 10,50 m², encadrement compris.**

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

ZP4a

Article P4a.1 – Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont autorisés si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

Article P4a.2 – Publicité et préenseigne sur un mur ou une clôture

Les publicités et préenseignes sur un mur aveugle ou une clôture aveugle sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.

- Les articles P4a.1 et P4a.2 du projet de RLPi limitent la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à **4,70 m², encadrement compris**, en ZP4a.
- Cette limitation de la surface des publicités n'est pas adaptée au milieu urbain de ce secteur.
- La ZP4a couvre les zones commerciales situées dans l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit).
- Or, le média de la communication extérieure requiert lisibilité et visibilité du message publicitaire.
- Ne pas permettre aux annonceurs, notamment locaux, de disposer d'un affichage adapté au milieu urbain, comme l'est celui de la ZP4a, les privera de moyens efficaces de communication.
- La réglementation nationale autorise sur ce secteur la publicité murale et la publicité scellée su sol avec un format de 10,50 m². Par le décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités, des enseignes et des préenseignes, le Gouvernement a tenu compte de ce format standardisé et l'a donc introduit au code de l'environnement

- **Pour toutes ces raisons, et dans un objectif de cohérence réglementaire, nous demandons de porter la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à 8 m² d'affiche et 10,50 m², encadrement compris.**

Domaine ferroviaire en gare

Le domaine ferroviaire en gare, y compris parvis

- Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare d'Aix-les-Bains, les règles pourraient être les suivantes :

✓ **Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;**

✓ **Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format d'écran de 2 m².**

Supports lumineux en vitrine



Exemple d'un dispositif présent sur la Communauté d'agglomération au service des commerçants locaux

- L'article L581-14-4 du code de l'environnement implique que les RLP(i) puissent établir, le cas échéant, des prescriptions mesurées et adaptées à l'univers particulier que représentent les vitrines des commerces. Or, les RLP(i) ne doivent pas fragiliser l'activité des commerçants, pleinement mobilisés pour redynamiser les commerces en centre-ville
- Pour ces raisons, nous demandons de **maintenir sur l'intégralité du territoire intercommunal, une surface cumulée à 2 m² des publicité(s) et enseigne(s) numérique(s) implantée(s) derrière une vitrine commerciale.**
- Par ailleurs, compte tenu des besoins en communication des annonceurs locaux et des événements pouvant être organisés en soirée, nous suggérons de maintenir une extinction de ces supports lumineux en vitrine entre **23h00 et 06h00.**

Bâches

Article P2.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants conformément au code de l'environnement.

Les bâches comportant de la publicité ne sont autorisées que dans la zone de publicité n°2 concernant Aix-les-Bains.
Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier, sont autorisées si leur surface n'excède pas 1,5 mètre carré.
Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux, sont autorisées si leur surface n'excède pas 10,5 mètres carrés.

Article P3.5 - Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité demeurent interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants conformément au code de l'environnement.

Les bâches comportant de la publicité ne sont autorisées que dans la zone de publicité n°3 concernant Aix-les-Bains.

Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier, sont autorisées si leur surface n'excède pas 4,7 mètres carrés.
Les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux, sont autorisées si leur surface n'excède pas 10,5 mètres carrés.

- Conformément à l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires ainsi que les bâches de chantier sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.
- De plus, limiter la surface de publicité de ces dispositifs à 4,70 m² ou 10,50 m² est un non-sens économique et commercial dans la mesure où ils sont de grande dimension, par hypothèse. Une telle limitation de surface s'apparente donc à une interdiction déguisée et les annonceurs se détourneront des bâches publicitaires et des bâches de chantier.
- Par ailleurs, un RLP(i) étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.
- **En conséquence, nous préconisons d'autoriser en toutes zones agglomérées de plus de 10 000 habitants la possibilité d'implanter des bâches et ce, sans limite de format.**

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

Observations complémentaires

Article P0.3 - Hauteur au sol maximale

La hauteur des dispositifs se calcule par rapport au point le plus bas du terrain naturel au droit du dispositif.

La hauteur d'une publicité ou préenseigne ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau du sol.

- Le projet de règlement limite la hauteur des publicités murales et des publicités scellées au sol à 5 mètres maximum par rapport au niveau du sol. Or, de nombreux obstacles (haies, clôtures...) peuvent empêcher toute installation si cette hauteur est limitée à 5 mètres.
- Cette disposition engendrera également des coûts importants pour les entreprises d'affichage en termes de dépose / repose et ce, sans plus-value environnementale.
- **Dans ces conditions, nous demandons d'appliquer *a minima* le règlement national de publicité (RNP) et de fixer la hauteur maximale à 6 mètres par rapport au niveau du sol.**

Observations complémentaires

Zonage

A noter que les autres secteurs (zone blanche sur la carte) correspondent aux zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et les préenseignes sont interdites en application de l'article L. 581-7 du code de l'environnement.

- L'article L581-7 du code de l'environnement interdit la publicité hors agglomération.
- Toutefois, un RLPi ne doit pas figer à un instant « T » la réglementation applicable.
- En effet, un RLPi doit prendre en compte les mutations urbaines.
- **C'est pourquoi, nous préconisons de renvoyer au règlement national de publicité (RNP) en ce qui concerne les zones non agglomérées et de ne pas poser d'interdiction de principe afin de prendre en compte les évolutions du territoire intercommunal.**

Contribution à l'élaboration
du règlement local de publicité Intercommunal (RLPi)
Enquête Publique – octobre 2025

CA Grand Lac

Lexique

Agglomération
Une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées ou non par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite.

Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi-System », N° 68134, confirmée par un arrêt du 26 novembre 2012, N°352916), qui précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.



Lacoste
Lauréat du Grand Prix
Communication Extérieure 2025

upe
UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Prix Stéphane Dottelonde
Grand Prix de la Communication
Extérieure 2025



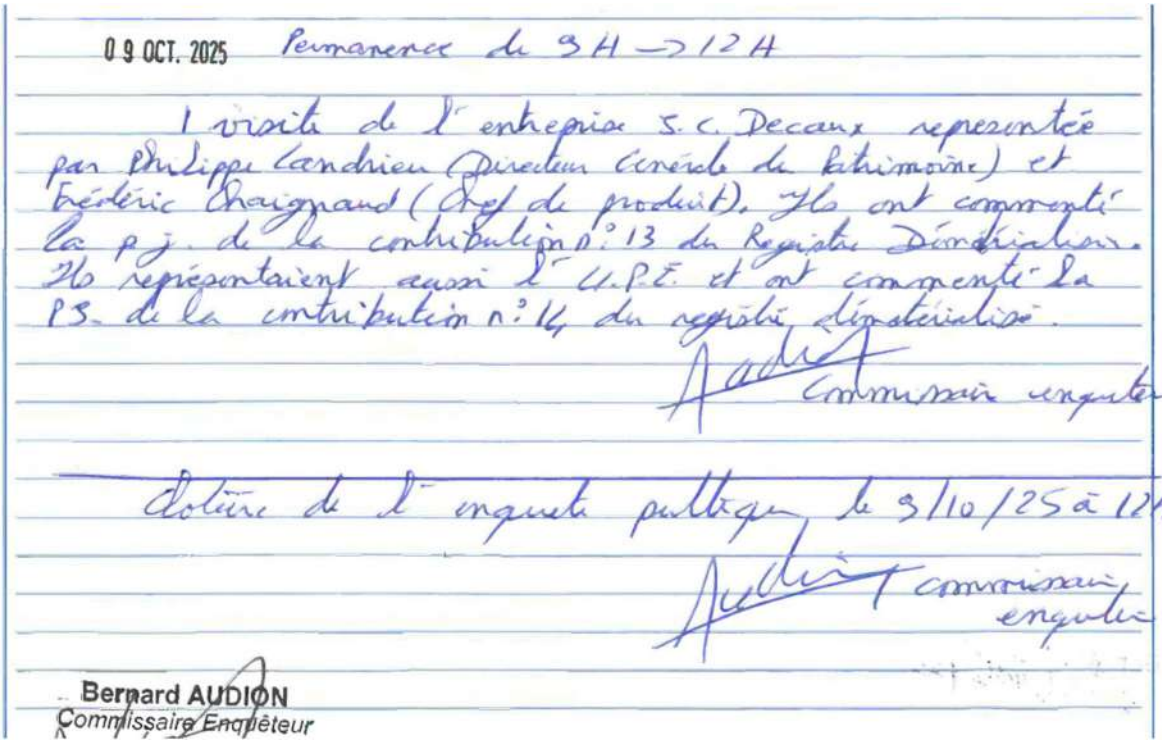
Contribution n°15 (Communauté d'Agglomération Grand Lac)

Proposée par anonyme

Déposée le vendredi 10 octobre 2025 à 09h08

Commentaire du Commissaire enquêteur du 9/10/25 sur la visite des représentants de JC DECAUX et UPE et leurs contributions 13 et 14 déjà déposées sur le registre numérique dédié..

1 document associé
contribution_15_Communauté d'Agglomération Grand Lac_1.png



09 OCT. 2025 Permanence de 9H → 12H

1 visite de l'entreprise S.C. Decaux représentée par Philippe Landrieu (Directeur Général du Patrimoine) et Frédéric Chaignaud (Chef de produit). Ils ont commenté la p.j. de la contribution n°13 du Registre Dématérialisé. Ils représentaient aussi l'U.P.E. et ont commenté la P.S. de la contribution n°14 du registre dématérialisé.

Commissaire enquêteur

Clôture de l'enquête publique le 9/10/25 à 12H

Commissaire enquêteur

Bernard AUDION
Commissaire Enquêteur

3. Rapport du commissaire enquêteur et conclusions motivées

Département de la Savoie

Communauté d'agglomération Grand Lac

ENQUÊTE PUBLIQUE

Du 8 septembre au 9 octobre 2025

T.A. n° E25000119/38

Projet de règlement local de publicité intercommunal Grand Lac

Rapport du commissaire enquêteur
Et
Ses conclusions motivées

Bernard Audion

Commissaire enquêteur

Département de la Savoie

Communauté d'agglomération Grand Lac

ENQUÊTE PUBLIQUE

Du 8 septembre au 9 octobre 2025

T.A. n° E25000119/38

Projet de règlement local de publicité intercommunal Grand Lac

Rapport

Bernard Audion

Commissaire enquêteur

Rapport 2

1. Présentation générale 5

1.1. Présentation de la Communauté d'Agglomération Grand Lac 5

1.2. Objet de l'enquête publique 7

1.2.1. Caractéristiques majeures du projet 7

1.2.2. Projet de réglementation locale concernant les publicités et les préenseignes 8

1.2.3. Projet de réglementation locale concernant les enseignes 9

2. Le cadre juridique 10

2.1. Généralités 10

2.2. L'enquête publique 12

2.3. Les formalités préalables à l'enquête publique : 12

3. Organisation et déroulement de l'enquête publique 13

3.1. La composition du dossier 13

3.2. Entretien de concertation des services de la Communauté d'Agglomération 13

3.3. Information au public 14

3.3.1. Mesures de publicité 14

3.3.2. Modalité de consultation du dossier et des permanences 14

3.4. Déroulement de l'enquête et clôture des opérations 15

4.Consultations préalables, analyse des observations et réponses du responsable du projet 16

4.1 Consultations réglementaires préalables à l'enquête 16

4.1.1. Bilan de concertation 16

4.1.2. Avis des Personnes Publiques Associées et des autres consultations 17

4.2. Observations du public 20

4.2.1. Participation du public 20

4.2.2. Analyses des observations 21

4.3. Questions du commissaire enquêteur 33

4.3.1. Analyse des réponses de Grand Lac à toutes les observations et les avis ci-dessus 33

4.3.2. Suivi de la mise en place du RLPi 33

4.3.3. Echelle des plans de zonage 34
Conclusions motivées 37
A. Rappel de l'objet et du déroulement de l'enquête 38
A.1. Préambule 38
A.2. Rappel succinct de l'objet de l'enquête 38
A.3. Déroulement de l'enquête 38
A.4. Situation initiale et bilan de concertation 40
A.4.1. Situation initiale 40
A.4.2. Bilan de concertation 40
A.5. Analyse des observations et des avis 41
B. Motivation et formulation de l'avis 44
ANNEXE 46
Procès-Verbal de synthèse 46
1/Observations du public 49
Participation du public 49
Les observations classées par thème 50
Observations liées aux enseignes et pré enseignes **(ENS)** 50
Observations sur les dispositifs lumineux 52
Observations sur l'application du RLPi 53
Observations sur le mobilier urbain 54
Observations sur la publicité en général 57
Observations sur le règlement écrit 61
Observation sur le zonage 61
2/ Avis des Personnes Publiques Associées et des autres consultations 63
Les 28 communes composant Grand Lac 63
Avis des Personnes Publiques Associés 63
3/Questions du commissaire enquêteur 66
Analyse des réponses de Grand Lac à toutes les observations et les avis ci-dessus 66
Réponse Grand Lac 66

1. Présentation générale

1.1. Présentation de la Communauté d'Agglomération Grand Lac

La Communauté d'Agglomération Grand Lac compte 78 824 habitants et regroupe 28 communes.

Commune	Nombre d'habitants[10]
Aix-les-Bains	31874
Bourdeau	579
Brison-Saint-Innocent	2360
Chanaz	546
Chindrieux	1445
Conjux	212
Drumettaz-Clarafond	2992
Entrelacs	6329
Grésy-sur-Aix	4571
La Biolle	2896
La Chapelle-du-Mont-du-Chat	266
Le Bourget-du-Lac	4933
Méry	2135
Montcel	1064
Motz	451
Mouxy	2270
Ontex	99
Pugny-Chatenod	1023
Ruffieux	806
Saint-Offenge	1157
Saint-Ours	731
Saint-Pierre-de-Curtille	491
Serrières-en-Chautagne	1159
Tresserve	2945
Trévignin	834
Vions	416
Viviers-du-Lac	2271
Voglans	1969
TOTAL	**78 824**

Elle se situe dans le département de la Savoie dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Le relief, les forêts notamment dans le massif des Bauges, et l'eau avec la présence du Lac du Bourget, occupent une place majeure dans le paysage de la communauté d'agglomération.



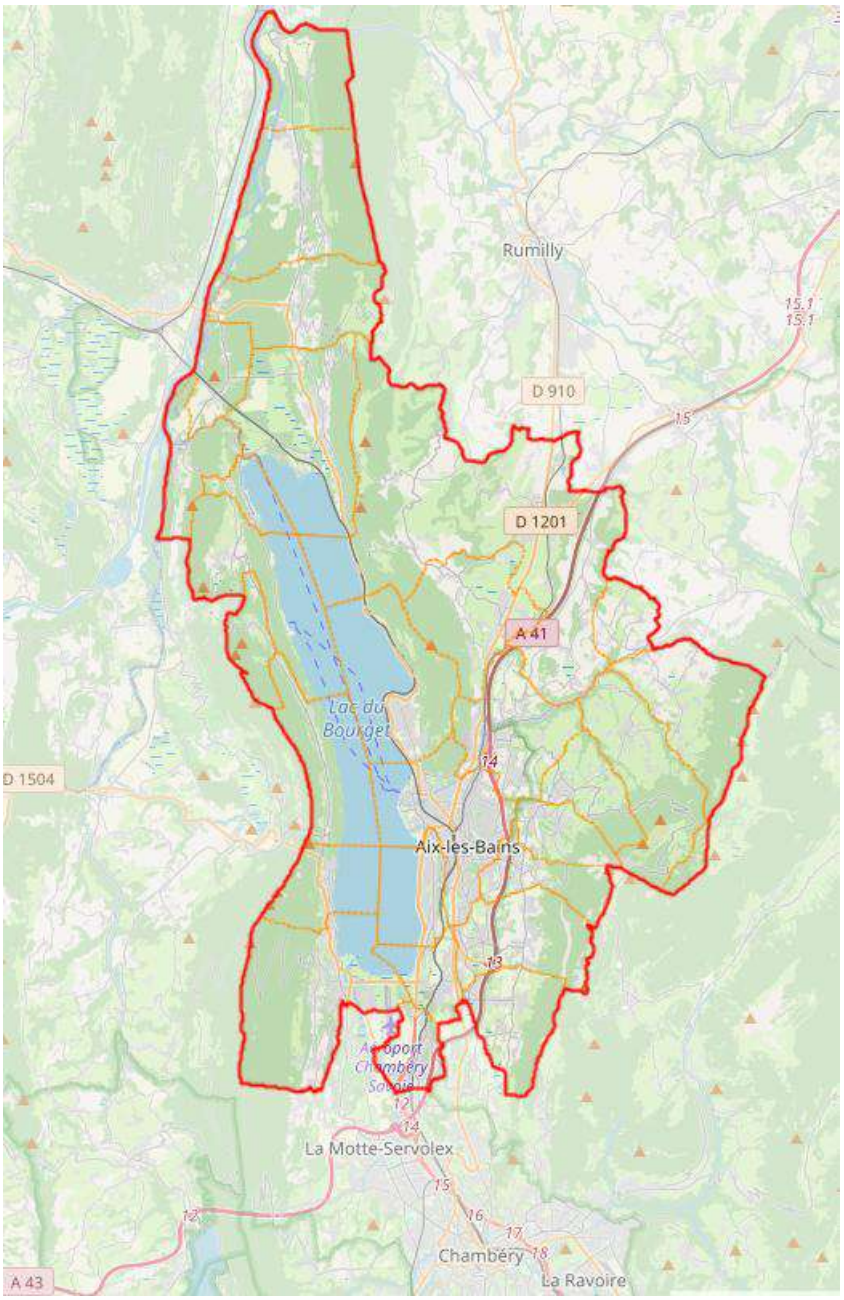
Lac du Bourget en direction du Nord, source : atlas des paysages de Savoie

Les activités de thermalisme ont notamment permis de développer une architecture de villégiature autour du lac et particulièrement à Aix-les-Bains avec de nombreux hôtels, les thermes ou encore le casino construits entre 1850 et 1930. Le patrimoine architectural présente une grande richesse et une importante diversité dans les villages de pieds de massif avec une architecture de pierre, des maisons de bourgs aux façades colorées, des maisons fortes, des châteaux, des chapelles et des moulins.

Les polarités urbaines fortes de Chambéry et Aix-les -Bains représentent un espace économique majeur de la Savoie. Le développement économique de la région a produit un paysage d'étalement urbain en fond de vallée avec un effet de fortes dynamiques de périurbanisation. C'est le cas notamment à Aix-les-Bains avec un fort développement entre Viviers-du-Lac et Grésy-sur-Aix. La zone de Technolac demeure une référence en matière d'aménagement.

L'ensemble paysager des Bauges est un massif de moyenne montagne à la fois agricole et forestier accueillant une grande diversité d'activités touristiques. C'est historiquement un massif d'élevages laitiers comportant plusieurs fromages AOP*. S'agissant de la communauté d'agglomération Grand Lac, les communes suivantes sont concernées par l'ensemble paysager des bauges : Saint-Ours, Saint-Offenge, Montcel, Trévignin, Pugny-Chatenod, Mouxy.

*AOP : Appellation d'Origine Protégée



1.2. Objet de l'enquête publique

La présente enquête publique concerne le projet de règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac.

1.2.1. Caractéristiques majeures du projet

Les objectifs généraux sont les suivants :

Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;

Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR*, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…) ;

1.2.2. Projet de réglementation locale concernant les publicités et les préenseignes

1.2.2.1 Situation initiale

Le rapport de présentation indique que l'inventaire de terrain a permis d'identifier 654 publicités et préenseignes sur Grand Lac. La répartition des dispositifs est la suivante :

Scellés/posés au sol : 372 dont 277 sont en infraction avec la RNP** (soit 74%) ;

Sur un mur ou une clôture : 150 dont 105 sont en infraction avec la RNP (soit 70%) ;

Supportés par le mobilier urbain : 131 presque exclusivement dans la commune d'Aix les bains ;

Grand Lac compte 39 publicités lumineuses (en dehors des publicités sur le mobilier urbain)

1.2.2.2. Projet de réglementation locale

En matière de publicités et préenseignes, quatre zones de publicité sont instituées sur le territoire intercommunal. Elles couvrent l'ensemble des agglomérations du territoire intercommunal. Les quatre zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- La **zone de publicité n°1 (ZP1)** couvre l'ensemble des secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération. Elle se divise entre

➢ D'une part la **ZP1a** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés en dehors de la commune d'Aix-les-Bains ;

➢ Et d'autre part la **ZP1b** qui couvre les secteurs patrimoniaux et paysagers situés en agglomération et localisés dans la commune d'Aix-les-Bains.

- La **zone de publicité n°2 (ZP2)** couvre l'ensemble des secteurs à dominante résidentielle situés en agglomération et en dehors des secteurs patrimoniaux et paysagers localisés en ZP1.

- La **zone de publicité n°3 (ZP3)** couvre les parties agglomérées des axes structurants du territoire situées dans l'unité urbaine de Chambéry.

* PNR : Parc Naturel Régional

** RNP : Règlementation Nationale de la Publicité

- La **zone de publicité n°4 (ZP4)** couvre les parties agglomérées des secteurs à dominante commerciale. Elle se divise en 3 sous-zones :

➢ La **ZP4a** qui concerne les zones commerciales situées dans l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;

➢ La **ZP4b** qui concerne les zones commerciales situées en dehors de l'unité urbaine de Chambéry (hors site inscrit) ;

➢ La **ZP4c** qui concerne les zones commerciales situées en site inscrit. A noter que les autres secteurs (zone blanche sur la carte) correspondent aux zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et les préenseignes sont interdites en application de l'article L. 581-7 du code de l'environnement.

1.2.3. Projet de réglementation locale concernant les enseignes

1.2.3.1 Situation initiale

Un inventaire exhaustif des enseignes a été réalisé entre décembre 2023 et février 2024. Il a permis d'identifier près de 7000 enseignes sur Grand Lac.
Lors de l'inventaire de terrain, cinq catégories d'enseignes ont été identifiées avec la répartition suivante
76% d'enseignes parallèles au mur dont 95% sont conformes à la RNP ;
7% d'enseignes perpendiculaires au mur ;
13% d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
4% d'enseignes sur clôture ;
1% d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

La plupart des enseignes présentes au sein de la communauté d'agglomération sont en bon état.
Les enseignes sont principalement localisées dans les zones d'activités ainsi que dans le centre-ville d'Aix-les-Bains et dans les centres-villes et centres-bourgs des communes.

1.2.3.2 Projet de réglementation locale

Les objectifs principaux sont de respecter les éléments de façade, de limiter le nombre et le format des enseignes scellées au sol et enfin de restreindre l'installation d'enseignes en toiture en dehors des zones d'activités.
En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire intercommunal, y compris hors agglomération. Le but est d'harmoniser au maximum les règles afin de garantir un cadre de vie de qualité pour tous et veiller à une bonne insertion architecturale et paysagère des enseignes.

2. Le cadre juridique

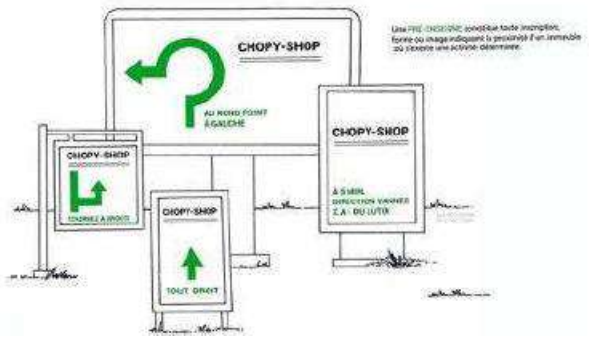
2.1. Généralités

La loi définit :

- La publicité comme « toute inscription, forme ou image (à l'exception des enseignes et pré enseignes) destinée à informer le public ou attirer son attention ». (art. L. 581-3, a du Code de l'Environnement)
-



- Les pré enseignes comme « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ». (art. L.581-3, c du CE)



- Les enseignes comme « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ». (art. L.581-3, b du CE)



La réglementation nationale interdit la publicité en dehors des parties agglomérées, sur les arbres, ainsi que sur de multiples supports (plantations, poteaux de transports et de distribution électrique, poteaux de télécommunication, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale ou aérienne, murs de bâtiments non aveugles, clôtures non aveugles, murs de cimetières et de jardins publics). (art. L.581-7 L. 581-4, I, 4° R.581-22 L.581-8, I)

La réglementation nationale interdit les pré enseignes en dehors de l'agglomération. Seules des pré enseignes « dérogatoires » au profit d'activités culturelles, d'activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, de monuments historiques ouverts à la visite ou de pré enseignes « temporaires » peuvent être installées (art. L. 581-19) selon des conditions spécifiques.

L'« agglomération » - prise au sens du code de la route - (art. R. 110-2) : « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés, et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » - est une notion fondamentale du droit environnemental de l'affichage.

Les agglomérations se déterminent commune par commune conformément à la règlementation nationale. On note que seule l'agglomération d'Aix-les-Bains compte plus de 10 000 habitants.

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et pré enseignes a été profondément modifiée par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application (30 janvier 2012, 1er août 2012 et 9 juillet 2013 notamment).

Le règlement local de publicité constitue un document réglementaire qui adapte la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré enseignes définie par les articles L. 581-8 à L. 581-10, L. 581-18 et R. 581-23 à R. 581-47, R. 581-53 à R. 581-56 et R. 581-58 à R. 581-65 du code de l'environnement. **Les règles locales tendent à restreindre les possibilités d'installer des publicités, pré**

enseignes et enseignes telles qu'elles résultent de la réglementation nationale (art. L. 581-14 et L. 581-18 du CE). Elles permettent aussi de déroger à certaines interdictions légales de publicité en agglomération (art. L. 581-8 c).

Le règlement local de publicité doit aussi respecter les législations et réglementations suivantes : la sécurité routière (art. R. 418-2 à R. 418-7 du code de la route) et l'occupation domaniale (art. L. 113-2 du code de la voirie routière, art. L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques).

2.2. L'enquête publique

L'enquête publique dont fait l'objet le projet de RLPi est régie par les dispositions du code de l'urbanisme (en particulier les articles L. 153-19, R. 153-8) qui renvoient elles-mêmes vers les dispositions du chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement.

A l'issue de l'enquête, le projet d'élaboration du RLPi de Grand Lac pourra éventuellement être modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations et propositions du public, du rapport et des conclusions du Commissaire enquêteur. Il sera soumis à délibération du Conseil communautaire du Grand Lac en vue de son approbation.

Lorsque le RLPi aura été approuvé, la mise en conformité des publicités et pré enseignes existantes devra se faire dans le délai de deux ans. Pour les enseignes, ce délai maximal est de six ans0.

A partir du 1er janvier 2024, en vertu de la loi Climat et Résilience, le pouvoir de police concernant l'application et le respect du règlement de publicité, initialement détenu par le préfet de département, est désormais transféré, soit au président de l'EPCI , soit aux maires des communes membre de cet EPCI. C'est cette dernière option qui a été retenue dans ce projet.

2.3. Les formalités préalables à l'enquête publique :

- La délibération du conseil communautaire n° 20/2019 du 21 février 2019, prescrivant l'élaboration du R.L.P.i., définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation de l'intégralité du territoire du Grand Lac ;
- La délibération du conseil communautaire n°35/2024 du 12 novembre 2024 « débat sur les orientations de l'élaboration du R.L.P.i. Grand Lac » ;
- La délibération du conseil communautaire n°18/2025 du 25 mars 2025 « bilan de concertation et arrêt du projet de l'élaboration du R.L.P.i. Grand Lac » ;
- La décision n°25000119/38 du 4 juin 2025 de Monsieur le Président du tribunal administratif de Grenoble désignant Monsieur Bernard Audion en qualité de commissaire enquêteur et Madame Alexandra VALETON en qualité de commissaire enquêtrice suppléante ;

3. Organisation et déroulement de l'enquête publique

3.1. La composition du dossier

Le dossier, mis à la disposition du public lors de l'enquête publique était constitué des documents suivants :

- 1 Tome 1 Rapport de présentation ;
- 2 Tome 2.1 Règlement ;
- 3 Tome 2.2 Zonage (28 plans de zonage de chacune des 28 communes au **format A 0** et 1 plan de zonage de l'ensemble de Grand Lac au format A 0)
- 4 Tome 3 Annexes
    - Partie 1 : Arrêtés fixant les limites d'agglomération
    - Partie 2 : Plans de zonage du Règlement Local de Publicité intercommunal (format A3)
    - Partie 3 : Abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables
- 5 Dossier administratif
    - Partie 1 Note de présentation
    - Partie 2 : Insertion de l'enquête publique dans la procédure d'élaboration du RLPI
    - Partie 3 : Engagement de la procédure .....
    - Partie 4 : Arrêt du RLPI et bilan de la concertation .....
    - Partie 5 : Prescription de l'enquête publique .....
    - Partie 6 : Avis des personnes publiques associées .....
    - Partie 7 : Textes règlementaires

3.2. Entretien de concertation des services de la Communauté d'Agglomération

- Le 17 juin 2025, j'ai été reçu à la Communauté d'Agglomération Grand Lac par madame De Bouclans Ombeline, chargée de mission urbanisme et madame Allanioux Nadine, chargée de procédure. Elles m'ont transmis l'ensemble du dossier et m'ont présenté en détail le projet. Nous avons validé les dates de l'enquête publique ainsi que les heures et les lieux de mes permanences afin qu'elles permettent au public de s'y rendre ;
- En juillet et en aout, madame De Bouclans a été très disponible téléphoniquement pour répondre à toutes mes questions concernant ce projet ;

3.3. Information au public

3.3.1. Mesures de publicité

- Les avis au public sont situés aux lieux accoutumés des Hôtels de Ville des 28 communes et du siège de Grand Lac ;
- Insertion Presse : Les quatre publications règlementaires (Art. 123-11 du code de l'environnement) ont été faites dans la rubrique des annonces légales des journaux suivants :

  Le Dauphiné Libéré le 21 août 2025 et le 11 septembre 2025 ;

  L'Essor Savoyard le 21 août 2025 et le 11 septembre 2025 ;

3.3.2. Modalité de consultation du dossier et des permanences

Le dossier de l'enquête publique a été consultable dans les conditions suivantes :

- Un dossier papier, ainsi qu'un poste informatique mis à la disposition du public gratuitement aux heures d'ouverture habituelles

  Au siège du Grand Lac, 1500 bd Lepic 73100 Aix-les-Bains

  Au relais Grand Lac de Ruffieux, 1728 rue de Jérusalem 73410 Ruffieux

  Au relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud 73410 Entrelacs

  Dans la mairie du Bourget-du Lac, 7 rue des écoles 73370 Le Bourget-du-Lac

- Sur le site internet : https://www.grand-lac.fr ;
- Sur le site internet https://www.registre-dematerialise.fr/6403 ;

Je me suis tenu à la disposition du public lors **des permanences** aux lieux et horaires suivants :

Au siège du Grand Lac, 1500 bd Lepic 73100 Aix-les-Bains

Lundi 8 septembre de 14H00 à 17H00

Mardi 30 septembre de 9H00 à 12H00

Jeudi 9 octobre de 9H00 à 12H00

Au relais Grand Lac de Ruffieux, 1728 rue de Jérusalem 73410 Ruffieux

Lundi 15 septembre de 13H30 à 16H30

Mardi 3 octobre de 8H30 à 12H30

Au relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud 73410 Entrelacs

Mercredi 10 septembre de 9H00 à 12H00

Jeudi 18 septembre de 13H30 à 16H30

Dans la mairie du Bourget-du Lac, 7 rue des écoles 73370 Le Bourget-du-Lac

Vendredi 12 septembre de 9H00 à 12H00

Mercredi 1 octobre de 14H00 à 17H00

Mardi 7 octobre de 9H à 12H00

Les observations du public pouvaient, pendant la durée de l'enquête, être :

- Consignées dans le registre d'enquête prévu à cet effet aux lieux mentionnés ci-avant ;
- Exprimées oralement auprès du Commissaire enquêteur au cours des permanences mentionnées ci-avant ;
- Adressées par courrier postal à l'adresse suivante : Grand Lac Projet d'élaboration du RLPi Grand Lac, Commissaire enquêteur 1500 boulevard Lepic CS 20606 73106 Aix-les-Bains cedex ;
- Adressées par messagerie électronique à l'adresse suivante : enquete-publique-6403@registre-dematerialise.fr;
- Consignées dans le registre dématérialisé sur le site internet : https://wwwregistre-dematerialise.fr/6403 ;

3.4. Déroulement de l'enquête et clôture des opérations

Aucun incident ne s'est produit au cours de cette enquête. Enfin, à l'expiration du délai d'enquête, les registres ont été clos et signés par mes soins.

J'estime, sous les réserves habituelles, que l'ensemble des règles de forme prévu par les textes régissant l'enquête publique a été respecté.

- Le 4 septembre 2025, j'ai paraphé les registres et les dossiers à la disposition du public. J'ai par ailleurs validé le registre dématérialisé ;
- Le 13 octobre 2025, j'ai remis le PV de synthèse à Monsieur Thibault Guigue, Vice-Président de Grand Lac en charge de l'Urbanisme, de l'Habitat, du Logement Social et de la Politique de la ville, en présence de Madame Sandrine Antunes, Responsable adjointe service urbanisme planification, et de Madame Ombeline De Bouclans, Chargée de mission urbanisme ;
- Le 16 octobre, j'ai reçu le mémoire en réponse de Grand Lac ;
- Le 7 novembre 2025, j'ai remis mon rapport et mes conclusions motivées à Madame Ombeline De Bouclans, Chargée de mission urbanisme de Grand lac;

4.Consultations préalables, analyse des observations et réponses du responsable du projet

4.1 Consultations réglementaires préalables à l'enquête

4.1.1. Bilan de concertation

Conformément à l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement, le Règlement Local de Publicité Intercommunal est soumis à l'application des modalités de la concertation, prévues dans les articles L.103-2 à L.103-6 du Code l'Urbanisme.

Les orientations générales du RLPi ont été débattues lors du conseil communautaire du 21 février 2024. Ces mêmes orientations ont également été débattues dans 23 communes et ont réputé avoir été tenu dans les 5 autres communes suivant l'article L.153-12 du Code de l'urbanisme.

La concertation s'est déroulée du 3 avril au 25 février 2025. Pendant cette période il a été organisé :

- 3 réunions à destination du public, des personnes publiques associées et des personnes publiques concernées (associations, professionnels) ;
- 1 Webinaires et une réunion d'échanges avec l'atelier citoyen du Grand Lac,
- 1 article dans le magazine intercommunal du Grand Lac ;
- 7 publications dans la presse locale et sur les réseaux sociaux ;
- 1 page dédiée, alimenté et actualisée sur le site internet de Grand Lac ;
- 23 contributions écrites reçues et analysées (personnes publiques associées, professionnels, associations, habitants)

Toutes les contributions ont fait l'objet d'une analyse et certaines ont été retenues.

La concertation a ainsi fait évoluer l'avant-projet qui avait été envisagé par les élus notamment sur les points suivants :

Publicités et préenseignes

- Les bâches de chantier supportant de la publicité à Aix-les-Bains seront limitées à 10,5 mètres carrés (d*emande d'associations environnementales) ;*

- la publicité supportée par le mobilier urbain pourra atteindre 8 mètres carrés en ZP3 à Aix-les-Bains (d*emande d'une société d'affichage puis de la commune d'Aix-les- Bains dans le cadre de la collaboration avec les communes) ;*

- la zone d'activité de la Biolle sera intégrée en ZP4b (zones commerciales hors unité urbaine de Chambéry) (*demande de la commune de la Biolle dans le cadre de la collaboration avec les communes)*.

Enseignes

- Une ZP4c (zone commerciale en site inscrit) sera créée afin de répondre aux besoins en matière d'enseignes numériques du supermarché situé à Viviers-du-Lac afin qu'il bénéficie des mêmes règles que les autres supermarchés situés en ZP4a et ZP4b (d*emande de la commune de Viviers-du-Lac dans le cadre de la collaboration avec les communes)*.

4.1.2. Avis des Personnes Publiques Associées et des autres consultations

4.1.2.1. Les 28 communes membres de Grand Lac

En application des articles L.581-14-1 du code l'environnement et R.153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté du RLPi a été soumis aux 28 communes de Grand Lac le 3 avril 2025, afin que les conseils municipaux puissent rendre un avis sur ce projet dans un délais de 3 mois. Sans réponse au-delà de ce délai, l'avis est réputé favorable.

Les 11 communes suivantes ont donné un avis favorable sans observation particulière : **Aix les bains, Chindrieux, Drumettaz-Clarafond, Entrelacs, La Chapelle du Mont du Chat, Méry, Mouxy, Pugny Chatenod, Serrières en Chautagne, Trévignin, Viviers du Lac, Voglans.**

Le conseil municipal de la **commune de Bourdeau** émet un avis favorable et recommande d'intégrer au projet de RLPi Grand Lac une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique. Cet avis s'appuie sur l'enseigne du restaurant étoilé Lamartine non conforme en l'état du projet alors que « l'aspect visuel et architectural de l'enseigne est bien intégré à la vue et à la richesse des lieux. »

Réponse Grand Lac :

Le RLPi définit un cadre commun limitant au maximum l'interprétation. C'est pour cette raison que les règles envisagées sont les plus simples possibles afin de faciliter l'application. Il n'est pas possible d'instaurer des exceptions en fonction du contexte. Toutefois, l'examen détaillé d'une situation particulière permet bien souvent de trouver des alternatives conformes lors du renouvellement des enseignes d'une activité.

> *Analyse du commissaire enquêteur : La recommandation de la commune de Bourdeau est importante. La réponse de Grand Lac a le mérite d'être consensuelle mais n'apporte pas de réponse précise. Je recommande qu'une réflexion soit engagée pour analyser sur l'ensemble du territoire de Grand Lac, toutes les situations analogues au cas décrit sur la commune de Bourdeau. Il sera alors*

peut être possible d'intégrer dans le RLPi « une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique. »

4.1.2.2. Personnes Publiques associées

Le projet de règlement local de publicité a été transmis, aux personnes publiques associées à son élaboration par des courriels en date du 4 avril 2025, à défaut de réponse dans un délai de trois mois après la transmission du projet de RLPi, leur avis est réputé favorable.

Liste des personnes publiques associées notifiées :

- ✓ METROPOLE SAVOIE
- ✓ - SNCF IMMOBILIER
- ✓ - INAO
- ✓ - PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR) DES BAUGES
- ✓ - CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA SAVOIE
- ✓ - CONSEIL DEPARTEMENTAL DE LA SAVOIE
- ✓ - CHAMBRE INTERDEPARTEMENTALE D'AGRICULTURE SAVOIE MONT-BLANC
- ✓ - CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT
- ✓ - PREFECTURE DE LA SAVOIE
- ✓ - CONSEIL REGIONAL AUVERGNE RHÔNE-ALPES
- ✓ - COMITE NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE
- ✓ - DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES DE LA SAVOIE
- ✓ - DREAL AUVERGNE RHONE ALPES
- ✓ UDAP
- ✓ - CNPF
- ✓ - CDNPS
- ✓ - GRAND LAC en sa qualité d'autorité organisatrice de la mobilité
- ✓ - GRAND LAC en sa qualité d'autorité en charge du Programme Local de l'Habitat
- ✓ - ATELIER CITOYEN

Parc Naturel Régional du Massif des Bauges (PNRMB) émet un avis favorable, le 6 juin 2025 car il estime que le RLPi Grand Lac est cohérent, exigeant et conforme à la charte. Cet avis est assorti des réserves suivantes :

La charte graphique relative aux préenseignes dérogatoires pour les produits du terroir figurant dans la charte PNR pourrait être annexée au RLPi.

Le RLPi ne prévoit pas la limitation de l'intensité de luminescence (inférieur à 100cd/m²), pourtant recommandée dans la charte du PNR.

A l'intérieur des vitrines la charte du PNR prévoit une limitation à 1 m², or le projet de RLPi indique une limitation à 2m² cumulés pour les activités multiples. Cette notion de cumul n'est pas très claire.

Réponse Grand Lac :

Un renvoi aux chartes existantes du PNR sera fait dans le règlement du RLPi.

Le RLPi n'a pas retenu la limitation de l'intensité lumineuse de luminescence en raison de l'absence d'arrêté prescrivant les seuils maximaux autorisés et en raison de la complexité de la vérification sur le terrain. Les élus ont préféré définir une plage d'extinction nocturne permettant de facilement contrôler sur le terrain le respect du paysage nocturne.

Les dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines pourront être limitées à 1 mètre carré de surface cumulée dans les communes du PNR et à 2 mètres carrés dans les autres communes.

Analyse du commissaire enquêteur : Je note avec satisfaction « qu'un renvoi aux chartes existantes du PNR sera fait dans le règlement du RLPi. » Concernant les 2 autres avis, les réponses de Grand Lac sont précises et suffisamment argumentées. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

Le Conseil Départemental de Savoie émet un avis favorable le 17 avril 2025. Cet avis est assorti des réserves suivantes :

Pour les publicités et préenseignes, sur les zones ZP3 et ZP4, un avis du gestionnaire devra être sollicité pour valider un dispositif fixé ou posé sur le sol, afin de vérifier que cela ne compromet pas la sécurité des usagers de la voirie.

Réponse Grand Lac :

Conformément au code de l'environnement, toute demande d'installation nécessite l'autorisation écrite du propriétaire (public ou privé). Le Département sera sollicité par les entreprises qui souhaiteraient s'implanter sur son domaine et elles ne pourront le faire qu'en cas d'accord de celui-ci.

Analyse du commissaire enquêteur : Je note avec satisfaction la prise en compte de la réserve du Conseil Départemental de Savoie.

La Métropole Savoie émet un avis favorable le 5 septembre 2025. Elle demande que la zone d'activité des Sources déjà aménagée, située sur les communes de Grésy-sur -Aix et d'Aix-les-Bains, soit intégrée au zonage ZP4a.

Réponse Grand Lac

La zone des Sources n'a pas été placée en ZP4a car elle présente plutôt une dimension artisanale contrairement aux autres zones de la ZP4a qui présente un caractère commercial.

> *Analyse du commissaire enquêteur : : Cette réponse me semble précise et suffisamment argumentée. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.*

Les services suivants ont donné un avis favorable :

- **Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites,** le 20 mai 25
- **Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de la Savoie et Haute-Savoie**, le 23 avril 25

4.2. Observations du public

4.2.1. Participation du public

J'ai tenu 10 permanences réparties sur les 5 lieux suivants : Le siège de la Communauté d'Agglomération Grand Lac, les relais Grand Lac de Ruffieux et d'Entrelacs et enfin la Mairie du Bourget du Lac.

J'ai reçu 2 personnes ou groupes de personnes ;

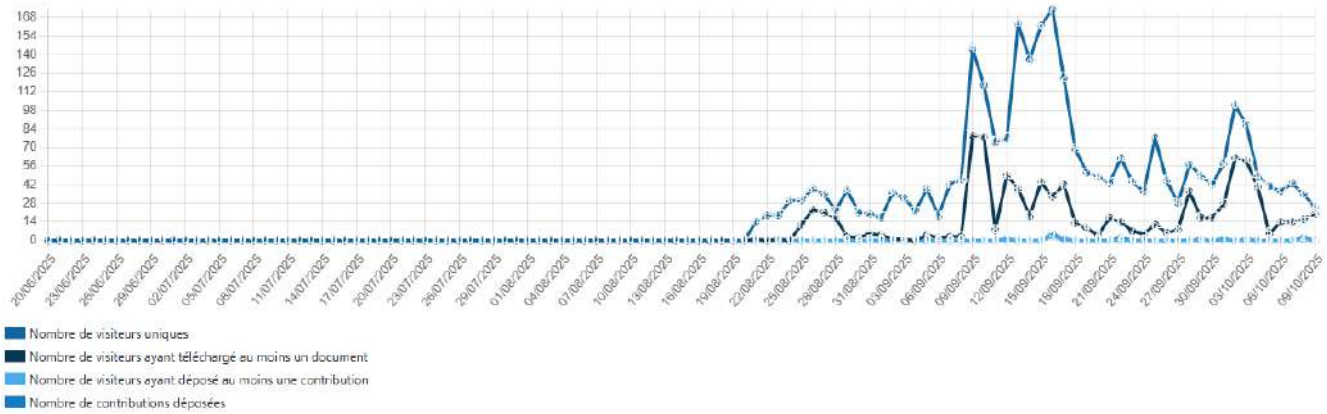
Les registres papier mis à la disposition du public contiennent 2 contributions ;

1 courrier m'a été transmis par voie postale ;

Le registre dématérialisé a fait l'objet de 2836 visites et 1106 téléchargements de documents. ;

Il a été déposé sur ce registre 15 contributions ;

Fréquentation du Registre dématérialisé :



4.2.2. Analyses des observations

4.2.2.1. Les observations classées par thème

Pour une meilleure analyse, j'ai classé les observations du public en fonction des thèmes avec la répartition suivante :

Observations

ENS : Enseignes et pré enseignes	**7**
LUM : Dispositifs lumineux	**8**
POL : Application du RLPi par la force de police	**3**
MOB : Mobilier urbain	**13**
PUB : La publicité en général	**13**
REG : Règlement écrit	**1**
ZON : Zonage du RLPi	**7**

Une contribution peut apparaitre dans plusieurs thèmes et donc générer ainsi différentes observations
L'ensemble de ces contributions représente un total de **52 observations.**
Concernant les contributions n°13 et 14 de l'Union de la Publicité Extérieur (UPE) et de JC DECAUX, je les mets en annexe du P.V. de synthèse, en complément des résumés que j'en ai fait, pour une complète compréhension de ces observations.

4.2.2.2. Observations liées aux enseignes et pré enseignes (ENS)

Contribution n°1 du 12 septembre Registre dématérialisé M. CORMETTI Didier à Chanaz

Développer des pré enseignes sur des supports rappelant l'histoire des lieux, sur les axes passants pour les artisans et commerçants situés dans les ruelles.

Réponse Grand Lac :

Le contenu des préenseignes ne peut être règlementé par le RLPi qui s'intéresse uniquement au « contenant ». Une charte peut être définie pour orienter les commerçants vers de bonnes pratiques en lien avec un caractère historique. Cette charte existe à Chanaz et peut être consultée auprès de la commune.

Analyse du commissaire enquêteur : Cette réponse apporte une information sur la forme des préenseignes. Mais elle n'apporte pas de réponse à l'existence des préenseignes sur les axes passants pour les artisans et les commerçants situés dans les ruelles.

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m².*
- *Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².*
- *Eteindre les enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement à défaut 1h avant et après la fermeture.*
- *Interdire les enseignes scellées au sol.*
- *Interdire les enseignes sur toiture également en ZP4, à défaut les limiter à 8 m².*
- *Interdire les enseignes numériques et celles placées à l'intérieur des vitrines.*

Réponse Grand Lac :

L'ensemble de ces demandes avaient déjà été formulées dans le cadre de la phase de concertation préalable avant l'arrêt de projet et avaient fait l'objet d'une analyse détaillée.

Les limitations de surface proposées par les associations n'ont pas été retenues par les élus de Grand Lac car elles ne sont pas contextualisées. Il est apparu plus adapté de conserver la règle nationale qui fixe une limitation de surface proportionnelle à la taille de la façade.

Les enseignes lumineuses font l'objet d'une plage d'extinction nocturne (23h-6h) permettant de limiter la pollution lumineuse et d'harmoniser les plages d'extinction sur l'ensemble du territoire et pour l'ensemble des dispositifs. Il n'est pas envisagé de modifier cette plage fixe par une plage « flottante » ce qui complexifierai l'application du RLPi. Les enseignes numériques, en tant que sous-catégorie des enseignes lumineuses, sont également soumises à cette règle d'extinction. Elles ne peuvent être interdites à l'intérieur des vitrines (la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets précise que les règles sur ces dispositifs ne peuvent porter que sur les « horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses »).

L'interdiction des enseignes scellées au sol n'est pas adaptée au contexte territorial notamment en matière de visibilité des entreprises situées en recul de la voie publique, ce qui est le cas de nombres d'entre-elles en zones commerciales. Le RLPi propose néanmoins une avancée en encadrant plus

fortement ce type de dispositifs, en particulier en réglementant les enseignes de moins de 1 m². Par ailleurs, ce mode de signalisation concerne plus de 900 dispositifs existants aujourd'hui, l'objectif de ce premier RLPi reste de pouvoir veiller à sa bonne application.

Les enseignes sur toiture sont interdites dans l'ensemble des zones, à l'exception des quelques zones commerciales situées en ZP4. L'interdiction des enseignes sur toiture (ou la limitation proposée) ne parait pas adaptée aux besoins des entreprises en zones commerciales.

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

4.2.2.3. Observations sur les dispositifs lumineux

Contribution n°2 du 16 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

Limiter l'illumination des enseignes à 1h après fermeture et interdire les écrans visibles d'une route/voie

Contribution n°6 du 16 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

« Stop aux enseignes lumineuses éclairées entre 20h et 8h. Stop aux vitrines éclairées aux heures de fermeture des magasins ».

Contribution n°7 du 17 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

« Eteindre les enseignes lumineuses entre 23h et 5h, comme les éclairages publics. »

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Imposer l'extinction de tous les dispositifs lumineux de 22h à 7h.*
- *Imposer des dispositifs qui limitent au maximum la pollution lumineuse dans l'esprit de l'arrêté de 2018 relatif à la réduction des nuisances lumineuses.*
- *Interdire la publicité et les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire.*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Limiter au maximum des dispositifs lumineux et proscrire les numériques.*
- *Imposer l'extinction nocturne de de tous les dispositifs de 20h à 7h*

Réponse Grand Lac :

Les dispositions générales applicables aux publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial prévoient, pour les activités démarrant ou cessant entre 22 heures et 7 heures du matin, une extinction au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Les enseignes lumineuses font l'objet d'une plage d'extinction nocturne (23 heures et 6 heures) permettant de limiter la pollution lumineuse. Cette plage a été arbitrée par l'ensemble des communes de Grand Lac lors de la concertation préalable et il n'est pas prévue de la revoir à l'issue de l'enquête publique. Cette plage constitue un compromis entre toutes les propositions formulées et les aspirations des communes en la matière pour répondre à l'objectif d'harmoniser cette plage d'extinction nocturne sur l'ensemble du territoire et pour l'ensemble des dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes y compris à l'intérieur des vitrines).

Les enseignes numériques en tant que sous-catégorie des enseignes lumineuses sont également soumises à cette règle d'extinction. Elles ne peuvent être interdites à l'intérieur des vitrines (la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets précise que les règles sur ces dispositifs ne peuvent porter que sur les « horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses »). Leur surface est cependant limitée à 2m² cumulée.

Les interdictions totales des dispositifs numériques commencent à être annulées par le juge administratif. Dernière en date, l'annulation des dispositions en la matière dans le RLPi de la Métropole de Lyon (Tribunal administratif de Lyon, 4ème chambre, 3 juin 2025, n° 2311196). Aussi, les élus de Grand Lac ont fait le choix d'une proposition équilibrée du point de vue de la préservation du cadre de vie en interdisant les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire à l'exception des zones commerciales en ZP4, et en limitant leur surface dans ces zones.

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises et suffisamment argumentées. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

4.2.2.4. Observations sur l'application du RLPi

Contribution n°3 du 16 septembre Registre dématérialisé. M. HERRY Alain

« Une application stricte des textes législatifs et réglementaires sur ce sujet serait le minimum demandé »

Contribution n°7 du 17 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

Enlever des affiches/pancartes des associations quand l'événement est passé.

Contribution n°12 du Registre dématérialisé du 2 octobre suite courrier. Anonyme concernant la commune de Chanaz

Les Bâtiments de France ont établi une charte règlementant la publicité. Celle-ci n'est pas respectée. Mettre en place des contrôles et faire respecter la réglementation.

Réponse Grand Lac :

L'autorité de police en matière d'affichage a la charge d'appliquer le Règlement National de Publicité ainsi que le RLPI lorsqu'il sera approuvé. Il n'appartient pas au RLPI (juridiquement parlant) de définir la manière de l'appliquer mais à chaque autorité de police (aujourd'hui les communes sur le territoire de Grand Lac) de s'organiser en la matière pour exercer son pouvoir (recours à la police de l'urbanisme, la police municipale, etc.).

Analyse du commissaire enquêteur : Ces 3 observations me semblent pleinement recevables. Le pouvoir de police appartient aux communes sur le territoire de Grand Lac, mais il est essentiel qu'une forte communication soit faite par Grand Lac auprès des communes, indiquant l'importance de suivre l'application des différents textes (les 3 cas ci-dessus, ceux de la RNP ainsi que ceux du RLPi).

4.2.2.5. Observations sur le mobilier urbain

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m².*
- *Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.*
- *Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.*
- *Imposer une règle d'extinction nocturne de 22h à 7h.*
- *Limiter la densité des publicités sur le mobilier urbain en instaurant une inter-distance minimale de 200m entre chaque publicité.*
- *Interdire le numérique sur le mobilier urbain.*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m.

Contribution n°13 du 8 octobre du Registre dématérialisé. JC DECAUX

- *Suivant l'article L.581-3 du Code de l'environnement le mobilier urbain supporte à titre accessoire des publicités et donc il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire dont le principal objet est de recevoir la publicité. Pour ce faire, il sera nécessaire de :*

« ➢ Préciser la spécificité du mobilier urbain au sein du paragraphe « Application et portée du règlement » en y insérant la mention suivante : La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi.

➢ Amender la définition du « mobilier urbain » insérée au lexique RLPi et ajouter celle sur le « dispositif publicitaire : Dispositif publicitaire : terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité.

Mobilier urbain : Le mobilier urbain comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir à titre accessoire de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local. Le mobilier urbain publicitaire n'est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire.

Conséquence : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable. → Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement. »

- *« Réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain publicitaire en ZP1a, ce dernier demeurant sous entier contrôle des collectivités via contrats publics. »*
- *« Modifier l'article P4a.3 du RLPi en réintroduisant la possibilité pour les collectivités de communiquer sur des mobiliers urbains d'informations de grand format 8m² d'affiche et 6 mètres de hauteur en ZP4a. »*
- *« Réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain numérique 2m² en toutes zones du RLPi, y compris dans les secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement, sous réserve des articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. »*

- *Concernant la hauteur prévue à l'article P0.3 du RLPi, nous préconisons de faire préciser qu'elle s'applique aux « dispositifs publicitaires. »*
- *« Nous préconisons de reprendre la lettre de l'article R.581-42-1 du code de l'environnement au sein de la définition de la « surface unitaire » dans sa partie applicable aux mobiliers urbains publicitaires. Article R581-42-1 : Par dérogation à l'article R. 581-24-1, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran. »*

Réponse Grand Lac :

La publicité sur le mobilier urbain fait l'objet de règles spécifiques prévues dans le code de l'environnement dans la mesure où elle permet la mise en place de mobilier urbain rendant un service public (abriter, informer, etc.).

La publicité sur le mobilier urbain d'information est d'ores-et-déjà limitée à 2 mètres carrés dans le projet de RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire aggloméré à l'exception de quelques axes structurants de la commune d'Aix-les-Bains compte tenu du rayonnement régional de cette commune et des besoins de communication liés.

La publicité supportée par le mobilier urbain l'est à titre accessoire conformément au code de l'environnement. Aussi, le service public rendu par le mobilier urbain doit primer sur la publicité présente sur le mobilier. Toutefois, sur un plan environnemental, l'impact visuel est le même que la publicité soit sur la face externe ou dans le sens de circulation (emprise de 2 m² dans tous les cas). Aussi, cette proposition ne relève pas d'une amélioration du cadre de vie.

La publicité supportée par le mobilier urbain est soumise à la plage d'extinction nocturne du RLPI (23 h – 6 h) à l'exception des publicités sur les abris destinés au public si des lignes de nuit les desservent. Le code de l'environnement ne prévoit aucune inter-distance entre deux publicités sur le mobilier urbain. En effet, en fonction de la densité des lignes de transport, il peut être nécessaire d'avoir de nombreux abris destinés au public dans une zone donnée (abords d'une gare routière, abords d'une gare ferroviaire, nœuds multimodaux, etc.).

La publicité numérique est interdite sur le mobilier urbain en dehors de la ZP3 à Aix-les-Bains ce qui permet une large protection du cadre de vie.

L'ajout d'une dérogation à l'interdiction de publicité en ZP1a n'est pas souhaité par les élus des communes concernées qui n'ont aucun besoin identifié en la matière.

La volonté des élus est d'harmoniser les règles au maximum sur le territoire communautaire. Aussi, il n'est pas envisagé de réintroduire de grands dispositifs publicitaires sur le mobilier urbain en ZP4a ni de

réintroduire de la publicité numérique sur le mobilier urbain en toute zone du RLPi (une telle disposition serait d'ailleurs illégale, car la publicité numérique supportée par le mobilier urbain est interdite par le code de l'environnement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants).
L'article P0.3 du RLPi s'applique à toute forme de publicité y compris à celle supportée par le mobilier urbain, sauf si une disposition spéciale (propre à une zone) en dispose autrement.
La définition de la « surface unitaire » sera revue dans le lexique pour intégrer les évolutions des articles R.581-42-1 et R. 581-24-1 du code de l'environnement (issues du décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023).

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

4.2.2.6. Observations sur la publicité en général

Contributions 4 et 5 du 16 septembre du Registre dématérialisé. Anonyme

Les panneaux aux entrées et sorties de ville sont une véritable pollution visuelle.
Prévoir des panneaux standardisés lumineux à défilement dédiés aux manifestations culturelles, fêtes locales.

Réponse Grand Lac :
La densité des panneaux publicitaires est effectivement un enjeu sur certaines entrées de ville du territoire. Le projet de RLPi prévoit une disposition d'ordre générale (donc applicable sur l'ensemble des zones) visant à limiter la densité à un seul panneau publicitaire maximum par unité foncière. Par ailleurs, la disposition du RLPi visant à interdire les publicités et préenseignes au sol en-dehors des ZP3 et ZP4 sera également de nature à maîtriser ce phénomène.
Les informations dédiées aux manifestations culturelles et fêtes locales relèvent dans la majorité des cas de dispositifs temporaires pour l'affichage d'associations à but non lucratif. Dans ce cas de figure, les communes peuvent prévoir des dispositions propres pour les modalités d'affichage libre sur leur territoire communal.

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises et suffisamment argumentées. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

Contribution n°8 du 15 septembre du Registre dématérialisé correspondant à l'observation du registre papier du Relais Grand Lac de Ruffieux lors de la permanence du commissaire enquêteur. M. BERTHET Yves route de Seyssel à Motz

Je lui ai indiqué que ses 2 panneaux publicitaires de 4.32 m² sur son mur de maison ne seront plus règlementaires suivant le projet du RLPi (art. P2.2 du RLPi), car supérieurs à 1.5 m².

Contributions 9 du 22 septembre du Registre dématérialisé. Mme REMONDAT Dominique de Saint Pierre de Curtille

Non au RLPi pour garder la spécificité des villages de Chautagne et Grand Lac et ne pas standardiser.

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter la taille maximale des publicités à 2 m², sauf éventuellement en zone d'activité et sur les bâches de chantier (max 12 m°)*
- *Limiter la densité des publicités avec maximum 1 publicité par unité foncière supérieure à 50 m.*

Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activité.

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activité.*
- *Limiter la publicité à 4m² pour chaque façade.*

Contribution n°14 du 8 octobre du Registre dématérialisé. Union de la Publicité Extérieur (UPE)

Le projet de RLPi entrainerait la dépose de 40% des dispositifs sur le domaine privé sans la possibilité de repositionnement. C'est notamment pourquoi :

- *« Nous préconisons d'autoriser un format respectueux des standards existants : 4 m² d'affiche/dispositif à 4.7 m², encadrement inclus pour les dispositifs publicitaires muraux, en ZP2.*
- *Nous demandons de porter la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à 8 m² d'affiche et 10,50 m², encadrement compris, en ZP3 et ZP4a. »*
- *« Le domaine ferroviaire en gare, y compris parvis*

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare d'Aix-les-Bains, les règles pourraient être les suivantes : aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;

Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format d'écran de 2 m² »

- *« Maintenir sur l'intégralité du territoire intercommunal, une surface cumulée à 2 m² des publicité(s) et enseigne(s) numérique(s) implantée(s) derrière une vitrine commerciale. »*
- *« Nous préconisons d'autoriser en toutes zones agglomérées de plus de 10 000 habitants la possibilité d'implanter des bâches et ce, sans limite de format. »*
- *« Nous demandons d'appliquer a minima le règlement national de publicité (RNP) et de fixer la hauteur maximale à 6 mètres par rapport au niveau du sol. »*

Réponse Grand Lac :

La publicité extérieure est un domaine très standardisé. En particulier, les formats d'affiches sont les mêmes partout en France. Aussi, le projet de RLPi n'a pas pour effet une standardisation mais plutôt une approche qui vise à harmoniser les règles à l'échelle intercommunale et à prendre en compte le contexte local par des zones de publicités spécifiques. D'autre part, le contenu des publicités, enseignes et préenseignes demeurent libre pouvant laisser place à la créativité des entreprises du territoire. En effet, seul le contenant est règlementé par le RLPi qui définit un cadre commun aux entreprises de Grand Lac.

La limitation des publicités à 2 mètres carrés est trop contraignante car il s'agit d'un format qui ne tient pas compte de l'encadrement. D'autre part, compte tenu du projet arrêté qui limite déjà fortement les dimensions des publicités et préenseignes, cette dimension même légèrement adaptée ne semble pas opportune. La dimension maximale des bâches de chantier a été limitée à 10,5 mètres carrés suite à la prise en compte d'une remarque des associations analysée lors de la concertation préalable.

La densité publicitaire (dans les zones où la publicité est autorisée) est limitée à un dispositif par unité foncière (le code de l'environnement permet aujourd'hui le plus souvent au moins deux dispositifs) dans le RLPi. L'ajout d'un seuil de 50 m de linéaire d'unité foncière est trop contraignant et fait peser un risque juridique d'interdiction déguisé de publicités compte tenu de la restriction que cela impose. Cette proposition avait déjà été analysée et rejetée lors de la concertation préalable.

L'interdiction de la publicité scellée au sol sur l'ensemble du territoire communautaire n'est justifiée par aucune circonstance locale. Aussi, une telle interdiction fait peser un risque contentieux sur le RLPi. Sachant que le RLPi a considérablement réduit la surface maximale de tel dispositif (passage de 10,5 mètres carrés à 4,7 mètres carrés). Par ailleurs, la publicité au sol est interdite dans le projet dans l'ensembles des secteurs à vocation résidentielle (ZP2)

La limitation des publicités à 4 mètres carrés ne correspond pas aux standards de surface avec encadrement qui est de 4,7 mètres carrés. Le projet réduit les surfaces des publicités et préenseignes à 4,7 mètres carrés maximum dans les zones où des formats plus importants pouvaient être installés

(jusqu'à 10,5 mètres carrés). Ces formats ont été arbitrés lors de la concertation préalable et validés par les communes de Grand Lac, il n'est pas envisagé de les assouplir ou de les restreindre afin de conserver l'équilibre actuel du projet.

Le domaine ferroviaire en gare d'Aix-les-Bains ainsi que le parvis peuvent accueillir de la publicité sur le mobilier urbain car ils sont situés en ZP1b. il n'est pas envisagé de réintroduire d'autres formes de publicité dans ce secteur patrimonial.

La surface cumulée des publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines a fait l'objet de plusieurs échanges en comité de pilotage. Les élus du territoire ont formulé un consensus sur la limitation à 2 m² de surface cumulée pour tenir compte des besoins liés à certaines activités dès lors qu'une plage d'extinction nocturne est également prévue dans le projet pour ce type de dispositif.

Par souci de cohérence, Grand Lac souhaite maintenir l'application des mêmes règles entre les bâches publicitaires et les publicités murales à Aix-les-Bains (seule agglomération de plus de 10 000 habitants).

La hauteur au sol a été réduite à 5 mètres (au lieu de 6 mètres) car les dimensions des publicités et préenseignes ont été réduites (notamment le passage de 10,5 mètres carrés à 4,7 mètres carrés). Cela permet une cohérence globale avec des dimensions plus adaptées au contexte territorial.

> *Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.*

4.2.2.7. Observations sur le règlement écrit

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

Supprimer les dérogations au Règlement National de Publicité prévues dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix les bains.

Réponse Grand Lac :

Ces dérogations concernent exclusivement la publicité supportée par le mobilier urbain qui permet par ailleurs de rendre un service public d'information sur les manifestations locales. Aussi, il n'est pas envisagé de revenir sur ces dérogations (prévues par le code de l'environnement) validées avec l'Architecte des Bâtiments de France et concernant uniquement la ville d'Aix-les-Bains.

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

4.2.2.8. Observation sur le zonage

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Classer en ZP1a, 200 m autour des établissements éducatifs et culturels.*
- *Supprimer la zone ZP3 pour l'intégrer à la zone ZP2, à défaut remplacer la dénomination « axes structurants » par « axes afficheurs ».*
- *Limiter la publicité dans les zones d'activités pour le mettre au même niveau de contrainte que dans le centre-ville (idem pour les enseignes).*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Interdire la publicité autour des établissements éducatifs et culturels (200m au moins)*
- *Limiter la publicité dans les zones d'activités pour le mettre au même niveau de contrainte que dans le centre-ville (idem pour les enseignes).*

Contribution n°14 du 8 octobre du Registre dématérialisé. Union de la Publicité Extérieur (UPE)

- *« Nous préconisons de renvoyer au règlement national de publicité (RNP) en ce qui concerne les zones non agglomérées et de ne pas poser d'interdiction de principe afin de prendre en compte les évolutions du territoire intercommunal »*
- *Dans une décision du 2 mars 1990, le Conseil d'Etat précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti. Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.*

Réponse Grand Lac :

L'interdiction de la publicité à 200 mètres autour des établissements scolaires a pour conséquence d'interdire presque totalement la publicité sur certaines communes, ce qui constitue un fort risque d'annulation. Par ailleurs, ce type de protection est très limitée dans la mesure où les enfants, dès lors qu'ils circulent en dehors des abords des établissements scolaires, seront amenés à voir des publicités ou

des préenseignes. Enfin, cette disposition ne repose pas vraiment sur une justification environnementale mais davantage sur la mise en cause du message véhiculé par la publicité, et donc plutôt sur le contenu du dispositif (que ne peut pas encadrer le RLPi) et non sur le contenant.

La fusion des ZP2 et ZP3 ne permet pas de garantir l'équilibre recherché dans le projet entre l'amélioration du cadre de vie et le maintien de la liberté d'expression ou du commerce.

L'application de règles identiques sur le territoire communautaire qu'il s'agisse des centres-villes ou des zones d'activités a pour conséquence d'interdire de manière totale la publicité ce qui entrainera l'annulation d'une telle disposition, d'autant plus que ces deux types d'espaces n'ont absolument pas les mêmes vocations et donc ne répondent pas au même niveau d'exigence en matière de protection du cadre de vie.

La notion d'agglomération utilisée dans le cadre du RLPi repose sur la définition du code de la route (article R110-2 du code de la route) et sur l'interprétation du Conseil d'État mentionnée par l'UPE. S'agissant des zones non agglomérées à ce jour et qui pourraient le devenir par la suite, elles pourront être intégrées au zonage à travers une mise à jour du RLPi. En l'état actuel, c'est le plan de zonage du RLPi qui détermine les espaces agglomérés et les espaces non agglomérés.

Analyse du commissaire enquêteur : Ces réponses me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés. Je n'ai donc pas de commentaires supplémentaires à apporter.

4.3. Questions du commissaire enquêteur

4.3.1. Analyse des réponses de Grand Lac à toutes les observations et les avis ci-dessus

Il me semble important que les réponses de Grand Lac soient précises et détaillées pour permettre de potentiellement faire évoluer le projet ou simplement pour parfaitement éclairer le projet existant.

Réponse Grand Lac

La Collectivité a essayé autant que possible de rédiger des réponses complètes aux différentes demandes.

Analyse du commissaire enquêteur : Je note avec satisfaction que les réponses sont précises et argumentées.

4.3.2. Suivi de la mise en place du RLPi

Je désire savoir quelle procédure est prévue auprès des différentes communes pour s'assurer de la pleine compréhension du RLPi.

Différentes observations, ainsi que le rapport de présentation indiquent que le Règlement National de Publicité (RNP) est très souvent non respecté. Le RLPi est naturellement plus restrictif que le RNP. Il a été décidé que le pouvoir de police était laissé au niveau communal. Je désire savoir ce que Grand Lac a prévu pour s'assurer de la mise en place du RLPi.

Réponse Grand Lac

Un guide pratique est en cours de finalisation pour favoriser l'appropriation du RLPi par les communes et le grand public et pour faciliter le contrôle des dispositifs existants

Une réflexion est en cours sur le type d'instance de suivi à mettre en place et sur la fréquence de rencontre sachant qu'aujourd'hui chaque maire demeure l'unique autorité de police en la matière.

Par ailleurs, comme le prévoit le code général des collectivités territoriales, la question du transfert du pouvoir de police à l'intercommunalité sera mise à l'ordre du jour après les prochaines élections. En fonction de la volonté politique exprimée à ce moment-là, une organisation spécifique pourra être proposée afin d'harmoniser l'application et l'exercice du pouvoir de police de la publicité à l'échelle du territoire.

Analyse du commissaire enquêteur : Je note avec satisfaction la mise en place de ce guide qui permettra une meilleure appropriation du RLPi par l'ensemble des communes de Grand Lac. L'élaboration d'un RLPi représente un travail important. Il me semble donc essentiel d'en assurer l'application. Je note la réflexion en cours sur ce sujet avec la contrainte des prochaines élections municipales.

4.3.3. Echelle des plans de zonage

Pour une meilleure lisibilité, il me semble préférable que tous les plans de zonage des communes aient la même échelle.

Réponse Grand Lac

L'échelle des plans sera retravaillée afin d'avoir une échelle ronde et plus facilement utilisable. En raison de la forme et de la superficie variable des communes, il ne sera en revanche pas possible d'appliquer la même échelle sur tous les plans par souci de lisibilité.

Analyse du commissaire enquêteur : Je note avec satisfaction cette évolution.

Les conclusions personnelles et motivées du commissaire enquêteur font l'objet d'une partie séparée.

Département de la Savoie

Communauté d'agglomération Grand Lac

ENQUÊTE PUBLIQUE

Du 8 septembre au 9 octobre 2025
T.A. n° E25000119/38

Projet de règlement local de publicité intercommunal Grand Lac

Conclusions motivées

Bernard Audion

Commissaire enquêteur

A. Rappel de l'objet et du déroulement de l'enquête

A.1. Préambule

La Communauté d'Agglomération Grand Lac compte 78 824 habitants et regroupe 28 communes. Elle se situe dans le département de la Savoie dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Le relief, les forêts notamment dans le massif des Bauges, et l'eau avec la présence du Lac du Bourget, occupent une place majeure dans le paysage de la communauté d'agglomération. Les polarités urbaines fortes de Chambéry et Aix-les -Bains représentent un espace économique majeur de la Savoie.

A.2. Rappel succinct de l'objet de l'enquête

La présente enquête publique concerne le projet de règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac. Les objectifs généraux sont les suivants :

Préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;

Harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques (PNR, abords des monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables, sites classés et inscrits, Natura 2000…) ;

A.3. Déroulement de l'enquête

La délibération du conseil communautaire n° 20/2019 du 21 février 2019, prescrivant l'élaboration du R.L.P.i., définissant les objectifs poursuivis et les modalités de concertation de l'intégralité du territoire du Grand Lac. La délibération du conseil communautaire n°35/2024 du 12 novembre 2024 « débat sur les orientations de l'élaboration du R.L.P.i. Grand Lac ». La délibération du conseil communautaire n°18/2025 du 25 mars 2025 « bilan de concertation et arrêt du projet de l'élaboration du R.L.P.i. Grand Lac ». La décision n°25000119/38 du 4 juin 2025 de Monsieur le Président du tribunal administratif de Grenoble désignant Monsieur Bernard Audion en qualité de commissaire enquêteur et Madame Alexandra VALETON en qualité de commissaire enquêtrice suppléante.

Les avis au public sont situés aux lieux accoutumés des Hôtels de Ville des 28 communes et du siège de Grand Lac. Les quatre publications règlementaires (Art. 123-11 du code de l'environnement) ont été faites dans la rubrique des annonces légales des journaux suivants : Le Dauphiné Libéré le 21 août 2025 et le 11 septembre 2025, l'Essor Savoyard le 21 août 2025 et le 11 septembre 2025.

Le dossier de l'enquête publique a été consultable dans les conditions suivantes :

- Un dossier papier, ainsi qu'un poste informatique mis à la disposition du public gratuitement aux heures d'ouverture habituelles, au siège du Grand Lac, 1500 bd Lepic 73100 Aix-les-Bains, au relais Grand Lac de Ruffieux, 1728 rue de Jérusalem 73410 Ruffieux, au relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud 73410 Entrelacs, dans la mairie du Bourget-du Lac, 7 rue des écoles 73370 Le Bourget-du-Lac.
- Sur le site internet : https://www.grand-lac.fr ;
- Sur le site internet https://www.registre-dematerialise.fr/6403 ;

Je me suis tenu à la disposition du public lors **des permanences** aux lieux et horaires suivants :

Au siège du Grand Lac, 1500 bd Lepic 73100 Aix-les-Bains : Lundi 8 septembre de 14H00 à 17H00, mardi 30 septembre de 9H00 à 12H00, jeudi 9 octobre de 9H00 à 12H00

Au relais Grand Lac de Ruffieux, 1728 rue de Jérusalem 73410 Ruffieux : Lundi 15 septembre de 13H30 à 16H30, mardi 3 octobre de 8H30 à 12H30

Au relais Grand Lac d'Entrelacs, 60 rue Joseph Michaud 73410 Entrelacs : Mercredi 10 septembre de 9H00 à 12H00, jeudi 18 septembre de 13H30 à 16H30,

Dans la mairie du Bourget-du Lac, 7 rue des écoles 73370 Le Bourget-du-Lac : Vendredi 12 septembre de 9H00 à 12H00, mercredi 1 octobre de 14H00 à 17H00, mardi 7 octobre de 9H à 12H00

Les observations du public pouvaient, pendant la durée de l'enquête, être : Consignées dans le registre d'enquête prévu à cet effet aux lieux mentionnés ci-avant ; Exprimées oralement auprès du Commissaire enquêteur au cours des permanences mentionnées ci-avant ; Adressées par courrier postal à l'adresse suivante : Grand Lac Projet d'élaboration du RLPi Grand Lac, Commissaire enquêteur 1500 boulevard Lepic CS 20606 73106 Aix-les-Bains cedex ; Adressées par messagerie électronique à l'adresse suivante : enquete-publique-6403@registre-dematerialise.fr; Consignées dans le registre dématérialisé sur le site internet : https://wwwregistre-dematerialise.fr/6403 ;

Le 4 septembre 2025, j'ai paraphé les registres et les dossiers à la disposition du public. J'ai par ailleurs validé le registre dématérialisé ; Le 13 octobre 2025, j'ai remis le PV de synthèse à Monsieur Thibault Guigue, Vice-Président de Grand Lac en charge de l'Urbanisme, de l'Habitat, du Logement Social et de la Politique de la ville, en présence de Madame Sandrine Antunes, Responsable adjointe service urbanisme planification, et de Madame Ombeline De Bouclans, Chargée de mission urbanisme ; Le 16 octobre, j'ai

reçu le mémoire en réponse de Grand Lac ; Le 07 novembre 2025, j'ai remis mon rapport et mes conclusions motivées à Madame Ombeline De Bouclans, Chargée de mission urbanisme de Grand Lac.

Aucun incident ne s'est produit au cours de cette enquête. Enfin, à l'expiration du délai d'enquête, les registres ont été clos et signés par mes soins. J'estime, sous les réserves habituelles, que l'ensemble des règles de forme prévu par les textes régissant l'enquête publique a été respecté.

A.4. Situation initiale et bilan de concertation

A.4.1. Situation initiale

Les Publicités et les préenseignes

Le rapport de présentation indique que l'inventaire de terrain a permis d'identifier 654 publicités et préenseignes sur Grand Lac. La répartition des dispositifs est la suivante : Scellés/posés au sol : 372 dont 277 sont en infraction avec le RNP (soit 74%), sur un mur ou une clôture : 150 dont 105 sont en infraction avec le RNP (soit 70%), supportés par le mobilier urbain : 131 presque exclusivement dans la commune d'Aix les bains ;

Grand Lac compte 39 publicités lumineuses (en dehors des publicités sur le mobilier urbain)

Les enseignes

Un inventaire exhaustif des enseignes a été réalisé entre décembre 2023 et février 2024. Il a permis d'identifier près de 7000 enseignes sur Grand Lac. 76% des enseignes sont parallèles au mur (dont 95% sont conformes au RNP).

A.4.2. Bilan de concertation

Les orientations générales du RLPi ont été débattues lors du conseil communautaire du 21 février 2024. Ces mêmes orientations ont également été débattues dans 23 communes et ont réputé avoir été tenu dans les 5 autres communes.

La concertation s'est déroulée du 3 avril au 25 février 2025. Pendant cette période il a été organisé :

- 3 réunions à destination du public, des personnes publiques associées et des personnes publiques concernées (associations, professionnels) ;
- 1 Webinaires et une réunion d'échanges avec l'atelier citoyen du Grand Lac,
- 1 article dans le magazine intercommunal du Grand Lac ;
- 7 publications dans la presse locale et sur les réseaux sociaux ;
- 1 page dédiée, alimenté et actualisée sur le site internet de Grand Lac ;

- 23 contributions écrites reçues et analysées (personnes publiques associées, professionnels, associations, habitants)

Toutes les contributions ont fait l'objet d'une analyse et certaines ont été retenues. Je note que la concertation a ainsi fait évoluer l'avant-projet qui avait été envisagé par les élus.

A.5. Analyse des observations et des avis

- J'ai tenu 10 permanences réparties sur les 5 lieux suivants : Le siège de la Communauté d'Agglomération Grand Lac, les relais Grand Lac de Ruffieux et d'Entrelacs et enfin la Mairie du Bourget du Lac.

  J'ai reçu 2 personnes ou groupes de personnes ;
  Les registres papier mis à la disposition du public contiennent 2 contributions ;
  1 courrier m'a été transmis par voie postale ;
  Le registre dématérialisé a fait l'objet de 2836 visites et 1106 téléchargements de documents. ;
  Il a été déposé sur ce registre 15 contributions ;

Pour une meilleure analyse, j'ai classé les observations du public en fonction des thèmes avec la répartition suivante :

Observations

ENS : Enseignes et pré enseignes	**7**
LUM : Dispositifs lumineux	**8**
POL : Application du RLPi par la force de police	**3**
MOB : Mobilier urbain	**13**
PUB : La publicité en général	**13**
REG : Règlement écrit	**1**
ZON : Zonage du RLPi	**7**

Une contribution peut apparaitre dans plusieurs thèmes et donc générer ainsi différentes observations
L'ensemble de ces contributions représente un total de **52 observations.**

- Les contributions de l'Union de la Publicité Extérieur (UPE) , de JC DECAUX et des » associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie,

Résistance à l'Agression Publicitaire » sont particulièrement importantes en termes d'observations

Les réponses de Grand Lac à ces observations me semblent précises. Elles résultent par ailleurs de choix politiques suffisamment argumentés.

- ***Contribution n°1 du 12 septembre Registre dématérialisé M. CORMETTI Didier à Chanaz***

Développer des pré enseignes sur des supports rappelant l'histoire des lieux, sur les axes passants pour les artisans et commerçants situés dans les ruelles.

Réponse Grand Lac :
Le contenu des préenseignes ne peut être règlementé par le RLPi qui s'intéresse uniquement au « contenant ». Une charte peut être définie pour orienter les commerçants vers de bonnes pratiques en lien avec un caractère historique. Cette charte existe à Chanaz et peut être consultée auprès de la commune.

Je note que cette réponse apporte une information sur la forme des préenseignes. Mais elle n'apporte pas de réponse à l'existence des préenseignes sur les axes passants pour les artisans et les commerçants situés dans les ruelles.

- *Toutes les observations demandant l'application du RLPi et de la RNP*

Réponse Grand Lac :
L'autorité de police en matière d'affichage a la charge d'appliquer le Règlement National de Publicité ainsi que le RLPI lorsqu'il sera approuvé. Il n'appartient pas au RLPI (juridiquement parlant) de définir la manière de l'appliquer mais à chaque autorité de police (aujourd'hui les communes sur le territoire de Grand Lac) de s'organiser en la matière pour exercer son pouvoir (recours à la police de l'urbanisme, la police municipale, etc.).
Une réflexion est en cours sur le type d'instance de suivi à mettre en place et sur la fréquence de rencontre sachant qu'aujourd'hui chaque maire demeure l'unique autorité de police en la matière.
Par ailleurs, comme le prévoit le code général des collectivités territoriales, la question du transfert du pouvoir de police à l'intercommunalité sera mise à l'ordre du jour après les prochaines élections. En fonction de la volonté politique exprimée à ce moment-là, une

organisation spécifique pourra être proposée afin d'harmoniser l'application et l'exercice du pouvoir de police de la publicité à l'échelle du territoire.

L'élaboration d'un RLPi représente un travail important. Par ailleurs, le rapport de présentation indique que 74 % des publicités et préenseignes, scellés ou posés au sol, sont en infraction avec la RNP, et 70% pour celles fixées sur un mur ou une clôture.

Je note la réflexion en cours sur ce sujet de l'application du RLPi, avec la contrainte des prochaines élections municipales. Il me semble essentiel qu'une forte communication soit faite par Grand Lac auprès des communes, indiquant l'importance de suivre l'application des différents textes (ceux de la RNP ainsi que ceux du RLPi).

- Je note avec satisfaction la mise en place d'un guide qui permettra une meilleure appropriation du RLPi par l'ensemble des communes de Grand Lac.

- Le conseil municipal de la **commune de Bourdeau** recommande d'intégrer au projet de RLPi Grand Lac une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique. Cet avis s'appuie sur l'enseigne du restaurant étoilé Lamartine non conforme en l'état du projet alors que « l'aspect visuel et architectural de l'enseigne est bien intégré à la vue et à la richesse des lieux. »

Réponse Grand Lac :

Le RLPi définit un cadre commun limitant au maximum l'interprétation. C'est pour cette raison que les règles envisagées sont les plus simples possibles afin de faciliter l'application. Il n'est pas possible d'instaurer des exceptions en fonction du contexte. Toutefois, l'examen détaillé d'une situation particulière permet bien souvent de trouver des alternatives conformes lors du renouvellement des enseignes d'une activité.

La recommandation de la commune de Bourdeau est importante. La réponse de Grand Lac a le mérite d'être consensuelle mais n'apporte pas de réponse précise. Je recommande qu'une réflexion soit engagée pour analyser sur l'ensemble du territoire de Grand Lac, toutes les situations analogues au cas décrit sur la commune de Bourdeau. Il sera alors peut être possible d'intégrer dans le RLPi « une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique. »

- *Suite à la réserve du Parc Naturel du Massif des Bauges, je note avec satisfaction « qu'un renvoi aux chartes existantes du PNR sera fait dans le règlement du RLPi. »*

B. Motivation et formulation de l'avis

En conséquence de tout ce qui précède et après avoir :

- Pris connaissance et analysé le dossier ;
- Effectué plusieurs visites sur le secteur ;
- Vérifié et constaté que la publicité et l'information au public ont été respectées ;
- Eté à la disposition du public lors des dix demi-journées de permanences ;
- Pris connaissance des avis des personnes publiques associées ;
- Analysé les observations du public ;
- Sollicité des réponses de la commune et analysé celles-ci ;

J'estime :

- Que concernant la publicité, le contenu du dossier et le déroulement de l'enquête, les procédures réglementaires ont été respectées ;
- Que le public a pu s'informer et s'exprimer librement sur ce projet ;
- Que concernant le règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac, ce projet :
  - Contribue à préserver et mettre en valeur l'environnement tout en préservant l'attractivité économique et commerciale sur l'ensemble du territoire ;
  - Permet d'harmoniser la publicité sur le territoire tout en prenant en compte les spécificités de chaque commune et réglementations spécifiques à travers la mise en place de 4 zones de publicités
- Positif *la mise en place d'un guide qui permettra une meilleure appropriation du RLPi par l'ensemble des communes de Grand Lac ;*
- Positif de faire évoluer l'échelle des plans de zonage des communes pour une meilleure lisibilité ;
- Positif la réflexion en cours sur la mise en place d'une instance pour s'assurer de la l'application du RLPi Grand Lac ;
- Positif *qu'un renvoi aux chartes existantes du PNR sera fait dans le règlement du RLPi.*

En conclusion, **j'émets un avis favorable au projet de** règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac.

Cet avis est assorti de 2 recommandations :

- Que la totalité des engagements pris par Grand Lac dans son mémoire en réponse soit bien prise en compte dans le dossier d'approbation du règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac ;

- Qu’une forte communication soit faite par Grand Lac auprès des communes, indiquant l’importance de suivre l’application du règlement local de publicité intercommunal de Grand Lac, ainsi que de la Règlementation Nationale de Publicité, le pouvoir de police appartenant aux communes sur le territoire de Grand Lac ;

ANNEXE

Procès-Verbal de synthèse

LETTRE D'ACCOMPAGNEMENT

du PROCES VERBAL de SYNTHESE

des observations écrites des registres papier et dématérialisé, ainsi que des courriers reçus par voie postale ou par voie électronique et des observations orales

Référence : Arrêté n° 20/2019 du 21 février 2019 prescrivant l'élaboration du RLPi Grand Lac

Objet de l'enquête : Règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Lac

Durée de l'enquête : Du 8 septembre 2025 à 14h au 9 octobre 2025 à 12h

Destinataire : Monsieur le président de la Communauté d'Agglomération Grand Lac

Monsieur le président,

J'ai tenu 10 permanences réparties sur les 5 lieux suivants : Le siège de la Communauté d'Agglomération Grand Lac, les relais Grand Lac de Ruffieux et d'Entrelacs et enfin la Mairie du Bourget du Lac.

J'ai reçu 2 personnes ou groupes de personnes ;

Les registres papier mis à la disposition du public contiennent 2 contributions ;

1 courrier m'a été transmis par voie postale ;

Le registre dématérialisé a fait l'objet de 2836 visites et 1106 téléchargements de documents. Il a été déposé sur ce registre 15 contributions ;

L'ensemble de ces contributions représente un total de 52 observations.

Conformément aux dispositions de l'article R 123-18 du code de l'environnement, je vous demande de m'adresser sous 15 jours vos observations en réponse au regard de chaque observation du présent procès-verbal de synthèse.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

Remis à Grand Lac

le lundi 13 septembre 2025

Le commissaire enquêteur

Bernard Audion

Reçu à Grand Lac

le lundi 13 septembre 2025

Le Maitre d'ouvra

GRAND LAC COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

Thibaut GUIGUE

1ère Vice Président

(Urbanisme, Habitat, Logement social, Politique de la ville)

C1 Interne

Dossier suivi par Ombeline de Bouclans
Chargée de mission urbanisme
06.85.26.07.67
o.debouclans@grand-lac.fr

Monsieur Audion
Commissaire enquêteur pour l'élaboration du RLPI de Grand Lac

Aix-les-Bains, le 16 octobre 2025

Objet : Elaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal de Grand Lac
Réponse au PV de synthèse de l'enquête publique

Monsieur le commissaire enquêteur,

Conformément à l'article R. 123-18 du Code de l'environnement, vous m'avez remis le 13 octobre 2025, le procès-verbal des observations écrites et orales reçues pendant l'enquête publique du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal.

Vous trouverez en pièce jointe la réponse détaillée de la collectivité aux observations et questions posées dans votre procès-verbal.

Nous espérons que ces précisions seront de nature à répondre aux interrogations soulevées.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le commissaire enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.

Thibaut GUIGUE,
Vice-Président en charge de l'Urbanisme, de l'Habitat, du Logement Social et de la Politique de la Ville.

Grand Lac Communauté d'Agglomération
1500 boulevard Lepic - CS 20606 - 73100 AIX-LES-BAINS
04 79 35 00 51 | www.grand-lac.fr | contact@grand-lac.fr

Procès-Verbal de synthèse

Des observations écrites enregistrées, dans les registres d'enquête papiers, dans les courriers reçus par voie postale ou par voie électronique, et dans le registre dématérialisé.

Référence : Arrêté n° 20/2019 du 21 février 2019 prescrivant l'élaboration du RLPi Grand Lac

Objet de l'enquête : Règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Lac

Durée de l'enquête : Du 8 septembre 2025 à 14h au 9 octobre 2025 à 12h

1/Observations du public

Participation du public

J'ai tenu 10 permanences réparties sur les 5 lieux suivants : Le siège de la Communauté d'Agglomération Grand Lac, les relais Grand Lac de Ruffieux et d'Entrelacs et enfin la Mairie du Bourget du Lac.

J'ai reçu 2 personnes ou groupes de personnes ;

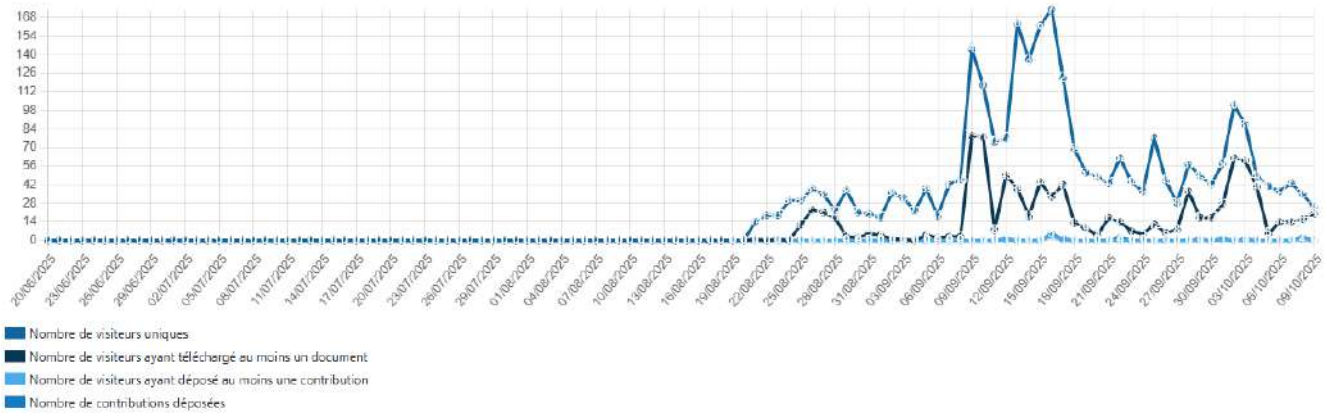
Les registres papier mis à la disposition du public contiennent 2 contributions ;

1 courrier m'a été transmis par voie postale ;

Le registre dématérialisé a fait l'objet de 2836 visites et 1106 téléchargements de documents. ;

Il a été déposé sur ce registre 15 contributions ;

Fréquentation du Registre dématérialisé :



Les observations classées par thème

Pour une meilleure analyse, j'ai classé les observations du public en fonction des thèmes avec la répartition suivante :

Observations

ENS : Enseignes et pré enseignes	**7**
LUM : Dispositifs lumineux	**8**
POL : Application du RLPi par la force de police	**3**
MOB : Mobilier urbain	**13**
PUB : La publicité en général	**13**
REG : Règlement écrit	**1**
ZON : Zonage du RLPi	**7**

Une contribution peut apparaitre dans plusieurs thèmes et donc générer ainsi différentes observations

L'ensemble de ces contributions représente un total de **52 observations.**

Concernant les contributions n°13 et 14 de l'Union de la Publicité Extérieur (UPE) et de JC DECAUX, je les mets en annexe de ce P.V. de synthèse, en complément des résumés que j'en ai fait, pour une complète compréhension de ces observations.

Observations liées aux enseignes et pré enseignes (ENS)

Contribution n°1 du 12 septembre Registre dématérialisé M. CORMETTI Didier à Chanaz

Développer des pré enseignes sur des supports rappelant l'histoire des lieux, sur les axes passants pour les artisans et commerçants situés dans les ruelles.

> *Réponse Grand Lac :*
> *Le contenu des préenseignes ne peut être règlementé par le RLPi qui s'intéresse uniquement au « contenant ». Une charte peut être définie pour orienter les commerçants vers de bonnes pratiques en lien avec un caractère historique. Cette charte existe à Chanaz et peut être consultée auprès de la commune.*

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m².*
- *Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².*
- *Eteindre les enseignes lumineuses dès la fermeture de l'établissement à défaut 1h avant et après la fermeture.*
- *Interdire les enseignes scellées au sol.*
- *Interdire les enseignes sur toiture également en ZP4, à défaut les limiter à 8 m².*
- *Interdire les enseignes numériques et celles placées à l'intérieur des vitrines.*

> *Réponse Grand Lac :*
> *L'ensemble de ces demandes avaient déjà été formulées dans le cadre de la phase de concertation préalable avant l'arrêt de projet et avaient fait l'objet d'une analyse détaillée.*
> *Les limitations de surface proposées par les associations n'ont pas été retenues par les élus de Grand Lac car elles ne sont pas contextualisées. Il est apparu plus adapté de conserver la règle nationale qui fixe une limitation de surface proportionnelle à la taille de la façade.*
> *Les enseignes lumineuses font l'objet d'une plage d'extinction nocturne (23h-6h) permettant de limiter la pollution lumineuse et d'harmoniser les plages d'extinction sur l'ensemble du territoire et pour l'ensemble des dispositifs. Il n'est pas envisagé de modifier cette plage fixe par une plage « flottante » ce qui complexifierai l'application du RLPi. Les enseignes numériques, en tant que sous-catégorie des enseignes lumineuses, sont également soumises à cette règle d'extinction. Elles ne peuvent être interdites à l'intérieur des vitrines (la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets précise que les règles sur ces dispositifs ne peuvent porter que sur les « horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses »).*
> *L'interdiction des enseignes scellées au sol n'est pas adaptée au contexte territorial notamment en matière de visibilité des entreprises situées en recul de la voie publique, ce qui est le cas de nombres d'entre-elles en zones commerciales. Le RLPi propose néanmoins une avancée en encadrant plus fortement ce type de dispositifs, en particulier en réglementant les enseignes de moins de 1 m². Par ailleurs, ce mode de signalisation concerne plus de 900 dispositifs existants aujourd'hui, l'objectif de ce premier RLPi reste de pouvoir veiller à sa bonne application.*

Les enseignes sur toiture sont interdites dans l'ensemble des zones, à l'exception des quelques zones commerciales situées en ZP4. L'interdiction des enseignes sur toiture (ou la limitation proposée) ne parait pas adaptée aux besoins des entreprises en zones commerciales.

Observations sur les dispositifs lumineux

Contribution n°2 du 16 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

Limiter l'illumination des enseignes à 1h après fermeture et interdire les écrans visibles d'une route/voie

Contribution n°6 du 16 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

« Stop aux enseignes lumineuses éclairées entre 20h et 8h. Stop aux vitrines éclairées aux heures de fermeture des magasins ».

Contribution n°7 du 17 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

« Eteindre les enseignes lumineuses entre 23h et 5h, comme les éclairages publics. »

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Imposer l'extinction de tous les dispositifs lumineux de 22h à 7h.*
- *Imposer des dispositifs qui limitent au maximum la pollution lumineuse dans l'esprit de l'arrêté de 2018 relatif à la réduction des nuisances lumineuses.*
- *Interdire la publicité et les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire.*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Limiter au maximum des dispositifs lumineux et proscrire les numériques.*
- *Imposer l'extinction nocturne de de tous les dispositifs de 20h à 7h*

Réponse Grand Lac :

Les dispositions générales applicables aux publicités, enseignes et préenseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial prévoient, pour les

activités démarrant ou cessant entre 22 heures et 7 heures du matin, une extinction au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Les enseignes lumineuses font l'objet d'une plage d'extinction nocturne (23 heures et 6 heures) permettant de limiter la pollution lumineuse. Cette plage a été arbitrée par l'ensemble des communes de Grand Lac lors de la concertation préalable et il n'est pas prévue de la revoir à l'issue de l'enquête publique. Cette plage constitue un compromis entre toutes les propositions formulées et les aspirations des communes en la matière pour répondre à l'objectif d'harmoniser cette plage d'extinction nocturne sur l'ensemble du territoire et pour l'ensemble des dispositifs (publicités, préenseignes, enseignes y compris à l'intérieur des vitrines).

Les enseignes numériques en tant que sous-catégorie des enseignes lumineuses sont également soumises à cette règle d'extinction. Elles ne peuvent être interdites à l'intérieur des vitrines (la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets précise que les règles sur ces dispositifs ne peuvent porter que sur les

« horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses »). Leur surface est cependant limitée à 2m² cumulée.

Les interdictions totales des dispositifs numériques commencent à être annulées par le juge administratif. Dernière en date, l'annulation des dispositions en la matière dans le RLPi de la Métropole de Lyon (Tribunal administratif de Lyon, 4ème chambre, 3 juin 2025, n° 2311196).

Aussi, les élus de Grand Lac ont fait le choix d'une proposition équilibrée du point de vue de la préservation du cadre de vie en interdisant les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire à l'exception des zones commerciales en ZP4, et en limitant leur surface dans ces zones.

Observations sur l'application du RLPi

Contribution n°3 du 16 septembre Registre dématérialisé. M. HERRY Alain

« Une application stricte des textes législatifs et réglementaires sur ce sujet serait le minimum demandé »

Contribution n°7 du 17 septembre Registre dématérialisé. Anonyme

Enlever des affiches/pancartes des associations quand l'événement est passé.

Contribution n°12 du Registre dématérialisé du 2 octobre suite courrier. Anonyme concernant la commune de Chanaz

Les Bâtiments de France ont établi une charte règlementant la publicité. Celle-ci n'est pas respectée. Mettre en place des contrôles et faire respecter la réglementation.

> *Réponse Grand Lac :*
> *L'autorité de police en matière d'affichage a la charge d'appliquer le Règlement National de Publicité ainsi que le RLPI lorsqu'il sera approuvé. Il n'appartient pas au RLPI (juridiquement parlant) de définir la manière de l'appliquer mais à chaque autorité de police (aujourd'hui les communes sur le territoire de Grand Lac) de s'organiser en la matière pour exercer son pouvoir (recours à la police de l'urbanisme, la police municipale, etc.).*

Observations sur le mobilier urbain

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m².*
- *Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.*
- *Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.*
- *Imposer une règle d'extinction nocturne de 22h à 7h.*
- *Limiter la densité des publicités sur le mobilier urbain en instaurant une inter-distance minimale de 200m entre chaque publicité.*
- *Interdire le numérique sur le mobilier urbain.*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

Limiter la publicité sur le mobilier urbain d'information à 2 m.

Contribution n°13 du 8 octobre du Registre dématérialisé. JC DECAUX

- *Suivant l'article L.581-3 du Code de l'environnement le mobilier urbain supporte à titre accessoire des publicités et donc il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire dont le principal objet est de recevoir la publicité. Pour ce faire, il sera nécessaire de :*

« ➢ Préciser la spécificité du mobilier urbain au sein du paragraphe « Application et portée du règlement » en y insérant la mention suivante : La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi.

➢ Amender la définition du « mobilier urbain » insérée au lexique RLPi et ajouter celle sur le « dispositif publicitaire : Dispositif publicitaire : terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité.

Mobilier urbain : Le mobilier urbain comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir à titre accessoire de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local. Le mobilier urbain publicitaire n'est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire.

Conséquence : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable. → Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement. »

- *« Réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain publicitaire en ZP1a, ce dernier demeurant sous entier contrôle des collectivités via contrats publics. »*

- *« Modifier l'article P4a.3 du RLPi en réintroduisant la possibilité pour les collectivités de communiquer sur des mobiliers urbains d'informations de grand format 8m² d'affiche et 6 mètres de hauteur en ZP4a. »*

- *« Réintroduire la possibilité d'implanter du mobilier urbain numérique 2m² en toutes zones du RLPi, y compris dans les secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement, sous réserve des articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement. »*

- *Concernant la hauteur prévue à l'article P0.3 du RLPi, nous préconisons de faire préciser qu'elle s'applique aux « dispositifs publicitaires. »*

- *« Nous préconisons de reprendre la lettre de l'article R.581-42-1 du code de l'environnement au sein de la définition de la « surface unitaire » dans sa partie applicable aux mobiliers urbains publicitaires. Article R581-42-1 : Par dérogation à l'article R. 581-24-1, le calcul de la surface unitaire des publicités supportées par le mobilier urbain s'apprécie en prenant uniquement en compte la surface de l'affiche ou de l'écran. »*

> *Réponse Grand Lac :*
> *La publicité sur le mobilier urbain fait l'objet de règles spécifiques prévues dans le code de l'environnement dans la mesure où elle permet la mise en place de mobilier urbain rendant un service public (abriter, informer, etc.).*
> *La publicité sur le mobilier urbain d'information est d'ores-et-déjà limitée à 2 mètres carrés dans le projet de RLPi sur l'ensemble du territoire communautaire aggloméré à l'exception de quelques axes structurants de la commune d'Aix-les-Bains compte tenu du rayonnement régional de cette commune et des besoins de communication liés.*
> *La publicité supportée par le mobilier urbain l'est à titre accessoire conformément au code de l'environnement. Aussi, le service public rendu par le mobilier urbain doit primer sur la publicité présente sur le mobilier. Toutefois, sur un plan environnemental, l'impact visuel est le même que la publicité soit sur la face externe ou dans le sens de circulation (emprise de 2 m² dans tous les cas). Aussi, cette proposition ne relève pas d'une amélioration du cadre de vie.*
> *La publicité supportée par le mobilier urbain est soumise à la plage d'extinction nocturne du RLPI (23 h – 6 h) à l'exception des publicités sur les abris destinés au public si des lignes de nuit les desservent. Le code de l'environnement ne prévoit aucune inter-distance entre deux publicités sur le mobilier urbain. En effet, en fonction de la densité des lignes de transport, il peut être nécessaire d'avoir de nombreux abris destinés au public dans une zone donnée (abords d'une gare routière, abords d'une gare ferroviaire, nœuds multimodaux, etc.).*
> *La publicité numérique est interdite sur le mobilier urbain en dehors de la ZP3 à Aix-les-Bains ce qui permet une large protection du cadre de vie.*

L'ajout d'une dérogation à l'interdiction de publicité en ZP1a n'est pas souhaité par les élus des communes concernées qui n'ont aucun besoin identifié en la matière.

La volonté des élus est d'harmoniser les règles au maximum sur le territoire communautaire. Aussi, il n'est pas envisagé de réintroduire de grands dispositifs publicitaires sur le mobilier urbain en ZP4a ni de réintroduire de la publicité numérique sur le mobilier urbain en toute zone du RLPi (une telle disposition serait d'ailleurs illégale, car la publicité numérique supportée par le mobilier urbain est interdite par le code de l'environnement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants).

L'article P0.3 du RLPi s'applique à toute forme de publicité y compris à celle supportée par le mobilier urbain, sauf si une disposition spéciale (propre à une zone) en dispose autrement.

La définition de la « surface unitaire » sera revue dans le lexique pour intégrer les évolutions des articles R.581-42-1 et R. 581-24-1 du code de l'environnement (issues du décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023).

Observations sur la publicité en général

Contributions 4 et 5 du 16 septembre du Registre dématérialisé. Anonyme

Les panneaux aux entrées et sorties de ville sont une véritable pollution visuelle.

Prévoir des panneaux standardisés lumineux à défilement dédiés aux manifestations culturelles, fêtes locales.

Réponse Grand Lac :

La densité des panneaux publicitaires est effectivement un enjeu sur certaines entrées de ville du territoire. Le projet de RLPi prévoit une disposition d'ordre générale (donc applicable sur l'ensemble des zones) visant à limiter la densité à un seul panneau publicitaire maximum par unité foncière. Par ailleurs, la disposition du RLPi visant à interdire les publicités et préenseignes au sol en-dehors des ZP3 et ZP4 sera également de nature à maîtriser ce phénomène.

Les informations dédiées aux manifestations culturelles et fêtes locales relèvent dans la majorité des cas de dispositifs temporaires pour l'affichage d'associations à but non lucratif. Dans ce cas de figure, les communes peuvent prévoir des dispositions propres pour les modalités d'affichage libre sur leur territoire communal.

Contribution n°8 du 15 septembre du Registre dématérialisé correspondant à l'observation du registre papier du Relais Grand Lac de Ruffieux lors de la permanence du commissaire enquêteur. M. BERTHET Yves route de Seyssel à Motz

Je lui ai indiqué que ses 2 panneaux publicitaires de 4.32 m² sur son mur de maison ne seront plus règlementaires suivant le projet du RLPi (art. P2.2 du RLPi), car supérieurs à 1.5 m².

Contributions 9 du 22 septembre du Registre dématérialisé. Mme REMONDAT Dominique de Saint Pierre de Curtille

Non au RLPi pour garder la spécificité des villages de Chautagne et Grand Lac et ne pas standardiser.

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Limiter la taille maximale des publicités à 2 m², sauf éventuellement en zone d'activité et sur les bâches de chantier (max 12 m°)*
- *Limiter la densité des publicités avec maximum 1 publicité par unité foncière supérieure à 50 m.*

Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activité.

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activité.*
- *Limiter la publicité à 4m² pour chaque façade.*

Contribution n°14 du 8 octobre du Registre dématérialisé. Union de la Publicité Extérieur (UPE)

Le projet de RLPi entrainerait la dépose de 40% des dispositifs sur le domaine privé sans la possibilité de repositionnement. C'est notamment pourquoi :

- *« Nous préconisons d'autoriser un format respectueux des standards existants : 4 m² d'affiche/dispositif à 4.7 m², encadrement inclus pour les dispositifs publicitaires muraux, en ZP2.*
- *Nous demandons de porter la surface des publicités murales et des publicités scellées au sol à 8 m² d'affiche et 10,50 m², encadrement compris, en ZP3 et ZP4a. »*

- *« Le domaine ferroviaire en gare, y compris parvis*

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur le parvis de la gare d'Aix-les-Bains, les règles pourraient être les suivantes : aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;
Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format d'écran de 2 m² »

- *« Maintenir sur l'intégralité du territoire intercommunal, une surface cumulée à 2 m² des publicité(s) et enseigne(s) numérique(s) implantée(s) derrière une vitrine commerciale. »*

- *« Nous préconisons d'autoriser en toutes zones agglomérées de plus de 10 000 habitants la possibilité d'implanter des bâches et ce, sans limite de format. »*

- *« Nous demandons d'appliquer a minima le règlement national de publicité (RNP) et de fixer la hauteur maximale à 6 mètres par rapport au niveau du sol. »*

> *Réponse Grand Lac :*
> *La publicité extérieure est un domaine très standardisé. En particulier, les formats d'affiches sont les mêmes partout en France. Aussi, le projet de RLPi n'a pas pour effet une standardisation mais plutôt une approche qui vise à harmoniser les règles à l'échelle intercommunale et à prendre en compte le contexte local par des zones de publicités spécifiques. D'autre part, le contenu des publicités, enseignes et préenseignes demeurent libre pouvant laisser place à la créativité des entreprises du territoire. En effet, seul le contenant est règlementé par le RLPi qui définit un cadre commun aux entreprises de Grand Lac.*
> *La limitation des publicités à 2 mètres carrés est trop contraignante car il s'agit d'un format qui ne tient pas compte de l'encadrement. D'autre part, compte tenu du projet arrêté qui limite déjà fortement les dimensions des publicités et préenseignes, cette dimension même légèrement adaptée ne semble pas opportune. La dimension maximale des bâches de chantier a été limitée à 10,5 mètres carrés suite à la prise en compte d'une remarque des associations analysée lors de la concertation préalable.*
> *La densité publicitaire (dans les zones où la publicité est autorisée) est limitée à un dispositif par unité foncière (le code de l'environnement permet aujourd'hui le plus souvent au moins deux dispositifs) dans le RLPi. L'ajout d'un seuil de 50 m de linéaire d'unité foncière est trop*

contraignant et fait peser un risque juridique d'interdiction déguisé de publicités compte tenu de la restriction que cela impose. Cette proposition avait déjà été analysée et rejetée lors de la concertation préalable.

L'interdiction de la publicité scellée au sol sur l'ensemble du territoire communautaire n'est justifiée par aucune circonstance locale. Aussi, une telle interdiction fait peser un risque contentieux sur le RLPi. Sachant que le RLPi a considérablement réduit la surface maximale de tel dispositif (passage de 10,5 mètres carrés à 4,7 mètres carrés). Par ailleurs, la publicité au sol est interdite dans le projet dans l'ensembles des secteurs à vocation résidentielle (ZP2)

La limitation des publicités à 4 mètres carrés ne correspond pas aux standards de surface avec encadrement qui est de 4,7 mètres carrés. Le projet réduit les surfaces des publicités et préenseignes à 4,7 mètres carrés maximum dans les zones où des formats plus importants pouvaient être installés (jusqu'à 10,5 mètres carrés). Ces formats ont été arbitrés lors de la concertation préalable et validés par les communes de Grand Lac, il n'est pas envisagé de les assouplir ou de les restreindre afin de conserver l'équilibre actuel du projet.

Le domaine ferroviaire en gare d'Aix-les-Bains ainsi que le parvis peuvent accueillir de la publicité sur le mobilier urbain car ils sont situés en ZP1b. il n'est pas envisagé de réintroduire d'autres formes de publicité dans ce secteur patrimonial.

La surface cumulée des publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines a fait l'objet de plusieurs échanges en comité de pilotage. Les élus du territoire ont formulé un consensus sur la limitation à 2 m² de surface cumulée pour tenir compte des besoins liés à certaines activités dès lors qu'une plage d'extinction nocturne est également prévue dans le projet pour ce type de dispositif.

Par souci de cohérence, Grand Lac souhaite maintenir l'application des mêmes règles entre les bâches publicitaires et les publicités murales à Aix-les-Bains (seule agglomération de plus de 10 000 habitants). La hauteur au sol a été réduite à 5 mètres (au lieu de 6 mètres) car les dimensions des publicités et préenseignes ont été réduites (notamment le passage de 10,5 mètres carrés à 4,7 mètres carrés). Cela permet une cohérence globale avec des dimensions plus adaptées au contexte territorial.

Observations sur le règlement écrit

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

Supprimer les dérogations au Règlement National de Publicité prévues dans les secteurs patrimoniaux et paysagers reconnus à Aix les bains.

> *Réponse Grand Lac :*
> *Ces dérogations concernent exclusivement la publicité supportée par le mobilier urbain qui permet par ailleurs de rendre un service public d'information sur les manifestations locales. Aussi, il n'est pas envisagé de revenir sur ces dérogations (prévues par le code de l'environnement) validées avec l'Architecte des Bâtiments de France et concernant uniquement la ville d'Aix-les-Bains.*

Observation sur le zonage

Contribution n°10 du 29 septembre du Registre dématérialisé. Les associations Paysages de France, Les Amis de la terre en Savoie, France Nature Environnement Savoie, Résistance à l'Agression Publicitaire.

- *Classer en ZP1a, 200 m autour des établissements éducatifs et culturels.*
- *Supprimer la zone ZP3 pour l'intégrer à la zone ZP2, à défaut remplacer la dénomination « axes structurants » par « axes afficheurs ».*
- *Limiter la publicité dans les zones d'activités pour le mettre au même niveau de contrainte que dans le centre-ville (idem pour les enseignes).*

Contribution n°11 du 1 octobre du Registre dématérialisé. Mme CARNEVALE Patricia

- *Interdire la publicité autour des établissements éducatifs et culturels (200m au moins)*
- *Limiter la publicité dans les zones d'activités pour le mettre au même niveau de contrainte que dans le centre-ville (idem pour les enseignes).*

Contribution n°14 du 8 octobre du Registre dématérialisé. Union de la Publicité Extérieur (UPE)

- *« Nous préconisons de renvoyer au règlement national de publicité (RNP) en ce qui concerne les zones non agglomérées et de ne pas poser d'interdiction de principe afin de prendre en compte les évolutions du territoire intercommunal »*
- *Dans une décision du 2 mars 1990, le Conseil d'Etat précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti. Nous préconisons donc de tenir compte de cette définition dans le projet de RLPi.*

> *Réponse Grand Lac :*
> *L'interdiction de la publicité à 200 mètres autour des établissements scolaires a pour conséquence d'interdire presque totalement la publicité sur certaines communes, ce qui constitue un fort risque d'annulation. Par ailleurs, ce type de protection est très limitée dans la mesure où les enfants, dès lors qu'ils circulent en dehors des abords des établissements scolaires, seront amenés à voir des publicités ou des préenseignes. Enfin, cette disposition ne repose pas vraiment sur une justification environnementale mais davantage sur la mise en cause du message véhiculé par la publicité, et donc plutôt sur le contenu du dispositif (que ne peut pas encadrer le RLPi) et non sur le contenant.*
> *La fusion des ZP2 et ZP3 ne permet pas de garantir l'équilibre recherché dans le projet entre l'amélioration du cadre de vie et le maintien de la liberté d'expression ou du commerce.*
> *L'application de règles identiques sur le territoire communautaire qu'il s'agisse des centres-villes ou des zones d'activités a pour conséquence d'interdire de manière totale la publicité ce qui entrainera l'annulation d'une telle disposition, d'autant plus que ces deux types d'espaces n'ont absolument pas les mêmes vocations et donc ne répondent pas au même niveau d'exigence en matière de protection du cadre de vie.*
> *La notion d'agglomération utilisée dans le cadre du RLPi repose sur la définition du code de la route (article R110-2 du code de la route) et sur l'interprétation du Conseil d'État mentionnée par l'UPE. S'agissant des zones non agglomérées à ce jour et qui pourraient le devenir par la suite, elles pourront être intégrées au zonage à travers une mise à jour du RLPi. En l'état actuel, c'est le plan de zonage du RLPi qui détermine les espaces agglomérés et les espaces non agglomérés.*

2/ Avis des Personnes Publiques Associées et des autres consultations

Les 28 communes composant Grand Lac

En application des articles L.581-14-1 du code l'environnement et R.153-5 du code de l'urbanisme, le projet arrêté du RLPi a été soumis aux 28 communes de Grand Lac le 3 avril 2025, afin que les conseils municipaux puissent rendre un avis sur ce projet dans un délais de 3 mois. Sans réponse au-delà de ce délai, l'avis est réputé favorable.

Les 11 communes suivantes ont donné un avis favorable sans observation particulière : **Chindrieux, Drumettaz-Clarafond, Entrelacs, La Chapelle du Mont du Chat, Méry, Mouxy, Pugny Chatenod, Serrières en Chautagne, Trévignin, Viviers du Lac, Voglans.**

Le conseil municipal de la **commune de Bourdeau** émet un avis favorable et recommande d'intégrer au projet de RLPi Grand Lac une considération architecturale et d'intégration, à apprécier lors de chaque instruction urbanistique. Cet avis s'appuie sur l'enseigne du restaurant étoilé Lamartine non conforme en l'état du projet alors que « l'aspect visuel et architectural de l'enseigne est bien intégré à la vue et à la richesse des lieux. »

> *Réponse Grand Lac :*
> *Le RLPi définit un cadre commun limitant au maximum l'interprétation. C'est pour cette raison que les règles envisagées sont les plus simples possibles afin de faciliter l'application. Il n'est pas possible d'instaurer des exceptions en fonction du contexte. Toutefois, l'examen détaillé d'une situation particulière permet bien souvent de trouver des alternatives conformes lors du renouvellement des enseignes d'une activité.*

Avis des Personnes Publiques Associés

Le projet de règlement local de publicité a été transmis, aux personnes publiques associées à son élaboration par des courriels en date du 4 avril 2025, à défaut de réponse dans un délai de trois mois après la transmission du projet de RLPi, leur avis est réputé favorable.

Liste des personnes publiques associées notifiées :

- ✓ METROPOLE SAVOIE
- ✓ - SNCF IMMOBILIER

- ✓ - INAO
- ✓ - PARC NATUREL RÉGIONAL (PNR) DES BAUGES
- ✓ - CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA SAVOIE
- ✓ - CONSEIL DEPARTEMENTAL DE LA SAVOIE
- ✓ - CHAMBRE INTERDEPARTEMENTALE D'AGRICULTURE SAVOIE MONT-BLANC
- ✓ - CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT
- ✓ - PREFECTURE DE LA SAVOIE
- ✓ - CONSEIL REGIONAL AUVERGNE RHÔNE-ALPES
- ✓ - COMITE NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE
- ✓ - DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES DE LA SAVOIE
- ✓ - DREAL AUVERGNE RHONE ALPES
- ✓ UDAP
- ✓ - CNPF
- ✓ - CDNPS
- ✓ - GRAND LAC en sa qualité d'autorité organisatrice de la mobilité
- ✓ - GRAND LAC en sa qualité d'autorité en charge du Programme Local de l'Habitat
- ✓ - ATELIER CITOYEN

Parc Naturel Régional du Massif des Bauges (PNRMB) émet un avis favorable, le 6 juin 2025 car il estime que le RLPi Grand Lac est cohérent, exigeant et conforme à la charte. Cet avis est assorti des réserves suivantes :

La charte graphique relative aux préenseignes dérogatoires pour les produits du terroir figurant dans la charte PNR pourrait être annexée au RLPi.

Le RLPi ne prévoit pas la limitation de l'intensité de luminescence (inférieur à 100cd/m²), pourtant recommandée dans la charte du PNR.

A l'intérieur des vitrines la charte du PNR prévoit une limitation à 1 m², or le projet de RLPi indique une limitation à 2m² cumulés pour les activités multiples. Cette notion de cumul n'est pas très claire.

> *Réponse Grand Lac :*
>
> *Un renvoi aux chartes existantes du PNR sera fait dans le règlement du RLPi.*
>
> *Le RLPi n'a pas retenu la limitation de l'intensité lumineuse de luminescence en raison de l'absence d'arrêté prescrivant les seuils maximaux autorisés et en raison de la complexité de la*

vérification sur le terrain. Les élus ont préféré définir une plage d'extinction nocturne permettant de facilement contrôler sur le terrain le respect du paysage nocturne.
Les dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines pourront être limitées à 1 mètre carré de surface cumulée dans les communes du PNR et à 2 mètres carrés dans les autres communes.

Le Conseil Départemental de Savoie émet un avis favorable le 17 avril 2025. Cet avis est assorti des réserves suivantes :

Pour les publicités et préenseignes, sur les zones ZP3 et ZP4, un avis du gestionnaire devra être sollicité pour valider un dispositif fixé ou posé sur le sol, afin de vérifier que cela ne compromet pas la sécurité des usagers de la voirie.

Réponse Grand Lac :
Conformément au code de l'environnement, toute demande d'installation nécessite l'autorisation écrite du propriétaire (public ou privé). Le Département sera sollicité par les entreprises qui souhaiteraient s'implanter sur son domaine et elles ne pourront le faire qu'en cas d'accord de celui-ci.

La Métropole Savoie émet un avis favorable le 5 septembre 2025. Elle demande que la zone d'activité des Sources déjà aménagée, située sur les communes de Grésy-sur -Aix et d'Aix-les-Bains, soit intégrée au zonage ZP4a.

Réponse Grand Lac
La zone des Sources n'a pas été placée en ZP4a car elle présente plutôt une dimension artisanale contrairement aux autres zones de la ZP4a qui présente un caractère commercial.

Les services suivants ont donné un avis favorable :

- **Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites,** le 20 mai 25
- **Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de la Savoie et Haute-Savoie**, le 23 avril 25

3/Questions du commissaire enquêteur

Analyse des réponses de Grand Lac à toutes les observations et les avis ci-dessus

Il me semble important que les réponses de Grand Lac soient précises et détaillées pour permettre de potentiellement faire évoluer le projet ou simplement pour parfaitement éclairer le projet existant.

Réponse Grand Lac

> *La Collectivité a essayé autant que possible de rédiger des réponses complètes aux différentes demandes.*

Suivi de la mise en place du RLPi

Je désire savoir quelle procédure est prévue auprès des différentes communes pour s'assurer de la pleine compréhension du RLPi.

Différentes observations, ainsi que le rapport de présentation indiquent que le Règlement National de Publicité (RNP) est très souvent non respecté. Le RLPi est naturellement plus restrictif que le RNP. Il a été décidé que le pouvoir de police était laissé au niveau communal. Je désire savoir ce que Grand Lac a prévu pour s'assurer de la mise en place du RLPi.

> *Réponse Grand Lac*
>
> *Un guide pratique est en cours de finalisation pour favoriser l'appropriation du RLPi par les communes et le grand public et pour faciliter le contrôle des dispositifs existants*
>
> *Une réflexion est en cours sur le type d'instance de suivi à mettre en place et sur la fréquence de rencontre sachant qu'aujourd'hui chaque maire demeure l'unique autorité de police en la matière.*
>
> *Par ailleurs, comme le prévoit le code général des collectivités territoriales, la question du transfert du pouvoir de police à l'intercommunalité sera mise à l'ordre du jour après les prochaines élections. En fonction de la volonté politique exprimée à ce moment-là, une organisation spécifique pourra être proposée afin d'harmoniser l'application et l'exercice du pouvoir de police de la publicité à l'échelle du territoire.*

Echelle des plans de zonage

Pour une meilleure lisibilité, il me semble préférable que tous les plans de zonage des communes aient la même échelle.

> *Réponse Grand Lac*
>
> *L'échelle des plans sera retravaillée afin d'avoir une échelle ronde et plus facilement utilisable. En raison de la forme et de la superficie variable des communes, il ne sera en revanche pas possible d'appliquer la même échelle sur tous les plans par souci de lisibilité.*