

RLPm

RÈGLEMENT LOCAL DE
PUBLICITÉ MÉTROPOLITAIN

RÉSUMÉ NON TECHNIQUE DU RLPm

29-06-2022



*Pour une visibilité économique
respectueuse de notre territoire*

PUBLICITÉ

PRÉ-ENSEIGNES

ENSEIGNES



**MÉTROPOLE
NICE CÔTE D'AZUR**

**CONSEIL
+URBAIN**

even
CONSEIL

1

**LES GRANDES ORIENTATIONS
DU RLPm**

Les grandes orientations du RLPm

Afin de protéger le cadre de vie, le code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité.

C'est le choix qu'a fait la Métropole Nice Côte d'Azur en prescrivant l'élaboration de son RLPm par délibération le 22 mars 2019.

Le diagnostic de territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la Métropole fixe les orientations suivantes :

I. LES ORIENTATIONS GÉNÉRALES

- **Prendre en compte les nouvelles dispositions réglementaires et anticiper la caducité des RLP en vigueur** (Beaulieu-sur-Mer, Cap d'Ail, Cagnes-sur-Mer, Carros, Gattières, La Trinité, La Roquette-sur-Var, Saint-Etienne-de-Tinée, Saint-Jeannet, Saint-Laurent-du-Var, Saint-Martin-du-Var, Villefranche-sur-Mer), et le « gel », des RLP plus récents.
- **Assurer un traitement cohérent de la question de la publicité extérieure à l'échelle de la Métropole.**
- **Protéger le cadre de vie, limiter la pollution visuelle et les atteintes à l'environnement, concilier lisibilité des acteurs économiques et protection des paysages.**
- **Envisager, là où se rencontrent cœurs de villes, activités économiques et tourisme, la « réintroduction » de certaines formes de publicité dans des espaces où la législation interdit la publicité mais admet qu'une réglementation locale puisse en admettre la présence.**

Les grandes orientations du RLPm

II. ORIENTATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



Valoriser la qualité du cadre de vie sur l'ensemble du territoire

- Adapter les formats aux caractéristiques urbaines de chaque secteur (zones commerciales, zones résidentielles, centres villes,...)
- Encadrer la densité publicitaire pour réduire l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire ;
- Pérenniser les secteurs aujourd'hui globalement bien préservés de l'affichage publicitaire.



Valoriser les axes d'entrée du territoire vers la bande littorale

- Aujourd'hui, plusieurs axes de grande circulation connaissent une emprise publicitaire importante, qui altère l'image du territoire. Le RLPm vise à :
 - Améliorer la qualité paysagère des abords de ces axes en y réduisant la densité publicitaire et les formats ;
 - Harmoniser le traitement de ces axes dans leur ensemble.



Préserver la qualité des axes aujourd'hui peu impactés par l'affichage publicitaire.

Les grandes orientations du RLPm

II. ORIENTATIONS EN MATIÈRE DE PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES (suite)

Encadrer l'affichage publicitaire dans les secteurs remarquables et les centres villes

Une attention particulière doit être portée aux secteurs présentant un intérêt architectural singulier. Afin de pérenniser la qualité de ces espaces et la lisibilité des éléments bâtis, l'affichage publicitaire doit y être très encadré. Il s'agit de :

- Privilégier l'affichage sur mobilier urbain dans les centres villes et nouveaux quartiers d'architecture remarquable de la Métropole, encadrer les formats.
- Encadrer la publicité sur les axes d'entrée du centre-ville de Nice et ses deux sites patrimoniaux remarquables.
- Limiter l'emprise visuelle de l'affichage publicitaire dans les cônes de vue d'intérêt, identifiés en agglomération.

Limiter la pollution lumineuse

Afin de réduire les atteintes à l'environnement, des obligations et modalités d'extinction seront prévues par le RLPm en fonction des zones instituées.

Les grandes orientations du RLPm

III. ORIENTATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNES



Réduire l'impact visuel de certaines enseignes, améliorer la lisibilité des activités

- Encadrer la densité des enseignes au sol, favoriser leur mutualisation sur une même unité foncière. Ceci en particulier sur les traversées de zones commerciales où, s'ajoutant à l'affichage publicitaire, les enseignes au sol engendrent une fermeture du paysage.
- Adapter les formats à la typologie des quartiers (zones commerciales, pôles de proximité, quartiers résidentiels, ...)
- Encadrer les enseignes sur murs de clôture et toitures, les interdire sur les grillages.
- Encadrer les enseignes numériques.
- Limiter l'emprise visuelle des enseignes hors agglomération.

Les grandes orientations du RLPm

III. ORIENTATIONS EN MATIÈRE D'ENSEIGNES (suite)

↳ **Valoriser la qualité des centres historiques, améliorer la lisibilité du patrimoine bâti**

Une attention particulière doit être portée aux centres villes et noyaux villageois, au sein desquels les enseignes jouent un rôle fondamental dans la perception et la lisibilité du patrimoine architectural et la lecture des rues. Ainsi, il s'agit :

- D'encadrer le format des enseignes, améliorer leur intégration paysagère.
- D'interdire les enseignes numériques.

↳ **Limiter la pollution lumineuse**

De la même façon que pour la publicité, une plage d'extinction nocturne plus large que ce qui est imposé dans le code de l'Environnement sera envisagée.

2

LE PROJET REGLEMENTAIRE LES DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Les publicités strictement interdites sur l'ensemble de la Métropole (RNP)

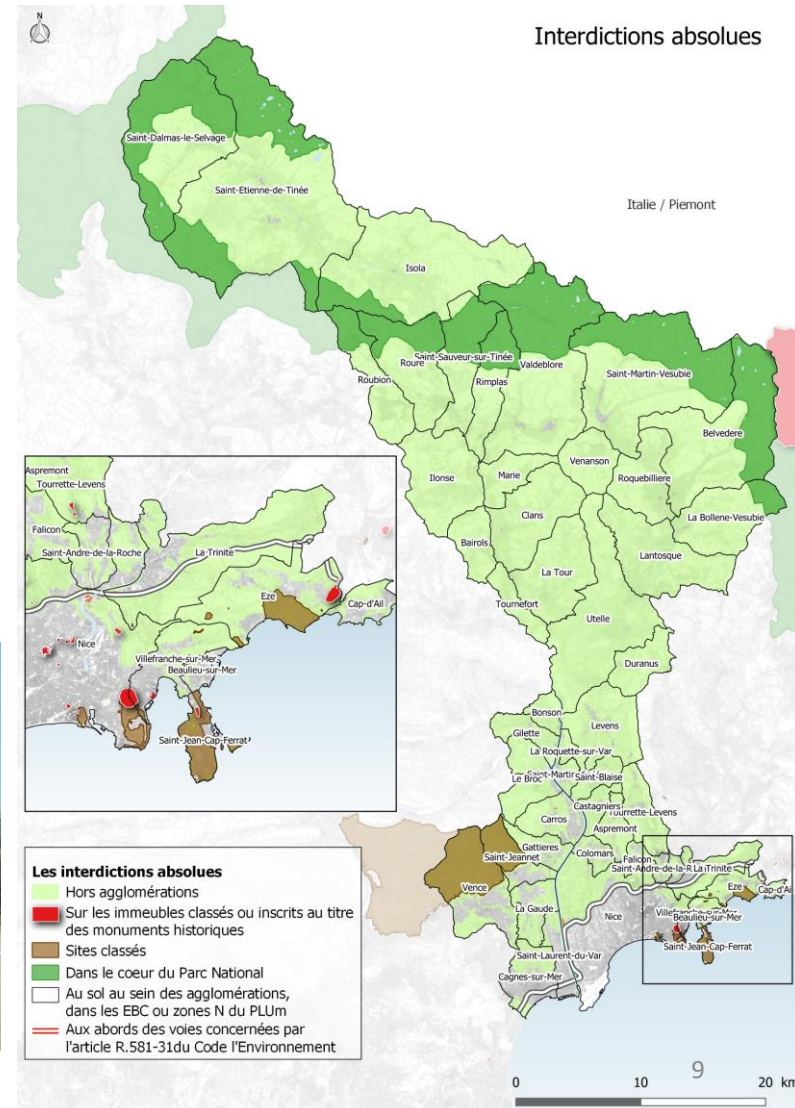
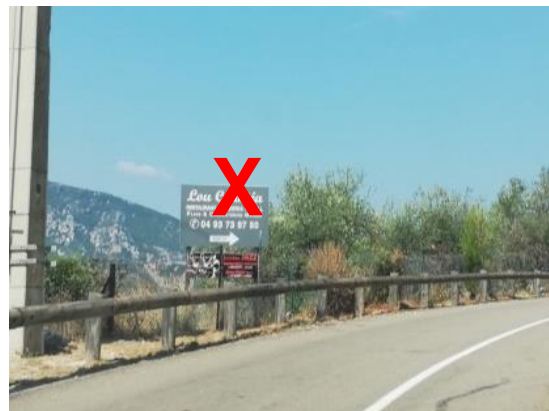
RAPPEL DES PRINCIPALES INTERDICTIONS NATIONALES (RNP)

La publicité est interdite :

- **Hors agglomérations:** L. 581-7 du C.E (133 740 ha – 91,4 %) ;
- **Dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-4 du C.E :**
 - Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques (103 ha – 0,1 %) ;
 - Sur les monuments naturels et dans les sites classés (3565 ha – 2,4 %) ;
 - Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles (28 805 ha – 19,7 %) ;
 - Sur les arbres ;
- **En agglomération, dans les espaces mentionnés à l'article R.581-30 du C.E :**
 - Au sol dans les EBC du PLUm (707,8 ha – 0,5 %) ;
 - Au sol dans les zones N du PLUm (1 109,9 – 0,8 %) ;

➤ Une interdiction publicitaire stricte sur **93,1%** du territoire

➤ Dont **3416 ha** au sein des zones agglomérées



Les publicités strictement interdites sur l'ensemble de la Métropole (RNP)

D'AUTRES INTERDICTIONS NATIONALES (RNP)

La publicité est interdite :

Article R581-31

- **Au sol dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (Hors U.U de Nice)**
- Dans les autres agglomérations si les publicités 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.

Article R81-22

- **Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles**
- **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 mètre carré (...)**
- Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (...)
- Sur les murs de Cimetière et de jardin public ;



Le maintien de certaines interdictions (relatives) dans le projet de RLPm

RAPPEL

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.

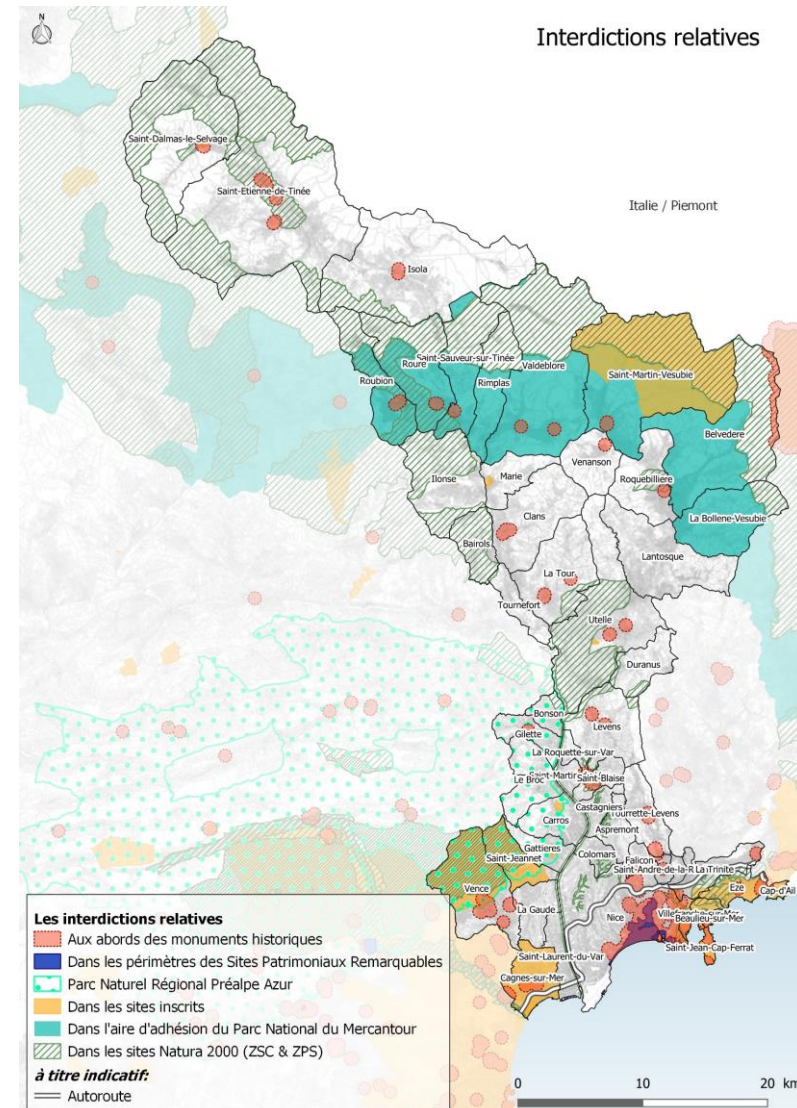
A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;
- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones Natura 2000.

Le RLPm propose de maintenir les interdictions nationales dans les périmètres suivants (conformément aux choix des communes)

- Dans l'aire d'adhésion du parc national du Mercantour (25 604 ha – 17,5 %)

➤ Une interdiction d'affichage qui représente, par superposition, **288 ha** supplémentaires, localisé essentiellement dans le Haut-Pays et porte la **protection totale du territoire à 93,3%**

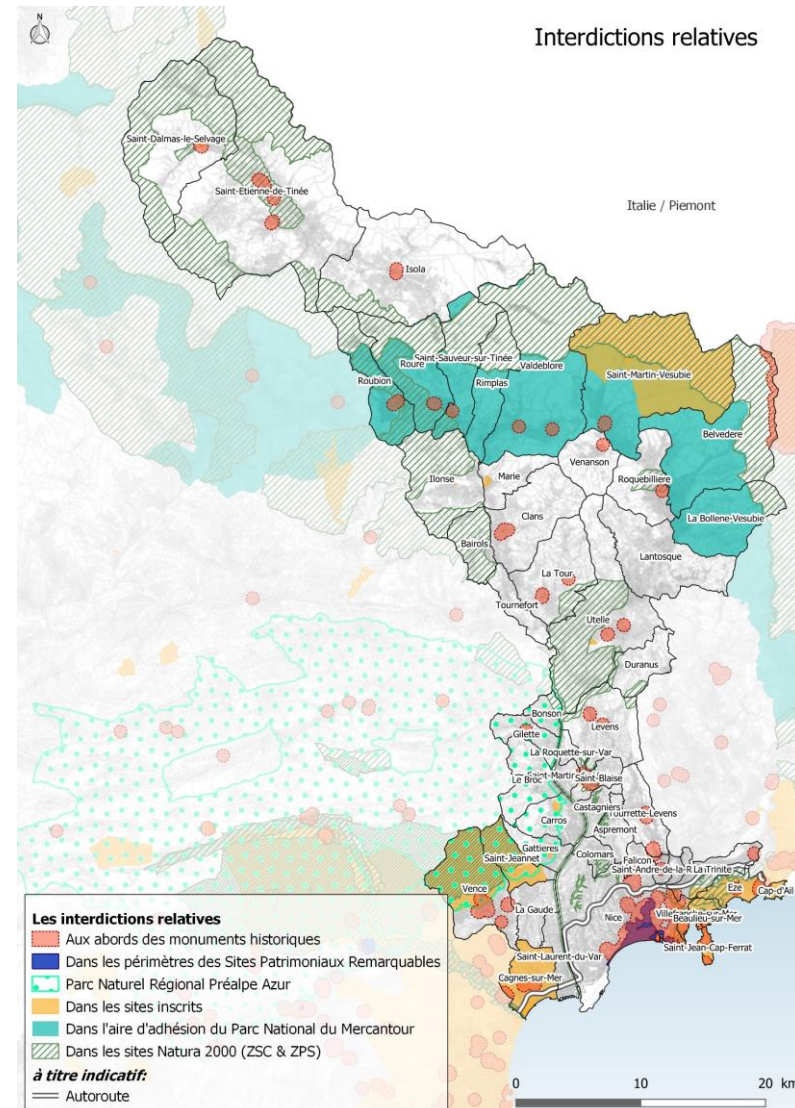


Les dérogations à certaines interdictions (relatives) introduites dans le projet de RLPm

Le RLPm propose de déroger à l'interdiction d'affichage publicitaire dans les périmètres suivants :

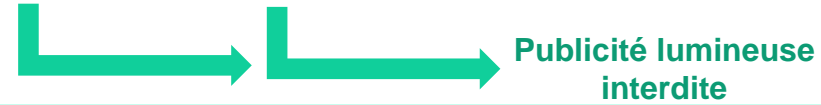
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- Dans les sites inscrits ;
- Dans les Parcs Naturels Régionaux (Préalpes d'Azur) ;
- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- Dans les zones Natura 2000 ;

**Pour introduire les catégories de publicités
en page suivante**

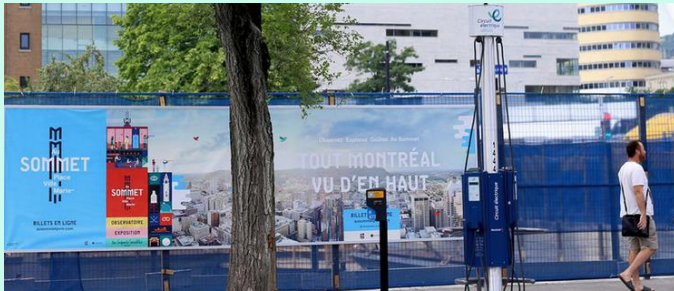


Les dérogations à certaines interdictions (relatives) introduites dans le projet de RLPm

Le RLPm permet l'intégration des dispositifs publicitaires ci-dessous dans les Sites Patrimoniaux Remarquables, Le Parc Naturel Régional et les Site Natura 2000



Affichage sur palissade de chantier



Affichage d'opinion



2M²
maximum

Les 2 dispositifs ci-dessous peuvent être autorisés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (Règles nationales d'interdictions pour les autres agglomérations)

Affichage sur bâches de chantier



Affichage de dimension exceptionnelle



Aux abords des Monuments Historiques situés (hors Site Patrimonial Remarquable et Parc Naturel Régional) et dans les Sites Inscrits

Les dispositifs autorisés sont ceux applicable à chaque zone de publicité (ZP)



Des restrictions supplémentaires intégrées au RLPm (Dispositions Générales)

Le RLPm propose d'être plus restrictif que la RNP en interdisant sur l'ensemble du territoire :

- 1/ La publicité sur une toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- 2/ La publicité sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- 3/ La publicité dans les dégagements de vues identifiés au plan de zonage (hors affichage publicitaire sur kiosques et abri-voyageurs) ;
- 4/ La publicité implantée aux abords de la voie Pierre Mathis à Nice, dès lors qu'elle peut être visible de celles-ci (rayon de 40m de part et d'autre des voies) ;
- 5/ La publicité est interdite à moins de 100m et dans le champ de visibilité d'un monument historique mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ou dès lors qu'il fait l'objet d'un périmètre délimité des abords ;
- 6/ La publicité dans les espaces boisés classés et espaces naturels identifiés au PLUm et reportés au plan de zonage ;
- 7/ La publicité sur les plages ;
- 8/ La publicité aux abords des voies concernées par l'article R.581-31 du code de l'Environnement.

Le RLPm propose une plage d'extinction des publicités lumineuses plus importante que la RNP (exceptées pour le Mobilier Urbain) :

- Publicités éteintes de 23 heures à 7 heures exceptées pour le mobilier urbain dont les horaires sont les suivants : 1 heure à 6 heures.

3

LE PROJET REGLEMENTAIRE

LES DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES
A CHAQUE ZONE DE PUBLICITÉ

Rappel des dispositifs concernés :

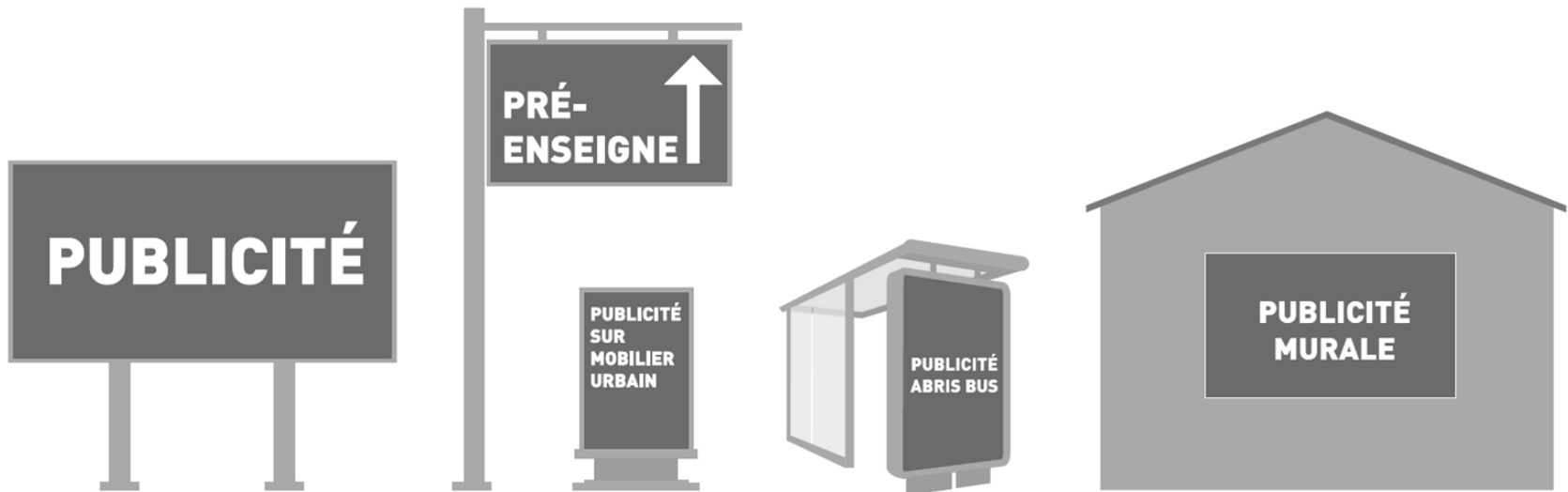
1. LES PUBLICITÉS

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

Mêmes règles applicables
dans le RLP
(pas de distinction possible)

2. LES PRÉENSEIGNES

Toute inscription, forme ou image **indiquant la proximité** d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Un découpage du territoire en 7 groupes de publicité (ZP)

ZP1 | Secteurs à forte valeur patrimoniale (centres anciens)

ZP2 | Centralités urbaines denses

ZP3 | Zones résidentielles et tissus urbains mixtes

ZP4 | Zones économiques

ZP5 | Voies urbaines et péri-urbaines particulières

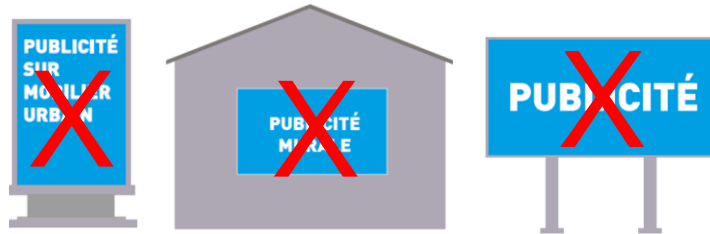
ZP6 | Aéroport Nice Côte d'Azur

ZP7 | Espaces hors agglomération

ZP1 – Les secteurs à forte valeur patrimoniale

ZP1a - Centres anciens/noyaux villageois historiques

Une interdiction stricte d'affichage publicitaire



ZP1b - Le Site Patrimonial Remarquables de la Promenade des Anglais



Autorisée uniquement sur
M.U de 2 m²
dans la limite de 18
dispositifs

2m² maximum

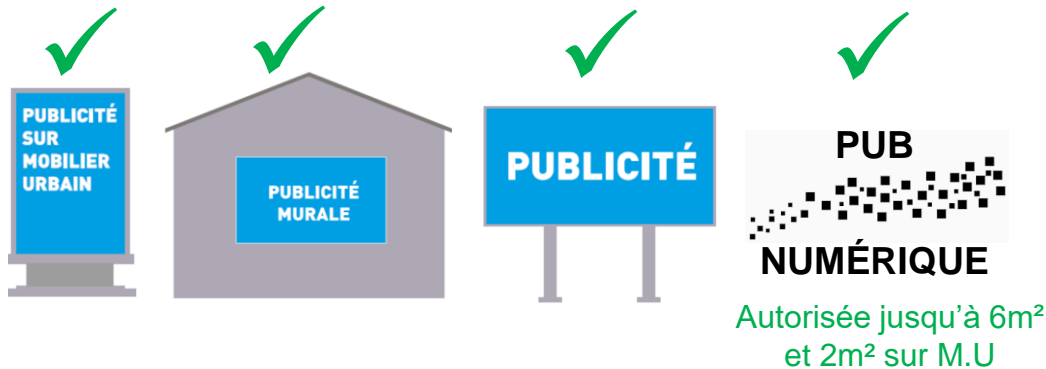
Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP1



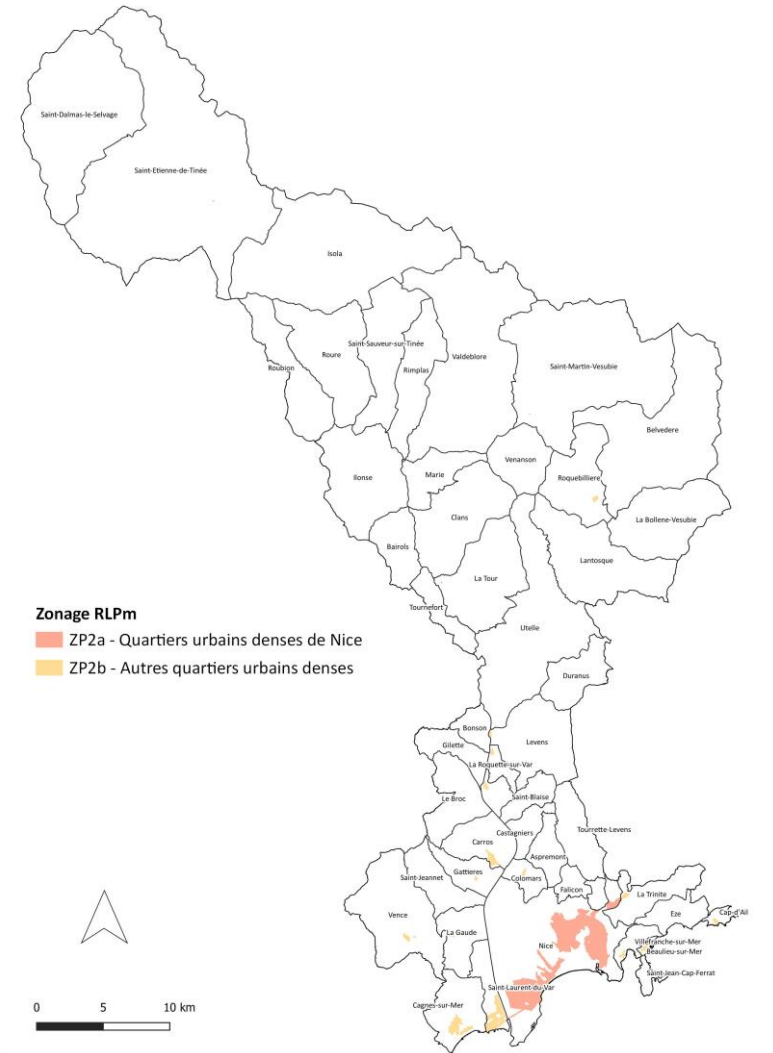
ZP2 – Les centres urbains denses et pôles de vie contemporains

ZP2a - Quartiers urbains denses de Nice

Un affichage publicitaire autorisé dans la limite de **8 m² maximum** (10,5 m² encadrement compris)



Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP2



ZP2 – Les centres urbains denses et pôles de vie contemporains

ZP2a - Quartiers urbains denses de Nice

Une règle de densité

Les unités foncières **inférieures ou égales à 20 mètres linéaires** donnant sur une voie ne pourront recevoir au maximum **qu'un dispositif publicitaire mural**.

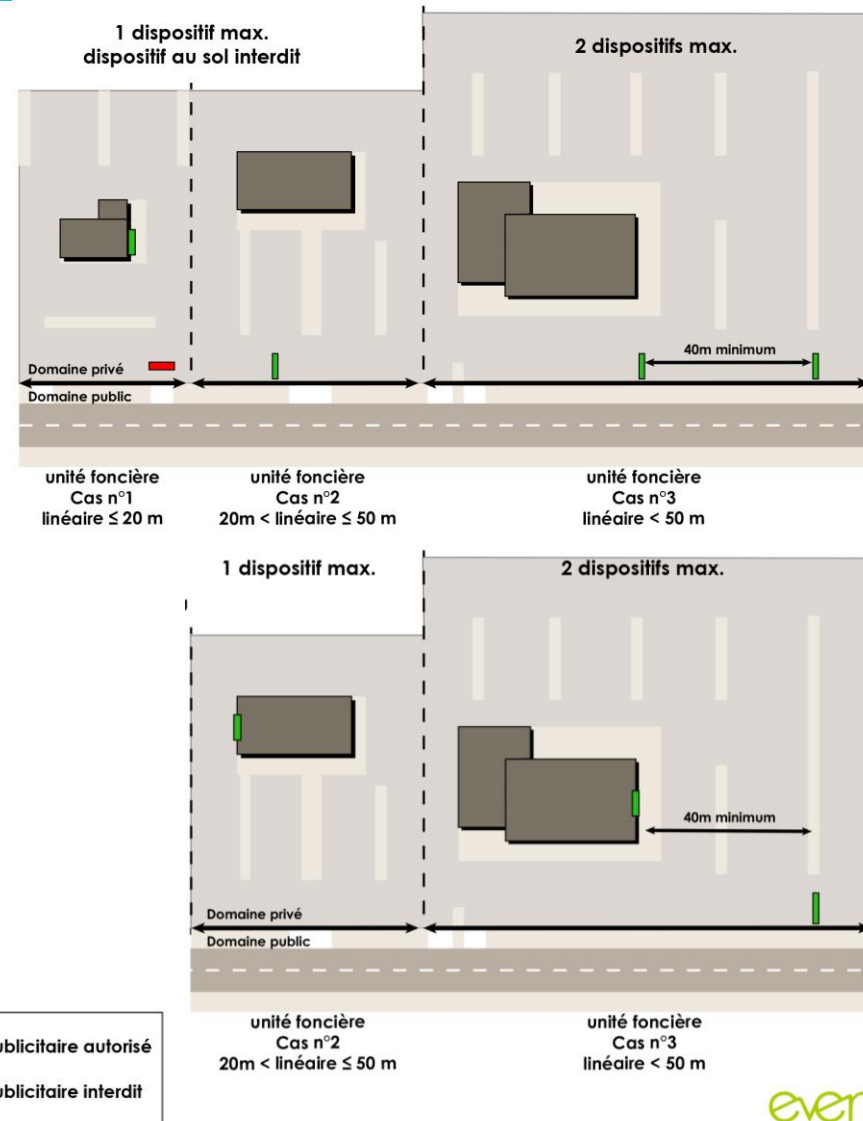
Les unités foncières de **plus de 20 mètres et inférieures ou égales à 50 mètres linéaires** donnant sur une voie ne pourront recevoir **qu'un dispositif publicitaire**.

Les unités foncières de **plus de 50 mètres linéaires** donnant sur une voie pourront accueillir **2 dispositifs publicitaires maximum**.

Une règle d'interdistance

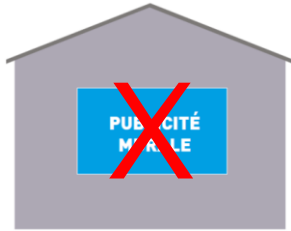
La distance entre deux dispositifs publicitaires, qu'ils soient scellés au sol ou installés directement sur le sol, ou muraux, ne peut être inférieure à **40 mètres** sur chaque linéaire de voie. Les prescriptions concernant les espacements doivent être respectées **que les dispositifs soient installés sur une ou plusieurs unités foncières**.

Les dispositifs doublons sont de fait interdits.



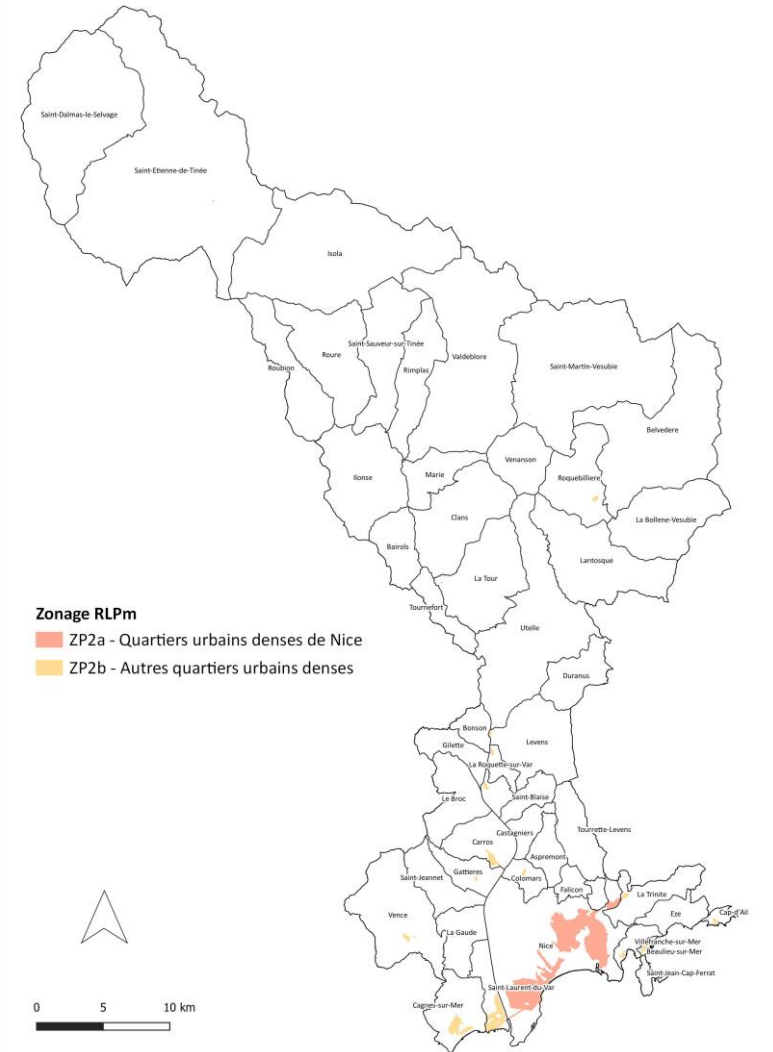
ZP2 – Les centres urbains denses et pôles de vie contemporains

ZP2b - Quartiers urbains denses des autres communes



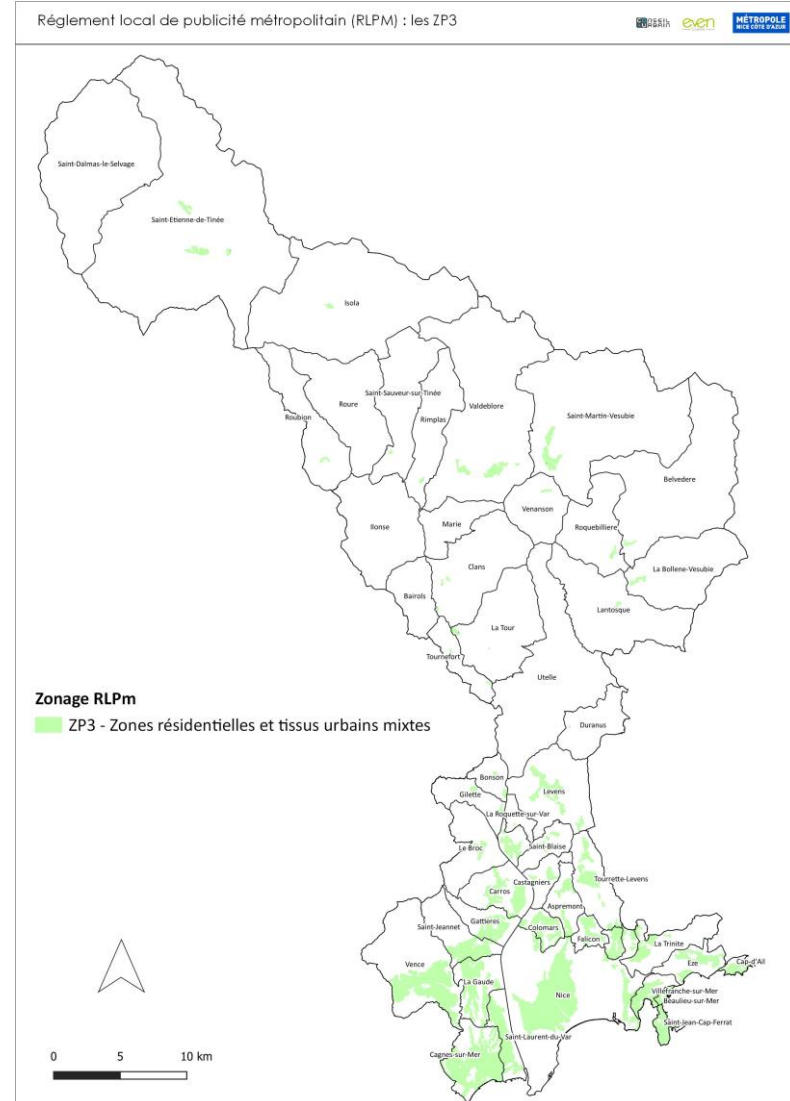
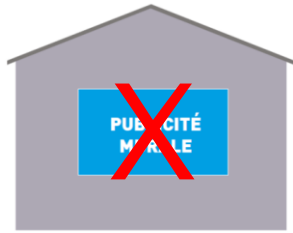
Autorisée
uniquement sur M.U
de 2m² (dans les
agglomérations de +
10 000 habitants)

Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP2



ZP3 – Les zones résidentielles et tissus urbains mixtes

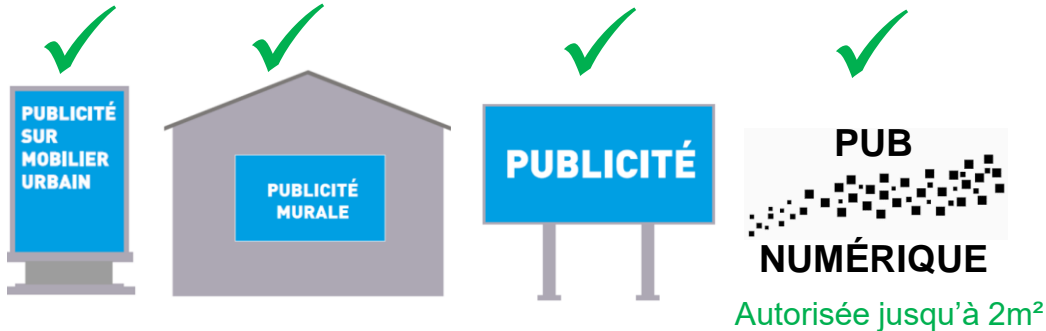
ZP3 - Les zones résidentielles et tissus urbains mixtes



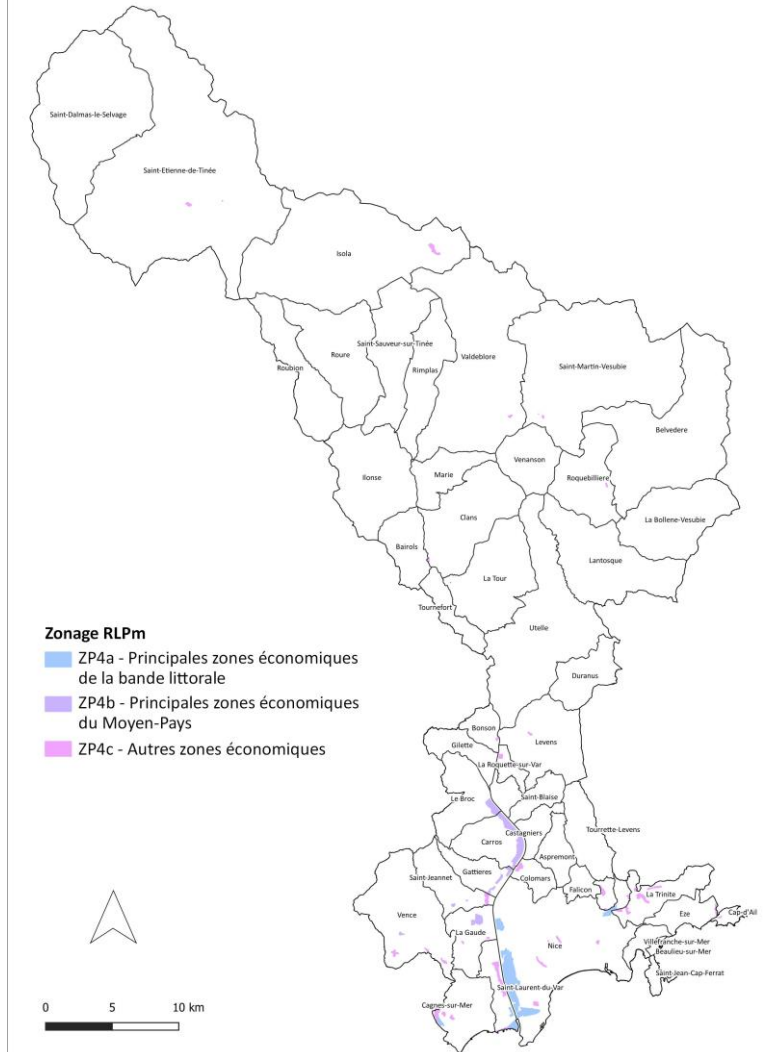
ZP4 – Les zones économiques

ZP4a - Les principales zones commerciales de la bande littorale

Un affichage publicitaire autorisé dans la limite de **8 m² maximum** (10,5 m² encadrement compris)



Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP4



ZP4 – Les zones économiques

ZP4a - Les principales zones commerciales de la bande littorale

Une règle de densité

La publicité est interdite sur les unités foncières **inférieures ou égales à 20 mètres linéaires**.

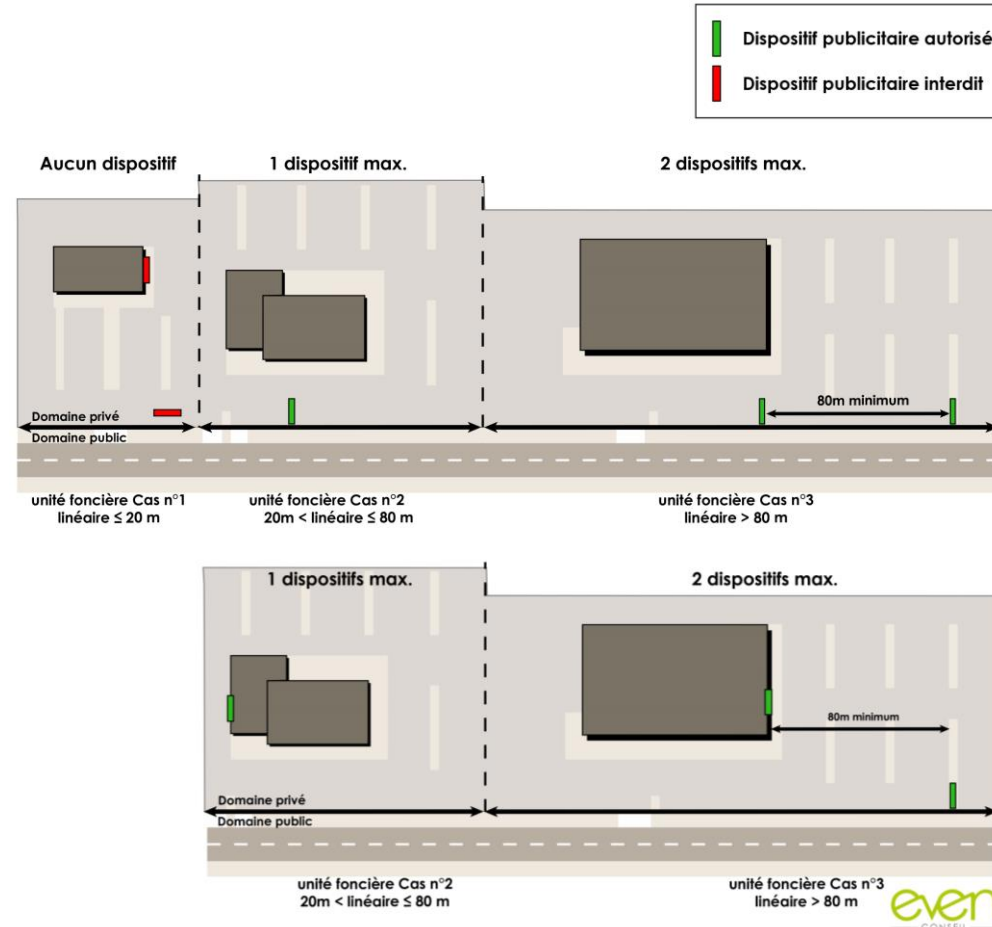
Les unités foncières de **plus de 20 mètres et inférieures ou égales à 80 mètres linéaires** donnant sur une voie ne pourront recevoir **qu'un dispositif publicitaire**.

Les unités foncières de **plus de 80 mètres linéaires** donnant sur une voie pourront accueillir **2 dispositifs publicitaires maximum**.

Une règle d'interdistance

La distance entre deux dispositifs publicitaires, qu'ils soient scellés au sol ou installés directement sur le sol, ou muraux, ne peut être inférieure à **80 mètres** sur chaque linéaire de voie. Les prescriptions concernant les espacements doivent être respectées, **que les dispositifs soient installés sur une ou plusieurs unités foncières**.

Les dispositifs doublons sont de fait interdits.



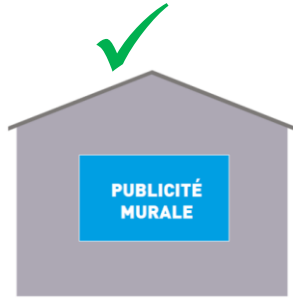
ZP4 – Les zones économiques

ZP4b - Les principales zones commerciales de la bande littorale

Un affichage publicitaire autorisé dans la limite de **4 m² maximum**



2 m² max



4 m² max

Gattières, La Gaude,
St-Jeanet, Carros, Le
Broc



4 m² max
Vence, Gattières

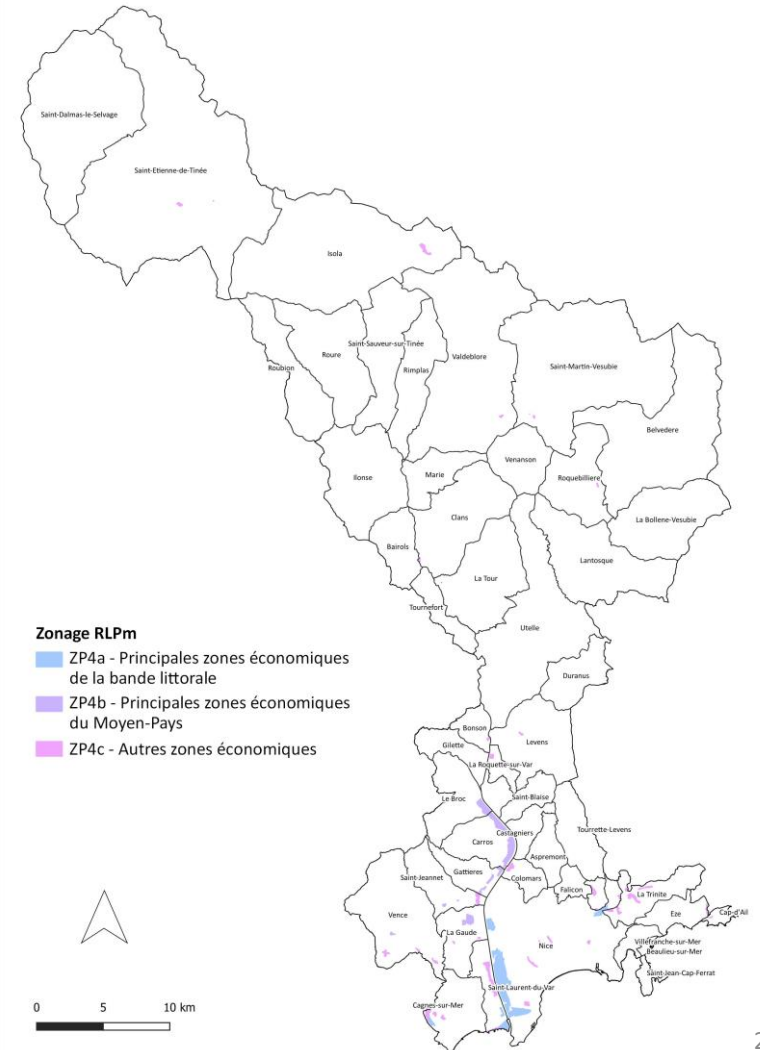


Autorisée uniquement sur
M.U de 2m² (dans les
agglomérations de
+ 10 000 habitants)

Une règle de densité

1 dispositif maximum par unité foncière

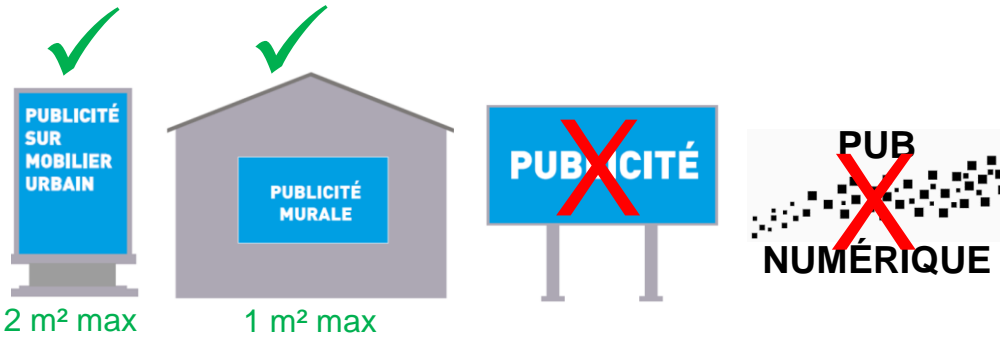
Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP4



ZP4 – Les zones économiques

ZP4c - Les autres zones économiques

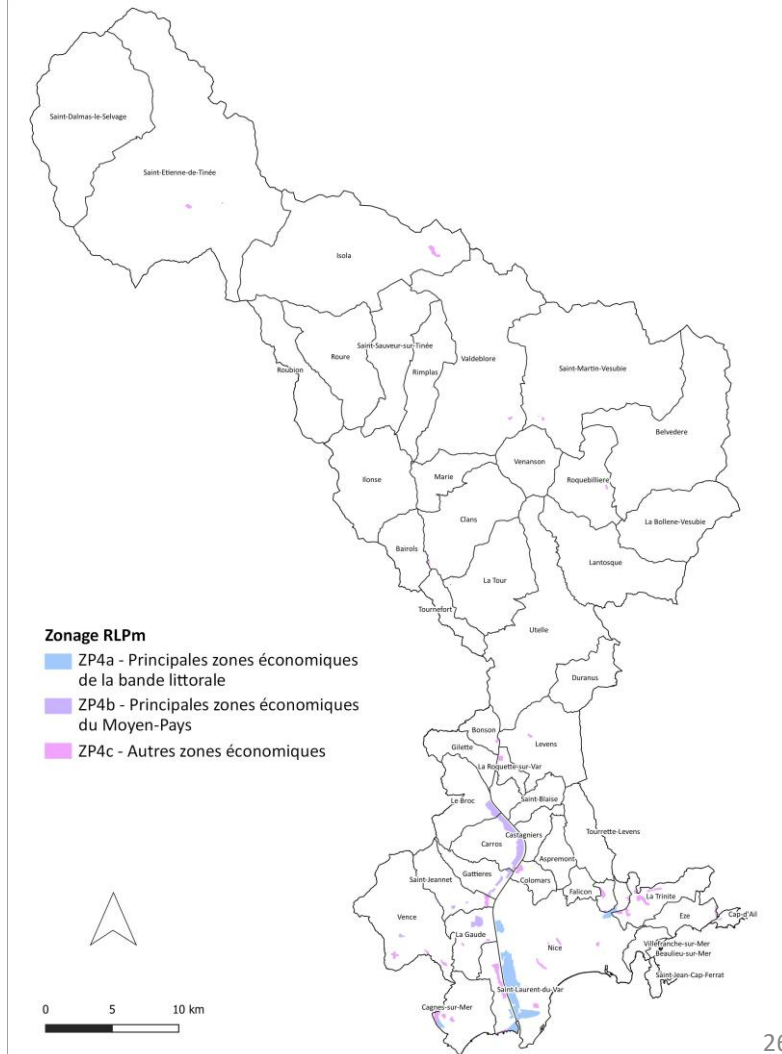
Un affichage publicitaire limité à :



Une règle de densité

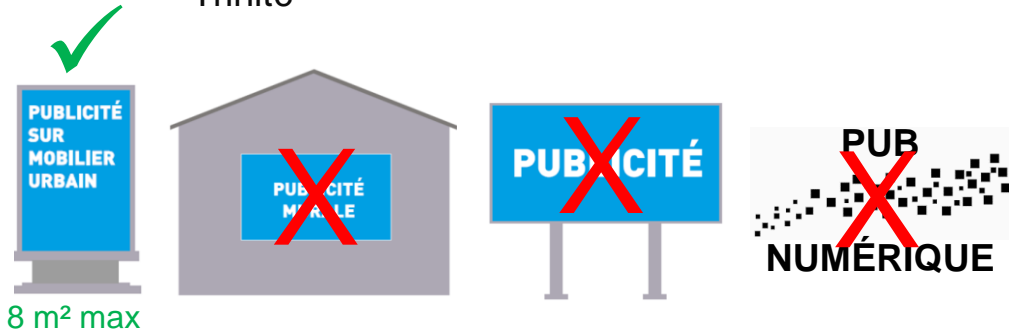
1 dispositif maximum par unité foncière

Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP4

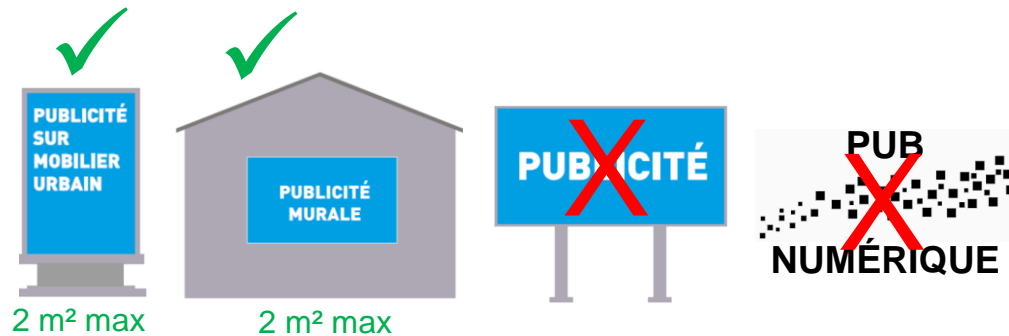


ZP5 – Les voies urbaines et périurbaines particulières

ZP5a - Boulevards Riba Roussa et Général de Gaulle (côté gauche) et Boulevard François Suarez à La Trinité

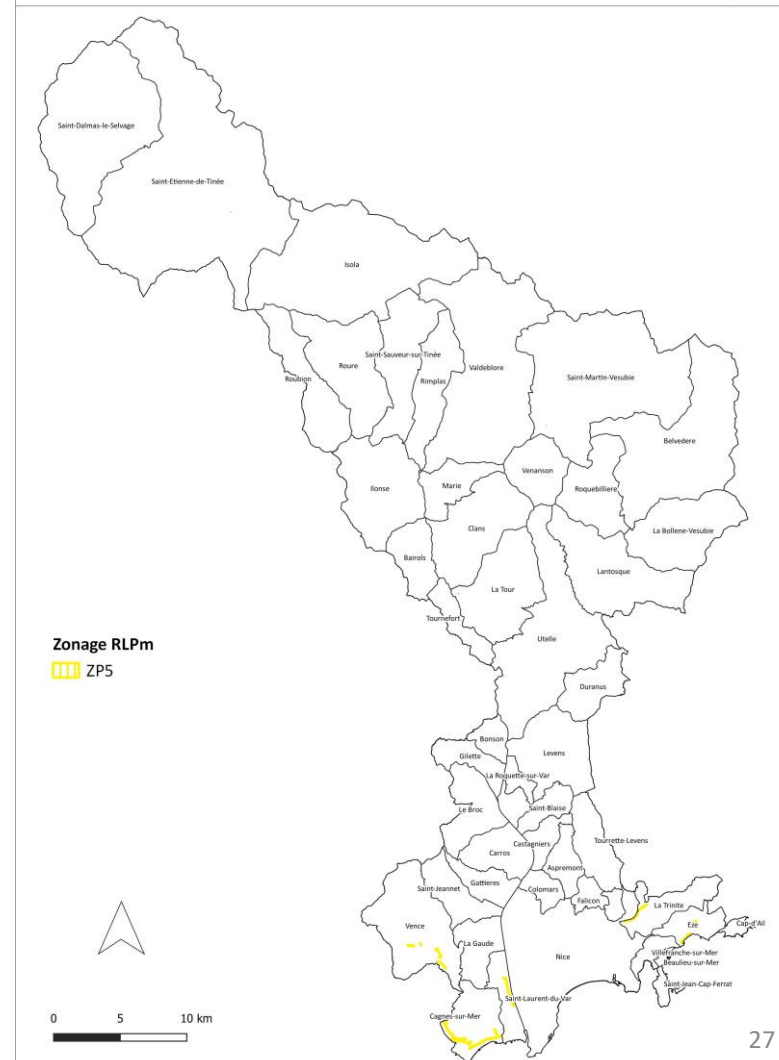


ZP5b - RM6007 et RM6098 (côté terre) à Èze



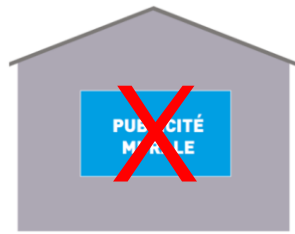
Une règle de densité : Un dispositif maximum par unité foncière

Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP5



ZP5 – Les voies urbaines et périurbaines particulières

ZP5c - Avenue de Cannes, Avenue de Nice, Avenue de Grasse, Avenue de la gare, M336, Promenade de la Plage (côté nord) et chemin du Val Fleuri à Cagnes-sur-Mer ;



Une règle de densité

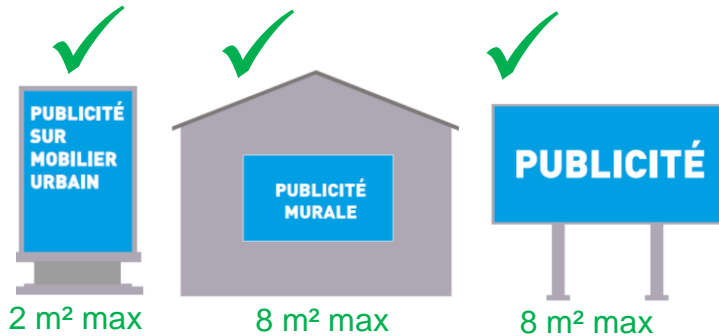
La publicité est interdite sur les unités foncières **inférieures ou égales à 60m**.

Au-delà de 60 m, seul 1 dispositif est autorisé par unité foncière.



ZP5 – Les voies urbaines et périurbaines particulières

ZP5d - Route de Cagnes (côté gauche dans le sens Cagnes vers Vence), Avenue Rhin et Danube, Avenue Maréchal Joffre (côté gauche dans le sens Saint-Jeannet vers Vence), Avenue Emile Hugues (côté droit dans le sens Cagnes vers Vence) à Vence



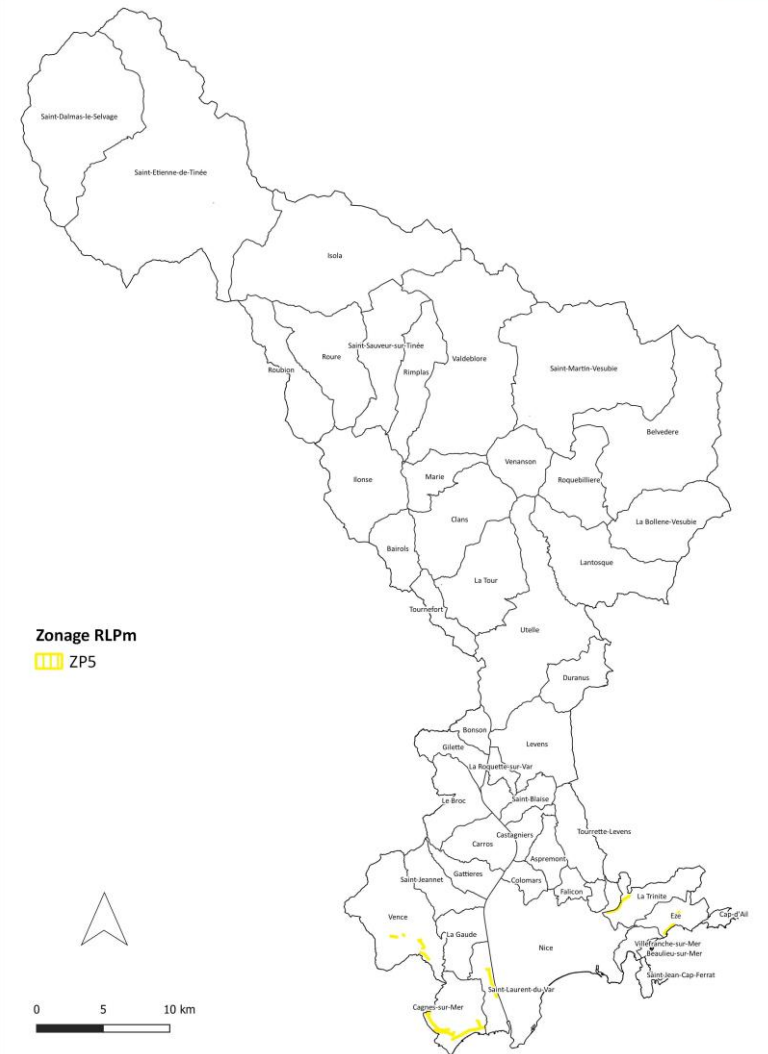
Une règle de densité

Un dispositif maximum par unité foncière

Une règle d'interdistance

150 mètres minimum entre deux dispositifs

Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP5



ZP6 – L'emprise des bâtiments et voies d'accès de l'aéroport

ZP6 - Aéroport Nice Côte d'Azur

Un affichage publicitaire autorisé dans la limite de **8 m² maximum** (10,5 m² encadrement compris)



8 m² max



8 m² max



8 m² max

Une règle de densité

Un dispositif maximum sur les unités foncières de moins de 80 mètres linéaires donnant sur une voie

Une règle d'interdistance

80 mètres minimum entre deux dispositifs

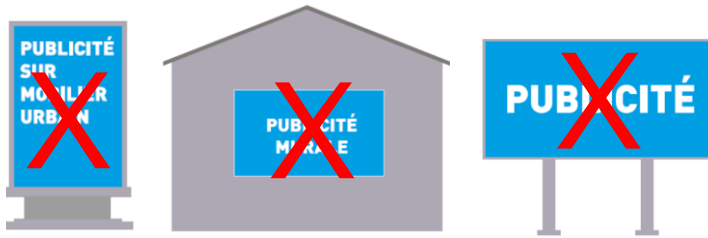
Règlement local de publicité métropolitain (RLPM) : les ZP6

BESIH eon MÉTROPOLÉ NICE CÔTE D'AZUR



ZP7 – Les espaces hors agglomérations

ZP7 Espaces hors agglomérations



***Toute publicité est interdite
sauf préenseignes dérogatoires
hors agglomération
(règlementation nationale)***



4

LE PROJET REGLEMENTAIRE

LES PRINCIPALES DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES
AUX ENSEIGNES

Rappel des différentes catégories d'enseignes à encadrer dans le projet de RLP



1/ Enseigne installée sur une toiture ou terrasse en tenant lieu

2/ Enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur

3/ Enseigne apposée perpendiculairement à un mur

4/ Enseigne scellée ou installée directement sur le sol

5/ Enseigne apposée sur un store, un auvent

6/ Enseigne lumineuse (dont numérique)

Des dispositions générales

ZP1 ZP2 ZP3 ZP4 ZP5 ZP6 et ZP7

Le RLPm propose d'être plus restrictif que la Règlementation Nationale de Publicité en interdisant sur l'ensemble du territoire :

- 1/ Les enseignes sur les arbres.
- 2/ Les enseignes sur des éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps de balcons, balconnets, bow-windows, volets, des corbeaux et pierres soutenant les étages, des décors en reliefs et tout autre motif décoratif.
- 3/ Les enseignes à faisceau de rayonnement laser.
- 4/ Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur si ce mur est une clôture.



Des dispositions générales

LES ENSEIGNES LUMINEUSES & NUMÉRIQUES

Les **enseignes lumineuses** autorisées sur le territoire métropolitain sont celles éclairées par projection, transparence ou par rétroéclairage. Tout autre dispositif lumineux est interdit (notamment, les journaux lumineux, les filets de néons, etc..).

Les **enseignes numériques** sont interdites sur l'ensemble du territoire exceptées sur les sites des grands équipements sportifs, culturels et commerciaux cités ci-dessous et figurant au plan de zonage :

- 1 – Centre commercial CAP 3000 à Saint-Laurent du Var
- 2 – Centre commercial Polygone Riviera à Cagnes-sur-Mer (exclusivement sur la façade donnant vers l'avenue des Alpes)
- 3 – Cinéma Pathé Gare du Sud à Nice
- 4 – Stade Allianz Riviera à Nice

Est autorisé un seul dispositif par unité foncière, apposée à plat ou parallèlement à la façade de l'établissement.

Le RLPm propose une **plage d'extinction** des enseignes plus importante que la Réglementation nationale :

- Les enseignes lumineuses (non numériques) sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, lorsque l'activité signalée a cessé.
- Lorsqu'elles sont autorisées dans la zone, les enseignes numériques sont éteintes, lorsque l'activité signalée a cessé.



Les enseignes en toitures

Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont **autorisées uniquement en zones d'activités (ZP4a), à Saint-Laurent-du-Var**, sous réserve de respecter les conditions suivantes :

- **Une enseigne maximum** est autorisée par activité ;
- La hauteur de l'enseigne ne doit pas excéder **1/5^e de la hauteur de la façade** qui la supporte, dans la limite de **3 mètres**.
- L'enseigne doit être réalisée au moyen de **lettres ou de signes découpés** dissimulant leur fixation et sans panneau de fond.



Par exception, hors agglomération (ZP7), elles sont également autorisées sur les restaurants d'altitudes des stations de skis, sous réserve de respecter les conditions suivantes :

- **Une enseigne maximum** est autorisée par activité ;
- La hauteur de l'enseigne ne doit pas excéder **1 mètres** en hauteur ;
- L'enseigne doit être réalisée au moyen de **lettres ou de signes découpés** dissimulant leur fixation et sans panneau de fond ;
- **Elle ne doit pas être lumineuse.**

Des dispositions spécifiques par groupe de zone

DES RÈGLES SPÉCIFIQUES NÉCESSAIRES POUR LA ZP1

ZP1 Les périmètres à forte valeur patrimoniale

- Un **NOMBRE**
- Un **POSITIONNEMENT**
- Un **DIMENSIONNEMENT**

DES RÈGLES COMMUNES POUR LES AUTRES ZONES

ZP2 Centralités urbaines denses

ZP3 Zones résidentielles et tissus urbains mixtes

ZP5 Voies urbaines et péri-urbaines particulières

ZP6 Aéroport Nice Côte d'Azur

DES RÈGLES SPÉCIFIQUES NÉCESSAIRES POUR LA ZP4

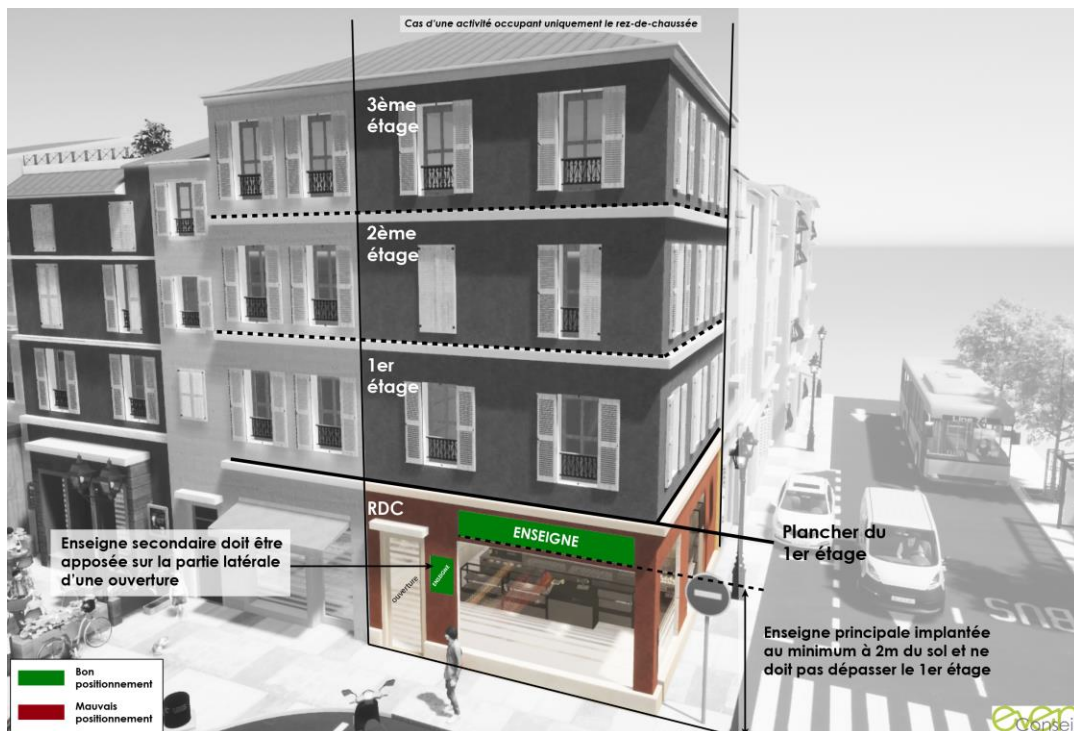
ZP4 Zones économiques

ZP7 Espaces hors agglomération

Enseignes à plat ou parallèles au mur (de façade)

➤ Un **NOMBRE** d'enseigne limitée par façade et par activité et selon le lieu d'occupation :

- Cas d'une activité occupant le rez-de-chaussée
- Cas d'une activité occupant un ou plusieurs étages (hors rez-de-chaussée)
- Cas d'une activité occupant l'ensemble du bâtiment
- Cas d'un établissement partagé de type « centre-commercial »



Exemples de dispositions intégrées au RLP_m



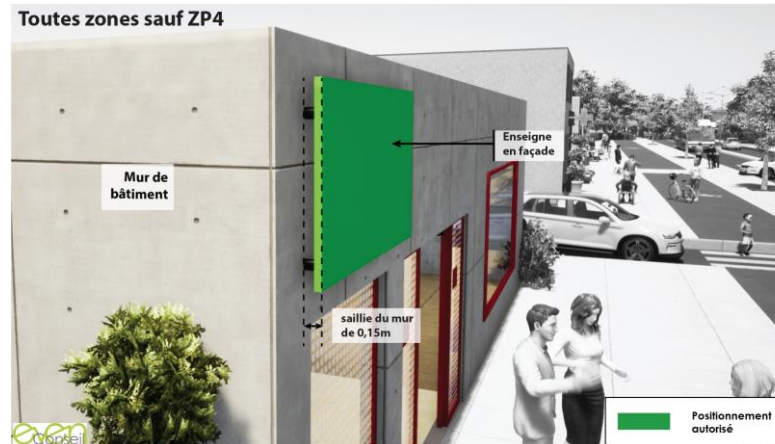
Enseignes à plat ou parallèles au mur (de façade)

- Des règles de **POSITIONNEMENT** selon le lieu d'occupation de l'activité (RDC, étages) et selon les lignes de compositions de la façade



- Des règles de **DIMENSIONNEMENT** selon le lieu de l'activité

- Des règles de **hauteur** de l'enseigne principale
- Des règles de **superficie** de l'enseigne secondaire (menu, horaires, etc...)
- Des règles de **saillies**



- Des règles d'**ASPECT** selon le lieu de l'activité



Enseignes perpendiculaires (en façade)

- Un **NOMBRE** d'enseignes limité par façade et par activité à **1 dispositif**
- Des règles de **POSITIONNEMENT** générales
 - L'enseigne ne doit pas être installée au-dessus d'une ouverture, ni devant un balcon.
- Des règles de **POSITIONNEMENT** selon le lieu d'activité
 - Cas d'une activité occupant le rez-de-chaussée
 - Cas d'une activité occupant un ou plusieurs étages (hors rez-de-chaussée)
 - Cas d'une activité occupant l'ensemble du bâtiment
 - Cas d'un établissement partagé de type « centre-commercial »
- Des règles de **DIMENSIONNEMENT** et d'**ASPECT** adaptées aux caractéristiques urbaines de chaque zone (centre-historique, zone économique, etc.)



Enseignes scellées ou apposées au sol (plus de 1m²)

➤ Un **NOMBRE** d'enseignes limité par activité dans toutes les zones

ZP1, ZP2, ZP3, ZP4, ZP5,
ZP6 et ZP7

Une seule enseigne est autorisée par activité (sauf **ZP1a** ou elle est interdite) le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée, à condition que :

- le bâtiment dans lequel s'exerce l'activité signalée soit implanté **en recul de plus de 4 mètres par rapport à la voie publique** ou lorsqu'il est démontré que la façade d'établissement n'est pas visible de la voie publique ;
- la ou les activités ne disposent pas déjà d'enseigne apposée à plat ou parallèlement à un mur de clôture ;

➤ Des règles de **DIMENSIONNEMENT**

Surface : Lorsqu'elle est scellée au sol, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder **4 m²** par face.

Hauteur : Lorsqu'elle est scellée au sol, la hauteur de l'enseigne par rapport au sol ne doit pas excéder **3,5 mètres**.

ZP1_b, ZP2, ZP3, ZP5, ZP6 et ZP7



Enseigne scellée au sol

Enseignes scellées ou apposées au sol (plus de 1m²)

➤ Des règles de **DIMENSIONNEMENT**

ZP4

Surface : Lorsqu'elle est scellée au sol, la surface unitaire de l'enseigne ne doit pas excéder :

- 8 m² par face en ZP4a ;
- 6 m² par face en ZP4b ;
- 4 m² par face en ZP4c.

La hauteur de l'enseigne par rapport au sol ne doit pas excéder :

- 8,50 m en ZP4a ;
- 6 m en ZP4b ;
- 4 m en ZP4c.

➤ Des règles d'**ASPECT**

Les enseignes scellées ou apposées au sol doivent être plus hautes que larges et de type « Totem ».

Un dispositif peut compter 2 faces maximum.

Les enseignes sur oriflammes sont interdites exceptées en **ZP4**.



Enseigne scellée au sol



Oriflamme apposée au sol



Enseignes scellées ou apposées au sol (moins de 1m²)

➤ Des règles de **DIMENSIONNEMENT**

Surface : Sur domaine public elle doivent respecter le règlement d'occupation du domaine public communal. En l'absence de règlement ou d'autorisation, les enseignes apposées au sol sont interdites sur le domaine public.

Sur le domaine privé, ces enseignes sont limitées en nombre à un dispositif par activité. Toutefois, en l'absence de limites physiques d'accès (clôtures, murs, barrières) entre le domaine public et le domaine privée, l'enseigne apposée au sol est interdite sur le domaine privé.



Chevalet sur domaine public

➤ Des règles d'**ASPECT**

Le dispositif est obligatoirement de format type chevalet stop-trottoir sur un support 4 pieds maximum ou double face apposées dos à dos, sur support 2 pieds maximum.

Les enseignes sur oriflammes sont interdites exceptées en **ZP4**.



Oriflamme apposée au sol

Enseignes sur store

➤ Des règles d'ASPECT

Une attention particulière est portée à ce type d'enseigne dans les différents secteurs de publicité et tout particulièrement les secteurs à forte sensibilité paysagère et patrimoniale.

Afin d'éviter l'installation d'une enseigne de grand format en rez-de-chaussée, l'enseigne est limitée au tombant du store (Lambrequin), dans la limite de 30 cm.

