



**Rapport de la commission d'enquête désignée par Ordonnance N° E24000031/38
du Tribunal Administratif de Grenoble**

Président : Dominique Miscioscia
Membres titulaires : Bernard Audion et Christian Fontanilles

SOMMAIRE

A – RAPPORT

1. GÉNÉRALITÉS	
1.1. Présentation de la Communauté d'Agglomération du Grand Annecy	p. 2
1.2. Objet de l'enquête publique	p. 3
1.3. Contexte du projet (juridique, historique, territorial)	p. 3
1.4. Cadre législatif et réglementaire	p. 4
1.5. Nature et caractéristiques du projet de RLPI	p. 5
1.6. Composition du dossier mis à l'enquête	p. 8
2. ORGANISATION ET DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE	
2.1. Désignation et fonctionnement de la commission d'enquête	p. 9
2.2. Préparation de l'enquête publique	p. 9
2.3. Modalités d'organisation de l'enquête	p. 10
2.4. Mesures de publicité et modalités de participation du public	p. 11
2.5. Clôture de l'enquête publique	p. 12
3. CONSULTATIONS RÉGLEMENTAIRES PRÉALABLES À L'ENQUÊTE	
3.1 Liste des Personnes Publiques Associées à ce projet (PPA)	p. 12
3.2 Avis des services de l'État et autres PPA	p. 13
3.3 Avis de la CDNPS	p. 15
3.4 Bilan de la concertation du public	p. 15
4. ANALYSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC	
4.1 Recensement des observations du public	p. 17
4.2 Analyse des observations du public, réponse du MO et avis de la CE	p. 19

B - PIÈCES ANNEXES

• Lettre d'accompagnement du PV de Synthèse	p. 59
• 1 ^{er} courrier de Mme la présidente du Grand Annecy de demande de report de la date de remise du mémoire en réponse de la Collectivité	p. 60
• 2 ^{ème} courrier de Mme la présidente du Grand Annecy de demande de report	p. 61
• PV de synthèse / mémoire en réponse	p. 62

1. GÉNÉRALITÉS

1.1 Présentation de la Communauté d'Agglomération du Grand Anney

La Communauté d'Agglomération du Grand Anney (Le Grand Anney) a été créée en 2017 et résulte de la fusion de 5 intercommunalités du bassin annécien.

Le Grand Anney est composé des 34 communes suivantes : Alby-sur-Chéran, Allèves, Anney, Argonay, Bluffy, Chainaz-les-Frasses, Chapeiry, La Chapelle-Saint-Maurice, Charvonnex, Chavanod, Cusy, Duingt, Entrevernes, Epagny-Metz-Tessy, Fillière, Groisy, Gruffy, Héry-sur-Alby, Leschaux, Menthon-Saint-Bernard, Montagny-les-Lanches, Mûres, Nâves-Parmelan, Poisy, Quintal, Saint-Eustache, Saint-Félix, Saint-Jorioz, Saint-Sylvestre, Sevrier, Talloires-Montmin, Veyrier-du-Lac, Villaz, Viuz-la-Chiésaz.

La population du Grand Anney était de 209 389 habitants en 2020, répartie sur 515 km². Elle est essentiellement concentrée sur la commune d'Anney avec 130 175 habitants (H).

Fillière (9 488 H), Poisy (8 481 H), Epagny-Metz-Tessy (8 013 H), Saint-Jorioz (5 927 H) et Sevrier (4 342 H) sont les 5 autres communes de plus de 4 000 habitants.

Il y a par ailleurs 20 communes comptabilisant moins de 2 000 habitants.

La croissance démographique est importante avec un taux annuel moyen de 1.1 % de 2014 à 2020. Le Grand Anney est marqué par une attractivité et un dynamisme pour partie liés à l'aire d'influence de Genève. Cela génère une urbanisation soutenue, y compris dans les implantations commerciales.



1.2 Objet de l'enquête

Cette enquête publique porte sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) ordonné par l'arrêté AR-2024-21 de Madame la présidente de la communauté d'agglomération du Grand Annecy en date du 23 mai 2024. Tout RLP(i) est un plan dont l'élaboration est soumise à enquête publique.

Grand Annecy, porteur du présent projet de RLPi, est l'autorité organisatrice de l'enquête, en tant qu'autorité compétente pour prendre la décision en vue de laquelle l'enquête est requise (art. L.123-3 du Code de l'environnement).

Ce projet, dont l'élaboration s'est déroulée sur une période d'un peu plus de 4 ans, vise à :

- harmoniser les règles applicables à l'affichage extérieur (publicité, enseignes et préenseignes) mais également depuis la Loi Climat et Résilience d'août 2021, à l'affichage intérieur (dispositif lumineux à l'intérieur des vitrines), à l'ensemble de ce territoire composé de 34 communes ;
- conférer à ce territoire davantage de cohérence, en adaptant et précisant la réglementation nationale au regard d'enjeux paysagers, touristiques, économiques et de cadre de vie qui lui sont propres.

L'enquête publique ayant pour objet propre :

- d'assurer la participation et l'information du public ainsi que la prise en compte des intérêts des tiers lors de l'élaboration des décisions susceptibles d'affecter l'environnement et mentionnées à l'article L.123-2 du Code de l'environnement ;
- de permettre au maître d'ouvrage d'être informé des observations du public ainsi que de celles de la commission d'enquête, afin d'amender éventuellement son projet avant approbation.

1.3 Contexte historique du projet

L'affichage des publicités, des enseignes et préenseignes peuvent porter atteinte au cadre de vie paysager, patrimonial et historique d'un territoire.

La loi ENE dite « Grenelle II », réformée par le décret n°2012-118, vise à protéger l'environnement et le cadre de vie en réglementant et limitant l'affichage publicitaire extérieur.

Le Grand-Annecy couvre un territoire aux valeurs patrimoniales, paysagères et historiques significatives, et aux activités économiques, industrielles, commerciales et touristiques importantes. Cette forte attractivité territoriale entraîne des démographies résidentielles et touristiques croissantes nécessitant une maîtrise accrue de l'occupation des sols et une vigilance renforcée quant à la protection et la préservation du cadre de vie.

Au travers du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), le Grand-Annecy ambitionne de protéger et préserver un cadre de vie privilégié, tout en maintenant le dynamisme économique et démographique du territoire.

Le présent projet fait état de zones de réglementation différentes pour l'affichage des publicités, enseignes et préenseignes selon la situation environnementale urbaine, paysagère, historique, industrielle ou commerciale.

Des critères de densités de construction et de population sont également pris en compte dans la définition des zones de réglementation.

1.4 Cadre législatif et réglementaire

1.4.1 Règlement Local et Règlement National de Publicité (RLP et RNP)

La loi définit :

- La publicité comme « toute inscription, forme ou image (à l'exception des enseignes et préenseignes) destinée à informer le public ou attirer son attention ». (art. L. 581-3, a du Code de l'Environnement) ;
- Les préenseignes 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).

Le RLPi est une déclinaison locale du RNP

Le règlement local de publicité 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 CE.

Les règles locales tendent à restreindre les possibilités d'installer des publicités, préenseignes et enseignes telles qu'elles résultent de la réglementation nationale (art. L. 581-14 et L. 581-18 c. du CE). Elles permettent aussi de déroger à certaines interdictions légales de publicité en agglomération (art. L. 581-8 c du CE).

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).

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes 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 Intercommunal du Grand Annecy se substituera aux 13 règlements locaux de publicité communaux existants. A noter qu'à l'exception de celui de Pringy qui date de 2011, les RLP actuellement en vigueur sur le territoire sont caducs depuis le 13 juillet 2022. (Grenelle II).

A partir du 1^{er} 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.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'Architecte des Bâtiments de France, du préfet de Région ou du service de l'aviation civile.

En qualité d'établissement compétent pour l'élaboration du PLUI (Loi n° 2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi Grenelle 2), le Conseil Communautaire du Grand Annecy a délibéré et validé, en date du 20 février 2020, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) pour l'ensemble de son territoire.

1.4.2 L'enquête publique

Comme indiqué plus haut, tout RLP(i) est un plan dont l'élaboration est soumise à enquête publique. Cette dernière étant 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 I^{er} du code de l'environnement.

A l'issue de l'enquête, le projet d'élaboration du RLPi de Grand Annecy Agglomération 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 de la Commission d'enquête. Il sera soumis à délibération du Conseil communautaire du Grand Annecy en vue de son approbation.

Le cas échéant, la mise en conformité des publicités et préenseignes existantes devra se faire dans le délai de deux ans. Pour les enseignes, ce délai maximal sera porté à six ans.

1.5 Nature et caractéristiques du projet

1.5.1 Nature et objectifs du projet

Le RPLI du Grand Annecy affiche les objectifs suivants :

- Harmoniser les règles applicables pour l'affichage extérieur (publicité, enseignes et préenseignes) et intérieur (dispositif lumineux à l'intérieur des vitrines) sur l'ensemble du territoire de la communauté ;
- Identifier et traiter de manière coordonnée des secteurs de territoire présentant des caractéristiques identiques ;
- Encadrer l'installation des publicités, enseignes et préenseignes dans les zones commerciales ;
- Limiter les impacts des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie ;
- Préserver l'attractivité du territoire du Grand Annecy en luttant contre la pollution visuelle ;
- Intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 notamment en élargissant les obligations d'extinction nocturne des publicités, enseignes et préenseignes lumineuses.
- Tenir compte des nouveaux procédés et technologies en matière de publicité susceptibles de limiter les atteintes aux paysages.

1.5.2 Caractéristiques du projet

Au regard des dispositions de la loi Grenelle 2, la procédure d'élaboration du RLPi du Grand Annecy, est identique à celle d'un PLUi.

1. Les étapes suivantes ont été réalisées :

- Phase 1 : Diagnostic publicitaire et enjeux ;
- Phase 2 : Orientations ;
- Phase 3 : Zonage, règlement par zone et justifications ;

- Consultation pour avis :
 - des Personnes Publiques Associées (PPA) ;
 - des Personnes Publiques Consultées à leur demande (PPC) ;
 - de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS) ;
 - des 34 Conseils Municipaux des communes membres du Grand Annecy.
2. La présente enquête publique constitue l'étape en cours.
3. L'approbation du RLPI par le Conseil Communautaire, constituera l'ultime étape avant son application dans les 34 communes constituant l'agglomération du Grand Annecy.



Les dispositions du projet de RLPI concernant les publicités, les préenseignes et les enseignes portent sur :

- Les dispositifs de support sur panneaux, murs, toitures, scellés au sol ou encore sur mobiliers urbains ;
- Les publicités sur bâche (autre que sur bâche de chantier) ;
- Les publicités lumineuses ;

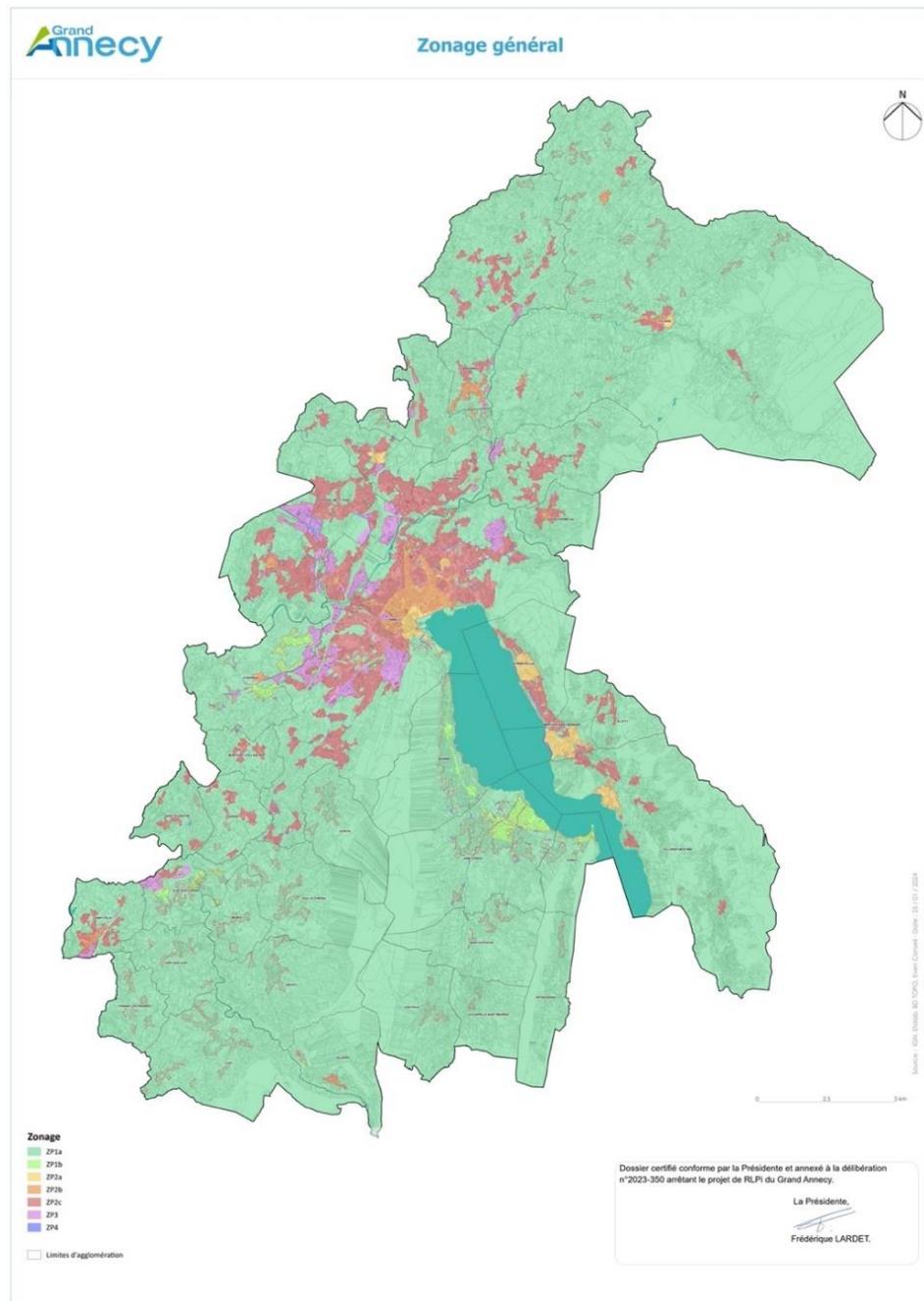
Le Grand Annecy présente une diversité de paysage (centre urbain, espaces naturels, espaces résidentiels, secteur d'activités économiques...) et une richesse patrimoniale historique.

Au-delà des dispositions générales qui s'appliquent à l'ensemble du territoire (interdiction, dérogations, dimensions, couleur, publicités lumineuses, mobilier urbain, bâches ...), des dispositions spécifiques ont été arrêtées pour préserver le paysage et le patrimoine.

Sept cadres réglementaires et orientations, répartis sur quatre grandes zones, ont été définis, délimités et applicables sur le territoire du Grand Annecy :

- Zone 1 (ZP1) :
 - ZP1a : espaces à dominante naturelle y compris situés hors agglomération ;
 - ZP1b : espaces naturels présentant un dynamisme économique important.

- Zone 2 (ZP2) :
 - ZP2a : espaces bâtis présentant un intérêt patrimonial ;
 - ZP2b : cœurs de villes et cœurs de bourgs ne présentant pas un caractère patrimonial mais un dynamisme économique ;
 - ZP2c : espaces mixtes et résidentiels.
- Zone 3 (ZP3) : zones d'activités économiques et commerciales ;
- Zone4 (ZP4) : axes d'entrée de ville, d'agglomération et les tronçons de routes qui présentent des fenêtres sur de grand paysage ;



A l'issue de l'enquête publique et après validation par le Conseil Communautaire du Grand Anancy, dans l'état tel que proposé ou amendé suite aux résultats de l'enquête publique, s'imposera aux 34 communes composant la communauté et de se substituera aux 13 règlements locaux de publicité communaux actuellement existants.

1.6 Composition du dossier d'enquête

Le dossier « Règlement Local de Publicité intercommunal du Grand Annecy », mis à la disposition du public lors de la consultation, était constitué des documents suivants :

1. **Résumé non technique** 17 p.
2. **Rapport de présentation** 147 p.
3. **Bilan de la concertation** 37 p.
4. **Règlement écrit** 39 p.
5. **Règlements graphiques**
 - 1 plan de zonage général du Grand Annecy Format A1
 - 34 plans de zonage communal Format A2
6. **Pièces annexes**
 - Avis des Personnes Publiques Associées (PPA) ou Consultées à leur demande (PPC) :
 - Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de Haute-Savoie
 - Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) Haute-Savoie
 - Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA) Haute-Savoie
 - Direction Départementale des Territoires (DDT) Haute-Savoie
 - Parc Naturel Régional (PNR) du Massif des Bauges
 - Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) du Bassin annécien
 - La Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites de la Haute-Savoie (CDNPS)
 - Avis des communes
 - Les arrêtés municipaux de fixation des limites d'agglomération des 34 communes composant la communauté d'agglomération du Grand Annecy
 - Arrêtés et délibérations du Grand Annecy
 - Arrêté de prescription de l'élaboration du RLPI (20/02/2020)
 - Arrêté d'ouverture et de clôture de la concertation (13/10/2023)
 - Délibération, bilan de la concertation et 1^{er} arrêt du projet (21/12/2023)
 - Délibération, bilan de la concertation et 2^{ème} arrêt du projet (23/05/2024)
 - Arrêté d'ouverture de l'enquête publique (24/05/2024)
 - Avis d'enquête publique

2. ORGANISATION ET DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE

2.1 Désignation et fonctionnement de la commission d'enquête

Par ordonnance E24000031/38 du 21 février 2024, le président du Tribunal Administratif de Grenoble a désigné une commission d'enquête pour mener l'enquête publique relative à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) du Grand Annecy. Celle-ci est composée comme suit :

Président	Dominique MISCIOSCIA
Membres titulaires	Bernard AUDION Christian FONTANILLES
Membre suppléant	Luc CLOUET

Chacun des membres de la commission d'enquête a déclaré sur l'honneur « ne pas être intéressé à l'opération à titre personnel ou en raison de fonctions électives exercées sur le territoire concerné par l'enquête publique ou exercées au sein de la collectivité, de l'organisme ou du service qui assure la maîtrise d'ouvrage, la maîtrise d'œuvre ou le contrôle de l'opération soumis à enquête au sens des dispositions de l'article L. 123-5 du code de l'environnement ».

Réunions internes de la commission

La commission s'est réunie à de nombreuses reprises avant, pendant et après la clôture de l'enquête. Ces réunions ont eu lieu à Annecy pour limiter les déplacements. Elles ont permis de partager l'analyse du dossier, de coordonner la répartition du travail et le rôle de chaque commissaire enquêteur, de définir les thématiques utilisées dans le rapport, de préparer l'exploitation des observations à l'aide des outils informatiques notamment et in fine préparer l'avis de la commission.

La commission a rationalisé son travail en attribuant pour l'analyse des contributions un secteur géographique à chaque commissaire enquêteur. De même, l'ensemble des membres de la commission a été responsable d'une part de l'analyse thématique.

Réunions de la commission avec le maître d'ouvrage

Remarque : dans son rapport, la commission a retenu les termes de maître d'ouvrage pour désigner le porteur de projet. Cette qualification est souvent utilisée sous la forme du sigle MOA.

Plusieurs réunions ont été programmées avec le maître d'ouvrage (voir ci-dessous). Elles ont permis de faciliter la compréhension du dossier, fixer le nombre, les dates, lieux et horaires des permanences, préparer l'arrêté d'ouverture, parapher les registres et les différentes pièces du dossier, faciliter l'appropriation du registre numérique.

2.2 Préparation de l'enquête publique

- **6 mars 2024** : 1^{ère} réunion avec M. Sammy Benhis-Folliot, chargé de mission RLPi, dans les locaux annexes de la communauté d'agglomération Grand Annecy à Meythet. Présentation générale du projet et des personnes qui ont participé à l'élaboration de ce projet. Présentation du territoire. Mise en place d'un registre dématérialisé et d'une adresse électronique spécifique – Détermination des lieux de permanence et de leur nombre.

- **12 avril 2024** : 2ème réunion dans les locaux annexes de la communauté d'agglomération Grand Annecy à Meythet en présence de M. Christian Anselme, Vice-président du Grand Annecy et M. Sammy Benhis-Folliot, chargé de mission RLPI. Avancement du projet – Retours des avis des 34 communes membres du Grand Annecy et des PPA – Arrêt des modalités pratiques de l'enquête – Informations sur la concertation préalable du public – Calendrier prévisionnel des différentes étapes de l'enquête (Ouverture – Clôture de l'enquête – remise PV synthèse – Mémoire en réponse et, in fine, remise au MOA du rapport et des conclusions motivées de la commission).
- **7 mai 2024** : 3ème réunion à Meythet – Etude et discussion autour des plans de zonage proposés à la consultation. D'un commun accord il a été convenu de rendre davantage lisibles les plans communaux en proposant un format A2 au lieu de A3. La commission a également suggéré d'ajouter en annexe au dossier, le document synthétique utilisé pour la concertation préalable qui permettrait une meilleure compréhension du projet pour le public. Ce document pourrait être l'équivalent d'un résumé non technique.
- **31 mai et 14 juin** : séances de paraphage des dossiers et registres d'enquêtes.

2.3 Modalités d'organisation de l'enquête

Les modalités d'organisation de la procédure ont été définies d'un commun accord :

- ▶ Sièges de l'enquête : Communauté d'Agglomération du Grand Annecy, 46, avenue des îles - Annecy.
- ▶ Lieux d'enquête en plus du siège de la Communauté d'Agglomération : Alby/Chéran, Annecy, Annecy-le-Vieux, Epagny Metz-Tessy, Fillière, Menthon-St-Bernard, Poisy, Saint-Jorioz, Sévrier et Seynod.
- ▶ Ouverture de l'enquête : le lundi 17 juin 2024 à 9 heures.
- ▶ Clôture de l'enquête : le mercredi 17 juillet 2024 à 12 heures.
- ▶ Permanences des membres de la commission : Les permanences ont été tenues selon le planning publié ci-dessous, soit un total de 18 permanences de 3 heures.

LIEUX de PERMANENCES	DATES	HORAIRES
Siège Gd Annecy	Lundi 17/06	09h00 – 12h00
Menthon-St-Bernard	Lundi 17/06	08h45 – 11h45
Epagny	Mardi 18/06	14h30 – 17h30
Sévrier	Mercredi 19/06	09h00 – 12h00
Fillière (Thorens-Glières)	Samedi 22/06	09h00 – 12h00
Annecy-le-Vieux	Lundi 24/06	09h00 – 12h00
Seynod	Lundi 24/06	14h00 – 17h00
Poisy	Mercredi 26/06	14h30 – 17-30
Annecy	Vendredi 28/06	14h30 – 17h30
Saint-Jorioz	Vendredi 28/06	15h45 – 18h45
Metz-Tessy	Samedi 29 /06	09h00 – 12h00
Alby/Chéran	Lundi 01/07	09h00 – 12h00

Fillière (Thorens-Glières)	Mardi 02/07	16h00 – 19h00
Menthon-St-Bernard	Mercredi 03/07	08h45 – 11h45
Seynod	Mercredi 03/07	09h00 – 12h00
Annecy-le-Vieux	Vendredi 05/07	14h00 – 17h00
Alby/Chéran	Lundi 08/07	14h30 – 17h30
Siège Gd - Annecy	Mercredi 17/07	09h00 – 12h00

2.4 Mesures de publicité et modalités de la participation du public

2.4.1 Les mesures de publicité réglementaires

2.4.1.1 Affichage de l'avis d'enquête

L'avis d'enquête, composé d'une affiche de couleur jaune au format A2, a été porté à la connaissance du public par voie d'affichage, sur les panneaux prévus à cet effet, de chacune des 34 communes du territoire de Grand Annecy. De même, il a été affiché sur le panneau d'affichage situé à l'extérieur du siège de la Communauté d'Agglomération.

2.4.1.2 Annonces légales dans la presse

Conformément aux dispositions réglementaires, l'avis d'enquête a été publié dans la rubrique des annonces légales de deux journaux, le premier avis au moins quinze jours avant l'ouverture de l'enquête, et le second dans les huit premiers jours de celle-ci :

❖ Le Dauphiné Libéré

- Mercredi 29 mai 2024
- Lundi 17 juin 2024

❖ L'Essor Savoyard

- Jeudi 30 mai 2024
- Jeudi 20 juin 2024

2.4.2 Les mesures de publicité complémentaires

- Information sur le site Internet de la communauté d'agglomération dans la rubrique « actualités » et relayée sur ses réseaux sociaux :

2.4.3 Mise à disposition du dossier de l'enquête

Toutes les pièces du dossier d'enquête, décrites au chapitre 1.6. étaient consultables :

- **En version papier** dans les 11 lieux d'enquête aux jours et heures habituels d'ouverture au public :
 - ▶ au siège de Grand Annecy Agglomération ;
 - ▶ dans les mairies de Alby/Chéran, Annecy, Annecy-le-Vieux, Epagny Metz-Tessy, Fillière, Menthon-St-Bernard, Poisy, Saint-Jorioz, Sévrier et Seynod ;
- **En version numérique** pendant toute la durée de l'enquête du lundi 17 juin 9h00 au mercredi 17 juillet 12h00 :
 - ▶ Sur le site Internet du registre numérique à l'adresse suivante :
<https://www.registre-dematerialise.fr/5415/>

Un lien renvoyant vers ce registre dématérialisé était également présent sur le site internet de Grand Annecy ainsi que sur les sites internet d'un certain nombre de communes membres de la communauté d'agglomération

2.5 Clôture de l'enquête publique

Après regroupement de tous les registres ceux-ci ont été clos par la commission le 18 juillet 2024.

3. CONSULTATION RÉGLEMENTAIRE

3.1 Liste des Personnes Publiques Associées (PPA) à ce projet, ou Consultées (PPC) à leur demande

En application des articles L.153-15 à 17 du code de l'urbanisme, à l'issue de la délibération du Conseil Communautaire DEL 2023-350, du 21/12/2023, le dossier du projet de RLPi de Grand Annecy Agglomération a été notifié pour avis :

- Aux conseils municipaux des 34 communes situées sur son territoire ;
- Au préfet de la Haute-Savoie ;
- Au Conseil Régional de la Région Auvergne-Rhône-Alpes ;
- Au Conseil Départemental de la Haute-Savoie ;
- A la Direction de la mobilité et des transports du Grand Annecy ;
- A la Direction Aménagement Service Habitat du Grand Annecy ;
- A la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Haute-Savoie ;
- A la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Haute-Savoie ;
- A la Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc ;
- Au Syndicat Mixte du SCoT du Bassin Annécien ;
- Au Parc Naturel Régional du massif des Bauges ;
- A l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de Savoie et de Haute-Savoie.

Par ailleurs, aucune des 44 personnes publiques (communes et EPCI limitrophes...) destinataires de cette notification de projet pour avis éventuel, n'a demandé à être consultée.

3.2 Avis des services de l'État et autres PPA

<p>P.P.A. Date de réponse</p>	<p>AVIS</p>
<p>Services de l'Etat (DDT 74) 10 avril 2024</p>	<p>Avis favorable sous réserve de la prise en compte de l'ensemble des demandes listées dans son rapport (parties 1, 2 et 3) et synthétisées ci-dessous :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fournir des zonages cartographiques à plus haute définition ; ➤ Modifier marginalement les zonages proposés de : <ul style="list-style-type: none"> • Argonay • Chainaz-les-Frasses • Charvonnex • Chavanod • Duingt • Epagny-Metz-Tessy • Héry-sur-Alby • Menthon-St Bernard • Montagny-les-Lanches • Nâves-Parmelan • Poisy • St Félix • St Jorioz • Sevrier • Fillière • Veyrier-du-Lac ➤ Corriger les contre-sens du règlement écrit ; ➤ Mentionner clairement que les préenseignes permanentes sont soumises aux mêmes règles que les publicités.
<p>Préfecture de la Région Auvergne- Rhône-Alpes Unité départementale de l'Architecture et du Patrimoine de Savoie et Haute-Savoie 29 mars 2024</p>	<p><u>Avis très réservé</u></p> <p><u>Point 1</u> : « Le projet semble manquer d'ambition en zone ZP1a qui couvre les espaces du Parc Naturel Régional des Bauges et plus particulièrement entre Sévrier et Saint-Jorioz. Le règlement, même s'il encadre les surfaces et la hauteur des dispositifs devrait les interdire (et plus particulièrement les enseignes lumineuses) » ;</p> <p><u>Point 2</u> : « ... porte sur le zonage ZP2a qui couvre les noyaux historiques. Le nombre d'enseignes parallèles admis par le règlement serait de 2 et la hauteur des lettres de 60 cm. Ce point de règlement déroge aux recommandations du règlement du site patrimonial remarquable d'ANNECY ».</p>

Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Haute Savoie 29 mars 2024	<i>« Aucune remarque à formuler sur ce projet ».</i>
Chambre de Commerce et d'Industrie de Haute-Savoie 3 mai 2024	<i>« Avis favorable »</i>
Parc Naturel Régional du Massif des Bauges 26 avril 2024	<i>« ...l'avis du PNR du Massif des Bauges sur le projet de RPLI de Grand Annecy est favorable... »</i>
SCOT Bassin d'Annecy 18 mars 2024	<i>« Avis favorable »</i>
Avis délibéré des communes membres de Grand Annecy Agglomération	<p>Sur les 34 conseils municipaux membres du Grand Annecy, 16 ont rendu un avis délibéré :</p> <p>14 avis favorable pour les communes d'Annecy, Chainaz-les-Frasses, Chapeiry, Charvonnex, Cusy, Duingt, Epagny-Metz-Tessy, Fillière, Groisy, Mures, Saint-Félix, Saint-Jorioz, Sevrier et Talloires-Montmin.</p> <p>1 avis favorable avec réserve :</p> <p>Poisy : Modifier le zonage au niveau du secteur du Marais du quart situé en zone naturelle préservée (ZP2c → ZP1a).</p> <p>1 avis défavorable :</p> <p>Veyrier-du-Lac :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zone ZP2c : désaccord sur la possibilité de publicités et préenseignes murales jusqu'à 2 mètres carrés ; • Zone ZP4 ; d'autres voies sont à intégrer dans le zonage, notamment la route de la Corniche et la route du Mont-Veyrier.

PPA n'ayant pas répondu dans les délais et dont l'avis est par conséquent réputé favorable :

La Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc, le Conseil Régional Auvergne-Rhône-Alpes, Le Conseil Départemental de la Haute-Savoie, le Service Habitat du Grand-Annecy et le service Mobilités du Grand Annecy.

Les dix-huit (18) communes membres du grand Annecy suivantes : Alby-sur-Chéran, Allèves, Argonay, Bluffy, La Chapelle-Saint-Maurice, Chavanod, Entrevernes, Gruffy, Héry-sur-Alby, Leschaux, Menthon-Saint-Bernard, Montagny-les-Lanches, Nâves-Parmelan, Quintal, Saint-Eustache, Saint-Sylvestre, Villaz et Viuz-la-Chiésaz.

3.3 Avis de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS)

En application des articles L.581-14-1 du code de l'environnement, ce projet de RLPI a également été notifié pour avis à la CDNPS :

CDNPS 30 mai 2024	<p>Avis favorable sous réserve de la prise en compte de l'ensemble des demandes listées dans son rapport (parties 1, 2 et 3) et synthétisées ci-dessous :</p> <ul style="list-style-type: none">➤ <i>Fournir des zonages cartographiques à plus haute définition ;</i>➤ <i>Modifier marginalement les zonages proposés selon le document annexé :</i>➤ <i>Corriger les contre-sens du règlement écrit ;</i>➤ <i>Mentionner clairement que les préenseignes permanentes sont soumises aux mêmes règles que les publicités.</i>
------------------------------------	---

3.4 Bilan de la 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.

La Grand-Annecy en qualité de Maître d'Ouvrage du RLPI, a engagé et conduit une démarche de concertation de septembre 2020 au 8 décembre 2023. Démarche au cours de laquelle ont été :

- Publiés plus de 10 articles de presse,
- Organisées 7 rencontres avec les acteurs territoriaux et 11 avec le public.

Plus de 210 personnes ont participé à des réunions publiques et plus de 300 contributions ont été déposées par le public et par les acteurs socio- professionnels.

Les contributions, recueillies par le Maître d'Ouvrage, ont été classées selon 3 thématiques : « Réglementaire », « Amélioration du cadre de vie » et « Économie et Social ». Ci-après sont retranscrites les principales observations faites sur chacun de ces thèmes. L'exhaustivité des remarques est tracée dans le document « Bilan de concertation » joint au dossier de l'enquête.

Concernant la thématique « Réglementaire » les contributions font principalement état de demandes de précision sur :

- La caducité des RLP communaux en cours ;
- Les moyens mis en place pour vérifier la bonne application du RLPI et le pouvoir de police associé ;

- La durée de la mise en conformité de l'état actuel vers celui du RLPI ;
- L'annulation des autorisations délivrées avant la mise en œuvre du RLPI ;
- L'accompagnement prévu pour la mise en conformité ;
- L'application des nouvelles règles aux autoentrepreneurs en zone résidentielle et aux sites industriels.

Concernant la thématique « Amélioration du cadre vie », les demandes suivantes ont été exprimées :

- Demandes de protection des centres de bourg, des bâtiments traditionnels, des zones touristiques et de la vue sur les montagnes et le lac ;
- Demandes de limitation des impacts publicitaires et enseignes (mutualisation des dispositifs, limitation des grands formats, dé-densification du nombre de panneaux.) ;
- Demandes d'encadrement pour les affichages temporaires trop nombreux et s'inscrivant parfois durablement dans le paysage ;
- Le mobilier urbain et plus spécifiquement les abribus dont l'objet de nombreuses remarques (publicité, éclairage ...).

Concernant la thématique « Économie et Social », les contributeurs ont exprimé les remarques suivantes :

- La réglementation proposée aura un impact sur les activités des professionnels du secteur et la vie économique locale ;
- La suppression de publicité aux formats industriels, nécessitera des investissements non supportables par les acteurs concernés ;
- Les interdictions des enseignes sur les toitures et des publicités murales dans certaines zones, nuiront aux professionnels du secteur en créant une distorsion entre plusieurs afficheurs et un seul interlocuteur avec pour conséquence une inévitable augmentation des prix ;
- La réduction de la publicité sur le mobilier urbain pourrait aboutir à une réduction des moyens d'information sur la vie locale et à une augmentation de la publicité « sauvage » non contrôlée ;
- L'affichage temporaire devrait être facilité ;
- Plusieurs acteurs économiques locaux se sont interrogés sur la légalité de la mesure interdisant totalement la publicité dans certaines communes ;
- Des contributions pointent des contresens sur l'interdiction des dispositifs numériques qui permettent d'afficher un plus grand nombre d'informations et limitent ainsi l'usage du papier ;
- Quid sur l'interdiction du numérique sur le mobilier urbain alors que cet affichage fait l'objet de contrats entre l'annonceur et les collectivités ?

Les éléments de concertation suivants ont été pris en compte par le Maître d'Ouvrage en cours de démarche :

- Concernant la publicité sur mobilier urbain, le Grand Annecy a répondu favorablement aux points suivants :
 - Autorisation dans la plupart des zones du territoire dont notamment au sein de Parc Naturel des Bauges ;
 - Les abribus resteront allumés pendant toute la durée de fonctionnement du service de transport concerné ;
 - Permettre à la publicité lumineuse sur abris-voyageurs de rester allumée pendant les horaires de fonctionnement du service de transport, dérogeant ainsi à l'extinction lumineuse applicable pour les autres publicités.
- La réglementation de la publicité sur bâche de chantier a fait l'objet d'un ajustement afin de répondre aux demandes des Unions Commerçantes ;
- Les dimensions maximales des dispositifs ont évolué afin de prendre en compte les impératifs techniques ;
- Des règles de densité ont été ajoutées ;
- La hauteur maximale de lettrage des enseignes a également évolué ;
- La plage d'extinction nocturne a été ajustée pour les enseignes ;
- La luminance des publicités et enseignes lumineuses ou numériques, a fait l'objet d'une réglementation.

Au terme de la concertation il est noté que le « grand public » et les associations environnementales, de protection du paysage et de consommateurs, ont exprimé une demande de réglementation de la publicité et des enseignes, plus drastique que celle proposée dans le projet.

A l'opposé les acteurs professionnels du secteur ont quant à eux, dénoncé un projet RLPI trop restrictif et contraignant, qui aurait un fort impact sur la vie économique locale.

4. ANALYSE DES OBSERVATIONS

4.1 Recensement des observations du public

Au cours de l'enquête, le public a eu la possibilité de s'exprimer soit oralement en venant à la rencontre des commissaires enquêteurs au cours des 18 permanences tenues, soit par courrier postal ou électronique, soit encore par écrit sur les registres mis à leur disposition dans les mairies lieux de permanence (Alby-sur-Chéran, Annecy, Annecy-le-Vieux, Epagny-Metz-Tessy, Fillière, Menthon-Saint-Bernard, Poisy, Saint-Jorioz, Sévrier, Seynod) ainsi qu'au siège du Grand Annecy.

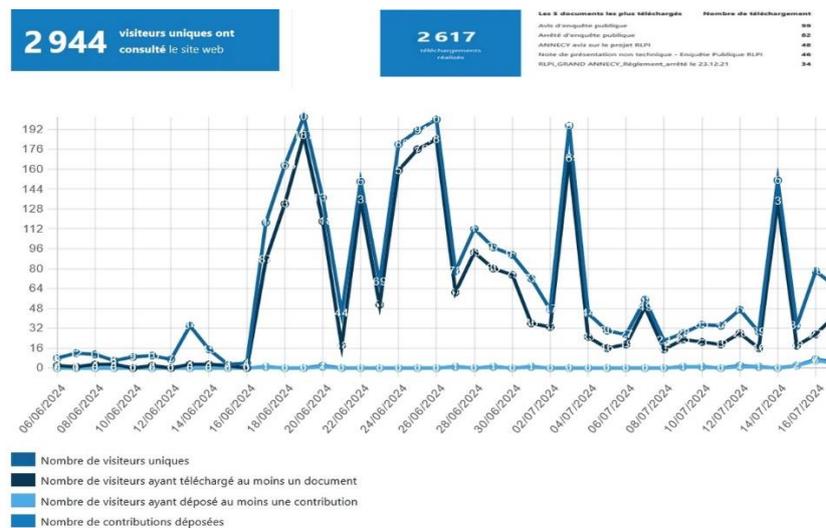
Lors des permanences, la commission d'enquête n'a reçu la visite que de 11 personnes qui ont formulé un total de **6 contributions orales** dont 3 ont été complétées par une contribution écrite très argumentée.

Les 11 registres mis à la disposition du public dans les différents lieux de permanences sont restés vierges de toute observation ;

Aucun courrier ne nous a été, soit remis en main propre lors de nos 18 permanences, soit adressé par voie postale ordinaire ou en recommandé avec accusé de réception.

Le registre numérique, quant à lui, a enregistré :

- ▶ un total de **2944 visiteurs uniques** et **2617 téléchargements** de documents du dossier de l'enquête

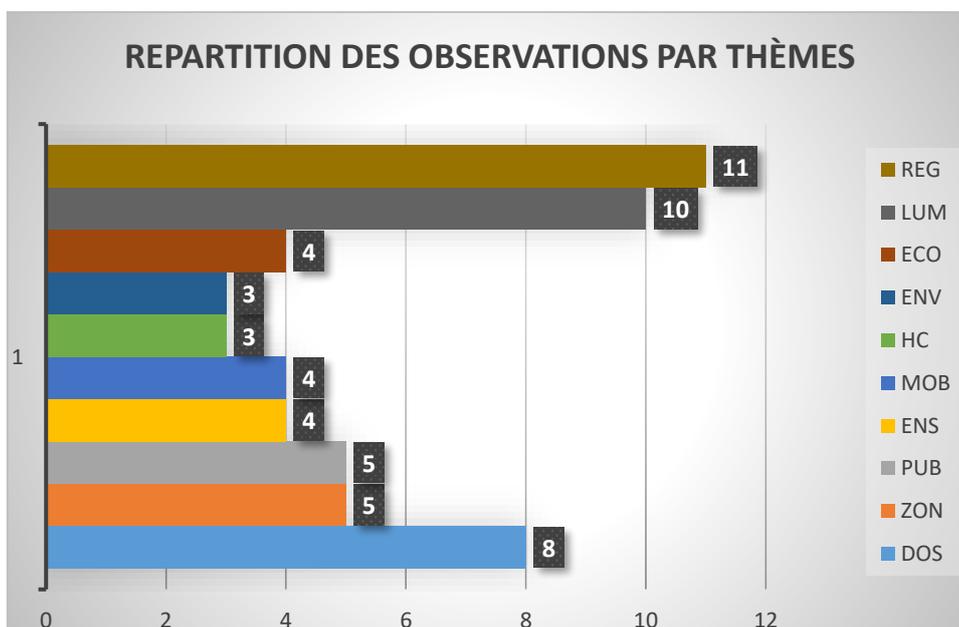


- ▶ un total de **27 contributions** comprenant :
 - 25 contributions déposées directement sur le registre dématérialisé (W) ;
 - 2 contributions adressées par courriers électroniques via l'adresse dédiée (@).

Les contributions étaient parfois multithématiques. Ainsi, pour faciliter l'analyse, la commission d'enquête a séparé les contributions en observations, chacune s'exprimant sur une thématique unique. Pour ce faire, les thèmes suivants, classés par ordre alphabétique, ont été préalablement définis par la commission :

DOS : Dossier - **ECO** : Économie - **ENS** : Enseignes - **ENV** : Environnement - **HC** : Hors champ
LUM : dispositifs lumineux ou numériques - **MOB** : Mobilier Urbain - **PUB** : La Publicité en général - **REG** : Règlement écrit - **ZON** : Règlement graphique (Zonage)

Après croisement de toutes les observations et regroupement des doublons, c'est un total de **57 observations différentes** que la commission d'enquête a recensées et analysées.



4.2 Analyse des observations du public, réponses du MOA et analyse de la CE

• Méthode de travail

L'analyse des observations du public a fait l'objet d'un procès-verbal de synthèse, remis en main propre au responsable du projet par délégation de madame la présidente du Grand Annecy, lors d'une réunion en date du 23 juillet 2024 (courrier de remise annexé au présent rapport).

La présentation de ce document a été commentée point par point.

Compte-tenu de la période estivale, la présidente du Grand Annecy agglomération adresse au président de la commission, par courrier daté du 27 juillet 2024, une première demande de report au 4 septembre du rendu de son mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse des observations. La commission a répondu positivement à cette demande. S'ensuit une deuxième demande de report au 13 septembre, reçue par courriel daté du 4 septembre (courrier postal reçu le 12 septembre).

Par courriel du 17 septembre 2024, le président de la commission a reçu le mémoire en réponse de l'agglomération du Grand Annecy.

Le Maître d'ouvrage a souhaité apporter une réponse à toutes les observations émises. Celles-ci ont été directement intégrées au tableau du PV de synthèse, constituant ainsi son mémoire en réponse, dans lequel la commission d'enquête a ensuite intégré ses commentaires.

Aussi, afin d'éviter des redondances inutiles, le tableau ci-dessous, intègre-t-il dans sa totalité, le PV de synthèse et le mémoire en réponse du maître d'ouvrage, complété des commentaires de la commission.

• Observations classées par thème

Observations d'ordre général sur le dossier (DOS)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W5.1	Association PAYSAGES DE FRANCE	<p>L'association Paysages de France souligne en préambule une réelle volonté de l'agglomération de prendre en compte les nuisances générées par l'affichage publicitaire et les enseignes à travers un certain nombre de mesures fortes.</p> <p>Toutefois ces mesures positives sont en grande partie éclipsées par d'autres portant une réelle atteinte aux paysages et ne prenant pas en compte l'impératif écologique de réduction du gaspillage énergétique (publicité numérique sur mobilier urbain, enseignes sur façade mal réglementées en zones d'activités, règle d'extinction des enseignes ne correspondant à aucun besoin des habitants, publicité numérique derrière les vitrines sur tout le territoire, absence de réglementation des enseignes temporaires, absence totale de réglementation des enseignes hors agglomération...</p>

Préconisations :

- Adapter en conséquence le rapport de présentation afin de préparer au mieux la transition écologique
- Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques.

Réponse Grand Annecy :

- Dans un premier temps, il est à noter que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. Toutefois, de nombreuses mesures prises par le RLPi en faveur de l'amélioration du cadre de vie des habitants et usagers du territoire et de la trame noire s'avèrent avoir des incidences positives sur les consommations énergétiques :
 - o Plage d'extinction nocturne :

Le projet de règlement augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires.
 - o Affichage lumineux :

Les possibilités d'affichage publicitaire lumineux seraient limitées par le RLPi, qui n'autoriserait que la publicité supportée par le mobilier urbain dans 5 zones sur 7, dans la limite de 2m², et uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy. La réduction des formats des publicités au sol et muraux contribue également à diminuer la présence des affichages lumineux dans le paysage.

Dans un souci de garantir la visibilité des activités économiques, les enseignes lumineuses seraient, elles, autorisées sur l'ensemble du territoire. Toutefois, le respect de la plage d'extinction nocturne contribue à réduire à la fois la pollution lumineuse et les consommations énergétiques.
 - o Affichage numérique :

La publicité numérique à l'extérieur ne serait autorisée que dans 2 zones sur 7, uniquement sur des dispositifs muraux et sur mobilier urbain et avec une superficie maximale de 2m².

Les enseignes numériques seraient uniquement admises en zone d'activité, dans la limite de 2m².

Les publicités et enseignes numériques derrière les vitrines ou baies seraient limitées en format et est soumises aux mêmes règles d'extinction nocturne que les dispositifs extérieurs.
- Concernant les enseignes temporaires, il a été fait le choix de ne pas les réglementer.
- Les enseignes hors agglomération sont réglementées par les dispositions de la ZP1, cette dernière comprenant l'ensemble des espaces hors agglomération. Ainsi, les enseignes au sol sont interdites, les enseignes en façade sont limitées à 3 dispositifs par façade, d'une hauteur de lettre maximale de 80cm, les enseignes numériques sont interdites... (cf. règlement de la ZP1a et ZP1b)

Analyse de la CE : La commission estime que les réponses apportées par la collectivité sont suffisantes et clairement argumentées.

OO3	M. le Maire de Menthon	Remarque identique de ces élus : Parmi les personnes qui ont participé aux réunions de concertation, une grande majorité d'élus ou anciens élus mais très peu de personnes du Grand Public.
OO4	M. le Maire d'Alby-sur- Chéran	

Réponse Grand Annecy :

- Il est en effet regrettable, bien que fréquent, que le public se mobilise peu dans le cadre des concertations relatives à la réglementation de la publicité. De nombreuses mesures de publicités ont pourtant été mises en œuvre pour chaque réunion afin d'assurer la diffusion la plus large possible de l'information : articles de presse, publications sur réseaux sociaux, affiches, mailing... Par ailleurs, des acteurs du monde professionnels ont participé à la concertation et à l'enquête publique, participation qui a alimenté le travail réalisé sur le RLPi.

Analyse de la CE : La commission estime que les réponses apportées par la collectivité sont suffisantes et clairement argumentées. Toutefois la commission ne peut que regretter la faible participation du public malgré toutes les mesures d'information mises en œuvre par la collectivité (réunions de concertation, insertion dans la presse, sites internet, magazine d'information du Grand Annecy...).

W12.1	FAURE Simon	Le projet de règlement est bon et ambitieux dans son ensemble.
-------	----------------	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de cette remarque. Ce projet est le fruit d'un long travail de concertation avec l'ensemble des parties prenantes (professionnels, associations, particuliers, PPA, élus communaux, élus intercommunaux).

W10.1 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>L'Union de la Publicité Extérieure propose, à travers un document de 49 pages très argumenté et riche de nombreuses illustrations, un certain nombre d'aménagements à ce RLPi du Grand Annecy, afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Toutes les propositions formulées demeurent plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), conformément à l'article L581-14 du code de l'environnement.</p> <p>En préambule à ces propositions ou préconisations, il est rappelé que La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement et que son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.</p> <p>Sont ensuite précisés tous les avantages de la communication extérieure, notamment sur les plans économiques et écologiques.</p>
----------------	---	--

		<p>Pour cet organisme un RLP(i) se doit, sans être trop complexe, d'être lisible et source de sécurité juridique, tout en encadrant clairement les installations publicitaires.</p> <p>Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.</p>
--	--	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de cette remarque et souligne que ces préconisations lui ont été transmises lors de la concertation. Le Grand Annecy s'engage à étudier le document produit par l'UPE afin d'analyser si ses propositions peuvent être prises en compte sans remettre en cause l'ambition politique d'amélioration du cadre de vie.

Analyse de la CE : Dont acte de la réponse du maître d'ouvrage

W17-1	<p>MAZIC Nathalie Secrétaire Générale du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE)</p>	<p>Le SNPE regrette qu'aucune étude d'impact des futures dispositions n'ait été faite.</p> <p>Ce projet de RLPi :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ne permettra pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux ; - conduira à terme à la disparition de l'affichage extérieur sur le domaine privé de l'agglomération et de l'activité économique qu'il génère. - Un RLPI trop restrictif priverait les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières, et nuirait au développement économique des territoires.
--------------	---	--

Réponse Grand Annecy :

- Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur. Néanmoins, tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, dès le diagnostic et jusqu'à l'aboutissement de la traduction réglementaire, le Grand Annecy a organisé des rencontres avec des professionnels de l'affichage et des acteurs économiques du territoire. Ces rencontres ont permis d'entendre et d'apprécier leurs demandes et remarques et ont permis l'évolution de plusieurs dispositions réglementaires.
- Concernant le dynamisme économique du territoire, le RLPi a pour objectif de répondre à deux volets du développement de l'attractivité du Grand Annecy :
 - o Amélioration de l'attractivité des activités, notamment économique, par une plus grande qualité des dispositifs d'enseignes et par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne ;
 - o Amélioration de l'attractivité du Grand Annecy, pour un public local ou externe. En effet, le dynamisme économique du territoire est en partie lié au secteur touristique, qui bénéficiera de l'application du RLPi qui protège et valorise les paysages caractéristiques du territoire et œuvre à l'amélioration du cadre de vie par une diminution de la pollution visuelle.

- Par ailleurs, le Grand Annecy a fait le choix de ne pas règlementer l'affichage temporaire, qui participe grandement au dynamisme économique local.

Analyse de la CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente. Cependant la commission estime qu'une analyse des impacts économiques, non obligatoire pour ce type d'enquête, aurait permis une meilleure visibilité des avantages/inconvénients du projet de RPLi.

OO5.1	HAVARD Sylviane	Synthèse des propos recueillis oralement : - Dans le rapport de présentation (page 27), le paragraphe "La publicité lumineuse" est incompréhensible. - Incompréhension également de la phrase encadrée en vert, "publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence".
-------	----------------------------	---

Réponse Grand Annecy :

- Ce paragraphe pourra être clarifié.
- Cette phrase constitue l'entête du tableau indiquant les règles nationales relatives à la publicité lumineuse. La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages (projection), ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur : caisson lumineux, panneaux vitrines (transparence).

Analyse de la CE : La commission estime que les réponses apportées par la collectivité sont suffisantes et clairement argumentées.

W19.1 / OO1	JCDECAUX Groupe	En préambule, sont présentés les avantages de la communication extérieure. Elle est celle qui : <ul style="list-style-type: none"> • contribue le plus à l'économie des territoires et aux emplois locaux • ne représente que 6,5% des investissements en publicité totaux, à comparer avec Internet qui en capte plus de 58% ; • est la plus performante en termes de consommation énergétique ; • a la plus faible empreinte carbone. Il est ensuite rappelé qu'en ce qui concerne le mobilier urbain, la collectivité : <ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise l'installation de ces derniers sur son domaine public dans le cadre de contrats passés avec l'opérateur de son choix ; • Dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation via ce même contrat. Ainsi est-il jugé inutile que le Grand Annecy restreigne au sein du futur RLPi les conditions d'implantation/exploitation du mobilier urbain alors que chaque collectivité en conserve l'entière maîtrise, à travers son contrat de mobilier urbain. (voir thématique MOB).
----------------	----------------------------	---

Réponse Grand Annecy :

- En effet, le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat entre une collectivité et une société gestionnaire, permettant une plus grande maîtrise des dispositifs installés que dans le cas de panneaux publicitaires sur domaine privé. Pour cette raison, et au regard du caractère accessoire de la vocation publicitaire du mobilier urbain (article R.581-42 du code de l'environnement), le Grand Annecy a fait le choix d'autoriser ce type d'affichage publicitaire sur l'ensemble de son territoire, à l'exception très ponctuelle de la ZP4.
- Toutefois, le Grand Annecy a fait le choix d'inscrire dans son RLPI des formats de publicité sur mobilier urbain. Il s'agit de garantir une harmonisation des règles entre les 34 communes du territoire.

Analyse de la CE : La commission estime que les réponses apportées par la collectivité sont suffisantes et clairement argumentées. La commission estime que la notion d'harmonisation entre les 34 communes du territoire est une des raisons d'être du RPLI.

Impacts économiques du projet (ECO)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W8	DA SILVA Paula	Cette personne trouve trop restrictif ce Règlement et considère que des panneaux 8 m ² de bonne qualité, modernes et entretenus ne dérangent pas le paysage. Juge ce règlement préjudiciable pour les annonceurs avec un risque assuré de pertes d'emplois. C'est tout une activité qui est touchée. Se dit fermement opposée à cette "nouvelle Loi environnementale" (dixit) !
Réponse Grand Annecy :		
<ul style="list-style-type: none">- Le Grand Annecy prend note de cet avis. Le RLPI s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.- Par ailleurs, la filière économique de l'affichage participe depuis de nombreuses années à l'élaboration de règlements locaux de publicité sur l'ensemble du territoire français. Son expérience lui confère une grande capacité d'adaptation aux nouvelles réglementations. Les dimensions des dispositifs publicitaires qui seraient instaurées dans le RLPI sont déjà présentes dans d'autres règlements locaux.		
Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage s'inscrit dans une cohérence nationale.		
W15-1	Anonyme	Contre le projet pour des raisons économiques : <ul style="list-style-type: none">- Suppression des panneaux = enrichissement des entreprises digitales étrangères + Baisse du chiffre d'affaires des entreprises locales ;- Les commerçants risquent de se tourner vers des solutions digitales pour se rendre visibles ;- Réduction de la surface de 4 m² ou 2 m² = changement des panneaux il faudra en racheter des nouveaux.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- De plus, la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLP. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPi ni la collectivité n'ont de prises. Par exemple, le RLPi n'est pas en mesure de privilégier des entreprises locales, il s'agit là d'un choix individuel revenant à chaque établissement lors de l'élaboration de sa stratégie de communication.
- Concernant le remplacement des panneaux publicitaires, le code de l'environnement impose un délai de mise en conformité de 2 ans à compter de la date d'approbation du RLPi.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

W23-1	Anonyme	Sur le plan économique le contributeur estime que : <ul style="list-style-type: none">- Le projet de RLPI va porter une atteinte très importante aux possibilités de communication de nombreux annonceurs locaux et régionaux ;- L'affichage sur le domaine privé disparaîtra ce qui portera préjudice à l'activité économique ;- Les annonceurs locaux se rabattront vers la communication digitale, gérée par des entreprises internationales ;- La perte des loyers par les bailleurs locaux et la perte de la TLPE pour les collectivités locales, auront un impact important sur leurs revenus.
--------------	----------------	---

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- De plus, la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLP. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPi ni la collectivité n'ont de prises. Par exemple, le RLPi n'est pas en mesure de privilégier des entreprises locales, il s'agit là d'un choix individuel revenant à chaque établissement lors de l'élaboration de sa stratégie de communication.
- Les impacts du projet sur la TLPE n'entrent pas dans le champ du RLPi. Toutefois, il est à noter la participation forte des communes membres du Grand Annecy dans l'élaboration du document qui leur ont permis de prendre en compte ces impacts.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

<p>@10.2 / OO6</p>	<p>Union pour la Publicité Extérieure (UPE)</p>	<p>Le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux.</p> <p>Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.</p> <p>La limitation du format des dispositifs scellés au sol à 4,75 m² et à 4 m² pour les dispositifs muraux, entraînant de facto une lisibilité dégradée du message, ne suscite pas l'intérêt des annonceurs en réseau d'affichage → Disparition du média au profit d'autres supports et d'abord à l'internet... Cela aboutira in fine à la dépose sans modification possible des dispositifs concernés et va inévitablement engendrer une perte d'emplois locaux.</p> <p>L'UPE propose pour ces dispositifs un format standardisé et uniformisé au plan national de 8 m².</p>
------------------------	--	---

Réponse Grand Annecy :

- Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur. Néanmoins, tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, dès le diagnostic et jusqu'à l'aboutissement de la traduction réglementaire, le Grand Annecy a organisé des rencontres avec des professionnels de l'affichage et des acteurs économiques du territoire. Ces rencontres ont permis d'entendre et d'apprécier leurs demandes et remarques et ont permis l'évolution de plusieurs dispositions réglementaires.
- Concernant la lisibilité des panneaux publicitaires, le code de l'environnement limite à 4.70m² la publicité murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine. Cette règle nationale démontre que ce format peut être efficace en matière de lisibilité tout en répondant à l'enjeu de protection du cadre de vie. En outre, ce format devenant le plus grand format admit sur le territoire, il ne fait nul doute qu'il deviendra attractif pour les annonceurs.
- Concernant la disparition du média au profit d'autres supports, il est à noter que la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLPi. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPi ni la collectivité n'ont de prises.
- Un format standardisé et uniformisé au plan national de 8m² ne répondrait pas à l'un des objectifs majeurs poursuivis par le Grand Annecy dans l'élaboration de ce document, à savoir l'adaptation des règles nationales au contexte local.

Analyse CE :

La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente. Cependant la commission estime qu'une analyse des impacts économiques, non obligatoire pour ce type d'enquête, aurait permis une meilleure visibilité des avantages/inconvénients du projet de RPLi

Observations concernant les enseignes (ENS)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W4.3	BOUGE Félix	Les commerçants ne respectent pas l'obligation de fermer leurs enseignes lumineuses la nuit.
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cette remarque et travaille en parallèle de l'élaboration du RLPi aux modalités de son application pour garantir le respect des règles fixées. 		
W3	MARTIN Dany	<p>La réglementation concernant les enseignes apposées en façade perpendiculairement ou parallèlement à celles-ci, en cœur de centre historique, devrait être mieux encadrée en étant plus précise et/ou plus restrictive.</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Limiter la hauteur autorisée pour les enseignes perpendiculaires à la façade ; - Interdire des enseignes lumineuses parallèles à la façade ; - Interdire certains matériaux type plastique pour la réalisation de ces enseignes. <p>Cette contribution est complétée par 2 Photos prises en vieille ville d'Annecy, à titre d'exemple de ce qu'il ne faudrait pas autoriser.</p>
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cet avis. - Concernant le format des enseignes perpendiculaires, le Grand Annecy est favorable à la mise en place d'une limitation de hauteur. Aussi, la réglementation des enseignes en ZP2a reprendra à l'identique la limitation de la hauteur des enseignes imposée par l'ancien RLP d'Annecy, soit 60 cm maximum. - Dans un souci de visibilité des activités économiques, en particulier en période hivernale, il n'a pas été souhaité interdire les enseignes lumineuses. - Il a été estimé que les nombreuses dispositions relatives aux enseignes en façade, inscrites dans les dispositions générales et dans le règlement de la ZP2a, suffisaient pour garantir leur qualité, sans qu'il soit nécessaire d'imposer ou d'interdire un matériau. Ce type de disposition pourrait en effet entraîner des coûts supplémentaires pour le commerçant, sans garantie d'un résultat plus qualitatif. Par ailleurs, la majorité des enseignes situées en ZP2a sont soumises à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France qui est en droit de requérir des modalités d'intégration paysagères accrues venant compléter, voire se substituer, au règlement du RLPi. 		

<p>W11</p>	<p>Anonyme (professionnel de l'enseigne)</p>	<p>L'interdiction formelle des panneaux de fond pour les enseignes n'est ni souhaitable ni appropriée. Si le lettrage indépendant apposé directement en façade est un choix purement esthétique, la fixation des lettres indépendantes nécessite fatalement de nombreux perçages en façade, ce qui, en cas de « turn-over » important dans un local commercial, va inévitablement conduire à un massacre de celle-ci et à un surcoût conséquent de main d'œuvre difficilement supportable par tous les commerçants.</p> <p>De plus, les enseignes lumineuses par diffusion ou rétro éclairage, nécessitent forcément un câblage basse tension par lettre, d'où la présence d'un rail derrière l'enseigne pas franchement esthétique. (voir les photos d'illustration du dossier).</p> <p><u>Préconisations</u> : garder une forme de souplesse en préconisant du lettrage indépendant ou en imposant une uniformité des panneaux de fond quand ils sont nécessaires (comme cela se fait dans certains RLP) plutôt qu'une interdiction pure et simple.</p> <p>Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol (type totem) en ZP3, ce projet est particulièrement sévère. C'est pourtant là qu'elles sont le plus pertinentes, et ce d'autant plus que les panneaux publicitaires y sont autorisés. Ce qui depuis la route rend les publicités plus visibles que les commerces. Un non-sens ou une volonté de la Collectivité ?</p> <p>D'une manière plus générale, multiplier les contraintes administratives et budgétaires expose à un effet pervers, à savoir la multiplication des enseignes provisoires qui durent plus longtemps que nécessaire en attente de retour de commissions ou en attente de budget.</p> <p>Enfin, il faut garder à l'esprit que de nombreux commerçants n'ont pas toujours les fonds (surtout en début d'activité) pour une enseigne "haut de gamme". Or, la vie commerciale d'un centre ville est un facteur clé de qualité de vie. Y mettre trop de barrières est un jeu dangereux.</p>
-------------------	---	---

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Concernant l'interdiction formelle des panneaux de fond pour les enseignes en ZP2a, le Grand Annecy a souhaité privilégier la préservation et la valorisation des enseignes existantes au sein des centres historiques, aujourd'hui pour la grande majorité en lettres découpées. De plus, il est à noter que le Code de l'environnement impose à l'entreprise de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en l'état durant les trois mois suivant la cessation de l'activité. Cette obligation de remise en l'état permet d'éviter la dégradation des façades.
- Concernant les enseignes en ZP3, le Grand Annecy a fait le choix de privilégier les enseignes en façades pour une intégration plus qualitative des enseignes participant à une clarification des messages véhiculés.
- Enfin, concernant les remarques générales relatives à la réglementation des enseignes en centres-villes, il est à noter que le centre-ville d'Annecy est doté depuis 2001 d'un règlement local de publicité assurant notamment la qualité des enseignes installées.

<p>W5.4</p>	<p>Association PAYSAGES DE FRANCE</p>	<p>Limitation des enseignes sur façade pour 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.</p> <p>Regret que les enseignes temporaires durent au-delà de la durée des opérations qu'elles sont censées signaler et que les enseignes hors agglomération aient été exclues du projet.</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Limiter les enseignes à plat à 8 m² pour les façades de plus de 50 m² sur tout le territoire. - Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions des enseignes permanentes correspondant à la zone dans laquelle elles sont installées. - Appliquer aux enseignes hors agglomération les dispositions concernant la zone ZP4.
--------------------	--	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- La limitation des enseignes parallèles à 8m² pour les façades de plus de 50m² sur tout le territoire serait préjudiciable à l'activité économique dans certaines zones où le recul des façades par rapport à la voie est important, telles que les zones d'activités économiques et commerciales.
- Concernant les enseignes temporaires, un RLP ne peut pas légalement les réglementer.
- Les enseignes hors agglomération sont réglementées par les dispositions de la ZP1, cette dernière comprenant l'ensemble des espaces hors agglomération. Ainsi, les enseignes au sol sont interdites, les enseignes en façade sont limitées à 3 dispositifs par façade, d'une hauteur de lettre maximale de 80cm, les enseignes numériques sont interdites... (cf. règlement de la ZP1a et ZP1b). Les règles sont identiques à celles de la ZP4.

Analyse de la CE :

La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente concernant les observations ci-dessus liées aux enseignes.

La commission note avec satisfaction que Le Grand Annecy, concernant la zone ZP2a (centre historique), reprendra à l'identique la limitation de la hauteur des enseignes imposée par l'ancien RLP d'Annecy, soit 60 cm maximum. La commission estime aussi qu'il n'est pas utile de mettre des contraintes supplémentaires, déjà prévues dans le projet de RLPi, car la majorité des enseignes sur cette zone est soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France qui est en droit de requérir des modalités d'intégration paysagères accrues. L'objectif est de préserver et valoriser les enseignes existantes, déjà soumises au RLP depuis 2001 assurant la qualité des enseignes installées.

La commission note avec intérêt que Le Grand Annecy travaille, en parallèle de l'élaboration du RLPi, aux modalités de son application pour garantir le respect des règles fixées.

🚧 Observations concernant les dispositifs lumineux/numériques (LUM)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W4.1	BOUGE Félix	Indigné par l'autorisation donnée aux enseignes lumineuses sur les abribus le soir et la nuit pendant l'ouverture du réseau SIBRA, alors que la métropole de Lyon l'interdit.
W6	MARCHAND Jean-Jacques	Tout en dénonçant une surproduction de logements sur ce territoire, demande que soit évitée toute publicité lumineuse ou numérique.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Le projet de règlement contribue grandement à l'apaisement du paysage nocturne. Dans un premier temps, le RLPi augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires.
- Par ailleurs, les possibilités d'affichage publicitaire lumineux seraient limitées par le RLPi, qui n'autoriserait que la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain dans 5 zones sur 7, dans la limite de 2m², et uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy. La réduction des formats des publicités au sol et muraux contribue également à diminuer la présence des affichages lumineux dans le paysage.
- De plus, la publicité numérique à l'extérieur ne serait autorisée que dans 2 zones sur 7, uniquement sur des dispositifs muraux et sur mobilier urbain et avec une superficie maximale de 2m². Les publicités et enseignes numériques derrière les vitrines ou baies seraient limitées en format et est soumises aux mêmes règles d'extinction nocturne que les dispositifs extérieurs.
- Il a été fait le choix d'admettre la publicité lumineuse sur les abris-voyageurs lors des horaires de fonctionnement du service de transport dans un souci d'harmonisation de l'extinction de l'ensemble du dispositif. Il est apparu cohérent d'étendre et d'allumer le système d'éclairage de l'abris et la publicité qu'il accueille au même moment.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente.

W2	MARTIN Dany	S'interroge sur le pourquoi d'une réglementation différente, quant à l'heure d'extinction de l'affichage lumineux : 22h pour les publicités installées sur le domaine public et 23h pour les enseignes lumineuses installées dans le domaine privé. <u>Préconisations</u> : « que toutes les publicités et enseignes s'éteignent en même temps à 21h. Toutefois, pour des raisons de sécurité des passagers, l'éclairage « classique » est à dissocier des publicités accolées sur les abribus ».
----	-------------	--

Réponse Grand Annecy :

- La différence de traitement entre les publicités et enseignes lumineuses ne repose pas sur la distinction entre domaine public et privé mais plutôt sur des considérations relatives au cadre de vie. En effet, il a été estimé que les enseignes, en particulier dans les centres villes, participent à l'ambiance nocturne de ces espaces et qu'il était pour cela pertinent de les admettre plus tard que les publicités. Par ailleurs, les enseignes lumineuses

permettent une visibilité des activités économiques et commerciales locales, notamment dans les centres bourgs et centres villes.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente.

@10.5.1 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	Articles 11.1. Dispositions spécifiques applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. <u>Préconisations :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Un seul et unique dispositif numérique par façade et par rue ; • Un encombrement limité à 20% de la surface vitrée ; • Une limitation du format à 2 m² unitaire.
---------------	--	---

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.

- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Les formats imposés pour l'affichage lumineux et numérique en vitrine permettent de répondre à ces objectifs.

Analyse CE : La commission prend acte de la réponse du maître d'ouvrage.

@10.5.2 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p style="text-align: center;">Dispositions générales du règlement</p> <p>Art. P08.3 - publicité lumineuse :</p> <p>Seuil de luminance : RLPi ne définit pas de protocole permettant de déterminer précisément les valeurs « limites ». Comment dès lors apprécier concrètement le dépassement de ces valeurs ? De multiples facteurs extérieurs influent sur les résultats de luminance. Il existe donc un fort risque juridique pour la collectivité chargée de faire appliquer ces seuils sur le terrain.</p> <p><u>Préconisation</u> : supprimer les seuils maximum de luminance en candélas/m².</p> <p>Seuil de température de couleur : une température de couleur trop basse dénature fortement le message supporté par les affiches. Cette prescription aurait donc un impact direct sur la création et sur l'intérêt du média auprès des annonceurs, et modifierait l'ensemble du parc actuel conforme, ce qui correspond à un non-sens écologique.</p> <p><u>Préconisation</u> : supprimer toute référence à des seuils de température de couleur au sein du RLPi.</p>
W19.3.1 / OO1	JCDECAUX Groupe	<p>Art.P08.3 - Publicité lumineuse</p> <p>La collectivité entend fixer des seuils de luminance et de température de couleurs vis-à-vis des « dispositifs lumineux et numériques ». A ce jour aucun arrêté ministériel n'a été pris en ce sens (Art. 584.34-III du Code de l'Environnement : « La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté</p>

		<p>ministériel, portant notamment sur les seuils de luminance moyenne à ne pas dépasser, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées »).</p> <p>Compte tenu de la technicité du sujet, il apparaît hasardeux d'établir de tels seuils au RLPi, qui plus est inadaptés aux standards déployés par la profession.</p> <p>S'agissant de la température de couleurs : une température maximale de 4000 K aura pour conséquence de dénaturer les couleurs et donc fortement dégrader la lisibilité et la perception du visuel avec inévitablement un impact très négatif sur ce secteur économique.</p> <p>S'agissant des prescriptions de luminance : les modalités de contrôle n'étant pas définies au RLPi, le risque est grand de mettre en difficulté les services en charge de l'application du RLPi et d'engager in fine la responsabilité de l'autorité titulaire du pouvoir de police.</p> <p>Il n'apparaît donc pas nécessaire que le futur RLPi prévoie des restrictions de luminance et de température de couleurs 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.</p> <p><u>Préconisation :</u></p> <p>Supprimer l'article P08.3 du RLPi compte tenu des risques juridiques associés à une telle mesure.</p>
--	--	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Annecy est favorable à les supprimer. Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

Analyse CE : La commission approuve la décision du maître d'ouvrage de supprimer les « règles » de luminance et température, sources potentielles de contentieux ultérieurs.

<p>W5.5</p>	<p>Association PAYSAGES DE FRANCE</p>	<p>L'association regrette que des enseignes lumineuses soient détournées à des fins publicitaires dès lors que celles-ci restent allumées après l'arrêt de l'activité de l'entreprise ou du commerce.</p> <p>D'autre part il est rappelé que La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre les dispositifs de publicité numérique placés derrière une vitrine.</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de la fermeture de l'établissement à l'ouverture.
--------------------	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines. • Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m². • Adapter en conséquence le rapport de présentation.
--	--	---

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques et souligne son ambition en matière de réglementation des dispositifs lumineux et numériques, à l'intérieur comme à l'extérieur. Il n'est toutefois pas possible d'introduire d'interdiction générale et absolue
- Pour une plus grande cohérence du paysage nocturne, une égalité de traitement entre les établissements et une facilité de mise en œuvre, il a été fait le choix d'instaurer une plage d'extinction identique pour les enseignes et les dispositifs lumineux ou numériques en vitrines.
- Les enseignes numériques sont uniquement admises en zone d'activité, dans la limite de 2m², restreignant considérablement les possibilités actuelles.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

W24.1	Patrice	Concernant les vitrines et les écrans, un local vide est éteint ! La nuit, les écrans publicitaires sont sur OFF. À la rigueur, un écran d'arrêt de bus DONT le bus est encore en service...
--------------	----------------	--

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cet avis. Afin de permettre un paysage nocturne apaisé, le RLPi augmente considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires. Seules les publicités situées sur les abris voyageurs peuvent déroger à cette plage d'extinction pendant les horaires de fonctionnement du service de transport.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

W20-1	VIDAL Aurélie	Contre les écrans dans les vitrines, et pour l'extinction des enseignes à 21h ou à l'heure de fermeture si elle est plus tard.
--------------	----------------------	--

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques et souligne son ambition en matière de réglementation des dispositifs lumineux et numériques, à l'intérieur comme à l'extérieur.
- Concernant les écrans à l'intérieur des vitrines, il n'est pas possible d'introduire d'interdiction générale et absolue.
- Concernant l'extinction des enseignes à 21h, le Grand Anancy souligne l'ambition forte portée déjà par le RLPi en matière d'apaisement du paysage nocturne. Le projet de règlement augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 23h-7h pour les enseignes, soit 3h d'extinction supplémentaires. Les enseignes lumineuses permettent une visibilité des activités économiques et commerciales locales et participent à l'ambiance nocturne, en particulier dans les centres villes qui accueillent des habitants et usagers à la nuit tombée.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

W19.3.2 / OO1	JCDECAUX Groupe	<p>Art. P08.1 : Extinction des publicités lumineuses de 22h à 7h</p> <p><u>Préconisation</u> :</p> <p>Prévoir une extinction des mobiliers urbains de 23 heures à 6 heures, à l'exception des mobiliers urbains affectés aux services de transport durant les heures de fonctionnement des services.</p>
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <p>- Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Il a été fait le choix d'appliquer aux mobiliers urbains, accueillant à titre accessoire de la publicité, la même plage d'extinction qu'aux publicités.</p>		
<p><u>Analyse CE :</u> La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente</p>		

Observations concernant les mobiliers urbains (MOB)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W19.2 / OO1	JCDECAUX Groupe	<p>Art. P0.9 : La fonction première du mobilier urbain reste les services apportés aux usagers et la communication de la collectivité (abris voyageurs, kiosques, colonnes, mâts, autres mobiliers urbains d'information). Le code de l'environnement a toutefois prévu que ces 5 types de mobiliers urbains puissent supporter de la publicité à titre accessoire.</p> <p><u>Préconisation</u> :</p> <p>Maintenir le traitement spécifique du mobilier urbain au sein du futur RLPi (article P0.9-1 du RLPi et dispositions particulières au sein de chaque zone) et ce, comme le fait le Code de l'environnement dans sa sous section dédiée. Cette structuration garantit la lisibilité et la sécurité juridique du RLPi.</p> <p>Art. P0.2 : dérogation à certaines interdictions légales de publicité aux abords des monuments naturels et des éléments du patrimoine vernaculaire ou végétal identifiés comme tels par les documents d'urbanisme locaux : La ville et l'ABF peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée et ce, même si le RLPi l'autorise au préalable.</p> <p><u>Préconisation</u> :</p> <p>Maintenir la dérogation prévue à l'égard de la publicité supporté par le mobilier urbain au sein de l'article P0.2 du RLPi</p> <p>Préconisations sur le format et les interdictions d'implantation du mobilier urbain :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoriser le mobilier urbain publicitaire dans l'ensemble des zones du RLPi en le plaçant sous le régime prévu par la réglementation nationale (articles R 581 42 à R 581 47 du Code de l'environnement)

- Supprimer la limitation de la hauteur de publicités apposées sur mobilier urbain à 3 mètres prévue à l'article P 2 à 2 du RLPI afin de préserver les emplacements actuels de kiosques et préserver le choix pour les collectivités de se doter à l'avenir de mobiliers urbains adaptés à leurs besoins (colonnes culturelles).
- Supprimer l'interdiction de publicité aux « abords de monuments naturels et éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal identifiés » ou à défaut préciser que cette disposition ne s'applique pas au mobilier urbain publicitaire.
- Réintroduire la possibilité d'apposer du mobilier urbain publicitaire dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy en toutes zones du RLPI et notamment les abris voyageurs publicitaires, compte tenu des besoins des collectivités et usagers dans ces secteurs.
- Réintroduire la possibilité d'apposer des abris voyageurs en ZP 4 compte tenu des besoins des usagers des transports publics dans cette zone.

Sur le mobilier urbain numérique :

En ZP2a, la collectivité a décidé de proscrire les publicités commerciales numériques ce qui revient à y interdire le mobilier urbain numérique pourtant particulièrement efficace pour valoriser l'économie locale.

Préconisation :

Autoriser le mobilier urbain numérique dans un format limité à 2 m² ce dernier demeurant sous entier contrôle des collectivités.

Réponse Grand Annecy

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques et souligne dans un premier temps que placer le mobilier urbain sous le régime prévu par la réglementation nationale serait contraire à l'un des objectifs majeurs poursuivis par la démarche d'élaboration du RLPI, à savoir l'adaptation des règles nationales au contexte local.
- Concernant la hauteur des publicités sur mobiliers urbains, le Grand Annecy a fait le choix de limiter cette hauteur à 3m afin de correspondre au parc actuel constitué en majorité de publicité sur abris-voyageurs et de mobilier de type « sucette » (2m²). Les colonnes culturelles ne faisant pas partie du patrimoine annécien et n'étant pas souhaitées par la collectivité, il n'a pas été jugé nécessaire d'augmenter cette hauteur.
- Concernant l'interdiction de publicité aux abords de monuments naturels et éléments de patrimoine, le Grand Annecy ne souhaite pas exclure la publicité sur mobilier urbain de cette interdiction.
- Au regard de l'évolution législative apportée 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 Grand Annecy est favorable à l'autorisation de publicités sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy.

<ul style="list-style-type: none"> - La ZP4 se définissant comme des paysages particulièrement sensibles, soit du fait des vues offertes sur le paysage caractéristique du Grand Annecy, soit en raison d'un enjeu de requalification paysagère de certains axes, il a été fait le choix de les préserver de tout affichage publicitaire. Il est à noter toutefois le caractère ponctuel de cette zone qui ne concerne que 1% du territoire situé au sein des limites d'agglomération. - Concernant l'autorisation d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain, il est à noter que le RLPi admettrait déjà ces dispositifs dans deux zones, la ZP2b et la ZP3. 		
W5.3	Association PAYSAGES DE FRANCE	<p>L'association dénonce à la fois l'omniprésence de la publicité sur mobilier urbain qui porte atteinte au paysage et au cadre de vie, et l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire et plus particulièrement la publicité numérique source de réchauffement climatique et de gaspillage énergétique.</p> <p>La publicité sur les abribus représente une agression pour les usagers.</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire la publicité numérique sur mobilier urbain. • 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. • Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants).
<p><u>Réponse Grand Annecy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de ces remarques. - La publicité numérique sur mobilier urbain ne serait admise que dans 2 zones dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Annecy et dans la limite de 2m² en ZP2b et 4m² en ZP3. - Dans l'optique de préserver le cadre de vie, il n'est pas jugé pertinent de limiter la publicité à la face externe du dispositif. - Le mobilier urbain d'information sort du champ du RLPi. - La publicité sur mobilier urbain étant régie par un contrat passé entre la collectivité et l'opérateur de son choix, la collectivité est en mesure de déterminer la localisation des dispositifs et la distance entre deux dispositifs. Aussi, il n'a pas été souhaité règlementer la densité par le RLPi mais plutôt au cas par cas, à travers les contrats de mobiliers urbains. 		
W12.2	Simon FAURE	<p>Souhaite que soit autorisée l'installation de publicités sur le mobilier urbain (par exemple les arrêts de bus), dans les communes membres du Parc naturel régional du Massif des Bauges.</p>

Réponse Grand Anancy :

- Au regard de l'évolution législative apportée 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 Grand Anancy est favorable à l'autorisation de publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Anancy. Ainsi, l'ensemble des communes membres du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges aurait la possibilité d'admettre la publicité sur abris-voyageurs, dans le cadre d'un contrat de mobilier urbain passé entre la commune et un opérateur.

W4.2

BOUGE Félix

Le Grand Anancy accepte toutes les publicités JC DECAUX en particulier sur les abribus.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Les publicités admises sur mobilier urbain sont régies par un contrat passé entre la collectivité et une société gestionnaire. Ces contrats sont soumis à appels d'offres renouvelés régulièrement.

Analyse de la CE : La commission estime que les réponses apportées par la collectivité sont suffisantes et clairement argumentées. Elle note que le projet évolue concernant les agglomérations de moins de 10 000 habitants où les publicités sur abris-voyageurs seront autorisées dans le cadre d'un contrat passé entre la commune et un opérateur (possibilité offerte par le décret n° 2023-1007 du 30 octobre 2023 du code de l'environnement).

Observations concernant le règlement écrit (REG)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W18	Vincent	Peintre en lettres à Anancy, héritier de cette tradition quasi disparue, s'étonne que les lettres peintes à l'ancienne, au pinceau, ne soient pas autorisées en vieille ville d'Anancy (ZP2a) dans ce nouveau règlement et que soient autorisées les lettres découpées, qui par leur fixation mécanique impliquent de perforer les façades anciennes, risquant de les dégrader fortement. En ZP2b elles sont pourtant autorisées. Demande qu'en vertu de leur caractère traditionnel, durable et esthétique, elles soient autorisées dans le cœur historique de la ville.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cette remarque et se prononce favorablement à l'autorisation d'enseignes en lettres peintes en ZP2a.

Analyse CE : La commission prend acte, avec satisfaction, de la réponse du maître d'ouvrage concernant l'autorisation des enseignes peintes.

W19.4 / OO1	JCDECAUX Groupe	ART. P09.2 : corriger la coquille rédactionnelle présente à date au sein de cet article qui renvoie à l'alinéa 3 inexistant de ce même article.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <p>- Le Grand Anancy prend note de cette remarque et s'engage à corriger cette coquille.</p>		
<p>Analyse CE : Dont acte de la réponse du maître d'ouvrage pour corriger l'erreur du renvoi d'alinéa.</p>		
@10.4 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>Dispositions générales du règlement</p> <p>Art. P0.1 (interdiction de publicité) :</p> <p>L'alinéa 4 de cet article évoque la notion « d'abord » des éléments du patrimoine vernaculaire sans définir cette notion (distance, périmètre...). De même que l'identification de ces lieux n'apparaît pas sur les plans de zonage et est difficilement décelable sur les documents d'urbanisme. Soumise à interprétation, cette disposition comporte un véritable risque juridique.</p> <p>Art. P0.3 : Dimensions (Un dispositif ne peut comprendre plus de deux faces).</p> <p><u>Préconisation</u> : reformuler cet article comme suit :</p> <p>« Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité ».</p> <p>Art. P0.5 : Distance minimale par rapport aux baies. Cet article est jugé trop limitatif. <u>Préconisation</u> : reformuler cet article comme suit :</p> <p>« Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades ».</p> <p>Art. P0.7 : Couleur des dispositifs</p> <p><u>Préconisation</u> : supprimer toutes ces dispositions.</p> <p>Art. P0.8. : Publicité lumineuse (voir observations concernant les dispositifs lumineux)</p> <p>a) <u>Préconisation</u> : que les publicités et enseignes lumineuses sur domaine privé soient éteintes entre 23h00 et 06h00.</p> <p>b) <u>Préconisation</u> : Supprimer des seuils maximum de luminance en candélas/m².</p> <p>c) Supprimer toute référence à des seuils de température de couleur au sein du RLPI.</p> <p>Art. P0.10. : Bâches comportant de la publicité.</p> <p><u>Préconisation</u> : Permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et appliquer le règlement national de publicité</p>

		<p>(RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.</p> <p>Dispositions particulières du règlement</p> <p>a) Zone ZP2c - Articles P2c1 et P2c2 (format).</p> <p>La communication extérieure est une activité industrielle répondant à des normes et des standards.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etablir une différenciation de format sur une même zone et pour une même campagne d'affichage reviendrait à disposer de 2 formats de dispositifs différents, de 2 formats d'affiche différents. Ce qui n'est pas envisageable pour la profession. • Le format 2,75 m² n'existe pas. • Le format de dispositif 2 m² ne peut supporter une affiche de format 120x176cm (format standard). Ce format revient donc à poser une interdiction déguisée des dispositifs muraux dans cette zone. <p>b) Zone ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 (format)</p> <p>En limitant ici le format autorisé à 4,75 m² ou 4 m², le média « grand format » va nécessairement disparaître car celui-ci n'offre qu'une lisibilité réduite pour une audience en mobilité et ne retient donc pas l'intérêt des annonceurs. Proposition : en ZP3, autoriser un format d'affiche à 8 m² / dispositif hors tout à 10,50 m².</p> <p>c) Zone ZP3 - Art P3.5 (densité) :</p> <p><u>Préconisation</u> : inclure un alinéa dans cet article précisant que le linéaire minimum de l'unité foncière sur rue ne s'applique que pour les dispositifs publicitaires scellés au sol.</p>
--	--	--

Réponse Grand Anancy :

Art. P0.1 (interdiction de publicité)

Afin de faciliter l'application du RLPi, le Grand Anancy fait le choix de remplacer la notion « d'abords » par un rayon de 20m autour des éléments cités. Ces éléments pourront éventuellement être consultés sur une plateforme cartographique commune au PLUI et au RLPI du Grand Anancy.

Art. P0.3 : Dimensions (Un dispositif ne peut comprendre plus de deux faces)

Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Anancy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.

Art. P0.5 : Distance minimale par rapport aux baies

La distance minimale de 10 mètres par rapport à une baie d'un immeuble d'habitation est jugée pertinente pour limiter la dégradation du paysage urbain et les nuisances engendrées par les riverains.

Art. P0.7 : Couleur des dispositifs

Ces règles concourent à garantir la bonne intégration architecturale et paysagère des dispositifs d'encadrement des publicités.

Art. P0.8. : Publicité lumineuse

Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Annecy est favorable à les supprimer. Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

Art. P0.10. : Bâches comportant de la publicité

Les bâches comportant de la publicité étant considérées comme particulièrement impactante dans le paysage, notamment du fait de leur format souvent imposant, le Grand Annecy a fait le choix de les interdire sur son territoire. La publicité sur bâche de chantier demeurerait en revanche admise.

Zone ZP2c - Articles P2c1 et P2c2 (format)

Afin de faciliter l'application du RLPi, le Grand Annecy est favorable à l'harmonisation des formats des publicités murales et au sol. Ce format serait fixé à 2,75m², permettant un format d'affiche standard de 120*176cm.

Zone ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 (format)

Ce code de l'environnement limite à 4.70m² la publicité murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine. Cette règle nationale démontre que ce format peut être efficace en matière de lisibilité tout en répondant à l'enjeu de protection du cadre de vie. En outre, ce format devenant le plus grand format admis sur le territoire, il ne fait nul doute qu'il deviendra attractif pour les annonceurs.

Zone ZP3 - Art P3.5 (densité)

Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

Analyse CE : Concernant les réponses du maître d'ouvrage :

Art. P0.1 (interdiction de publicité) ;

- Dont acte pour le changement du terme « abord » par une mesure précise.
- Supprimer « éventuellement » expression trop vague et imposer cette information dans les révisions ou modifications de PLU à venir

Art. P0.3 : Dimensions (Un dispositif ne peut comprendre plus de deux faces), Art. P0.5 : Distance minimale par rapport aux baies, Art. P0.7 : Couleur des dispositifs et Art. P0.10. : Bâches comportant de la publicité :

Les réponses du maître d'ouvrage sont motivées et cohérentes

Art. P0.8. : Publicité lumineuse

La commission approuve la décision du maître d'ouvrage de supprimer les « règles » de luminance et température, sources potentielles de contentieux ultérieurs.

<p>W5.2</p>	<p>Association PAYSAGES DE FRANCE</p>	<p>Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Le plan de zonage propose 7 zones dans ce règlement, auxquelles il faudrait ajouter la distinction entre agglomérations en ou hors unité urbaine, ce qui n'aboutit à rien moins que 14 zones de publicité.</p> <p>Ce morcellement entraîne des incertitudes ou manques dans le règlement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Articles P0.10 ou P2c.3 - Un plan de zonage très difficile à lire - Quelques Incongruités ou incohérences (horaires différents d'extinction des publicités lumineuses sur domaine privé ou derrière les vitrines) <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Reprendre l'écriture de l'article concernant la publicité sur bâche de chantier, afin de préciser que la publicité sur bâche de chantier est interdite dans les agglomération de moins de 10000 habitants. • Faire correspondre la ZP4 à la réalité du terrain (limitée aux agglomérations). • Reprendre l'écriture de l'article P2c.3. • Imposer l'extinction des publicités derrière les vitrines à la fermeture de l'établissement ou à défaut de 22 h à 7 h.
--------------------	--	---

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- S'agissant de la réglementation nationale (article R581-53 du code de l'environnement), il serait superfétatoire d'inscrire dans le règlement l'interdiction des bâches de chantier dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.
- Il n'est pas souhaité limiter la ZP4 aux agglomérations, puisque cette zone vise également à encadrer les enseignes afin d'assurer leur bonne intégration paysagère dans ces paysages sensibles. Aussi, il est tout aussi important de couvrir des périmètres à l'intérieur et à l'extérieur des agglomérations.
- La rédaction de l'article P2c.3 sera reprise eu égard à l'évolution législative apportée 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.
- La plage d'extinction nocturne relative aux enseignes de 23h à 7h s'applique aux dispositifs lumineux ou numériques situés à l'intérieur des vitrines. Cette disposition permet une harmonisation de l'extinction générale d'une activité qui devrait éteindre au même moment son enseigne en façade et les dispositifs lumineux ou numériques à l'intérieur de ses vitrines.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente

<p>W17-3.1</p>	<p>MAZIC Nathalie (SNPE)</p>	<p>Propositions de modifications du règlement Dispositions générales</p> <p>Art. P0.1 §4 - Modifier cet article comme suit :</p> <p>"La publicité scellée au sol est interdite dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, des éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme".</p> <p>Art. P0.3 §3 et 4 - Modifier comme suit :</p> <p>"Un dispositif publicitaire ne peut être composé de plus de deux cadres ou écrans apposés dos à dos et de même dimension. Ces cadres peuvent accueillir chacun un ou plusieurs messages publicitaires"</p> <p>Préciser que cette disposition (prévue dans cet article) ne s'applique pas aux éléments d'éclairage".</p> <p>Art. P0.5 - Modifier comme suit :</p> <p>"Un dispositif publicitaire scellé au sol 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.</p> <p>Un dispositif publicitaire mural ne peut être placé à moins de 5 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.</p> <p>Sur le même fonds, si la projection orthogonale du cadre d'un dispositif publicitaire scellé au sol sur une baie principale a pour effet de la recouvrir entièrement ou partiellement, le dispositif devra être implanté en recul de 5 mètres de cette baie. Le terme « baie principale » désigne les fenêtres des pièces principales (séjour, salon, salle-à-manger ...)".</p> <p>Art. P0.7 - Modifier comme suit :</p> <p>"La couleur des supports doit s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés et doit être sobre. Les couleurs fluorescentes sont interdites ».</p> <p>Supprimer le paragraphe 2/ ".</p> <p>Article P0.8 (Publicité lumineuse)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assouplir l'obligation d'extinction entre 23h et 6 h du matin • Supprimer les paragraphes 3/ et 4/".
<p>W17-3.2</p>	<p>MAZIC Nathalie (SNPE)</p>	<p>Propositions de modifications du règlement Dispositions spécifiques</p> <p>ZP2c : Zones mixtes et résidentielles</p> <p>Art. P2c.1 (Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol) - Modifier comme suit :</p>

		<p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité scellée au sol est admise dans la limite d'une surface unitaire de 5,50 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>Art. P2c.2 (Dispositif publicitaire mural) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 5,50 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>2/ Dans les autres communes, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 4,7 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>Art. P2c.5 (densité) :</p> <p>Retrait du linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif sur support mural.</p> <p>ZP3 Zones d'activités économiques et commerciales</p> <p>Art. P3.1 – (Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité scellée au sol est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6m.</p> <p>Art. P3.2 – (Dispositif publicitaire mural) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>2/ Dans les autres communes, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>Art. P3.5 (densité) :</p> <p>"Retrait du linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif sur support mural".</p>
--	--	--

Réponse Grand Annecy

Art. P0.1 §4 :

- La volonté du Grand Annecy n'est pas uniquement de réduire la pollution visuelle provoquée par les dispositifs au sol. Considérant que les impacts visuels des dispositifs au sol ou muraux peuvent être tout aussi importants dans des zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, des éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, il a été fait le choix d'interdire l'ensemble des dispositifs.

Art. P0.3 §3 et 4 :

- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire

susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Annecy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.

- L'article P0.8. interdisant toute publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence ou autre que numérique, il est jugé que les dispositifs d'éclairage ne sont pas susceptibles de dépasser du cadre du dispositif.

Art. P0.5 :

- La distance minimale de 10 mètres par rapport à une baie d'un immeuble d'habitation est jugée pertinente pour limiter la dégradation du paysage urbain et les nuisances engendrées par les riverains.

Art. P0.7 :

- Ces règles concourent à garantir la bonne intégration architecturale et paysagère des dispositifs d'encadrement des publicités.

Art. P0.8 :

- La plage d'extinction des publicités lumineuses et numériques fixée de 22h à 7h est jugée pertinente pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Annecy est favorable à les supprimer. Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

ZP2c - Art. P2c.1 et P2c.2 :

- Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP2c est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre, en particulier dans cette zone résidentielle, à vocation dominante d'habitat.

ZP2c - Art. P2c.5 :

- Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 :

- Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP3 est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.

ZP3 - Art. P3.5 :

- Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

Analyse CE :

- Concernant les Art. P0.1 §4, Art. P0.3 §3 et 4 , Art. P0.5, ZP2c - Art. P2c.5 : ZP2c - Art. P2c.5, ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 , ZP3 - Art. P3.5, les réponses du maître d'ouvrage sont motivées et cohérentes aux objectifs affichés.
- Art. P0.7 :
L'observation apporte une précision sur la « couleur », elle pourrait être intégrée au règlement écrit.
- Art. P0.8 :
La commission approuve la décision du maître d'ouvrage de supprimer les « règles » de luminance et température, sources potentielles de contentieux ultérieurs.

@10.6 /
OO6

**Union pour
la Publicité
Extérieure
(UPE)**

Domaine ferroviaire en gare. Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur les parvis de la gare d'Annecy, 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 de 2 m² de surface d'écran.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques dont la prise en compte entraînerait une inégalité de traitement en faveur des publicités installées sur le domaine ferroviaire. Par ailleurs, le parvis de la gare d'Annecy constituant une vitrine du territoire, les enjeux paysagers y sont particulièrement forts. Aussi, il n'est pas souhaité être plus permissif à cet endroit.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée, cohérente avec les objectifs affichés.

**W20-2 et
W21**

**VIDAL
Aurélié**

Pour l'extinction des panneaux publicitaires aux abribus à 23h

Réponse Grand Annecy :

- Il a été fait le choix d'admettre la publicité lumineuse sur les abris-voyageurs lors des horaires de fonctionnement du service de transport dans un souci d'harmonisation de l'extinction de l'ensemble du dispositif. Il est apparu cohérent d'étendre et d'allumer le système d'éclairage de l'abris et la publicité qu'il accueille au même moment.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée, cohérente avec les objectifs affichés.

W23-2

Anonyme

Le contributeur dénonce que :

- Les territoires interdits à toutes formes de publicité sont beaucoup trop nombreux ;
- les formats proposés sont en trop forte réduction par rapport à l'existant.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques. Le RLPi s'est attaché à protéger le cadre de vie en définissant la juste place des dispositifs publicitaires ou des enseignes, tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre.

Analyse CE : Dont acte

W25-1	HAVARD Sylviane	<p>Zone d'activités économiques et commerciales du Cap Périaz (ZP3) où la communication extérieure est la plus légitime. Pourtant, ce projet de RLPi accentue la diminution d'installation des dispositifs publicitaires, et réduit drastiquement les formats d'affichage ce qui conduira à une visibilité réduite.</p> <p><u>Préconisations</u> de modifications du règlement écrit :</p> <p>Art. P0.3 : Préciser qu'un dispositif scellé au sol ne peut être composé de plus de 2 cadres apposés dos à dos et de même dimensions, chacun de ces cadres pouvant accueillir 1 ou plusieurs affiches.</p> <p>Art.P0.4/3 : Préciser que cette disposition ne s'applique pas aux éléments d'éclairage.</p> <p>Art.P0.8/4 : retirer cet article.</p> <p>Art.P3.1 : Demande que le format d'affiche soit porté à 8 m² pour un dispositif hors tout de 10,50 m²</p>
OO5.2	HAVARD Sylviane	<p>Observation recueillie oralement.</p> <p>Synthèse des propos recueillis :</p> <p>Seule la hauteur de l'affichage (6m) est indiquée sans précision des informations suivantes concernant l'affichage : hauteur et largeur de l'affiche, forme carré ou rectangulaire, hauteur par rapport au sol pour les publicités sur poteau ?</p>

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
Art.P0.3 :
- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Annecy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.
- L'article P0.8. interdisant toute publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence ou autre que numérique, il est jugé que les dispositifs d'éclairage ne sont pas susceptibles de dépasser du cadre du dispositif.
- Art. P0.8 : Il a été estimé que l'émission de lumière générée par les dispositifs lumineux éclairés par transparence ou numériques était, d'une part, moins impactante pour la biodiversité et pour les riverains et permettait, d'autre part, une meilleure intégration paysagère des dispositifs par rapport aux dispositifs par projection.

- Art. P3.1 : Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP3 est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- Concernant la réglementation de la hauteur, il est à noter que, conformément aux articles R581-26 (mural) et R581-32 (au sol), la hauteur des dispositifs se mesure par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau. Le Grand Anancy n'a pas souhaité réglementer les formes de panneaux afin de laisser toute liberté aux professionnels de l'affichage.

Analyse CE : les réponses du maître d'ouvrage sont motivées et cohérentes avec les objectifs affichés.

Observations concernant le règlement graphique

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
OO2	M. le Maire de Saint-Jorioz	Observations orales de M. Le Maire et son 1er adjoint en charge de l'urbanisme : Ils sont favorables à ce que l'avis de la DDT sur les zonages soit pris en compte.
Réponse Grand Anancy :		
- Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Les observations de la DDT seront prises en compte.		
W25-2	HAVARD Sylviane	Demande le classement en ZP3 de l'avenue de Périaz qui traverse la zone commerciale.
Réponse Grand Anancy :		
- Le Grand Anancy prend note de cette remarque et souligne que les tronçons de l'avenue de Périaz compris dans la zone d'activité et situés au sein du périmètre d'agglomération sont classés en ZP3.		
@10.3 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>Sur la commune d'Epagny-Metz-Tessy, les axes traversant la zone commerciale ne correspondent absolument pas à la définition de la zone 4.</p> <p><u>Préconisation</u> : Intégrer dans leur totalité ces 2 axes routiers structurant en zone ZP3.</p> <p>Le centre commercial "Carrefour" entouré d'un secteur résidentiel, est positionné en zone ZP2b où toute publicité y est interdite sur le domaine privé.</p> <p><u>Préconisation</u> : réintégrer ce secteur en zone ZP3.</p> <p>Regret que les axes routiers structurants dans la ville d'Anancy ne soient pas intégrés en ZP3.</p>

<p>W17-4</p>	<p>MAZIC Nathalie (SNPE)</p>	<p>Préconisations de modifications de zonage</p> <p>Intégrer en ZP3 les deux axes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avenue d'Aix les Bains et Route des Creuses ; - Les axes structurants de la commune d'Epagny Metz Tussy dès lors qu'ils traversent la zone d'activités commerciales. <p>Ces axes sont en effet inscrits en ZP4, interdite à la publicité, sans aucune justification tirée de la protection du cadre de vie ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - La réintroduction en ZP3 des axes structurants de la commune de Chavanod dès lors qu'ils traversent la zone commerciale.
---------------------	---	---

Réponse Grand Annecy :

- La ZP4 identifie les paysages considérés comme plus particulièrement sensibles, en leur qualité d'espaces « vitrines » du Grand Annecy. Ces espaces offrent en effet une image du territoire, soit par leur positionnement stratégique, soit par une co-visibilité de grands motifs paysagers du territoire. Aussi, il a été considéré que les axes traversant le centre commercial, telle que la D1508, constituaient des espaces sensibles de par leur positionnement stratégique en entrée de territoire. Par ailleurs, il est à noter la vue qu'offrent ces axes sur la toile de fond montagnarde caractéristique du Grand Annecy.
- La ZP2c se définissant comme une zone à vocation dominante d'habitat, qui accueillent ponctuellement des commerces ou des équipements, elle s'applique de manière pertinente sur le secteur résidentiel accueillant le carrefour.
- La ZP3 concerne les zones d'activités économiques et commerciales. Les axes structurants d'Annecy n'entrant pas dans cette définition, les classer en ZP3 représenterait une erreur manifeste d'appréciation.
- A l'exception du giratoire d'entrée de ville, l'avenue d'Aix les Bains traversant la zone d'activité est classée en ZP3.
- Afin de protéger certaines portions jugées particulièrement sensibles d'un point de vue paysager, la route des Creuses est partiellement classée en ZP4.
- De même, à l'exception de certaines portions jugées particulièrement sensibles au regard à leur positionnement en entrée de ville ou des vues dégagées sur le grand paysage, les axes traversant la zone commerciale de Chavanod sont classés en ZP3.

<p style="text-align: center;">W22</p>	<p style="text-align: center;">BRUNO Vanessa maire de Veyrier-du-Lac</p>	<p>Tout en précisant que l'avis défavorable de la commune émis dans la délibération du Conseil municipal en date du 12 février 2024, ne remet pas en question le projet d'élaboration du RLPI, auquel la commune a fortement participé, madame la maire de Veyrier-du-Lac, reformule le souhait que soient prises en compte les demandes de modification de zonage suivantes :</p> <p>Zone ZP2c :</p> <ul style="list-style-type: none"> - différencier les secteurs situés le long des départementales où il serait souhaitable de réduire fortement les possibilités d'installation de publicités et préenseignes murales, des secteurs situés le long des routes communales où il serait souhaitable de les interdire totalement ; - La commune s'oppose à ce que la publicité murale et les préenseignes murales soient autorisées jusqu'à 2 m² dans cette zone. <p>Zone ZP4 :</p> <p>Intégrer dans le zonage ZP4, où la publicité est interdite, l'ensemble des routes panoramiques afin de préserver au maximum la vue. (Route panoramique du haut dite de la Corniche et route panoramique du bas dite Route du Crêt des Vignes).</p>
---	---	---

Réponse Grand Annecy :

- Le RLPI s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- Le RLPI ne distingue pas les possibilités d'affichage en fonction des types de route (départementale ou communale). Toutefois, il est à noter qu'une grande partie de la commune est concernée par un zonage en ZP2a, du fait de la présence d'un monument historique. Cette zone n'admettant que la publicité sur mobilier urbain, la publicité murale y sera de fait interdite.
- L'interdiction des publicités murales en ZP2c risquerait de porter atteinte à l'activité économique. Par ailleurs, les publicités murales étant aujourd'hui admises jusqu'à 4,70² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy, il est à souligner la volonté du Grand Annecy de réduire les formats admis. De plus, la règle de densité inscrite en ZP2c interdit toute publicité pour les unités foncières dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation est inférieure à 25m et n'autorise qu'une seule publicité pour les unités foncières supérieures à 25m.
- A la suite d'échanges avec la Commune de Veyrier-du-Lac celle-ci est d'accord pour ne pas modifier son zonage ZP2C (zone mixte et résidentielle) et pour ne pas modifier les règles concernant les publicités murales au sein de la ZP2C.
- Le Grand Annecy est favorable à la demande de la Commune d'intégrer en ZP4 les routes panoramiques citées ci-dessus.

Analyse de la CE : Concernant le règlement graphique, la commission estime suffisantes et clairement argumentées les réponses apportées par la collectivité.

Elle note avec satisfaction, la prise en compte des observations de M. le Maire de Saint-Jorioz concernant l'avis de la DDT sur une modification du zonage sur sa commune, et celle de Mme la Maire de Veyrier d'intégrer en ZP4 les routes panoramiques.

Observations d'ordre général sur la publicité (PUB)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W7	Anonyme	<p>La publicité sur le mobilier urbain peut apporter des avantages économiques et sociaux considérables sans pour autant empiéter sur la beauté de la ville. La clé est de trouver un équilibre qui respecte les besoins des annonceurs, des résidents, et de l'environnement.</p> <p>Le "rétrécissement" des formats entraînera une perte en visibilité pouvant léser les commerces locaux, alors que la mission première des panneaux publicitaires est d'informer et de communiquer.</p> <p>Et quelles autres alternatives pour communiquer sinon les journaux (en perte continue de lecteurs), la télévision, les flyers, ou encore les réseaux sociaux/e-mails énergivores et pollués ?</p>
<p>Réponse Grand Anecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anecy prend note de ses remarques. - Concernant la perte de visibilité, le RLPi a pour objectif de répondre à deux volets du développement de l'attractivité du Grand Anecy : - Amélioration de l'attractivité des activités, notamment économique, par une plus grande qualité des dispositifs d'enseignes et par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne ; - Amélioration de l'attractivité du Grand Anecy, pour un public local ou externe. En effet, le dynamisme économique du territoire est en partie lié au secteur touristique, qui bénéficiera de l'application du RLPi qui protège et valorise les paysages caractéristiques du territoire et œuvre à l'amélioration du cadre de vie par une diminution de la pollution visuelle. 		
<p>Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée et cohérente avec les objectifs affichés.</p>		
W24.2	Patrice	<p>L'affichage publicitaire publique est malhonnête (trompeur) dès qu'il comporte des petits caractères (évidemment invisibles en mouvement ou sans s'en s'approcher).</p> <p>Les injonctions à la consommation sont malhonnêtes (trompeuses).</p>
<p>Réponse Grand Anecy : Le Grand Anecy prend note de ces remarques.</p>		
<p>Analyse CE : Observation insuffisamment motivée pour être retenue.</p>		
W9	Anonyme	<p>Cette personne dit comprendre la "régularisation" des panneaux d'affichage 8 m² et 12 m² surtout en colle et en trivision (dixit) mais conteste le format de 4m² proposé dans ce projet de RLPi qui limite fortement la visibilité de ces panneaux pour les annonceurs.</p>

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cet avis. Le RLPI s'est attaché à protéger le cadre de vie en définissant la juste place des dispositifs publicitaires ou des enseignes, tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée, cohérente avec les objectifs affichés.

W14	Anonyme	La publicité devrait être progressivement réduite de manière générale. Au nom de la sobriété, commençons par la publicité consommatrice d'énergie et nécessitant des écrans. Au nom de la nuit, il est urgent d'éteindre ces écrans à 23 heures.
------------	----------------	--

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Il est à noter que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. Toutefois, de nombreuses mesures prises par le RLPI en faveur de l'amélioration du cadre de vie des habitants et usagers du territoire et de la trame noire s'avèrent avoir des incidences positives sur les consommations énergétiques. En particulier, le projet de règlement augmente considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires.

Analyse CE : La réponse du maître d'ouvrage est motivée, cohérente avec les objectifs affichés.

W17.2	MAZIC Nathalie (SNPE)	Rappelle que le mobilier urbain publicitaire est majoritairement réservé aux annonceurs nationaux alors que l'affichage extérieur relève du domaine des sociétés d'affichage pouvant être locales. Ces sociétés contribuent au pouvoir d'achat des bailleurs privés des communes qui louent leur propriété à des fins publicitaires.
--------------	--------------------------------------	--

Réponse Grand Anancy :

Le Grand Anancy prend note de cet avis. L'objectif premier de la réglementation de l'affichage extérieur est la préservation du cadre de vie urbain et naturel. Le Grand Anancy a recherché un équilibre entre les enjeux de préservation de la qualité paysagère, urbaine et architecturale du territoire et celui du renforcement du dynamisme économique et commercial tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre.

Analyse CE : L'observation n'entre pas dans le périmètre de l'enquête dont le sujet est l'implantation et le dimensionnement des enseignes et des supports publicitaires et non le contenu de ces affichages.

📌 Observations concernant l'impact environnemental du projet (ENV)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W12.3	FAURE Simon	Souhaite que les mêmes règles s'appliquent au privé et au public dans les communes membres du PNR des Bauges (pas de publicités ou préenseignes) afin d'en protéger le cadre paysager.
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cet avis. Toutefois, l'observation W12.2 du même auteur demandait l'autorisation de « l'installation de publicités sur le mobilier urbain (par exemple les arrêts de bus), dans les communes membres du Parc naturel régional du Massif des Bauges. », contredisant cette observation. - Il est toutefois à noter que la publicité est fortement limitée dans les communes membres du PNR des Bauges. En effet, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, soit 3 communes (Sevrier, St Jorioz et Duingt). 		
<p>Commentaire de la CE : à propos de l'observation W12.2, la commission constate que la phrase ambiguë du contributeur (<i>« Il y a un seul point qui me semble insuffisant : la possibilité d'installations de publicités sur le mobilier urbain (par exemple les arrêts de bus, dans les communes membres du Parc naturel régional... »</i>) a conduit à une erreur d'interprétation des propos de ce contributeur qui apparemment, vu la réponse de Grand Annecy, souhaitait au contraire demander la suppression de cette disposition.</p>		
W15-2	Anonyme	Réduction de 4 m ² ou 2 m ² = changement des panneaux, donc impact écologique. Les panneaux existants seront à détruire !
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cette remarque. 		
W23-3	Anonyme	Le contributeur souligne le fait que la communication digitale crée une consommation d'énergie sans commune mesure avec la publicité par affichage extérieure.
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cet avis, qui sort du champ du RLPI, et souligne que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. 		
<p>Analyse de la CE : Concernant l'impact environnemental du projet, la commission estime suffisantes et argumentées clairement, les réponses apportées par la collectivité. Le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété énergétique.</p>		

Observations classées hors champ par la CE (HC)

W 1	Anonyme	Cette personne regrette la construction de 350 à 400 logements sur une zone marécageuse. NDLR : aucun lien avec l'EP du RLPI.
W13	Anonyme	Dénonce les "publicitaires" en général, sans apporter d'arguments pour justifier sa critique et sans faire référence au RLPI du Grand Annecy.
W16	DORANGE Guillemette	Demande le déplacement d'un totem de signalétique indiquant la route à suivre pour se rendre au Campus de Groisy.
Analyse CE : L'observation W16 pourrait être transmise à la commune de Groisy pour analyse et action éventuelle.		

Questions complémentaires de la commission d'enquête

1. Questions relatives à l'avis des PPA

La commission souhaiterait connaître les suites qui seront données par la collectivité aux différentes remarques, demandes, voire réserves émises par les PPA au titre de l'Art. L.153-16 du code de l'urbanisme et notamment pour celles énumérées ci-dessous :

- Demandes de la DDT et la CNDPS :
 - fournir des zonages cartographiques à plus haute définition ;
 - modifier marginalement les zonages proposés selon le document annexé ;
 - corriger les contre-sens du règlement écrit ;
 - mentionner clairement que les préenseignes permanentes sont soumises aux mêmes règles que les publicités.
- Demandes de modifications de zonage des communes de Veyrier-du-Lac et de Poisy
- L'avis très réservé de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de Savoie et Haute Savoie concernant le règlement des zones ZP1a et ZP2a

Réponse Grand Annecy :

- Les demandes de la DDT, de la CNDPS et des communes de Veyrier-du-Lac et de Poisy seront prises en compte dans le projet qui sera modifié en conséquence. Une fois le document approuvé, les zonages cartographiques seront disponibles en ligne, au même titre que le zonage du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal. Il sera donc possible d'identifier la réglementation applicable à chaque parcelle.

Analyse de la CE :

La commission note avec satisfaction l'engagement pris par Grand Annecy de prendre en compte, dans le règlement qui sera amendé en conséquence avant son approbation, les différentes demandes formulées par ces PPA, qu'elle juge pertinentes.

Par ailleurs, la commission considère qu'une meilleure lisibilité des plans de zonages qui seront accessibles en ligne, et donc « zoomables », permettra en effet d'éviter aux différents publics concernés, des erreurs d'interprétation ou des questionnements, que les documents du dossier présenté à l'enquête publique, plutôt illisibles compte-tenu de l'échelle retenue, n'auraient pas manqué de susciter.

- Concernant l'avis de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP) relatif à l'autorisation des enseignes au sol en ZP1b, le Grand Annecy a pris en compte cette remarque et est favorable à n'admettre les enseignes au sol que pour les activités dont la façade est située à plus de 20 mètres d'une voie ouverte à la circulation ou lorsque la façade n'est pas visible depuis la voie publique. Cette disposition permettra ainsi de limiter le nombre d'enseignes au sol le long des axes tout en permettant aux activités de se signaler de manière efficace.

Analyse de la CE :

Dans son avis, l'UDAP fait référence, par inadvertance, à la zone ZP1a qui couvre le périmètre du PNR du massif des Bauges (hors zone ZP1b). Or le secteur objet des observations émises (le long de la RD 1508 entre Sévrier et Saint-Jorioz), se situe bien en zone ZP1b (secteurs d'activité au sein des périmètres naturels).

La commission constate que Grand Annecy dans sa réponse fait bien référence à ce zonage.

Quant à la remarque sur le trop grand nombre d'enseignes scellées au sol le long de la RD 1508 entre Sévrier et Saint-Jorioz, la commission estime que la réponse apportée est parfaitement justifiée au regard des objectifs fixés à travers ce règlement, en matière de préservation de l'attractivité du territoire par la mise en valeur de l'activité économique, tout en luttant contre la pollution visuelle. La collectivité s'engageant à rendre plus restrictive la disposition de l'article E1b-1 relative aux enseignes scellées au sol en zone ZP1b.

- Concernant l'avis de l'UDAP relatif à la hauteur des enseignes en façades en ZP1b, il a été fait le choix de ne pas modifier la règle inscrite dans le RLPi, notamment eu égard aux limitations imposées pour les enseignes au sol et au recul souvent important de ces activités par rapport à la voie. Les taux d'occupation de la façade fixés par le Code de l'environnement sont jugés suffisant pour garantir la bonne intégration paysagère des enseignes.

Analyse de la CE :

La commission partage la position de la collectivité.

- Concernant l'avis de l'UDAP relatif aux enseignes parallèles à la façade en ZP2a, le Grand Annecy a sollicité l'avis des communes concernées par une ZP2a sur leur territoire. Les communes de Veyrier-du-Lac, d'Annecy, de Talloires-Montmin, de Nâves-Parmelan et de Fillières sont favorables à cette modification de règle. La Commune de Menthon-Saint-Bernard est défavorable à cette modification. Le Grand Annecy va proposer aux instances politiques de suivre l'avis de l'UDAP 74 concernant la taille des lettres des enseignes en ZP2a et ainsi être conforme à l'AVAP de la Ville d'Annecy.

Analyse de la CE :

La commission estime que la proposition de suivre l'avis de l'UDAP sur ce sujet permettra en effet à ce RLPi d'être conforme aux recommandations du règlement du site patrimonial d'Annecy, qui vise à concilier accessibilité, sécurité, esthétique urbaine et développement des activités économiques. Par ailleurs la commission apprécie la démarche consultative engagée par Grand Annecy auprès de communes concernées.

2.2. Autres questions de la commission

- La commission souhaiterait connaître par quels moyens la collectivité envisage-t-elle d'accompagner les différents acteurs concernés (commerçants, communes, professionnels de la communication extérieure...) afin d'assurer la mise en œuvre et la bonne application de ce RLPi, une fois adopté.

Réponse Grand Annecy :

La réglementation nationale ne prévoit pas de compensation financière des professionnels, des commerçants et chefs d'entreprises ou des propriétaires fonciers louant leur bien comme support. La création par le Grand Annecy d'un mécanisme de compensation financière n'aurait donc aucune base légale.

La loi ne prévoit pas, pour des dispositifs implantés, de droit acquis donnant droit à indemnisation ou compensation car elle organise un délai de mise en conformité de 6 ans (pour les enseignes) ou de 2 ans (pour les publicités) à compter de la date d'approbation du RLP.

De plus pour les publicités, un contrat de louage entre un propriétaire d'un immeuble support et la société d'affichage ne peut pas excéder une durée de 6 ans en application du code de l'environnement.

Afin de diffuser l'information au plus grand nombre, de sensibiliser et de s'assurer de la mise en œuvre du RLPi, des guides et fiches pratiques seront élaborés et partagés aux acteurs concernés. Par ailleurs, une réflexion est en cours pour proposer aux communes un atelier de prise en main du futur RLPi, de même qu'une présentation du document aux acteurs économiques concernés par le RLPi.

Analyse de la CE :

La commission estime suffisantes et clairement argumentées les réponses apportées par la collectivité et note avec satisfaction qu'il est bien envisagé d'accompagner les différents acteurs concernés au travers de guides, de fiches pratiques, voire d'ateliers de prise en main du futur RLPi. La commission prend également note que la Loi ne prévoit pas de compensation financière.

- La question de la publicité extérieure en zone commerciale ZP3 a souvent été abordée, notamment à propos de l'article P3.5 (densité) qui semble très restrictif pour une zone à vocation commerciale. La commission, ne trouvant pas très convaincante la justification fournie dans le rapport de présentation, s'interroge sur les raisons qui ont motivé de telles mesures.

Réponse Grand Annecy :

L'une des orientations ayant guidé l'élaboration du RLPi est la volonté de qualifier et maîtriser les dispositifs d'affichage pour améliorer la lisibilité et l'attractivité des zones d'activité économiques. Au-delà de l'amélioration du cadre de vie, par la réduction de la pollution visuelle, cette ambition bénéficie à l'attractivité des activités, par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne. C'est pourquoi il a été souhaité, au sein de ces zones, de valoriser les enseignes au profit des publicités.

Analyse de la CE :

Confirmant, au travers sa réponse, son choix de valoriser les enseignes, en zone d'activités commerciales, Grand Annecy justifie ainsi clairement les dispositions réglementaires de la zone ZP3, en termes de densité ou de formats des différents dispositifs publicitaires très restrictives par rapport au règlement national. La commission, après s'être d'abord interrogée sur les motivations des mesures envisagées, approuve la position de la Collectivité en ce que ces dispositions s'inscrivent bien dans les objectifs affichés de préservation de l'attractivité du territoire du Grand Annecy par la mise en valeur de l'activité économique, tout en luttant contre la pollution visuelle.

- Tout comme plusieurs organisations professionnelles qui se sont manifestées au cours de cette enquête, et bien que non obligatoire d'un point de vue réglementaire, la commission estime regrettable qu'aucune étude d'impact économique ou sociale n'ait été envisagée par la collectivité. Quelles en sont les raisons ?

Réponse Grand Annecy :

Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur.

Par ailleurs, la réalisation d'une étude d'impact du projet sur les publicités nécessiterait un diagnostic exhaustif des publicités implantées sur le territoire, de leur implantation, de leur format et de leur caractère lumineux ou numérique. Ces informations ne sont pas connues du Grand Annecy, le diagnostic réalisé dans le cadre de l'élaboration du RLPi se basant sur un inventaire réalisé sur un linéaire de voirie défini par un véhicule doté d'une caméra ne permettant pas une si grande précision. Le délai de mise en conformité fixé par le code de l'environnement étant de 2 ans pour les publicités, il est probable que le parc publicitaire aurait évolué, rendant les conclusions de cette étude contestables.

La réalisation d'une étude d'impact du projet sur les enseignes nécessiterait également un diagnostic exhaustif des enseignes du territoire permettant de connaître leur nombre, leur superficie, la hauteur des lettres en façade, leur pourcentage d'occupation de la façade commerciale, la mutualisation éventuelle pour les activités situées sur une même unité foncière, leur caractère lumineux ou numérique... Or, le code de l'environnement fixant un délai de mise en conformité des enseignes de 6 ans, et au regard du rythme de turn-over des activités et des changements spontanés d'enseigne par les commerçants, les résultats de cette étude seraient caducs 6 ans après l'approbation du RLPi.

Analyse de la CE :

Bien que regrettant l'absence d'étude d'impact économique de ce projet qui aurait permis une meilleure visibilité des avantages/inconvénients du projet de RPLI, la commission, comprenant l'argumentaire solide et pertinent développé par Grand Anancy, prend acte de sa réponse, sans autres commentaires à formuler.

---oooOooo---

L'avis personnel et motivé de la commission sur le projet de RLPi de l'agglomération du Grand Anancy fait l'objet d'un document séparé appelé **Conclusions motivées**.

Fait à Anancy, le mardi 24 septembre 2024

Dominique MISCIOSCIA

Président

Bernard AUDION

Membre de la commission

Christian FONTANILLES

Membre de la commission



PIÈCES ANNEXES

- Lettre d'accompagnement de remise du procès-verbal de synthèse des observations du public
- 1er courrier de Mme la présidente du Grand Annecy de demande de report de la date de remise du mémoire en réponse de la Collectivité
- 2ème courrier de Mme la présidente du Grand Annecy de demande de report
- PV de synthèse / mémoire en réponse

LETTRE D'ACCOMPAGNEMENT DU PROCÈS-VERBAL DE SYNTHÈSE

Référence : Arrêté communautaire n°2024-21 du 24 mai 2024

Objet de l'enquête : Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Annecy

Durée de l'enquête : 30 jours du lundi 17 juin au mercredi 17 juillet 2024

Destinataire : Madame la présidente de Grand Annecy Agglomération

Madame la présidente,

Au cours des 18 permanences tenues dans 10 mairies de ce territoire ainsi qu'au siège de la communauté d'agglomération,

- ▶ La commission d'enquête a reçu la visite de 11 personnes ;
- ▶ Le registre numérique a enregistré un total de 25 contributions
- ▶ La boîte de courrier électronique dédiée à cette enquête a enregistré 2 contributions ;
- Les 11 registres mis à la disposition du public dans les différents lieux de permanences sont restés vierges de toute observation ;
- Aucun courrier ne nous a été, soit remis en main propre lors de nos permanences, soit adressé par voie postale ordinaire ou en recommandé avec accusé de réception ;

L'ensemble de ces contributions représente un total de **57 observations** que la commission d'enquête a recensées et analysées.

Conformément à l'article R.123-18 du Code de l'Environnement, vous disposez d'un délai de quinze jours pour m'adresser vos observations éventuelles sous forme d'un mémoire en réponse. Passé ce délai, et sauf justification de votre part, je considérerai que vous avez renoncé à cette faculté.

Veuillez agréer, Madame la présidente, l'expression de mes salutations distinguées.

Remis au Maître d'Ouvrage

Reçu au siège de Grand Annecy

Le 23 juillet 2024

Le 23 juillet 2024

Le président de la commission d'enquête,

Le maître d'ouvrage

(Nom et qualité)



Dominique Miscioscia

Sammy BEMHIS, chargé de mission RLPi, pour Mme la Présidente



Annecy, le 26 JUL. 2024

Direction de l'Aménagement
Habitat, Politique agricole

Monsieur Dominique MISCIOSCIA,
Président de la Commission d'enquête
16, chemin de l'Abbaye
74940 Annecy-le-Vieux

Dossier suivi par : Sammy Benhis
sbenhis@grandannecy.fr
24.205 FL SBe

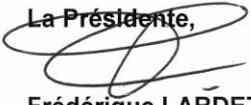
Objet : Enquête publique RLPI – demande délais supplémentaire pour le mémoire en réponse au PV de synthèse

Monsieur le Président de la Commission d'enquête,

En raison de la période des congés d'été, nous ne serons pas en mesure de vous transmettre le mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse des observations issues de l'enquête publique du RLPI* dans le délai réglementaire de 15 jours. Cependant nous avons bien l'intention de répondre au procès-verbal de synthèse et de vous transmettre ce document le 4 septembre 2024 au plus tard.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

La Présidente,


Frédérique LARDET

*règlement local de publicité intercommunal



**Direction Aménagement,
Habitat, Politique Agricole**

Annecy, le

Président de la Commission d'enquête
16, chemin de l'abbaye
74940 Annecy-le-Vieux

Dossier suivi par : Sammy Benhis
sbenhis@grandannecy.fr
Nos réf : 24.235 FL SBe

Objet : Enquête publique RLPI* – demande délai supplémentaire pour le mémoire en réponse au PV de synthèse

Monsieur le Président,

Une première demande de délai supplémentaire a été transmise par le Grand Annecy pour le mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse des observations issues de l'enquête publique. Nous nous étions engagés à rendre cette réponse le 4 septembre 2024. Cependant nous n'avons pas été en mesure de transmettre le mémoire en réponse à cette date.

En effet, il n'était pas prévu de consulter les communes du Grand Annecy avant la transmission du mémoire en réponse mais, pour prendre en compte des préconisations issues de l'enquête publique, une modification au projet de règlement va être apportée. Cette modification ayant un impact pour certaines communes les élus du comité de pilotage ont souhaité consulter les maires concernés.

Cette consultation nécessite un délai supplémentaire. Nous vous transmettrons le mémoire en réponse le 13 septembre 2024.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

La Présidente du Grand Annecy,

Frédérique LARDET

*règlement local de publicité intercommunal

**MEMOIRE EN REPONSE AU PROCÈS VERBAL DE SYNTHÈSE
des observations du public
et des observations éventuelles de la commission d'enquête.**

Référence	Arrêté communautaire n°2024-21 du 24 mai 2024
Objet de l'enquête	Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Annecy

Remarques liminaires

Ce projet de RLPi du Grand Annecy a pour principaux objectifs de :

- Renforcer l'identité du Grand Annecy et harmoniser la réglementation locale de publicité à l'ensemble de son territoire tout en tenant compte des spécificités propres à chacun ;
- Encadrer les possibilités d'installation des publicités, préenseignes et enseignes dans les zones commerciales ;
- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie ;
- Préserver l'attractivité du territoire du Grand Annecy par la mise en valeur de l'activité économique, tout en luttant contre la pollution visuelle ;
- Intégrer les exigences environnementales du Grenelle 2 dans le territoire du Grand Annecy, notamment en élargissant les obligations d'extinction nocturne des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses ;
- Tenir compte des nouveaux procédés et technologies en matière de publicité pour limiter les atteintes qu'ils seront susceptibles de porter aux paysages.

Cela se traduit dans ce règlement par un découpage du territoire en 4 grandes zones (ZP1, ZP2, ZP3 et ZP4), chacune pouvant contenir une ou plusieurs sous-zones, ce qui porte à 7 le nombre de zonages différents, définis comme suit :

1/ La zone ZP1 couvre les espaces de nature et est subdivisée en deux sous-zones :

- **ZP1a**, qui couvre les sites Natura 2000, le périmètre du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges (hors ZP1b), les espaces de nature en ville et les zones hors agglomération non comprises dans les périmètres précédemment cités.
- **ZP1b**, qui couvre les secteurs d'activité au sein des périmètres naturels.

2/ La zone ZP2 couvre les espaces urbains et est subdivisée en trois sous-zones :

- **ZP2a**, qui couvre les noyaux historiques ;
- **ZP2b**, qui couvre les cœurs de vie ;
- **ZP2c**, qui couvre les zones mixtes et résidentielles.

3/ La zone ZP3 couvre les zones d'activités économiques et commerciales.

4/ La zone ZP4 couvre des paysages sensibles correspondant aux entrées de villes et à certains espaces présentant un intérêt accru au regard d'enjeux patrimoniaux et/ou paysagers.

Participation du public

Au terme de cette enquête, le registre numérique a enregistré un total de **2944 visiteurs uniques** et **2592 téléchargements** de documents du dossier de l'enquête, ce qui pouvait laisser augurer une forte participation du public avec un nombre conséquent d'observations. Cela n'a pas été le cas, le grand public ne s'est guère manifesté au cours de cette enquête : Une seule personne, autre qu'élu ou membres d'organisations professionnelles ou associatives, est venue à notre rencontre au cours des 18 permanences et seulement 16 contributions de particuliers ont été enregistrées sur le registre numérique.

La commission a recensé un total de **27 contributions**. Après analyse de chacune d'elles, ce sont **57 observations** différentes et regroupées par thématiques qui ont été dénombrées et synthétisées ci-après.

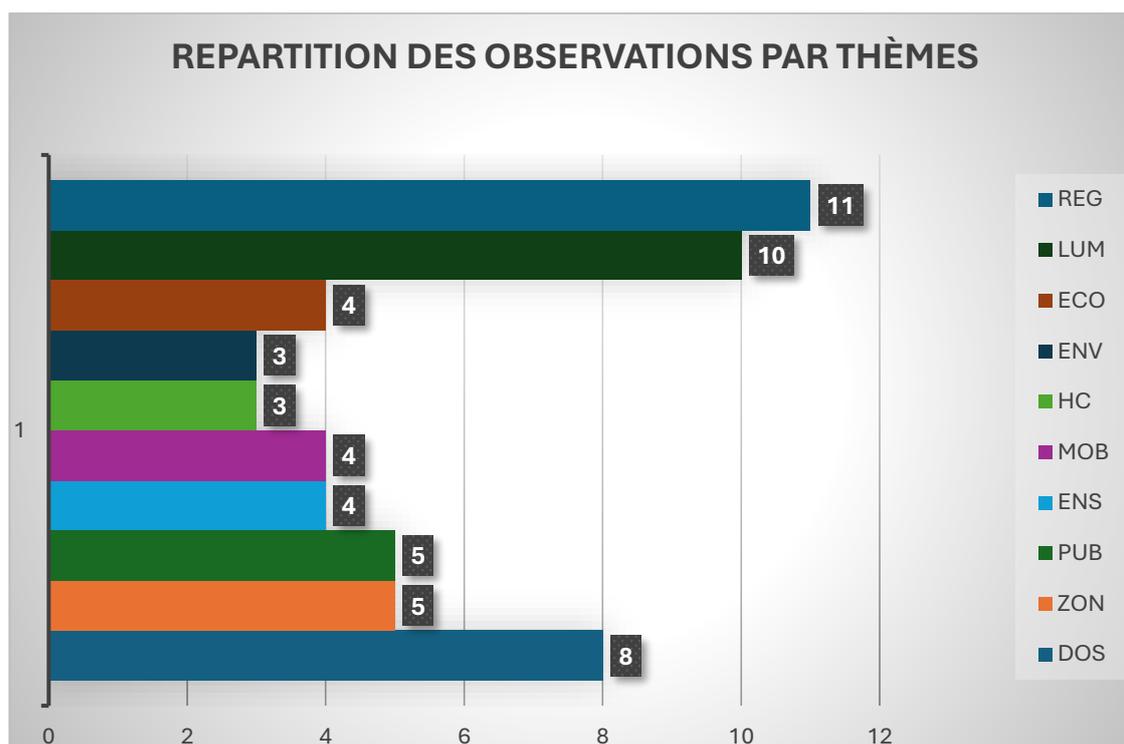
Celles - ci ont été codifiées afin de différencier leur provenance :

- OO** : reçues oralement lors des permanences ;
- W** : déposées directement sur le registre numérique ;
- @** : transmises par courriel à l'adresse dédiée du registre numérique.

Synthèse des observations recueillies au cours de l'enquête

Selon le ou les sujets abordés à travers les contributions du public, la commission a fait le choix, le cas échéant, de procéder à un découpage de celles-ci en différentes observations en fonction de leur thématique propre. Pour ce faire, les thèmes suivants, classés par ordre alphabétique, ont été préalablement définis par la commission :

DOS : Dossier - **ECO** : Économie - **ENS** : Enseignes - **ENV** : Environnement - **HC** : Hors champ
LUM : dispositifs lumineux ou numériques - **MOB** : Mobilier Urbain - **PUB** : La Publicité en général
REG : Règlement écrit - **ZON** : Règlement graphique (Zonage)



1. Les thématiques abordées

1.1 Observations d'ordre général sur le dossier (DOS)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W5.1	Association PAYSAGES DE FRANCE	<p>L'association Paysages de France souligne en préambule une réelle volonté de l'agglomération de prendre en compte les nuisances générées par l'affichage publicitaire et les enseignes à travers un certain nombre de mesures fortes.</p> <p>Toutefois ces mesures positives sont en grande partie éclipsées par d'autres portant une réelle atteinte aux paysages et ne prenant pas en compte l'impératif écologique de réduction du gaspillage énergétique (publicité numérique sur mobilier urbain, enseignes sur façade mal réglementées en zones d'activités, règle d'extinction des enseignes ne correspondant à aucun besoin des habitants, publicité numérique derrière les vitrines sur tout le territoire, absence de réglementation des enseignes temporaires, absence totale de réglementation des enseignes hors agglomération...</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Adapter en conséquence le rapport de présentation afin de préparer au mieux la transition écologique- Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques.

Réponse Grand Anancy :

- Dans un premier temps, il est à noter que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. Toutefois, de nombreuses mesures prises par le RLPI en faveur de l'amélioration du cadre de vie des habitants et usagers du territoire et de la trame noire s'avèrent avoir des incidences positives sur les consommations énergétiques :

- o Plage d'extinction nocturne :

Le projet de règlement augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires.

- o Affichage lumineux :

Les possibilités d'affichage publicitaire lumineux seraient limitées par le RLPI, qui n'autoriserait que la publicité supportée par le mobilier urbain dans 5 zones sur 7, dans la limite de 2m², et uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy. La réduction des formats des publicités au sol et muraux contribue également à diminuer la présence des affichages lumineux dans le paysage.

Dans un souci de garantir la visibilité des activités économiques, les enseignes lumineuses seraient, elles, autorisées sur l'ensemble du territoire. Toutefois, le respect de la plage d'extinction nocturne contribue à réduire à la fois la pollution lumineuse et les consommations énergétiques.

- o Affichage numérique :

La publicité numérique à l'extérieur ne serait autorisée que dans 2 zones sur 7, uniquement sur des dispositifs muraux et sur mobilier urbain et avec une superficie maximale de 2m².

Les enseignes numériques seraient uniquement admises en zone d'activité, dans la limite de 2m².

Les publicités et enseignes numériques derrière les vitrines ou baies seraient limitées en format et est soumises aux mêmes règles d'extinction nocturne que les dispositifs extérieurs.

- Concernant les enseignes temporaires, il a été fait le choix de ne pas les règlementer.
- Les enseignes hors agglomération sont règlementées par les dispositions de la ZP1, cette dernière comprenant l'ensemble des espaces hors agglomération. Ainsi, les enseignes au sol sont interdites, les enseignes en façade sont limitées à 3 dispositifs par façade, d'une hauteur de lettre maximale de 80cm, les enseignes numériques sont interdites... (cf. règlement de la ZP1a et ZP1b)

OO3	M. le Maire de Menthon	Remarque identique de ces élus : Parmi les personnes qui ont participé aux réunions de concertation, une grande majorité d'élus ou anciens élus mais très peu de personnes du Grand Public.
OO4	M. le Maire d'Alby-sur-Chéran	

Réponse Grand Annecy :

- Il est en effet regrettable, bien que fréquent, que le public se mobilise peu dans le cadre des concertations relatives à la règlementation de la publicité. De nombreuses mesures de publicités ont pourtant été mises en œuvre pour chaque réunion afin d'assurer la diffusion la plus large possible de l'information : articles de presse, publications sur réseaux sociaux, affiches, mailing... Par ailleurs, des acteurs du monde professionnels ont participé à la concertation et à l'enquête publique, participation qui a alimenté le travail réalisé sur le RLPi.

W12.1	FAURE Simon	Le projet de règlement est bon et ambitieux dans son ensemble.
--------------	--------------------	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de cette remarque. Ce projet est le fruit d'un long travail de concertation avec l'ensemble des parties prenantes (professionnels, associations, particuliers, PPA, élus communaux, élus intercommunaux).

W10.1 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>L'Union de la Publicité Extérieure propose, à travers un document de 49 pages très argumenté et riche de nombreuses illustrations, un certain nombre d'aménagements à ce RLPi du Grand Annecy, afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Toutes les propositions formulées demeurent plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), conformément à l'article L581-14 du code de l'environnement.</p> <p>En préambule à ces propositions ou préconisations, il est rappelé que La communication extérieure est le seul média qui relève du</p>
--------------------	---	---

		<p>code de l'environnement et que son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde.</p> <p>Sont ensuite précisés tous les avantages de la communication extérieure, notamment sur les plans économiques et écologiques.</p> <p>Pour cet organisme un RLP(i) se doit, sans être trop complexe, d'être lisible et source de sécurité juridique, tout en encadrant clairement les installations publicitaires.</p> <p>Le territoire doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.</p>
--	--	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de cette remarque et souligne que ces préconisations lui ont été transmises lors de la concertation. Le Grand Annecy s'engage à étudier le document produit par l'UPE afin d'analyser si ses propositions peuvent être prises en compte sans remettre en cause l'ambition politique d'amélioration du cadre de vie.

W17-1	<p>MAZIC Nathalie Secrétaire Générale du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE)</p>	<p>Le SNPE regrette qu'aucune étude d'impact des futures dispositions n'ait été faite.</p> <p>Ce projet de RLPi :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ne permettra pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux ; - conduira à terme à la disparition de l'affichage extérieur sur le domaine privé de l'agglomération et de l'activité économique qu'il génère. - Un RLPI trop restrictif priverait les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières, et nuirait au développement économique des territoires.
--------------	---	--

Réponse Grand Annecy :

- Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur. Néanmoins, tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, dès le diagnostic et jusqu'à l'aboutissement de la traduction réglementaire, le Grand Annecy a organisé des rencontres avec des professionnels de l'affichage et des acteurs économiques du territoire. Ces rencontres ont permis d'entendre et d'apprécier leurs demandes et remarques et ont permis l'évolution de plusieurs dispositions réglementaires.

Concernant le dynamisme économique du territoire, le RLPi a pour objectif de répondre à deux volets du développement de l'attractivité du Grand Annecy :

- o Amélioration de l'attractivité des activités, notamment économique, par une plus grande qualité des dispositifs d'enseignes et par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne ;
- o Amélioration de l'attractivité du Grand Annecy, pour un public local ou externe. En effet, le dynamisme économique du territoire est en partie lié au secteur touristique, qui bénéficiera de l'application du RLPi qui protège et valorise les

paysages caractéristiques du territoire et œuvre à l'amélioration du cadre de vie par une diminution de la pollution visuelle.

- Par ailleurs, le Grand Annecy a fait le choix de ne pas règlementer l'affichage temporaire, qui participe grandement au dynamisme économique local.

OO5.1

**HAVARD
Sylviane**

Synthèse des propos recueillis oralement :
- Dans le rapport de présentation (page 27), le paragraphe "La publicité lumineuse" est incompréhensible.
- Incompréhension également de la phrase encadrée en vert, "publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence".

Réponse Grand Annecy :

- Ce paragraphe pourra être clarifié.
- Cette phrase constitue l'entête du tableau indiquant les règles nationales relatives à la publicité lumineuse. La publicité supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages (projection), ainsi que celles qui sont éclairées par l'intérieur : caisson lumineux, panneaux vitrines (transparence).

W19.1 /
OO1

**JCDECAUX
Groupe**

En préambule, sont présentés les avantages de la communication extérieure. Elle est celle qui :

- contribue le plus à l'économie des territoires et aux emplois locaux
- ne représente que 6,5% des investissements en publicité totaux, à comparer avec Internet qui en capte plus de 58% ;
- est la plus performante en termes de consommation énergétique ;
- a la plus faible empreinte carbone.

Il est ensuite rappelé qu'en ce qui concerne le mobilier urbain, la collectivité :

- Maîtrise l'installation de ces derniers sur son domaine public dans le cadre de contrats passés avec l'opérateur de son choix ;
- Dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation via ce même contrat.

Ainsi est-il jugé inutile que le Grand Annecy restreigne au sein du futur RLPi les conditions d'implantation/exploitation du mobilier urbain alors que chaque collectivité en conserve l'entière maîtrise, à travers son contrat de mobilier urbain. (voir thématique MOB)

Réponse Grand Annecy :

- En effet, le mobilier urbain fait l'objet d'un contrat entre une collectivité et une société gestionnaire, permettant une plus grande maîtrise des dispositifs installés que dans le cas de panneaux publicitaires sur domaine privé. Pour cette raison, et au regard du caractère accessoire de la vocation publicitaire du mobilier urbain (article R.581-42 du code de l'environnement), le Grand Annecy a fait le choix d'autoriser ce type

d'affichage publicitaire sur l'ensemble de son territoire, à l'exception très ponctuelle de la ZP4.

- Toutefois, le Grand Annecy a fait le choix d'inscrire dans son RLPi des formats de publicité sur mobilier urbain. Il s'agit de garantir une harmonisation des règles entre les 34 communes du territoire.

1.2 Impacts économiques du projet (ECO)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W8	DA SILVA Paula	Cette personne trouve trop restrictif ce Règlement et considère que des panneaux 8 m ² de bonne qualité, modernes et entretenus ne dérangent pas le paysage. Juge ce règlement préjudiciable pour les annonceurs avec un risque assuré de pertes d'emplois. C'est tout une activité qui est touchée. Se dit fermement opposée à cette "nouvelle Loi environnementale" (dixit) !
Réponse Grand Annecy :		
<ul style="list-style-type: none">- Le Grand Annecy prend note de cet avis. Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.- Par ailleurs, la filière économique de l'affichage participe depuis de nombreuses années à l'élaboration de règlements locaux de publicité sur l'ensemble du territoire français. Son expérience lui confère une grande capacité d'adaptation aux nouvelles réglementations. Les dimensions des dispositifs publicitaires qui seraient instaurées dans le RLPI sont déjà présentes dans d'autres règlements locaux.		
W15-1	Anonyme	Contre le projet pour des raisons économiques : <ul style="list-style-type: none">- Suppression des panneaux = enrichissement des entreprises digitales étrangères + Baisse du chiffre d'affaires des entreprises locales ;- Les commerçants risquent de se tourner vers des solutions digitales pour se rendre visibles ;- Réduction de la surface de 4 m² ou 2 m² = changement des panneaux il faudra en racheter des nouveaux.
Réponse Grand Annecy :		
<ul style="list-style-type: none">- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.- De plus, la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLP. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPi ni la collectivité n'ont de prises. Par exemple, le RLPi n'est pas en mesure de privilégier des entreprises locales, il s'agit là d'un choix individuel revenant à chaque établissement lors de l'élaboration de sa stratégie de communication.		

<ul style="list-style-type: none"> - Concernant le remplacement des panneaux publicitaires, le code de l'environnement impose un délai de mise en conformité de 2 ans à compter de la date d'approbation du RLPI. 		
W23-1	Anonyme	<p>Sur le plan économique le contributeur estime que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le projet de RLPI va porter une atteinte très importante aux possibilités de communication de nombreux annonceurs locaux et régionaux ; - L'affichage sur le domaine privé disparaîtra ce qui portera préjudice à l'activité économique ; - Les annonceurs locaux se rabattront vers la communication digitale, gérée par des entreprises internationales ; - La perte des loyers par les bailleurs locaux et la perte de la TLPE pour les collectivités locales, auront un impact important sur leurs revenus.
<p>Réponse Grand Anncy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anncy prend note de ces remarques. - Le RLPI s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. - De plus, la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLP. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPI ni la collectivité n'ont de prises. Par exemple, le RLPI n'est pas en mesure de privilégier des entreprises locales, il s'agit là d'un choix individuel revenant à chaque établissement lors de l'élaboration de sa stratégie de communication. - Les impacts du projet sur la TLPE n'entrent pas dans le champ du RLPI. Toutefois, il est à noter la participation forte des communes membres du Grand Anncy dans l'élaboration du document qui leur ont permis de prendre en compte ces impacts. 		
@10.2 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>Le projet de RLPI ne présente aucune étude d'impact économique et social et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux.</p> <p>Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.</p> <p>La limitation du format des dispositifs scellés au sol à 4,75 m² et à 4 m² pour les dispositifs muraux, entraînant de facto une lisibilité dégradée du message, ne suscite pas l'intérêt des annonceurs en réseau d'affichage → Disparition du média au profit d'autres supports et d'abord à l'internet... Cela aboutira in fine à la dépose sans modification possible des dispositifs concernés et va inévitablement engendrer une perte d'emplois locaux.</p> <p>L'UPE propose pour ces dispositifs un format standardisé et uniformisé au plan national de 8 m².</p>
<p>Réponse Grand Anncy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection 		

du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur. Néanmoins, tout au long de la procédure d'élaboration du RLPi, dès le diagnostic et jusqu'à l'aboutissement de la traduction réglementaire, le Grand Anancy a organisé des rencontres avec des professionnels de l'affichage et des acteurs économiques du territoire. Ces rencontres ont permis d'entendre et d'apprécier leurs demandes et remarques et ont permis l'évolution de plusieurs dispositions réglementaires.

- Concernant la lisibilité des panneaux publicitaires, le code de l'environnement limite à 4.70m² la publicité murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine. Cette règle nationale démontre que ce format peut être efficace en matière de lisibilité tout en répondant à l'enjeu de protection du cadre de vie. En outre, ce format devenant le plus grand format admit sur le territoire, il ne fait nul doute qu'il deviendra attractif pour les annonceurs.
- Concernant la disparition du média au profit d'autres supports, il est à noter que la question des équilibres économiques entre les différents médias se situe en dehors du champ du RLPi. Ces équilibres dépendent de multiples critères, sur lesquels ni le RLPi ni la collectivité n'ont de prises.
- Un format standardisé et uniformisé au plan national de 8m² ne répondrait pas à l'un des objectifs majeurs poursuivis par le Grand Anancy dans l'élaboration de ce document, à savoir l'adaptation des règles nationales au contexte local.

1.3 Observations concernant les enseignes (ENS)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W4.3	BOUGE Félix	Les commerçants ne respectent pas l'obligation de fermer leurs enseignes lumineuses la nuit.
<u>Réponse Grand Anancy :</u>		
<ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque et travaille en parallèle de l'élaboration du RLPi aux modalités de son application pour garantir le respect des règles fixées. 		
W3	MARTIN Dany	<p>La réglementation concernant les enseignes apposées en façade perpendiculairement ou parallèlement à celles-ci, en cœur de centre historique, devrait être mieux encadrée en étant plus précise et/ou plus restrictive.</p> <p>Préconisations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limiter la hauteur autorisée pour les enseignes perpendiculaires à la façade ; - Interdire des enseignes lumineuses parallèles à la façade ; - Interdire certains matériaux type plastique pour la réalisation de ces enseignes. <p>Cette contribution est complétée par 2 Photos prises en vieille ville d'Anancy, à titre d'exemple de ce qu'il ne faudrait pas autoriser.</p>

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de cet avis.
- Concernant le format des enseignes perpendiculaires, le Grand Annecy est favorable à la mise en place d'une limitation de hauteur. Aussi, la réglementation des enseignes en ZP2a reprendra à l'identique la limitation de la hauteur des enseignes imposée par l'ancien RLP d'Annecy, soit 60 cm maximum.
- Dans un souci de visibilité des activités économiques, en particulier en période hivernale, il n'a pas été souhaité interdire les enseignes lumineuses.
- Il a été estimé que les nombreuses dispositions relatives aux enseignes en façade, inscrites dans les dispositions générales et dans le règlement de la ZP2a, suffisaient pour garantir leur qualité, sans qu'il soit nécessaire d'imposer ou d'interdire un matériau. Ce type de disposition pourrait en effet entraîner des coûts supplémentaires pour le commerçant, sans garantie d'un résultat plus qualitatif. Par ailleurs, la majorité des enseignes situées en ZP2a sont soumises à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France qui est en droit de requérir des modalités d'intégration paysagères accrues venant compléter, voire se substituer, au règlement du RLPi.

W11	Anonyme (professionnel de l'enseigne)	<p>L'interdiction formelle des panneaux de fond pour les enseignes n'est ni souhaitable ni appropriée. Si le lettrage indépendant apposé directement en façade est un choix purement esthétique, la fixation des lettres indépendantes nécessite fatalement de nombreux perçages en façade, ce qui, en cas de « turn-over » important dans un local commercial, va inévitablement conduire à un massacre de celle-ci et à un surcoût conséquent de main d'œuvre difficilement supportable par tous les commerçants. De plus, les enseignes lumineuses par diffusion ou rétro éclairage, nécessitent forcément un câblage basse tension par lettre, d'où la présence d'un rail derrière l'enseigne pas franchement esthétique. (voir les photos d'illustration du dossier).</p> <p>Préconisations : garder une forme de souplesse en préconisant du lettrage indépendant ou en imposant une uniformité des panneaux de fond quand ils sont nécessaires (comme cela se fait dans certains RLP) plutôt qu'une interdiction pure et simple.</p> <p>Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol (type totem) en ZP3, ce projet est particulièrement sévère. C'est pourtant là qu'elles sont le plus pertinentes, et ce d'autant plus que les panneaux publicitaires y sont autorisés. Ce qui depuis la route rend les publicités plus visibles que les commerces. Un non-sens ou une volonté de la Collectivité ?</p> <p>D'une manière plus générale, multiplier les contraintes administratives et budgétaires expose à un effet pervers, à savoir la multiplication des enseignes provisoires qui durent plus longtemps que nécessaire en attente de retour de commissions ou en attente de budget.</p> <p>Enfin, il faut garder à l'esprit que de nombreux commerçants n'ont pas toujours les fonds (surtout en début d'activité) pour une enseigne "haut de gamme". Or, la vie commerciale d'un centre ville est un facteur clé de qualité de vie. Y mettre trop de barrières est un jeu dangereux.</p>
-----	---	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- Concernant l'interdiction formelle des panneaux de fond pour les enseignes en ZP2a, le Grand Annecy a souhaité privilégier la préservation et la valorisation des enseignes existantes au sein des centres historiques, aujourd'hui pour la grande majorité en lettres découpées. De plus, il est à noter que le Code de l'environnement impose à l'entreprise de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en l'état durant les trois mois suivant la cessation de l'activité. Cette obligation de remise en l'état permet d'éviter la dégradation des façades.
- Concernant les enseignes en ZP3, le Grand Annecy a fait le choix de privilégier les enseignes en façades pour une intégration plus qualitative des enseignes participant à une clarification des messages véhiculés.
- Enfin, concernant les remarques générales relatives à la réglementation des enseignes en centres-villes, il est à noter que le centre-ville d'Annecy est doté depuis 2001 d'un règlement local de publicité assurant notamment la qualité des enseignes installées.

W5.4

**Association
PAYSAGES
DE FRANCE**

Limitation des enseignes sur façade pour 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.

Regret que les enseignes temporaires durent au-delà de la durée des opérations qu'elles sont censées signaler et que les enseignes hors agglomération aient été exclues du projet.

Préconisations :

- Limiter les enseignes à plat à 8 m² pour les façades de plus de 50 m² sur tout le territoire.
- Appliquer aux enseignes temporaires les dispositions des enseignes permanentes correspondant à la zone dans laquelle elles sont installées.
- Appliquer aux enseignes hors agglomération les dispositions concernant la zone ZP4.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.
- La limitation des enseignes parallèles à 8m² pour les façades de plus de 50m² sur tout le territoire serait préjudiciable à l'activité économique dans certaines zones où le recul des façades par rapport à la voie est important, telles que les zones d'activités économiques et commerciales.
- Concernant les enseignes temporaires, un RLP ne peut pas légalement les réglementer.
- Les enseignes hors agglomération sont règlementées par les dispositions de la ZP1, cette dernière comprenant l'ensemble des espaces hors agglomération. Ainsi, les enseignes au sol sont interdites, les enseignes en façade sont limitées à 3 dispositifs par façade, d'une hauteur de lettre maximale de 80cm, les enseignes numériques sont interdites... (cf. règlement de la ZP1a et ZP1b). Les règles sont identiques à celles de la ZP4.

1.4 Observations concernant les dispositifs lumineux/numériques (LUM)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W4.1	BOUGE Félix	Indigné par l'autorisation donnée aux enseignes lumineuses sur les abribus le soir et la nuit pendant l'ouverture du réseau SIBRA, alors que la métropole de Lyon l'interdit.
W6	MARCHAND Jean-Jacques	Tout en dénonçant une surproduction de logements sur ce territoire, demande que soit évitée toute publicité lumineuse ou numérique.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques.
- Le projet de règlement contribue grandement à l'apaisement du paysage nocturne. Dans un premier temps, le RLPi augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires.
- Par ailleurs, les possibilités d'affichage publicitaire lumineux seraient limitées par le RLPi, qui n'autoriserait que la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain dans 5 zones sur 7, dans la limite de 2m², et uniquement dans les communes de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Anancy. La réduction des formats des publicités au sol et muraux contribue également à diminuer la présence des affichages lumineux dans le paysage.
- De plus, la publicité numérique à l'extérieur ne serait autorisée que dans 2 zones sur 7, uniquement sur des dispositifs muraux et sur mobilier urbain et avec une superficie maximale de 2m². Les publicités et enseignes numériques derrière les vitrines ou baies seraient limitées en format et est soumises aux mêmes règles d'extinction nocturne que les dispositifs extérieurs.
- Il a été fait le choix d'admettre la publicité lumineuse sur les abris-voyageurs lors des horaires de fonctionnement du service de transport dans un souci d'harmonisation de l'extinction de l'ensemble du dispositif. Il est apparu cohérent d'étendre et d'allumer le système d'éclairage de l'abri et la publicité qu'il accueille au même moment.

W2	MARTIN Dany	S'interroge sur le pourquoi d'une réglementation différente, quant à l'heure d'extinction de l'affichage lumineux : 22h pour les publicités installées sur le domaine public et 23h pour les enseignes lumineuses installées dans le domaine privé. Préconisations : « que toutes les publicités et enseignes s'éteignent en même temps à 21h. Toutefois, pour des raisons de sécurité des passagers, l'éclairage « classique » est à dissocier des publicités accolées sur les abribus ».
----	-------------	--

Réponse Grand Anancy :

- La différence de traitement entre les publicités et enseignes lumineuses ne repose pas sur la distinction entre domaine public et privé mais plutôt sur des considérations relatives au cadre de vie. En effet, il a été estimé que les enseignes, en particulier dans les centres villes, participent à l'ambiance nocturne de ces espaces et qu'il était pour cela pertinent de les admettre plus tard que les publicités. Par ailleurs, les

enseignes lumineuses permettent une visibilité des activités économiques et commerciales locales, notamment dans les centres bourgs et centres villes.

@10.5.1 /
OO6

**Union pour
la Publicité
Extérieure
(UPE)**

Articles 11.1. Dispositions spécifiques applicables aux publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial.

Préconisations :

- Un seul et unique dispositif numérique par façade et par rue ;
- Un encombrement limité à 20% de la surface vitrée ;
- Une limitation du format à 2 m² unitaire.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques.
- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Les formats imposés pour l'affichage lumineux et numérique en vitrine permettent de répondre à ces objectifs.

@10.5.2 /
OO6

**Union pour
la Publicité
Extérieure
(UPE)**

Dispositions générales du règlement

Art. P08.3 - publicité lumineuse :

Seuil de luminance : RLPi ne définit pas de protocole permettant de déterminer précisément les valeurs « limites ». Comment dès lors apprécier concrètement le dépassement de ces valeurs ? De multiples facteurs extérieurs influent sur les résultats de luminance. Il existe donc un fort risque juridique pour la collectivité chargée de faire appliquer ces seuils sur le terrain.

Préconisation : supprimer les seuils maximum de luminance en candélas/m².

Seuil de température de couleur : une température de couleur trop basse dénature fortement le message supporté par les affiches. Cette prescription aurait donc un impact direct sur la création et sur l'intérêt du média auprès des annonceurs, et modifierait l'ensemble du parc actuel conforme, ce qui correspond à un non-sens écologique.

Préconisation : supprimer toute référence à des seuils de température de couleur au sein du RLPi.

W19.3.1 /
OO1

**JCDECAUX
Groupe**

Art.P08.3 - Publicité lumineuse

La collectivité entend fixer des seuils de luminance et de température de couleurs vis-à-vis des « dispositifs lumineux et numériques ». A ce jour aucun arrêté ministériel n'a été pris en ce sens (Art. 584.34-III du Code de l'Environnement : « La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils de luminance moyenne à ne pas dépasser, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées »). Compte tenu de la technicité du sujet, il apparaît hasardeux d'établir de tels seuils au RLPi, qui plus est inadaptés aux standards déployés par la profession.

S'agissant de la température de couleurs : une température maximale de 4000 K aura pour conséquence de dénaturer les couleurs et donc fortement dégrader la lisibilité et la perception du visuel avec inévitablement un impact très négatif sur ce secteur économique.

		<p>S'agissant des prescriptions de luminance : les modalités de contrôle n'étant pas définies au RLPi, le risque est grand de mettre en difficulté les services en charge de l'application du RLPi et d'engager in fine la responsabilité de l'autorité titulaire du pouvoir de police.</p> <p>Il n'apparaît donc pas nécessaire que le futur RLPi prévoie des restrictions de luminance et de température de couleurs 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.</p> <p>Préconisation :</p> <p>Supprimer l'article P08.3 du RLPi compte tenu des risques juridiques associés à une telle mesure.</p>
--	--	---

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques.
- Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Anancy est favorable à les supprimer. Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

W5.5	Association PAYSAGES DE FRANCE	<p>L'association regrette que des enseignes lumineuses soient détournées à des fins publicitaires dès lors que celles-ci restent allumées après l'arrêt de l'activité de l'entreprise ou du commerce.</p> <p>D'autre part il est rappelé que La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre les dispositifs de publicité numérique placés derrière une vitrine.</p> <p>Préconisations :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de la fermeture de l'établissement à l'ouverture. • Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines. • Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m². • Adapter en conséquence le rapport de présentation.
-------------	---	---

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques et souligne son ambition en matière de réglementation des dispositifs lumineux et numériques, à l'intérieur comme à l'extérieur. Il n'est toutefois pas possible d'introduire d'interdiction générale et absolue
- Pour une plus grande cohérence du paysage nocturne, une égalité de traitement entre les établissements et une facilité de mise en œuvre, il a été fait le choix d'instaurer une plage d'extinction identique pour les enseignes et les dispositifs lumineux ou numériques en vitrines.
- Les enseignes numériques sont uniquement admises en zone d'activité, dans la limite de 2m², restreignant considérablement les possibilités actuelles.

W24.1	Patrice	Concernant les vitrines et les écrans, un local vide est éteint ! La nuit, les écrans publicitaires sont sur OFF. À la rigueur, un écran d'arrêt de bus DONT le bus est encore en service...
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cet avis. Afin de permettre un paysage nocturne apaisé, le RLPi augmente considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires. Seules les publicités situées sur les abris voyageurs peuvent déroger à cette plage d'extinction pendant les horaires de fonctionnement du service de transport. 		
W20-1	VIDAL Aurélie	Contre les écrans dans les vitrines, et pour l'extinction des enseignes à 21h ou à l'heure de fermeture si elle est plus tard.
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de ces remarques et souligne son ambition en matière de réglementation des dispositifs lumineux et numériques, à l'intérieur comme à l'extérieur. - Concernant les écrans à l'intérieur des vitrines, il n'est pas possible d'introduire d'interdiction générale et absolue. - Concernant l'extinction des enseignes à 21h, le Grand Anancy souligne l'ambition forte portée déjà par le RLPi en matière d'apaisement du paysage nocturne. Le projet de règlement augmenterait considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 23h-7h pour les enseignes, soit 3h d'extinction supplémentaires. Les enseignes lumineuses permettent une visibilité des activités économiques et commerciales locales et participent à l'ambiance nocturne, en particulier dans les centres villes qui accueillent des habitants et usagers à la nuit tombée. 		
W19.3.2 / OO1	JCDECAUX Groupe	<p>Art. P08.1 : Extinction des publicités lumineuses de 22h à 7h</p> <p><u>Préconisation :</u></p> <p>Prévoir une extinction des mobiliers urbains de 23 heures à 6 heures, à l'exception des mobiliers urbains affectés aux services de transport durant les heures de fonctionnement des services.</p>
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Il a été fait le choix d'appliquer aux mobiliers urbains, accueillant à titre accessoire de la publicité, la même plage d'extinction qu'aux publicités. 		

1.5 Observations concernant les mobiliers urbains (MOB)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W19.2 / OO1	JCDECAUX Groupe	<p>Art. P0.9 : La fonction première du mobilier urbain reste les services apportés aux usagers et la communication de la collectivité (abris voyageurs, kiosques, colonnes, mâts, autres mobiliers urbains d'information). Le code de l'environnement a toutefois prévu que ces 5 types de mobiliers urbains puissent supporter de la publicité à titre accessoire.</p> <p>Préconisation :</p> <p>Maintenir le traitement spécifique du mobilier urbain au sein du futur RLPi (article P0.9-1 du RLPi et dispositions particulières au sein de chaque zone) et ce, comme le fait le Code de l'environnement dans sa sous section dédiée. Cette structuration garantit la lisibilité et la sécurité juridique du RLPi.</p> <p>Art. P0.2 : dérogation à certaines interdictions légales de publicité aux abords des monuments naturels et des éléments du patrimoine vernaculaire ou végétal identifiés comme tels par les documents d'urbanisme locaux : La ville et l'ABF peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain jugée inadaptée et ce, même si le RLPi l'autorise au préalable.</p> <p>Préconisation :</p> <p>Maintenir la dérogation prévue à l'égard de la publicité supporté par le mobilier urbain au sein de l'article P0.2 du RLPi</p> <p>Préconisations sur le format et les interdictions d'implantation du mobilier urbain :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoriser le mobilier urbain publicitaire dans l'ensemble des zones du RLPi en le plaçant sous le régime prévu par la réglementation nationale (articles R 581 42 à R 581 47 du Code de l'environnement) • Supprimer la limitation de la hauteur de publicités apposées sur mobilier urbain à 3 mètres prévue à l'article P 2 à 2 du RLPi afin de préserver les emplacements actuels de kiosques et préserver le choix pour les collectivités de se doter à l'avenir de mobiliers urbains adaptés à leurs besoins (colonnes culturelles). • Supprimer l'interdiction de publicité aux « abords de monuments naturels et éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal identifiés » ou à défaut préciser que cette disposition ne s'applique pas au mobilier urbain publicitaire. • Réintroduire la possibilité d'apposer du mobilier urbain publicitaire dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy en toutes zones du RLPi et notamment les abris voyageurs publicitaires, compte tenu des besoins des collectivités et usagers dans ces secteurs. • Réintroduire la possibilité d'apposer des abris voyageurs en ZP 4 compte tenu des besoins des usagers des transports publics dans cette zone.

		<p>Sur le mobilier urbain numérique :</p> <p>En ZP2a, la collectivité a décidé de proscrire les publicités commerciales numériques ce qui revient à y interdire le mobilier urbain numérique pourtant particulièrement efficace pour valoriser l'économie locale.</p> <p><u>Préconisation :</u></p> <p>Autoriser le mobilier urbain numérique dans un format limité à 2 m² ce dernier demeurant sous entier contrôle des collectivités.</p>
<p><u>Réponse Grand Anancy</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de ces remarques et souligne dans un premier temps que placer le mobilier urbain sous le régime prévu par la réglementation nationale serait contraire à l'un des objectifs majeurs poursuivis par la démarche d'élaboration du RLPi, à savoir l'adaptation des règles nationales au contexte local. - Concernant la hauteur des publicités sur mobiliers urbains, le Grand Anancy a fait le choix de limiter cette hauteur à 3m afin de correspondre au parc actuel constitué en majorité de publicité sur abris-voyageurs et de mobilier de type « sucette » (2m²). Les colonnes culturelles ne faisant pas partie du patrimoine annécien et n'étant pas souhaitées par la collectivité, il n'a pas été jugé nécessaire d'augmenter cette hauteur. - Concernant l'interdiction de publicité aux abords de monuments naturels et éléments de patrimoine, le Grand Anancy ne souhaite pas exclure la publicité sur mobilier urbain de cette interdiction. - Au regard de l'évolution législative apportée 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 Grand Anancy est favorable à l'autorisation de publicités sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Anancy. - La ZP4 se définissant comme des paysages particulièrement sensibles, soit du fait des vues offertes sur le paysage caractéristique du Grand Anancy, soit en raison d'un enjeu de requalification paysagère de certains axes, il a été fait le choix de les préserver de tout affichage publicitaire. Il est à noter toutefois le caractère ponctuel de cette zone qui ne concerne que 1% du territoire situé au sein des limites d'agglomération. - Concernant l'autorisation d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain, il est à noter que le RLPi admettrait déjà ces dispositifs dans deux zones, la ZP2b et la ZP3. 		
<p>W5.3</p>	<p>Association PAYSAGES DE FRANCE</p>	<p>L'association dénonce à la fois l'omniprésence de la publicité sur mobilier urbain qui porte atteinte au paysage et au cadre de vie, et l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire et plus particulièrement la publicité numérique source de réchauffement climatique et de gaspillage énergétique.</p> <p>La publicité sur les abribus représente une agression pour les usagers.</p> <p><u>Préconisations :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire la publicité numérique sur mobilier urbain. • 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.

		<ul style="list-style-type: none"> • Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants).
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de ces remarques. - La publicité numérique sur mobilier urbain ne serait admise que dans 2 zones dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Annecy et dans la limite de 2m² en ZP2b et 4m² en ZP3. - Dans l'optique de préserver le cadre de vie, il n'est pas jugé pertinent de limiter la publicité à la face externe du dispositif. - Le mobilier urbain d'information sort du champ du RLPi. - La publicité sur mobilier urbain étant régie par un contrat passé entre la collectivité et l'opérateur de son choix, la collectivité est en mesure de déterminer la localisation des dispositifs et la distance entre deux dispositifs. Aussi, il n'a pas été souhaité règlementer la densité par le RLPi mais plutôt au cas par cas, à travers les contrats de mobiliers urbains. 		
W12.2	Simon FAURE	Souhaite que soit autorisée l'installation de publicités sur le mobilier urbain (par exemple les arrêts de bus), dans les communes membres du Parc naturel régional du Massif des Bauges.
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Au regard de l'évolution législative apportée 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 Grand Annecy est favorable à l'autorisation de publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy. Ainsi, l'ensemble des communes membres du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges aurait la possibilité d'admettre la publicité sur abris-voyageurs, dans le cadre d'un contrat de mobilier urbain passé entre la commune et un opérateur. 		
W4.2	BOUGE Félix	Le Grand Annecy accepte toutes les publicités JC DECAUX en particulier sur les abribus.
<p>Réponse Grand Annecy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Annecy prend note de cette remarque. Les publicités admises sur mobilier urbain sont régies par un contrat passé entre la collectivité et une société gestionnaire. Ces contrats sont soumis à appels d'offres renouvelés régulièrement. 		



1.6 Observations concernant le règlement écrit (REG)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W18	Vincent	Peintre en lettres à Annecy, héritier de cette tradition quasi disparue, s'étonne que les lettres peintes à l'ancienne, au pinceau, ne soient pas autorisées en vieille ville d'Annecy (ZP2a) dans ce nouveau règlement et que soient autorisées les lettres découpées, qui par leur fixation mécanique impliquent de perforer les façades anciennes, risquant de les dégrader fortement. En ZP2b elles sont pourtant autorisées. Demande qu'en vertu de leur caractère traditionnel, durable et esthétique, elles soient autorisées dans le cœur historique de la ville.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cette remarque et se prononce favorablement à l'autorisation d'enseignes en lettres peintes en ZP2a.

**W19.4 /
OO1**

**JCDECAUX
Groupe**

ART. P09.2 : corriger la coquille rédactionnelle présente à date au sein de cet article qui renvoie à l'alinéa 3 inexistant de ce même article.

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de cette remarque et s'engage à corriger cette coquille.

<p>@10.4 / OO6</p>	<p>Union pour la Publicité Extérieure (UPE)</p>	<p style="text-align: center;">Dispositions générales du règlement</p> <p>Art. P0.1 (interdiction de publicité) :</p> <p>L'alinéa 4 de cet article évoque la notion « d'abords » des éléments du patrimoine vernaculaire sans définir cette notion (distance, périmètre...). De même que l'identification de ces lieux n'apparaît pas sur les plans de zonage et est difficilement décelable sur les documents d'urbanisme. Soumise à interprétation, cette disposition comporte un véritable risque juridique.</p> <p>Art. P0.3 : Dimensions (Un dispositif ne peut comprendre plus de deux faces).</p> <p>Préconisation : reformuler cet article comme suit :</p> <p>« Un dispositif publicitaire peut être composé de deux cadres ou écrans et chaque cadre ou écran peut supporter une ou plusieurs faces recevant une publicité ».</p> <p>Art. P0.5 : Distance minimale par rapport aux baies. Cet article est jugé trop limitatif. Préconisation : reformuler cet article comme suit :</p> <p>« Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades ».</p> <p>Art. P0.7 : Couleur des dispositifs</p> <p>Préconisation : supprimer toutes ces dispositions.</p> <p>Art. P0.8. : Publicité lumineuse (voir observations concernant les dispositifs lumineux)</p> <p>d) Préconisation : que les publicités et enseignes lumineuses sur domaine privé soient éteintes entre 23h00 et 06h00.</p> <p>e) Préconisation : Supprimer des seuils maximum de luminance en candélas/m².</p> <p>f) Supprimer toute référence à des seuils de température de couleur au sein du RLPI.</p> <p>Art. P0.10. : Bâches comportant de la publicité.</p> <p>Préconisation : Permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et appliquer le règlement national de publicité (RNP) pour ces dispositifs car les collectivités maîtrisent ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.</p> <p style="text-align: center;">Dispositions particulières du règlement</p> <p>a) Zone ZP2c - Articles P2c1 et P2c2 (format).</p>
-------------------------------	--	--

		<p>La communication extérieure est une activité industrielle répondant à des normes et des standards.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etablir une différenciation de format sur une même zone et pour une même campagne d'affichage reviendrait à disposer de 2 formats de dispositifs différents, de 2 formats d'affiche différents. Ce qui n'est pas envisageable pour la profession. • Le format 2,75 m² n'existe pas. • Le format de dispositif 2 m² ne peut supporter une affiche de format 120x176cm (format standard). Ce format revient donc à poser une interdiction déguisée des dispositifs muraux dans cette zone. <p>b) Zone ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 (format)</p> <p>En limitant ici le format autorisé à 4,75 m² ou 4 m², le média « grand format » va nécessairement disparaître car celui-ci n'offre qu'une lisibilité réduite pour une audience en mobilité et ne retient donc pas l'intérêt des annonceurs. Proposition : en ZP3, autoriser un format d'affiche à 8 m² / dispositif hors tout à 10,50 m².</p> <p>c) Zone ZP3 - Art P3.5 (densité) :</p> <p>Préconisation : inclure un alinéa dans cet article précisant que le linéaire minimum de l'unité foncière sur rue ne s'applique que pour les dispositifs publicitaires scellés au sol.</p>
--	--	---

Réponse Grand Annecy :

Art. P0.1 (interdiction de publicité)

- Afin de faciliter l'application du RLPi, le Grand Annecy fait le choix de remplacer la notion « d'abord » par un rayon de 20m autour des éléments cités. Ces éléments pourront éventuellement être consultés sur une plateforme cartographique commune au PLUI et au RLPI du Grand Annecy.

Art. P0.3 : Dimensions (Un dispositif ne peut comprendre plus de deux faces)

- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Annecy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.

Art. P0.5 : Distance minimale par rapport aux baies

- La distance minimale de 10 mètres par rapport à une baie d'un immeuble d'habitation est jugée pertinente pour limiter la dégradation du paysage urbain et les nuisances engendrées par les riverains.

Art. P0.7 : Couleur des dispositifs

- Ces règles concourent à garantir la bonne intégration architecturale et paysagère des dispositifs d'encadrement des publicités.

Art. P0.8. : Publicité lumineuse

- Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Annecy est favorable à les supprimer.
Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

Art. P0.10. : Bâches comportant de la publicité

- o Les bâches comportant de la publicité étant considérées comme particulièrement impactante dans le paysage, notamment du fait de leur format souvent imposant, le Grand Annecy a fait le choix de les interdire sur son territoire. La publicité sur bâche de chantier demeurerait en revanche admise.

Zone ZP2c - Articles P2c1 et P2c2 (format)

- o Afin de faciliter l'application du RLPi, le Grand Annecy est favorable à l'harmonisation des formats des publicités murales et au sol. Ce format serait fixé à 2,75m², permettant un format d'affiche standard de 120*176cm.

Zone ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 (format)

- o Ce code de l'environnement limite à 4.70m² la publicité murale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine. Cette règle nationale démontre que ce format peut être efficace en matière de lisibilité tout en répondant à l'enjeu de protection du cadre de vie. En outre, ce format devenant le plus grand format admit sur le territoire, il ne fait nul doute qu'il deviendra attractif pour les annonceurs.

Zone ZP3 - Art P3.5 (densité)

- o Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

W5.2

**Association
PAYSAGES
DE FRANCE**

Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Le plan de zonage propose 7 zones dans ce règlement, auxquelles il faudrait ajouter la distinction entre agglomérations en ou hors unité urbaine, ce qui n'aboutit à rien moins que 14 zones de publicité.

Ce morcellement entraîne des incertitudes ou manques dans le règlement :

- Articles P0.10 ou P2c.3
- Un plan de zonage très difficile à lire
- Quelques Incongruités ou incohérences (horaires différents d'extinction des publicités lumineuses sur domaine privé ou derrière les vitrines)

Préconisations :

- Reprendre l'écriture de l'article concernant la publicité sur bâche de chantier, afin de préciser que la publicité sur bâche de chantier est interdite dans les agglomération de moins de 10000 habitants.
- Faire correspondre la ZP4 à la réalité du terrain (limitée aux agglomérations).
- Reprendre l'écriture de l'article P2c.3.
- Imposer l'extinction des publicités derrière les vitrines à la fermeture de l'établissement ou à défaut de 22 h à 7 h.

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.

- S'agissant de la réglementation nationale (article R581-53 du code de l'environnement), il serait superfétatoire d'inscrire dans le règlement l'interdiction des bâches de chantier dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.
- Il n'est pas souhaité limiter la ZP4 aux agglomérations, puisque cette zone vise également à encadrer les enseignes afin d'assurer leur bonne intégration paysagère dans ces paysages sensibles. Aussi, il est tout aussi important de couvrir des périmètres à l'intérieur et à l'extérieur des agglomérations.
- La rédaction de l'article P2c.3 sera reprise eu égard à l'évolution législative apportée 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.
- La plage d'extinction nocturne relative aux enseignes de 23h à 7h s'applique aux dispositifs lumineux ou numériques situés à l'intérieur des vitrines. Cette disposition permet une harmonisation de l'extinction générale d'une activité qui devrait éteindre au même moment son enseigne en façade et les dispositifs lumineux ou numériques à l'intérieur de ses vitrines.

<p>W17-3.1</p>	<p>MAZIC Nathalie (SNPE)</p>	<p>Propositions de modifications du règlement Dispositions générales</p> <p>Art. P0.1 §4 - Modifier cet article comme suit :</p> <p>"La publicité scellée au sol est interdite dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, des éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme".</p> <p>Art. P0.3 §3 et 4 - Modifier comme suit :</p> <p>"Un dispositif publicitaire ne peut être composé de plus de deux cadres ou écrans apposés dos à dos et de même dimension. Ces cadres peuvent accueillir chacun un ou plusieurs messages publicitaires"</p> <p>Préciser que cette disposition (prévue dans cet article) ne s'applique pas aux éléments d'éclairage".</p> <p>Art. P0.5 - Modifier comme suit :</p> <p>"Un dispositif publicitaire scellé au sol 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.</p> <p>Un dispositif publicitaire mural ne peut être placé à moins de 5 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.</p> <p>Sur le même fonds, si la projection orthogonale du cadre d'un dispositif publicitaire scellé au sol sur une baie principale a pour effet de la recouvrir entièrement ou partiellement, le dispositif devra être implanté en recul de 5 mètres de cette baie.</p> <p>Le terme « baie principale » désigne les fenêtres des pièces principales (séjour, salon, salle-à-manger ...)".</p>
-----------------------	---	--

		<p>Art. P0.7 - Modifier comme suit : "La couleur des supports doit s'intégrer parfaitement dans l'environnement du lieu où les dispositifs sont installés et doit être sobre. Les couleurs fluorescentes sont interdites ».</p> <p>Supprimer le paragraphe 2/".</p> <p>Article P0.8 (Publicité lumineuse)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assouplir l'obligation d'extinction entre 23h et 6 h du matin • Supprimer les paragraphes 3/ et 4/".
<p>W17-3.2</p>	<p>MAZIC Nathalie (SNPE)</p>	<p>Propositions de modifications du règlement</p> <p>Dispositions spécifiques</p> <p>ZP2c : Zones mixtes et résidentielles</p> <p>Art. P2c.1 (Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité scellée au sol est admise dans la limite d'une surface unitaire de 5,50 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>Art. P2c.2 (Dispositif publicitaire mural) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 5,50 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>2/ Dans les autres communes, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 4,7 m² (surface de l'affiche 4m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>Art. P2c.5 (densité) :</p> <p>Retrait du linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif sur support mural.</p> <p>ZP3 Zones d'activités économiques et commerciales</p> <p>Art. P3.1 – (Dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité scellée au sol est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6m.</p> <p>Art. P3.2 – (Dispositif publicitaire mural) - Modifier comme suit :</p> <p>1/ Dans les agglomérations de 10 000 habitants ou plus ou appartenant à l'unité urbaine d'Annecy, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6 m.</p> <p>2/ Dans les autres communes, la publicité murale est admise dans la limite d'une surface unitaire de 10,50 m² (surface de l'affiche 8 m²) et une hauteur de 6 m.</p>

Art. P3.5 (densité) :

"Retrait du linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif sur support mural".

Réponse Grand Annecy

Art. P0.1 §4 :

- La volonté du Grand Annecy n'est pas uniquement de réduire la pollution visuelle provoquée par les dispositifs au sol. Considérant que les impacts visuels des dispositifs au sol ou muraux peuvent être tout aussi importants dans des zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, des éléments de patrimoine vernaculaire ou végétal et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, il a été fait le choix d'interdire l'ensemble des dispositifs.

Art. P0.3 §3 et 4 :

- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Annecy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.
- L'article P0.8. interdisant toute publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence ou autre que numérique, il est jugé que les dispositifs d'éclairage ne sont pas susceptibles de dépasser du cadre du dispositif.

Art. P0.5 :

- La distance minimale de 10 mètres par rapport à une baie d'un immeuble d'habitation est jugée pertinente pour limiter la dégradation du paysage urbain et les nuisances engendrées par les riverains.

Art. P0.7 :

- Ces règles concourent à garantir la bonne intégration architecturale et paysagère des dispositifs d'encadrement des publicités.

Art. P0.8 :

- La plage d'extinction des publicités lumineuses et numériques fixée de 22h à 7h est jugée pertinente pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- Concernant les règles de luminance et de température de couleur, au regard de la difficulté technique d'appréciation de ces dernières, le Grand Annecy est favorable à les supprimer. Le RLPi rappellera le respect des seuils de luminance déterminés par l'arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique.

ZP2c - Art. P2c.1 et P2c.2 :

- Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP2c est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre, en particulier dans cette zone résidentielle, à vocation dominante d'habitat.

ZP2c - Art. P2c.5 :

- Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

ZP3 - Art. P3.1 et P3.2 :

- Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP3 est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.

ZP3 - Art. P3.5 :

- Dans un souci d'égalité de traitement entre les publicités au sol et les publicités murales, le RLPi imposerait une règle de densité identique pour les deux dispositifs.

@10.6 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	Domaine ferroviaire en gare. Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur les parvis de la gare d'Annecy, les règles pourraient être les suivantes : <ul style="list-style-type: none">• Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;• Autorisation des dispositifs publicitaires numériques avec un format de 2 m² de surface d'écran.
------------------------	---	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques dont la prise en compte entraînerait une inégalité de traitement en faveur des publicités installées sur le domaine ferroviaire. Par ailleurs, le parvis de la gare d'Annecy constituant une vitrine du territoire, les enjeux paysagers y sont particulièrement forts. Aussi, il n'est pas souhaité être plus permissif à cet endroit.

W20-2 et W21	VIDAL Aurélie	Pour l'extinction des panneaux publicitaires aux abribus à 23h
-------------------------	--------------------------	--

Réponse Grand Annecy :

- Il a été fait le choix d'admettre la publicité lumineuse sur les abris-voyageurs lors des horaires de fonctionnement du service de transport dans un souci d'harmonisation de l'extinction de l'ensemble du dispositif. Il est apparu cohérent d'étendre et d'allumer le système d'éclairage de l'abris et la publicité qu'il accueille au même moment.

W23-2	Anonyme	Le contributeur dénonce que : <ul style="list-style-type: none">- Les territoires interdits à toutes formes de publicité sont beaucoup trop nombreux ;- les formats proposés sont en trop forte réduction par rapport à l'existant.
--------------	----------------	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques. Le RLPi s'est attaché à protéger le cadre de vie en définissant la juste place des dispositifs publicitaires ou des enseignes, tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre.

W25-1	HAVARD Sylviane	<p>Zone d'activités économiques et commerciales du Cap Périaz (ZP3) où la communication extérieure est la plus légitime. Pourtant, ce projet de RLPi accentue la diminution d'installation des dispositifs publicitaires, et réduit drastiquement les formats d'affichage ce qui conduira à une visibilité réduite.</p> <p>Préconisations de modifications du règlement écrit :</p> <p>Art. P0.3 : Préciser qu'un dispositif scellé au sol ne peut être composé de plus de 2 cadres apposés dos à dos et de même dimensions, chacun de ces cadres pouvant accueillir 1 ou plusieurs affiches.</p> <p>Art.P0.4/3 : Préciser que cette disposition ne s'applique pas aux éléments d'éclairage.</p> <p>Art.P0.8/4 : retirer cet article.</p> <p>Art.P3.1 : Demande que le format d'affiche soit porté à 8 m² pour un dispositif hors tout de 10,50 m²</p>
OO5.2	HAVARD Sylviane	<p>Observation recueillie oralement.</p> <p>Synthèse des propos recueillis :</p> <p>Seule la hauteur de l'affichage (6m) est indiquée sans précision des informations suivantes concernant l'affichage : hauteur et largeur de l'affiche, forme carré ou rectangulaire, hauteur par rapport au sol pour les publicités sur poteau ?</p>

Réponse Grand Anancy :

- Le Grand Anancy prend note de ces remarques.

Art.P0.3 :

- Le RLPi s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre. Aussi, afin d'éviter la surenchère d'affichage publicitaire susceptible de dégrader le cadre de vie et de nuire aux messages véhiculés, le Grand Anancy a fait le choix de n'admettre que les dispositifs doubles faces, tels que mentionnés dans l'article P0.3.
- L'article P0.8. interdisant toute publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence ou autre que numérique, il est jugé que les dispositifs d'éclairage ne sont pas susceptibles de dépasser du cadre du dispositif.

Art. P0.8 : Il a été estimé que l'émission de lumière générée par les dispositifs lumineux éclairés par transparence ou numériques était, d'une part, moins impactante pour la biodiversité et pour les riverains et permettait, d'autre part, une meilleure intégration paysagère des dispositifs par rapport aux dispositifs par projection.

Art. P3.1 : Le format maximal admis pour les publicités au sol et murales en ZP3 est jugé pertinent pour répondre à l'objectif d'équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.

- Concernant la réglementation de la hauteur, il est à noter que, conformément aux articles R581-26 (mural) et R581-32 (au sol), la hauteur des dispositifs se mesure par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau. Le Grand Anancy n'a pas souhaité réglementer les formes de panneaux afin de laisser toute liberté aux professionnels de l'affichage.

1.7 Observations concernant le règlement graphique (ZON)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
OO2	M. le Maire de Saint-Jorioz	Observations orales de M. Le Maire et son 1er adjoint en charge de l'urbanisme : Ils sont favorables à ce que l'avis de la DDT sur les zonages soit pris en compte.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Les observations de la DDT seront prises en compte. 		
W25-2	HAVARD Sylviane	Demande le classement en ZP3 de l'avenue de Périaz qui traverse la zone commerciale.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque et souligne que les tronçons de l'avenue de Périaz compris dans la zone d'activité et situés au sein du périmètre d'agglomération sont classés en ZP3. 		
@10.3 / OO6	Union pour la Publicité Extérieure (UPE)	<p>Sur la commune d'Epagny-Metz-Tessy, les axes traversant la zone commerciale ne correspondent absolument pas à la définition de la zone 4.</p> <p>Préconisation : Intégrer dans leur totalité ces 2 axes routiers structurant en zone ZP3.</p> <p>Le centre commercial "Carrefour" entouré d'un secteur résidentiel, est positionné en zone ZP2b où toute publicité y est interdite sur le domaine privé.</p> <p>Préconisation : réintégrer ce secteur en zone ZP3.</p> <p>Regret que les axes routiers structurants dans la ville d'Annecy ne soient pas intégrés en ZP3.</p>
W17-4	MAZIC Nathalie (SNPE)	<p>Préconisations de modifications de zonage</p> <p>Intégrer en ZP3 les deux axes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avenue d'Aix les Bains et Route des Creuses ; - Les axes structurants de la commune d'Epagny Metz Tessy dès lors qu'ils traversent la zone d'activités commerciales. <p>Ces axes sont en effet inscrits en ZP4, interdite à la publicité, sans aucune justification tirée de la protection du cadre de vie ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - La réintroduction en ZP3 des axes structurants de la commune de Chavanod dès lors qu'ils traversent la zone commerciale.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La ZP4 identifie les paysages considérés comme plus particulièrement sensibles, en leur qualité d'espaces « vitrines » du Grand Anancy. Ces espaces offrent en effet une image du territoire, soit par leur positionnement stratégique, soit par une co-visibilité de grands motifs paysagers du territoire. Aussi, il a été considéré que les axes traversant le centre commercial, telle que la D1508, constituaient des espaces sensibles de par leur 		

positionnement stratégique en entrée de territoire. Par ailleurs, il est à noter la vue qu'offrent ces axes sur la toile de fond montagnarde caractéristique du Grand Annecy.

- La ZP2c se définissant comme une zone à vocation dominante d'habitat, qui accueillent ponctuellement des commerces ou des équipements, elle s'applique de manière pertinente sur le secteur résidentiel accueillant le carrefour.
- La ZP3 concerne les zones d'activités économiques et commerciales. Les axes structurants d'Annecy n'entrant pas dans cette définition, les classer en ZP3 représenterait une erreur manifeste d'appréciation.
- A l'exception du giratoire d'entrée de ville, l'avenue d'Aix les Bains traversant la zone d'activité est classée en ZP3.
- Afin de protéger certaines portions jugées particulièrement sensibles d'un point de vue paysager, la route des Creuses est partiellement classée en ZP4.
- De même, à l'exception de certaines portions jugées particulièrement sensibles au regard à leur positionnement en entrée de ville ou des vues dégagées sur le grand paysage, les axes traversant la zone commerciale de Chavanod sont classés en ZP3.

W22

**BRUNO
Vanessa
maire de
Veyrier-du-Lac**

Tout en précisant que l'avis défavorable de la commune émis dans la délibération du Conseil municipal en date du 12 février 2024, ne remet pas en question le projet d'élaboration du RLPI, auquel la commune a fortement participé, madame la maire de Veyrier-du-Lac, reformule le souhait que soient prises en compte les demandes de modification de zonage suivantes :

Zone ZP2c :

- différencier les secteurs situés le long des départementales où il serait souhaitable de réduire fortement les possibilités d'installation de publicités et préenseignes murales, des secteurs situés le long des routes communales où il serait souhaitable de les interdire totalement ;
- La commune s'oppose à ce que la publicité murale et les préenseignes murales soient autorisées jusqu'à 2 m² dans cette zone.

Zone ZP4 :

Intégrer dans le zonage ZP4, où la publicité est interdite, l'ensemble des routes panoramiques afin de préserver au maximum la vue. (Route panoramique du haut dite de la Corniche et route panoramique du bas dite Route du Crêt des Vignes).

Réponse Grand Annecy :

- Le RLPI s'est attaché à trouver un équilibre entre protection du cadre de vie, des paysages du territoire et préservation de la liberté d'expression, de communication et d'entreprendre.
- Le RLPI ne distingue pas les possibilités d'affichage en fonction des types de route (départementale ou communale). Toutefois, il est à noter qu'une grande partie de la commune est concernée par un zonage en ZP2a, du fait de la présence d'un monument historique. Cette zone n'admettant que la publicité sur mobilier urbain, la publicité murale y sera de fait interdite.
- L'interdiction des publicités murales en ZP2c risquerait de porter atteinte à l'activité économique. Par ailleurs, les publicités murales étant aujourd'hui admises jusqu'à 4,70² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Annecy, il est à souligner la volonté du Grand Annecy de réduire les formats admis. De plus, la règle de densité inscrite en ZP2c interdit toute publicité pour les unités

foncières dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation est inférieure à 25m et n'autorise qu'une seule publicité pour les unités foncières supérieures à 25m.

- A la suite d'échanges avec la Commune de Veyrier-du-Lac celle-ci est d'accord pour ne pas modifier son zonage ZP2C (zone mixte et résidentielle) et pour ne pas modifier les règles concernant les publicités murales au sein de la ZP2C.
- Le Grand Annecy est favorable à la demande de la Commune d'intégrer en ZP4 les routes panoramiques citées ci-dessus.



1.8 Remarques d'ordre général sur la publicité (PUB)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W7	Anonyme	<p>La publicité sur le mobilier urbain peut apporter des avantages économiques et sociaux considérables sans pour autant empiéter sur la beauté de la ville. La clé est de trouver un équilibre qui respecte les besoins des annonceurs, des résidents, et de l'environnement.</p> <p>Le "rétrécissement" des formats entraînera une perte en visibilité pouvant léser les commerces locaux, alors que la mission première des panneaux publicitaires est d'informer et de communiquer.</p> <p>Et quelles autres alternatives pour communiquer sinon les journaux (en perte continue de lecteurs), la télévision, les flyers, ou encore les réseaux sociaux/e-mails énergivores et pollueurs ?</p>

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ses remarques.
- Concernant la perte de visibilité, le RLPi a pour objectif de répondre à deux volets du développement de l'attractivité du Grand Annecy :
 - o Amélioration de l'attractivité des activités, notamment économique, par une plus grande qualité des dispositifs d'enseignes et par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne ;
 - o Amélioration de l'attractivité du Grand Annecy, pour un public local ou externe. En effet, le dynamisme économique du territoire est en partie lié au secteur touristique, qui bénéficiera de l'application du RLPi qui protège et valorise les paysages caractéristiques du territoire et œuvre à l'amélioration du cadre de vie par une diminution de la pollution visuelle.

W24.2	Patrice	<p>L'affichage publicitaire publique est malhonnête (trompeur) dès qu'il comporte des petits caractères (évidemment invisibles en mouvement ou sans s'en s'approcher).</p> <p>Les injonctions à la consommation sont malhonnêtes (trompeuses).</p>
-------	---------	--

Réponse Grand Annecy :

- Le Grand Annecy prend note de ces remarques.

W9	Anonyme	Cette personne dit comprendre la "régularisation" des panneaux d'affichage 8 m ² et 12 m ² surtout en colle et en trivision (dixit) mais conteste le format de 4m ² proposé dans ce projet de RLPi qui limite fortement la visibilité de ces panneaux pour les annonceurs.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cet avis. Le RLPi s'est attaché à protéger le cadre de vie en définissant la juste place des dispositifs publicitaires ou des enseignes, tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre. 		
W14	Anonyme	La publicité devrait être progressivement réduite de manière générale. Au nom de la sobriété, commençons par la publicité consommatrice d'énergie et nécessitant des écrans. Au nom de la nuit, il est urgent d'éteindre ces écrans à 23 heures.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque. Il est à noter que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. Toutefois, de nombreuses mesures prises par le RLPi en faveur de l'amélioration du cadre de vie des habitants et usagers du territoire et de la trame noire s'avèrent avoir des incidences positives sur les consommations énergétiques. En particulier, le projet de règlement augmente considérablement la durée de la plage d'extinction nocturne, passant de 1h-6h à 22h-7h pour les publicités et 23h-7h pour les enseignes, soit 3 à 4h d'extinction supplémentaires. 		
W17.2	MAZIC Nathalie (SNPE)	Rappelle que le mobilier urbain publicitaire est majoritairement réservé aux annonceurs nationaux alors que l'affichage extérieur relève du domaine des sociétés d'affichage pouvant être locales. Ces sociétés contribuent au pouvoir d'achat des bailleurs privés des communes qui louent leur propriété à des fins publicitaires.
<p>Réponse Grand Anancy :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cet avis. L'objectif premier de la réglementation de l'affichage extérieur est la préservation du cadre de vie urbain et naturel. Le Grand Anancy a recherché un équilibre entre les enjeux de préservation de la qualité paysagère, urbaine et architecturale du territoire et celui du renforcement du dynamisme économique et commercial tout en préservant les libertés fondamentales d'expression, de communication et d'entreprendre. 		



✚ 1.9 Observations concernant l'impact environnemental du projet (ENV)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W12.3	FAURE Simon	Souhaite que les mêmes règles s'appliquent au privé et au public dans les communes membres du PNR des Bauges (pas de publicités ou préenseignes) afin d'en protéger le cadre paysager.
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cet avis. Toutefois, l'observation W12.2 du même auteur demandait l'autorisation de « l'installation de publicités sur le mobilier urbain (par exemple les arrêts de bus), dans les communes membres du Parc naturel régional du Massif des Bauges. », contredisant cette observation. - Il est toutefois à noter que la publicité est fortement limitée dans les communes membres du PNR des Bauges. En effet, seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine d'Anancy, soit 3 communes (Sevrier, St Jorioz et Duingt). 		
W15-2	Anonyme	Réduction de 4 m ² ou 2 m ² = changement des panneaux, donc impact écologique. Les panneaux existants seront à détruire !
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cette remarque. 		
W23-3	Anonyme	Le contributeur souligne le fait que la communication digitale crée une consommation d'énergie sans commune mesure avec la publicité par affichage extérieure.
<p><u>Réponse Grand Anancy :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Grand Anancy prend note de cet avis, qui sort du champ du RLPI, et souligne que les choix effectués dans un règlement local de publicité ne peuvent être justifiés au regard d'objectifs liés aux consommations énergétiques car le Code de l'environnement envisage la publicité sous l'angle de la lutte contre les nuisances et la protection du cadre de vie, et non sous l'angle de la sobriété. 		



✚ 1.10 Pour information, observations classées hors champ par la commission d'enquête (HC)

N° Obs.	NOM	Résumé des observations
W 1	Anonyme	Cette personne regrette la construction de 350 à 400 logements sur une zone marécageuse. NDLR : aucun lien avec l'EP du RLPI.
W13	Anonyme	Dénonce les "publicitaires" en général, sans apporter d'arguments pour justifier sa critique et sans faire référence au RLPI du Grand Anancy.

W16	DORANGE Guillemette	Demande le déplacement d'un totem de signalétique indiquant la route à suivre pour se rendre au Campus de Groisy.
-----	--------------------------------	---

2. Questions complémentaires de la commission d'enquête

2.1 Questions relatives à l'avis des PPA

La commission souhaiterait connaître les suites qui seront données par la collectivité aux différentes remarques, demandes, voire réserves émises par les PPA au titre de l'Art. L.153-16 du code de l'urbanisme et notamment pour celles énumérées ci-dessous :

- Demandes de la DDT et la CNDPS :
- fournir des zonages cartographiques à plus haute définition ;
- modifier marginalement les zonages proposés selon le document annexé ;
- corriger les contre-sens du règlement écrit ;
- mentionner clairement que les préenseignes permanentes sont soumises aux mêmes règles que les publicités.
- Demandes de modifications de zonage des communes de Veyrier-du-Lac et de Poisy
- L'avis très réservé de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de Savoie et Haute Savoie concernant le règlement des zones ZP1a et ZP2a

Réponse Grand Anecy :

Les demandes de la DDT, de la CNDPS et des communes de Veyrier-du-Lac et de Poisy seront prises en compte dans le projet qui sera modifié en conséquence. Une fois le document approuvé, les zonages cartographiques seront disponibles en ligne, au même titre que le zonage du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal. Il sera donc possible d'identifier la réglementation applicable à chaque parcelle.

Concernant l'avis de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP) relatif à l'autorisation des enseignes au sol en ZP1b, le Grand Anecy a pris en compte cette remarque et est favorable à n'admettre les enseignes au sol que pour les activités dont la façade est située à plus de 20 mètres d'une voie ouverte à la circulation ou lorsque la façade n'est pas visible depuis la voie publique. Cette disposition permettra ainsi de limiter le nombre d'enseignes au sol le long des axes tout en permettant aux activités de se signaler de manière efficace.

Concernant l'avis de l'UDAP relatif à la hauteur des enseignes en façades en ZP1b, il a été fait le choix de ne pas modifier la règle inscrite dans le RLPi, notamment eu égard aux limitations imposées pour les enseignes au sol et au recul souvent important de ces activités par rapport à la voie. Les taux d'occupation de la façade fixés par le Code de l'environnement sont jugés suffisant pour garantir la bonne intégration paysagère des enseignes.

Concernant l'avis de l'UDAP relatif aux enseignes parallèles à la façade en ZP2a, le Grand Anecy a sollicité l'avis des communes concernées par une ZP2a sur leur territoire. Les communes de Veyrier-du-Lac, d'Anecy, de Talloires-Montmin, de Nâves-Parmelan et de Fillières sont favorables à cette modification de règle. La Commune de Menthon-Saint-Bernard est défavorable à cette modification. Le Grand Anecy va proposer aux instances politiques de suivre l'avis de l'UDAP 74 concernant la taille des lettres des enseignes en ZP2a et ainsi être conforme à l'AVAP de la Ville d'Anecy.

2.2 Autres questions de la commission

- La commission souhaiterait connaître par quels moyens la collectivité envisage-t-elle d'accompagner les différents acteurs concernés (commerçants, communes, professionnels de la communication extérieure...) afin d'assurer la mise en œuvre et la bonne application de ce RLPi, une fois adopté.

Réponse Grand Annecy :

La réglementation nationale ne prévoit pas de compensation financière des professionnels, des commerçants et chefs d'entreprises ou des propriétaires fonciers louant leur bien comme support. La création par le Grand Annecy d'un mécanisme de compensation financière n'aurait donc aucune base légale.

La loi ne prévoit pas, pour des dispositifs implantés, de droit acquis donnant droit à indemnisation ou compensation car elle organise un délai de mise en conformité de 6 ans (pour les enseignes) ou de 2 ans (pour les publicités) à compter de la date d'approbation du RLP.

De plus pour les publicités, un contrat de louage entre un propriétaire d'un immeuble support et la société d'affichage ne peut pas excéder une durée de 6 ans en application du code de l'environnement.

Afin de diffuser l'information au plus grand nombre, de sensibiliser et de s'assurer de la mise en œuvre du RLPi, des guides et fiches pratiques seront élaborés et partagés aux acteurs concernés. Par ailleurs, une réflexion est en cours pour proposer aux communes un atelier de prise en main du futur RLPi, de même qu'une présentation du document aux acteurs économiques concernés par le RLPi.

- La question de la publicité extérieure en zone commerciale ZP3 a souvent été abordée, notamment à propos de l'article P3.5 (densité) qui semble très restrictif pour une zone à vocation commerciale. La commission, ne trouvant pas très convaincante la justification fournie dans le rapport de présentation, s'interroge sur les raisons qui ont motivé de telles mesures.

Réponse Grand Annecy :

L'une des orientations ayant guidé l'élaboration du RLPi est la volonté de qualifier et maîtriser les dispositifs d'affichage pour améliorer la lisibilité et l'attractivité des zones d'activité économiques. Au-delà de l'amélioration du cadre de vie, par la réduction de la pollution visuelle, cette ambition bénéficie à l'attractivité des activités, par une diminution de la cacophonie visuelle créée par des formats publicitaires masquant le message promotionnel de proximité qu'est l'enseigne. C'est pourquoi il a été souhaité, au sein de ces zones, de valoriser les enseignes au profit des publicités.

- Tout comme plusieurs organisations professionnelles qui se sont manifestées au cours de cette enquête, et bien que non obligatoire d'un point de vue réglementaire, la commission estime regrettable qu'aucune étude d'impact économique ou sociale n'ait été envisagé par la collectivité. Quelles en sont les raisons ?

Réponse Grand Annecy :

Il résulte de l'article L. 581-2 du code de l'environnement que les choix et les règles du RLP ne peuvent être justifiés que par des considérations liées directement à la protection du cadre de

vie. La réalisation d'une étude d'impacts socio-économique n'est imposée par aucune disposition légale et réglementaire en vigueur.

Par ailleurs, la réalisation d'une étude d'impact du projet sur les publicités nécessiterait un diagnostic exhaustif des publicités implantées sur le territoire, de leur implantation, de leur format et de leur caractère lumineux ou numérique. Ces informations ne sont pas connues du Grand Anancy, le diagnostic réalisé dans le cadre de l'élaboration du RLPi se basant sur un inventaire réalisé sur un linéaire de voirie défini par un véhicule doté d'une caméra ne permettant pas une si grande précision. Le délai de mise en conformité fixé par le code de l'environnement étant de 2 ans pour les publicités, il est probable que le parc publicitaire aurait évolué, rendant les conclusions de cette étude contestables.

La réalisation d'une étude d'impact du projet sur les enseignes nécessiterait également un diagnostic exhaustif des enseignes du territoire permettant de connaître leur nombre, leur superficie, la hauteur des lettres en façade, leur pourcentage d'occupation de la façade commerciale, la mutualisation éventuelle pour les activités situées sur une même unité foncière, leur caractère lumineux ou numérique... Or, le code de l'environnement fixant un délai de mise en conformité des enseignes de 6 ans, et au regard du rythme de turn-over des activités et des changements spontanés d'enseigne par les commerçants, les résultats de cette étude seraient caducs 6 ans après l'approbation du RLPi.

Anancy, 22 juillet 2024

Pour la commission d'enquête,

Le Président



Dominique Miscioscia

Anancy, le 17 septembre 2024,

Pour le Grand Anancy,

Monsieur Christian ANSELME,

Vice-Président à l'aménagement des territoires et à la préservation des espaces naturels

