



RÉVISION DU

# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## Présentation du Projet du RLP



*Réunion publique du 16 janvier 2023*

# Sommaire

---

## **1. Qu'est ce qu'un Règlement Local de Publicité ?**

- *Dispositifs visés par le RLP*
- *Procédure et composition du RLP*

## **2. Pourquoi un nouveau RLP ?**

- *Le RLP approuvé le 29 avril 1998*
- *Nécessité de réviser le RLP de 1998*
- *Les objectifs de la révision*

## **3. Les enjeux identifiés sur le territoire de Saint-Maximin la Sainte-Baume**

## **4. Le nouveau zonage**

## **5. Les nouvelles règles**

- *Publicités – Préenseignes – Enseignes scellées au sol*
- *Enseignes murales*



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 1. Qu'est ce qu'un RLP

Le champ d'application du RLP

# Qu'est ce qu'un RLP

---

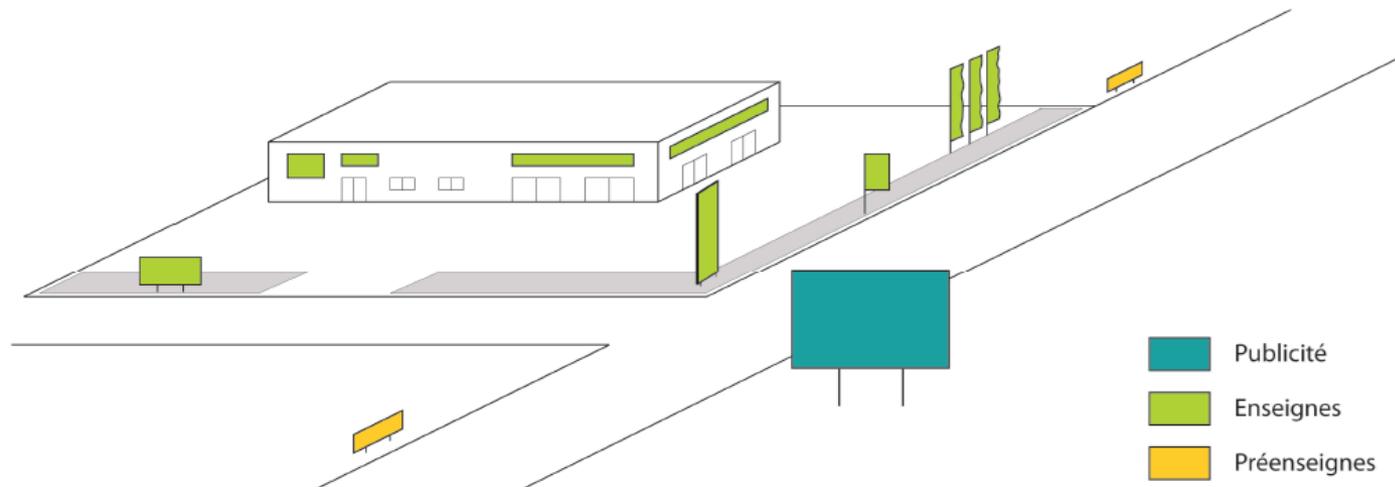
**Document réglementaire** opposable aux tiers

- ▶ **But du RLP : adapter les règles nationales au contexte local**
- ▶ Définit des règles locales **obligatoirement plus restrictives** que la réglementation nationale (Code de l'Environnement)
- **Intérêt pour la commune : pouvoir au Maire**

# Dispositifs visés par le RLP

- **Les publicités** : « constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, **toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention**, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités » (Article L581-3 1°)
- **Les enseignes** : « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce** » (Article L581-3 2° )
- **Les préenseignes** : « Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image **indiquant la proximité** d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (Article L581-3 3°)

**Les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant la publicité.**



# Définitions des dispositifs visés par le RLP

## Exemples de dispositifs



# Procédure et Composition du RLP

---

**Procédure d'élaboration et documents calqués, depuis la loi du 12 juillet 2010 (Grenelle 2) et son décret d'application du 30 janvier 2012, sur celle du PLU**

## **Composition :**

- ▶ Un rapport de présentation
- ▶ Un règlement
- ▶ Des documents graphiques annexés au PLU :
  - Carte de zonage
  - Carte des **limites d'agglomération**

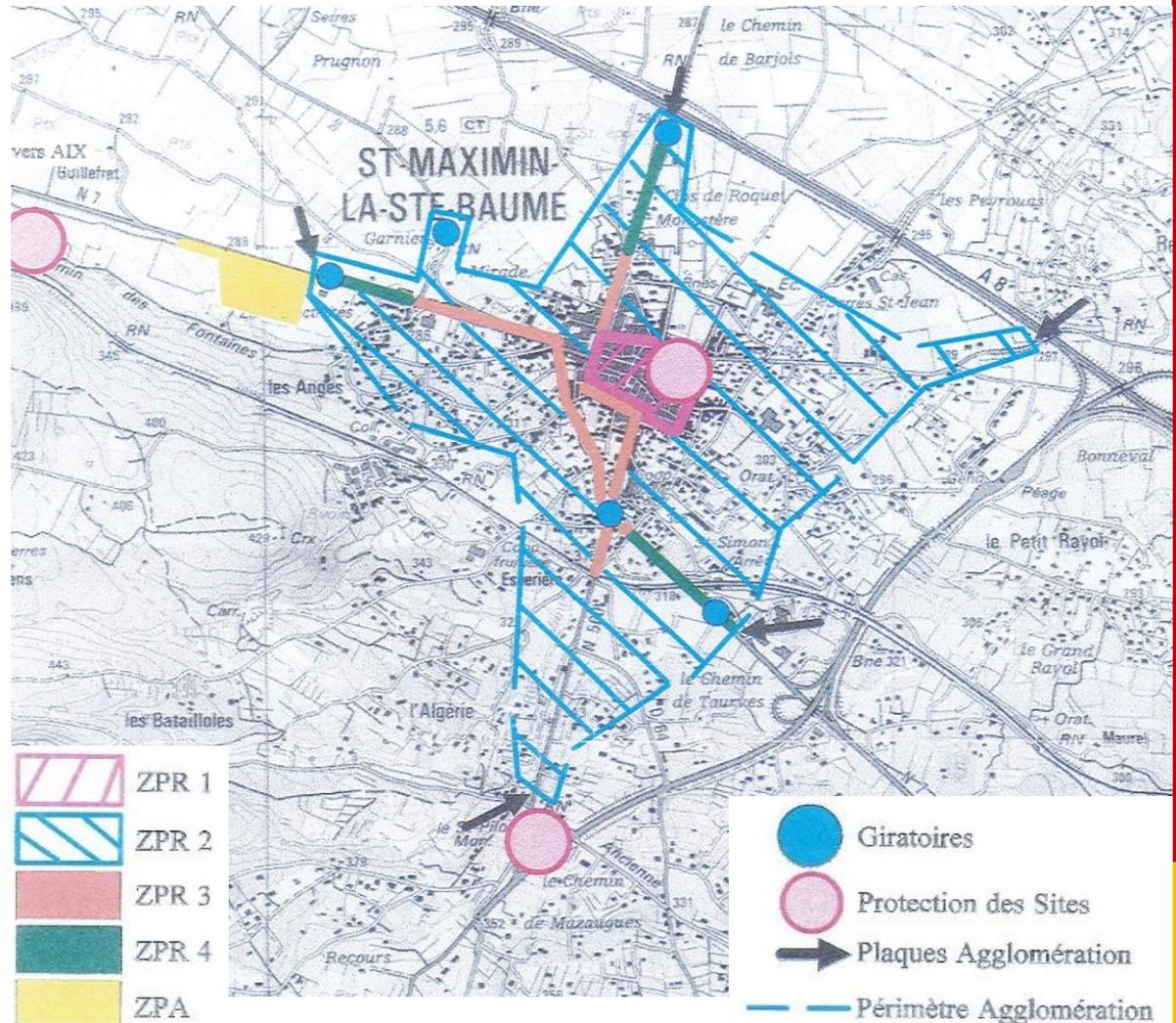


# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 2. Pourquoi un nouveau RLP ?

# Le RLP approuvé le 29 avril 1998

- Un RLP de 1<sup>ère</sup> génération « 1G » défini dans le cadre de la 1<sup>ère</sup> réglementation d'ensemble de l'affichage publicitaire extérieur et des enseignes de la loi n°79-1150 du 29 décembre 1979
- 4 Zones de publicité restreinte :
  - ▶ ZPR1 : Centre ancien
  - ▶ ZPR2 : l'agglomération
  - ▶ ZPR3 : Voie de circulation principales du centre-ville
  - ▶ ZPR4 : les pénétrantes
- 1 Zone de Publicité Autorisée
  - ▶ ZPA : secteur externe et interne de la Zone Artisanale d'Aix
- Un RLP « 1G » relativement souple et reposant souvent sur le Règlement National de Publicité (RNP)



# Nécessité de réviser le RLP de 1998

---

- Modifications de la législation avec la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 dite **Grenelle 2** et son décret d'application du 30 janvier 2012 pour adapter la législation au regard de la progression de la publicité liée à l'évolution de l'urbanisation (notamment en entrée de ville) et au développement de nouveau dispositif publicitaire.
- La loi Grenelle 2 introduit aussi une **date limite de validité des RLP « 1G » : au 14 janvier 2021 :**
  - ➔ **Le RLP de St-Maximin est donc caduc => retour à l'application du règlement national de publicité**
    - ↳ **Nécessité de définir un nouveau RLP pour adapter le règlement national au contexte spécifique de St-Maximin**

# Les objectifs de la révision du RLP

---

## Objectifs inscrits dans la délibération du conseil municipal en date du 5 mars 2020

- Prendre en compte la loi Grenelle 2
- Prendre en compte le **développement de la ville** et ses futurs projets.
- Conserver les **particularités paysagères** de la commune, garantir la valorisation de son **patrimoine bâti**, et préserver la qualité du **cadre de vie** et de l'environnement
- **Améliorer l'image** de Saint-Maximin-la-Sainte-Baume perçue depuis les **entrées de ville** et les principales voies de circulation, en luttant contre les pollutions visuelles.
- **Limiter la pollution visuelle** des dispositifs publicitaires en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation,
- **Améliorer l'intégration des enseignes, préenseignes** et publicités dans le paysage urbain, naturel et agricole.
- Prendre en compte les **enjeux spécifiques du centre ancien** et notamment les perspectives sur la basilique Sainte-Marie-Madeleine, et ceux découlant de la charte du Parc naturel régional de la Sainte-Baume.



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 3. Les enjeux identifiés sur le territoire de Saint-Maximin

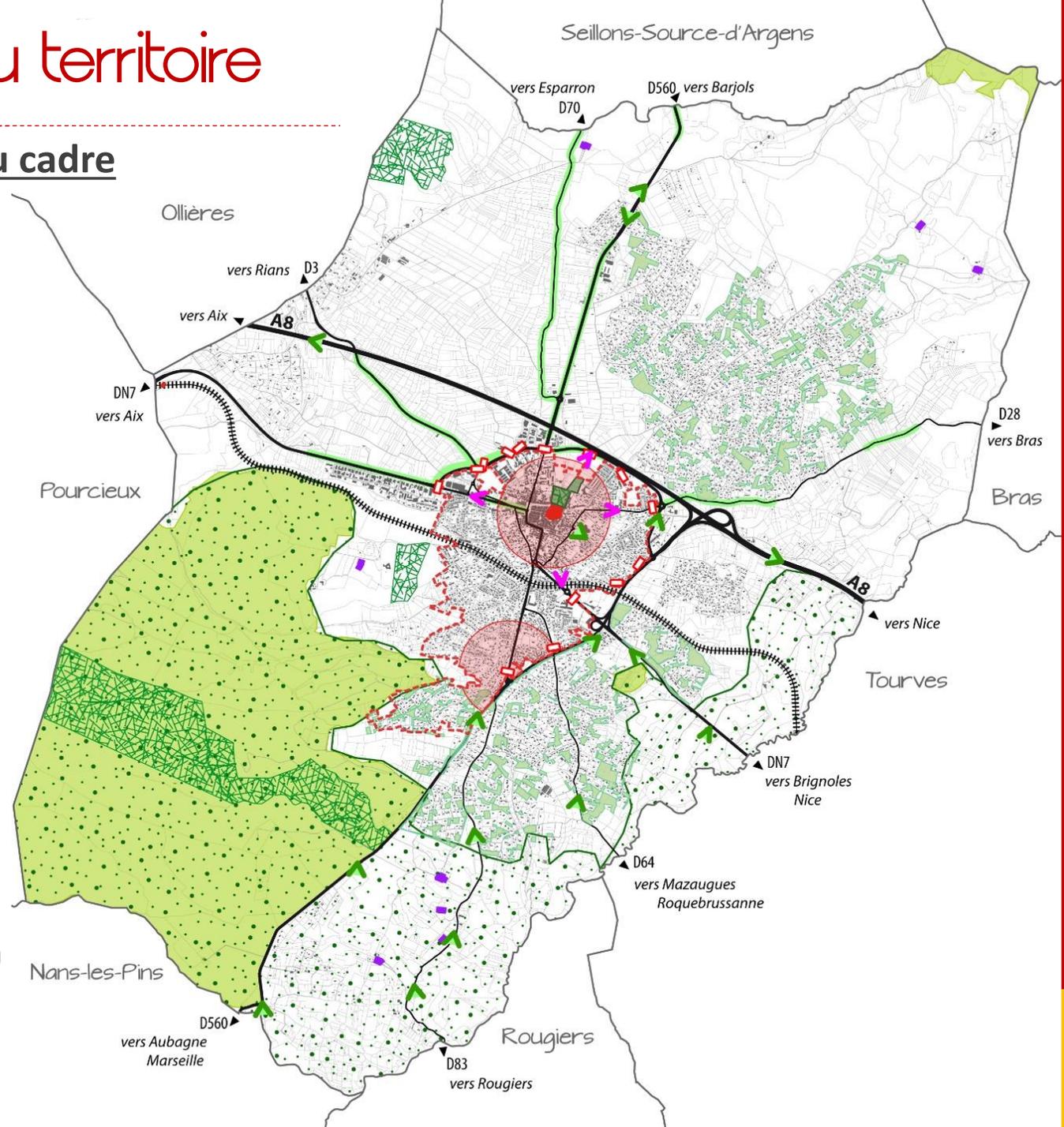
Les enjeux au regard du cadre législatif et du diagnostic de terrain

# Enjeux du territoire

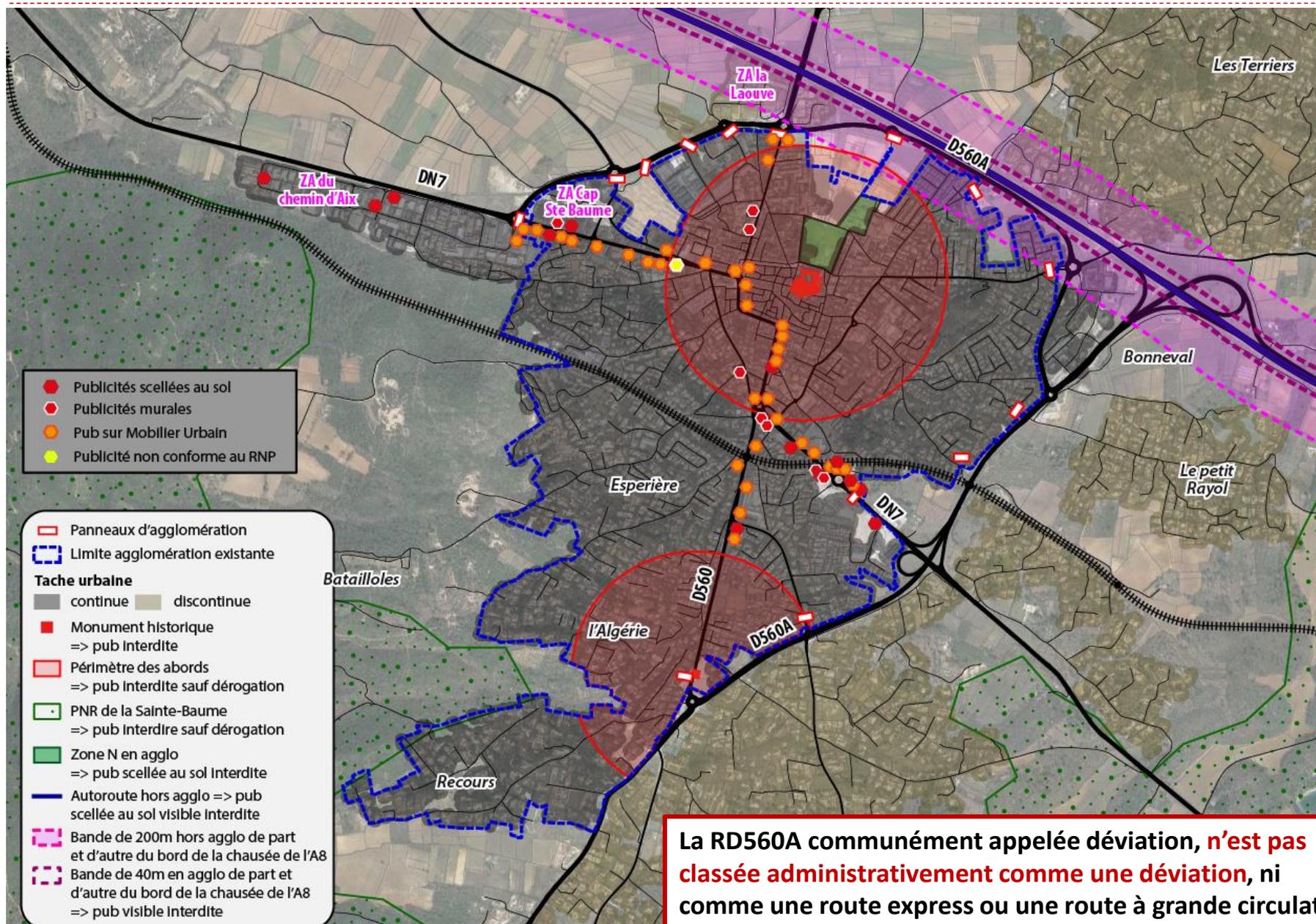
## Les enjeux au regard du cadre législatif

Les secteurs à enjeux urbains, environnementaux, patrimoniaux et paysagers devant être pris en compte dans le projet de RLP

-  Panneaux d'agglomération
-  Limite d'agglomération
-  Monuments historiques
-  Périmètre des abords en agglo
-  Patrimoine bâti du PLU
-  PNR de la Sainte-Baume
-  Zone N en agglomération
-  Espaces Naturels Sensibles
-  ZNIEFF de type II
-  Cônes de vue remarquables du PLU
-  Patrimoine végétal et continuités écologiques et paysagères du PLU
-  Paysage de route de qualité
-  Points de vue remarquables



# Zoom des enjeux sur l'agglomération

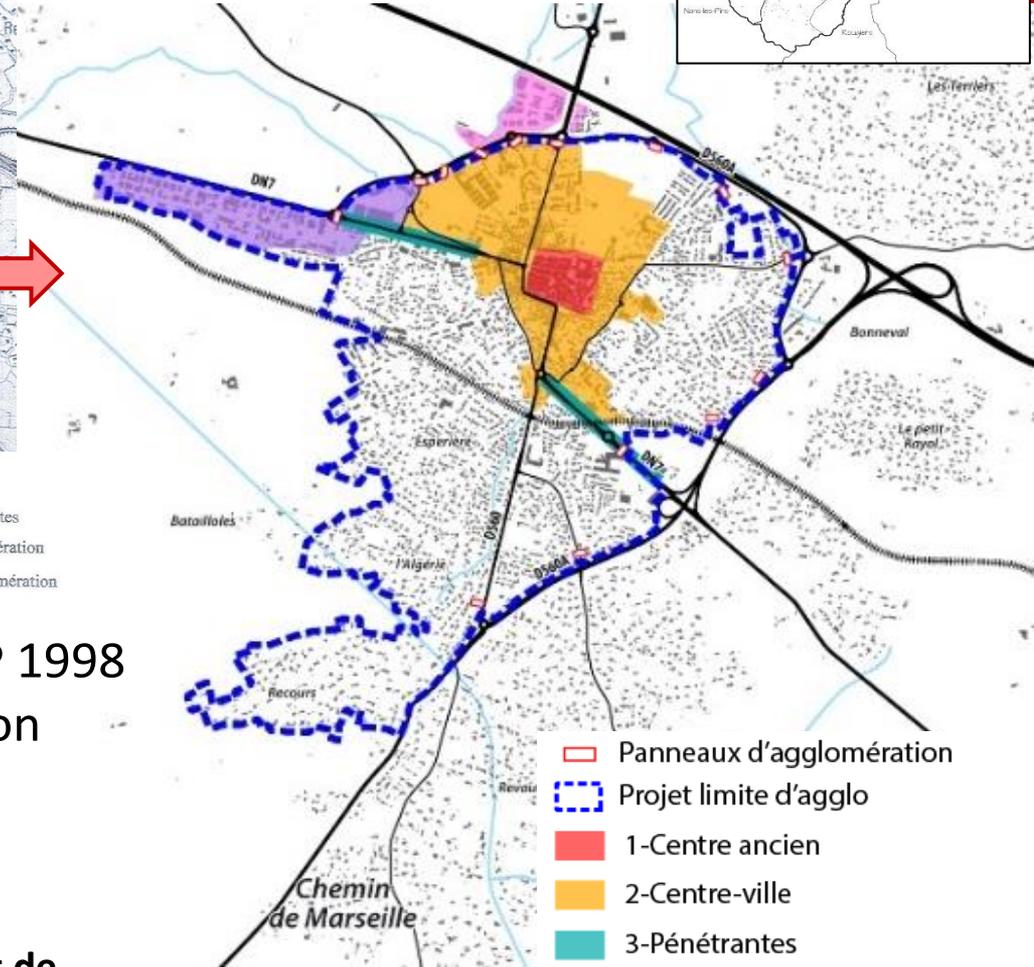
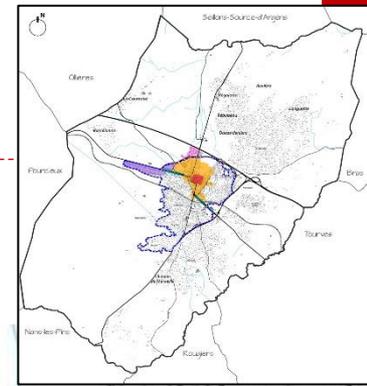
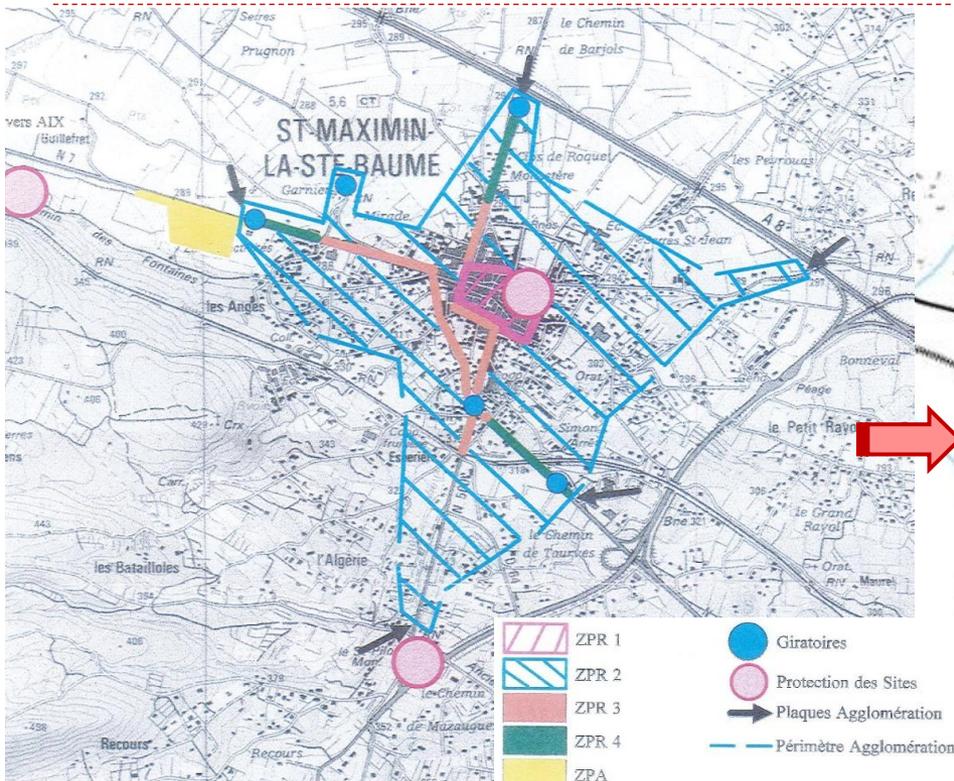




# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 4. Le nouveau zonage

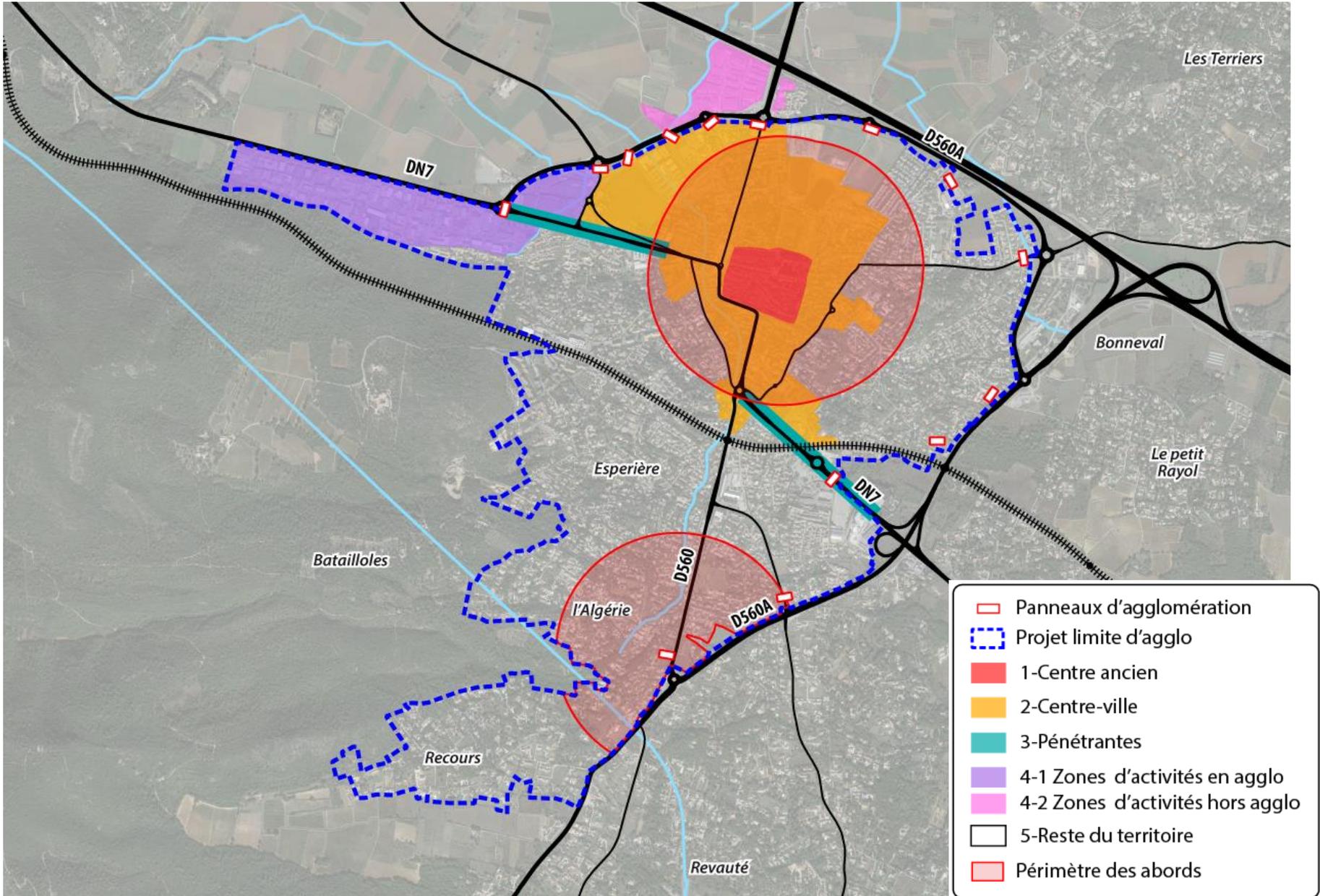
# Projet de zonage



- Panneaux d'agglomération
- - - - - Projet limite d'agglomération
- 1-Centre ancien
- 2-Centre-ville
- 3-Pénétrantes
- 4-1 Zones d'activités en agglomération
- 4-2 Zones d'activités hors agglomération
- 5-Reste du territoire

- Un zonage simplifié par rapport au RLP 1998 et mis à jour par rapport à l'urbanisation actuelle :
- ▶ La ZA route d'Aix est incluse dans le périmètre d'agglomération
- ▶ Maintien du zonage spécifique des giratoires et de l'interdiction de la publicités dans le périmètre des abords des monuments historiques

# Projet de zonage-Zoom agglomération





# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 5. Les nouvelles règles

- PUBLICITES
- PREENSEIGNES
- ENSEIGNES SCELLEES AU SOL OU APPOSEES SUR LE SOL



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## Zone 1. Le Centre ancien



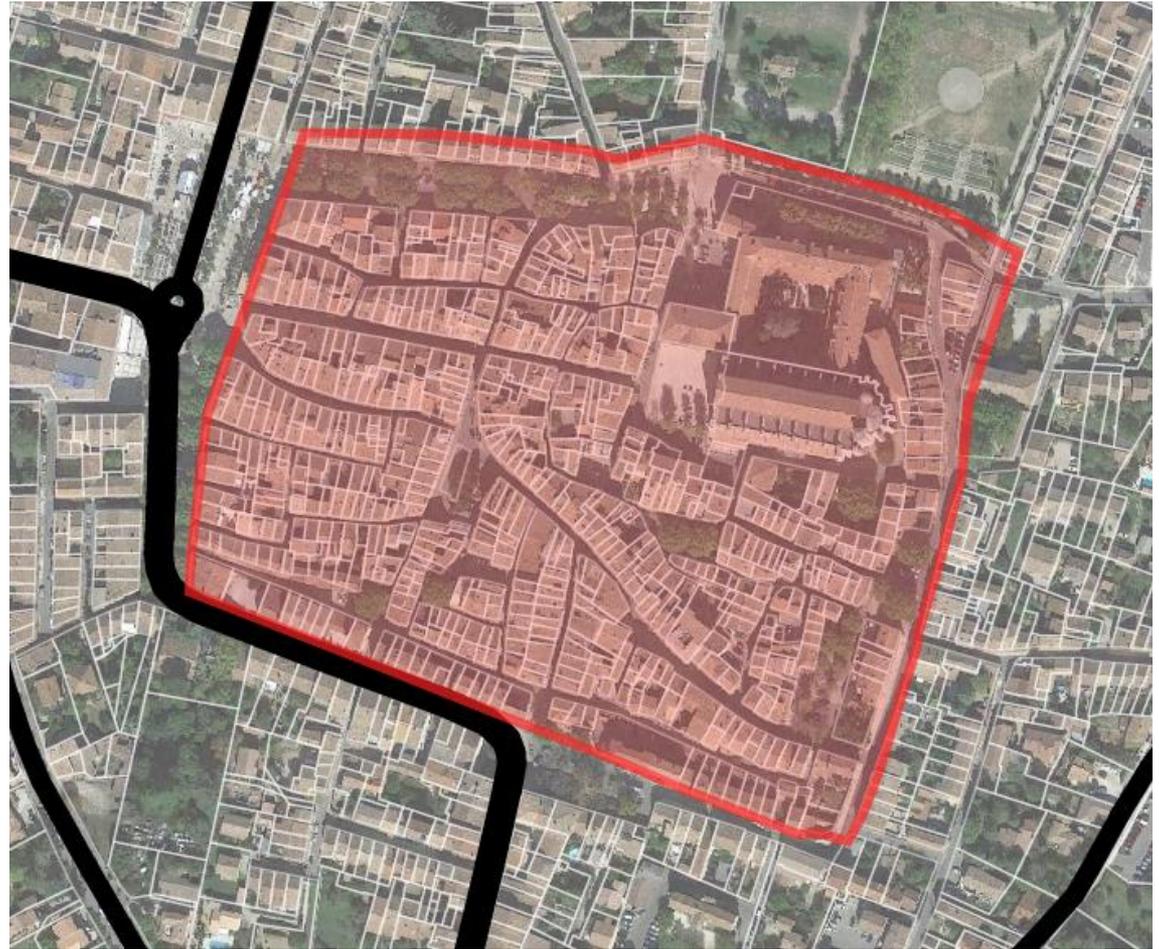
# Zone 1 : le Centre historique

---

- **Rappel des enjeux :**

- ▶ Préserver la continuité des formes urbaines et le patrimoine bâti du centre historique
- ▶ Préserver et valoriser le champ de visibilité sur la Basilique tout en répondant au besoin de visibilité des commerçants

- **Zonage :**



# Zone 1 : Le Centre historique

- **Diagnostic de terrain :**

- ▶ Absence de publicité, de préenseigne, de mobilier urbain et d'enseigne scellée au sol dans le centre historique

- **Projet :**

- ▶ Interdiction de la **publicité** dans le centre historique **et compris sur le mobilier urbain**
- ▶ Interdiction des enseignes scellées au sol → utilisation de la SIL (microsignalétique communale)



*SIL communale déjà mise en place  
et non règlementé par le RLP*



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## Zone 2. Le Centre-ville

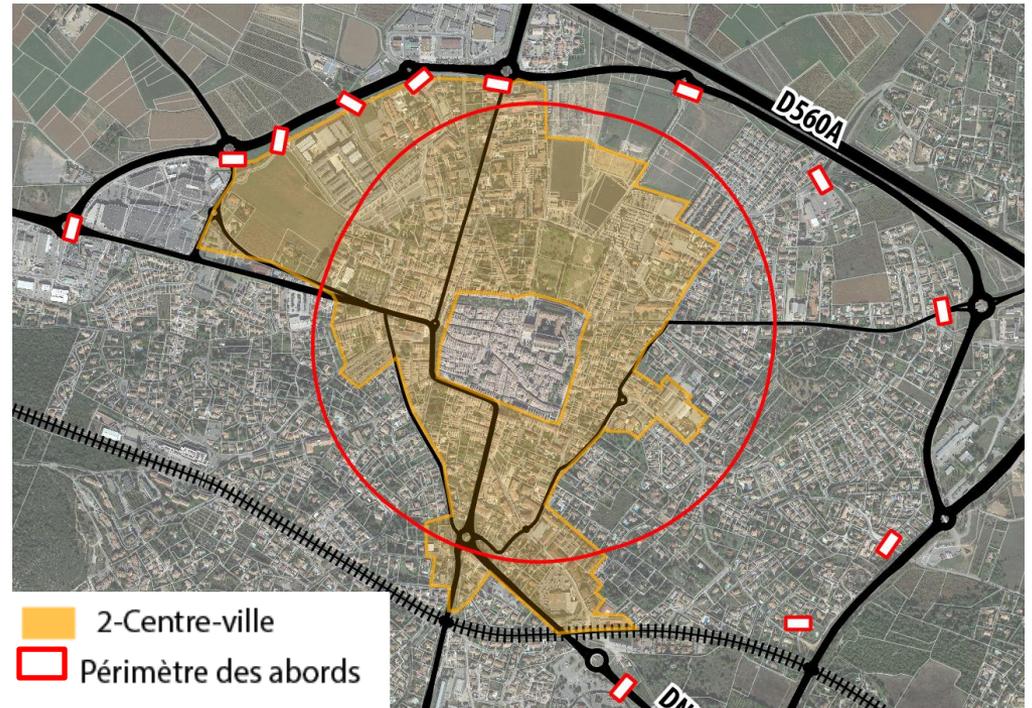


# Zone 2 : le Centre ville

- **Rappel des enjeux :**

- ▶ Réadapter le RLP aux formes urbaines d'aujourd'hui en respectant l'équilibre entre bonne intégration et information suffisante
- ▶ Préserver la qualité de la perspective sur la Basilique Ste Marie Madeleine
- ▶ Préserver la qualité architecturale du bâti ancien en apportant une réflexion sur une réglementation du RLP spécifique à l'intégration des enseignes sur les façades

- **Zonage :**



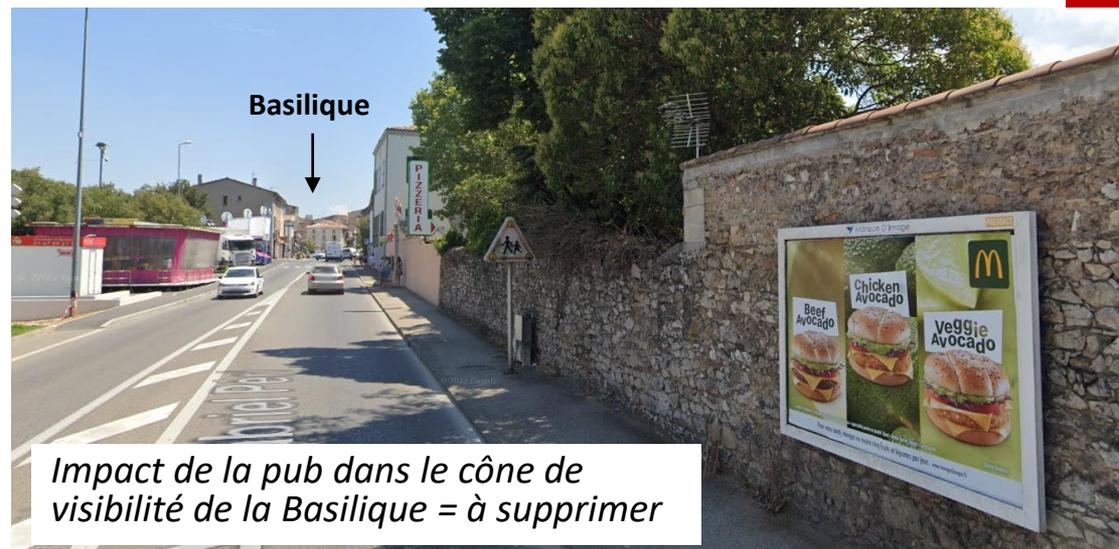
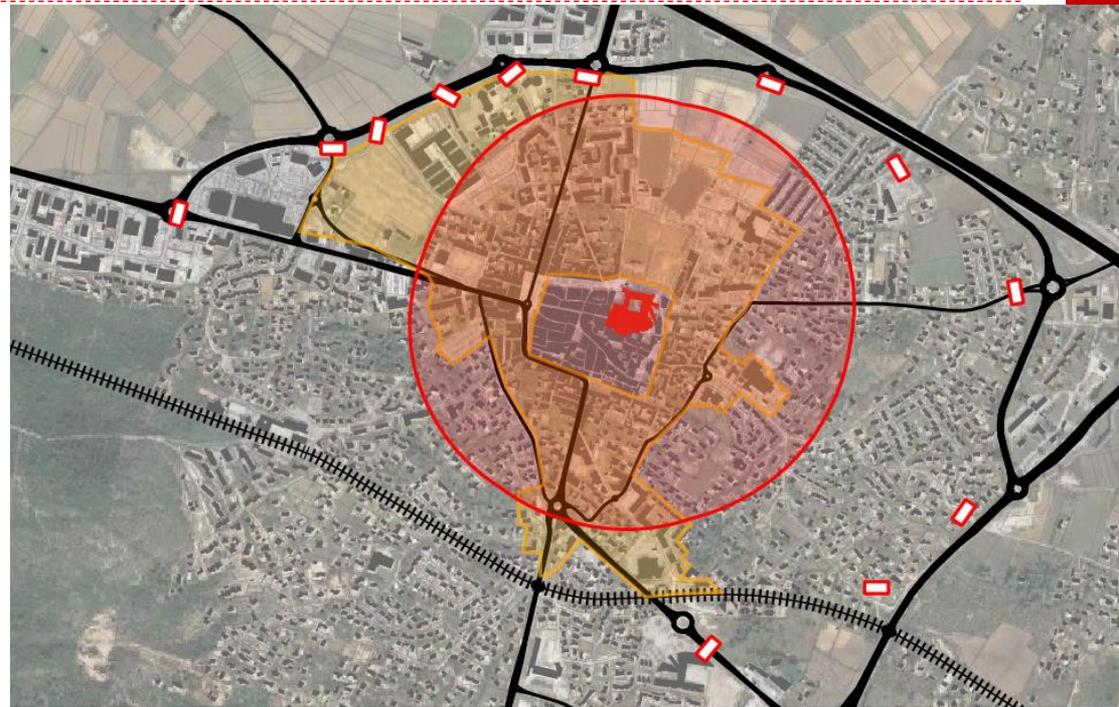
# Zone 2 : le Centre ville

## Diagnostic de terrain :

- ▶ **Cône de vue à préserver sur la Basilique**
- ▶ Protection du RNP dans le périmètre des abords = toutes publicités interdites

## Projet :

- ▶ Au vu de la sensibilité paysagère et de la volonté de protéger les cônes de vue sur la Basilique = **maintien de l'interdiction de la publicité dans le périmètre des abords des monuments historiques**



# Zone 2 - Le centre ville : les publicités scellées au sol

## • Diagnostic de terrain :

- ▶ Pas de publicité scellée au sol en centre-ville mise à part celle sur le mobilier urbain
- ▶ Des publicités sur mobilier urbain parfois très rapprochées : RLP de 1998 imposait une interdistance de 50m entre 2 mobiliers urbains

*3 mobiliers sur 45m alors que le RLP 98 prévoit une interdistance de 50 m*

## • Projet :

- ▶ Interdire la publicité scellée au sol en centre-ville
- ▶ Autoriser la publicité sur mobilier urbain en centre-ville mais en maintenant l'interdistance de 50m



# Zone 2 - Le centre ville : les publicités murales

## • Diagnostic de terrain

- ▶ Peu de publicités murales et format souvent réduit à 4 m<sup>2</sup>
- ▶ Impact des publicités de 8m<sup>2</sup>
- ▶ Impact important des publicités et des préenseignes sur les murs de clôture
- ▶ Impact des dispositifs situés trop près des limites des murs des façades

## • Projet :

- ▶ **Autoriser la publicité murale sur les murs aveugles uniquement**
- ▶ **Interdire la publicité murale sur les murs de clôture**
- ▶ Limiter la densité en autorisant seulement **1 pub /façade >50m<sup>2</sup>**
- ▶ Réduire le format des publicités sur **mur de façade aveugle à 2 m<sup>2</sup>**





# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 3. Les pénétrantes d'entrée de ville



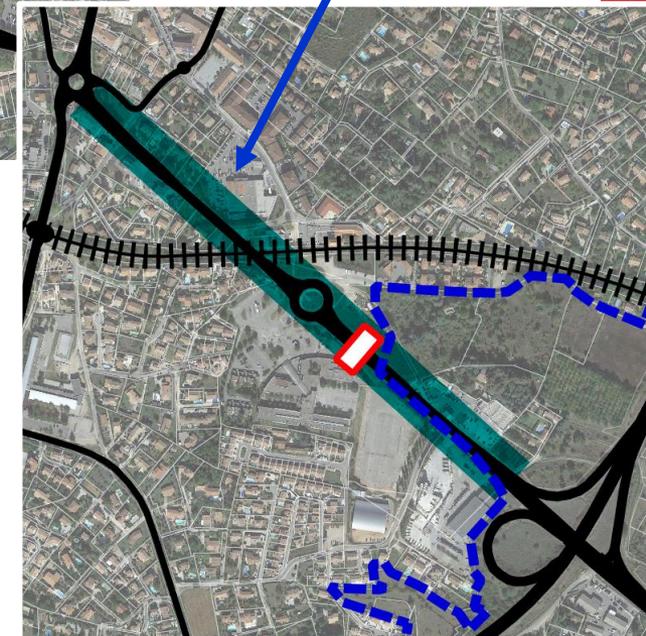
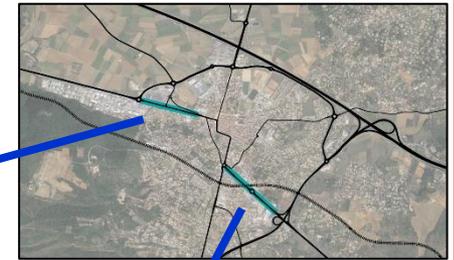
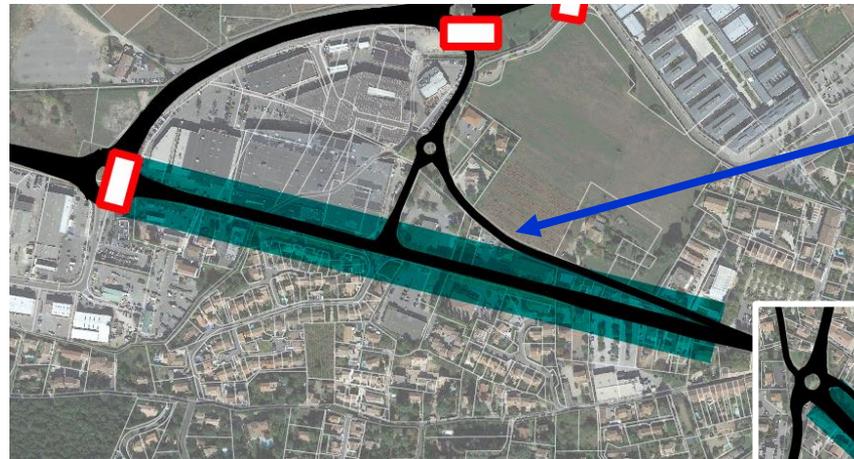
# Zone 3 : Les pénétrantes

- **Rappel des enjeux :**

- ▶ Garantir un cadre de vie et des entrées de ville de qualité
- ▶ Porter une réflexion globale sur les dispositifs scellés au sol, afin d'éviter l'effet cumulatif impactant les axes
- ▶ Préserver les vues sur le paysage et la Basilique

- **Proposition de zonage : 2 voies pénétrantes**

- ▶ Du rond-point de la ZA du chemin d'Aix jusqu'au Pré des Foire (exclu) sur l'av. Gabriel Péri
- ▶ RDN7 - Route de Nice : du giratoire à la bretelle de sortie de la déviation RD560A



# Zone 3 - les pénétrantes: des secteurs à dédensifier

- **Diagnostic de terrain :**

- ▶ **Accumulation de nombreux dispositifs scellés au sol près de la voie, de différents types (publicités scellée au sol de grand format, publicités sur mobilier urbain, enseignes sous forme de grands totem, préenseignes)**

**Entrée de ville chemin d'Aix**  
dans le cône de vue sur la  
Basilique

Vue depuis le giratoire avec la déviation vers le centre ancien



Vue depuis la station essence vers le centre ancien



# Zone 3 - les pénétrantes: des secteurs à dédensifier

- Diagnostic de terrain :

- ▶ **Publicités** sous toutes ses formes (scellées au sol de grand format, murales, sur mobilier urbain, préenseignes) **concentrées autour des giratoires** ⇒ **cumul des dispositifs = impact**

Giratoire route de Nice



# Zone 3 - Les pénétrantes: des secteurs à dédensifier

---

- **Projet publicités scellées au sol :**

- ▶ **Autoriser les publicités scellées au sol mais les limiter : 1 publicité scellée au sol / UF** dont le linéaire de façade bordant une voie ouverte à la circulation publique > 50 m
- ▶ **Réduire la taille** des publicités pour diminuer l'impact : 4 m<sup>2</sup> et 4m de hauteur
- ▶ Supprimer l'interdistance imposée dans le RLP de 1998 trop compliqué à gérer (1<sup>er</sup> arrivé, 1<sup>er</sup> servit !) et mettre en place une **distance minimum des limites séparatives de 20m = 40 m minimum entre 2 pub**
- ▶ Maintien de la publicité sur le mobilier urbain

- **Projet enseignes scellées au sol :**

- ▶ Autoriser **1 enseigne scellée au sol / UF seulement si non visible** depuis la voie **ou en retrait de plus de 20m**
- ▶ **Réduire la taille** des enseignes scellées au sol : 1m<sup>2</sup> et 3m de hauteur max

# Zone 3 - les pénétrantes : pub murale sur mur clôture

## • Situation existante :

- ▶ Présence de préenseignes sur banderoles sur murs de clôture d'espace résidentiel et devant espaces ouverts impactant l'environnement urbain résidentiel



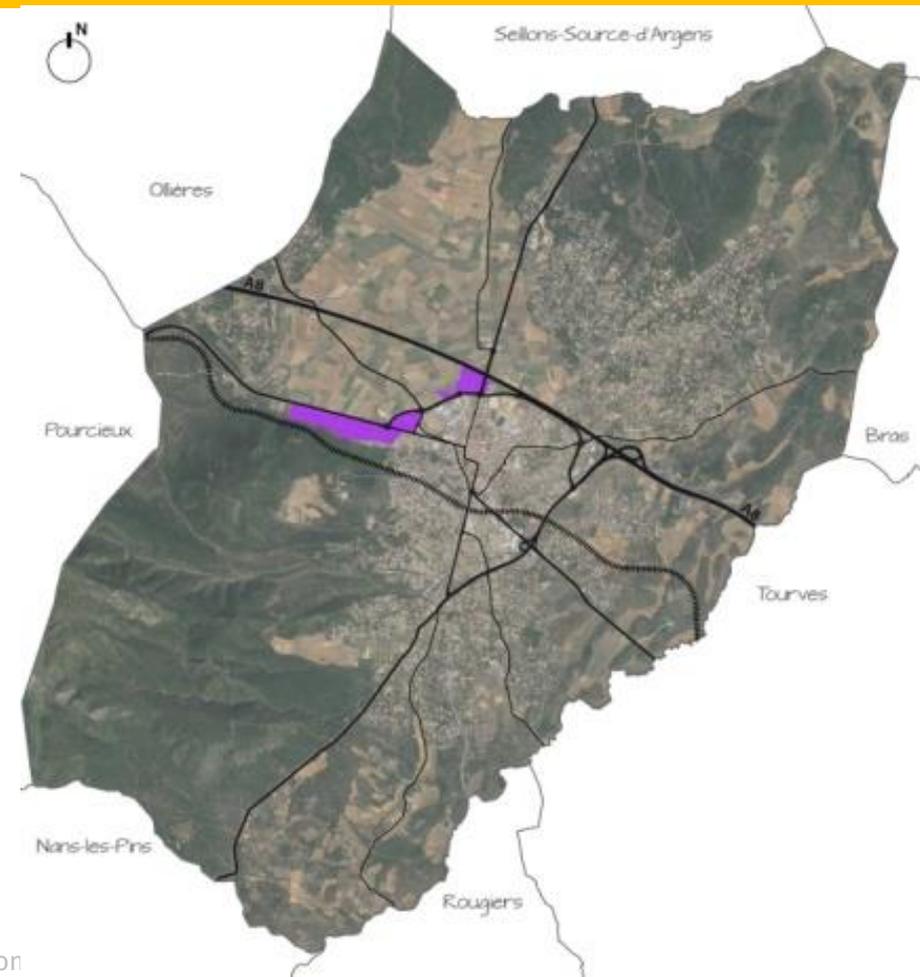
## • Projet : autoriser mais encadrer davantage les publicités murales

- ▶ Limiter la densité en autorisant seulement 1 publicité / façade >50m<sup>2</sup>
- ▶ **Réduire le format** de 12 à 4 m<sup>2</sup> sur les murs aveugles
- ▶ **Encadrer davantage les publicités murales sur les murs de clôture aveugle** : respecter 20cm par rapport à la limite supérieure, 30cm par rapport aux limites latérales du mur + loi oblige à respecter un min de 50cm du sol



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 4. Les zones d'activités

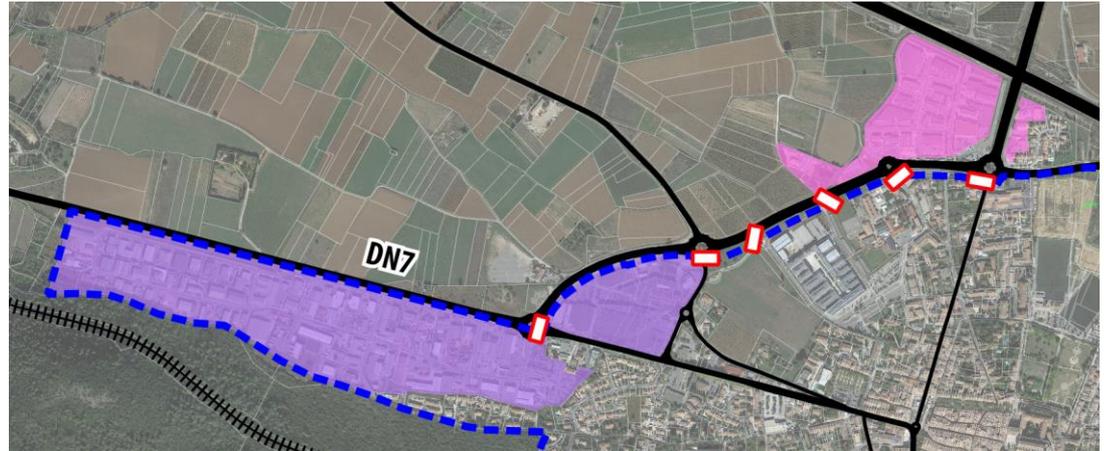


# Zone 4 : les zones d'activités

- **Rappel des enjeux :**

- ▶ Adapter le zonage en intégrant les ZA Cap Ste-Baume et de la Laouve
- ▶ Porter une réflexion globale sur les dispositifs scellés au sol afin d'éviter l'effet cumulatif impactant les axes et leurs perspectives
- ▶ Préserver les vues sur la Basilique notamment depuis la RDN7
- ▶ Maintenir la qualité des zones de la Laouve et de Cap Sainte Baume

- **Zonage :**



- **2 sous-secteurs :**

- ▶ **4.1-ZA en agglomération = PUB AUTORISEE**
  - ZA du chemin d'Aix, zone mixte à dominante artisanale
  - ZA Cap Sainte Baume, strictement commerciale, centrée autour de super U
- ▶ **4.2-ZA hors aggro = PUB INTERDITE**
  - ZA la Laouve, zone commerciale avec quelques activités de proximités (boulangerie, pharmacie, coiffeurs, laboratoire d'analyse...)

# Zone 4 : les zones d'activités

## Diagnostic de terrain :

- **Covisibilité sensible de la ZA du chemin d'Aix avec la Basilique depuis la RDN 7:**
  - ▶ Dispositifs de grande hauteur (dépassant les toitures) se découpent sur le ciel ou sur les flancs du Mont Aurélien = **impact direct sur le cône de vue sur la Basilique**



- ▶ Impact des drapeaux de la ZA même de loin = vue depuis la route d'Ollières

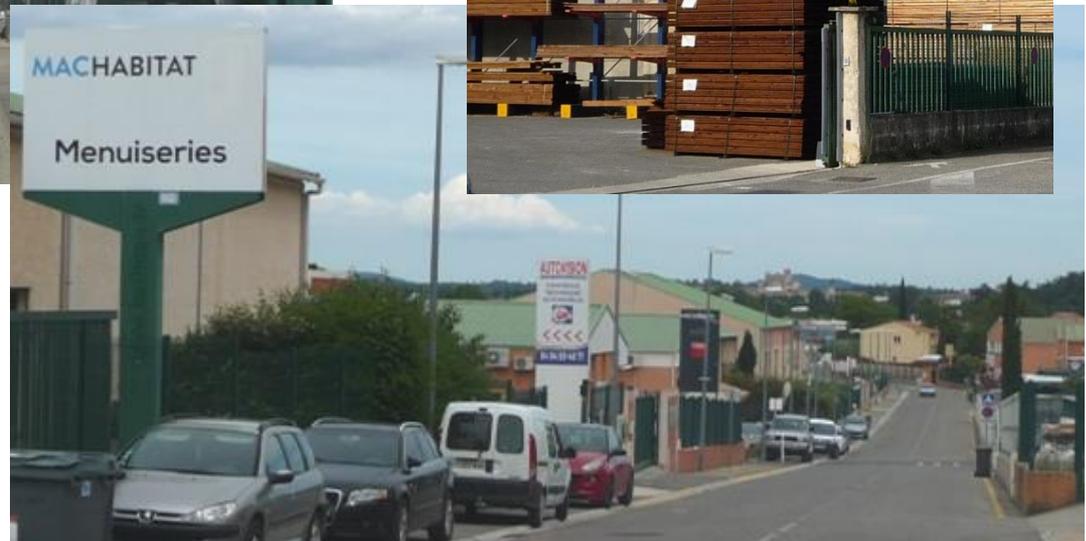


# Zone 4 : les zones d'activités en agglo

- Enseignes scellées au sol = principale problématique au cœur de la ZA
  - ▶ **Nombreux** établissements ont implanté une ou plusieurs enseignes scellées au sol en limite de parcelle ⇒ impact sur la perspective le long des voies
  - ▶ **Divers formats** présents ⇒ hétérogénéité : panneaux de 2, 4, 6 ou 8 m<sup>2</sup> sur mats, drapeaux, totems, kakemonos, chevalets mobiles



- ▶ Impact des enseignes les plus hautes dépassant la hauteur des toitures



# Zone 4 : les zones d'activités en agglo

---

- **Projet publicités scellées au sol :**

- ▶ **Autoriser les publicités scellées au sol mais les limiter : 1 publicité scellée au sol / UF** dont le linéaire de façade bordant une voie ouverte à la circulation publique > 50 m
- ▶ **Réduire le format des publicités à 4 m<sup>2</sup>** en limitant la **hauteur à 4m**

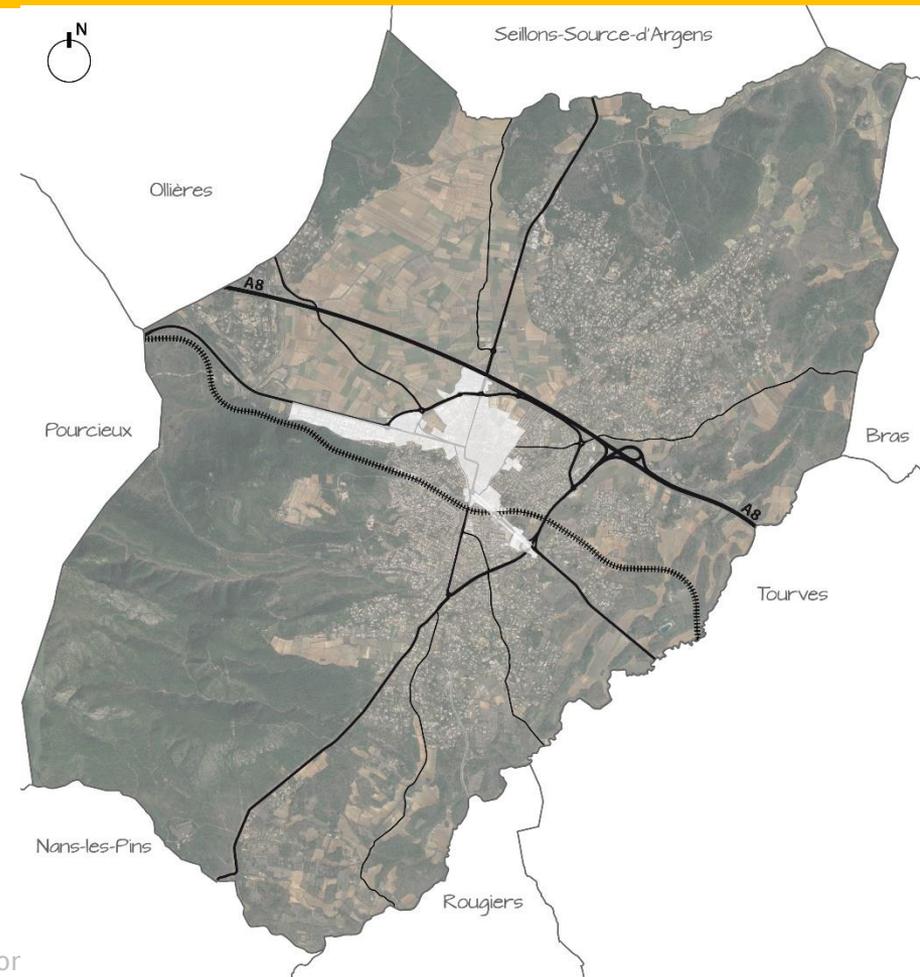
- **Projet enseignes scellées au sol :**

- ▶ N'autoriser **que 1 enseigne scellée au sol** (tout type) / UF **seulement si non visible** depuis la voie **ou en retrait de plus de 20m**
- ▶ **Réduire la taille** des enseignes scellées au sol : **2m<sup>2</sup> et 4m de hauteur max**
- ▶ Si plusieurs activités par UF : autoriser 1 enseigne scellée au sol sous forme de totem (regroupement des différentes enseignes) plus grande pouvant aller jusqu'à 4m<sup>2</sup>



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 5. Le reste du territoire



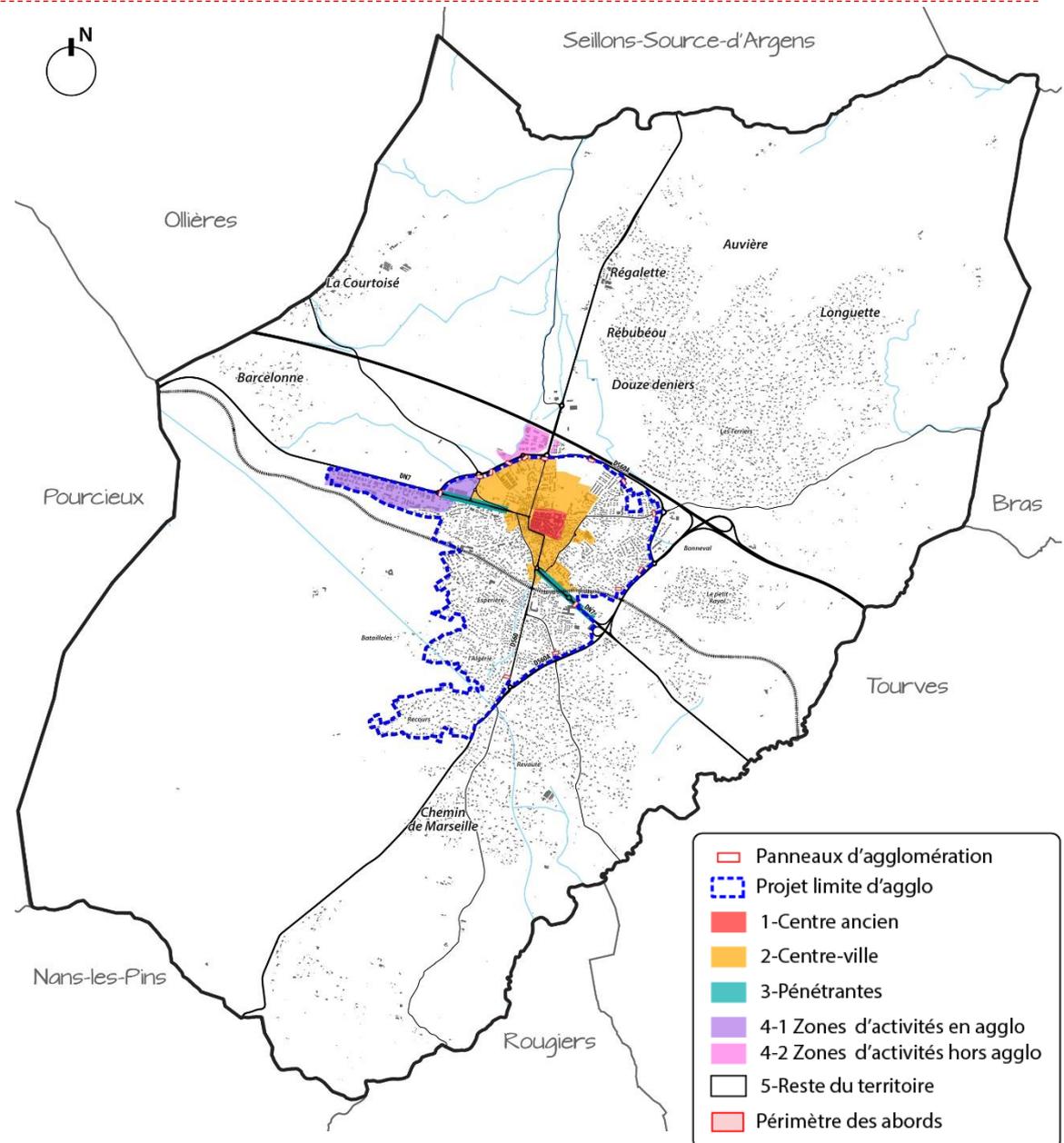
# Zone 5 : le reste du territoire

- **Rappel des enjeux :**

- ▶ Maintenir la qualité des entrées de territoire de Saint-Maximin
- ▶ Préserver les vues sur le paysage et la Basilique

- **Zonage :**

- ▶ Essentiellement hors agglomération et habitat résidentiel en agglo



# Zone 5 : Le reste du territoire

## Diagnostic de terrain :

- Des enseignes scellées au sol impactant le panorama ouvert ou des cônes de vue sur la Basilique



Covisibilité Basilique

Des enseignes scellées au sol de grand format



# Zone 5 : Le reste du territoire

## • Projet enseigne scellée au sol :

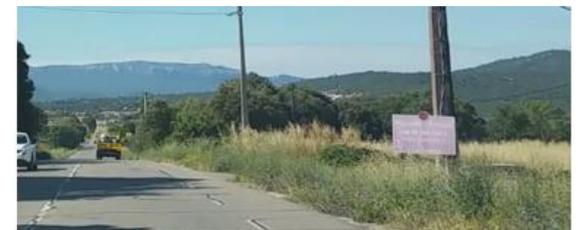
- ▶ N'autoriser que **1 enseigne scellée au sol (n'importe qu'elle type) / UF** seulement si l'activité est **non visible** depuis la voie ou en retrait de plus de **20m**
- ▶ **Réduire la taille** des enseignes scellées au sol : 1m<sup>2</sup> et 2m de hauteur max

## Diagnostic de terrain :

- Des préenseignes impactant le panorama ouvert ou des cônes de vue sur la Basilique



Des préenseignes **souvent illégales** car affichent des activités qui ne sont plus dérogatoires depuis loi Grenelle 2 (notamment : la grande distribution, la restauration, l'hôtellerie)





# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

## 5. Les nouvelles règles

### - ENSEIGNES MURALES

# Les enseignes murales réglementées

- Rappel des dispositifs visés dans le RLP :



# Enjeux : s'inscrire dans le contexte urbain

- **S'inscrire dans le contexte urbain** : l'impact visuel est spécifique à chaque situation
- **Définir une réglementation des enseignes adaptée à la situation commerciales** : l'enseigne doit s'intégrer dans le tissu urbain en fonction des gabarits des rues, du gabarit des bâtiments...

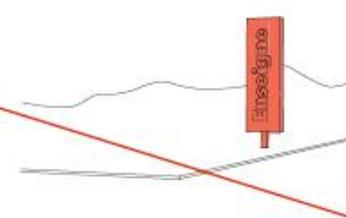
EN CENTRE VILLE



EN ZONE D'ACTIVITÉS



À LA CAMPAGNE



# Enjeux : développer une image qualitative de St-Maximin

- Stopper la banalisation du paysage urbain en recherchant un équilibre entre s'afficher et se fondre dans le paysage urbain
- Préférer l'utilisation de matériaux nobles mettant en valeur les façades
- Préférer l'utilisation d'enseigne en lettre découpée ou peintes généralement plus respectueuse de l'architecture
- ▶ **Projet** : Obliger les enseignes en lettres peintes ou découpées pour les façades des monuments historiques et pour les façades situées à moins de 100m et dans le champ de visibilité des monuments historiques



# Enjeux : préserver la qualité architecturale des façades

- Préserver la qualité architecturale du bâti ancien en apportant une réflexion sur une réglementation spécifique à l'intégration architecturale des enseignes sur les façades :

- ▶ **Les enseignes murales doivent être apposées sur la façade et au niveau où s'exerce l'activité qu'elle indique**

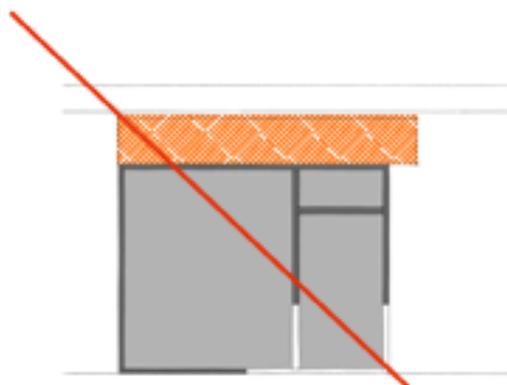
- ▶ **Respecter les lignes de composition verticale et horizontale de l'immeuble** dans lequel l'enseigne s'insère :

- alignement sur la vitrine ou les baies des étages
- Ne pas couper la lecture du rez de chaussée de l'immeuble en laissant des enseignes déborder sur d'autres niveaux
- Se tenir à 30cm environ des ouvertures ou des éléments de modénature

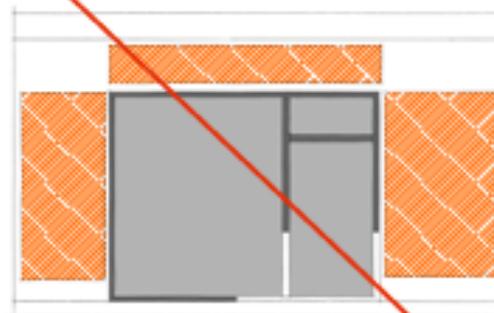


# Enjeux : préserver la qualité architecturale des façades

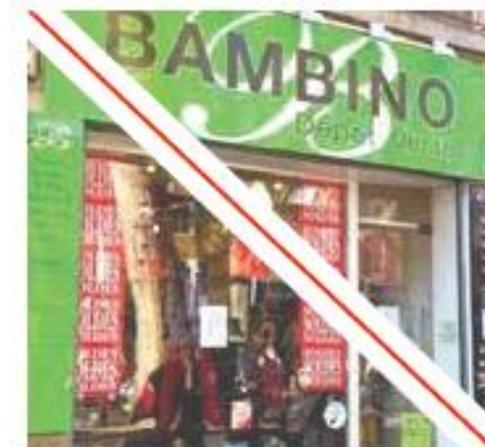
- ▶ Eviter toute implantation sur les trumeaux,
- ▶ Eviter la multiplication des enseignes



- \* Les enseignes mal dimensionnées, mal alignées,



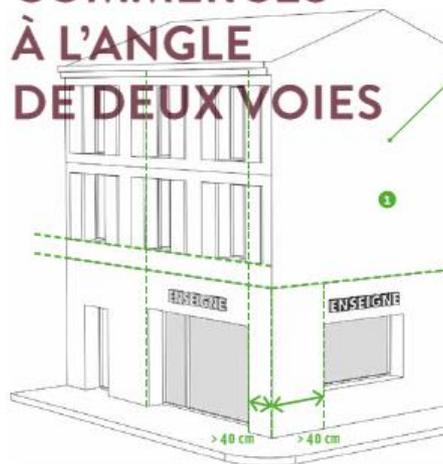
- \* La multiplication d'enseignes panneaux,



- \* Les impressions numériques sur panneaux en PVC vissés,
- \* Les enseignes lumineuses et les enseignes photo (à la place, utiliser plutôt des pictogrammes).

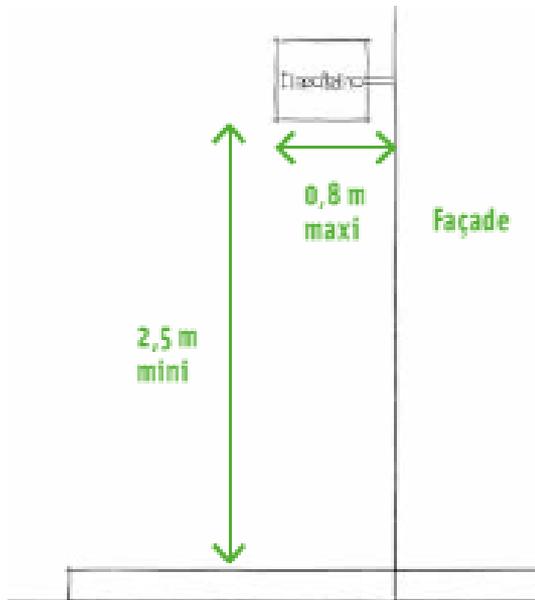
- ▶ Ne pas dissimuler l'angle et l'arrête d'un bâtiment : l'enseigne doit se tenir à environ 40 cm de l'arrête

## COMMERCE À L'ANGLE DE DEUX VOIES

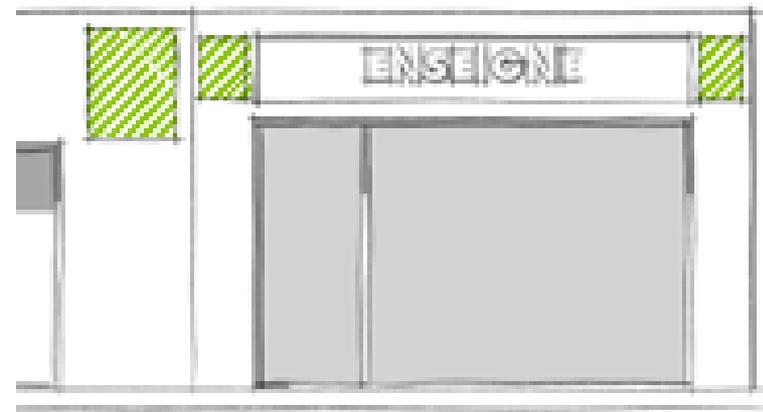


# Enjeux : préserver la qualité architecturale des façades

- ▶ **Recommander d'utiliser une seule couleur de fond et une seule couleur de lettrage**
- ▶ Les enseignes ⊥ doivent respecter 2,5m du sol pour le passage des piétons



Gabarit à respecter

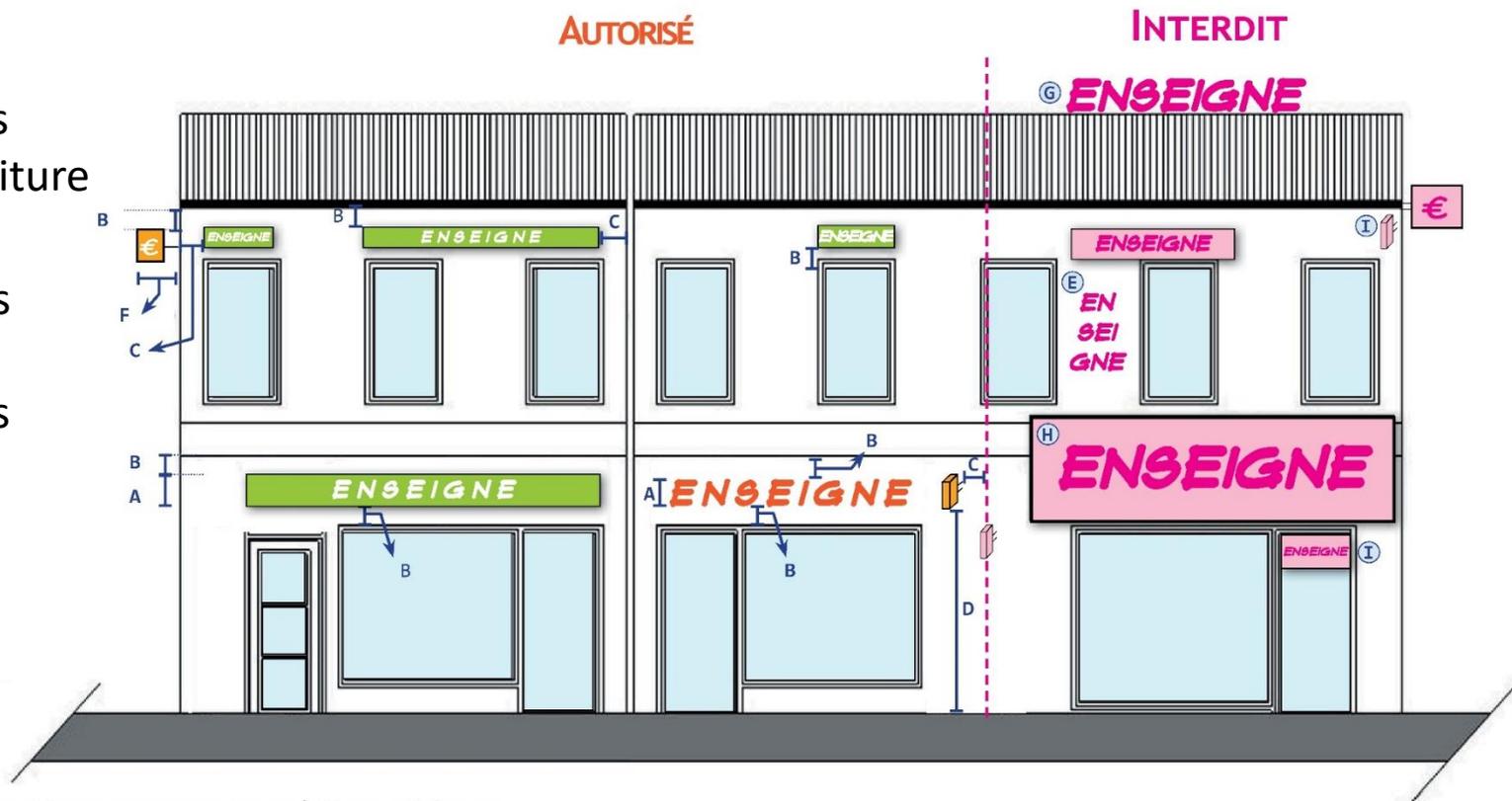


Exemples de zones d'implantation possibles

# Enjeux : préserver la qualité architecturale des façades

- **Projet** : encadrer l'implantation des enseignes et illustrer les dispositions réglementaire par des schémas annexés au règlement

- ▶ Maintenir l'interdiction des enseignes sur toiture
- ▶ Interdire les enseignes sur les balcons, les balconnets et les gardes corps



**A**-Hauteur maxi de l'enseigne sur panneau ou en lettres peintes ou découpées

**B**-Distance min par rapport à la limite du niveau supérieur de l'égoût du toit, des ouvertures, des éléments de modénature - 0,30 m

**C**-Distance min par rapport à l'arrête du bâtiment ou aux limites latérales de la façade commerciale - 0,30 m

**D**-Distance min entre le sol et le niveau le plus bas de l'enseigne en drapeau

**E**-Enseignes entre les ouvertures des niveaux supérieurs INTERDITES

**F**-Saillie par rapport à la façade

**G**-Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu INTERDITES

**H**-Enseignes dépassant du niveau ou de la hauteur du mur de la façade commerciale INTERDITES

**I**-Enseignes apposées sur pilier d'angle de l'immeuble, sur l'imposte de la porte d'entrée ou sur les éléments décoratifs INTERDITES

# Projet pour les enseignes murales parallèles

## Projet :

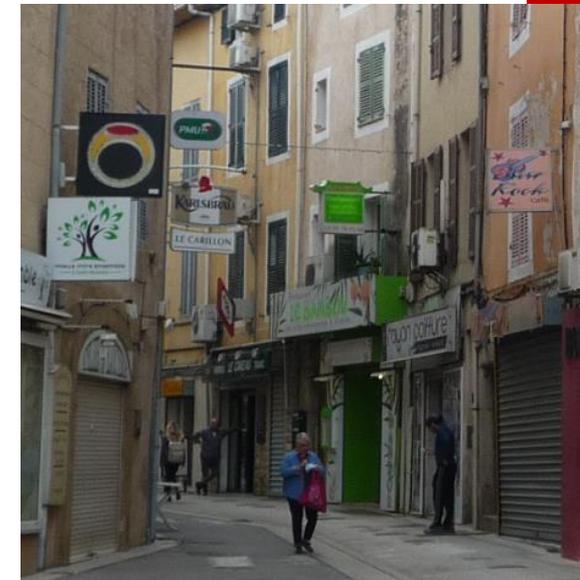
- Adaptation des ratios du RNP relatif au format des enseignes :
  - ▶ Réduction du ratio 25% à 20% en centre ville et reste du territoire
- Réglementer le nombre maximum des enseignes par façade commerciale, adapté au contexte urbain et au surface des façades commerciales :
  - ▶ 1 enseigne / façade en centre ancien
  - ▶ Possibilité de 2 enseignes en centre ville si plusieurs vitrines
  - ▶ Jusqu'à 3 par façade pour les grandes façades des ZA > à 200m<sup>2</sup>
- Limiter les surfaces maximales cumulée des enseignes // pour les pénétrantes, ZA ou pour les grandes façades



# Projet de règle pour les enseignes murales perpendiculaires

- Réglementer le nombre par rapport au contexte urbain :
  - ▶ 1 enseigne / façade en centre ancien et en centre ville
  - ▶ 1/tranche de 10ml de façade dans les ZA dans la limite de 2 / établissements
- Limiter les dimensions et la saillie de ces enseignes :
  - ▶ Dimension réduite dans le centre ancien aux rues étroites
  - ▶ Etre plus souple pour les voies plus larges : pénétrantes, ZA
- Encadrer différemment les enseignes des établissements situés aux étages des immeubles et n'ayant pas de devanture :
  - ▶ enseignes plus impactantes pour ces immeubles donc réduction de la densité et du format

**Diagnostic de terrain** : Impact des enseignes L, en particulier celles situées au 1<sup>er</sup> étage

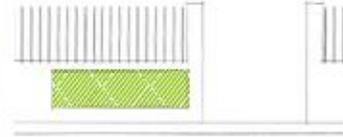


# Proposition de règles pour les enseignes sur clôtures

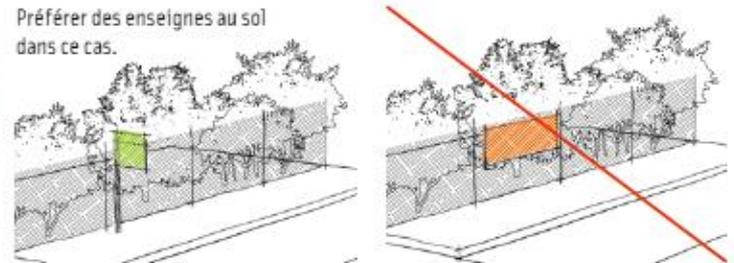
- Interdire les enseignes sur clôture non aveugle et sur les haies végétales
  - ▶ Préférer les murs pleins ou clôtures aveugles
  - ▶ Positionner l'enseigne près de l'entrée
- Autoriser les enseignes sur clôture aveugle uniquement en centre-ville, sur les pénétrantes et dans le reste du territoire sous condition
  - ▶ 1 enseigne unique même si plusieurs activités et **seulement si l'établissement et non visible depuis la voie et s'il n'a pas déjà une enseigne scellée au sol**



**PRÉFÉRER LES MURS ET SUPPORTS PLEINS POUR INSTALLER L'ENSEIGNE**  
qui est soit lettre à lettre,  
lettres en défoncé, lettres peintes.

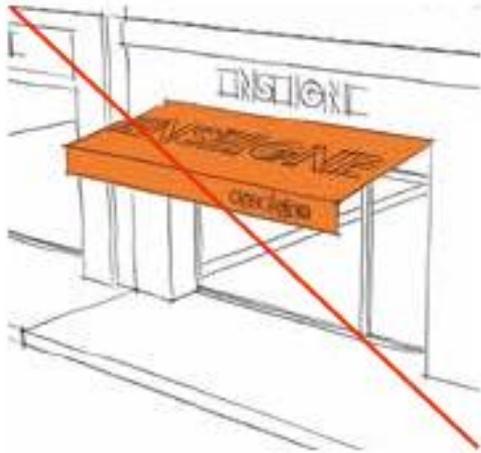


**NE PAS APPOSER LES ENSEIGNES SUR GRILLAGE ET HAIES VÉGÉTALES**  
Préférer des enseignes au sol  
dans ce cas.



# Proposition de règles pour les enseignes sur stores

- Eviter les doublons d'enseignes à la fois sur le store et la façade



- **Projet :**
  - ▶ 1 enseigne / lambrequin en rez-de-chaussée
  - ▶ Interdire les enseignes sur la toile du store
  - ▶ Encadrer la surface et la hauteur du lettrage selon les zones



RÉVISION DU

# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

**Merci pour votre attention**

Place aux questions