

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi) RAPPORT DE PRESENTATION

Délibération de prescription du RLPi : 28 mars 2019
Délibération sur le débat des orientations : 10 novembre 2022
Délibérations d'arrêt du RLPi : 26 JANVIER 2023
11 mai 2023
Enquête publique : 5 juin-5juillet 2023
Délibération d'approbation : 9 novembre 2023

1. INTRODUCTION	6
A. Le cadre réglementaire du droit de l’affichage extérieur	7
B. Pourquoi élaborer un RLPi ?	7
C. Le RLPi, une plus-value par rapport au RNP	8
a. Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local	8
b. Avec un objectif de préservation toujours plus fort	8
c. Un document rétroactif	8
d. L’échelon intercommunal et l’échelon communal, une nouvelle répartition des compétences	9
D. Les objectifs du RLPi de Grand Chambéry	9
E. La procédure d’élaboration	10
F. Le contenu	11
2. PRESENTATION DE GRAND CHAMBERY	12
A. Une collectivité récente	13
B. Une agglomération structurée autour de 6 infra-territoires	14
C. Un territoire attractif	15
a. Une certaine vitalité à l’échelle du Grand Chambéry	15
b. Un desserrement résidentiel de l’agglomération sur la deuxième couronne	15
c. Les communes urbaines en perte de vitesse	15
d. Presque la moitié de la population habite à Chambéry malgré une baisse de son solde migratoire	16
3. ANALYSE DES DISPOSITIONS JURIDIQUES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE	17
A. Notions de référence	18
a. Le Code de la route	18
b. La Convention Européenne du Paysage	18
c. Le pouvoir de police	18
B. Le Règlement National de Publicité (RNP)	18
a. Le champ d’application du RNP	19
b. Les dispositifs qui ne relèvent pas du RNP	21
c. Une définition des agglomérations qui conditionne le cadre réglementaire	22
C. Les principales dispositions applicables à Grand Chambéry	27
a. Le régime des publicités et préenseignes	27
b. Le régime des enseignes	37
c. Le régime des dispositifs temporaires	40
E. Les règlements locaux du Publicité communaux en vigueur sur le territoire	40
a. Les RLP communaux du territoire	40
b. La mise en œuvre des RLP communaux	45
c. PERSPECTIVES POUR L’ELABORATION DU RLPi DE GRAND CHAMBERY	45

4.	LE DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE	48
A.	Diagnostic des publicités et préenseignes	49
a.	Méthodologie	49
b.	Chiffres clés	51
c.	Approche sensible des publicités et préenseignes	62
B.	Diagnostic des enseignes	71
a.	Méthodologie	71
b.	Approche sensible des enseignes	71
C.	Synthèse des constats – Approche sensible des publicités, préenseignes et enseignes	78
5.	LE DIAGNOSTIC TERRITORIAL	79
A.	Méthodologie	80
B.	Un cadre paysager et urbain garant de la qualité du cadre de vie	80
a.	Le socle paysager : un grand paysage d’exception au cœur des Alpes entre trois massifs montagneux	80
b.	Le patrimoine naturel : « la trame verte et bleue »	89
c.	Une mosaïque de morphologies urbaines	92
d.	Un patrimoine bâti qui révèle la richesse historique du territoire	97
C.	Une économie dynamique	102
a.	Emplois et activités	102
b.	La structure économique du territoire	104
c.	Les filières économiques du territoire	104
d.	L’armature économique et commerciale de l’agglomération : une concentration en plaine	105
e.	Des qualités urbaines et paysagères des zones d’activités économiques et commerciales globalement faibles	107
f.	Une dynamique commerciale concentrée en coeur d’agglomération	108
g.	Le tourisme	109
D.	Un territoire qui supporte des flux de déplacements importants	110
a.	Réseau viaire	110
b.	Les autres réseaux et modes de déplacement	114
c.	Les projets	116
6.	LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS	117
A.	Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien	118
B.	Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines	119
C.	Intégrer les dynamiques de l’affichage dans la structure paysagère du territoire, source d’attractivité	119
D.	Accompagner des dynamiques territoriales à l’œuvre sous l’angle de l’affichage	120
7.	LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX OPERES DANS LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE	121

A.	Justification de la délimitation des zones du RLPi	122
a.	Un nombre restreint de zones de publicités...	122
b.	Nuancées localement par une trame	122
c.	Un découpage territorial justifié par les orientations et objectifs du RLPi	124
d.	Justification de la ZP1 – Parcs naturels régionaux	126
e.	Justification de la ZP2 – Les centres-villes et centres-bourgs	126
f.	Justification de la ZP3 – Tissus résidentiel mixte	126
g.	Justification de la ZP4 – Zones d’activités économiques et commerciales	127
h.	Justification de la Trame 1 - Patrimoine	127
i.	Justification de la Trame 2 – Espaces vitrines	128
j.	Justification de la Trame 3 – Interdiction totale de publicité	128
B.	Justification des choix règlementaires	129
a.	Prescriptions communes à l’ensemble des zones relatif aux publicités et pré-enseignes et pré-enseignes temporaires	129
b.	Prescriptions communes à l’ensemble des zones relatifs aux publicités et pré-enseignes et pré-enseignes temporaires	135
c.	Dispositions particulières à la ZP1 : Parcs naturels régionaux	139
d.	Dispositions particulières à la ZP2 : Centres-villes et centres-bourgs	140
e.	Dispositions particulières à la ZP3 : Tissus résidentiels mixte	141
f.	Dispositions particulières à la ZP4 : Zones d’activité	142
g.	Dispositions particulières à la T1 : Patrimoine	144
h.	Dispositions particulières à la T2 : Espaces vitrines	145
i.	Dispositions particulières à la T3 : « interdiction totale de publicité »	145

1. Introduction

A. Le cadre réglementaire du droit de l’affichage extérieur

Depuis la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), les Règlements Locaux de Publicité (RLP) constituent des outils réglementaires qui permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de Plan Local d’Urbanisme (PLU) de réglementer la publicité extérieure dans un objectif de protection du cadre de vie des populations, tout en veillant à préserver la liberté d’expression.

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier à ses difficultés d'application. Elle permet l’adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l’Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, (loi ENE dite « Grenelle II ») cette partie du Code de l’Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) est une déclinaison locale du RNP. C’est un document qui régit majoritairement de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en tenant compte des spécificités du territoire pour lequel il est élaboré (entrées de ville, sauvegarde du patrimoine naturel).

L’élaboration d’un Règlement Local de Publicité (intercommunal) est encadrée conjointement par le Code de l’Environnement et le Code de la Route.

B. Pourquoi élaborer un RLPi ?

Par délibération en date du 28 mars 2019, le Conseil Communautaire de Grand Chambéry a prescrit l’élaboration d’un règlement local de publicité intercommunal (RLPi), qui se substituera aux 12 règlements locaux de publicité communaux existants sur le territoire.

Le délai de caducité des RLP « non grenellisés » initialement fixé à partir du 14 juillet 2020 (loi Grenelle II) ayant été prolongé par la loi relative à l’engagement dans la vie locale et à la proximité de l’action publique du 27 décembre 2019 (articles 22 et 23) pour les EPCI ayant prescrit l’élaboration d’un règlement local de publicité intercommunal, ce qui est le cas de Grand Chambéry, les RLP communaux voient leur caducité reportée de 2 ans, soit au 13 juillet 2022. A défaut d’élaboration d’un RLPi dans ces délais, ces règlements locaux seront remplacés par le règlement national de publicité.

Pour Grand Chambéry, seul le RLP de Saint-Alban-Leysse n’aurait pas été concerné par la caducité (élaboration en 2011), l’ensemble des autres RLP ayant été élaborés avant la loi Grenelle II.

Ce délai est toutefois l'occasion pour Grand Chambéry d'uniformiser la réglementation de l'affichage extérieur sur l'ensemble du territoire, et d'élaborer un document qui se positionne sur un panel de nouveaux outils réglementaires existants.

C. Le RLPi, une plus-value par rapport au RNP

Au-delà de la perspective de l'application des règles nationales sur le territoire de Grand Chambéry, l'élaboration d'un RLP à l'échelle intercommunale permet aussi d'assurer l'harmonisation des règles applicables pour l'affichage extérieur sur l'ensemble du territoire communautaire, et confère davantage de cohérence au territoire, en adaptant et précisant la réglementation nationale au regard d'enjeux paysagers, touristiques, économiques et de cadre de vie propres au territoire.

a. Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local

Le RLPi permet notamment une possibilité d'adaptation des règles nationales au regard :

- Lié à la géographie du territoire : co-visibilités, relief, etc. ;
- Lié à l'organisation urbaine du territoire : zones d'activités, zones résidentielles, axes, etc. ;
- Lié à des volontés politiques : volonté de préservation forte, etc. ;
- Lié à un non encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <1m², nouvelles technologies d'affichage, entre autres.

b. Avec un objectif de préservation toujours plus fort

Une obligation de proposer une réglementation plus contraignante (souvent plus vertueuse pour le territoire) que celle du RNP sur tout le territoire, sauf :

- Hors agglomération où la publicité reste toujours interdite ;
- Au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions de qualité de la réglementation établie (formats réduits, etc.).

c. Un document rétroactif

Un document rétroactif qui entraîne dès sa publication :

- Une obligation de mise en conformité des publicités/préenseignes existantes dans un délai de 2 ans ;
- Une mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.

d. L'échelon intercommunal et l'échelon communal, une nouvelle répartition des compétences

Une nouvelle répartition des compétences entre l'échelon intercommunal et communal :

- Grand Chambéry est compétent pour l'élaboration ;
- L'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale à partir de l'approbation du RLPi.

Compétence	Aujourd'hui		Demain
	Commune avec RLP	Commune sans RLP	Une fois le RLPi approuvé
INSTRUCTION	Maire	Etat	Maire au nom de la commune
POLICE	Maire	Préfet	Maire

Répartition des compétences // Even Conseil

Toutefois, avec l'adoption de la loi Climat et résilience du 22 Août 2021 et à compter du 1er janvier 2024, le pouvoir de police pourra être transféré au président de Grand Chambéry. Sauf opposition dans un délai de 6 mois à compter de l'entrée en vigueur du présent article, le président de cet établissement peut, jusqu'à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la fin de la période pendant laquelle les maires étaient susceptibles de faire valoir leur opposition, renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit.

Pour précision, la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) est et reste de compétence communale, et peut être instaurée qu'il existe ou non un RLP.

D. Les objectifs du RLPi de Grand Chambéry

Grand Chambéry a prescrit l'élaboration de son RLPi en date du 28 mars 2019, et s'engage à ce que le document poursuive, en cohérence avec les orientations du PLUi HD et avec les différentes politiques publiques portées par l'agglomération, les objectifs suivants :

Assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de Grand Chambéry et garantir un cadre de vie de qualité en prenant en compte la diversité des paysages de l'agglomération de la cluse urbaine aux territoires ruraux et de montagne

- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité
- Prendre en compte la diversité des paysages urbains, périurbains et naturels de Grand Chambéry
- Affirmer la qualité des quartiers et lieux de vie et les identités locales en prenant en compte le patrimoine bâti exceptionnel (PSMV et AVAP valant SPR (site patrimonial remarquable) de Chambéry) tout comme le patrimoine des villes et des bourgs
- Affirmer les exigences d'intégration paysagère et architecturale et de qualité des dispositifs de publicité et des enseignes

- Limiter la pollution visuelle et nocturne et développer la sobriété énergétique des dispositifs lumineux

Développer l'attractivité du territoire

- Renforcer l'attractivité du territoire tant comme lieu de vie et de travail que pour le tourisme
- Répondre aux enjeux de revitalisation du centre de Chambéry portés par le projet Cœur de Ville
- Renforcer l'attractivité des zones économiques en assurant une meilleure lisibilité des activités et un environnement qualitatif, et mettre en valeur les secteurs commerciaux, dans les centres comme en périphérie, par l'efficacité et la qualité des dispositifs de communication commerciale
- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville
- Valoriser les parcours et les sites touristiques de l'agglomération

Harmoniser les règles et permettre le développement d'outils

- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication
- Répondre aux besoins des équipements publics en leur offrant des outils de communication efficaces et adaptés
- Prendre en compte les besoins spécifiques nécessaires à l'organisation de grands événements culturels, sportifs ou autres

Mettre en œuvre un règlement et des outils adaptés aux communes de l'agglomération et des outils à la disposition des collectivités

- Harmoniser les règles et développer une équité règlementaire à l'échelle de l'agglomération tout en tenant compte des spécificités locales, et en s'appuyant sur le travail mené dans le cadre de l'élaboration du PLUi HD
- Equilibrer l'efficacité de l'information délivrée avec la préservation du cadre de vie, que l'on soit en centre urbain, dans les bourgs et les villages ou en zone moins dense plus naturelle
- Prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville

E. La procédure d'élaboration

Au regard des dispositions de la loi Grenelle II, la procédure d'élaboration d'un RLPi est identique à celle d'un Plan Local d'Urbanisme. Les principales étapes sont :

- Le diagnostic et les orientations ;
- La transcription règlementaire des orientations en règlement et en zonage ;
- L'arrêt du projet ;
- L'approbation du projet.

F. Le contenu

Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :

- Un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, et définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- Un règlement détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- Des annexes : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLPi et les limites de l'agglomération fixées par le maire, également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

Le RLPi peut en outre comporter d'autres éléments permettant de faciliter la compréhension du document tels qu'un glossaire, des schémas explicatifs, etc.



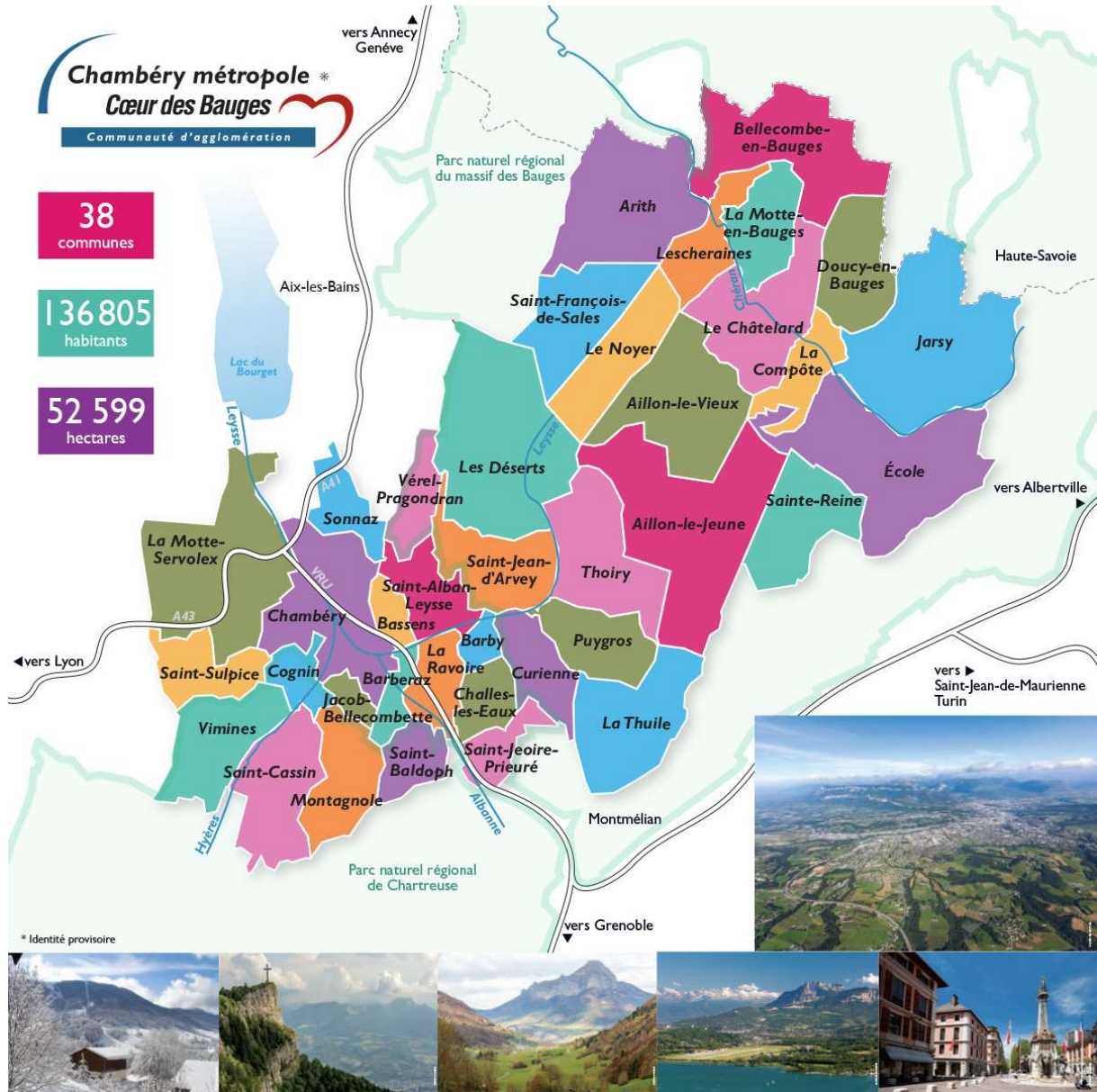
Schéma simplifié de la procédure d'élaboration du RLPi // Even Conseil

2. Présentation de Grand Chambéry

A. Une collectivité récente

Créée le 1er janvier 2017, la communauté d'agglomération connue sous l'identité administrative de « Grand Chambéry » est issue de la fusion de Chambéry métropole et de la communauté de communes Cœur des Bauges.

Cette structure intercommunale associe **38 communes** réparties sur 525 km² et Chambéry constitue la ville centre.



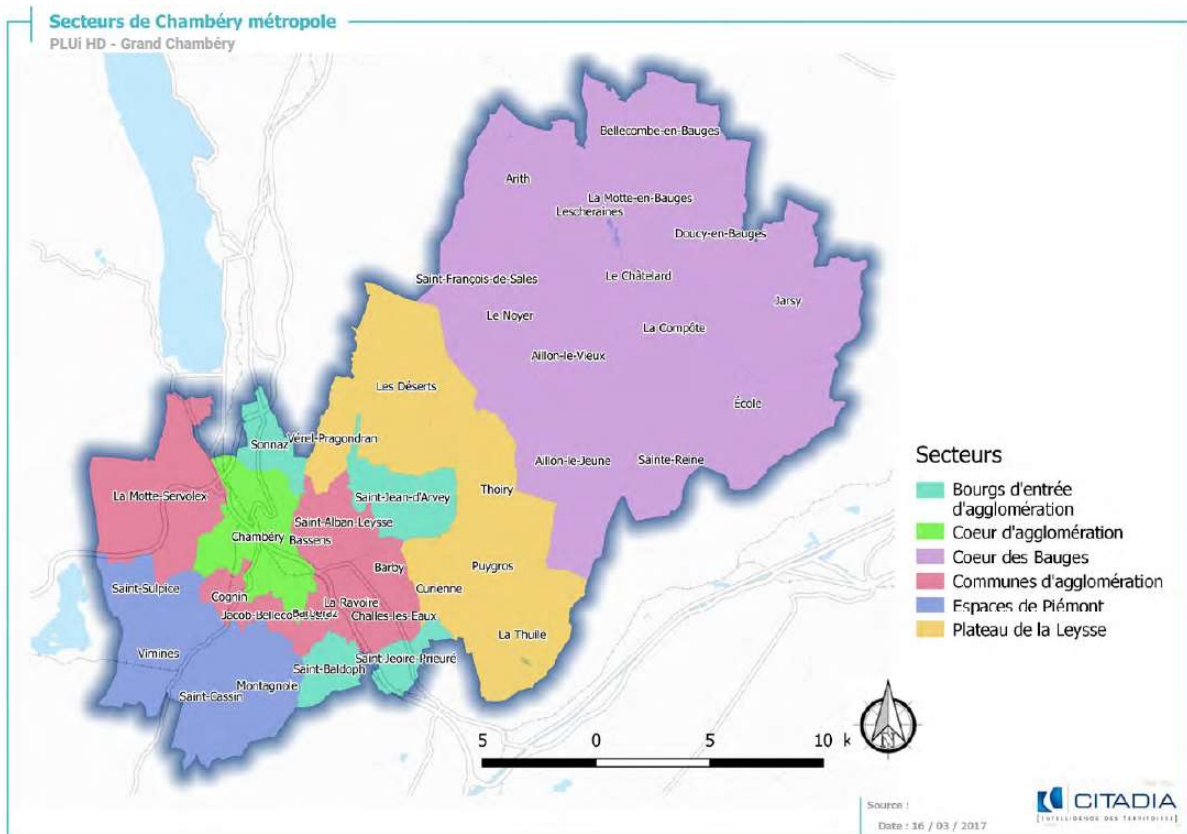
La communauté d'agglomération « Grand Chambéry » // Even Conseil

B. Une agglomération structurée autour de 6 infra-territoires

Identifié au sein du PLUi HD, le fonctionnement du territoire de Grand Chambéry a été défini à partir d'une triple analyse :

- Géographique, au regard de la situation et du positionnement de chacune des 38 communes au sein de l'agglomération : communes de la cluse chambérienne, communes de montagne, commune situées aux portes de l'agglomération, etc. ;
- Urbaine, à partir des caractéristiques observées sur chaque commune en matière d'urbanisation, de densités et de formes d'habitat ;
- Fonctionnelle, en fonction du poids de population et des caractéristiques démographiques des communes mais également au regard de leur niveau d'équipement en matière d'accès aux services et aux transports collectifs.

Infra-territoire	Commune(s) concernée(s)
Chambéry	Chambéry
Communes urbaines	La Motte-Servolex Cognin Jacob-Bellecombette Barberaz Bassens Saint-Alban-Leysse Barby La Ravoire Challes-les-Eaux
Communes d'entrée d'agglomération	Sonnaz Saint-Jean d'Arvey Saint-Jeoire-Prieuré Saint-Baldoph
Piémonts de Chartreuse	Vimines Montagnole Saint Cassin Saint Sulpice
Plateau de la Leysse	Vérel-Pragondran Curienne La Thuile Puygros Les Déserts Thoiry
Cœur des Bauges	La Motte-en-Bauges Arith Bellecombe-en-Bauges Lescheraines Le Châtelard Le Noyer Saint-François-de-Salles La Compote Ecole Jarsy Doucy-en-Bauges Sainte-Reine Aillon-le-Jeune Aillon-le-Vieux



Les infra-territoires de Grand Chambéry // PLUi HD Grand Chambéry

C. Un territoire attractif

a. Une certaine vitalité à l'échelle du Grand Chambéry

Le territoire de Grand Chambéry profite d'une certaine vitalité (+0,78% par an entre 2013 et 2019) et l'évolution positive de sa population est portée par le solde naturel du aux naissances en hausse (+0,46% entre 2013 et 2019).

b. Un desserrement résidentiel de l'agglomération sur la deuxième couronne

Les communes d'entrée d'agglomération et le Piémont de Chartreuse présentent une augmentation de leur population importante, à relativiser au regard de leur poids démographique, portée par un solde migratoire supérieur à 1,5 par an ce qui indique une attractivité importante de ces territoires pour l'installation de nouveaux ménages.

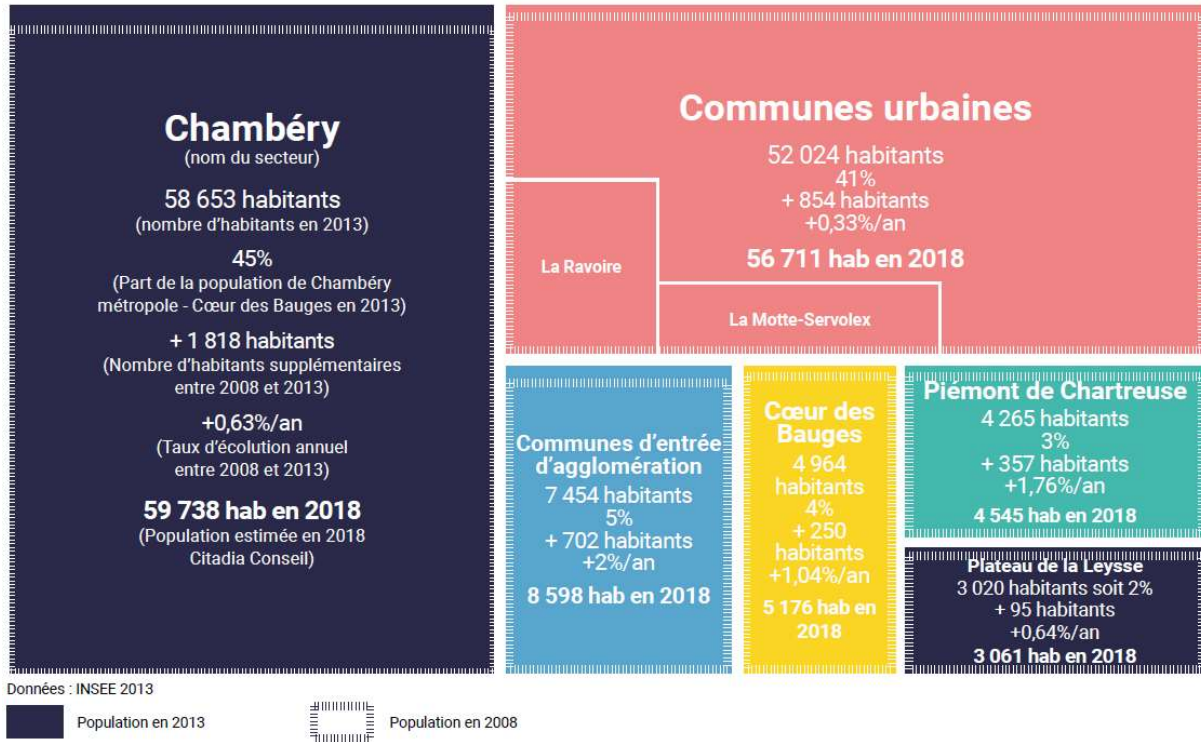
c. Les communes urbaines en perte de vitesse

Les communes urbaines présentent pour leur part un tassement fort de leur dynamique démographique avec le taux d'évolution annuel le plus faible à l'échelle de l'ensemble des infra-territoires (+0,33% d'évolution annuel entre 2008 et 2013 contre +0,64% à l'échelle du Grand Chambéry). Elles se caractérisent par une attractivité résidentielle faible qui engendre un solde migratoire négatif pour ce secteur (-0,02% contre +0,18% à l'échelle du Grand Chambéry).

d. Presque la moitié de la population habite à Chambéry malgré une baisse de son solde migratoire

La commune de Chambéry représente près de la moitié des habitants du territoire. Son poids démographique couplé à une importante mixité fonctionnelle font de la ville-centre le noyau central du territoire.

Pourtant, elle paraît beaucoup moins attractive que d'autres secteurs pour l'arrivée de nouveaux ménages (+0,06% par an entre 2008 et 2013 contre -0,12% entre 1999 et 2008). En effet, ce sont les naissances qui expliquent l'augmentation de sa population (+0,57% par an contre 0,46% à l'échelle du Grand Chambéry).



3. Analyse des dispositions juridiques applicables sur le territoire

A. Notions de référence

Le champ d'application de la réglementation suppose d'identifier les dispositifs visés par la réglementation et les lieux où les règles du RNP s'appliquent.

a. Le Code de la route

Les publicités, enseignes et préenseignes sont interdites :

- Sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique sauf dérogation spécifique ;
- Sur les aires de stationnement et les aires de services pour les préenseignes.

b. La Convention Européenne du Paysage

« Le paysage constitue un élément essentiel du bien-être individuel et social, et sa protection, sa gestion et son aménagement impliquent des droits et des responsabilités pour chacun ». (Convention européenne, 20 octobre 2000).

La loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (RBNP) du 8 août 2016 désigne le paysage comme « une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels ou humains et de leurs interrelations dynamiques ». Le paysage évolue et nécessite d'être accompagné pour maîtriser le cadre de vie et assurer sa qualité. Sans pour autant mettre sous cloche ou « muséifier » le paysage il s'agit de le conforter dans ses dimensions patrimoniales et contemporaines, dans le respect des modes de vie.

c. Le pouvoir de police

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un RLP. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones qui ne sont pas couvertes par le RLP.

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 (ABF), du Préfet de région ou du service de l'aviation civile. L'accord de l'ABF est nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans un périmètre de 500 m par rapport au monument lorsqu'il existe un RLP, 100 mètres en absence de RLP. Le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.

B. Le Règlement National de Publicité (RNP)

Le droit de l'affichage (le Règlement National de Publicité, RNP) relève du Code de l'Environnement (livre V consacré à la Prévention des pollutions, des risques et nuisances) et s'inscrit donc prioritairement dans un objectif de protection de l'environnement, des paysages et du cadre de vie.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) constitue une déclinaison locale du droit environnemental de l'affichage : lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général (le RNP). Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLPi, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables.

a. Le champ d'application du RNP

Le droit environnemental de l'affichage concerne les dispositifs visibles depuis « toute voie ouverte à la circulation publique » : la notion de terrain public ou privé n'entraîne pas de différence de traitement. Toutefois, les dispositifs doivent être implantés sur des voies extérieures en bordure desquelles un paysage urbain ou naturel est à protéger.

TROIS CATEGORIES DE DISPOSITIFS

Trois catégories de dispositifs identifiés par le Code de l'Environnement font l'objet de règles spécifiques :

- **Les publicités** : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »



- **Les préenseignes** : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée ».

Jusqu'au 13 juillet 2015, certaines activités pouvaient bénéficier de ces dispositifs dérogatoires. Ces exceptions sont désormais interdites.

Depuis le 13 juillet 2015, pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques ouverts à la visite.

- **Les enseignes** : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce ».



Pour ces dispositifs, le RNP fixe des règles de conformité concernant le format, le nombre, la localisation, la typologie, les modalités d'installations, le mode d'éclairage, entre autres.

LES SUPPORTS SPECIFIQUES

Le **mobilier urbain** peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité.

C'est le cas pour (Art. R581-42 à 47 du Code de l'Environnement) :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public ;
- Les colonnes porte-affiches ;
- Les mâts porte-affiches ;
- Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : l'abribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité // Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure MEDDE

A noter toutefois que les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (Art. R581-45 du Code de l'environnement) et que les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46 du code de l'environnement).

Les **bâches** comprennent les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ainsi que les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier. (Art. R581-53 du Code de l'environnement).

Les **enseignes et préenseignes temporaires** considèrent :

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

L'**affichage d'opinion** : conformément à l'article L.581-16 du Code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ». L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune.

b. Les dispositifs qui ne relèvent pas du RNP

Par ailleurs, il existe également certains dispositifs de publicité qui ne relèvent pas du champ de compétence du RNP, ce sont pour les principaux :

- Les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS) : ces dispositifs se caractérisent par la matérialisation sur un même support via un dispositif de « réglettes » qui permettent d'harmoniser et regrouper les informations tout en donnant une meilleure lisibilité aux activités économiques ;
- Les chartes commerciales communales ;
- Les chartes signalétiques de Parc Naturel Régional (par exemple) ;
- La publicité sur véhicule pour les véhicules de transport en commun, les taxis, les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires ;
- Les dispositifs localisés à l'intérieur d'un local.



SIL- Saint-Alban-Leysses



Dispositif lumineux "ville" - Bassens



Publicité sur véhicule de TC



Dispositif à l'intérieur d'un local – LSA Conso

Exemple de dispositifs qui ne relèvent pas du RLPi // Even Conseil

c. Une définition des agglomérations qui conditionne le cadre réglementaire

Pour l'application de la réglementation de la publicité, la notion d'agglomération est utilisée à deux fins :

- Déterminer où la publicité est autorisée ou interdite. Pour cela, il convient de fixer les limites physiques de l'agglomération. C'est le sens géographique de la notion.
- Déterminer le type de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération, nombre d'habitants dont il convient de préciser les modalités de calcul. C'est le sens démographique de la notion.

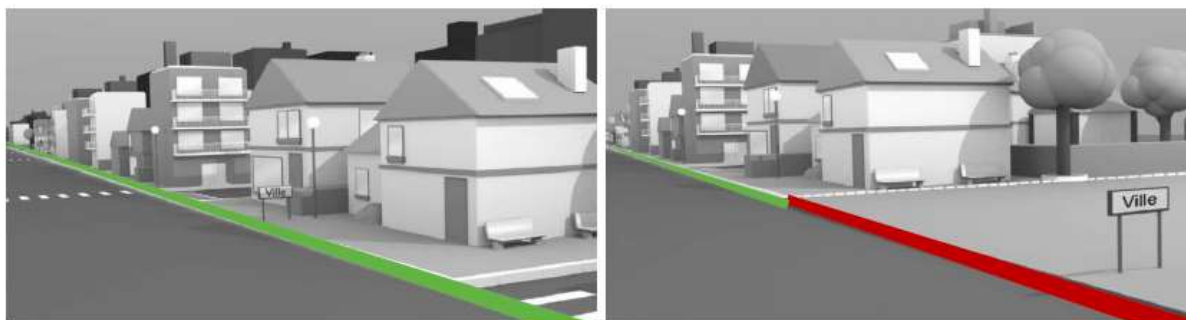
LA DEFINITION DES LIMITES D'AGGLOMERATION

Pour l'application de la réglementation de la publicité, la notion d'agglomération est utilisée à deux fins :

- Déterminer où la publicité est autorisée ou interdite. Pour cela, il convient de fixer les limites physiques de l'agglomération. C'est le sens géographique de la notion.
- Déterminer le type de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération, nombre d'habitants dont il convient de préciser les modalités de calcul. C'est le sens démographique de la notion.

1. Limites d'agglomération

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération. L'article L.581-7 qui fixe ce principe précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du Code de la Route.



Dans l'agglomération / Hors agglomération

Schématisme de la notion d'agglomération // Even Conseil

La notion d'agglomération au sens du Code de la Route constitue l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art.R.110-2 du code de la route).

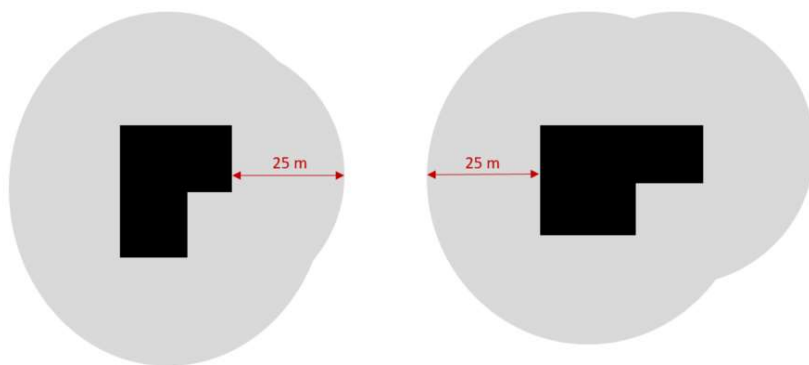
Toutefois, dans le cadre de la réglementation de la publicité, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

La réalité physique de l'agglomération correspond aux espaces bâtis caractérisés par :

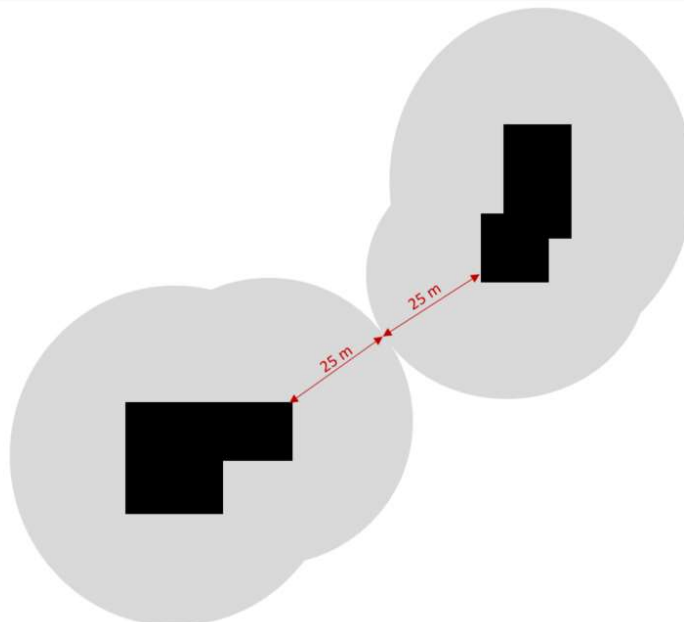
- Un espacement entre bâti de 50 mètres ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée.

En application de ces principes, les limites d'agglomération ont été définies via les traitements géomatiques successifs suivants :

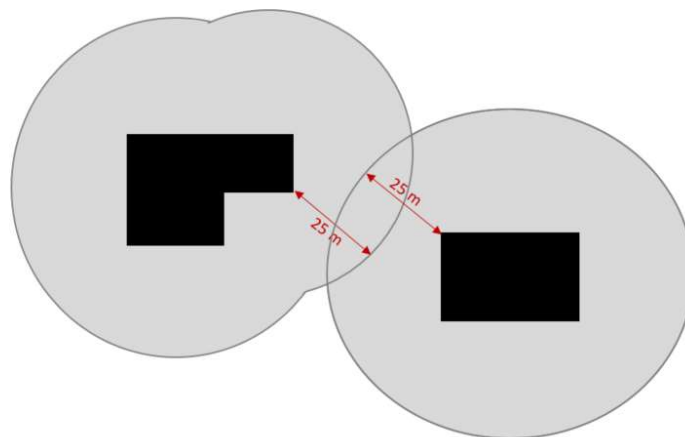
1. Le traitement s'est basé sur les bâtiments de plus de 30m² afin d'exclure de l'analyse les bâtis qui ne sont pas destinés à l'habitat ou au commerce ;
2. Une zone tampon de 25 m a ensuite été appliquée à chacune des entités. Dès lors qu'entre les bâtiments la zone tampon ne se touche pas, cela signifie que l'interdistance est supérieure à 50 mètres et on considère alors qu'il n'y a plus de continuité urbaine.



Bâtiments présentant une interdistance supérieure à 50 mètres et considérés comme non agglomérés



Bâtiments présentant une interdistance égale à 50 mètres et considérés comme agglomérés



Bâtiments présentant une interdistance inférieure à 50 mètres et considérés comme agglomérés

3. Ensuite, un nettoyage automatique de l'enveloppe est effectué pour supprimer les éventuels trous et obtenir une cohérence dans la continuité bâtie ;
4. Dans cette approche, les bâtiments isolés se retrouvent logiquement exclus des limites d'agglomération de même que les zones agglomérées où la densité bâtie n'apparaît pas comme suffisamment conséquente pour présenter, a priori, de réels enjeux au regard des problématiques soulevées par l'affichage extérieur (seuils de densité définis à 10 bâtiments). Si le critère de densité de bâti ne permet pas de sélectionner de manière pertinente les zones agglomérées, un critère de surface d'un noyau bâti peut être mis en place (non réalisé à ce stade).
5. Ensuite, les limites d'agglomération ainsi définies seront « mises à la parcelle ». De cette manière, la délimitation des limites d'agglomération constituera l'enceinte dans laquelle le zonage du RLPi sera élaboré.

L'application de cette méthodologie au territoire de Grand Chambéry a ensuite nécessité un ajustement manuel : la largeur de la N201 qui traverse le cœur aggloméré dessinait deux agglomérations distinctes. Cet aspect ne traduisant pas le fonctionnement réel du territoire en deux entités distinctes, les deux agglomérations ont été assemblées manuellement au droit des espaces agglomérés de part et d'autre de la N201.

Ainsi, le territoire de Grand Chambéry comporte une agglomération principale > 10 000 habitants qui correspond approximativement au secteur de la cluse urbaine ; ainsi que d'autres agglomérations secondaires < 10 000 habitants dans les autres pôles bâtis du territoire (secteur piémonts, Laysse et Bauges).

N.B : Les arrêtés de limites d'agglomération de chacune des communes constituent une annexe obligatoire du RLPi. Ainsi, puisque la notion de limite d'agglomération est élaborée selon les exigences du Code de la Route, l'élaboration du RLPi peut constituer une occasion intéressante de redéfinir les limites d'agglomération de chacune des communes avec un nouvel arrêté municipal (qui implique de déplacer les panneaux d'entrées/de sortie de ville).

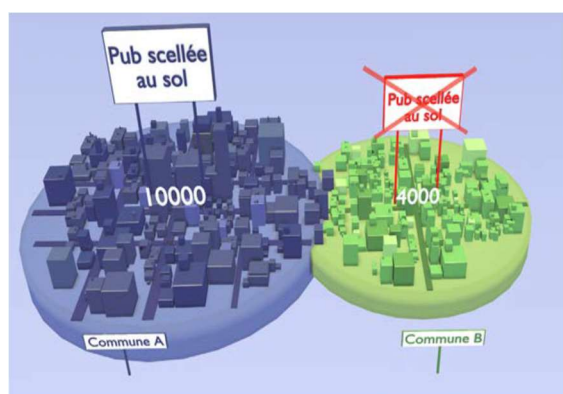
Toutefois, si certaines communes ne souhaitent pas prendre de nouvel arrêté, la procédure de RLPi n'est pas remise en cause, à condition que la commune puisse quand même fournir un arrêté de limites d'agglomération (même s'il est très ancien).

De plus, en cas de contentieux, le législateur se basera sur la réalité physique de l'agglomération, qui correspondra aux limites élaborées par la présente méthodologie.

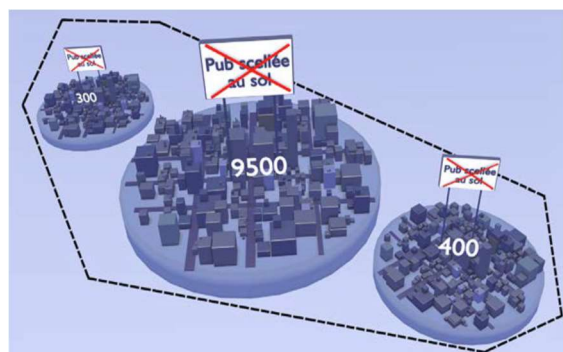
LA DEFINITION DE LA POPULATION AU SEIN DES AGGLOMERATIONS

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Dans ce cadre le décompte de la population au sein de chaque agglomération de la commune est stratégique et conditionne l'encadrement des dispositifs sur le territoire.

Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune (CE, 26/11/2012, Ministre de l'écologie, du développement durable et du logement c/ Sté Avenir, req. n°352916). Cette solution interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, l'une jouxtant l'autre. Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il convient de décompter la population dans chacune d'entre elles.

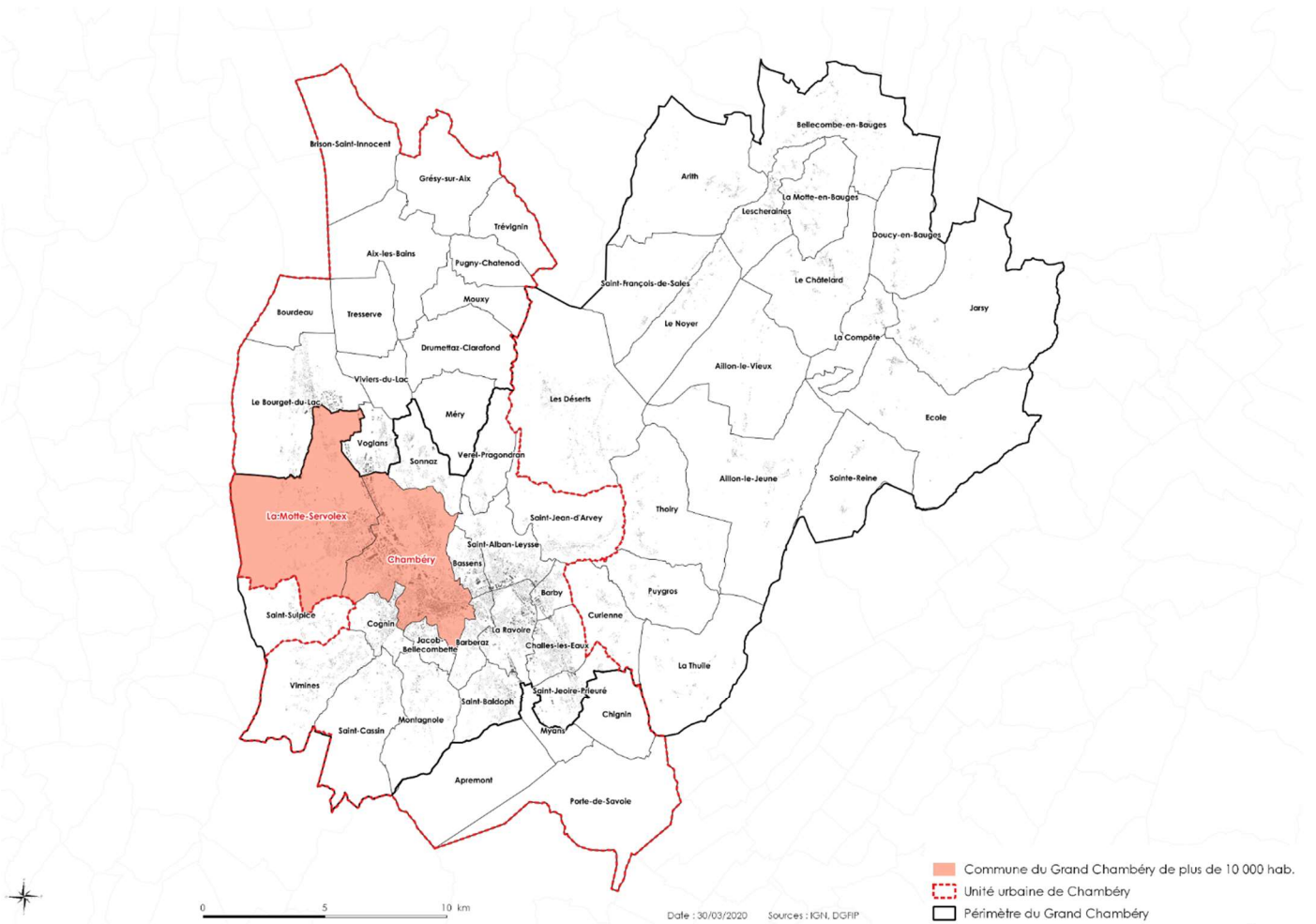


Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

Le territoire de Grand Chambéry est en partie inclus dans l'unité urbaine de Chambéry > 100 000 habitants (191 924 habitants, INSEE 2018). Seules deux communes du territoire ont une population supérieure à 10 000 habitants (Chambéry et la Motte-Servolex).



Répartition démographique de la population : population communale et unité urbaine // Even Conseil

C. Les principales dispositions applicables à Grand Chambéry

a. Le régime des publicités et préenseignes

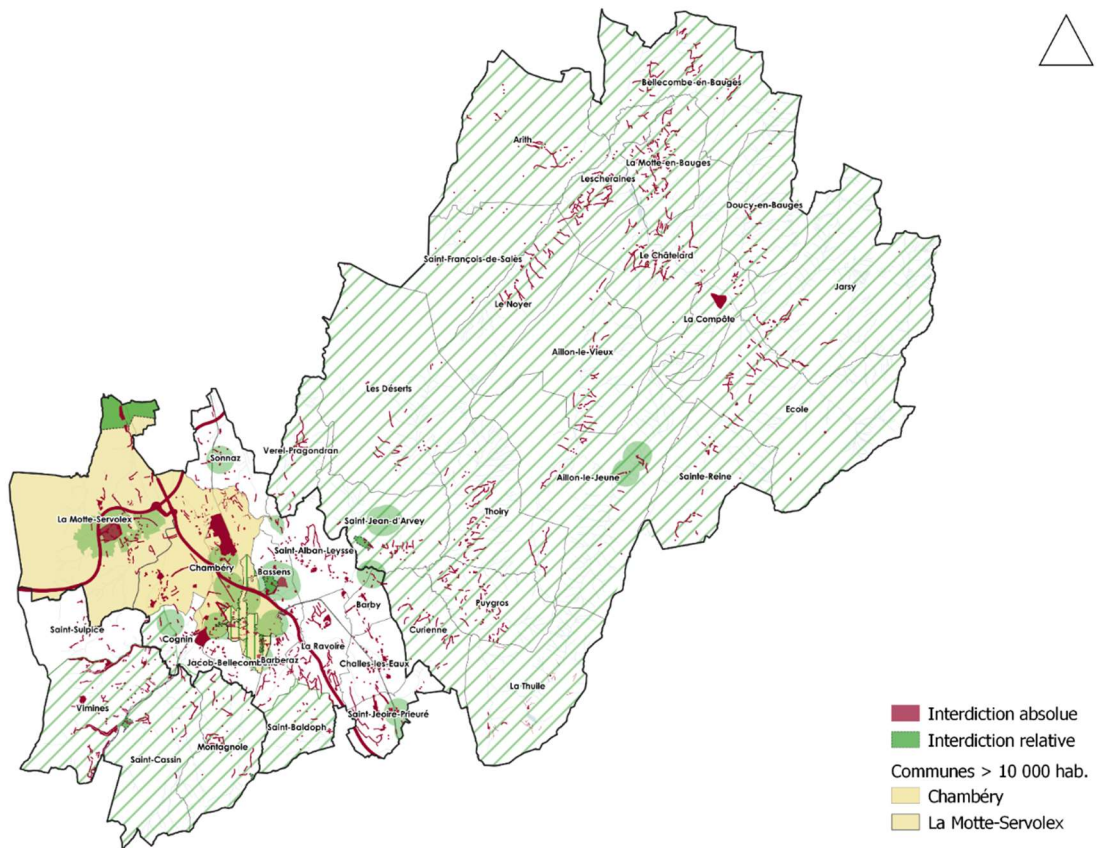
LA REGLE NATIONALE DES INTERDICTIONS : PERIMETRES D'INTERDICTION ABSOLUE ET PERIMETRES D'INTERDICTION RELATIVE

Dans l'objectif de préserver le cadre de vie, la publicité est très strictement encadrée dans certains périmètres institutionnels spécifiques. Sont ainsi définis des secteurs d'interdiction absolue de publicité et des périmètres d'interdiction relative où l'affichage extérieur peut être réintroduit via un Règlement Local de Publicité.

Secteurs d'interdiction absolue	Secteurs d'interdiction relative
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hors agglomération 	<p>A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ; ➤ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ; ➤ Dans les parcs naturels régionaux ; ➤ Dans les sites inscrits ; ➤ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS) ; ➤ Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ; ➤ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000) <p>(Art. L581-8 CE)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ➤ Sur les monuments naturels et dans les sites classés ➤ Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles <p>(art. L581-4 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans les espaces boisés classés (EBC des PLU(i)) identifiés en agglomération ➤ Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au sein des PLU(i) <p>(Art. R581-30 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Au sol, dans les zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute <p>(Art. R581-31 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ En façade : la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. <p>(Art. R418-6 Code de la Route)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La publicité peut être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret. <p>(Art. L581-7 CE)</p>

La carte ci-après localise les espaces au sein desquels aucune publicité ou préenseigne ne peut être implantée, comme le stipule le RNP (interdiction absolue) ou bien les espaces au sein desquels le RLPi est compétent pour réintroduire de la publicité (interdiction relative).

Pour les espaces qui ne sont pas cartographiés, le RLPi est compétent pour la gestion de l’affichage extérieur, à condition de n’être que plus disant, donc plus contraignant, que le RNP.



Interdiction absolue, interdiction relative // Even Conseil

LES INTERDICTIONS DE DISPOSITIFS APPLICABLES A L'ENSEMBLE DES AGGLOMERATIONS

Le RNP définit des dispositifs spécifiques interdits dans l'ensemble des agglomérations, quelle que soit leur typologie.

Ainsi, la publicité ne peut être apposée :

- Sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) (Art. R581-27 CE) ;
- Sur les arbres (Art. R581-4 CE) ;
- Sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (Art. R581-22 CE) ;
- Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré (Art. R581-22 CE) ;
- Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (Art. R581-22 CE) ;

- Sur les murs de cimetière et de jardin public (Art. R581-22 CE) ;
- Les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière (Art. R418-3 CR).

L'IMPLANTATION SUR LA PARCELLE OU LE BATIMENT

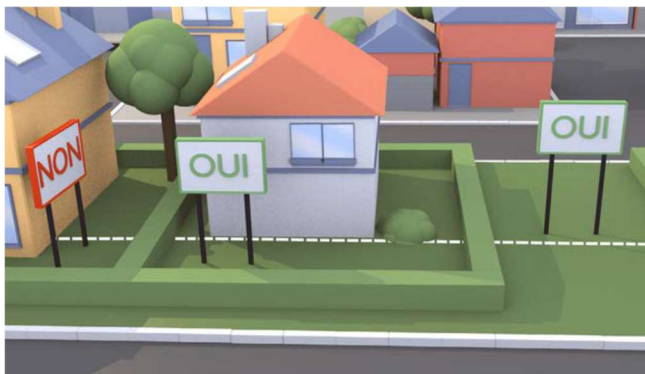
La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-27 CE). Lorsque deux lignes d'égout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.

La publicité ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol (Art. R581-27 CE).

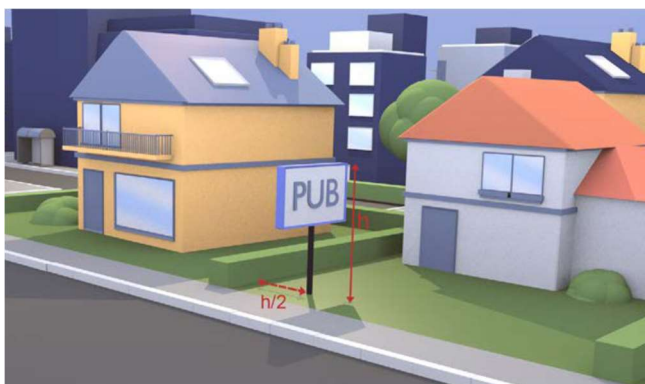
La saillie sur façade maximale autorisée est de 0,25m (Art. R581-28 CE).



Un dispositif publicitaire scellé ou installé 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. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (Art. R581-33 CE).



Les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale. Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.



Le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.

La règle nationale de densité

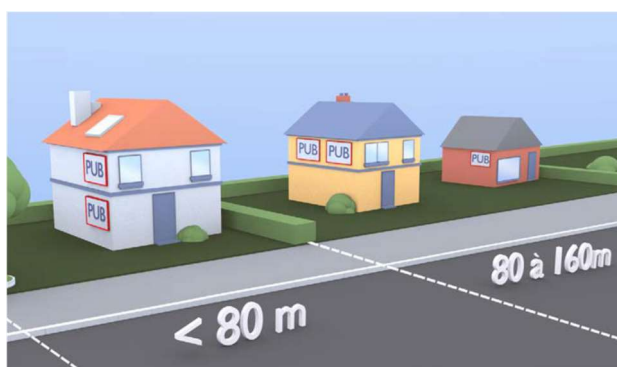
LA REGLE NATIONALE DE DENSITE

Afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires susceptibles d'être implantés dans une agglomération, l'article R.581-25 du Code de l'environnement fixe une règle de densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositifs scellés au sol double face sont considérés comme un seul dispositif des lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos-à-dos, sans séparation visible.

Sur le domaine privé (Art. R581-25 du code de l'environnement) :

- Dispositifs muraux : lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...). Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.



- Dispositifs scellés ou apposé au sol : Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à quarante mètres. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.



Aucune règle d'interdistance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'interdistance est de 100 mètres (Art. R581-55 CE).

Sur le domaine public (Art. R581-25 du Code de l'environnement) : le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante. Un dispositif par tranche de quatre-vingts mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'interdistance n'est imposée.

LE GRAPHISME

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base (Art. R581-39 CE).

L’AFFICHAGE D’OPINION

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (Art. R581-2 CE) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

LA PUBLICITE LUMINEUSE

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel (non pris à ce jour), portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.

La publicité numérique supportée par le mobilier urbain est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, qu'elles appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou non.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (Art. R581-35 CE).

LES DISPOSITIONS SPECIFIQUES APPLICABLES DANS LES AGGLOMERATIONS DE PLUS DE 10 000 HABITANTS ET DE MOINS DE 10 000 HABITANTS APPARTENANT A UNE UNITE URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	12 m ²	7,5 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	12 m ²	6m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m ² pour les autres	6 m
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches interdites dans les agglomérations de - 10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non règlementé	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m ² pour les autres	6 m
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ²	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non règlementé	Fonction de la hauteur de la façade

LES DISPOSITIONS SPECIFIQUES APPLICABLES DANS LES AGGLOMERATIONS DE MOINS DE 10 000 HABITANTS N'APPARTENANT PAS A UNE UNITE URBAINE DE PLUS DE 100 000 HABITANTS

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	4 m ² 8m ² en bordure des routes à grande circulation au sens du L110-3 CR identifié par arrêté préfectoral	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	Interdit	6 m
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Interdit	Interdit
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Interdit	Interdit
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-
Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique		
> Interdite sur tout type de support		<i>Art. R581-34 CE</i>
> Interdite également sur mobilier urbain		<i>Art. R581-42 CE</i>

LES REGLES APPLICABLES AUX DISPOSITIFS SPECIFIQUES

2. Les bâches

Le RNP prévoit des dispositions applicables à la publicité lorsqu'elle est apposée sur une bâche. Deux types de bâche sont visés :

- Les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- Les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

La publicité ne peut être installée sur une bâche, qu'elle soit de chantier ou publicitaire, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Elles sont également interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération. Lorsqu'elles sont admises, la surface de la publicité sur la bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci. Cette surface peut être supérieure lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « BBC rénovation ». Ce plafond peut être dépassé par décision de l'autorité compétente en matière de police.

Pour les autres bâches, la seule limite de surface publicitaire est constituée par le mur qui les supporte puisqu'elles ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

3. Les dispositifs de petit format intégrés aux devantures commerciales

L'article L.581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Selon l'article R.581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m².

La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m².

4. Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

L'article L.581-9 permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires. Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

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

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à cinquante mètres carrés. Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité. Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches à une exception :

Le 2^{ème} alinéa de l'article R.581-27 prévoit que la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit, ne leur est pas applicable.

5. Les dispositifs publicitaires implantés dans l'emprise des équipements sportifs

Quelle que soit la population de l'agglomération, des dispositifs publicitaires peuvent être implantés dans l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places dans des conditions d'emplacement, de surface et de hauteur dérogatoires par rapport aux règles nationales applicable aux autres publicités (art. L581-10 CE).

Les conditions d'apposition de publicité dans l'emprise des grands équipements sportifs doivent néanmoins respecter les dispositions suivantes :

- Le nécessaire lien avec une manifestation temporaire (sans condition de localisation de la manifestation) ;
- La possibilité de dispositifs installés sur toitures ou terrasses en tenant lieu, scellés au sol ou installés directement sur le sol.
- La publicité lumineuse (dont la publicité numérique) apposée sur un mur, une façade ou une clôture, scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de 50 m². Une élévation supérieure à 10 m peut être autorisée, pour la publicité apposée sur un mur, une façade ou une clôture, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière.

L'implantation des dispositifs au sein de ces équipements est soumise à l'autorisation du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'établissement public de coopération intercommunale compétent et dispose ainsi d'un large pouvoir d'appréciation au cas par cas lors de la délivrance de l'autorisation.

6. Les dispositifs publicitaires sur véhicule

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques.

Ils ne peuvent circuler en convoi ni rouler à une vitesse anormalement réduite, c'est-à-dire à une vitesse moindre que le trafic. La surface cumulée des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (Art. R.581-48).

7. Les préenseignes dérogatoires

Par principe, les préenseignes sont soumises au régime de la publicité, ce qui explique que le présent diagnostic ne les évoque pas de manière spécifique (art. L.581- 19 du Code de l'environnement).

Lorsqu'elles signalent certaines activités, elles peuvent s'implanter hors agglomération, ce que l'article L.581-7 interdit à toute publicité dans ce sens, elles doivent alors respecter certaines conditions de format et d'implantation.

Sont concernées les activités suivantes :

- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits ouverts à la visite.

Depuis le 13 juillet 2015, les activités autres que celles énumérées ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. Il s'agit de l'institution d'une signalisation d'intérêt local (SIL) « *qui a pour objet d'apporter aux usagers de la route des indications sur les services et activités liés au tourisme et au voyageur en déplacement* » et qui ne doit pas être confondue avec les dispositifs dit de « microsignalétique » que les communes mettent en place pour signaler en agglomération commerces et équipements publics (voir plus loin).

Les dimensions des dispositifs admis ne peuvent excéder 1 m en hauteur et 1,5 m en largeur tout en veillant à ce que cette hauteur n'excède pas 2,20 m au-dessus du niveau du sol.

Ils doivent par ailleurs être implantés à moins de 5 km de l'activité signalée et portés à 10 km lorsqu'il s'agit de signaler les monuments historiques.

Leur nombre est limité à 2 par activité signalée, porté à 4 dispositifs pour les monuments.

b. Le régime des enseignes

Les dispositions du RNP applicable aux enseignes sont différentes selon qu'elles sont installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

LES DISPOSITIFS SPECIFIQUES INTERDITS

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes apposées perpendiculairement à une fenêtre ou un balcon (Art. R581-61 CE) ;
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (Art. R581-59 CE).

L'IMPLANTATION DES DISPOSITIFS

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-61 CE).

Lorsqu'elles sont installées sur auvent ou marquise, elles ne peuvent dépasser 1 m de haut (Art. R.581-60 du Code de l'environnement).

Les enseignes apposées sur balcon et balconnet ne peuvent excéder en hauteur la hauteur du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie.

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

à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. (Art. R581-64 CE).

LES ENSEIGNES INSTALLEES SUR TOITURE OU TERRASSE EN TENANT LIEU

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base (Art. R581-62 CE). Dans ce cas, les panneaux de fond ont une hauteur limitée à 0,50 mètre. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres.

Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, la hauteur des enseignes ne doit pas dépasser 20 % de cette hauteur dans une limite de 6 m. La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m² à l'exception des établissements culturels, c'est-à-dire les salles de cinéma, les salles de spectacle et les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

LES ENSEIGNES LUMINEUSES

Concernant les enseignes lumineuses (Art. R581-59 CE), elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Il n'y a pas de distinction entre les typologies d'agglomérations.

Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

La récente **Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021**, a précisé le champ de compétence du RLPi sur les enseignes lumineuses : Ainsi, dans le RLPi, **est entendu comme enseigne lumineuse tout dispositif installé à l'extérieur du commerce sur son assiette foncière, ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial** destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique.

LES ENSEIGNES EN FAÇADE

La surface cumulée des enseignes murales parallèles et/ou perpendiculaires ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

LES ENSEIGNES SCALLEES OU APPOSEES AU SOL

Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées.

Ainsi, comme la publicité scellée au sol, lorsque l'enseigne fait plus de 1 m², elle ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du

plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Toutefois, deux enseignes peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Une règle de densité, distincte de celle de la publicité, s'applique lorsqu'elle fait plus de 1 m². Ainsi, elle est limitée à un dispositif simple ou double face, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

LES DISPOSITIONS SPECIFIQUES APPLICABLES AUX AGGLOMERATIONS DE PLUS DE 10 000 HABITANTS

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	12 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non règlementé

LES DISPOSITIONS SPECIFIQUES APPLICABLES AUX AGGLOMERATIONS DE MOINS DE 10 000 HABITANTS ET HORS AGGLOMERATION

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non règlementé

c. Le régime des dispositifs temporaires

LES PRE-ENSEIGNES TEMPORAIRES

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si (Art. R581-71 CE) :

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur ;
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation.

LES ENSEIGNES TEMPORAIRES

Elles suivent les règles d'extinctions lumineuses des enseignes permanentes (Art. R581-70 CE).

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-70 et 60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-70 et 61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-70 et 60 CE)
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-70 et 61 CE)

Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété (Art. R581-64 CE).

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²) (Art. R581-70 et 62 CE).

La surface des enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol (Art. R581-70 CE).

E. Les règlements locaux du Publicité communaux en vigueur sur le territoire

a. Les RLP communaux du territoire

Parmi les 38 communes de Grand Chambéry, 12 d'entre elles sont déjà dotées d'un RLP.

Date des RLP existants

Communes dotées d'une réglementation locale	Date des actes administratifs
Barberaz	31/03/2000
Barby	4/11/1997
Bassens	10/10/1997
Challes-les-Eaux	10/07/1991

Chambéry	21/01/1991
Cognin	30/07/1991
La Motte-Servolex	19/12/1990
La Ravoire	04/04/2000
Saint-Alban-Leysse	05/07/2011
Saint-Baldoph	29/02/1992
Saint-Jeoire-Prieuré	19/07/1991
Vimines	27/10/2003

Les arrêtés municipaux instituant ces RLP s'étendent sur une période plutôt ancienne, entre 1990 et 2003.

→ Le report de caducité

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (ou loi « Grenelle II ») du 12 juillet 2010 a fixé un délai de 10 ans à compter de sa publication pour mettre en conformité les RLP avec ses dispositions.

Ce délai ainsi fixé au 13 juillet 2020, a été reporté de 2 ans, par la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique du 27 décembre 2019 (articles 22 et 23) pour les EPCI ayant prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal : Grand Chambéry remplit ces conditions et les RLP communaux voient leur caducité reportée de 2 ans, soit au 13 juillet 2022.

→ Les grandes lignes des contenus des RLP communaux

Chaque règlement a ses spécificités directement liées à la géographie et à l'histoire de la commune, au caractère de son urbanisme, à la nature des voies qui la traversent. Il se fait le reflet des perceptions de l'environnement publicitaire que la municipalité a eues à un instant défini. C'est l'affirmation de la volonté des élus de préciser les prescriptions du règlement national de publicité (RNP) et de les adapter aux spécificités locales.

→ Typologie des RLP

Des zones de publicité restreinte (ZPR) ont été créées pour toutes les communes, ainsi que des zones de publicité autorisée (ZPA) pour toutes les communes à l'exception de Barberaz, Bassens, Cognin, Saint-Alban-Leysse, Saint-Baldoph et Vimines.

En dehors de ces périmètres, ce sont les règles du Règlement National de Publicité (RNP) qui s'appliquent.

N.B :

La ZPA ne peut être instituée qu'hors agglomération et les prescriptions qui s'y appliquent peuvent être plus ou moins restrictives que le RNP.

La ZPR est quant à elle instituée en agglomération et sert à durcir le RNP ou à réintroduire la publicité dans les périmètres d'interdictions relatives (périmètres de monuments historiques, etc.). La ZPR permet également de soumettre les enseignes à autorisation du maire au sein du périmètre de la zone.

Aucun des 12 RLP ne dispose de zone de publicité élargie (ZPE). Autorisés jusqu'en 2012, ces zonages permettaient de déroger au régime général en définissant des règles moins restrictives que le RNP. De

fait, ce constat vient confirmer la volonté des municipalités de maîtriser et limiter fortement la publicité extérieure.

Types de zonages définis dans les RLP existants

	Nombre de ZPR	Nombre de ZPA
Barberaz	1	-
Barby	3	3
Bassens	2	-
Challes-les-Eaux	1	1
Chambéry	3	2
Cognin	4	-
La Motte-Servolex	2	2
La Ravoire	2	2
Saint-Alban-Leysses	3	-
Saint-Baldoph	1	-
Saint-Jeoire-Prieuré	1	1
Vimines	1	-

Un nombre plutôt important de ZP peut être observé par communes, qui s’explique par un découpage territorial parfois complexe avec des zones qui distinguent par exemple les abords droits et gauche d’un même axe, ou des séquences d’axes, etc.

La surface territoriale couverte par les ZP concerne des secteurs à enjeux pour l’affichage extérieur :

- Les abords des axes de circulation majeurs ou des séquences d’axes d’entrée de ville ou de traversée importante des communes, font soit l’objet de ZPA ou de ZPR selon les communes, en fonction de leur localisation au sein ou non de l’agglomération. Dans tous les cas, les règles instaurées dans les ZPA ou ZPR ont pour objectif de contrôler le nombre de dispositifs aux abords des axes ;
- Les zones d’activités économiques (industrielles, artisanales) et commerciales ;
- Les espaces habités avec une connotation patrimoniale tels que les cœurs de hameaux, les cœurs de bourgs ou les abords d’éléments de patrimoine.

→ Principales dispositions relatives aux publicités et préenseignes

L’idée générale des réglementations instaurées au sein des ZPA et des ZPR converge vers un **encadrement qui a pour objectif de limiter la densité visuelle des dispositifs**.

L’ensemble des communes ayant instauré un RLP sont localisées dans un **périmètre géographique d’unité urbaine de plus de 100 000 habitants** (unité urbaine de Chambéry définie par l’INSEE, 188 135 habitants, 2016) qui impose **une réglementation peu stricte pour l’affichage extérieur** (format d’affichage 12m², toutes typologies autorisées, pour ne citer que les règles phares), ce qui a conduit les communes à se doter de leur document local, pour s’adapter à certaines spécificités territoriales et à des volontés politiques.

Une synthèse des possibilités d’affichage par profil de territoire est proposée sous forme de tableau en annexe 2.

Un objectif global de maîtrise de l’implantation et de dé-densification de l’affichage aux abords des axes

Pour ce faire, des **règles de densité** instaurant une notion d’**interdistance entre dispositifs** ont été définies : l’idée est de définir une distance minimale entre deux dispositifs (interdistance), s’élevant souvent à 50m de distance minimale entre deux dispositifs, pour éviter les effets de « corridors publicitaires ». Ainsi, la moitié des communes dotées d’un RLP ont défini spécifiquement de telles dispositions, mais les communes de Bassens, La Ravoire, Saint-Jeoire-Prieuré, Saint-Baldoph, Chambéry et Cognin n’ont pas opté pour ces dispositions et ont préféré conserver les dispositions du RNP. La commune de Saint-Alban-Leysse a fait le choix d’une règle de densité dans certaines ZP, plus contraignante que celle du RNP (comme l’impose l’élaboration d’un RLP/RLPi) : la règle de densité conditionne les implantations de dispositifs à des longueurs de parcelle (ce sont plutôt des longueurs d’unité foncière qui sont mobilisées) jugées comme suffisantes pour accueillir un dispositif.

Pour autant, des dispositions permettant de **soutenir et de mettre en valeur les aménagements paysagers des carrefours et giratoires** ont été instaurées dans toutes les communes à l’exception de celles de Chambéry et Cognin : non formulée comme une règle de densité ou d’interdistance, cette disposition a un effet paysager similaire et **interdit dans un périmètre** s’étendant de 20m à 50m (plus souvent 50m) **les dispositifs** (parfois seulement les préenseignes) **aux abords des carrefours et giratoires de la commune**.

Les communes de **Barby, Saint-Jeoire-Prieuré et Saint-Alban-Leysse** édictent des lignes bien plus protectrices en **réduisant les possibilités d’affichage** quasi exclusivement au **mobilier urbain** de petit format (2m²), ce qui limite de fait le nombre de dispositifs.

Une vigilance sur l’esthétisme des dispositifs

Aussi, des dispositions concernant **l’esthétisme de l’affichage** ont été inscrites dans les RLP communaux en imposant des matériaux durables pour aider à qualifier l’affichage. La commune de Vimines est allée plus loin en imposant une ossature bois pour le cadre des panneaux d’affichage ; et celle de Saint-Alban-Leysse limite à des couleurs et matériaux neutres et impose au maximum 3 couleurs et 3 types de polices par panneaux d’affichage.

Par ailleurs, pour **protéger les bâtiments anciens**, les publicités et les préenseignes sur façades et murs de clôture en pierres apparentes font même l’objet d’une interdiction totale dans les communes de Barberaz, La Ravoire, et Vimines, et sont interdits sur clôtures, murs de soutènements, balcons, balconnets et garde-corps à Saint-Alban-Leysse.

Toutefois, la commune de Chambéry instaure une **pratique très impactante pour le paysage**, même si elle est limitée aux zones d’activités, en inscrivant que « 2 dispositifs de 12m² peuvent être installés soit dos-à-dos, soit dans le même plan, soit en V ou dans toute autre forme » : les « **double-dispositifs** » côte à côte, particulièrement quand les formats sont importants, créent de véritables barrière visuelles. Si l’ensemble des autres communes ne précise rien quant aux implantations de ce type, qui sont toutefois limitées par les règles de densité et d’interdistance pour les communes qui en ont instauré, la commune de Barby précise clairement qu’un seul dispositif par plan est autorisé.

D’autres dispositions plus particulières et ponctuelles

Bien que souvent localisés hors agglomération, donc faisant l'objet d'un lieu d'interdiction de dispositifs, **la protection des berges de cours d'eau** apparaît importante à souligner pour les communes de Chambéry et de Cognin, qui respectivement sous forme d'une ZPR spécifique ou d'une disposition au sein d'une ZPR, interdisent les dispositifs sur les berges de torrents et à moins de 20m de celles-ci.

Les **dispositifs implantés sur les palissades** de chantier font l'objet de dispositifs spécifiques dans tous les RLP, à l'exception de ceux de la Ravoire et de La Motte-Servolex qui ne stipulent rien de particulier, et sont autorisés dans la limite d'un format de 12m², sauf à Vimines et à Saint-Alban-Leysses où le format est respectivement réduit à 5m² et 4m².

Enfin, les **préenseignes temporaires**, utilisées pour l'affichage de manifestations temporaires culturelles, touristiques, pour des opérations de moins de 3 mois ou pour des travaux publics, opérations immobilières, etc., souvent « **oubliées** » dans les réglementations, sont spécifiquement traitées, et de manière fine, par le RLP de la commune de **Saint-Alban-Leysses** :

- Une réduction de leur durée d'installation par rapport au RNP est observée ;
- Des formats différents sont mis en place en fonction des ZPR dans lesquelles elles sont installées et du type de manifestation qui est annoncée.

→ Principales dispositions relatives aux enseignes

Concernant les enseignes, les communes de Barby, Challes-les-Eaux, Saint-Baldoph et Chambéry ont fait le choix d'élaborer un RLP ne traitant que des publicités et préenseignes, et la réglementation des enseignes relève de celle du RNP.

Pour les autres communes, à **l'exception de Saint-Alban-Leysses, les approches sont peu variées et se limitent à quelques paramètres.**

Par exemple :

- Des **critères de qualité esthétique** pour l'éclairage des dispositifs sont imposés visant à intégrer les éléments assurant l'éclairage dans le cadre des dispositifs à Barberaz et à Vimines, cette dernière commune imposant également une ossature en bois pour les enseignes ;
- Les **limitations en format des dispositifs au sol sont peu ambitieuses** et se calent sur les limites maximales autorisées pour les agglomérations > 10 000 habitants à savoir 12m² à Barberaz, Bassens, La Ravoire, ce qui ne correspond pas à la réglementation imposée par le RNP pour ces communes < 10 000 habitants.
Toutefois, les communes de La Ravoire (uniquement aux abords des axes), de Saint-Jeoire-Prieuré, de Vimines, de Cognin et de La Motte-Servolex autorisent ces dispositifs de manière conforme au RNP à savoir 6m² ou moins ;
- Pour **limiter la surdensité d'enseignes** parfois observée, et particulièrement dans des espaces de vitrines pour les communes (entrées de ville et abords des axes), les **enseignes en façade** font l'objet d'une **limitation à 1 dispositif par activité et par façade** à Barberaz et à Saint-Alban-Leysses (à l'exception des zones d'activités économiques), au-delà de la limitation relative au format ;
- Pour prolonger les efforts entrepris en zone agglomérée, **les enseignes hors agglomération** sont réglementées sur la même base qu'en agglomération à Vimines ;
- Certaines typologies ou localisation d'enseignes font l'objet d'**interdictions spécifiques** :
 - o Les enseignes sur clôture non aveugles sont interdites à Bassens et à Vimines ;
 - o Les enseignes sur les façades et les murs de clôture en pierres apparentes sont interdites à Vimines ;

- Les enseignes en toiture sont interdites à Vimines, et sont limitées à 1 dispositif par activité à Barberaz ;
- Les enseignes en drapeaux sont interdites à La Ravoire ;
- De manière identique aux publicités et aux préenseignes, des dispositions permettant de soutenir et de mettre en valeur les aménagements paysagers des carrefours et giratoires ont été instaurées dans la commune de Bassens au sein de la zone d'activités en interdisant les dispositifs au sol dans un rayon de 50m autour des carrefours et des giratoires.

L'encadrement proposé pour les enseignes de la commune de **Saint-Alban-Leyse est à souligner puisqu'il s'inscrit dans une dynamique intéressante d'esthétique et d'intégration des enseignes aux bâtiments et aux espaces**, aussi bien dans les zones d'activités que sur le reste du territoire aggloméré.

Les principales dispositions autres que celles qui ont pu être citées précédemment sont les suivantes :

- **Interdiction** des dispositifs sur clôtures, murs de soutènements, balcons, balconnets et garde-corps, ainsi que des banderoles, drapeaux, etc. (sauf pour évènements temporaires) ;
- Les enseignes doivent être apposées dans les **limites du rez-de-chaussée** pour limiter la prégnance des enseignes sur les bâtiments ;
- En termes d'**esthétique** des dispositifs, des couleurs et matériaux neutres sont imposés, le nombre de couleurs et de polices utilisées est limité, la face éventuellement non exploitée du dispositif doit être habillée (carter de protection, etc.) ;
- Les activités qui exercent sur une même unité foncière doivent **mutualiser** leur affichage au sol, et un format totem (plus haut que large) est imposé ;
- Les **enseignes temporaires**, font l'objet de dispositions précisées par rapport au RNP dans le même esprit que celles édictées pour les préenseignes temporaires :
 - Une réduction de leur durée d'installation par rapport au RNP est observée ;
 - Des formats différents sont mis en place en fonction des ZPR dans lesquelles elles sont installées et du type de manifestation qui est annoncée.

b. La mise en œuvre des RLP communaux

L'élaboration et l'approbation d'un RLP communal implique ensuite un suivi rigoureux des demandes d'autorisation de dispositifs ainsi que la mise en œuvre de mesure de contrôle *in-situ* de la conformité de l'ensemble des dispositifs. En effet, le RLP est un document rétroactif dont les mesures s'appliquent aussi bien sur les dispositifs existants que futurs.

Ce suivi est conséquent pour les communes et demande d'avoir des agents formés et disponibles sur le terrain.

c. PERSPECTIVES POUR L'ÉLABORATION DU RLPi DE GRAND CHAMBERY

→ Des RLP anciens avec des lacunes, qui justifient le besoin d'élaboration du RLPi

L'ensemble des RLP communaux du territoire est ancien, ce qui les rend assez **obsolètes** dans la construction du RLPi : à l'exception du document de Saint-Alban-Leyse, les dispositions en place correspondent peu à l'esprit de la réglementation de l'affichage extérieur portée par le Code de l'Environnement depuis les lois Grenelle.

Aussi, les documents sont finalement **peu « territorialisés »** et ne semblent que vouloir améliorer l'existant, sans réglementer l'affichage extérieur dans un objectif de **créer un territoire de qualité**, et de

mettre en valeur les qualités paysagères et de cadre de vie existantes (préservation de vues, d’ambiances urbaines spécifiques, adaptation des dispositifs aux formes urbaines et aux gabarits des axes, etc.).

Par ailleurs, l’ancienneté des documents les rend **imperméables aux nouveaux types de dispositifs ou de possibilités réglementaires** : bâches, dispositifs numériques et question de l’extinction nocturne, nouveaux formats standards de 8m², encadrement des enseignes < 1m², des chevalets, etc.

Même si l’élaboration du document intercommunal ne peut pas constituer une agrégation des documents communaux, ces derniers permettent toutefois d’identifier certaines volontés des communes sous-jacentes au besoin de réglementation de l’affichage extérieur, et sont dans ce sens des **indicateurs pour l’ambition que doit construire le RLPi de Grand Chambéry**.

La suite de l’analyse proposée met en lumière des **dispositions intéressantes des RLP communaux** qui pourraient être remobilisées dans le RLPi et identifie le « **niveau minimum** » que doit proposer le RLPi de Grand Chambéry.

→ Des exemples de dispositions intéressantes à déployer sur l’ensemble du territoire intercommunal

Pour tous les dispositifs :

- Mesures esthétiques pour les dispositifs (dissimulation des éléments techniques, intégration de l’éclairage, etc.) ;
- Encadrement des conditions d’implantation des dispositifs temporaires.

Publicités et préenseignes :

- Règle de densité pour dédensifier les abords des axes majeurs notamment.

Enseignes :

- Définition de conditions d’intégration architecturale des dispositifs aux bâtiments (respect des lignes de composition des façades, vigilance sur la non dissimulation d’éléments architecturaux, etc.) et aux espaces ;
- Mutualisation des enseignes au sol pour les activités exerçant sur la même unité foncière ;
- Réflexion sur les enseignes en toiture : interdiction/autorisation, limitation du nombre et du format ;
- Mise en œuvre de dispositions pour réglementer les enseignes apposées hors agglomération, dans la continuité de celles définies en agglomération.

→ Des réglementations non légales ou peu solides juridiquement dont la mobilisation dans le RLPi est à arbitrer

- **Impossibilité de maintenir les ZPA** car le RLPi est obligatoirement plus restrictif que le RNP (à l’exception des périmètres d’interdiction relative et des **centres commerciaux hors agglomération exclusifs de toute habitation**) ;
- **Impossibilité de maintenir les règles d’interdistance entre les dispositifs situés à l’intérieur d’une même parcelle** (interdistance interparcellaire) car engendre une distorsion de concurrence. Imposer des règles de densité plus restrictives que celles du RNP est toutefois possible, ainsi que des règles d’interdistance intraparcellaire (encadrement de la distance minimale entre

- deux dispositifs localisés à l'intérieur d'une même unité foncière, à manipuler avec précaution toutefois) ;
- **Impossibilité d'opérer des distinctions entre les publicités et les préenseignes au sein d'une même ZP** (disposition du RLP de Bassens) : pour le Code de l'Environnement, les publicités et préenseignes constituent un seul et même dispositif ;
 - L'interdiction des préenseignes dans des périmètres précis (proximité des carrefours) hors agglomération (disposition du RLP La Motte-Servolex) : hors agglomération les dispositifs publicitaires et de préenseignes sont interdits, à l'exception des préenseignes dérogatoires, dont les conditions d'implantation sont définies par le Code de l'Environnement et ne peuvent être modulées par le RLPi ;
 - **Impossibilité d'autoriser dans les communes < 10 000 habitants les enseignes dans les conditions du RNP relatives aux communes > 10 000 habitants** même si intégrées dans une unité urbaine > 100 000 habitants (disposition des RLP de Barberaz, Bassens et de La Ravoire qui autorisent les enseignes au sol jusqu'à un format de 12m²) : les conditions d'implantation des enseignes ne dépendant pas de l'appartenance ou non à une unité urbaine > 100 000 habitants, contrairement aux publicités et préenseignes ;
 - **Impossibilité d'autoriser deux enseignes au sol par activité et par voie ouverte à la circulation si le dispositif est simple face** (disposition du RLP de La Ravoire) : le Code de l'Environnement n'autorise qu'un seul dispositif au sol > 1m² par activité et par voie ouverte à la circulation, quel que soit le nombre de faces exploitées ;
 - **L'interdiction totale des enseignes en toiture** sur un territoire (disposition du RLP de Vimines) : le Code de l'Environnement interdit d'interdire totalement une typologie de dispositif sur un territoire (la jurisprudence évolue sur ce paramètre, à suivre) ;
 - Tous les paramètres encadrés par les RLP encadrant les enseignes ne peuvent en réalité être réglementés dans le RLPi, notamment par exemple quand il y a **interférence avec le contenu du message** (limitation du nombre de couleurs ou de polices) ou sur le **nombre de dispositif par type d'établissement/activité** (alors que le RLPi ne peut que réglementer le nombre de dispositif par unité foncière sans distinction du nombre d'activité et du type d'activités). Dans un esprit similaire, imposer un type de matériaux pour les dispositifs (en l'occurrence le bois) est fragile juridiquement. L'objectif est de parvenir à conserver l'esprit de ces règles tout en **trouvant une écriture réglementaire légale** (Dispositions des RLP de Saint-Alban-Leyse et Vimines notamment) ;
 - Pour les dispositifs temporaires (dispositions du RLP de Saint-Alban-Leyse) :
 - o La durée maximale en nombre de jours/mois pour les dispositifs temporaires est impossible à écrire car le Code de l'Environnement offre une seule réglementation avant et après la « manifestation » ;
 - o L'encadrement de la localisation des dispositifs temporaires (au sein d'un ZP et de manière différente entre les ZP et selon les typologies de dispositifs temporaires) est peu solide juridiquement pour le document, le Code de l'Environnement est peu précis sur le sujet et la jurisprudence peu fournie.

4. Le diagnostic publicitaire

A. Diagnostic des publicités et préenseignes



a. Méthodologie

UNE ANALYSE QUANTITATIVE COMPLETEE PAR UNE ANALYSE QUALITATIVE

L'élaboration du Règlement local de Publicité intercommunal de Grand Chambéry suppose de disposer d'un état de la situation actuelle du territoire en matière d'affichage extérieur. Le diagnostic publicitaire remplit cet objectif.

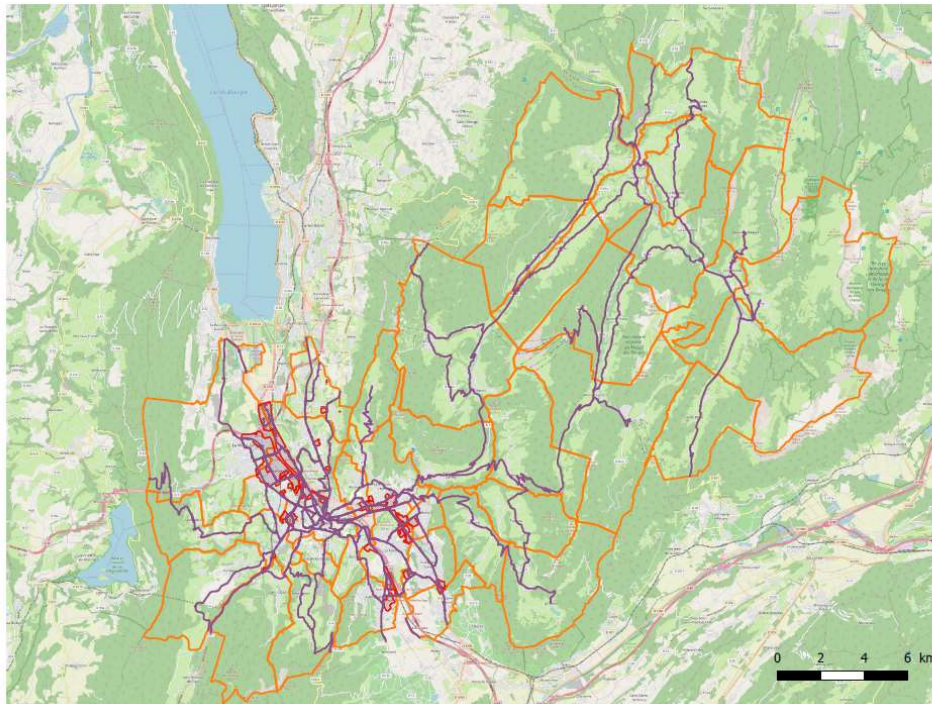
Le premier temps d'analyse se base sur un recensement représentatif du parc publicitaire. En effet, un inventaire publicitaire exhaustif (publicités et préenseignes) sur un linéaire de voirie défini a été réalisé dans l'été 2019.

Le parcours de cet inventaire s'est porté sur 400 km de voies arpentant les zones à enjeux pressenties sur le territoire de Grand Chambéry en matière d'affichage extérieur : les axes majeurs du territoire, les zones d'activités économiques et commerciales, les axes d'entrée d'agglomération et les axes traversant les centres-villes des communes du territoire. Ils représentent un échantillonnage représentatif des tendances en matière de publicité et préenseigne

Ce recensement a permis de mettre en évidence les secteurs les plus concernés et impactés par la présence de ce type de dispositifs publicitaires, ainsi que les caractéristiques des dispositifs publicitaires recensés.



Proposition de relevé vidéo Plan d'ensemble



Proposition comprenant
400km de voies à relever

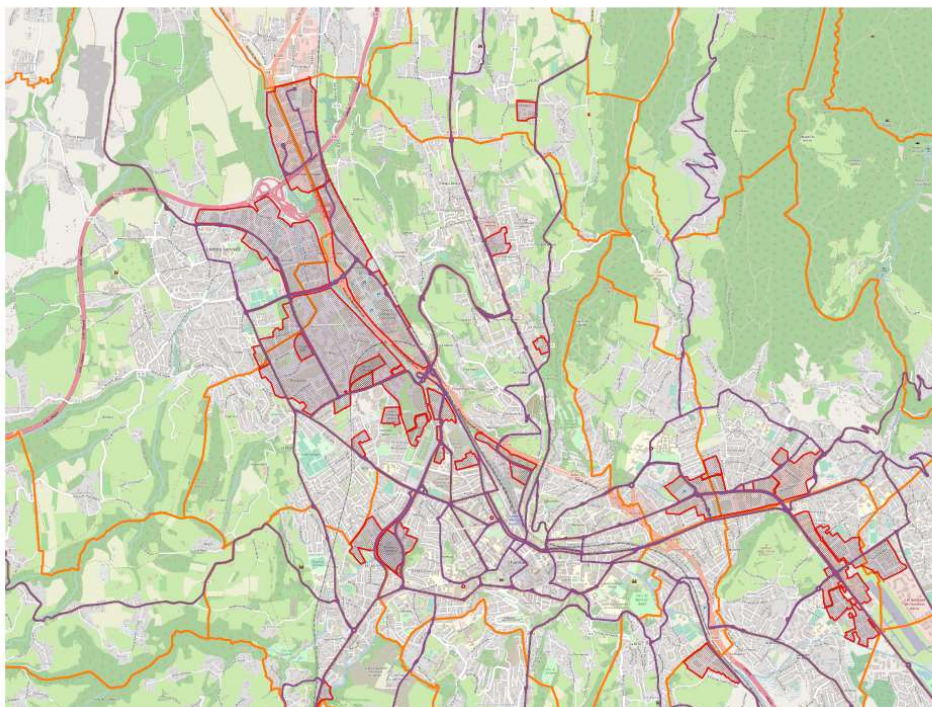
Légende

- Zones industrielles et commerciales
- Voies à relever
- Périmètre des communes

Document établi par SOGEFI
le 29/07/2019



Proposition de relevé vidéo Zoom sur Chambéry



Proposition comprenant
400km de voies à relever

Légende

- Zones industrielles et commerciales
- Voies à relever
- Périmètre des communes

Document établi par SOGEFI
le 29/07/2019

Tracé du parcours de recensement des publicités et préenseignes (Plan d'ensemble et zoom sur Chambéry)
"SOGEFI"

Ainsi, pour chaque dispositif ont été déterminées les caractéristiques suivantes :

- Le type de dispositif (publicité ou préenseigne) ;
- Le nombre de faces ;
- La hauteur et la largeur du support ;
- La surface de l’affiche publicitaire et son encadrement.

En complément de ces éléments, le diagnostic publicitaire a également pour objectif d’identifier la « conformité » du parc de dispositifs par rapport au Règlement National de Publicité (RNP). Ces éléments permettent ainsi d’établir le profil « chiffré » du territoire en matière d’affichage extérieur.

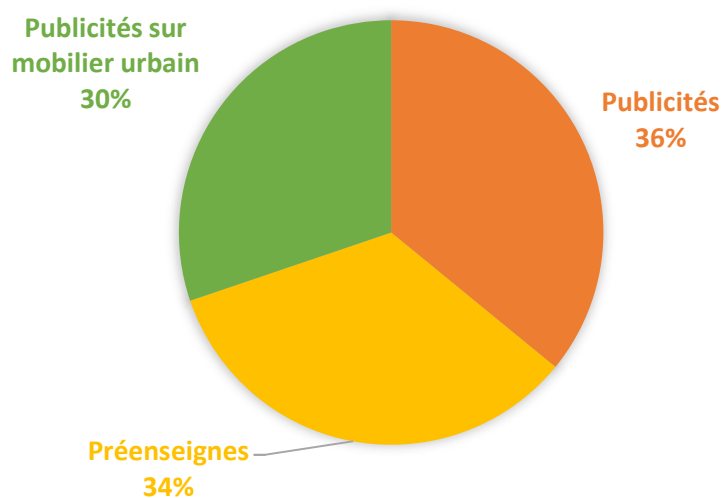
Le second temps d’analyse (approche dite « sensible ») s’attache à caractériser la place de l’affichage extérieur dans le paysage et son influence sur le cadre de vie, tout en tenant compte des besoins du tissu économique local.

b. Chiffres clés

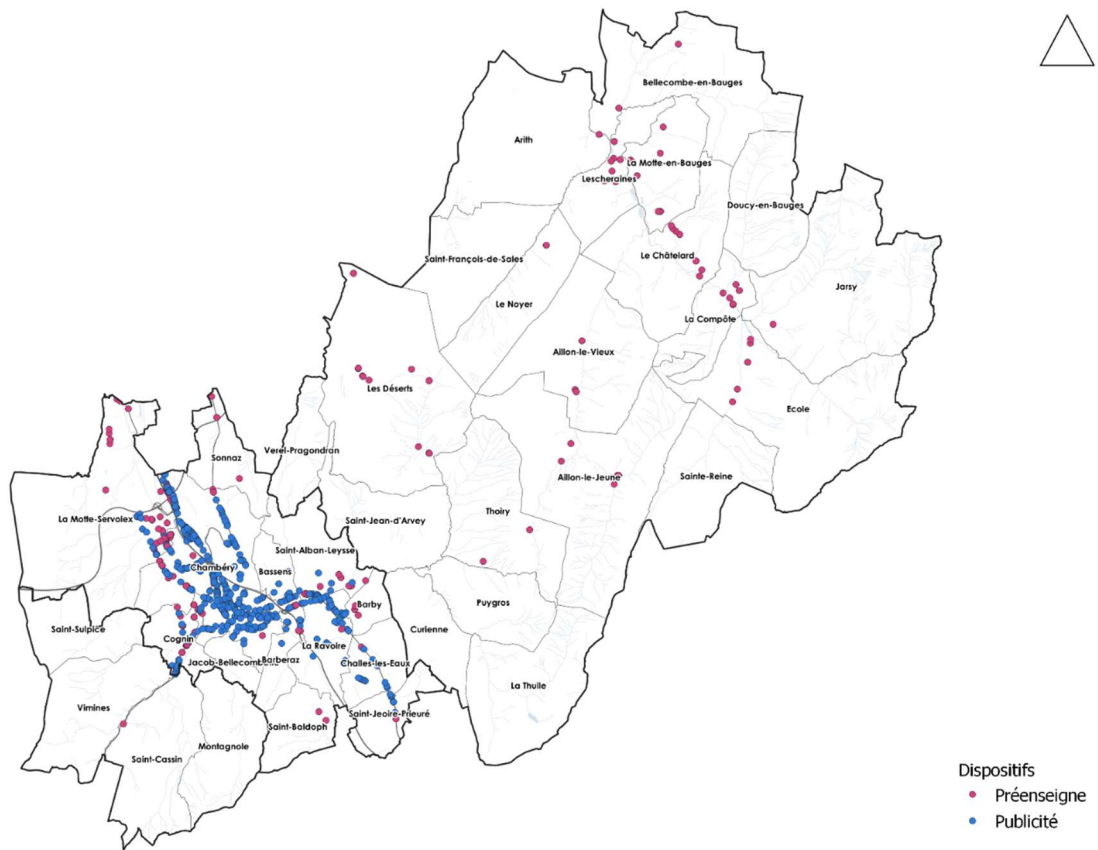
TYPOLOGIE ET REPARTITION TERRITORIALE DES DISPOSITIFS

Sur l’ensemble des 38 communes du territoire, 788 dispositifs de publicités et préenseignes ont été recensés.

Répartition des dispositifs par typologie



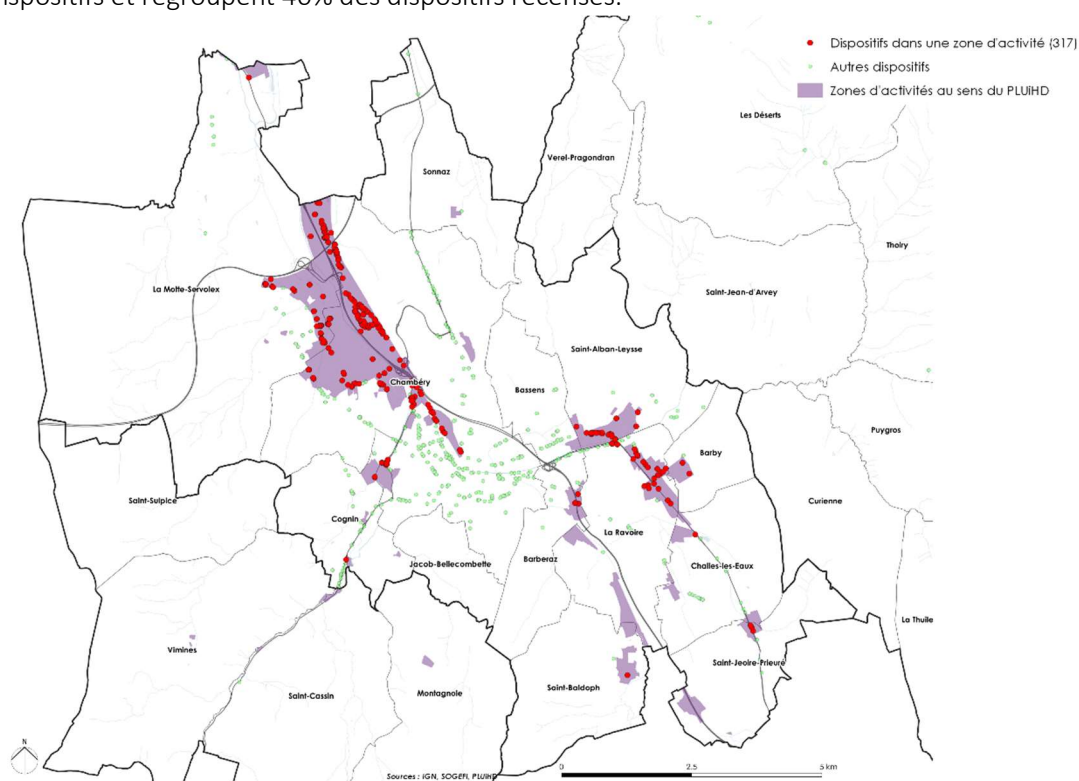
N.B. : Le mobilier urbain constitue une catégorie de dispositifs traitée à part au regard de sa fonction accessoire de support de publicité qui justifie des conditions d’implantations spéciales édictées par le Code de l’Environnement (voir avant 3. B. Le Règlement National de Publicité).



Localisation des dispositifs par typologie // SOGEFI, Even Conseil

- Le recensement de terrain met en lumière un fonctionnement territorial qui s’organise en deux parties :
- Des publicités concentrées dans le secteur de la Cluse, principalement à Chambéry et le long des axes majeurs, traduisant un lieu de concertation de l’appareil économique ;
 - Des préenseignes réparties de manière plus diffuse dans le reste du territoire, qui correspondent aux besoins d’affichage d’espaces plus ruraux (Leyse, Bauges et Piémont).

Par ailleurs, les zones d'activités du secteur de la Cluse apparaissent comme points de concentration des dispositifs et regroupent 40% des dispositifs recensés.



Localisation des dispositifs de publicités et préenseignes au sein des zones d'activités économiques et commerciales (échelle secteur Cluse) // SOGEFI, Even Conseil

FORMAT ET REPARTITION TERRITORIALE DES DISPOSITIFS

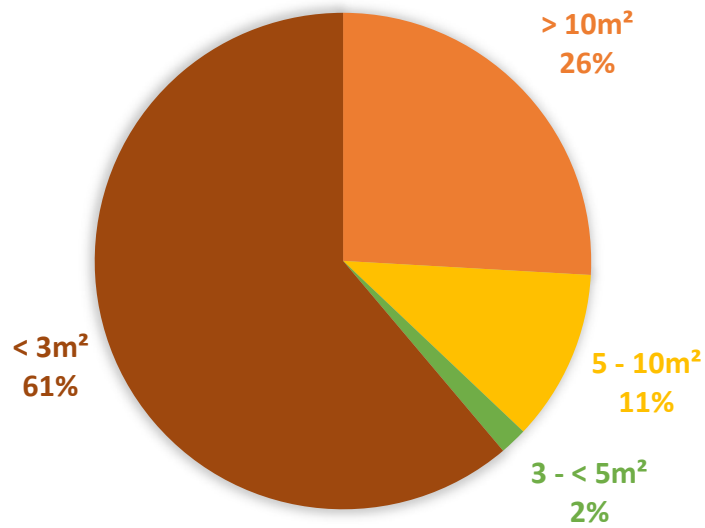
1. Des « petits » dispositifs majoritaires

La surface moyenne des dispositifs du territoire, tous dispositifs confondus, est de 5,5 m². Ce chiffre correspond à un format dit « moyen » (< 6m²) au regard des formats standards existants.

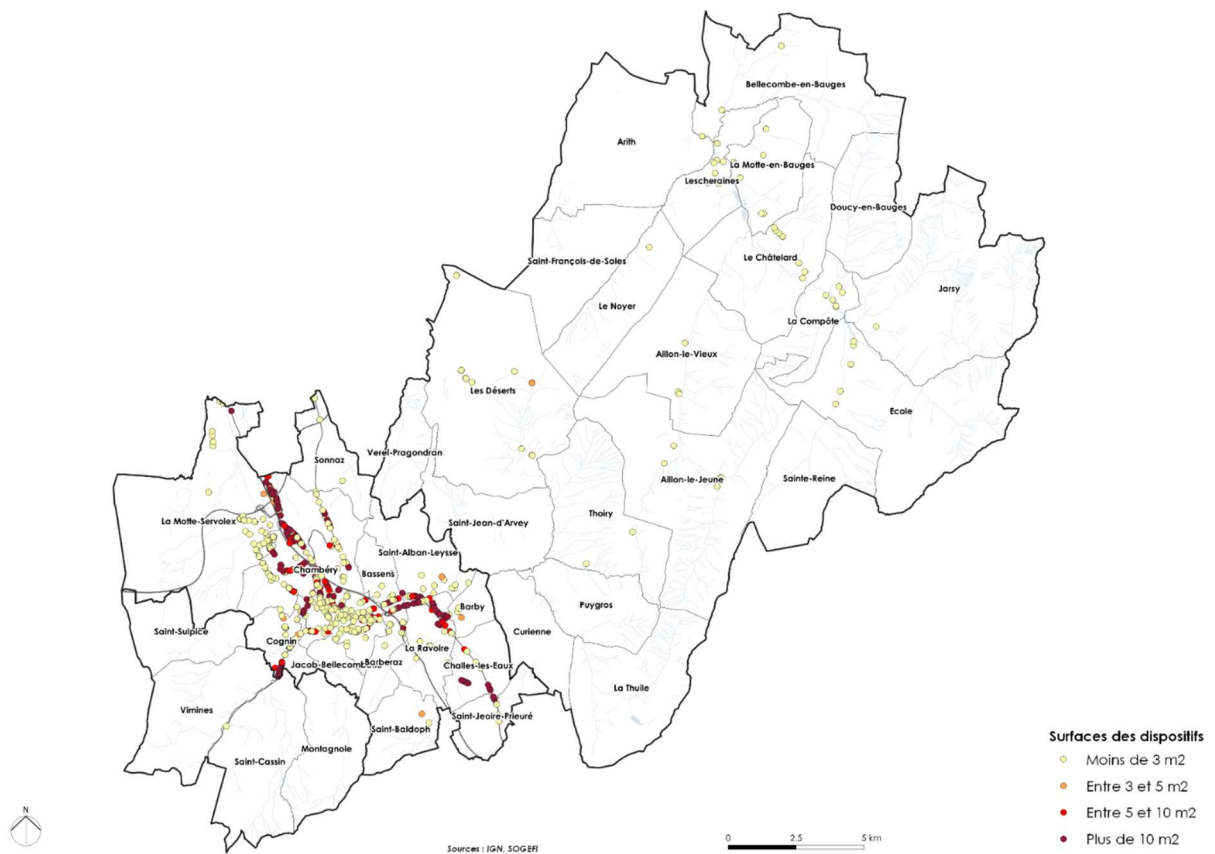
Toutefois, l'étude de la répartition des dispositifs par classe de format apporte une information supplémentaire : 61% des dispositifs recensés ont un format < 3m², soit un « petit » format. Cette majorité de petits dispositifs s'explique par une part importante :

- De mobilier urbain (30% des dispositifs recensés, surtout à Chambéry) ;
- Et de préenseignes (34% des dispositifs recensés).

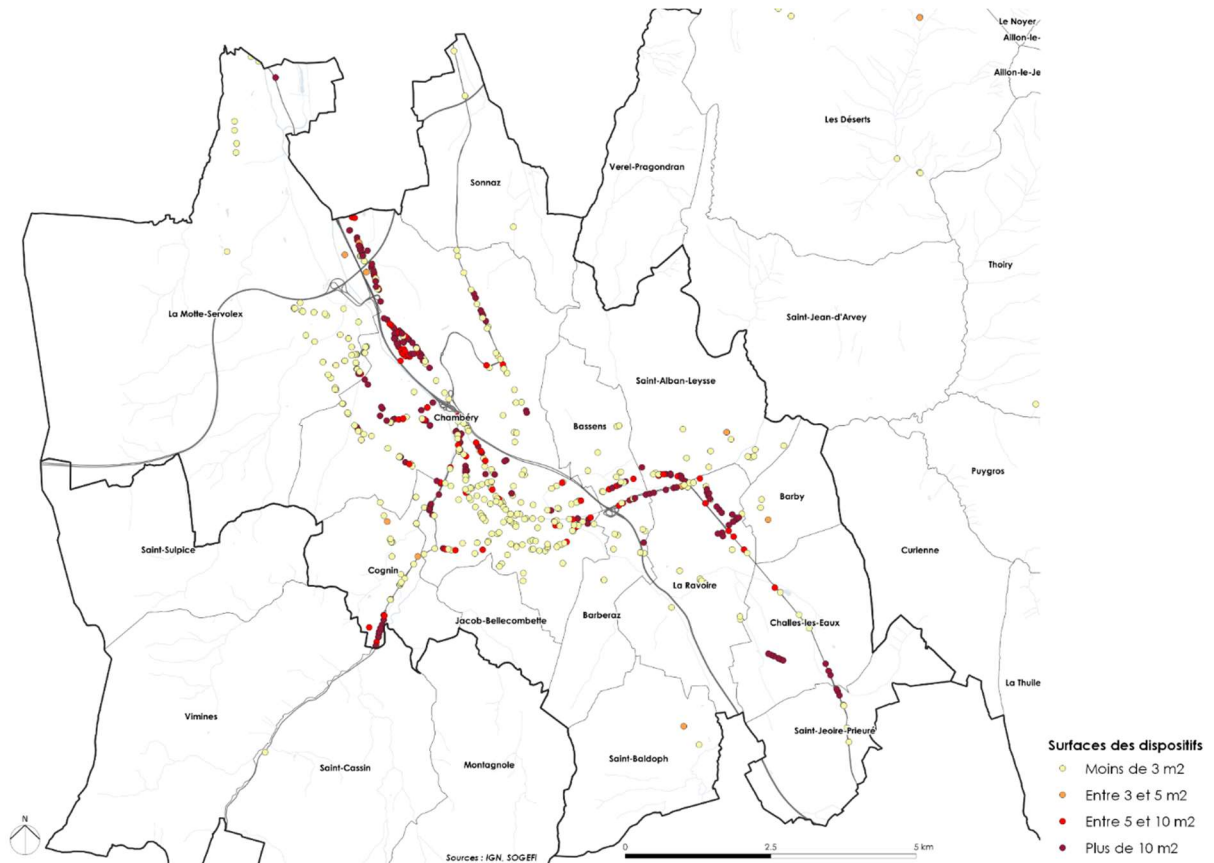
Répartition des dispositifs par classe de format



En termes de localisation géographique, ces petits formats sont observables partout sur le territoire, principalement sous forme de mobilier urbain dans les centres urbains patrimoniaux ou de préenseignes dans les espaces plus ruraux. Les plus grands formats (entre 5 et 10m² ou > 10m²) sont observés aux abords des axes d'entrée de territoire.



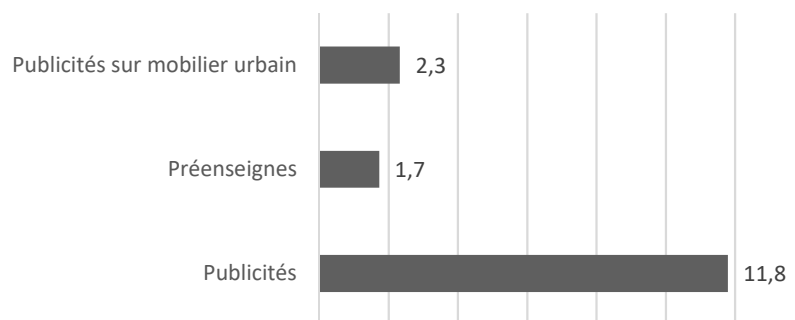
Localisation des dispositifs par format (échelle Grand Chambéry) // SOGEFI, Even Conseil



Localisation des dispositifs par format (échelle secteur Cluse) // SOGEFI, Even Conseil

2. Les publicités comme « grands dispositifs »

Surface moyenne des dispositifs par typologie (m²)



Les publicités représentent les surfaces moyennes les plus importantes avec le chiffre moyen de 11,8m², là où la surface moyenne des préenseignes est de 1,7m².

Le mobilier urbain, avec une surface moyenne de 2,3m² constitue un type d’affichage « petit format » qui s’intègre de manière qualitative dans les ambiances urbaines grâce à une ligne graphique uniformisées et esthétique.



Préenseigne à la Motte-Servolex et mobilier urbain « sucette » à Chambéry // Even Conseil

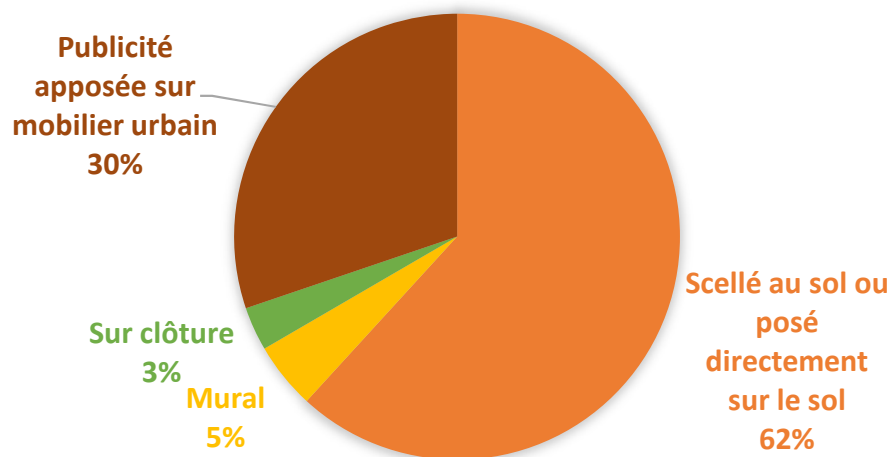
TYPE D'IMPLANTATION ET REPARTITION TERRITORIALE DES DISPOSITIFS

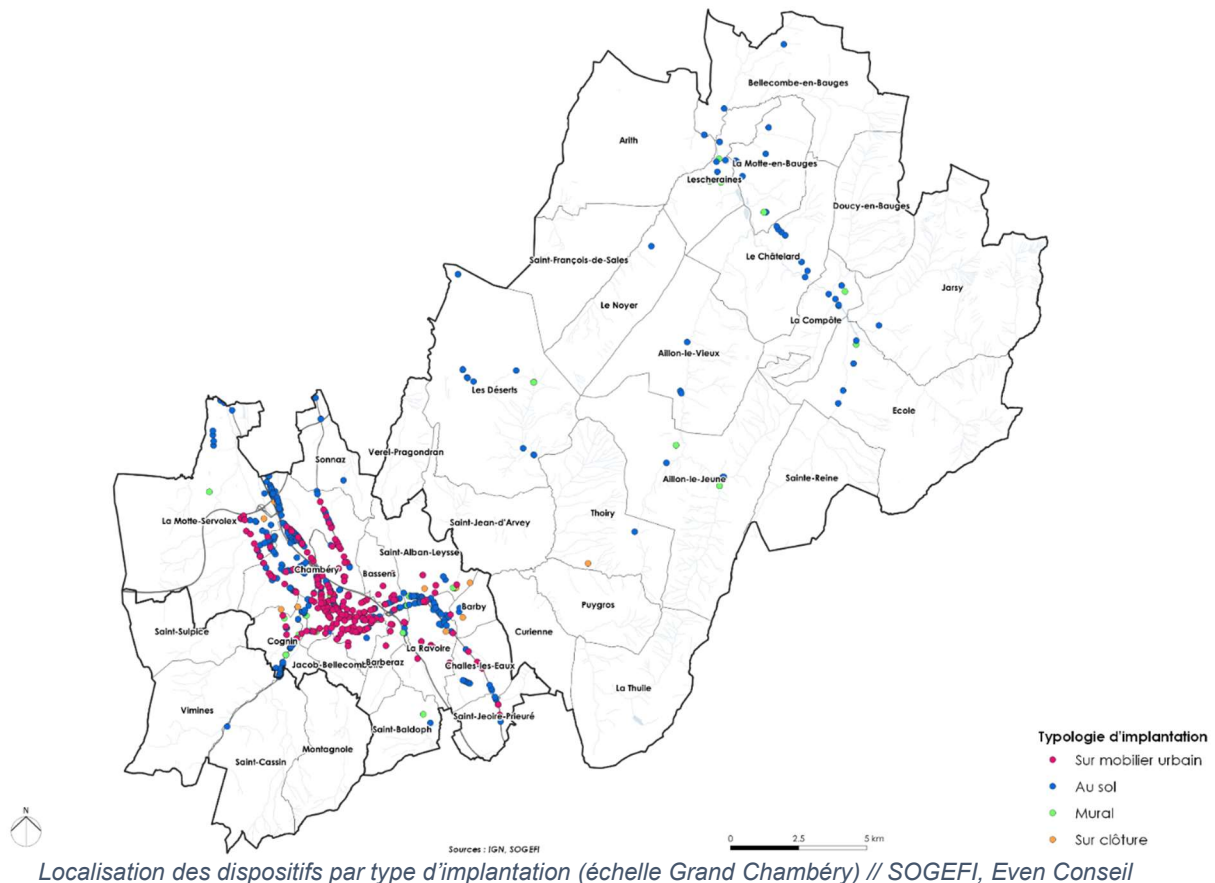
1. Une majorité de dispositifs au sol

Au regard du type d'implantation de ces dispositifs, une majorité de dispositifs visuellement au sol est observée (92%) avec :

- 62% de dispositifs dits « scellés ou posés directement sur le sol » ;
- 30% de mobilier urbain (abribus et sucettes principalement).

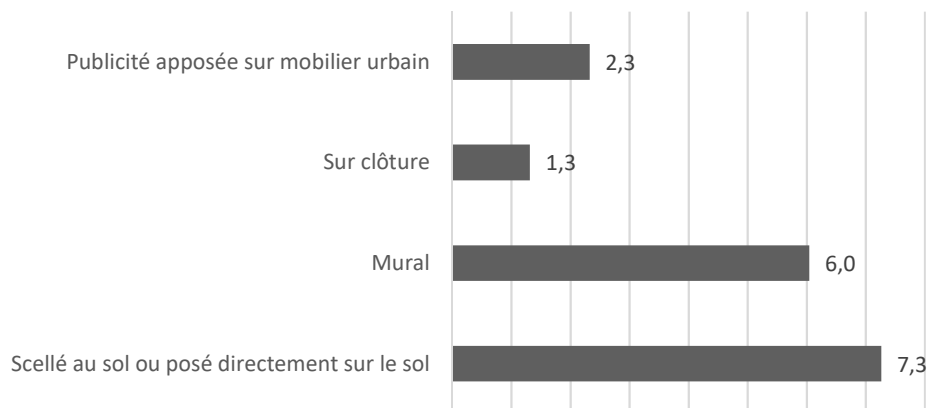
Répartition des dispositifs par type d'implantation





2. Des dispositifs au sol avec une forte prégnance paysagère

Surface moyenne des dispositifs par type d'implantation (m²)



Les dispositifs au sol ayant une surface moyenne de 7,3m², surface plutôt importante par rapport aux autres implantations (chiffre déjà abaissé par les surfaces plus faibles des préenseignes) induisent une prégnance paysagère forte.

Les dispositifs muraux, dont le format est plus « moyen » (6m²) constituent une forme moins prégnante dans le paysagère pour l'expression publicitaire : en effet, ils ne constituent pas une typologie qui ajoute du volume dans les paysages, puisqu'ils se positionnent sur des supports déjà existantes (les murs).



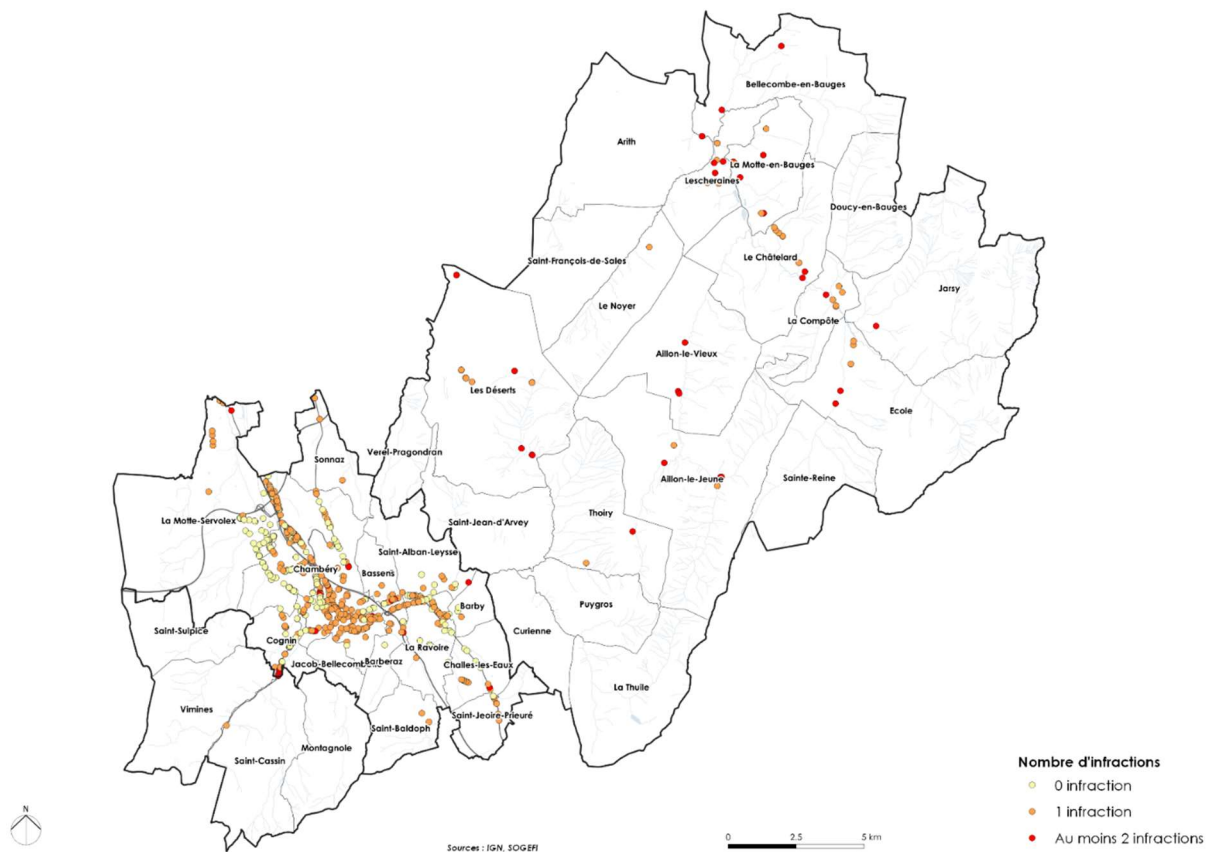
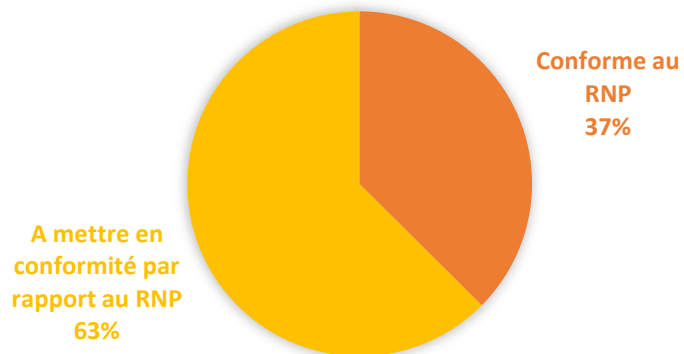
Dispositifs au sol
à Challes-les-
Eaux et
dispositifs
muraux à
Chambéry //

MISE EN CONFORMITE AU REGARD DU REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE

Une majorité de dispositifs (68%) apparaît comme « A mettre en conformité ». En effet, 63% des dispositifs ont au moins un (et jusqu'à 4, mais en général 1) motif de mise en conformité à effectuer avec le RNP.

Ce chiffre s'explique et se nuance au regard de la base d'analyse employée. En effet, cette analyse ne prend pas en compte la conformité des dispositifs par rapport aux réglementations des RLP communaux : des dispositifs actuellement en place peuvent être conformes avec le RLP communal mais pas avec le RNP (dispositif implanté au sein d'un périmètre d'interdiction relative par exemple), et apparaissent ainsi comme « à mettre en conformité » dans la présente analyse.

Conformité et mise en conformité au regard du RNP



Localisation des dispositifs par nombre de motifs de mise en conformité par rapport au RNP (échelle Grand Chambéry) // SOGEFI, Even Conseil

Cependant, de cette variété, des grandes tendances de motifs de mise en conformité se dégagent et sont relatives :

- A la localisation géographique non conforme des dispositifs ;
- Aux motifs d'infraction propres aux typologies de dispositifs mobilisées.

1. La localisation des dispositifs

Au regard de ce critère, les besoins de mise en conformité sont dus à deux éléments principaux :

- Dans un périmètre d'interdiction relative, toute publicité ou préenseigne est interdite, sauf si un RLP(i) l'autorise (59% des motifs de mise en conformité) ;
- Hors agglomération, toute publicité ou préenseigne autre que dérogatoire est interdite : sur le territoire, de nombreuses préenseignes sont localisées hors agglomération (20% des motifs de mise en conformité).

2. Les motifs d'infractions propres aux typologies de dispositifs

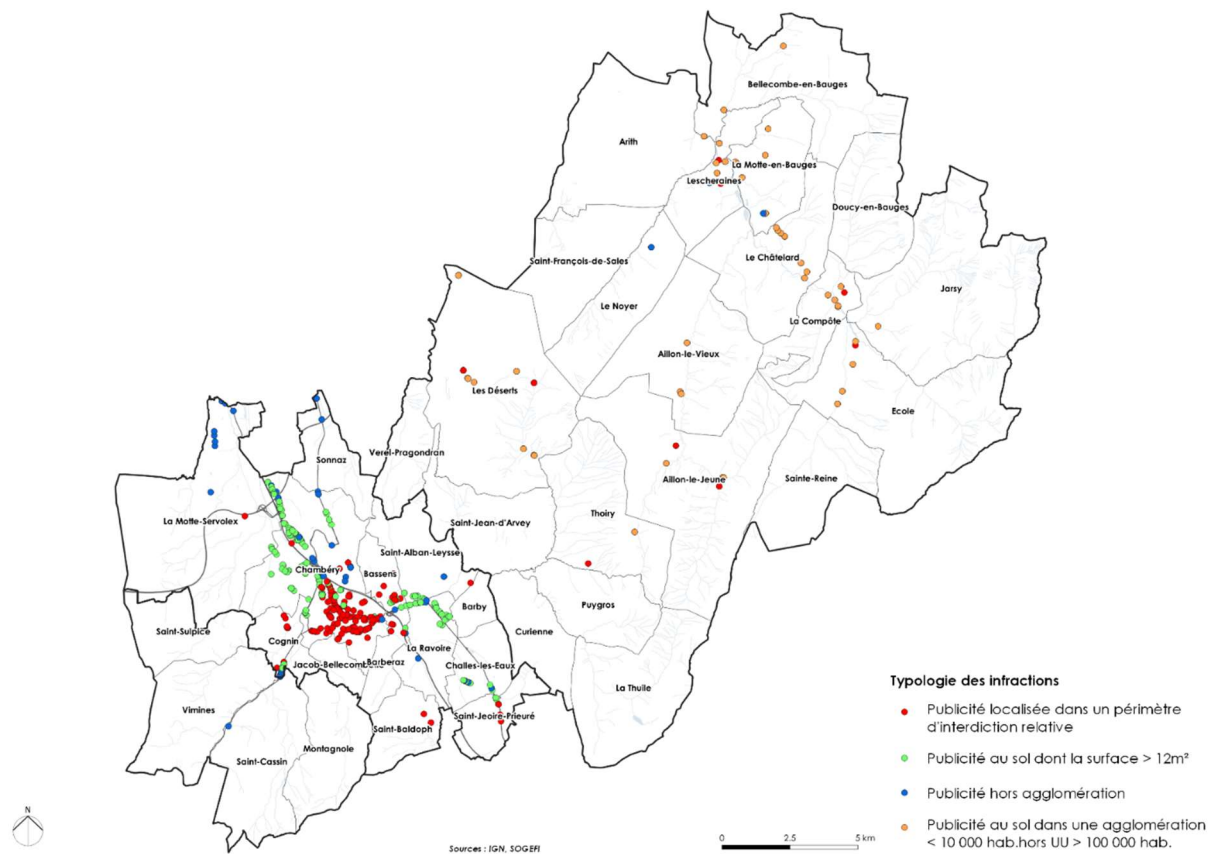
Au regard de ce critère, les besoins de mise en conformité sont dus à plusieurs éléments :

- Des dispositifs implantés au sol de format $> 12\text{m}^2$ (36% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs implantés au sol dans une agglomération $< 10\ 000$ habitants (hors unité urbaine $> 100\ 000$ habitants) (12% des motifs de mise en conformité) (*N.B. : Analyse réalisée avec la notion de population communale*) ;
- Des dispositifs au sol trop hauts ($> 6\text{m}$ par rapport au terrain naturel) (9% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs localisés sur une clôture non aveugle (3% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs muraux de format supérieur à 12m^2 (2% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs localisés sur un mur non aveugle (2% des motifs de mise en conformité) ou sur un poteau électrique (2% des motifs de mise en conformité) ;
- Des dispositifs muraux trop proches du sol ($< 0,5\text{m}$) (1% des motifs de mise en conformité) ou qui dépassent la limite de l'égout du toit (0,2% des motifs de mise en conformité).

Les deux principaux motifs de mise en conformité propres aux typologies des dispositifs s'expliquent par :

- Des dispositifs au sol dont les formats dépassent régulièrement 12m^2 (le cadre du dispositif étant compris dans la mesure du format), correspondant souvent à des pratiques « anciennes » ;
- De nombreuses préenseignes sur le territoire, qui représentent tout autant de dispositifs au sol, localisés dans des communes $< 10\ 000$ hab. (prises en compte même si $< 1\text{m}^2$).

Représentation des mises en conformité par rapport au RNP (motif et % de dispositifs à mettre en conformité concernés)



Localisation des dispositifs par types de motifs de mise en conformité par rapport au RNP (échelle Grand Chambéry) // SOGEFI, Even Conseil

SYNTHESE DES CONSTATS – CHIFFRES CLES

- Une problématique de préenseignes importante : localisation en infraction (hors agglomération, dans des agglomérations < 10 000 hab.) et faible qualité esthétique ;
- De nombreux dispositifs au sol : les impacts les plus forts dans le paysage, combiné au fait qu'ils supportent, au-delà des petits formats des préenseignes, les plus grands formats de publicité.

c. Approche sensible des publicités et préenseignes

UN TERRITOIRE AU PROFIL MONTAGNARD PLUTOT PRESERVE DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE

Le territoire présente intérêt paysager reconnu nationalement lié à la spécificité des paysages qui le composent et présente deux périmètres de Parc Naturel Régional (PNR) : le PNR du Massif des Bauges et le PNR du Massif de la Chartreuse. Ces reconnaissances confèrent au territoire une certaine renommée touristique en mettant en valeur des ambiances apaisées qui maillent l'espace et contribuent à la perception d'un lieu de qualité.

En termes d'affichage extérieur, les périmètres de PNR induisent en leur sein des interdictions fortes : toute publicité ou préenseigne (autre que dérogatoire) y est interdite.

Par ailleurs, le territoire est dans sa globalité relativement préservé des logiques de l'affichage publicitaire. Ce constat s'explique par le profil en majorité rural du territoire et les exigences du RNP liées à ces profils ruraux (interdiction de toute publicité hors agglomération et interdiction des dispositifs au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, formats réduits, etc.).



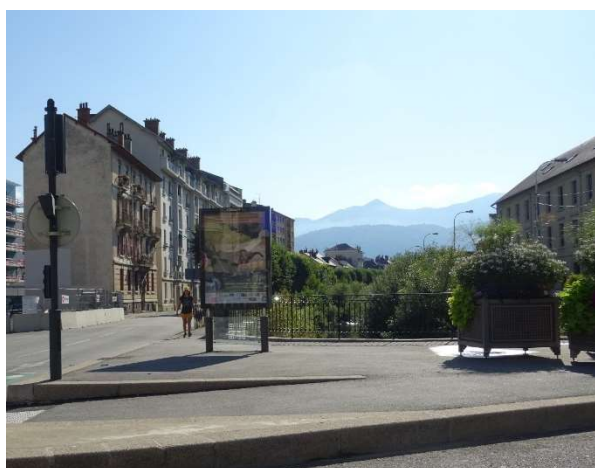
Le vignoble de Saint-Baldoph et de Saint-Alban-Leyse // Even Conseil

DES CŒURS DE VIE URBAIN ET PATRIMONIAUX OU L’AFFICHAGE A ETE MIS EN COHERENCE AVEC LES QUALITES ARCHITECTURALES ET LE PUBLIC CONCERNE

Le territoire de Grand Chambéry comporte plusieurs périmètres de protection patrimoniale, de type monuments historiques, site patrimonial remarquable, sites classés ou sites inscrits relatifs au patrimoine construit : Cathédrale Saint-François de Salles, Archevêché, Château des Ducs de Savoie, Site Patrimonial Remarquable de Chambéry, etc.

Globalement, l’ensemble de ces périmètres est très préservé de l’affichage publicitaire : aucun affichage n’est observé, ou alors, de l’affichage sur mobilier urbain « petit format » (< 2m²) de type abribus ou « sucettes », comme par exemple dans le cœur de Chambéry.

Dans ces contextes patrimoniaux, le mobilier urbain a l’avantage d’avoir une ligne graphique épurée, homogène à l’échelle de la commune et de combiner de l’information relative à la promotion des activités de la commune ou de l’agglomération, avec de la publicité qui ne peut y être apposée qu’à titre accessoire.



Mobilier urbain de type « sucette », « abribus » et « colonne Morris » à Chambéry // Even Conseil

Une problématique ponctuelle est toutefois observée : les chevalets « peu qualitatifs ». En effet, ceux-ci sont régulièrement observés dans les parcours urbains, et leurs qualités esthétiques ou leurs localisations constituent un point d'amélioration à prendre en compte dans l'élaboration du RLPi de Grand Chambéry.



Des exemples de chevalets « peu qualitatifs » : rue du Verger et avenue du Général de Gaulle à Chambéry // Even Conseil

DES LIEUX QUI IMPACTENT L'IMAGE DU TERRITOIRE A REPENSER AU REGARD DE L'AFFICHAGE EXTERIEUR

Grand Chambéry est un bassin économique et d'emploi dans la région et constitue dans sens un territoire stratégique pour l'affichage publicitaire.

Les abords d'axes majeurs, les entrées de ville et les zones d'activités sont alors ces lieux stratégiques d'affichage pour les flux supportés.

1. Les abords des axes majeurs et les entrées de ville

L'axe D1006, axe majeur du secteur de la Cluse représente par exemple un secteur stratégique, au même titre que des axes plus secondaires comme la RD05 (Route Royale) à Challes-les-Eaux. Des dispositifs y sont placés successivement le long du parcours de l'axe et particulièrement dans les secteurs où les automobilistes sont au ralenti ou à l'arrêt.

Ces implantations questionnent notamment au regard du profil montagneux du territoire : quelle première ou dernière vision de l'agglomération est offerte aux usagers du territoire lorsque des dispositifs publicitaires sont perçus en premier plan ?



Succession de dispositifs au sol avec toile de fond du Mont-Chat à Challes-les-Eaux (Route Royale), ou du massif de la Chartreuse à Chambéry (Boulevard Henri Bordeaux) // Even Conseil

Les entrées de ville, considérées également comme lieux stratégiques pour l’affichage publicitaire, peuvent être le lieu d’affichages peu qualitatifs : dispositifs muraux en nombre, dispositifs anciens, etc., constituent tout autant de caractéristiques qui banalisent ces espaces. Cet effet est accentué par une non adaptation de la typologie d’affichage à l’espace traversé : que ces espaces soient des centres villes, des espaces naturels, des zones économiques, etc., l’affichage opéré y est le même

Le constat est similaire même pour les axes où un travail urbain et paysager de requalification a été engagé et pose la question des critères d’intégration paysagère de la publicité à intégrer dans le RLPi pour mettre en valeur les aménagements.



Dispositifs au sol aux abords d’un axe requalifié, avenue Daniel Rops à Chambéry // Even Conseil

2. Les zones d'activités économiques et commerciales

Au sein des zones d'activités économiques, les problématiques d'affichage sont plutôt imputées aux enseignes. Toutefois, particulièrement les zones artisanales et industrielles du territoire, les préenseignes sont nombreuses et prégnantes dans le paysage (pour rappel, ces zones regroupent 40% du parc publicitaire du territoire). Cette surdensité entraîne une perte de lisibilité, de compréhension de l'implantation des activités et du fonctionnement global de la zone économique.

Le fait que la diversité des formats, coloris et modes d'implantation des dispositifs publicitaires ne soit pas harmonisée impacte aussi la qualité du secteur et l'image qu'il renvoie à un usager.



Publicités avenue Paul Chevalier à La Ravoire et préenseignes rue du Nant Bruyant à Chambéry // Even Conseil

DES PROBLEMATIQUES D’AFFICHAGE PROPRES AUX PROFILS RURAUX DES SECTEURS DES BAUGES, DE LA LEYSSE ET DES PIEMONTS

Le cadre naturel et paysager du territoire reconnu en partie par les périmètres de PNR l'érige en territoire touristique, reconnu notamment pour les activités de plein air et les productions locales qu'il offre dans ses parties les plus rurales.

Pour autant, les affichages signifiant ces activités sont parfois peu qualitatifs et ont tendance à nuire aux services signalés : esthétique peu recherché, implantation « sauvage », manque d'entretien, etc.

N.B : Pour rappel, les seuls dispositifs autorisés à être localisés au sol hors agglomération sont les préenseignes dérogatoires : elles ne peuvent que signaler des activités de vente ou de production de produits du terroir, ou bien des monuments historiques ouverts au public.



Préenseigne autorisée mais peu qualitative signalant un lieu de production de produit du terroir à La Compôte // Even Conseil



Préenseignes interdites car signalant un restaurant à Ecole et des activités touristiques à Bellecombe-en-Bauges et Lescheraines // SOGEFI

Les travaux parfois menés sur la signalétique par les PNR peuvent toutefois permettre des affichages de grande qualité, dont l'harmonisation est très efficace pour un usager qui identifie facilement les services offerts. C'est le cas de la signalétique mise en place pour les préenseignes au sein du PNR du Massif des Bauges.



Préenseignes dérogatoires avec charte graphique harmonisée dans le PNR des Bauges – Ecole, Lescheraines, Aillon-le-Jeune // SOGEFI

DES INFRACTIONS AU RNP QUI IMPACTENT LE PAYSAGE PERÇU

Comme expliqué dans la partie « b. Chiffres clés », plusieurs types d’infractions au règlement national de publicité (RNP) impactent les paysages perçus du territoire de Grand Chambéry : par exemple, les préenseignes localisées hors agglomération ou encore les publicités sur des clôtures non aveugles. Bien que peu observé sur le territoire, cette dernière infraction au RNP a un impact très fort dans le paysage et déprécie les paysages urbains.

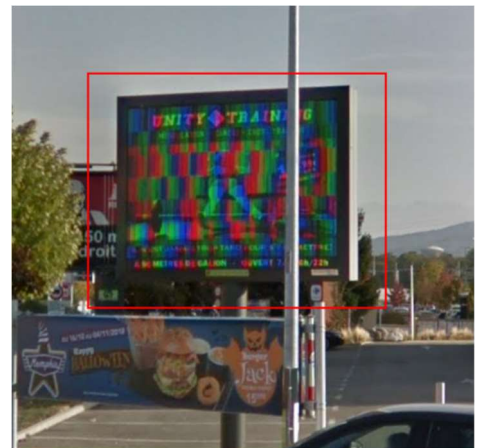


Dispositif au sol hors agglomération à la limite Chambéry-Sonnaz et publicité sur clôture non aveugle à Chambéry // Even Conseil

DES TYPES D’AFFICHAGE PEU DEVELOPPES ET DES ZONES PRESERVEES

1. Les nouvelles technologies d’affichage

Les dispositifs publicitaires numériques font de leur apparition sur le territoire national, ayant l’avantage de pouvoir diffuser sur un même support des messages diversifiés. Ce développement soulève des questions quant à l’impact de ces dispositifs animés et lumineux sur les ambiances urbaines qu’ils créent (forte luminosité), sur les consommations énergétiques engendrées ou encore de la biodiversité (trames noires). Des considérations de sécurité routière peuvent également émerger, ces dispositifs attirant fortement l’attention, surtout à l’aube et au crépuscule, et encore plus lorsqu’ils sont localisés le long d’axes à circulation rapide.



Dispositif numérique à Chambéry // SOGEFI

Le territoire de Grand Chambéry est encore peu concerné par ces dispositifs puisque seulement trois dispositifs publicitaires numériques ont été recensés. Toutefois, l’élaboration du RLPi sera l’occasion que le territoire anticipe ces potentiels développements.

2. L’affichage au sein des zones résidentielles

Les zones résidentielles constituent des lieux peu impactés par l’affichage publicitaire, seuls quelques dispositifs installés par exemple au sein de jardins privés ont été recensés.



Dispositif au sein d'une zone d'habitat, rond-point Marius Berlioz à Chambéry // Even Conseil

L’AFFICHAGE D’OPINION

La présence de supports pour l’affichage d’opinion est une obligation légale pour toutes les communes, la surface à disposition étant fonction de strates démographiques.

Le RLPi a peu de pouvoir d’action sur ce type de dispositifs, et ne peut qu’autoriser leur réintroduction dans les périmètres d’interdiction relative de publicité.

Toutefois, sur le territoire de Grand Chambéry il est important de préciser que cet affichage est globalement bien opéré puisque toutes les communes semblent en disposer, malgré des dispositifs parfois en mauvais état de maintenance.



Dispositifs d’affichage d’opinion à Bassens et à Chambéry (Boulevard Gambetta) // Even Conseil

L’AFFICHAGE SUR LE DOMAINE PUBLIC FERROVIAIRE

L’affichage sur le domaine public ferroviaire fait l’objet d’une concession nationale détenue par l’afficheur JC Decaux, et qui arrive à échéance en 2024.

Dès lors que ces dispositifs sont localisés au sein du périmètre de l’agglomération, le RLPi peut édicter des règles particulières pour encadrer les conditions d’implantations de ces dispositifs.

Ainsi, au regard du passage d’une ligne ferroviaire sur le territoire et particulièrement dans le cœur aggloméré, l’élaboration du RLPi est l’occasion de se questionner sur les conditions de cet affichage.



Dispositifs au sol sur domaine public ferroviaire, avenue de la Boisse à Chambéry // Even Conseil

B. Diagnostic des enseignes



a. Méthodologie

UNE APPROCHE QUALITATIVE

Les enseignes sont présentes sur l'ensemble des secteurs économiques du territoire, dès lors qu'une activité y siège : cœurs urbains, bourgs, espaces périphériques, zones commerciales et d'activités, etc.

A la différence des publicités et préenseignes dont les formats font l'objet de standards (12m² - 8m² - 4m² - 2m²), les enseignes présentent des formats, aspects, couleurs ou modes d'implantation très variés, dans la mesure où ils sont spécifiques à l'activité concernée.

L'impact visuel des enseignes est lié à leur nombre, à leur dimension, dans l'absolu et par rapport au support, à l'environnement ou aux perspectives, à leur hauteur, leurs couleurs ou formes et localisations.

Dans ce contexte, un dénombrement exhaustif des enseignes n'est pas envisageable sur un territoire d'envergure intercommunale. Également, un échantillonnage ne permettrait pas de dégager des tendances représentatives de celles en place sur le territoire. C'est pourquoi une approche qualitative des enseignes a été privilégiée. Elle s'attache à dégager les caractéristiques des dispositifs observables sur le territoire ainsi que les conséquences sur les ambiances urbaines concernées.

Les analyses ci-après sont le reflet des principaux constats positifs ou négatifs réalisés en arpentant le territoire.

b. Approche sensible des enseignes

DES PERIMETRES PATRIMONIAUX DONT LES ENSEIGNES TEMOIGNENT DE LA QUALITE DES ESPACES

Les qualités patrimoniales reconnues des cœurs de ville, se traduisant par exemple par la présence d'un Site Patrimonial Remarquable à Chambéry ou encore de nombreux monuments historiques, s'expriment, du point de vue de la signalétique, à travers un affichage extérieur et notamment des enseignes de qualité.

En effet, au sein des espaces patrimoniaux en milieu urbain, les enseignes font l'objet d'un esthétisme particulier : des couleurs et matériaux en harmonie avec le bâti, dont les formats permettent de signaler l'activité sans surcharger les façades et qui s'intègrent dans les lignes de composition du bâti, etc. Les enseignes nationales ont par exemple su adapter leur charte graphique aux exigences des périmètres patrimoniaux, et ont limité les formats ou encore les répétitions de messages.



Enseignes en façade de qualité (parallèles et perpendiculaires) à Chambéry // Even Conseil

DES AXES D'AMELIORATION POSSIBLES

Bien que l'affichage opéré sur le territoire puisse faire preuve de qualité, certains espaces ou types d'affichage pourraient toutefois faire preuve d'une qualité accrue.

1. L'intégration architecturale et la qualité

Ainsi, hors des périmètres patrimoniaux et des vitrines touristiques du territoire, des efforts restent à entreprendre sur l'intégration architecturale et la qualité des enseignes : centres-bourgs, abords des grands axes de circulation, par exemple.

Les leviers d'amélioration d'ores et déjà ciblés sont :

- Mobilisation de lettrages découpés sans bandeaux de fond ;
- Adaptation des formats aux gabarits des bâtiments et aux lignes architecturales ;
- Format et hauteur d'apposition des enseignes en façade en potence ou en drapeau (aussi appelées « enseignes perpendiculaires ») pour apporter de la cohérence au rythme urbain, etc.



Enseignes avec bandeau PVC et enseignes en façade grand format à Chambéry // Even Conseil

La qualité des enseignes témoigne aussi des époques auxquelles les dispositifs ont été installés. Ainsi, pour des immeubles avec rez-de-chaussée commercial, l'intégration architecturale des enseignes est un paramètre qui a davantage été pris en compte dans les opérations d'aménagement récentes.



Enseignes en RDC à La Ravoire et à Challes-les-Eaux // Even Conseil

2. La mutualisation des enseignes perpendiculaires

Les enseignes perpendiculaires constituent une problématique récurrente sur le territoire et également sur le territoire national, contribuant à déprécier les ambiances urbaines. Les activités telles que les bars-tabac sont souvent concernées.

Des actions de mutualisation sur un support unique de ces dispositifs sont envisageables et seront à réfléchir dans le cadre de l'élaboration du RLPi.



Enseignes perpendiculaires de bars-tabac à La-Motte-Servolex et à Chambéry // Even Conseil



Exemple d'une enseigne perpendiculaire qui mutualise différents services à Grenoble // Even Conseil

3. Les chevalets

Bien que constituant parfois des préenseignes, les chevalets peuvent être des enseignes : c'est le cas lorsqu'ils sont apposés dans l'assiette foncière d'exercice de l'activité signalée.

Ainsi, ces enseignes au sol interrogent de par leurs formats et leur qualité : les couleurs et les matériaux sont hétérogènes, parfois peu qualitatifs (plastique), ce qui nuit à la qualité et aux ambiances des espaces, y compris dans les espaces patrimoniaux.



Chevalets peu qualitatifs dans le centre de Chambéry // Even Conseil

Face à cette problématique et dans le contexte patrimonial du cœur de Chambéry (périmètre de Site Patrimonial Remarquable SPR géré par un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur PSMV), la ville a souhaité de saisir du sujet et ambitionne notamment la suppression à terme des chevalets et la mise en place d'une charte d'enseignes et d'une signalétique commerciale pour pallier à ces suppressions. Le RLPi de Grand Chambéry devra créer le cadre réglementaire permettant ces volontés.

LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES COMME POINTS DE CONCENTRATION DES ENSEIGNES ET DES INFRACTIONS

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent, dans l'imaginaire collectif, les hauts lieux de la publicité. Pour autant, ce sont plutôt des lieux de concentration d'enseignes, dont la diversité des formats et typologies d'implantation fait percevoir un large panel de possibilités, où des formats au sol sont confondus avec de la publicité. Pour rappel, constitue une enseigne tout dispositif implanté dans les limites de l'assiette foncière de l'activité et signalant cette activité.

Au sein des zones d'activités économiques et commerciales, les enseignes ont un impact visuel important : d'une part puisque les formats, typologies et gamme de couleurs mobilisées doivent attirer l'œil des usagers, et d'autre part au regard de leur localisation très souvent aux abords d'axes majeurs de circulation et en entrées de ville, soit des espaces où les usagers ont « le temps de regarder ».

Malgré des efforts d'harmonisation très ponctuels, ces pratiques d'affichage ont tendance à renforcer l'image d'un « affichage non maîtrisé en zone d'activités ».



Enseignes en façade harmonisées et enseignes au sol en surombre à Bassens et enseignes en façade grand format à Challes-les-Eaux // Even Conseil

L'impact paysager généré est d'autant plus perceptible dans le contexte montagneux du territoire où mes massifs montagneux sont quasi systématiquement une toile de fond.



Enseigne en toiture avec vue sur les Bauges et Belledonne en fond à La Ravoire, enseigne en toiture à Bassens // Even Conseil

Lieux de prolifération d'enseignes, les zones d'activités économiques et commerciales cumulent aussi les infractions au RNP : enseignes trop hautes, enseignes en toiture sans lettrage découpé, enseignes au sol en surnombre (drapeaux, promotion), enseignes sur des supports interdits (pylônes, arbres, etc.) pour ne citer que les principales.



Enseignes en façade qui dépassent le niveau de l'égout du toit à Bassens et Chambéry // Even Conseil



Surdensité d'enseignes au sol et enseigne au sol trop haute à La Ravoire // Even Conseil

Ainsi, cette surenchère de dispositifs a tendance à complexifier la lecture de l'espace et a desservir la visibilité de l'enseigne ou sa qualité.

Enfin, au même titre que la publicité numérique, bien que les enseignes numériques soient aujourd’hui peu présentes sur le territoire, leur développement doit intégrer les réflexions menées dans le cadre de l’élaboration du RLPi.

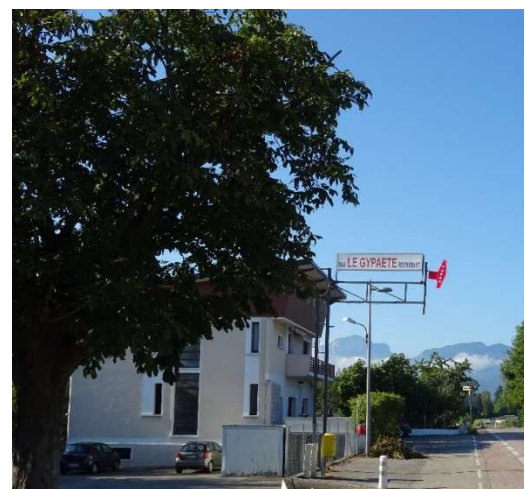


Enseigne numérique à Chambéry // Even Conseil

UN BESOIN DE VISIBILITE DES ACTIVITES DANS LES ESPACES RURAUX QUI POURRAIT GAGNER EN QUALITE

Les enseignes constituent une typologie de dispositifs dont le « rendu paysager » peut interpeller : format, qualité, localisation, nombre, etc. En effet, conformes au RNP ou non, ces enseignes perturbent souvent le champ visuel de l’usager et peuvent entrer en conflit avec le grand paysage et déqualifier les espaces environnants.

Sur le territoire, cette problématique est recensée de manière localisée et ponctuelle dans les communes des secteurs des Bauges, de la Leysse et des Piémont. Cette partie de territoire au profil plus rural offre de formidables paysages de montagne, ponctués de villages bâtis. Toutefois, l’apposition de certaines enseignes vient contraster avec ces ambiances préservées.



Enseignes en façades, à plat ou perpendiculaires à Saint-Jean d'Arvey et Sonnaz // Even Conseil

C. Synthèse des constats – Approche sensible des publicités, préenseignes et enseignes

- La cluse urbaine comme lieu de concentration des dispositifs du territoire
- Un territoire avec des problématiques ponctuelles :
 - Publicités « grand format » en entrée de ville ;
 - Préenseignes aux abords des axes, dans les ZAE et dans les secteurs plus ruraux ;
 - Chevalets (préenseignes ou enseignes) en cœur de ville ;
 - Des enseignes en toiture, impactantes sur les perceptions du grand paysage, particulièrement en zone d'activités économiques et commerciales.

5. Le diagnostic territorial

Le diagnostic territorial vise à caractériser les différentes composantes du territoire au regard de leurs enjeux urbains, paysagers, environnementaux, architecturaux et patrimoniaux, de mobilité ou encore économiques et de les mettre en vis-à-vis des enjeux d’affichage. L’objectif est d’identifier les conditions d’une intégration harmonieuse des dispositifs publicitaires dans leur environnement.

A. Méthodologie

Le diagnostic territorial du RLPi n’est pas un diagnostic exhaustif. En effet il est centré sur les principales caractéristiques du territoire susceptibles d’être impactées par les dispositifs publicitaires et les enseignes.

Les données présentées sont issues du document d’urbanisme local (PLUiHD de Grand Chambéry), complétées avec des analyses spécifiques menées dans le cadre du RLPi.

Ainsi, trois volets principaux ont été retenus pour le diagnostic territorial du RLPi de Grand Chambéry :

- Le cadre paysager et urbain en tant que marqueur des spécificités du territoire ;
- Le contexte économique qui met en lumière la sensibilité du territoire au regard de l’affichage extérieur ;
- Le contexte mobilités pour les connexions entre les espaces et en tant que témoin de l’attractivité du territoire en lien avec les flux qu’il supporte.

B. Un cadre paysager et urbain garant de la qualité du cadre de vie

- a. Le socle paysager : un grand paysage d’exception au cœur des Alpes entre trois massifs montagneux

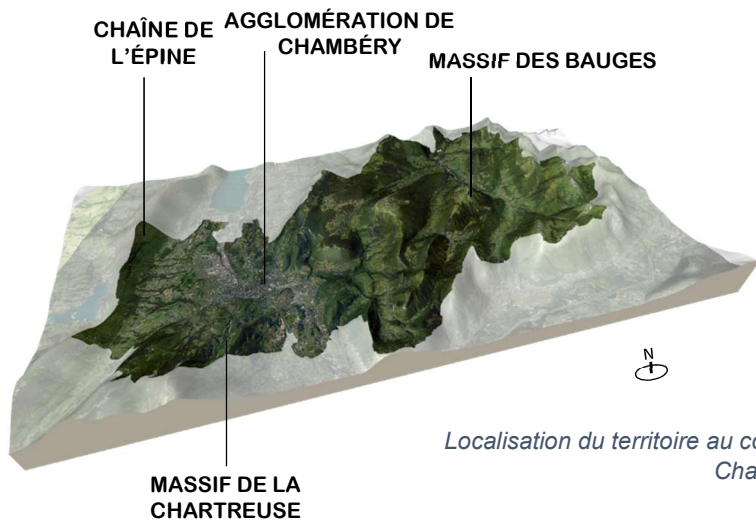
Grand Chambéry se situe au cœur du sillon alpin, entourée par des massifs préalpins. Au loin se dessinent les Grandes Alpes avec le massif de Belledonne, de la Maurienne et du Beaufortain. Les montagnes constituent le fond de scène de l’agglomération, sublimant les paysages et les ambiances. Elles sont à la fois l’image identitaire et les limites géophysiques à l’expansion de l’agglomération chambérienne.

La valeur paysagère que confèrent les montagnes est un élément d’attractivité fort du territoire de par la qualité du cadre de vie offerte : grande proximité des loisirs de nature, de l’agriculture locale, *etc.*

Le territoire se compose de quatre grandes typologies géographiques : à l’est le Massifs des Bauges, au sud-ouest celui de la Chartreuse, tous deux concernés par des Parcs Naturels Régionaux, à l’ouest le Massif de l’Épine et du Mont du Chat, et au cœur de ces massifs la cluse de Chambéry.

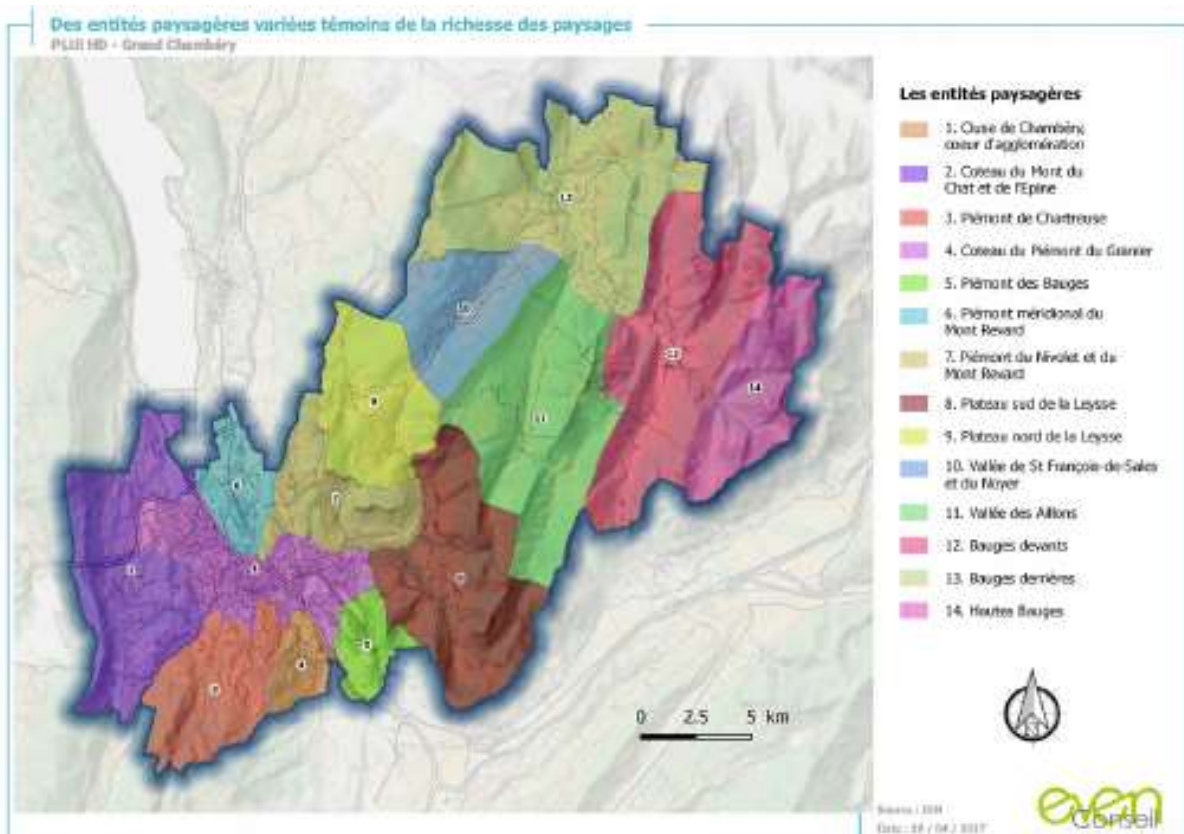
Cette organisation géographique en cuvette a conditionné et conditionne encore les installations humaines. La position au cœur du sillon alpin et aux portes des Grandes Alpes en fait un territoire de passage important. Un site stratégique historique à la rencontre de deux axes majeurs : un axe est-ouest menant vers l’Italie et les stations alpines, et un axe nord-sud reliant les principales agglomérations de l’ouest de l’arc alpin (Genève, Annecy, Chambéry - Aix les Bains, Grenoble, Valence).

Cette situation génère un paysage d’infrastructures dans le cœur d’agglomération qui les concentre, tirant profit des rares terrains plats. La cluse de Chambéry se voit ainsi traversée par de nombreux axes majeurs à l’échelle européenne (autoroute, voie rapide, réseaux ferrés, *etc.*) constituant de réelles coupures urbaines physiques impactant la pratique du territoire. Ces espaces de transit, accompagnés généralement au premier plan par des zones d’activités et commerciales, ont un fort impact sur la perception du paysage de l’agglomération.



Localisation du territoire au cœur des Alpes // PLUiHD Grand Chambéry

LES ENTITES PAYSAGERES : UNE DIVERSITE DE PAYSAGES QUI TRADUIT LA RICHESSE DU TERRITOIRE, D'UN PAYSAGE URBAIN A UN PAYSAGE DE MONTAGNE EMBLEMATIQUE



// PLUiHD Grand Chambéry

1. Cluse de Chambéry cœur d'agglomération



La cluse de Chambéry, une vallée en auge d'origine glaciaire, est historiquement un fond de vallée humide, dont la position au cœur du sillon alpin - et les terrains plats qu'il offre - a favorisé l'installation humaine. Elle concentre aujourd'hui le cœur urbain du territoire ainsi que les infrastructures de transports.

« La cluse de Chambéry offre, en fond de vallée, le paysage d'un étalement urbain dont le tissu présente une structure banale de zones fonctionnelles spécialisées autour de noyaux historiques plus denses et plus complexes. » CAUE 73, charte architecturale et paysagère.

2. Coteau de Mont Chat et de l'Épine



Le coteau s'organise le long d'une colonne vertébrale formée par le Mont du Chat et la Montagne de l'Épine, en belvédère sur Chambéry et le Lac du Bourget. Un vaste versant orienté est où se succèdent forêt d'altitude, moyenne montagne rurale et piémont périurbain, transversalement entaillés par des talwegs. Un paysage aux reliefs variés entre plateaux, terrasses, vallées...

occupé par l'agriculture et une forte présence de vergers ; un habitat traditionnellement réparti en petites agglomérations, bourgs et hameaux anciens, où l'architecture vernaculaire se mêle aux maisons individuelles modernes.

3. Piémont de Chartreuse



Le piémont légèrement suspendu au-dessus du cœur d'agglomération, offre une multitude de versants et d'expositions conférant des ambiances très contrastées. En amont se décline un paysage intimiste, renforçant le caractère montagnard des lieux. Vers l'aval, le paysage s'ouvre et s'éclaircit en terrasses enherbées et cultivées, souvent habitées, offrant des vues dégagées et lointaines. En pieds de coteaux, les faibles pentes et la proximité de Chambéry ont été

favorables à l'installation humaine qui se développe sous forme de zones résidentielles pavillonnaires. L'ensemble confère à l'unité une ambiance rurale, à tendance rurale.

4. Coteau du Piémont du Granier



Ce piémont oriental du massif de la Chartreuse est dominé par un versant boisé et un piémont cultivé de vignes et pâtures, qui offrent des visions panoramiques sur la cluse et la combe de Savoie. « Initialement groupée en bourg ou hameaux égrenés le long des voies de communication ou juchés sur quelques replats à mi-pente, l'urbanisation tend aujourd'hui à s'étaler. Malgré le mitage résidentiel contemporain, l'exploitation agricole et

l'habitat traditionnel contribuent à conserver à ce paysage de bordure une connotation rurale et patrimoniale ». (CAUE 73, charte architecturale et paysagère).

5. Piémont des Bauges



Situé en continuité de la cluse de Chambéry, ce territoire offre une physionomie plus rurale. Il est fortement marqué par la présence de l'ancienne nationale 6 autour de laquelle se sont développés les villages, créant un continuum urbain entre l'agglomération de Chambéry et les villes de Challes les Eaux et St Jeoire Prieuré. Au-delà de la route se déclinent des ambiances empreintes de ruralité que ne laissent imaginer le paysage perçu depuis l'axe. Un paysage de qualité aux motifs ruraux et à valeur patrimoniale, marqué par le thermalisme.

6. Piémont méridional du Mont Revard



Situé sur le contrefort occidental des Bauges le piémont se caractérise par un plateau dominé par une arrête boisée du Mont Revard le séparant de l'intérieur des Bauges. Le plateau est à dominance agricole ponctué de nombreux hameaux traditionnels que les extensions contemporaines ont étendus. Chambéry le Haut niché dans cet environnement agricole offre une ambiance toute particulière qui fonde en partie l'identité des lieux. Cette entité profite de vue sur l'agglomération d'Aix les Bains et de Chambéry, formant un trait d'union entre les deux agglomérations.

7. Piémont du Nivolet et du Mont Revard



Une situation en balcon sur la cluse, dont le relief sépare l'entité de l'agglomération préservant ainsi son caractère rural. « L'image du territoire reste fédérée par ce front des Bauges en tour d'angle, avec ses falaises dominantes. La gorge de la Leysse contribue à délimiter cette unité paysagère. Les villages et hameaux les plus perchés sont assez bien préservés. Les plus en aval ont subi, du fait de leur exposition privilégiée, des mutations significatives : pavillonnaire à Vérel, collectifs et extension linéaire à Saint-Jean-d'Arvey, qui tendent à leur conférer une image d'îlots résidentiels urbains. » CAUE 73, charte architecturale et paysagère

8. Plateau sud de la Leysse



Il forme un palier entre la trouée chambérienne et le grand synclinal des Aillons. La grande variété topographique génère des ambiances variées : un talus largement exposé, scindé par des talwegs torrentiels ; des collines, un bassin ; des vallées affluentes descendant de cols. La forêt est généralement repliée sur les pentes et dans les talwegs torrentiels. Le reste du territoire est majoritairement enherbé, voué à l'agropastoralisme. L'habitat, généralement entouré de vergers, est groupé en de nombreux villages et hameaux où l'architecture vernaculaire domine. CAUE 73, charte architecturale et paysagère

9. Plateau nord de la Leysse



Le plateau des Déserts incliné vers l'est, tranché par la Leysse, est dominé par le Mont Mageyriaz et ses falaises. Historiquement ce territoire agropastoral occupé par des prairies et des forêts à l'étage montagnard et sur les pentes les plus fortes, à vue le développement des activités de sports d'hiver. Un urbanisme de loisirs dense en rupture avec l'habitat traditionnellement dispersé ou rassemblé en hameau.

L'architecture néo-régionale des stations du Revard ou de la Féclaz contraste avec le bâti vernaculaire des Bauges. Outre l'attrait hivernal le paysage profite de paysages caractéristiques de la moyenne montagne.

10. Vallée de Saint-François-de-Sales et du Noyer



La vallée débute au col de Plainpalais et s'étend le long du ruisseau de Saint-François. Une vallée étroite entourée par deux versants aux profils différents ; au nord (côté Mont Revard), le versant s'achève sur un plateau (1 300 – 1 400m); au sud (vers Margeriaz), il se termine sur une crête qui culmine à plus de 1 700m.

L'agriculture occupe le fond de vallée, principalement par le pastoralisme, tandis que les versants sont occupés par la forêt. Plus des deux-tiers du territoire sont couverts de boisements. La configuration de la vallée a contraint les implantations villageoises dans la pente, entraînant de fortes covisibilités.

11. Vallée des Aillons



La vallée des Aillons s'étend le long du Nant d'Aillons, depuis le col des Prés jusqu'au croisement avec le cours du Chéran. La vallée est relativement étroite et a contraint l'urbanisation sur les pentes, mis à part pour le chef-lieu d'Aillon-le-Jeune et pour la station. Le fond de vallée est occupé par l'agriculture sur une bande étroite, à laquelle succèdent rapidement les forêts sur les versants. Au sommet du Margeriaz, les stations de ski de

Margeriaz et des Aillons contrastent par des aménagements plus marqués dans le paysage, moins ancrés dans la trame traditionnelle qu'observent les hameaux principaux d'Aillon-le-Jeune et Aillon-le-Vieux.

12. Bauges devant



Les Bauges devant sont caractérisées par un relief plus marqué. L'entité est orientée nord-sud, depuis le col du Frêne au sud jusqu'à Doucy-en-Bauges, avec un fond de vallée plus large et plat s'étendant autour de la commune d'Ecole.

Le développement urbain s'est concentré en priorité sur le fond de vallée au regard de l'espace disponible, les sols destinés à l'élevage et à l'agriculture ayant suivi le même schéma. Les versants sont eux majoritairement occupés par des boisements.

13. Bauges derrière



Les formes sont globalement plus douces et comptent de multiples terrasses sur lesquels se sont implantés des villages et hameaux, particulièrement visibles sur la commune d'Arith. Le fond de la vallée du Chéran accueille les ensembles bâtis principaux des communes de Lescheraines et du Châtelard. Les massifs forestiers occupent les versants ainsi que les abords du Chéran et ses affluents. A mi-hauteur, les espaces sont plus

ouverts, principalement composés de prairies et de bocages. L'ensemble paysager est ouvert et lumineux, propice à l'occupation humaine et agricole.

14. Hautes Bauges



Les Hautes Bauges comprennent les sommets les plus élevés du Massif des Bauges, avec la pointe de l'Arcalod à 2217m, le Mont de la Coche à 2070m, etc.

L'ensemble est quasi-exclusivement naturel et bénéficie de protections environnementales qui garantissent le maintien des variétés de milieux qui composent les Hautes Bauges. L'altitude explique la présence importante d'alpages et de roches apparentes sur les zones les plus élevées (environ au-

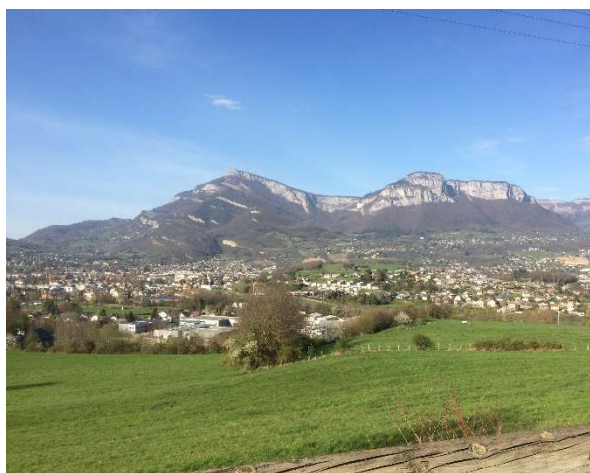
delà de 1 500m).

DES PAYSAGES AGRICOLES IDENTITAIRES MENACES PAR L'URBANISATION

Dans le cœur urbain et sa proche périphérie s'entremêlent espace bâti et parcelles agricoles. Une image identitaire du territoire qui constitue l'un des principaux moteurs d'attractivité de ces territoires urbains et périurbains.

Cette proximité urbain / agricole est une véritable force et un élément de distinction. Elle concourt à l'aménité de la ville tout comme à l'acceptabilité de sa densité, parfois forte. Ces caractéristiques typiques permettent de qualifier le territoire de métropole rurale.

La pression urbaine tend également à banaliser ces paysages, à la fois par l'architecture en elle-même qui ne s'inspire pas nécessairement du contexte architectural et paysager, mais aussi par le comblement de ces « dents creuses » qui font la richesse du paysage. La Charte agricole et paysagère de Chambéry Métropole (2013) met en avant les difficultés qui sont autant d'éléments menaçant la pérennité des activités agricoles et donc des paysages.



Parcelles agricoles sur les hauteurs de La Ravoire ; qualité paysagère dégradée par les éléments urbains que constituent les panneaux publicitaires à Challes-les-Eaux // PLUiHD Grand Chambéry

LES FRANGES URBAINES : DES LIENS URBAIN-NATURE SUPPORTS D'USAGES MULTIFONCTIONNELS

La proximité de l'agglomération avec l'environnement naturel et agricole est forte. Les espaces de reliefs créent nécessairement des « délaissés urbains », des espaces non bâtis, cultivés ou boisés.

Sur les contreforts des Bauges et de Chartreuse, respectivement au nord et au sud de Chambéry, le relief est marqué offrant ainsi une multitude d'interstices naturels reliant le cœur urbain à son environnement naturel proche.

Sur les piémonts du Mont du Chat et des Bauges (les pentes du Mont Peney et du Motte Castrale), à l'est et à l'ouest de l'agglomération, les reliefs plus doux ont permis l'étalement urbain. Il en résulte de vastes zones pavillonnaires où les relations urbain / nature sont plus limitées. La perméabilité observée sur les contreforts laisse place à des fronts, les tissus urbains de lotissements créent des impasses dans le réseau viaire empêchant les connexions entre les entités.

Les liens entre ces deux entités, urbaine et rurale, restent cependant peu affirmés comme le démontre l'étude de la Charte agricole et paysagère (2013), peu utilisés et sans véritable usage. Ces espaces forment des opportunités pour connecter les espaces urbains avec les espaces de nature à proximité. Qualifier les franges en leur apportant une valeur d'usage et paysagère permet d'offrir à la ville des espaces de ressourcement de proximité et du quotidien complémentaires aux grands espaces de nature et de loisirs reconnus.

La qualité de ces espaces est d'autant plus importante que les franges sont facilement perceptibles, du fait d'une inscription des entités bâties au sein des espaces ouverts et des reliefs.



Une proximité forte entre l'espace urbain et son environnement naturel, vue sur la cluse urbaine depuis les hauteurs de La Ravoire

LA LISIBILITE DES PAYSAGES : UN CŒUR URBAIN CONTINU PAR UN PHENOMENE DE CONURBATIONS

Le cœur urbain forme un tout continu où les entités communales disparaissent. Il est difficile de percevoir quand l'on sort de Chambéry pour entrer dans les communes périphériques.

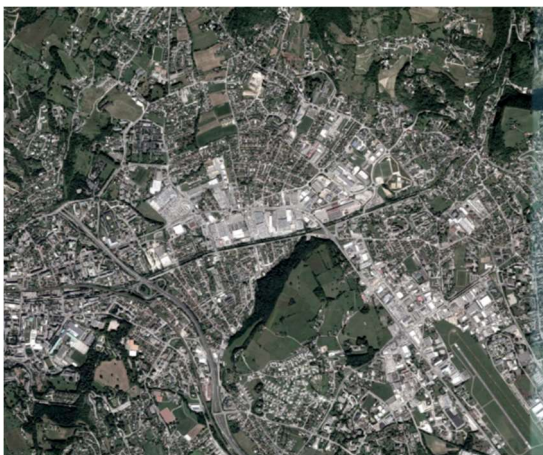
Les continuums sont souvent marqués par des parcs d'activités ou zones artisanales aux faibles qualités urbaines (absence d'espace public, monofonctionnalité des espaces, dédiés à la voiture...). C'est la qualité globale de l'agglomération perçue qui se voit amoindrie.

Une mutation de la ville est nécessaire pour transformer ces zones en véritables espaces à vivre, non plus tournés sur eux même mais comme une pièce du puzzle urbain. Les réflexions de Bassens et le PAE Bassens - St Alban Leysse (cheminement doux, place du piéton, etc.) vont dans ce sens et sont à généraliser.



← Limite communale entre Bassens et St Alban Leysse, un continuum sans qualité urbaine

Continuum urbain de Chambéry à Challes les Eaux relié par les zones commerciales et d'activités
↓



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Ce paysage nécessite une réflexion vis-à-vis sa lisibilité sur le territoire au regard des logiques de l'affichage extérieur.

Ainsi, la **préservation des vues sur le grand paysage** qui constitue une toile de fond omniprésente apparaît comme indispensable pour conforter la qualité des espaces et la préservation des ambiances apaisées. Le RLPi peut également participer à **maintenir les limites d'urbanisation** (préservation de coupures vertes et/ou paysagères) et à **créer des transitions douces** (franges) en agissant notamment sur les dimensions des supports d'affichage.

b. Le patrimoine naturel : « la trame verte et bleue »

LES GRANDES CONTINUITES ECOLOGIQUES

1. Les corridors de biodiversité

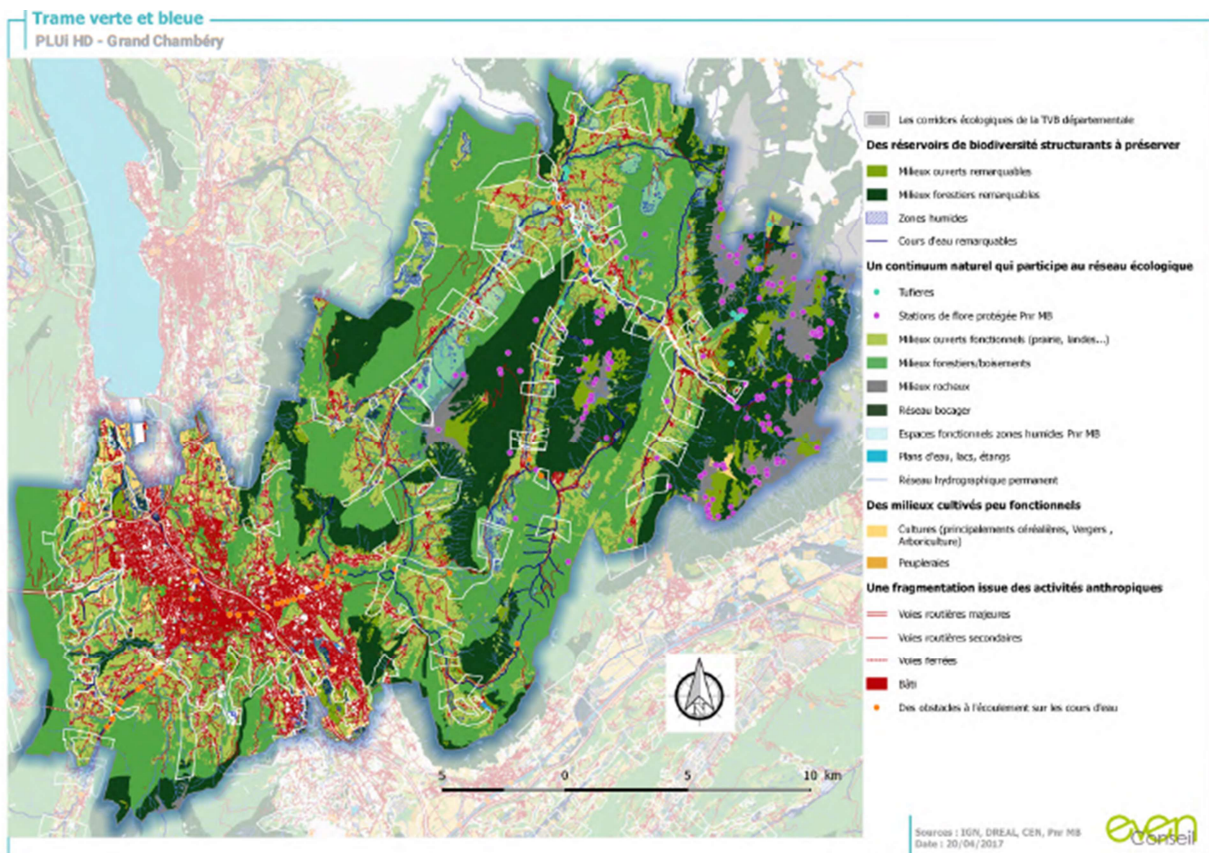
Les corridors de biodiversité sont des axes identifiés pour la nature des milieux qui les composent et leur bon état écologique. Ils peuvent être « à préserver » lorsque qu'ils sont fonctionnels, ou « à restaurer » quand ils sont interrompus (création de passage à faune pour traverser une route, effacement d'un seuil sur un cours d'eau, etc.).

2. Les continuums naturels

Les continuums naturels sont constitués de milieux naturels ne faisant pas l'objet d'une protection ou d'un zonage particulier (boisements, alpages, cours d'eau, etc.). Ils ne sont donc pas identifiés comme réservoirs, mais sont supports pour l'installation et la circulation de la biodiversité. Leur intérêt écologique est proportionnel à leur fonctionnalité et à la pression anthropique qu'ils supportent.

3. Une connexion inter-massifs

Grand Chambéry se situe à la croisée des massifs alpins des Bauges et de la Chartreuse, tous deux gérés par des Parcs Naturels Régionaux. La continuité écologique entre les deux massifs est reconnue comme prioritaire à l'échelle Alpine. La Région a mis en place un contrat de territoire « corridors biologiques » Bauges-Chartreuse-Belledonne pour préserver et restaurer cette connexion. Les communes du Sud de l'agglomération sont concernées par ce dispositif (La Ravoire, Saint-Baldoph, Challes-les-Eaux et Saint-Jeoire-Prieuré).



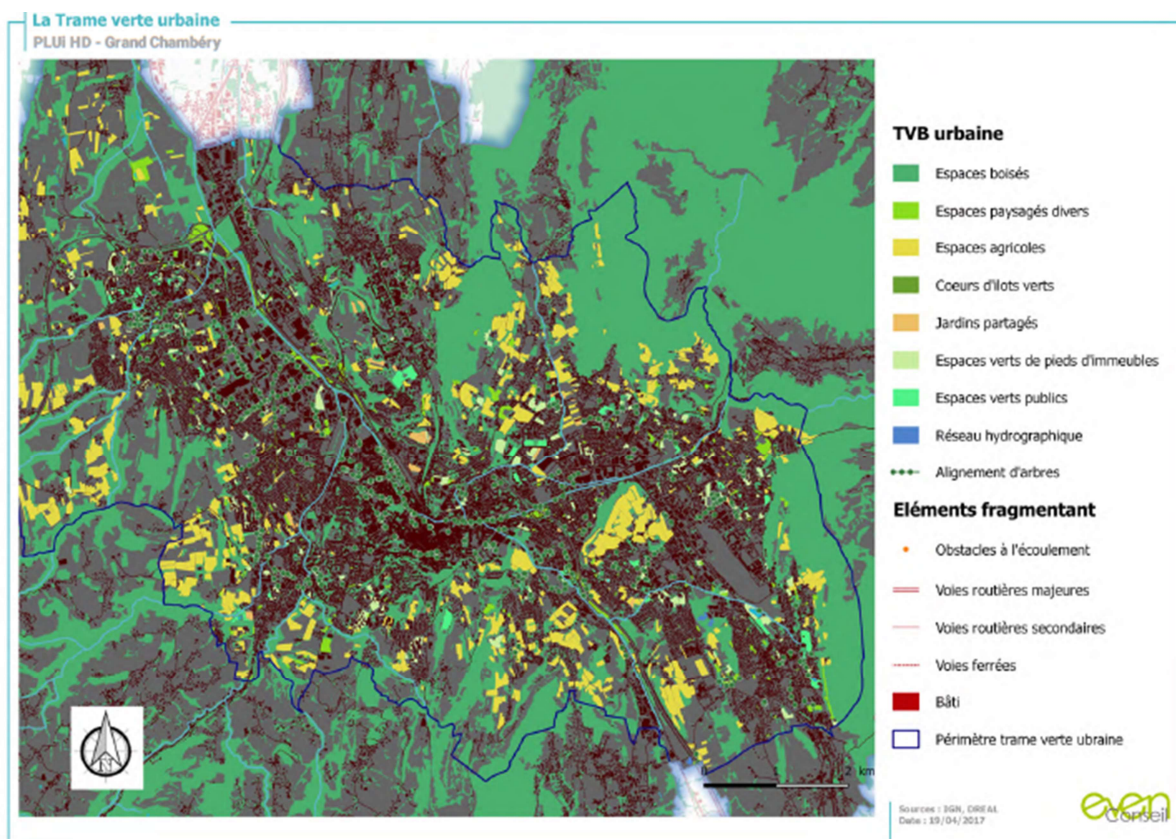
// PLUiHD Grand
Chambéry

LA TRAME VERTE URBAINE : LES PARCS ET JARDINS

L'effet fragmentant du tissu urbain peut être atténué par la présence de parcs et de jardins, privés ou publics, représentant des continuités diffuses en pas japonais. Bien que fréquentés et marqués par des actions de gestion appuyées, ils sont le support d'une certaine biodiversité, et peuvent servir d'espaces refuges pour les espèces en transit.

Le territoire est bien doté avec notamment 140 ha d'espaces verts sur la commune de Chambéry. Rapporté au nombre d'habitants, il s'agit de l'une des communes les plus « vertes » de France.

L'agglomération Chambérienne est en contact direct avec les paysages plus ruraux des alentours. Les parcelles agricoles créent des pénétrantes vertes qui permettent, elles aussi, une entrée de la biodiversité en ville. C'est notamment le cas dans les communes en bordure du cœur urbain comme Barberaz, Cognin, Bassens ou encore La Ravoire.



// PLUiHD Grand
Chambéry

Dans le cadre du RLPi

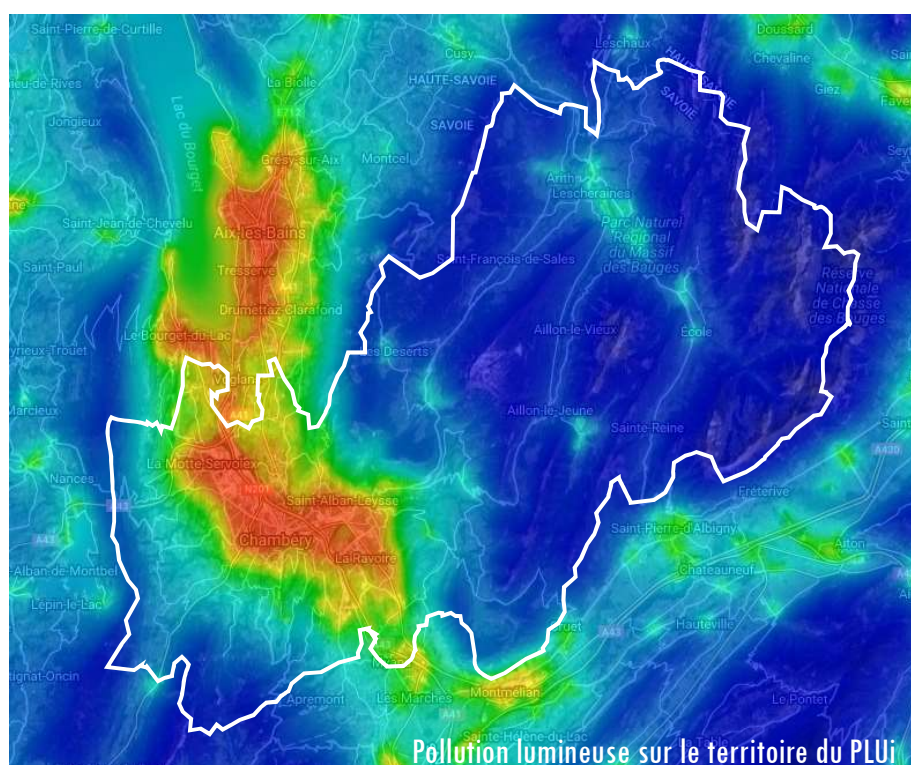
L'organisation spatiale du réseau écologique crée de **nombreuses interfaces** entre les aménités naturelles et les espaces urbanisés (axes, habitat, économie) où l'affichage extérieur, lorsqu'il est présent, doit s'insérer de manière qualitative pour **garantir la fonction première écologique** et **assurer l'ambiance apaisée** des espaces.

LA POLLUTION LUMINEUSE ET LA PRESERVATION DE LA TRAME NOIRE

La notion de « trame noire » a fait son apparition depuis quelques années, s’ajoutant à celle de « Trame Verte et Bleue » déjà connue. L’objectif est de limiter la dégradation et la fragmentation des habitats dues à l’éclairage artificiel par l’intermédiaire d’un réseau écologique formé de réservoirs et de corridors propices à la biodiversité nocturne. Plusieurs démarches de trames noires sont en cours ou même déjà achevées en France.

Le terme de pollution lumineuse est employé lorsque les éclairages artificiels sont si nombreux et omniprésents qu’ils nuisent à l’obscurité normale et souhaitable de la nuit. Ainsi, à la tombée de la nuit, d’innombrables sources de lumières artificielles (éclairage urbains, enseignes publicitaires, vitrines de magasins, bureaux allumés en permanence...) prennent le relais du soleil.

Les conséquences de l’excès d’éclairage artificiel ne se limitent pas à la privation de l’observation du ciel étoilé. Elles sont aussi une source de perturbations pour la biodiversité (modification du système proie-prédateur, perturbation des cycles de reproduction, des migrations, etc.) et représentent un gaspillage énergétique considérable.



Etoiles visibles :

- Rouge** : 100 -200 étoiles
- Orange** : 200–250 étoiles
- Jaune** : 250–500 étoiles
- Vert** : 500–1000 étoiles
- Cyan** : 1000–1800 étoiles
- Bleu** : 800–3000 étoiles
- Bleu nuit** : 3000–5000
- Noir** : + 5000 étoiles

// PLUiHD Grand Chambéry

Si elle est parfois difficile à appréhender, la pollution lumineuse influe grandement sur de nombreuses espèces, qu’elles soient nocturnes ou diurnes. En modifiant l’alternance jour/nuit naturelle, la luminosité artificielle a des conséquences physiologiques sur tous les organismes. Si la partie bâtie du territoire est épargnée par la pollution lumineuse, le tissu urbain de l’agglomération Chambérienne est une source importante de lumière.

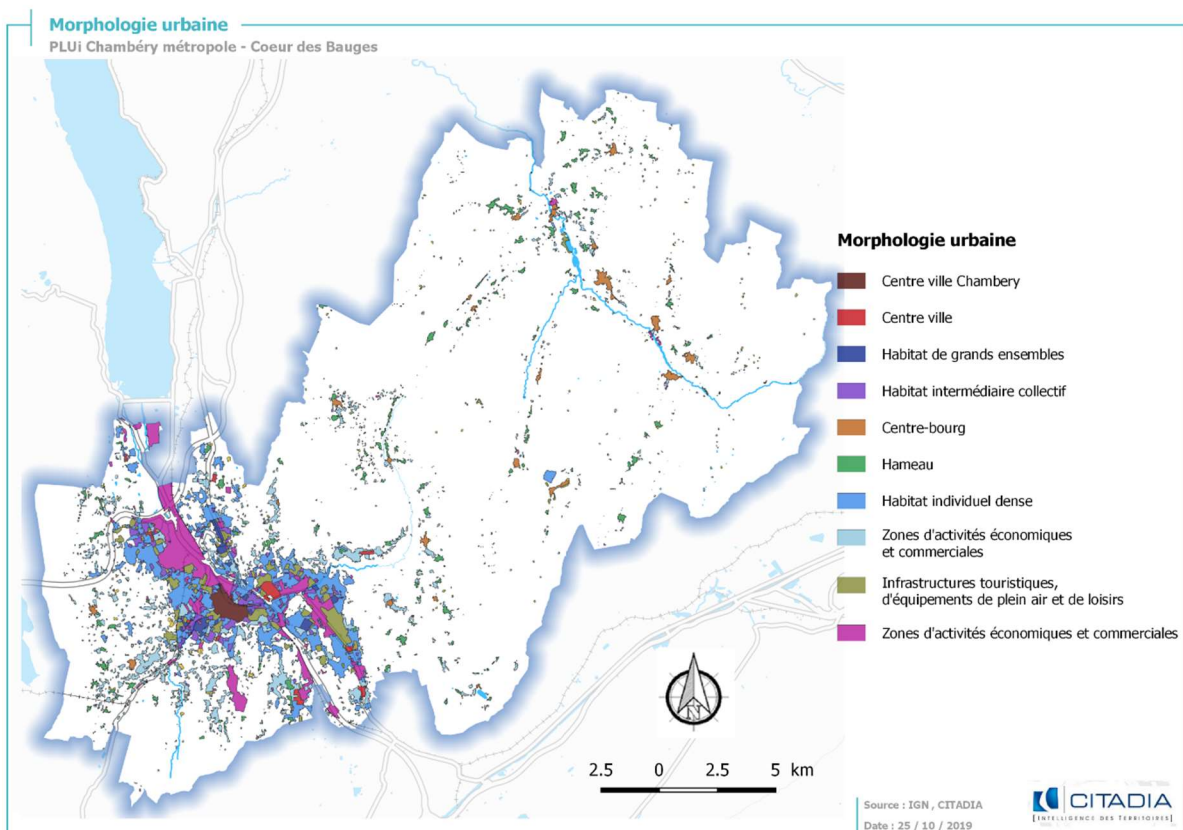
Dans le cadre du RLPi

Le RLPi est un véritable levier pour la préservation de cette trame noire, à travers par exemple des restrictions de l’affichage lumineux dans les secteurs jugés sensibles. A travers ces mesures, le RLPi peut également limiter l’impact lumineux sur la santé.

c. Une mosaïque de morphologies urbaines

Le territoire de Grand Chambéry se caractérise par une grande diversité de formes urbaines, qui témoigne d’une urbanisation par étapes à l’origine d’une forte séparation des fonctions urbaines résidentielles, économiques, commerciales et d’équipement à l’échelle du territoire. Le territoire est donc confronté à un paysage urbain globalement hétérogène, marqué par de nombreux effets de ruptures et à une mixité peu perceptible dans les pratiques quotidiennes du territoire.

Cette organisation urbaine singulière, fortement influencée par le contexte topographique et les logiques d’accessibilité routière, signale aujourd’hui de nombreux enjeux en matière de perméabilité et de qualité urbaine, de mixité fonctionnelle et de mobilité des ménages, dans un contexte de développement urbain de plus en plus contraint.



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

L'enjeu pour le RLPi est d'**identifier et de spatialiser la diversité des espaces urbains** afin de parvenir à les traiter spécifiquement au regard de l'affichage extérieur. De plus, la politique **d'affichage doit servir les dynamiques d'aménagement en cours**, et tenter d'adopter une vision prospective du territoire.

LES CENTRES-VILLES ET CENTRES-BOURGS

Les centres-villes et centres-bourgs sont constitués d'ensembles urbains ou ruraux qui correspondent généralement au centre historique ou à la centralité fonctionnelle actuelle de la commune concernée. Caractérisé par une densité importante de constructions et une mixité des fonctions urbaines, le bâti y est majoritairement situé à l'alignement des voies et sur les deux limites séparatives latérales.

Les centres-bourgs accueillent généralement les équipements municipaux (mairie, écoles, cimetières, etc.), et religieux (églises) et regroupent une ou plusieurs aménités urbaines de proximité (commerces et services).

Sur le territoire, trois typologies de centralités urbaines sont identifiées : le centre-ville de Chambéry, les centres-villes des communes urbaines et les centres-bourgs, apparentés aux chefs-lieux des communes du Cœur des Bauges, du Plateau de la Leysse et du Piémont de Chartreuse.



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Dans ces secteurs, le Règlement Local de Publicité intercommunal a une double action :

- **Entériner des pratiques d'affichage de qualité**, notamment sur les enseignes, et particulièrement quand l'espace est doté d'une fonction patrimoniale (SPR, monuments historiques, etc.)
- **Accompagner des dynamiques de requalification ou revitalisation en veillant en amont à l'intégration paysagère des dispositifs.**

LES HAMEAUX

Les hameaux correspondent à des noyaux d’habitat ancien caractérisés par une certaine densité et un regroupement des constructions autour d’un bâtiment agricole, parfois d’un espace public ou collectif. Le bâti y est souvent de grande dimension (anciennes bâtisses de grands volumes) situé à l’alignement sur voies et emprises publiques mais la densité est généralement plus faible que dans le centre-bourg. Les hameaux accueillent parfois des équipements publics de proximité (mairie, école, salle des fêtes, etc.) ou religieux (églises).



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Ces secteurs ne constituent souvent pas des lieux de concentration de l’affichage, mais peuvent toutefois accueillir des commerces/services, ponctuellement accueillir des affichages temporaires liés à des manifestations culturelles, touristiques ou encore des indications de localisation d’activités touristiques, relatives aux productions de terroir, etc. Le RLPi doit permettre de **fixer et de faire connaître un cadre pour la gestion de ces affichages.**

L'HABITAT DE GRANDS ENSEMBLES

Ce type de morphologie urbaine présente sur le territoire décrit des ensembles d'habitat collectif développés dans le cadre d'une opération d'aménagement d'ensemble et caractéristique des modes d'aménagement des années 1960 à 1980. Les espaces verts et parkings, souvent placés en pied d'immeuble font partie intégrante de ces quartiers de grands ensembles caractérisés par un grand nombre de logements et une forme urbaine de tour et de barre sur d'importants tènements fonciers et en rupture avec la morphologie des quartiers avoisinant.



// PLUiHD Grand
Chambéry

L'HABITAT INTERMEDIAIRE COLLECTIF

Les habitats intermédiaires collectifs sont définis comme des ensembles de logements collectifs ou intermédiaires regroupés en immeubles et caractérisés par leur intégration au fonctionnement de tissus urbains anciens (centre-bourg notamment) ou plus récents.

L'habitat intermédiaire se caractérise par la présence d'un accès individuel au logement, d'un espace extérieur privatif et par une hauteur maximale à R+3.



// PLUiHD Grand
Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Ces types d'habitat peuvent parfois accueillir des **rez-de-chaussée commerciaux** : l'intégration de l'affichage dans ces ambiances mixtes espaces résidentiels/espaces commerciaux est à réfléchir pour ne pas nuire à leurs qualités et fonctionnalités.

L'HABITAT INDIVIDUEL

Le tissu d'habitat pavillonnaire est composé de maisons individuelles développées dans le cadre de procédures d'aménagement d'ensemble de type lotissement (habitat individuel groupé/dense) ou hors procédure/en permis de construire individuel (habitat individuel de densité faible à moyenne). Sur le territoire des habitats individuels peuvent être observés en seconde couronne d'agglomération comme en témoigne la photographie ci-dessous.



Habitat pavillonnaire en seconde couronne d'agglomération, Bassens // PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Les tissus pavillonnaires sont des secteurs à vocation résidentielle quasi exclusive, et sont peu supports d'enjeux d'affichage extérieur, à l'exception de quelques activités entrepreneuriales. Ils devront à ce titre **être préservés au maximum** d'un affichage publicitaire qui pourrait altérer le cadre de vie (réglementation en densité, format et hauteur par exemple), et définir des conditions d'installation d'enseignes compatibles avec la vocation résidentielle du tissu.

d. Un patrimoine bâti qui révèle la richesse historique du territoire

LE PATRIMOINE INSTITUTIONNEL

Le territoire compte de nombreux éléments de patrimoine bâti reconnus et protégés par des périmètres particuliers. Ils révèlent une partie de l’Histoire du territoire et donc son identité.

Sites classés

CHAPELLE ET GORGE DE SAINT-SATURNIN
CLOS JEAN-JACQUES ROUSSEAU
ESPLANADE DU CHÂTEAU DE CHAMBERY
JARDINS DU CHATEAU DE CHAMBERY

Sites inscrits

CHÂTEAU DU MONT ET DOMAINE DE BRESSIEU
DOMAINE DE CHAFFARDON
FAUBOURG MACHE
PLACE DE LA CROIX DES BRIGANDS À CHAMBÉRY
RUE BASSE DU CHÂTEAU À CHAMBERY
RUE DE LA BOIGNE

45 Monuments Historiques dont 16 MH classés et 29 MH inscrits

2 Sites Patrimoniaux Remarquable – SPR (ex AVAP de Chambéry et le secteur sauvegardé du centre ancien de Chambéry) révèlent particulièrement l’intérêt patrimonial du centre ancien de Chambéry.

SPR - Chambéry le Haut

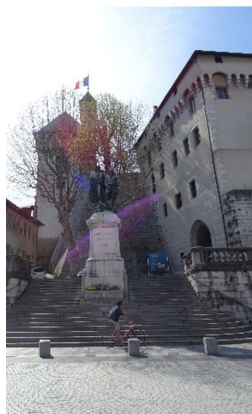


Château des Ducs (MH classé) - Chambéry

Chartreuse des Aillons (MH inscrit)



Cascade de Couz (Site Classé) – St Cassin



Château de Caramagne (MH inscrit) – Chambéry



// PLUiHD Grand
Chambéry

LE PATRIMOINE VERNACULAIRE

Les constructions traditionnelles ont façonné l'identité des villages et des hameaux, par les choix architecturaux, les matériaux, les témoins de l'histoire rurale du territoire. A proximité de l'agglomération ces architectures caractéristiques sont souvent menacées ou dévalorisés par des extensions contemporaines peu insérées dans la trame historique.

Le patrimoine vernaculaire concerne une diversité de « petits patrimoines » (fontaines, lavoirs, fours, calvaires, *etc.*) qui fondent l'identité du territoire et rappellent ses attachements ruraux. Ce patrimoine vernaculaire ou petit patrimoine se rencontre encore très fréquemment dans les territoires ruraux, alors que dans les territoires plus urbains il tend à disparaître où à se banaliser au gré des opérations urbaines. La préservation de ce patrimoine est garante de la conservation de l'identité locale alors que le territoire subit des dynamiques contemporaines banalisantes.

Les PNR du Massif des Bauges et de la Chartreuse sont fortement impliqués dans la valorisation de ce patrimoine discret afin de susciter une dynamique culturelle par les initiatives associatives, publiques et privées. Un inventaire a également été mené sur tous les éléments bâtis présentant un intérêt historique, artistique ou architectural afin de mener des actions de valorisation et de protection.



← (A gauche) Différent four à pain
– Bellecombe en Bauge, Aillons le Vieux, Vérel-Pragondran

(A droite) Fontaine à Arith, Croix à Doucy en Bauges



// PLUiHD Grand
Chambéry

LE PATRIMOINE BATI DU CŒUR URBAIN

De grandes étapes marquent la construction du territoire.

Au milieu du XVI^{ème} siècle l'endiguement de la Leysse par les Ducs de Savoie a permis le développement de faubourg. La mise en place de la mappe sarde en 1725 favorise le développement agricole et industriel de Chambéry et sa périphérie ainsi que l'amélioration de l'approche urbaine (plans des canaux, réseaux...) améliorant nettement la salubrité.

Le XVIII^{ème} siècle est une époque de grands travaux pour Chambéry avec le développement d'équipements culturels, le percement de rues, l'arrivée du train. Ces différents travaux participent au développement des faubourgs le long des axes principaux.

Avec le rattachement de la Savoie à la France en 1860, la ville continue son développement marqué par les grands projets (rotonde ferroviaire 1910, Hôtel de Ville, préfecture, théâtre, halle ...) et les reconstructions d'après-guerre avec la création de nouveaux quartier qui verront l'apparition de logements collectifs sociaux (colline de Montjay 1924), de cités jardins (Bellevue 1931) et les opération durant les Trente glorieuses, notamment la ZUP de Chambéry le Haut (1963) ainsi que l'essor de la construction individuelle.

Le centre-ville dispose ainsi d'une grande diversité de patrimoines de toutes époques. La logique de grands projets continue avec aujourd'hui un centre historique en voie de piétonisation permettant une reconquête et réappropriation par les habitants favorisant ainsi la (re)découverte de ce patrimoine tout en le rendant vivant.

Les rues commerçantes piétonnes du centre historique de Chambéry



La place et les façades devant la Cathédrale de Chambéry



Les espaces de reconquêtes urbaines, installation de terrasses, mobiliers urbains, assise ombragée par un arbre, piétonisation du boulevard de la Colonne

// PLUiHD Grand
Chambéry

LE LABEL « ARCHITECTURE CONTEMPORAINE REMARQUABLE »

Ce label remplace le label "Patrimoine du XXe siècle", par un décret paru le 30 mars 2017, il qualifie des productions architecturales et urbanistiques contemporaine (principalement XXe-XXIe siècle) ne faisant pas encore mesure de protection au titre des monuments historiques. La nouveauté à travers ce décret est l'obligation d'information du préfet de région par le propriétaire en cas de travaux sur le bien labellisé en amont du permis de construire. Le préfet à travers la commission régionale du patrimoine et de l'architecture peut émettre des observations et recommandations sur le projet.

6 bâtiments sont labellisés dans le territoire.

Le territoire offre une diversité intéressante du patrimoine du XXème, un patrimoine en devenir souvent peu concerné par les protections Monuments Historiques, intéressant à valoriser.

ZUP de Chambéry le Haut 1963, patrimoine du XXème siècle

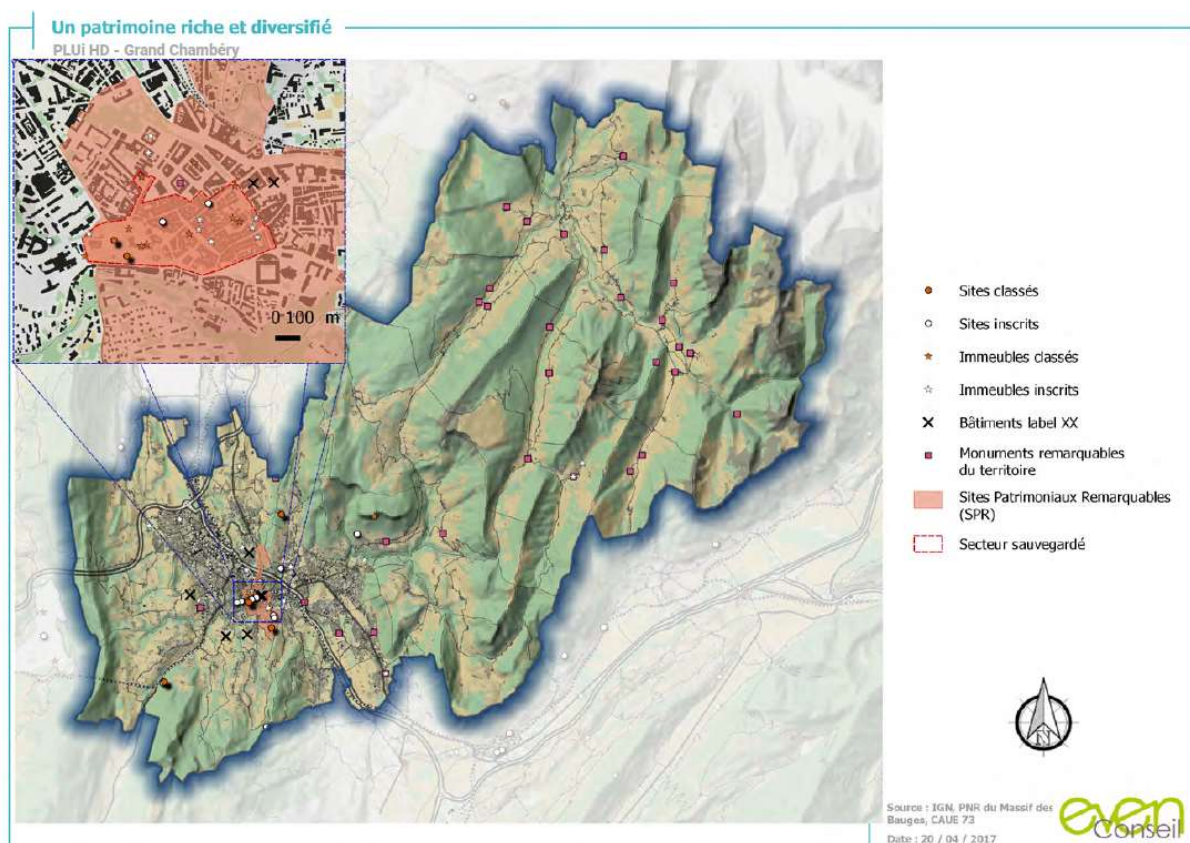


Rotonde ferroviaire 1910, monument historique inscrit



Les Halles de Chambéry (1933 – 1945) patrimoine du XXème siècle non labellisé

// PLUiHD Grand
Chambéry



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

À proximité des éléments de patrimoine, le RLPi doit proposer **un traitement spécifique de l’affichage extérieur** (réintroduction ou non de l’affichage dans ces périmètres d’interdiction relative notamment) en harmonie avec la qualité et la signification de ces bâtiments et de leur environnement immédiat. Il s’agit aussi de **prévoir les conditions optimales d’intégration de l’affichage extérieur dans ces secteurs urbains denses** que représentent les cœurs de ville et cœurs de bourgs du territoire.

C. Une économie dynamique

a. Emplois et activités

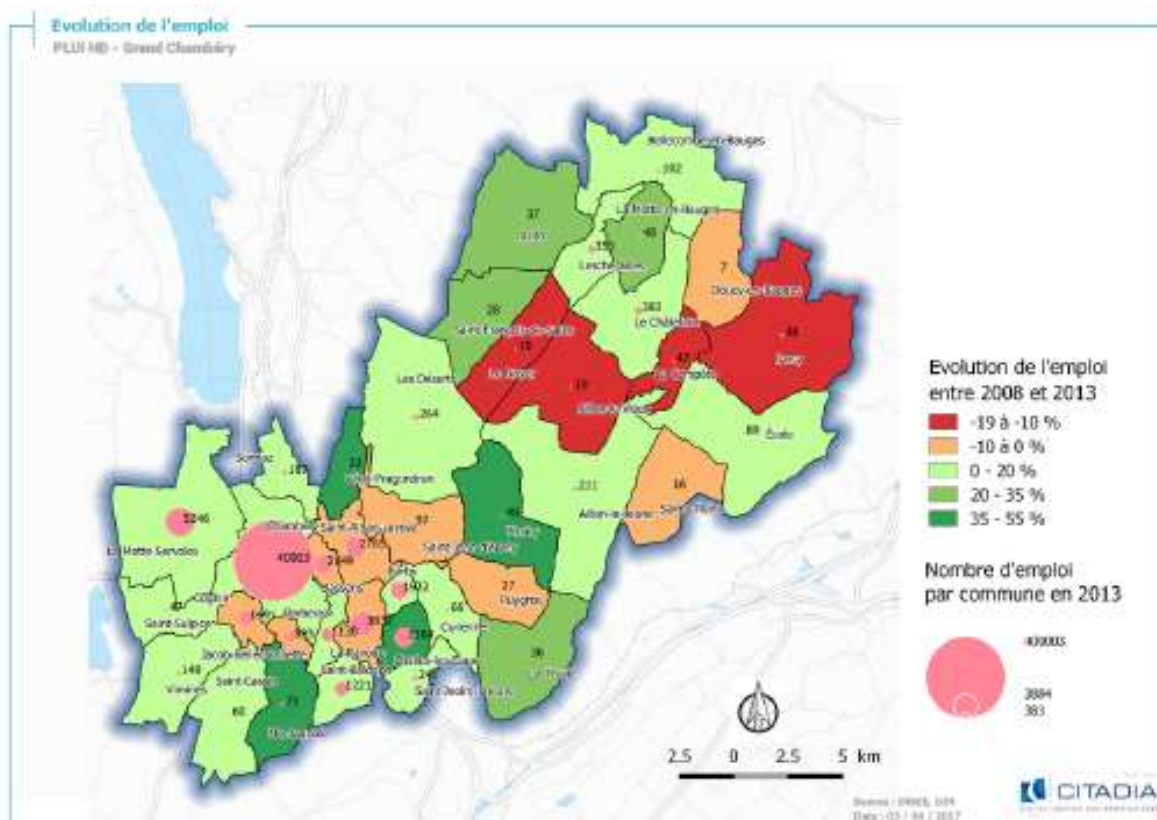
DES EMPLOIS CREEES AU SEIN DE L’AGGLOMERATION

Le vivier d’emplois du territoire se situe au cœur de l’agglomération chambérienne. Regroupant 40 003 emplois en 2013, le nombre d’emplois a augmenté de de 3% en 5 ans (2008-2013), soit + 1 011 emplois. Ce tissu d’emploi est complété par les emplois situés au sein des communes urbaines qui regroupent un tiers des emplois. Ce secteur a accueilli le plus grand nombre d’emplois au cours de la période (77 emplois de plus que Chambéry ration pour un développement de 5% de l’emploi).

Le maintien de ce niveau d’emploi au sein de l’agglomération doit s’appuyer sur la requalification des zones d’activités et le réinvestissement des espaces industriels.

UN DYNAMISME SOUTENU DES EMPLOIS DANS LE PIEMONT DE CHARTREUSE , LE PLATEAU DE LA LEYSSE ET LES COMMUNES D’ENTREE D’AGGLOMERATION

Ces trois espaces présentent une importante augmentation des emplois, comprise entre 16 et 21%. Alors que le développement du secteur tertiaire crée des emplois dans les communes d’entrée d’agglomération, le développement du bassin d’emploi de l’espace de piémont et du plateau de la Leysse est porté en parti par le secteur secondaire. Les communes rurales du territoire jouent donc un rôle complémentaire au développement de l’emploi dans le cœur d’agglomération et profite du développement démographique de ces territoires. Il s’agit d’une tendance nouvelle sur le territoire.



// PLUiHD Grand Chambéry

L’AGGLOMERATION CHAMBERIENNE COMME POLE D’EMPLOI MAJEUR DU SILLON ALPIN

Grand Chambéry présente davantage d’emplois que d’actifs occupés illustrant son attractivité sur les intercommunalités voisines. Ce territoire paraît moins résidentiel que ses voisins, puisque son indice de concentration est supérieur à celui de Métropole Savoie en 2013.

Entre 2008 et 2013 les emplois du territoire augmentent plus rapidement (+4%) que les actifs occupés résidents (+2%), suscitant une augmentation de l’indice de concentration en 2013.

b. La structure économique du territoire

L'économie du territoire est tournée vers l'économie présentielle regroupant à la fois les activités relatives à l'économie résidentielle et celles en lien avec l'activité touristiques.

L'emploi public occupe une importante place au sein de Grand Chambéry (des 26 communes de l'ancien périmètre), puisqu'il concerne plus du tiers de l'emploi total de Grand Chambéry. Notamment concentré au sein de l'agglomération, la part de l'emploi public est en effet plus importante que dans les métropoles voisines (environ 30% pour les métropoles d'Annecy et de Grenoble). A contrario, un léger repli de l'emploi privé est constaté sur Grand Chambéry, les emplois salariés privés ont diminué entre 2007 et 2012 (-621 emplois).

Le secteur tertiaire est le secteur d'emplois le plus développé sur le territoire et notamment les commerces, transports et services divers puisque près de la moitié des emplois sont dans ce secteurs et près des deux tiers de l'emploi privé.

Le secteur de l'industrie est le seul en perte de vitesse, avec -9% des emplois, soit 620 emplois. Cette perte d'emploi est notamment visible sur les secteurs disposant de zones d'activités importantes (Chambéry, les communes urbaines et les communes d'entrée d'agglomération) ce qui nécessite de réfléchir à la mutation de ces zones d'activités.

Le secteur de l'agriculture est encore très présent sur les secteurs ruraux (plus de 10% de l'emploi total) du territoire et voit son nombre d'emploi augmenter à contrario de beaucoup de territoires voisins (+11 emplois). Malgré cela ce secteur représente un poids faible dans l'économie du territoire.

La vitalité économique du secteur cœur des Bauges est assurée en grande partie par l'activité artisanale. Celle-ci particulièrement développée sur ce secteur touche de nombreux domaines de l'économique, de la construction à l'alimentation en passant par les métiers plus traditionnels.

c. Les filières économiques du territoire

Chambéry accueille trois domaines d'activités clés sur son territoire : transition énergétique, innovation montagne et santé/bien-être.

Initié en 1949, le réseau de chaleur de Chambéry est le 5^{ème} de France par sa longueur et le 15^{ème} par sa puissance. Le projet de chaufferie biomasse de Croix rouge, datant des années 1990, a été récemment inauguré sur le site de Bissy, avec l'ambition d'atteindre 55% de la couverture en énergie locale et renouvelable.

Actuellement, la filière activité de montagne est présente sur le territoire Grand Chambéry (environ 1500 emplois privés) mais paraît peu structurée. Dans ce cadre des initiatives telle que le Cluster Montagne a pour ambition de cadrer ces activités, de promouvoir les acteurs français de l'aménagement de la montagne en France et à l'étranger.

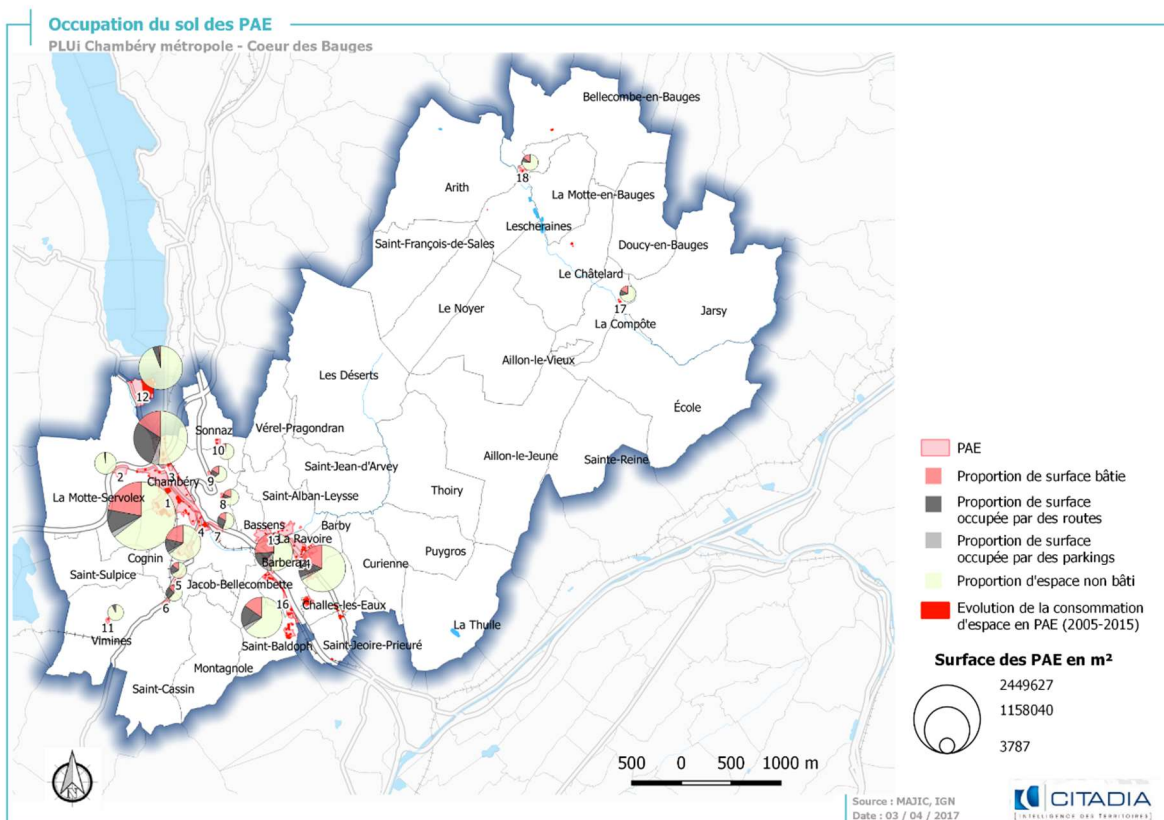
Le secteur de la santé et du bien-être est le troisième domaine d'activités clé pour le territoire. Le projet structurant qui illustre ce développement est le Médipôle de Savoie, situé sur la commune de Challes-les-Eaux.

d. L'armature économique et commerciale de l'agglomération : une concentration en plaine

L'armature économique de l'agglomération est aujourd'hui structurée autour de plusieurs espaces d'activités économiques, majoritairement implantés du nord au sud du cœur d'agglomération et qui représentent une surface totale cumulée de 830 ha, soit plus de 15% des espaces urbanisés du territoire.

Le territoire de Grand Chambéry accueille aujourd’hui :

- Des parcs d’activités économiques (PAE) structurants, à l’image du PAE de Bissy-Erier (245 ha), du PAE des Landiers (153 ha), le PAE de Barby/Challes-les-Eaux/La Ravoire (116 ha), qui se caractérisent par une importante mixité des fonctions économiques (industrie, logistique, artisanat, tertiaire) et commerciales et d’importantes surfaces non bâties potentiellement mutables ;
- Des espaces d’activités économiques locaux, situés en seconde couronne d’agglomération et caractérisés par une vocation industrielle ou artisanale dominante, à l’instar de la pépinière de Côte-Rousse et des zones d’activités économiques des Châtagniers (5,5ha), de Vimines, de Lescheraines et de la Compôte.



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Une zone de plaine qui concentre les zones d’activités économiques formant un « corridor » fracturant l’agglomération où le RLPi devra œuvrer de manière à ce que l’affichage ne renforce pas cette fracture.

e. Des qualités urbaines et paysagères des zones d'activités économiques et commerciales globalement faibles

Le traitement paysager des Parcs d'Activités Economiques (PAE) est minime, les plantations se font rares et ne qualifient que rarement l'espace. A peine la moitié des PAE intègre un traitement paysager, et seulement la moitié de celles-ci ont un traitement qualitatif (végétal qui dessine l'espace, traitement paysager des limites, bon état sanitaire des plantations, etc.).

UNE ABSENCE D'ESPACE PUBLIC / COMMUNS

Les PAE du territoire sont principalement structurées autour de l'usage de la voiture, entraînant des espaces minéraux peu agréables pour le piéton et les autres modes de déplacement relégués en second rang voire absents. Il en ressort un paysage d'enrobé fait de voiries et parking peu confortable pour le piéton. En somme, la vision monofonctionnelle des PAE gagnerait à se diversifier en intégrant une valeur qualitative et paysagère en n'oubliant pas que les lieux de travail ou de consommation sont aussi des lieux de vie.

DES POTENTIELS IMPORTANTS

Les PAE disposent d'un potentiel de valorisation important, notamment par de nombreux espaces « vides », non bâtis, et en s'appuyant sur les relations aux grands paysages qui constituent un fond de scène de qualité. La qualité paysagère de ces zones doit être pensée en relation aux usages induits et possibles qu'offrent ces espaces.

DES PAYSAGES TRAVERSES MARQUES PAR DES ZONES D'ACTIVITES ET COMMERCIALES PEU QUALITATIVES

Chambéry s'est développé à l'intersection de deux axes historiques importants. Nombreux sont les visiteurs à percevoir Chambéry et son agglomération uniquement par les fenêtres paysagères le long des axes. Le paysage perçu est donc peu valorisant, dominé par les zones d'activités, les centres commerciaux et les nappes d'enrobé au premier plan. Les rares fenêtres paysagères (principalement depuis l'A43 à la Motte S.) encore préservées sont à maintenir. Les voies ferrées sont également vectrices de perception sur l'agglomération.

Il est nécessaire d'intégrer le souci de l'image renvoyée par ces espaces d'activité depuis les points hauts comme le long des axes de communication dans leurs transformations et leur création.

Dans le cadre du RLPi

Des zones d'activités diversifiées, dont l'envergure s'organise à plusieurs échelles, au sein de tissus urbains aux morphologies et qualités différentes, avec des relations aux espaces naturels environnants différentes : un enjeu de taille pour l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux particularités locales, tout en maintenant une certaine forme de cohérence à l'échelle du territoire.



(en haut) impact paysager réduit de la zone d'activité Teraillet depuis le centre de St Baldoph



(en bas) Impact important de la zone d'activité de Bissy depuis les hauteurs de Chambéry

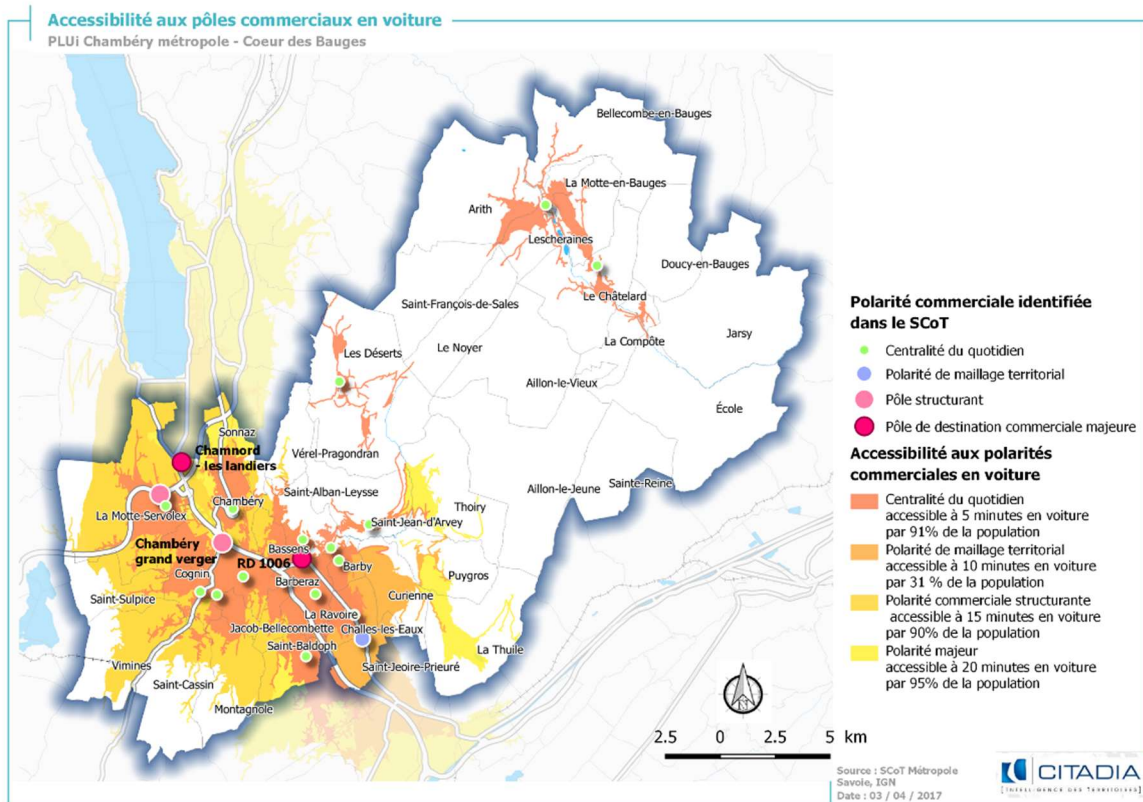
// PLUiHD Grand Chambéry

f. Une dynamique commerciale concentrée en coeur d'agglomération

Entre 2009 et 2016, 26 536 m² de surface de vente ont été autorisés pour des projets d'extension ou de création d'ensembles commerciaux plancher autorisée.

La commune de Chambéry regroupe plus de 8 autorisations commerciales sur 10 attribuées entre 2009 et 2016, tandis que les communes urbaines et notamment, La Ravoire, Bassens, La Motte-Servolex et Saint-Alban-Leyse, rassemblent 13% de la superficie totale autorisée depuis 2009.

Les isochrones d'accessibilité aux pôles commerciaux de l'agglomération signalent par ailleurs un niveau de desserte commerciale globalement très satisfaisant au sein de l'agglomération, avec 94% de la population vivant à moins de 5 minutes en voiture d'une centralité du quotidien et 100% des ménages vivant à moins de 15 minutes en voiture d'une centralité commerciale majeure.



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Une **proximité forte des espaces commerciaux** : une **tendance à l’omniprésence** de l’affichage pour indiquer des espaces commerciaux que le RLPi doit parvenir à maîtriser et à adapter en fonction des qualités paysagères des espaces.

g. Le tourisme

LIE AUX SPORTS D’HIVER

1^{ère} station de sports d’hiver créée en France, Savoie Grand Revard présente sur le territoire propose 14 pistes de ski alpin, 6 remontées mécaniques, des pistes piétonnes et parcours de raquettes, une piste de luge et 5 pistes de ski nordique. Profitant de son attractivité (notamment pour la pratique du ski nordique), la station de la Féclaz a comptabilisé 175 959 journées skieurs au cours de l’hiver 2012-2013.

Le domaine d’Aillon-Margériaz est composé de deux domaines skiabiles, Aillon-Margeriaz 1 000 et Aillon-Margeriaz 1 400 qui attire une clientèle principalement familiale et locale grâce notamment à un domaine de ski nordique et de randonnée, des activités neige complémentaires à la pratique du ski et des activités de pleine nature en saison estivale

Dans le cadre du RLPi

Le territoire de Grand Chambéry **possède des sites attractifs** qui fondent son identité. Il s'agit à la fois de **rendre ces sites visibles** mais aussi de **les préserver d'un affichage extérieur qui pourrait dénaturer leurs qualités et leur fonction première d'espaces de « grande nature »**.

LIE AU PATRIMOINE BATI

D'autres projets touristiques participent à l'image et à la notoriété de Chambéry :

- Le tourisme culturel, patrimonial et le tourisme d'affaire avec la présence de nombreux équipements, tels que la salle pluri-fonctionnelle Le Phare, le château des Ducs de Savoie (1/4 de la fréquentation touristique du territoire en 2013), des musées (musée des Beaux-Arts, musées Savoisin, le Museum d'histoire naturelle, etc.), un théâtre, un parc d'exposition, des galeries et des équipements de loisirs ;
- Le tourisme du bien-être et de la santé, à travers notamment un pôle de loisirs regroupant le Casino, le camping et base de loisirs et diverses activités thermales installés sur la commune de Challes-les-Eaux.

Dans le cadre du RLPi

Le territoire de Chambéry connaît un dynamisme touristique territorial lié à son patrimoine bâti que **l'affichage extérieur doit accompagner en veillant à la qualité des pratiques**.

D. Un territoire qui supporte des flux de déplacements importants

Par sa géographie, son organisation urbaine, sa concentration des emplois et des activités attractives, Chambéry supporte des flux de déplacement massifs sur des infrastructures concentrées au sud-ouest du territoire et réparties principalement sur un axe nord-sud.

Au regard de leur rôle spécifique de support de flux et de desserte des zones d'emplois, et de commerces, qu'au regard de leur confrontation avec le grand paysage qui structure le territoire métropolitain, ces axes sont particulièrement concernés par la publicité extérieure. Ce sont des espaces sensibles au regard de leur position qui définissent l'image de marque de Chambéry.

a. Réseau viaire

PRINCIPAUX FLUX ET MODES DE DEPLACEMENTS

Le territoire de Chambéry est le lieu d'une mobilité individuelle importante avec 22 415 flux journaliers entrants sur l'agglomération (INSEE 2014). Les flux importants sur le territoire peuvent s'expliquer par l'attractivité du bassin d'emploi chambérien. Avec des logiques d'attractivité qui s'exercent principalement sur les territoires périurbains, de massifs limitrophes mais également au sein même du territoire. En effet, plus des trois quarts des personnes qui se déplacent pour travailler sur Chambéry restent sur la commune.

Même si la voiture reste le mode de transport le plus utilisé pour les déplacements pendulaires (avec plus de 70% des déplacements domicile/travail quotidiens au sein de l'agglomération), un recul de la part modale de la voiture est néanmoins à signaler entre 1999 et 2013, au profit des transports en commun et des deux roues.

UN IMPORTANT MAILLAGE ROUTIER

Le réseau viaire de Chambéry se caractérise par un réseau d'infrastructures de transport importantes qui positionnent Chambéry au cœur des flux du sillon alpin :

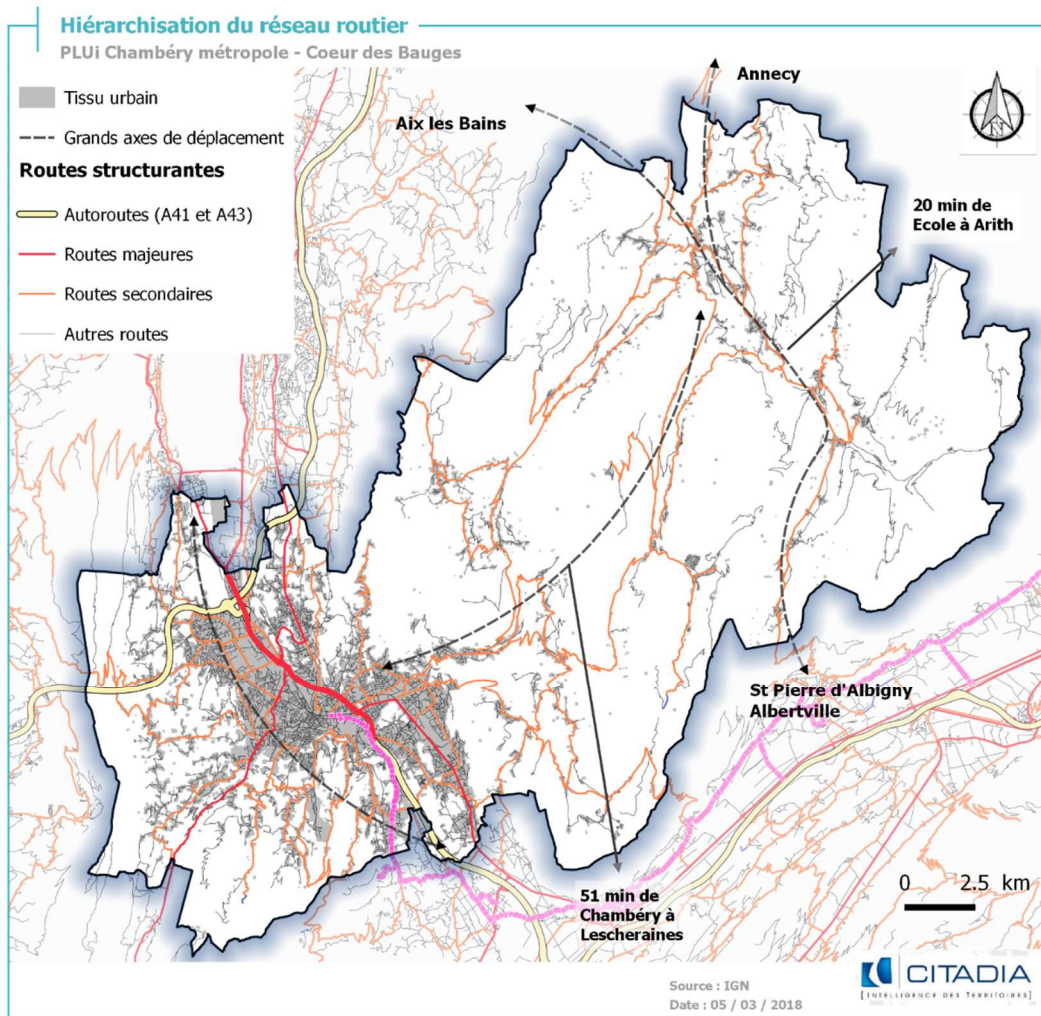
- L'autoroute A41, qui relie Grenoble à Genève, séparée par la VRU et l'A43 au niveau de Chambéry ;
- L'autoroute A43, appelée autoroute alpine, qui relie Lyon à la Maurienne, séparées par la VRU au niveau de Chambéry ;
- La Voie Rapide urbaine – RN201 : cet axe à 2X3 voies traverse le cœur urbain de Grand Chambéry du nord au sud, entre les sorties de l'A43 et les entrées de l'A41 ;
- La RD1201 qui relie Chambéry à Genève via Annecy. Elle dessert notamment Viviers-du-Lac, Tresserve et Grésy-sur-Aix ;
- La RD1006, qui assure la liaison entre le cœur de l'agglomération et les communes du cœur de Savoie ;
- La RD991 qui relie Chambéry à Aix-les-Bains et les communes de Grand Lac ;
- La RD1504, qui relie Voglans à Ambérieu-en-Bugey. Elle dessert le Bourget du Lac et Technolac.

Le maillage du territoire est complété par un réseau de desserte secondaire et local, structuré autour d'un axe nord-sud qui prend appui sur la VRU, au cœur de la cluse de Chambéry.

Dans le cadre du RLPi

L'omniprésence de la voiture individuelle renforce les enjeux d'affichage publicitaire sur les axes routiers du territoire, mais aussi aux cœurs des espaces urbains, dans les tissus de centres-villes et de centres-bourgs.

L'encadrement de l'affichage extérieur devra **s'adapter aux typologies d'axes** et éventuellement fonctionner par séquences. L'affichage publicitaire le long des axes routiers peut contribuer par des proportions adaptées à **créer des ambiances moins « routières » et plus favorables aux modes doux**. De même, une attention particulière pourra être portée aux **formats des affichages publicitaires** dans les zones à vocation apaisée, plus fréquentées par les piétons (voies se connectant au centre-ville, aux espaces publics et espaces verts).



// PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

La hiérarchisation des axes présentée ci-dessus **ne présage pas d'une hiérarchisation des mesures réglementaires**. Cette hiérarchisation met en évidence des typologies d'axes ou des séquences qui pourront faire l'objet d'un **traitement particulier**.

LES ENTREES DE TERRITOIRE, LES ENTREES DE VILLE

Concentrant souvent les dispositifs de publicité et associées à des zones d'activités économiques et commerciales qui accueillent des flux importants, les lieux d'entrée sur le territoire sont des lieux privilégiés pour l'affichage extérieur, tout particulièrement les publicités et préenseignes.

Les caractéristiques intrinsèques des axes selon leur situation sur le territoire permettent de définir deux typologies distinctes :

- Les entrées d'agglomération : principales ou secondaires, elles permettent d'accéder facilement à l'agglomération ;
- Les entrées de ville : organisées au sein du tissu urbanisé de l'agglomération, les entrées de ville permettent de rejoindre un noyau aggloméré plutôt d'envergure communale.

1. Les entrées d'agglomération

Les entrées d'agglomération, de par leur fonction d'accueil sur le territoire constituent les lieux de première et de dernière perception, et définissent dans ce sens « l'image du territoire ». Pour le territoire de Chambéry, ces entrées de territoires représentent des espaces à la valeur symbolique forte, de par les usages (cyclisme, départ de randonnées, etc.) et l'image identitaire des paysages. Elles jouent un rôle important dans l'image du territoire véhiculée auprès des habitants et visiteurs, et participent à son attractivité. Cependant, l'apparition d'éléments banalisants (mitages, zones d'activités, zones commerciales, etc.) vient brouiller le paysage pourtant caractéristique de moyenne montagne et aboutit à une perte de lisibilité des éléments repères.

2. Les entrées de ville

D'envergure communale, les entrées de ville sont des séquences qui annoncent l'entrée dans un centre-ville : depuis les axes qui supportent ces séquences, les perceptions de premier plan sont importantes. En fonction de la commune concernée, les entrées de ville sont marquées par différents types de paysages :

- Des paysages péri-urbains dans la ville centre et les villes de premières couronne où se succèdent des éléments hétérogènes (zones d'activités et commerciales, mitage, espaces agricoles relictuels, etc.) ;
- Des entrées de villages et de hameaux préservées qui apparaissent qualitatives notamment grâce à une présence structurante de la végétation.

Toutefois, quasi toutes les entrées d'agglomération et de ville sont concernées par le fond de décor de montagnes, ce qui en fait un marqueur identitaire fort.



Route de Lyon (Cognin), une avenue urbaine peu structurée // PLUiHD Grand Chambéry

Dans le cadre du RLPi

Les entrées de territoire et de ville sont quasi systématiquement en **co-visibilité avec une toile de fond paysagère**.

« L'effet vitrine » offert justifie la nécessité d'une **vigilance particulière quant à la qualité de l'affichage extérieur** : cohérence avec les ambiances des tissus urbains traversés et les besoins économiques, identification de séquences sensibles.

b. Les autres réseaux et modes de déplacement

Au sein du territoire de Chambéry, la volonté de mieux organiser toutes les mobilités sur le territoire a donné lieu à la mise en place du projet : « Territoire mobile », avec l'objectif d'entrer dans une démarche de mobilité durable.

Dans ce contexte, tous les modes de déplacement ont été étudiés pour répondre au mieux aux besoins recensés et enclencher le report modal.

- Des actions ont été mises en œuvre avec notamment :
- la réorganisation du réseau de transports en commun ;
- la réalisation d'un axe cyclable en traversée du centre-ville sécurisé et connecté aux principales avenues et voies vertes ainsi qu'au réseau de maillage fin du territoire ;
- la sécurisation et le jalonnement des circulations piétonnes ;
- la mise en place d'une politique de stationnement cohérente dans un souci d'apaisement des flux, etc.

UN MAILLAGE EN TRANSPORTS COLLECTIFS DESORMAIS VARIE ET EFFICACE

Le réseau de transports en commun de Grand Chambéry a été reconfiguré au 1^{er} septembre 2016. La nouvelle offre urbaine mise en place en septembre 2016 propose un réseau de transports collectif dense et comporte :

- 4 lignes structurantes « CHRONO », n°A à D, circulant tous les jours avec une fréquence de 10 à 15 minutes ;
- 6 lignes « régulières urbaines », n°1 à 6, circulant du lundi au samedi avec une fréquence de 20 à 40 minutes ;
- 9 lignes « périurbaines », n°10 à 18, circulant du lundi au samedi, en service régulier aux heures de pointe et à la demande en heures creuses ;
- 9 « secteurs de transport à la demande », n°50 à 59. Ces circuits virtuels sont complémentaires des 9 lignes périurbaines fonctionnant en heures de pointe. Ils desservent également la zone périurbaine. Ces services sont en rabattement des lignes CHRONO ;
- 1 ligne saisonnière desservant la Féclaz, de décembre à mars.

Dans le cadre du RLPi

Au regard de l'offre de transports en commun, Le RLPi devra veiller à ce que la densité des dispositifs et la qualité du mobilier urbain mobilisé **soit cohérents** avec le tissu urbain à proximité.

UN RESEAU FERROVIAIRE AU POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT

Chambéry dispose également d'une offre de transport ferroviaire intéressante. Depuis 2005, le trafic entre Chambéry et les principales gares de l'Espace Métropole Savoie a progressé de 35 %, principalement dans les territoires qui observent une forte croissance démographique, à savoir l'avant-pays Savoyard et Cœur de Savoie. Le trafic ferroviaire a fortement augmenté dans les échanges entre Chambéry et les territoires périurbains, notamment depuis la mise en place du cadencement en 2008 qui a renforcé l'offre. Toutefois ces taux d'augmentation ne doivent pas masquer la réalité des volumes de flux, largement supérieurs sur les axes routiers.

La gare de Chambéry a fait l'objet d'une diminution du nombre de ses voyageurs entre 2014 (3 929 650 voyageurs) et 2015 (3 807 875 voyageurs) mais a augmenté de façon significative depuis 2009 (3 219 190 voyageurs, soit une augmentation de 18 % de la fréquentation). En 2013, 4,6 % de la population vit à 10 minutes à pied de la gare de Chambéry, unique gare de desserte du territoire de Grand Chambéry et 9,4 % à 15 minutes à pied. De plus, La gare de Chambéry qui a fait l'objet d'un projet de restructuration en 2019 constitue désormais un pôle multimodal prometteur.

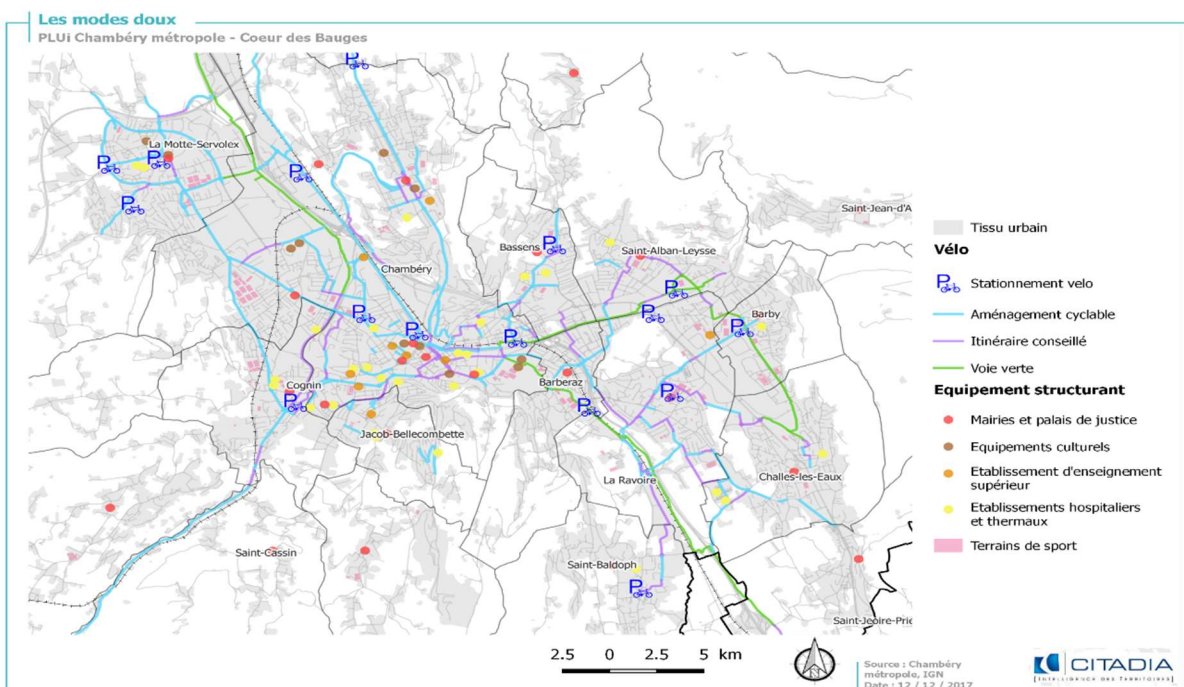
Dans le cadre du RLPi

L'affichage sur le domaine public ferroviaire fait l'objet d'une concession nationale de mobilier. Toutefois, le RLPi peut décider d'un **traitement particulier** pour cet espace, soit en le traitant de manière homogène dans son intégralité, soit en le traitant de manière différenciée en fonction des espaces traversés.

LES MODES ACTIFS

Concernant les modes doux, le réseau cyclable sur le territoire était formé en 2013 de 87km d'aménagements cyclables et 2740 places de stationnement (2500 arceaux, 240 places dans des abris). Cette offre permet aux usagers de combiner les différents moyens de transport et garer leur vélo dans un espace sécurisé. La part de fréquentation semaine sur la Voie Verte a progressé de plus de 50% depuis 10 ans pour atteindre 286 914 usagers sur l'année 2017 (contre 188 270 en 2007), laissant supposer qu'elle est de plus en plus utilisée pour les déplacements domicile-travail.

À l'échelle de l'agglomération Grand Chambéry, près d'1 déplacement domicile-travail sur 10 était réalisé à pied sur l'année 2013 (source : INSEE 2013). La marche à pied dans les déplacements domicile-travail quotidiens est majoritairement pratiquée dans la ville centre, avec près de 16% des mobilités pendulaires (source : INSEE 2013). Ce mode de transport apparait donc comme un potentiel à développer notamment dans la ville-centre



// PLUiHD Grand Chambéry

c. Les projets

Deux projets structurant relatifs à la mobilité sur le territoire de Chambéry sont à noter :

- Le projet majeur de réaménagement du nœud autoroutier A43, A41, VRU ;
- Le projet de ligne TGV Lyon-Turin



Les perspectives du projet de Lyon-Turin // ZA des Landiers, franchissement VRU

Dans le cadre du RLPi

La réalisation des nouveaux projets serait l'occasion de **repenser les stratégies d'affichage publicitaire** sur les axes et secteurs concernés, afin **d'adapter les pratiques** aux nouveaux enjeux générés.

6. Les orientations et objectifs

Afin de protéger le cadre de vie, le code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité. C'est le choix qu'a fait Grand Chambéry en prescrivant la révision de son RLPi le 28 mars 2019.

Le diagnostic élaboré sur le territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la collectivité fixe trois orientations principales :

- **Orientation 1** : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien
- **Orientation 2** : Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines
- **Orientation 3** : Intégrer les dynamiques de l'affichage dans la structure paysagère du territoire, source d'attractivité

Une orientation complémentaire a également été définie :

- Accompagner des dynamiques territoriales à l'œuvre sous l'angle de l'affichage

LES ORIENTATIONS PRINCIPALES

A. Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien

Le diagnostic a fait émerger des enjeux de territoire, qui dégagent plusieurs « ambiances » locales et qui présentent un lien direct avec le RLPi.

L'ambiance urbaine des centres-bourgs et centres-villes présente notamment un intérêt pour l'attrait touristique local, motivé par la qualité architecturale du bâti. En ce sens, l'intégration paysagère des dispositifs, la qualité même de l'affichage, et surtout de ceux présents à proximité d'espaces dotés d'une fonction patrimoniale, influencent la requalification et revitalisation de ces espaces.

De plus, sur le territoire du Grand Chambéry, les espaces ruraux sont relativement bien préservés de l'affichage, mais peuvent toutefois en accueillir de manière ponctuelle et anarchique. Ces espaces offrent globalement une ambiance apaisée grâce au réseau écologique créé par les nombreuses aménités naturelles qu'il convient de protéger.

Enfin, les espaces habités, ils peuvent parfois accueillir de l'affichage liée à des activités en rez-de-chaussée, offrant une ambiance « mixte » entre du commercial ou du service et de l'habitat. L'enjeu est ici de préserver la qualité des affichages afin de ne pas nuire à la fonctionnalité de ces types de lieux. Les espaces pavillonnaires sont eux relativement bien préservés de tous types d'affichages.

Pour répondre à ces enjeux, le RLPI fixe les objectifs suivants :

- Mettre en valeur et créer des centres-bourgs où la déambulation est agréable et les activités sont lisibles.
- Articuler la préservation des écrans patrimoniaux avec le dynamisme de ces secteurs, particulièrement lorsqu'ils sont situés au cœur de ville.
- Rendre cohérent l'affichage opéré dans les espaces ruraux avec les qualités écologiques et paysagères environnantes.
- Doter tous les espaces habités de solutions pour exprimer leur besoin de visibilité et communication dans le respect des enjeux notamment paysagers, écologiques, patrimoniaux et sanitaires en présence.

B. Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines

Le diagnostic a mis en avant le fait que les entrées de territoire et de ville sont quasi-systématiquement en co-visibilité avec une toile de fond paysagère. « L'effet vitrine » offert justifie la nécessité d'une vigilance particulière quant à la qualité de l'affichage en extérieur. Une cohérence est à trouver entre les ambiances des tissus urbains traversés et les besoins économiques.

Le diagnostic a aussi fait émerger le constat que les zones d'activités du territoire sont diversifiées, et leur envergure s'organise à plusieurs échelles, au sein de tissus urbains aux morphologies différentes, avec des relations aux espaces naturels environnants différentes. L'enjeu pour l'affichage extérieur est alors de s'adapter aux particularités locales, tout en maintenant une certaine forme de cohérence à l'échelle du territoire. Par exemple, les zones d'activités sont très présentes et concentrées en zones de plaine, produisant une « fracture » au sein de l'agglomération. Le RLPI devra faire en sorte de ne pas la renforcer. De manière globale, le RLPI doit parvenir à maîtriser et adapter en fonction des qualités paysagères des espaces.

Pour répondre à ces enjeux, le RLPI fixe les objectifs suivants :

- Veiller à la qualité des entrées de ville en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur.
- Adapter les formats d'affichage à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées
- Lutter contre la banalisation paysagère et urbanistique des zones d'activité économiques et commerciales, tout particulièrement lorsqu'elles sont situées en position de « vitrines »
- Améliorer la lisibilité des zones d'activités économiques et commerciales en dédensifiant le parc d'affichage
- Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes dans les zones d'activités économiques et commerciales

C. Intégrer les dynamiques de l'affichage dans la structure paysagère du territoire, source d'attractivité

Le diagnostic a fait émerger que la préservation des vues sur le grand paysage constitue une toile de fond omniprésente et apparaît comme indispensable pour conforter la qualité des espaces et la

préservation des ambiances apaisées. Ce paysage nécessite une réflexion vis-à-vis de sa lisibilité sur le territoire au regard des logiques de l’affichage extérieur.

Pour répondre à cet enjeu, le RLPI fixe les objectifs suivants :

- Préserver les vues emblématiques sur les reliefs et paysages montagneux environnants
- Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence en limitant notamment l’impact visuel des dispositifs

ORIENTATION « COMPLÉMENTAIRE »

D. Accompagner des dynamiques territoriales à l’œuvre sous l’angle de l’affichage

Le RLPI est un véritable levier d’action pour préserver la trame noire, à travers par exemple des restrictions d’affichages lumineux dans des secteurs jugés sensibles, avec des enjeux liés à la biodiversité.

De plus, le territoire de Grand Chambéry possède des sites attractifs et touristiques qui fondent son identité. Il s’agit à la fois de rendre ces sites visibles mais aussi de les préserver d’un affichage extérieur qui pourrait dénaturer leurs qualités et leur fonction première d’espaces de « grande nature ».

L’omniprésence de la voiture individuelle sur le territoire, renforce les enjeux d’affichage publicitaire sur les axes routiers du territoire, mais aussi aux cœurs des espaces urbains, dans les tissus de centres-villes et de centres-bourgs. L’encadrement de l’affichage extérieur devra s’adapter aux typologies d’axes et éventuellement fonctionner par séquences. L’affichage publicitaire le long des axes routiers peut contribuer par des proportions adaptées à créer des ambiances moins « routières » et plus favorables aux modes doux. De même, une attention particulière pourra être portée aux formats des affichages publicitaires dans les zones à vocation apaisée, plus fréquentées par les piétons (voies se connectant au centre-ville, aux espaces publics et espaces verts). De plus, au regard de l’offre de transports en commun, le RLPI devra veiller à ce que la densité des dispositifs et la qualité du mobilier urbain mobilisé soit cohérents avec le tissu urbain de proximité. Aussi, l’affichage sur le domaine public ferroviaire fait l’objet d’une concession nationale de mobilier. Toutefois, le RLPI peut décider d’un traitement particulier pour cet espace, soit en le traitant de manière homogène dans son intégralité, soit en le traitant de manière différenciée en fonction des espaces traversés.

Pour répondre à ces enjeux, le RLPI fixe les objectifs suivants :

- Préserver la trame noire en adoptant une vigilance sur les dispositifs lumineux et leur développement
- Promouvoir des activités touristiques, locales et artisanales dans le territoire des Parcs Naturels Régionaux
- Adapter l’affichage extérieur aux mobilités pratiquées au sein des espaces urbains

7. Les justifications des choix opérés dans la traduction réglementaire

Pour rappel, le RLPi n'exprime que des dispositions plus restrictives que le Règlement National de Publicité (exception faite de la possible réintroduction de certains dispositifs publicitaires au sein de certains périmètres d'interdiction relative). Le RNP continue donc de s'appliquer sur les volets réglementaires non abordés par le RLPi.

A. Justification de la délimitation des zones du RLPi

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été classés en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies, afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Les quatre zones de publicité instituées permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée.

Un système de trame venant prendre en considération des spécificités paysagères entre ensuite en jeu, et permet de nuancer localement la réglementation propre à chacune des zones.

a. Un nombre restreint de zones de publicités...

L'ensemble du territoire de Grand Chambéry est zoné en fonction des enjeux dégagés du diagnostic, et pour lesquels des ambitions ont été définies dans les orientations.

Quatre zones de publicité ont ainsi été définies :

- **La zone 1 (ZP1)** couvre les périmètres des deux parcs naturels régionaux présents sur le territoire. Il s'agit du PNR de Chartreuse et de celui des Bauges. Les deux chartes et périmètres des parcs étant en cours de révision au moment de l'élaboration du RLPi, il a été décidé de prendre en compte les futurs périmètres des parcs, même si ceux-ci ne sont pas encore approuvés.
- **La zone 2 (ZP2)** couvre les cœurs de ville et cœurs de bourg (noyaux anciens des communes) mais ne présentant pas de caractère patrimonial institutionnel. Il s'agit des zones UCB (centre-bourg) et UCA (cœur d'agglomération) du PLUi de Grand Chambéry.
- **La zone 3 (ZP3)** couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixte. Ce sont toutes les zones agglomérées et les espaces situés hors agglomération mais non compris dans la ZP1. Cette zone correspond aux secteurs Ug (général) et Ud (habitat diffus) du PLUi existant auxquelles ont été ajoutées les zones AU (A urbaniser).
- **La zone 4 (ZP4)** couvre les zones d'activité économiques et commerciales (zones UA tous sous-secteurs compris).

b. Nuancées localement par une trame

Le diagnostic du RLPi de Grand Chambéry identifie également les périmètres patrimoniaux de protections institutionnelles ainsi que les entrées d'agglomération/ville comme sensibles du point de

vue de l’affichage extérieur. Toutefois, au regard de la dispersion de ces espaces au sein des zones agglomérées, la création de zones spécifiques « pastilleraient » le zonage d’une part, et alourdirait la traduction réglementaire écrite d’autre part avec des dispositions redondantes au sein desquelles seuls un ou deux articles varieraient venant de surcroît limiter la pertinence de la définition d’autant de zones.

Pour cette raison, ces espaces sont traités en trames délimitées dans les documents graphiques annexés au RLP. S’y appliquent une compilation de dispositions réglementaires, à savoir :

- Les dispositions générales du RLPi ;
- Les dispositions particulières du RLPi relatives à la zone de publicité dans laquelle se situe l’espace ;
- Les dispositions spécifiques du RLPi relatives à l’identification dans une trame, qui précise seulement certains points réglementaires des dispositions particulières.

La trame 1 « Patrimoine » couvre :

- Le Site Patrimonial Remarquable de Chambéry ;
- Le site inscrit du lac du Bourget et ses abords (commune de la Motte Servolex)
- Le périmètre délimité des abords (PDA) du Lycée agricole, domaine Reinach (commune de la Motte Servolex)
- Le périmètre délimité des abords (PDA) du château de Caramagne (commune de Chambéry)
- Les périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques,

La trame 2 « Espaces vitrines » couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification. Pour les portions d’axes qui ont été repérés en trame 2 « Espaces vitrines », le zonage a été délimité en déterminant une zone tampon de part et d’autre des voies :

- 20 mètres de part et d’autre de la N201, entrée sur le territoire par Chambéry ;
- 5 mètres de part et d’autre des D1006, D991 et D1006, entrée sur le territoire par Saint-Jeoire-Prieuré, Sonnaz et Cognin.

La trame 3 « interdiction totale de publicité » qui couvre des périmètres à protéger strictement de la publicité, les groupes scolaires à Chambéry, Barbera et Cognin notamment ainsi qu’une bande tampon le long de la voie verte.

c. Un découpage territorial justifié par les orientations et objectifs du RLPi

Le zonage publicitaire du territoire est justifié par les orientations suivantes :

<p>ZP1 – Les parcs naturels régionaux</p>	<p>ORIENTATION 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rendre cohérent l’affichage opéré dans les espaces ruraux avec les qualités écologiques et paysagères environnantes. <p>ORIENTATION COMPLEMENTAIRE : Accompagner les dynamiques territoriales à l’œuvre sous l’angle de l’affichage, en particulier les objectifs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préserver la trame noire en adoptant une vigilance sur les dispositifs lumineux et leur développement • Promouvoir des activités touristiques, locales et artisanales dans le territoire des Parcs Naturels Régionaux
<p>ZP2 – Les centres ville et centres bourgs</p>	<p>ORIENTATION 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en valeur et créer des centres-bourgs où la déambulation est agréable et les activités sont lisibles. <p>ORIENTATION 3 : Intégrer les dynamiques de l’affichage dans la structure paysagère du territoire, sources d’attractivité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence en limitant notamment l’impact visuel des dispositifs
<p>ZP3 – Les zones résidentielles et tissus urbains mixtes</p>	<p>ORIENTATION 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doter tous les espaces habités de solutions pour exprimer leur besoin de visibilité et de communication dans le respect des enjeux paysagers, écologiques, patrimoniaux et sanitaires en présence. <p>ORIENTATION 3 : Intégrer les dynamiques de l’affichage dans la structure paysagère du territoire, sources d’attractivité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence, en limitant notamment l’impact visuel des dispositifs <p>ORIENTATION COMPLEMENTAIRE : Accompagner des dynamiques territoriales à l’œuvre sous l’angle de l’affichage :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter l’affichage extérieur aux mobilités pratiquées au sein des espaces urbains

<p>ZP4 – Les zones d’activités</p>	<p>ORIENTATION 2 : Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lutter contre la banalisation paysagère et urbanistique des zones d’activité économiques et commerciales, tout particulièrement lorsqu’elles sont situées en position de « vitrines » • Améliorer la lisibilité des zones d’activités économiques et commerciales en dédensifiant le parc d’affichage • Rechercher l’intégration et l’esthétisme des enseignes dans les zones d’activités économiques et commerciales
<p>Trame « Patrimoine »</p>	<p>ORIENTATION 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articuler la préservation des écrans patrimoniaux avec le dynamisme de ces secteurs, particulièrement lorsqu’ils sont situés au cœur de ville. <p>ORIENTATION 3 : Intégrer les dynamiques de l’affichage dans la structure paysagère du territoire, sources d’attractivité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence en limitant notamment l’impact visuel des dispositifs
<p>Trame « Espaces vitrines »</p>	<p>ORIENTATION 2 : Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lutter contre la banalisation paysagère et urbanistique des zones d’activité économiques et commerciales, tout particulièrement lorsqu’elles sont situées en position de « vitrines » • Veiller à la qualité des entrées de ville en exigeant une qualité dans le traitement de l’affichage extérieur. • Adapter les formats d’affichage à l’échelle de l’axe et aux ambiances paysagères traversées.
<p>Trame « Interdiction totale de publicité »</p>	<p>ORIENTATION 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en valeur et créer des centres-bourgs où la déambulation est agréable et les activités sont lisibles. <p>ORIENTATION COMPLEMENTAIRE : Accompagner des dynamiques territoriales à l’œuvre sous l’angle de l’affichage :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter l’affichage extérieur aux mobilités pratiquées au sein des espaces urbains

d. Justification de la ZP1 – Parcs naturels régionaux

La préservation et la mise en valeur des grands paysages naturels constituent une orientation socle du RLPi.

Sur le territoire de Grand Chambéry, ces grands paysages naturels, vecteurs de l'image du territoire, sont localisés à l'Ouest avec le parc naturel régional de la Chartreuse et à l'Est, avec le parc naturel régional des Bauges.

Afin de mettre en valeur ces périmètres hautement reconnus et de répondre aux enjeux touristiques du secteur, le RLPi se doit d'engager une action spécifique. Les périmètres des PNR, qui ont une influence réglementaire directe sur l'affichage extérieur (périmètre d'interdiction relative) justifie aussi cette nécessité.

Cette zone ZP1 comprend donc les secteurs naturels protégés du territoire et leurs zones bâties. Conformément aux ambitions portées par les Orientations du projet, de façon à faciliter un traitement homogène de l'affichage extérieur au regard des enjeux de préservation de la qualité des ambiances agro-naturelles. A ce titre, la ZP1 est considérée comme celle où, à l'échelle du RLPi, l'emprise des dispositifs doit être la plus limitée. Ainsi, tout type de publicité y est interdit, permettant d'assurer une maîtrise de l'installation. Pour les enseignes, une vigilance particulière est portée sur leur intégration au sein de l'ensemble de la ZP1.

e. Justification de la ZP2 – Les centres-villes et centres-bourgs

La préservation du patrimoine bâti et l'affirmation de la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des activités et des espaces de vie constituent une orientation forte du RLPi.

Le respect des ambiances de chacun des noyaux historiques des communes où se mêlent des architectures caractéristiques témoignant du développement historique et un tissu commerçant propice aux déambulations piétonnes et usages des modes actifs, nécessite de traiter la publicité et les enseignes de manière spécifique et restrictive. Ces espaces revêtent une importance paysagère, patrimoniale et historique cruciale en concentrant des motifs identitaires du territoire.

Ainsi, chacune des communes possède une ZP2 dessinée de manière à recouvrir l'intégralité du/des cœur(s) historique(s) des communes (Zones UCB et UCA du PLUi). Seules les communes intégrées dans la ZP1 ne possèdent pas de ZP2, pour les raisons réglementaires et la cohérence souhaitée expliquée dans la justification de la zone ZP1.

C'est pourquoi la zone ZP2 est une zone où la publicité peut être installée uniquement sur le domaine public sur du mobilier urbain, et où les enseignes sont placées sous le signe de la qualité.

f. Justification de la ZP3 – Tissus résidentiel mixte

Cette vaste zone regroupe les espaces bâtis agglomérés qui ne correspondent ni à des cœurs de ville, ni à des zones d'activités. Ainsi, ce sont principalement des espaces résidentiels qui sont regroupés au sein de cette zone. Ces derniers accueillent ponctuellement des commerces, des équipements, sont localisés en entrée de ville, à proximité d'éléments de patrimoine ou de nature, etc.

En lien avec cette diversité de fonctions et de localisations, et dans une volonté d'unité et de cohérence dans les espaces perçus par tous les habitants, une zone unique a été créée.

La principale fonction de cette zone étant résidentielle, l'affichage extérieur est voulu limité en nombre et le règlement favorise des gabarits et des règles améliorant l'insertion dans les tissus urbains, afin de maintenir une ambiance apaisée et cohérente avec ces espaces majoritairement résidentiels, et où le bien-être et la qualité du cadre de vie sont primordiaux.

Cette zone comprend également les espaces « hors agglomération », où toute publicité est interdite par la réglementation nationale, et qui ne vise donc que les règles relatives aux enseignes. Le règlement de cette zone s'attache à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages à caractère rural ou naturel prégnant, tout en assurant une visibilité des quelques activités économiques présentes de façon ponctuelle.

g. Justification de la ZP4 – Zones d'activités économiques et commerciales

Cette zone regroupe l'ensemble des zones économiques du territoire, au sein desquelles les dispositions réglementaires vont être adaptées au regard de la vocation économique de la zone et donc des besoins identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes.

Du point de vue des domaines d'activité exercés, les zones d'activités économiques et commerciales ne présentent pas les mêmes caractéristiques, une grande majorité étant en pluriactivités, d'autres étant plutôt industrielles ou artisanales, d'autres enfin étant plutôt commerciales. Toutes présentent toutefois un fort besoin de visibilité. Les zones d'activités du territoire n'échappent pas à l'image négative généralisée de ce type d'espace, qui est largement le fait de la multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur. Ces paramètres ont tendance à altérer la lecture des messages.

Ainsi, au sein des zones ZP4, le RLPi s'engage dans un objectif de maîtrise de la densité et du cumul des dispositifs (publicités comme enseignes), et propose un cadre pour tendre vers davantage de qualité dans les pratiques.

h. Justification de la Trame 1 - Patrimoine

La volonté de préservation des hauts lieux de patrimoine bâti de l'agglomération a motivé la création d'une trame spécifique à ces secteurs que sont :

- Le Site Patrimonial Remarquable de Chambéry ;
- Le site inscrit du lac du Bourget et ses abords (commune de la Motte Servolex)
- Le périmètre délimité des abords (PDA) du Lycée agricole, domaine Reinach (commune de la Motte Servolex)
- Le périmètre délimité des abords (PDA) du château de Caramagne (commune de Chambéry) ;
- Tous les périmètres de 500m autour des monuments historiques du territoire.

Ces secteurs, regroupés dans une même trame, permettent aussi la mise en cohérence des politiques en matière de patrimoine bâti vis-à-vis de la publicité. Ainsi, que la protection ait une interférence directe avec la publicité (comme les Sites Patrimoniaux Remarquables) ou non, ils seront traités de la même manière.

De plus, une identification en tant que trame dans le règlement graphique permet ainsi de renforcer le règlement des zones couvertes notamment par les zones ZP2 et ZP3, principalement concernant les enseignes. Cette trame permet aussi de maintenir les protections édictées par les règlements de Sites Patrimoniaux Remarquables, et d'intégrer les recommandations des services de l'Architecte des Bâtiments de France (lettrage découpé).

i. Justification de la Trame 2 – Espaces vitrines

Réels espaces vitrines du territoire les entrées de ville sont également des lieux privilégiés d'implantation pour l'affichage extérieur. Traversant fréquemment des zones commerciales et d'activités qui se sont développées en périphérie et qui ont par la suite été rattrapées par l'urbanisation, les entrées de ville peuvent ainsi offrir une image banalisée du territoire renforcée par un traitement davantage fonctionnel qu'esthétique des enseignes ou encore l'accumulation d'information de type préenseignes cherchant à canaliser les flux de potentiels consommateurs vers les lieux de vente ou de service et venant s'ajouter aux autres éléments verticaux du paysage (lampadaire, signalisation routière, etc.).

Les entrées de ville peuvent aussi parfois constituer des espaces où l'interface ville/espaces agromatériels fait l'objet de transition brutale et où l'affichage extérieur joue un rôle « aggravant », cachant notamment les fronts bâtis ou créant un corridor publicitaire et générant de fait des ruptures dans ces paysages aux ambiances plutôt rurales.

Les entrées de ville sont ainsi des espaces stratégiques alors même qu'ils constituent un enjeu important pour la qualité de l'image de la ville. L'idée est de saisir le levier du RLPi afin d'œuvrer à la requalification de ces espaces traduisant ainsi une ambition forte du projet de territoire en matière de maîtrise de l'affichage extérieur. Pour ce faire, l'affichage extérieur doit s'implanter en cohérence avec le grand paysage servant de toile de fond ou encore en cohérence avec l'ambiance urbaine traversée. Aussi, en n'autorisant que le mobilier urbain dans une limite de 2m², dispositif dont l'esthétique et l'implantation sont en outre maîtrisés via contrat par les collectivités, l'objectif réglementaire est bien de privilégier une perception première de ce qui fait identité dans la scénographie urbaine, avant de percevoir l'affichage extérieur. En ce qui concerne les enseignes, le règlement impose que les enseignes au sol soient mutualisées. Pour les autres typologies d'enseignes, les règles spécifiques aux zones concernées s'appliquent.

Le RLPi couvre les entrées de territoire et de ville qui ont été identifiées par les communes à condition que l'application d'une trame apporte une plus-value (si l'espace est hors agglomération ou dans une zone plus restrictive ou équivalente en termes de règles que la trame, cela est inutile), ou des entrées de territoire ou de ville qui ont été repérées lors des travaux de zonage.

j. Justification de la Trame 3 – Interdiction totale de publicité

Cette trame vient protéger très strictement de la publicité certains secteurs choisis en raison de certaines caractéristiques particulières du cadre de vie (articulation avec circulation piétonne en centre-ville, protection des voies-cyclables majeures etc..). Une interdiction stricte de toute publicité y est appliquée.

Les équipements scolaires de Chambéry sont concernés par cette trame. Il s'agit de proposer des

espaces adaptés aux orientations pédagogiques mais également d'améliorer la qualité d'accueil des élèves sur les temps scolaires et périscolaires.

Ces secteurs d'équipements publics d'enseignement et leurs abords s'expriment dans un « cadre de vie du quotidien » qu'il s'agit de préserver puisqu'ils sont implantés dans un paysage urbain, souvent dense, et constituent des points de concentration de la population, soit tout au long de la journée, soit sur des plages horaires plus restreintes (sorties d'écoles par exemple, activités extra-scolaires).

L'importance et la prise de conscience collective de la préservation de l'environnement et de la protection des paysages est un enjeu majeur de Grand Chambéry. À ce titre, il apparaît indispensable de sensibiliser dès le plus jeune âge des enfants de notre territoire.

B. Justification des choix règlementaires

Le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre préservation/valorisation des paysages et liberté d'expression ; Et ce, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes* ».

Le règlement vise également un équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de la publicité scellée au sol à l'échelle du territoire communautaire.

En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer les formats maximums et les typologies autorisés, et limiter la densité dans une certaine mesure, via les dispositions générales.

- a. Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatif aux publicités et pré-enseignes et pré-enseignes temporaires

ARTICLE DG1-1 INTERDICTION DE PUBLICITE ET PRE-ENSEIGNE

Plusieurs typologies de dispositifs sont interdites sur l'ensemble du territoire au regard du fort impact paysager qu'elles peuvent générer :

- **La publicité et les pré-enseignes sur clôture**, que cette dernière soit aveugle ou non. Il s'agit ici de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, souvent opéré de manière «sauvage» le long des rues et grands axes. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments présentant des façades aveugles, moins nombreux ;
- **La publicité et les pré-enseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet** ainsi que sur les marquises ou auvent dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade ;
- **La publicité et les pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu**. Ce type de publicité peut engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important. Le RLPi anticipe le développement de ce type de dispositif en l'interdisant.
- **La publicité et les pré-enseignes numériques y compris sur mobilier urbain**. Les dispositifs numériques peuvent avoir un impact non négligeable dans la perception du paysage, du fait
 - de leur luminosité qui attire fortement le regard et nuit à l'intégration paysagère du dispositif,

- du mouvement induit par le défilement des images capte davantage l'attention des usagers,
- de leur participation à la luminosité globale du territoire, impactant un contexte nocturne qui se voudrait plus apaisé.

Enfin, les panneaux numériques posent la question de la sobriété énergétique : leur consommation en énergie électrique est significative et leur durée de vie limitée. Par cette interdiction, le Grand Chambéry a souhaité limiter strictement les dispositifs les plus impactants dont les effets non seulement nocturnes mais également diurnes (notamment les images animées) sont bien plus considérables que les dispositifs traditionnels.

- **La publicité sur les parasols** : Dans un objectif de dé-densification de l'information, en particulier dans les centres villes et de cohérence avec la règle édictée pour les enseignes, le RLPi interdit l'affichage publicitaire sur les parasols.

ARTICLE DG1-2 DEROGATION A CERTAINES INTERDICTIONS LEGALES DE PUBLICITE

Rappel de l'article L581-8 du Code de l'Environnement :

« I. — A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;

6° (abrogé)

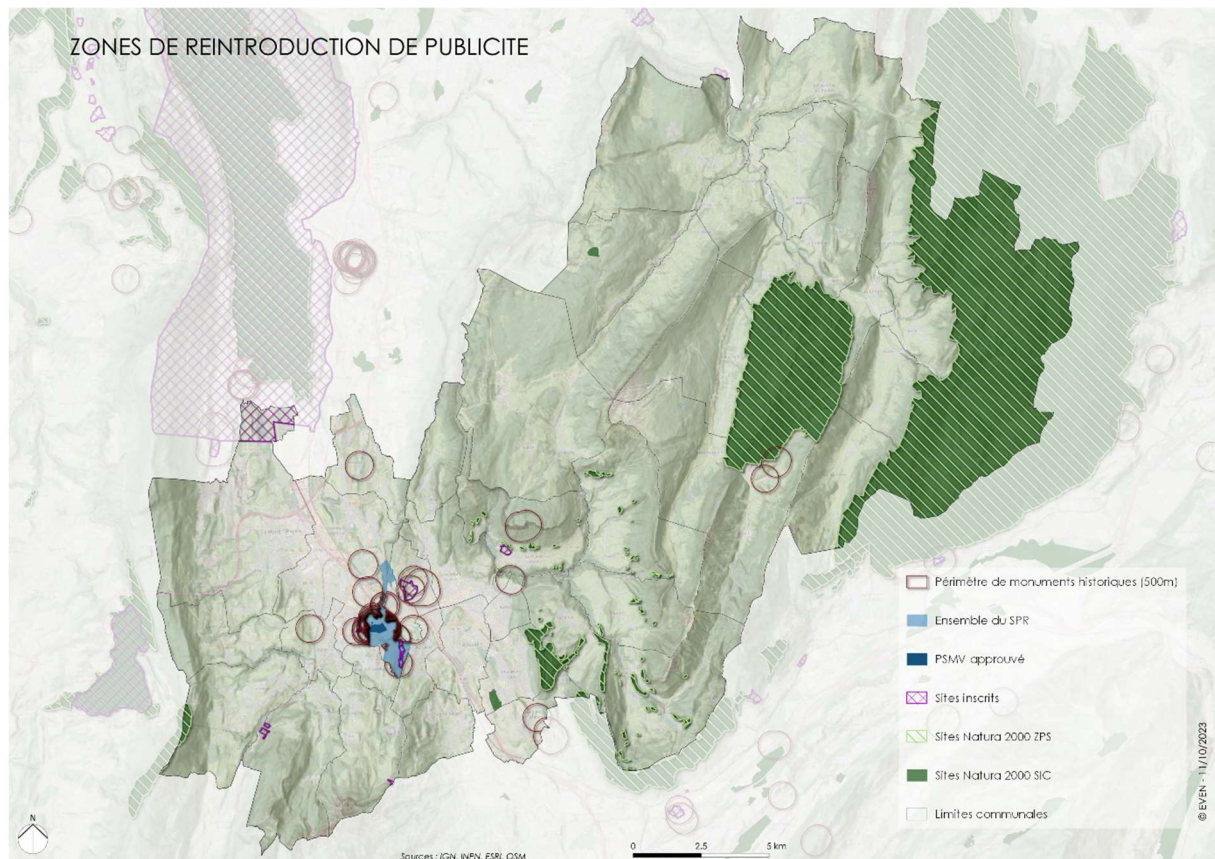
7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14. »

Le RLPi vient déroger à l'interdiction stricte de publicité dans certains de ces lieux (cités ci-dessous) et pour certains types de dispositifs :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- 4° Dans les sites inscrits ;
- 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.



La dérogation porte sur les dispositifs suivants, pour les raisons suivantes :

-La publicité supportée par le mobilier urbain, dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones de publicité. Conformément au Code, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou intercommunales. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver une possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux qui, au regard de l'erreur rédactionnelle du Code de l'Environnement ne peut concerner que les communes de Chambéry et la Motte-Servolex. Ainsi l'incidence sur les paysages par rapport à la situation actuelle ne serait pas dégradée et la collectivité reste maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain.

-Les bâches de chantier comprenant de la publicité, dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du même code et par l'article DG1-13 du présent règlement. Cette opportunité offerte par la réglementation permet d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices, il apparaît pertinent de conserver la possibilité d'installation de ce type de publicité, qui restent soumis à autorisation du maire et ce, au sein des périmètres de Monuments historiques, après avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France ;

-Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du même code.

L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des quartiers. Cette dérogation ne concerne pas les autres lieux identifiés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'Environnement.

ARTICLE DG1-3 DIMENSIONS

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des **surfaces « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement, à l'exception des éléments techniques permettant l'accès et le changement des affiches.**

La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que **les deux faces d'un dispositif publicitaire « sont rigoureusement de même dimensions, alignées et placées dos à dos, sans espace visible entre les deux faces »**. Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi la qualité du parc d'affichage extérieur.

Par ailleurs, **les pré-enseignes de type chevalet, ne peuvent excéder 1,2 m de hauteur par 0,65 de largeur.** Il s'agit ainsi d'éviter que ces éléments ne surchargent l'espace public de par leur taille.

ARTICLE DG1-4 FORMAT

Afin de limiter la présence des dispositifs dans les paysages urbains, le règlement stipule **qu'un dispositif ne peut excéder deux faces et doit être installé sur un pied unique.**

Dans cette même optique de désencombrement du champ visuel, **aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre** du dispositif. Pour les dispositifs d'éclairage, seuls sont ainsi autorisés, les dispositifs éclairés par transparence, rétroprojection.

ARTICLE DG1-5 ACCESSOIRES ANNEXES A LA PUBLICITE

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLPi précise un certain nombre de **critères d'esthétique à respecter** (habillage du dos des faces non utilisées des dispositifs, passerelles interdites sauf si amovibles).

ARTICLE DG1-6 COULEUR

La vigilance quant à la couleur des dispositifs constitue un levier tout particulier pour traduire l'ambition de promouvoir des dispositifs de qualité. Ainsi, ces derniers devront respecter une **couleur neutre ou respectant le caractère des lieux**.

ARTICLE DG1-7 HAUTEUR

La hauteur des dispositifs, qu'ils soient **au sol ou muraux, ne doit pas excéder 5 m par rapport au sol, les muraux doivent être en retrait de 0,5m par rapport à l'arrêt du mur**. Il s'agit ainsi d'éviter que des dispositifs ne soient trop haut et entrent « en compétition » avec les vues sur les éléments de paysages lointains, que tout usager perçoit en levant le regard.

ARTICLE DG1-8 ECLAIRAGE

Le RLPi **élargit la plage d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses, ainsi que les publicités supportées par le mobilier urbain** (en dehors de celui affecté aux services de transports et durant les heures d'ouverture desdits transports).

L'obligation d'extinction est portée à **22h-7h.**, augmentant ainsi significativement (+ 4 heures) l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (extinction de 1h à 6h soit 5 heures d'extinction).

Cette forte évolution répond à un double enjeu de maîtrise des consommations énergétiques du territoire d'une part mais également à une volonté d'œuvrer à une restauration de paysages nocturnes plus apaisés pour la biodiversité d'autre part. Cette extension de la plage horaire d'extinction répond également au point de vigilance initié par les associations environnementales rencontrées lors de la démarche.

Ces dispositions permettent également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse). Afin de marquer son engagement en faveur de la trame noire, le Grand Chambéry a choisi de formuler une disposition visant à réglementer la température de couleur des dispositifs lumineux. Cette disposition vise à limiter les nuisances générées par les dispositifs lumineux, notamment sur la biodiversité. Ainsi, afin de prévenir, limiter et réduire les nuisances lumineuses, notamment les troubles excessifs aux personnes, à la faune, à la flore ou aux écosystèmes, entraînant un gaspillage énergétique ou empêchant l'observation du ciel nocturne, le RLPi fixe une température de couleur maximum de 3 000 Kelvin pour les publicités lumineuses. Cette température de couleur s'inscrit en cohérence avec les prescriptions techniques édictées par l'arrêté ministériel du 27 décembre 2018 relatif aux nuisances lumineuses qui s'applique notamment pour l'éclairage extérieur sur l'espace public ou privé. A cette disposition s'ajoute une recommandation concernant l'orientation ou la conception des dispositifs lumineux, visant à réduire les nuisances lumineuses et leurs impacts sur les personnes et la biodiversité.

ARTICLE DG1-9 DENSITE

Toujours en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que **la densité des dispositifs publicitaires est limitée à un seul dispositif par support (deux faces) et pour le domaine privé à**

un seul dispositif par unité foncière. Cela conduit à interdire la superposition ou la juxtaposition de dispositifs sur un même support que celui-ci soit mural ou fixé au sol. A noter que dès lors que deux dispositifs au sol partagent un élément structurel, il est considéré qu'il s'agit d'un seul et même support accueillant deux dispositifs.

L'objectif recherché est de rendre cohérent les rapports d'échelles entre les supports, les dispositifs et les usages de l'espace public tout en offrant l'opportunité de limiter le nombre de publicité dans les paysages urbains.

ARTICLE DG1-10 IMPLANTATION

Le règlement vient fixer des **règles d'implantation** afin de faciliter l'insertion des dispositifs dans leur environnement et permettre une cohérence d'échelle entre leur implantation et les supports qui les accueillent, de même qu'avec les paysages environnants.

ARTICLE DG1-11 AFFICHAGE DE PETIT FORMAT

Le RLPi encadre l'affichage de petit format de manière qu'il ne puisse pas nuire aux qualités architecturales des bâtiments et des devantures concernées. Ainsi, un seul dispositif peut occuper la devanture commerciale en respectant un format unitaire d'1 m².

ARTICLE DG1-12 PREENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES MANIFESTATIONS EXCEPTIONNELLES A CARACTERE CULTUREL OU TOURISTIQUE OU DES OPERATIONS EXCEPTIONNELLES DE MOINS DE TROIS MOIS

Le RLPi a fait le choix **d'interdire les pré-enseignes temporaires installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières** de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente. Ces dispositifs, nombreux sur le territoire du fait de la pression foncière, impactent fortement le paysage.

Le RLPi les interdit dans un souci de désencombrement des paysages urbains, permettant par là-même également, une meilleure lisibilité des pré-enseignes temporaires relatives à des manifestations culturelles, associatives ou autres manifestations de moins de 3 mois et valorisant la vive activité du tissu associatif local.

Pour les dispositifs temporaires autorisés sur le territoire, **le RLPi ne vient pas contraindre davantage** (par rapport au RNP) **le laps de temps d'implantation avant et après la tenue de la manifestation.** Toutefois, il choisit **d'encadrer davantage ces dispositifs sur leur nombre et leur format**, en harmonisant les pratiques de l'ensemble du territoire sur les possibilités offertes pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants mais en élargissant via le RLPi les dimensions du RNP à toutes les typologies de pré-enseignes temporaires (mural et au sol).

Cela se justifie par le fait que la succession de divers évènements sur les communes, quel que soit leur population, peut nuire à la qualité paysagère des espaces concernés par ces types d'affichage, souvent en entrée de ville. Toutefois, ils sont importants et même fondamentaux pour la vie du territoire et le souhait est de **trouver un compromis acceptable.** Ainsi, **imposer un format maximum de 1,5 m² unitaire par dispositif, dans la limite de 4 dispositifs par opération** devrait permettre la bonne lisibilité des

informations annoncées, tout en favorisant une intégration paysagère plus optimale. De plus, un format unique, permet d'identifier plus aisément à l'échelle de Grand Chambéry cette typologie de dispositif.

Le RLPi laisse toutefois la commune de Chambéry aux dispositions des communes de plus de 10 000 habitants du RNP, celle-ci ayant des besoins en termes d'affichage temporaires plus importants que les autres communes.

ARTICLE DG1-13 BACHES COMPORTANT DE LA PUBLICITE

Deux catégories de bâches sont instaurées par le Code de l'Environnement :

- Les bâches publicitaires, autres que les bâches de chantier ;
- Les bâches de chantier comportant de la publicité.

De manière globale les dispositions générales viennent préciser que **les bâches publicitaires sont limitées dans le temps à une durée maximale de 12 mois**, avec démontage obligatoire de la structure au terme de la période, afin de maîtriser dans les lieux où elles demeurent autorisées leur temps de présence.

Les bâches de chantier comportant de la publicité sont également autorisées dans les limites fixées par le Code de l'Environnement (50% de la surface de la bâche occupée par de la publicité), puisque ces dispositifs sont temporaires et participent au financement de certaines rénovations des espaces bâtis.

ARTICLE DG1-14 DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXCEPTIONNELLES

Dans la mesure où cette typologie de dispositif **ne concerne que les communes de plus de 10 000 habitants et celles de moins de 10 000 habitants compris dans l'unité urbaine de Chambéry**, le RLP a fait le choix de pérenniser les règles du RNP. Par ailleurs, l'impact de ces dispositifs est maîtrisé à priori, puisqu'ils font l'objet d'une **autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites** (CDNPS).

Le RLPi vient toutefois s'assurer de dimensions raisonnables en limitant à 50m² les dispositifs. Ils sont également limités à 1 par unité foncière.

- b. Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatifs aux publicités et pré-enseignes et pré-enseignes temporaires

ARTICLE DG2-1 INTERDICTION D'ENSEIGNES ET D'ENSEIGNES TEMPORAIRES

Le RLPi interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti, notamment au sein des espaces densément bâtis :

- Sur clôture non aveugle ou non ;
- Sur tout type de portails ;
- Sur les arbres ;
- Sur les volets ;
- Sur les murs de soutènement ;
- Sur les marquises et auvents à l'exception des lambrequins ;

- Sur une fresque artistique ;
- Apposées sur les garde-corps de balcon à l'exception des enseignes temporaires ;
- Sur les éléments de modénatures des façades s'agissant notamment des encadrements des baies, des corbeaux, des décors en relief, piliers d'angle et tout autre motif décoratif ;
- Les enseignes apposées sur les piliers des arcades ou en suspension à l'intérieur du cintre de la baie ;
- Apposées à plat qui débordent au-delà de la largeur des baies au-dessus desquelles elles sont apposées ;
- Reliant plusieurs bâtiments distincts ;
- Les enseignes ou partie d'enseigne situées au-dessus d'une porte d'entrée d'immeuble à dominante d'habitations sauf si l'activité s'exerce dans la totalité de l'immeuble ;
- Apposées sur un support souple ;
- Correspondant à des formes non conventionnelles ou gonflables ;
- A projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autre) ;
- Numérique.
- En toiture ou terrasse en tenant lieu

De plus, en cohérence avec les ambitions de protection de la biodiversité nocturne et de réduction des consommations énergétiques, **les enseignes à projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autres) sont interdites.**

ARTICLE DG2-2 INTEGRATION ARCHITECTURALE DES DISPOSITIFS

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne.

Ainsi, **au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones)**, il s'agira de veiller à ce que :

- L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;
- Le choix des matériaux et couleurs des enseignes apposées sur façade se fassent en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

ARTICLE DG2-3 ENSEIGNE LUMINEUSE

La récente **Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021**, a précisé le champ de compétence du RLPi sur les enseignes lumineuses : Ainsi, dans le RLPi, **est entendu comme enseigne lumineuse tout dispositif installé à l'extérieur du commerce sur son assiette foncière, ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial** destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique.

Cette nouvelle possibilité réglementaire a été saisie par Grande Chambéry pour **engager le territoire dans une transition écologique plus large, et pour lutter contre des dispositifs qui peuvent perturber de manière importante les paysages urbains nocturnes**, en proposant un encadrement.

Conscient que les enseignes lumineuses sont garantes d'une visibilité de l'activité économique et d'un certain dynamisme des centres-villes et centres-bourgs, notamment en période hivernale, Grand Chambéry ne s'est pas positionnée en faveur d'une interdiction de ces dispositifs. Toutefois, **une plage horaire élargie d'extinction nocturne a été actée imposant une extinction entre 22 heures et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé.**

De même que pour la publicité, l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse) et répond plus généralement aux sujets liés au développement durable.

ARTICLE DG2-4 PUBLICITES ET ENSEIGNES LUMINEUSES SITUEES A L'INTERIEUR DES VITRINES OU DES BAIES D'UN LOCAL A USAGE COMMERCIAL

De la même manière que pour l'article précédent, Chambéry s'est saisi de l'opportunité offerte par la loi climat de venir règlementer les dispositifs situés à l'intérieur des vitrines. Ceux-ci ayant un impact important sur la perception des espaces urbains la nuit et sur la consommation d'énergie.

Les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines sont donc limités par le RLPi à 1m² et 25% maximum de la surface de la vitrine.

ARTICLE DG2-5 ENSEIGNES SCELLEES AU SOL OU INSTALLEES DIRECTEMENT SUR LE SOL

Cette typologie d'enseigne fait l'objet de **dispositions spécifiques tendant à maîtriser leur esthétique** en cohérence avec les choix opérés pour les publicités également implantées au sol, partant du principe que l'impact dans les paysages est sensiblement identique (limitation à 2 faces, hauteur à 4m...).

Le recours à la forme de type TOTEM pour les enseignes scellées au sol de plus de 2m² est imposé. En effet, cette forme permet de limiter leur impact paysager par leur verticalité qui constitue un obstacle moins important dans le paysage qu'un format du même type qu'un panneau d'affichage. De plus, cela permet d'éviter la confusion fréquente entre enseigne et publicité et pour les clients d'identifier clairement le lieu de l'activité signalée par l'enseigne.

Dans un objectif de dé-densification et rationalisation des messages, **le règlement prône un principe de mutualisation des affichages sur un même dispositif au sol pour les activités qui exerceraient au sein d'un même bâtiment ou d'un même ensemble commercial.** Dans ce cas, si les enseignes au sol sont autorisées par les règles de la ZP concernée, ce dispositif doit respecter les formats spécifiques inscrits dans chacune des ZP.

ARTICLE DG2-6 ENSEIGNES EN FACADE

Le choix a été fait de proposer des **règles de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface commerciale édictées dans chaque ZP**, ces règles permettant d'avoir un rapport d'échelle cohérent.

D'autre part, pour appuyer les objectifs d'intégration paysagère des dispositifs que s'est fixé le territoire, des **règles plus spécifiques à l'installation des enseignes en façade** sont édictées :

- La saillie des enseignes parallèles à la façade ne peut dépasser 0,1m du nu de façade ;
- L'enseigne perpendiculaire à la façade doit être alignée sur l'enseigne parallèle à la façade ;
- Les professions réglementées (tabac-presse...) pourront disposer de deux enseignes drapeaux au maximum par établissement et par façade bordant une voie ouverte à la circulation publique afin de désencombrer les façades et participer à leur éventuelle valorisation.

Enfin, puisque les enseignes autocollantes sur vitrine extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces et sur les paysages urbains, le RLPi de Grand Chambéry a choisi d'édicter des dispositions spécifiques à ce sujet. Ainsi, dans un objectif de limitation de la surface de la vitrine recouverte, le RLPi impose que **seuls 20% de la surface totale de la baie vitrée peut accueillir de la vitrophanie extérieure**, ceci de manière à limiter l'opacification complète des baies.

Cette disposition, combinée aux autres dispositions sur les enseignes en façade (limitation en surface et en nombre), devrait permettre d'améliorer les devantures commerciales. Néanmoins, cette règle se limite à la vitrophanie extérieure, puisque le RLPi n'est pas compétent pour réglementer l'intérieur des locaux commerciaux.

ARTICLE DG2-7 ENSEIGNES SUR STORE OU PARASOL

Cet article vise simplement à fournir des prescriptions esthétiques à l'apposition d'enseignes sur des stores ou parasols : ainsi, ces dispositifs ne sont autorisés que sur le lambrequin, soit la partie tombante, des stores. Les enseignes sur parasol sont interdites dans un objectif de dé densification des informations, en particulier dans les centres-villes.

ARTICLE DG2-8 ENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES MANIFESTATIONS EXCEPTIONNELLES A CARACTERE CULTUREL OU TOURISTIQUE, DES OPERATIONS EXCEPTIONNELLES DE MOINS DE TOIS MOIS OU DES TRAVAUX PUBLICS

Le RLPi fait le **choix d'encadrer davantage ces dispositifs en termes de nombre** (4 par opération) mais pas de format. Effectivement, la diversité des affichages qui pourraient être opérés est telle qu'il est difficile de la prévoir. Par ailleurs les communes ne souhaitent pas « bloquer » des initiatives très bénéfiques au dynamisme et à l'attractivité du territoire.

ARTICLE DG2-9 ENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES OPERATIONS IMMOBILIERES DE LOTISSEMENT, CONSTRUCTION, REHABILITATION, LOCATION, VENTE, DE LOCATION OU VENTE DE FONDS DE COMMERCE DE PLUS DE TROIS MOIS

Les dispositifs relatifs à des opérations immobilières (enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction,

réhabilitation, location et vente, y compris location et vente de fonds de commerce) **sont encadrées de manière plus restrictive que le RNP.**

Là où ce dernier n'impose pas de limite en termes de nombre et très peu en termes de surface (12m² pour les dispositifs au sol et 60m² cumulé en toiture), le territoire fait le **choix**, pour des raisons de densification et de qualification, **de n'autoriser que les dispositifs au sol et en façade dans une limite de 1 dispositif au sol maximum et un cumul de 8,5m² maximum.**

Dans le même but de préservation du paysage, ces dispositifs sont interdits en toiture.

c. Dispositions particulières à la ZP1 : Parcs naturels régionaux

Les publicités et pré-enseignes étant interdites par le RNP et le RLPi n'y dérogeant pas, seules les dispositions relatives aux enseignes seront justifiées dans cette zone.

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP1

En lien avec les périmètres des deux Parcs Naturels Régionaux, une vigilance particulière est portée sur l'intégration des enseignes au sein de l'ensemble de la ZP1. Les règles édictées sont similaires que l'activité concernée soit intégrée au sein d'un centre-bourg ou qu'elle soit insérée de manière plus ponctuelle dans un tissu bâti ou un espace naturel, ceci de manière à créer une homogénéité de traitement et une identité à l'ensemble de ces zones présentant toutes une typicité, des motifs paysagers, patrimoniaux ou architecturaux emblématiques du tissu agro-naturel de Grand Chambéry.

Les enseignes scellées au sol sont ainsi autorisées dans la limite d'un seul dispositif par activité de format 4 m², et les enseignes installées sur le sol (type chevalet) dans la limite d'un seul dispositif de format réglementé par les dispositions générales du règlement (1,20*0,65m). Ce nombre et ce format restreint ne devrait pas nuire à la qualité des centres-bourgs, et sont par ailleurs mobilisés actuellement et indispensables à la visibilité des activités exercées en ZP1.

En façade, afin de limiter l'accumulation de petits dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 10% d'occupation de la façade, quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de s'aligner sur un seuil plus bas que celui proposé par le Code de l'Environnement, tout en conservant une notion de proportionnalité, qui semble intéressante à mobiliser plutôt qu'une notion de surface unitaire pour assurer une intégration architecturale optimale. En plus de cette limitation en termes de proportion, le nombre de dispositifs est limité à 2 par façade commerciale, dont un dispositif perpendiculaire maximum.

Enfin, de façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné (alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat, installation dans la devanture ou en tympan des entrées), arborent un caractère sobre par la préconisation de lettrage découpé pour les enseignes parallèles à la façade et l'interdiction des caissons pour les enseignes perpendiculaires.

Par ailleurs, puisque la ZP1 est un haut lieu de biodiversité, tout type d'enseigne lumineuse est strictement interdit.

L'utilisation d'un lettrage découpé est recommandée et non imposée pour éviter les coûts importants associés aux changements de l'enseigne pour les commerçants.

d. Dispositions particulières à la ZP2 : Centres-villes et centres-bourgs

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP2

Afin de répondre aux enjeux de préservation des noyaux historiques et centres-urbains, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLPi limite de façon stricte les typologies de publicité autorisées et les formats dans cette zone.

Ainsi, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (non numérique) est autorisée dans les conditions fixées aux articles R581-42 à 47 du Code de l'Environnement, du fait d'un graphisme propice à l'intégration urbaine et une maîtrise de la localisation par la collectivité.

Conformément au Code de l'Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. De plus, le format maximum fixé à 2 m², et 4m² pour Chambéry apparaît plus adapté au contexte urbain (tissu commerçant et souvent patrimonial propice aux déambulations piétonnes et à l'usage des modes actifs).

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP2

Dans la mesure où la ZP2 couvre les centres de chacune des communes, pouvant revêtir des caractères historiques, identitaires, et éventuellement patrimoniaux, une vigilance particulière est portée sur l'intégration des enseignes au sein de la zone.

Les enseignes scellées au sol sont ainsi interdites, pour limiter les obstacles physiques et visuels dans ces secteurs où le tissu bâti est dense, et souvent peu large pour les déambulations piétonnes ou les voiries. Pour les activités n'ayant pas la possibilité de s'indiquer grâce aux enseignes en façade (retrait de plus de 20m de la voie publique) une enseigne scellée au sol est possible.

Toutefois, les chevalets restent autorisés dans les conditions mentionnées en dispositions générales.

En façade, afin de limiter l'accumulation de petits dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, le nombre d'enseignes est limité à 2 par façade, dont un dispositif perpendiculaire maximum. De plus, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 15% d'occupation de la façade, quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de proposer le seuil le plus bas du Code

de l'Environnement, qui, combiné au nombre limité d'enseignes, doit permettre d'aboutir à des devantures commerciales de qualité, et correspondant ainsi à la physionomie des lieux (devantures commerciales de rez-de-chaussée et de taille restreinte en cœur de ville et/ou secteurs patrimoniaux). Comme expliqué précédemment, une notion de proportionnalité est conservée plutôt qu'une surface unitaire maximale afin d'assurer une intégration architecturale optimale.

De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné (alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat, installation dans la devanture ou en tympan des entrées).

Enfin, concernant les enseignes lumineuses, ces dernières ne sont autorisées que si les éclairages sont réalisés à l'aide de rampes linéaires ou par rétroéclairage, de manière à favoriser des systèmes d'éclairages plus sobres visuellement (dispositions générales).

e. Dispositions particulières à la ZP3 : Tissus résidentiels mixte

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP3

Cette zone regroupe une vaste partie du territoire aggloméré et ainsi des espaces qui peuvent s'avérer à enjeux pour l'affichage extérieur : espaces résidentiels qui accueillent ponctuellement des commerces, des équipements et qui sont localisés en entrée de ville, à proximité d'éléments de patrimoine ou de nature, etc.

Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique des élus relatif à la dé-densification et à la qualification des affichages opérés, particulièrement au sein des espaces « habités », et ce de manière la plus uniforme possible pour tous les habitants.

C'est pourquoi sont autorisées toutes les typologies de dispositifs publicitaires en réduisant les formats par rapport aux formats actuels d'une part (en dispositions spécifiques à cette ZP), et la densité des dispositifs d'autre part (en dispositions générales).

Chambéry a toutefois choisi de ne pas autoriser les dispositifs publicitaires sur cette zone, excepté sur le mobilier urbain. La Motte-Servolex a choisi de ne pas autoriser les dispositifs muraux pour des raisons de protection du paysage.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine de Chambéry, les formats de dispositifs muraux et au sol sont de 4 m² hors tout maximum (face à des formats qui tendent plutôt vers 12 m² voire 13,5m² actuellement) pour limiter leur emprise dans le champ visuel d'un usager au profit de la découverte des paysages naturels et bâtis communaux. Le mobilier urbain est également autorisé dans ces agglomérations dans la limite d'un format de 2 m² d'affiche, puisque ces formats s'adaptent bien aux ambiances et aux morphologies urbaines denses traversées. A Chambéry, le format est porté à 8m² pour des raisons économiques.

Concernant les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne sont pas intégrées dans l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositions proposées restent celles du Code de l'Environnement, car cohérentes aux besoins d'affichage de ces secteurs.

Concernant les publicités lumineuses, hors numériques, elles sont autorisées uniquement sur mobilier urbain. Cette autorisation de dispositifs dans un format de 2 m² maximum (8m² pour Chambéry) a pour objectif de ne pas priver la collectivité d'affichages qui pourraient s'avérer intéressants, tout en permettant à cette dernière une parfaite maîtrise de ces développements. De plus, les dispositions générales imposent une extinction ou atténuation nocturne (22h-7h) de ces dispositifs permettant à la collectivité de concilier des enjeux de visibilité et de transition écologique et énergétique.

En complément de ces dispositions, les dispositions générales s'appliquant dans cette zone viennent imposer des règles de densité pour limiter la succession de dispositifs, hors mobilier urbain et participant à dédensifier le champ visuel des usagers empruntant ces secteurs.

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP3

Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans la limite d'un seul dispositif au sol par activité de format 2 m². Cette disposition permet ainsi de conserver de la visibilité pour des activités qui exercent au sein de tissus urbains variés, empreints de mixité, faisant parfois face à des reculs par rapport à la voirie et où les activités sont visibles depuis des voies empruntées par des véhicules. Les chevalets sont autorisés dans les conditions de l'article DG2-5.

En façade, afin de limiter l'accumulation de dispositifs venant souvent encombrer les façades et qui répètent les messages, le nombre d'enseignes est limité à 2 par façade d'activité, dont un dispositif perpendiculaire maximum. De plus, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 10% d'occupation de la façade, quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de s'aligner sur un seuil plus bas que ceux du Code de l'Environnement, qui, combiné au nombre limité d'enseignes, doit permettre d'aboutir à des devantures commerciales de qualité, en tout cas plutôt sobres. Comme expliqué précédemment, une notion de proportionnalité est conservée plutôt qu'une surface unitaire maximale afin d'assurer une intégration architecturale optimale.

De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné en imposant un alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat.

Enfin, concernant les enseignes lumineuses, ces dernières ne sont autorisées que si les éclairages sont réalisés à l'aide de rampes linéaires ou par rétroéclairage, de manière à favoriser des systèmes d'éclairages plus sobres visuellement, conformément aux dispositions générales (dispositions générales).

f. Dispositions particulières à la ZP4 : Zones d'activité

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP4

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur, puisqu'elles drainent une part importante de la population et concentrent une

partie non négligeable de l’affichage du territoire, du fait de l’audience offerte et du besoin de visibilité et d’attractivité des entreprises y évoluant.

De plus, les zones d’activités économiques et commerciales sont souvent localisées en entrée de territoire et sont ainsi associées à la première et dernière image perçue du territoire. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d’entrée de zone commerciale), aussi bien que la disproportion du rapport d’échelle entre le dispositif et le public visé, nuit à la bonne visibilité de chaque activité et complique l’orientation de l’usager, qu’il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Cet état de fait nuit à la qualité des zones d’activités et commerciales souffrent d’un problème d’image : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l’environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc.

Face à ce constat, la micro-signalétique (Signalétique d’Information Local : SIL et Relais d’Information Service : RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Bien qu’hors champ de compétence du RLPi, ces dispositifs, lorsqu’ils sont bien conçus et implantés, s’intègrent dans le paysage, qu’il soit urbain ou rural. Ils permettent notamment de compenser le nombre et la diversité des préenseignes.

Au regard de l’envergure des espaces concernés par la ZP4 et de l’importance économique intercommunale qu’ils occupent, en prenant en compte le nécessaire besoin de « dé-densification du champ visuel » et pour garantir l’expression de l’ensemble des acteurs économiques concernés, les choix effectués conduisent à autoriser toutes les typologies de dispositifs (au sol, au mur, sur mobilier urbain), excepté au sol et sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Alors que le RLPi maintient les règles du RNP pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, **le projet encadre plus strictement les formats des dispositifs pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants**. L’objectif est d’optimiser la lisibilité des activités et des informations sur ces espaces à enjeux. Dans ce cadre, le choix d’une surface utile d’affichage n’excédant pas 8m² pour les dispositifs au sol et muraux permet une bonne lisibilité des messages publicitaires au regard des pratiques modales privilégiant la voiture dans ces secteurs d’activités tout en permettant une réduction du format d’affichage maximal autorisé par rapport au Code de l’Environnement et ce, conformément aux pratiques actuels du territoire. Le format des dispositifs muraux pour les communes de moins de 10 000 habitants est limité à 4 m², encadrement compris, conformément au RNP.

D’autre part, le RLPi vient renforcer les règles de densité sur le domaine privé de façon à limiter les risques de points noirs paysagers lié à une accumulation rapprochée de dispositifs.

Enfin, contrairement aux ZP1, ZP2 et ZP3 la publicité lumineuse est autorisée dans la limite de 4m² autorisé par le Code de l’Environnement (limite du RNP pour les communes de moins de 10 000 habitants mais étendu à celle de plus de 10 000 habitants dans un souci de cohérence). Il s’agit de l’unique zone du RLPi où la publicité lumineuse est autorisée. Ce choix se justifie par la volonté du territoire de s’inscrire dans une dynamique maîtrisée avec une prise en considération des paysages et du cadre de vie en limitant surfaciquement et spatialement ces dispositifs.

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP4

Au sein des zones d’activités économiques et commerciales, les enseignes des activités se conforment à une charte graphique, souvent imposée à l’échelle nationale. Les enseignes observées sont alors très

diverses, sans nécessairement respecter l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives visuelles autour du lieu.

Ainsi, dans les zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLPi de Grand Chambéry affiche une orientation spécifique sur l'apaisement des paysages des zones d'activités économiques et commerciales, pour assurer autant que faire se peut, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes au sein d'une même zone.

Dans le cadre du RLPi, le choix de sectoriser les zones d'activités n'a pas été retenu pour privilégier un traitement équitable et homogène de tous les espaces d'activités concernés dont certains se sont développés sur plusieurs communes présentant des régimes réglementaires différents en termes d'affichage extérieur.

La réglementation des enseignes au sol autorise un dispositif au sol par activité, dont la surface maximale autorisée est de 6 m²: il s'agit, comme évoqué précédemment d'aligner l'ensemble des agglomérations sur les limites « basses » du Code de l'Environnement, de manière à avoir un traitement uniforme pour toutes les zones d'activités de l'agglomération. Afin de favoriser la mutualisation des enseignes, un bonus de surface de 2m² est accordé, portant la surface maximale autorisée à 8m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Les enseignes en façade étant très représentées au sein des zones d'activités économiques et commerciales et les gabarits des bâtiments étant divers, **le nombre d'enseignes en façade est limité à deux dont une perpendiculaire par le RLPi et les règles du RNP s'appliquent en termes de surface.** Celles-ci permettent de maîtriser la surface cumulée des enseignes en façade via un pourcentage d'occupation maximal de la surface de la façade commerciale concernée.

Les enseignes lumineuses (hors numériques) sont autorisées selon les modalités fixées par les dispositions générales de façon à maîtriser la qualité des éclairages.

g. Dispositions particulières à la T1 : Patrimoine

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T1

L'interdiction totale de tout dispositif publicitaire, à l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain dans une limite de 2m², correspond à une volonté très stricte d'encadrement des dispositifs aux abords des éléments et lieux de patrimoine, reconnus institutionnellement (Sites Patrimoniaux Remarquable) ou non (patrimoine vernaculaire remarquable).

Dans ces secteurs, il s'agit de mettre en place un cadre réglementaire qui permette l'exercice des activités culturelles, commerciales et plus généralement liées à la vie quotidienne des secteurs : le mobilier urbain « petit format » (2 m²), de par les affichages institutionnels qu'il supporte, sa fonction de « mobilité », le caractère accessoire de la publicité, et la gestion par les collectivités des contrats, permet de répondre à ces ambitions.

Une dérogation est prévue pour la commune de Chambéry, où les règles relatives aux différentes zones apparaissent plus adaptées au contexte urbain de la commune (présence de colonnes Morris 8m² et de mobilier urbain de dimension supérieure à 2 m²).

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T1

De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent du lettrage découpé. Le reste des prescriptions est régi par la zone sous laquelle se trouve cette trame.

- h. Dispositions particulières à la T2 : Espaces vitrines

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T2

Les espaces concernés par cette zone de publicité correspondent à des espaces vitrines et l'ambiance véhiculée est ainsi la première ou la dernière image du territoire perçue par les usagers de ces secteurs. Par conséquent, le RLPi s'inscrit là dans une dynamique de requalification en encadrant strictement l'affichage publicitaire. Ces secteurs donnent à voir l'ensemble du territoire et offrent par ailleurs des percées visuelles conséquentes sur le grand paysage et il apparaît effectivement cohérent d'y maîtriser fortement la publicité au regard du rôle joué par ces linéaires dans la découverte du territoire (tant environnemental qu'urbain) et par rapport à l'image véhiculé par leurs abords. Aussi, en n'autorisant que le mobilier urbain dans une limite de 2m², dispositif dont l'esthétique et l'implantation sont en outre maîtrisés via contrat par les collectivités, l'objectif réglementaire est bien de privilégier une perception première de ce qui fait identité dans la scénographie urbaine avant de percevoir l'affichage extérieur. A noter enfin que dans un même objectif de lutte contre la banalisation de ces espaces, le numérique est interdit.

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T2

Au regard de la volonté de dé-densifier les paysages d'abords de zones d'activités et d'entrées d'agglomération ou d'entrée de ville, le règlement interdit les enseignes scellées au sol impose que les enseignes posées au sol soient limitées à un dispositif par activité. L'objectif est bien de hiérarchiser les premières perceptions en entrées de ville, en privilégiant la perception de ce qui fait identité, avant de voir l'affichage extérieur tout en permettant une visibilité des activités économiques riveraines.

- i. Dispositions particulières à la T3 : « interdiction totale de publicité »

DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T3

Pour parvenir à atteindre l'ambition quant à la préservation importante de l'environnement quotidien de la population, toute publicité est interdite dans cette zone-là. De cette manière, le champ visuel des utilisateurs est largement préservé.

La limitation de l'affichage ferme ainsi les possibilités d'implantation de dispositifs lumineux.

DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T3

Les enseignes n'étant pas l'enjeu de cette trame, la réglementation des différentes zones s'applique.

Grand Chambéry
106, allée des Blachères
73026 Chambéry cedex
tél. 04 79 96 86 00
fax 04 79 96 86 01

