

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

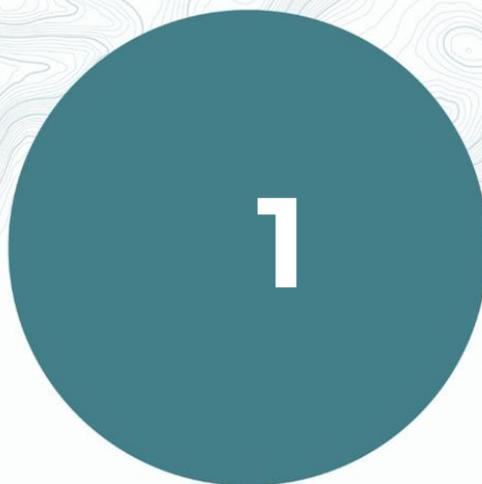
Rapport de présentation

Version pour arrêt



SOMMAIRE

PREAMBULE.....	3
I. Le cadre réglementaire du droit de l'affichage extérieur.....	4
II. Le règlement local de publicité, une plus-value par rapport à la réglementation nationale de publicité.....	5
III. Les objectifs du RLP de Dagneux.....	6
IV. La procédure d'élaboration.....	7
V. Le contenu.....	8
ANALYSE DES DISPOSITIONS JURIDIQUES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE	9
I. Notions de références.....	10
II. Le règlement national de publicité.....	11
III. Les principales dispositions du RNP applicables sur la commune de Dagneux.....	17
DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE	28
I. Méthodologie : une analyse quantitative complétée par une analyse qualitative.....	29
II. Diagnostic des publicités et pré-enseignes.....	30
III. Diagnostic des enseignes.....	43
IV. Le diagnostic territorial.....	49
LES ORIENTATIONS : LE PROJET POLITIQUE DE DAGNEUX	61
I. Le projet de Dagneux en faveur du cadre de vie.....	62
JUSTIFICATION DES CHOIX OPERES DANS LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE.....	69
I. Justification de la délimitation des zones du RLP.....	70
II. Justification des choix réglementaires.....	74



PREAMBULE

I. LE CADRE REGLEMENTAIRE DU DROIT DE L’AFFICHAGE EXTERIEUR

Une réglementation spécifique de l’affichage comme support de publicité existe depuis la loi du 27 janvier 1902. A l’origine, il s’agissait de protéger le patrimoine historique, artistique et/ou culturel de l’apposition des « panneaux-réclames ». Les évolutions législatives ultérieures (loi du 20 avril 1910, décret-loi du 30 octobre 1935, loi du 12 avril 1943) ont progressivement élargi cet objectif à la protection du patrimoine naturel identifié (sites classés, monuments naturels) en même temps qu’elles s’appliquaient aux enseignes.

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes 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.

Issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du code de l’environnement, l’actuel droit de la publicité extérieure reflète cette aspiration plus large que la seule protection du patrimoine remarquable. En effet, l’article L.581-2 précise que c’est dans le but d’assurer la protection du cadre de vie, que des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes sont établies.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l’environnement (dite loi ENE) complétée par le décret du 30 janvier 2012, s’est inscrite dans un ensemble plus vaste de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de la facture énergétique nationale. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l’utilisation de nouveaux leviers réglementaires. 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. Cela a conduit à l’élargissement des objectifs du droit de la publicité extérieure tout en demeurant dans une perspective environnementale.

Depuis la 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.

L’article 18 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 permet au RLP d’encadrer les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l’intérieur des vitrines qui sont destinées à être visibles d’une voie ouverte à la circulation publique dans le but de limiter les consommations énergétiques.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est une déclinaison locale de la réglementation nationale de l’affichage extérieur prévue par le Code de l’Environnement (parfois nommée « RNP »). C’est un document qui régit, majoritairement de manière plus restrictive que la réglementation nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune donnée. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances visuelles, 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).

II. LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE, UNE PLUS-VALUE PAR RAPPORT A LA REGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITE

II.1 - Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local

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

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

II.2 - 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.).

II.3 - Une obligation d'application immédiate

Un document d'application immédiate qui entraîne dès sa publication :

- Une obligation de mise en conformité des publicités et des pré-enseignes existantes dans un délai de 2 ans ;
- Une mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.
- Une mise en conformité dans les 2 ans des publicités et des enseignes lumineuses dans les vitrines.

II.4 - Une nouvelle répartition des compétences

L'approbation d'un Règlement Local de Publicité entraîne une nouvelle répartition des compétences entre préfet et Maire tant au niveau de l'instruction que du pouvoir de police.

L'instruction des demandes ainsi que le pouvoir de police relèveront des compétences communales.

A noter que 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.

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un RLP. Comme évoqué précédemment, à compter du 1^{er} janvier 2024 en vertu de la loi dite Climat et Résilience et sous réserve de l'adoption d'une loi de finances compensant les charges résultant des compétences transférées, le pouvoir de police appartiendra aux maires, que les communes soient dotées ou non d'un règlement local de publicité. De surcroît, le pouvoir de police pourra être transféré au Maire de Dagneux, sauf opposition dans un délai de 6 mois à compter de l'entrée en vigueur du présent article.

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 historique lorsqu'il existe un RLP, 100 mètres en absence de RLP. Le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui comptent plus de 10 000 habitants.

III. LES OBJECTIFS DU RLP DE DAGNEUX

Afin de protéger le cadre de vie, le code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité. C'est le choix qu'a fait la commune de Dagneux en prescrivant l'élaboration de son RLP le 18 octobre 2022.

Les objectifs affichés dans la délibération de prescription sont les suivants :

- Améliorer l'image de la ville par l'encadrement de ces dispositifs, notamment en rationalisant les enseignes en façade ;
- Optimiser la lisibilité des activités en limitant les dispositifs ;
- Veiller à l'intégration architecturale des dispositifs, notamment par des gabarits et typologies cohérents au regard des ambiances paysagères ;
- Soutenir l'expression citoyenne et associative.

IV. LA PROCEDURE D'ELABORATION

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

- Le diagnostic et les orientations ;
- La transcription réglementaire des orientations en règlement et en zonage ;
- Le bilan de la concertation et l'arrêt du projet ;

Ci-dessous, un rappel des temps forts de l'élaboration du RLP :



V. LE CONTENU

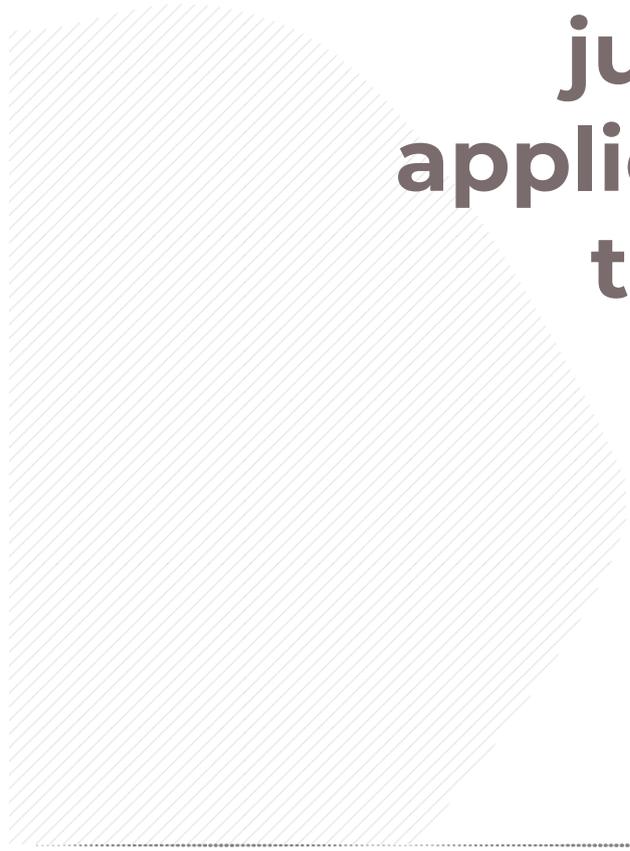
Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- 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 RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire, également représentées sur un document graphique avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites.

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



2



Analyse des dispositions juridiques applicables sur le territoire

I. NOTIONS DE REFERENCES

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.

I.1 - Le code de la route

Le code de la Route contient des articles en lien avec l'affichage extérieur mais qu'il n'est pas envisageable de saisir pour justifier des choix opérés dans le cadre du RLP qui relève bien du code de l'Environnement.

Le code de la Route stipule notamment que :

- Dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites, lorsqu'elles en sont visibles, la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes : comportant une indication de localité, complétée soit par une flèche, soit par une distance kilométrique ou alors comportant la reproduction d'un signal routier réglementaire ou d'un schéma de présignalisation.
- Dans les mêmes conditions, sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui, par leur forme, leurs couleurs, leur texte, leurs symboles, leurs dimensions ou leur emplacement peuvent être confondues avec les signaux réglementaires.
- Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière.

I.2 - 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.

II. LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE

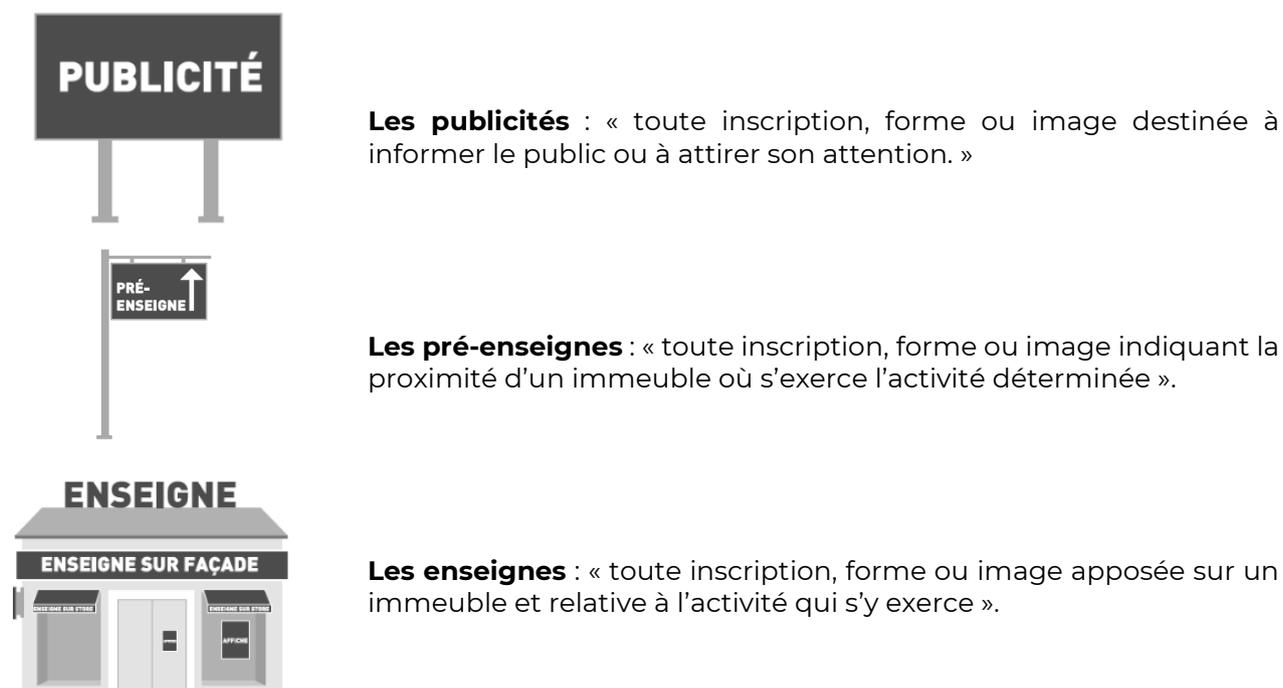
Comme évoqué précédemment, le Règlement Local de Publicité (RLP) constitue une déclinaison locale du droit environnemental de l'affichage : lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci vient adapter le régime général (le RNP) sur certains points réglementaires. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le RLP, les dispositions du Règlement National de Publicité en vigueur demeurent opposables.

II.1 - Le champ d'application du RNP

Le droit environnemental de l'affichage extérieur 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.

a - Trois catégories de dispositifs

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



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

Jusqu'au 13 juillet 2015, certaines activités pouvaient bénéficier de 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 pré-enseignes 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.

b - Les supports spécifiques

Le mobilier urbain peut, pour certains types de mobiliers urbains et 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.

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 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 DIFFERENTS TYPES DE MOBILIER URBAIN POUVANT ACCUEILLIR DE LA PUBLICITE // GUIDE PRATIQUE DE LA REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE MEDDE

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 pré-enseignes temporaires sont :

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

c - 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 « réglottes » 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, à l'exception, depuis la loi dite Climat et Résilience d'août 2021, des enseignes et publicités lumineuses.



DISPOSITIFS DE RELEVANT PAS DU RNP : PANNEAU LUMINEUX D'INFORMATIONS COMMUNALES ET SIGNALISATION D'INFORMATIONS LOCALES // EVEN CONSEIL

II.2 - 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 chacune des agglomérations comprises au sein d'une commune. C'est le sens démographique de la notion.

a - La définition des limites d'agglomération

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire par principe la publicité hors agglomération et de l'admettre par principe 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.

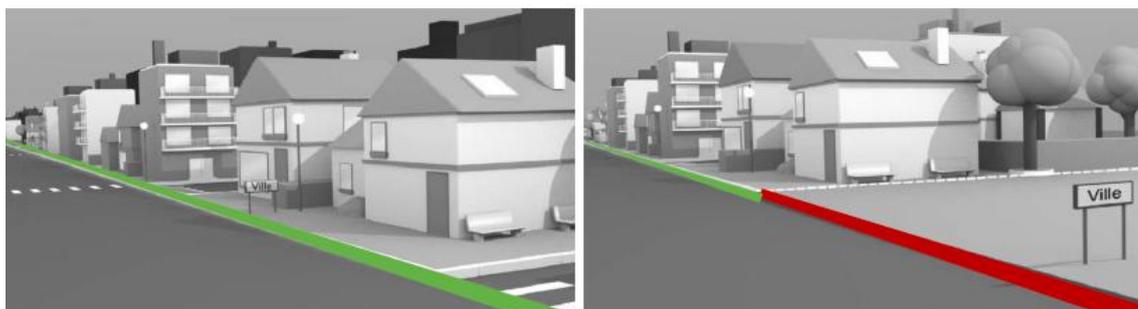
La notion d'agglomération au sens du Code de la Route constitue l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art. R.110-2 du code de la route).

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 bâtis de 50 mètres ;
 - Une densité minimale de 10 bâtiments ;
 - Des bâtiments proches de la route ;

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

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. Une zone tampon de 25m 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'inter-distance est supérieure à 50 mètres et on considère alors qu'il n'y a plus de continuité urbaine.



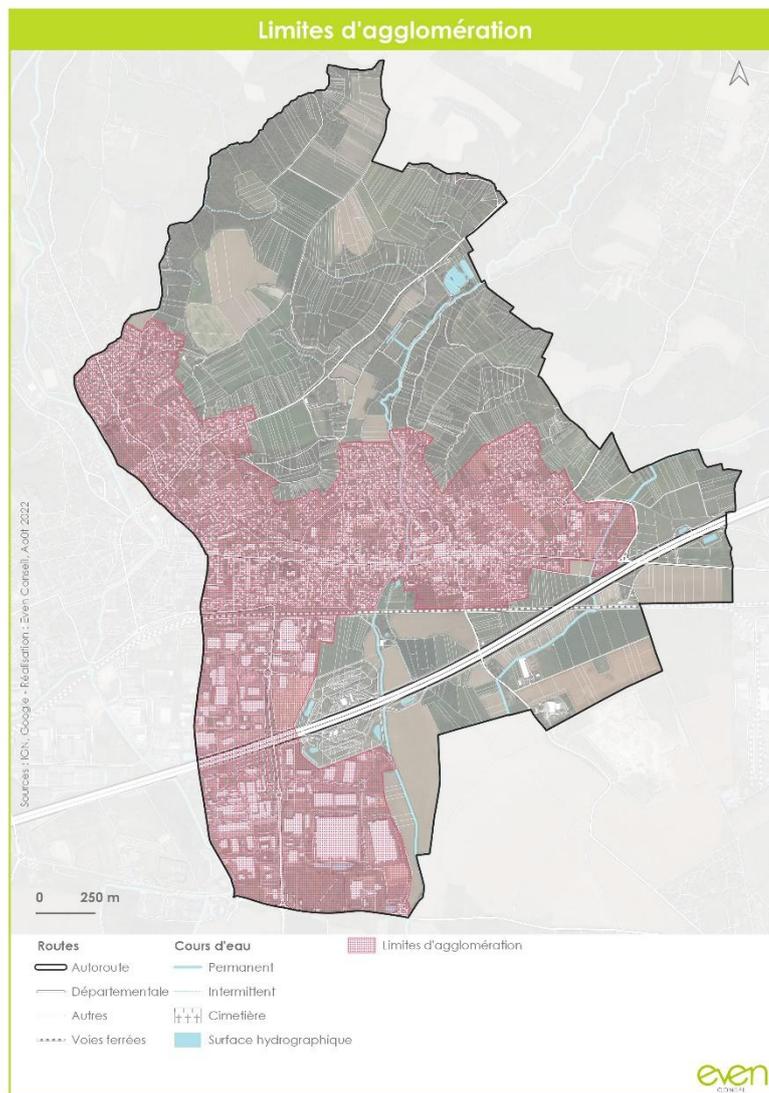
Dans l'agglomération / Hors agglomération

LA NOTION D'AGGLOMERATION MOBILISEE DANS LE CADRE DE LA REGLEMENTATION DE L'AFFICHAGE EXTERIEUR // GUIDE PRATIQUE DE LA REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE

Ensuite, un nettoyage automatique de l'enveloppe est effectué pour supprimer les éventuels trous et obtenir une cohérence dans la continuité bâtie. 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, à priori, de réels enjeux au regard des problématiques soulevées par l'affichage extérieur.

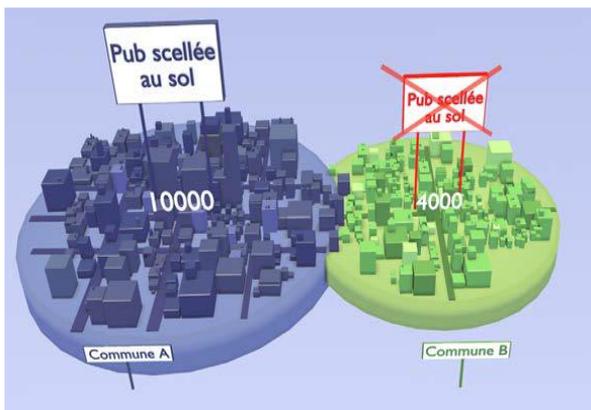
L'application de cette méthodologie sur la commune a ensuite nécessité un ajustement manuel : la largeur de l'autoroute A42 qui traverse la zone d'activités dessinait deux agglomérations distinctes. Cet aspect ne traduisant pas le fonctionnement réel de cette partie du territoire en deux entités distinctes car reliées via la RD61, les deux agglomérations ont été assemblées manuellement au droit des espaces agglomérés de part et d'autre de l'autoroute.

LIMITES D'AGGLOMERATIONS DE LA COMMUNE DE DAGNEUX // EVEN CONSEIL

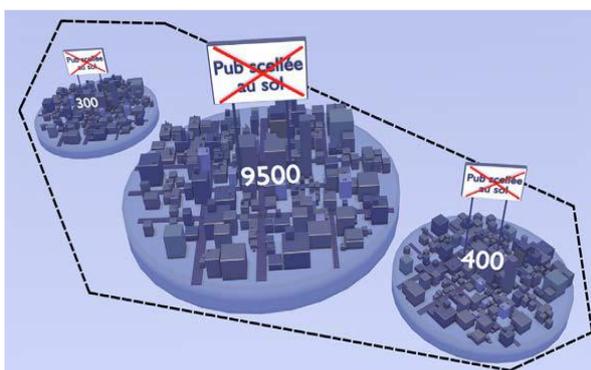


b - La définition de la population au sein des agglomérations

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Le code de l'Environnement fixe un seuil de 10 000 habitants, en-deçà ou au-dessus duquel l'encadrement de l'affichage extérieur varie. 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.

LA POPULATION AU SEIN DES AGGLOMERATIONS // GUIDE PRATIQUE DE LA REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE

c - Unité urbaine et population communale

Le code de l'Environnement fait également référence à la notion d'unité urbaine à laquelle s'applique des seuils de population (seuils de cent mille habitants et de huit cent mille habitants). En fonction de l'appartenance ou pas à des unités urbaines de plus de 100 000 ou 800 000 habitants différentes règles de publicités et d'enseignes s'appliquent.

Dagneux appartient à l'unité urbaine de Lyon, composée de 124 communes et comprenant 1 669 730 habitants (INSEE, 2018).

En ce qui concerne l'affiche publicitaire, la réglementation qui s'applique sur l'ensemble de la zone agglomérée est celle d'une commune de moins de 10 000 habitants appartenant à une aire urbaine de plus de 800 000 habitants.

III. LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES SUR LA COMMUNE DE DAGNEUX

III.1 - Le régime des publicités et pré-enseignes

a - La règle nationale des interdictions : périmètres d'interdiction absolue et périmètres d'interdiction relative

Dans l'objectif de préserver le cadre de vie, la publicité est très strictement encadrée dans certains périmètres institutionnels spécifiques. Le code de l'Environnement définit ainsi des secteurs d'interdiction absolue de publicité et de pré-enseigne et des périmètres d'interdiction relative où la publicité et les pré-enseignes peuvent être réintroduites via un Règlement Local de la Publicité.

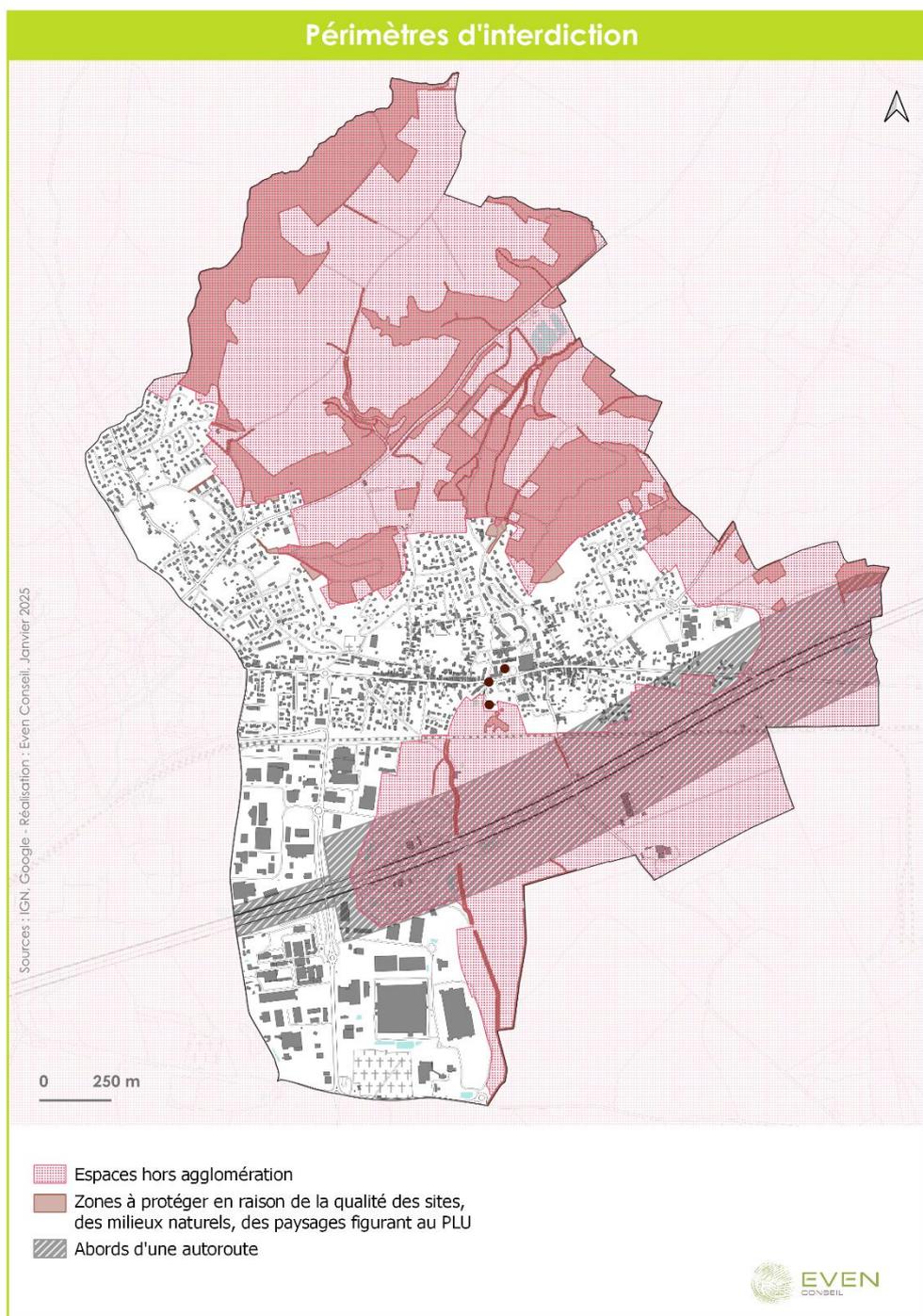
Périmètres d'interdiction absolue	Périmètres d'interdiction relative
<ul style="list-style-type: none"> Hors agglomération (hormis pour les pré-enseignes dérogatoires et périmètres commerciaux exclusifs de toute habitation). 	<p>A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :</p> <ul style="list-style-type: 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 L581-4 (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"> La publicité peut être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation. <p>(Art. L581-7 CE)</p>
<ul style="list-style-type: none"> La publicité et les enseignes publicitaires et pré-enseignes 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 et 200 m hors agglomération. <p>(Art. R. 418-6 et R. 418-7 Code de la Route)</p>	

PRINCIPAUX PERIMETRES D'INTERDICTION CIBLES PAR LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT // GUIDE PRATIQUE DE LA REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE MEDDE

Ainsi, environ 410 hectares, soit 60% de la commune de Dagneux sont situés hors agglomération et ne peuvent par conséquent pas accueillir de dispositif publicitaire.

Les secteurs d'interdiction relative sont des lieux où la publicité peut être réintroduite grâce au RLP. La commune de Dagneux n'est pas concernée par ces secteurs car elle possède uniquement des secteurs d'interdiction absolue. Il est à noter que le secteur d'interdiction le long de l'A42 s'applique uniquement pour les publicités visibles depuis cette voie.

La carte ci-après localise les espaces au sein desquels aucune publicité ou pré-enseigne ne peut être implantée, comme le stipule la réglementation nationale (interdiction absolue). Pour les espaces qui ne sont pas identifiés, le RLP est compétent pour la gestion de l'affichage extérieur, à condition d'être plus contraignant que le RNP.



INTERDICTION D’AFFICHAGE DANS LA COMMUNE DE DAGNEUX // EVEN CONSEIL

b - Les supports de publicité interdits

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) ;
- sur les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière (Art. R418-3 CR).

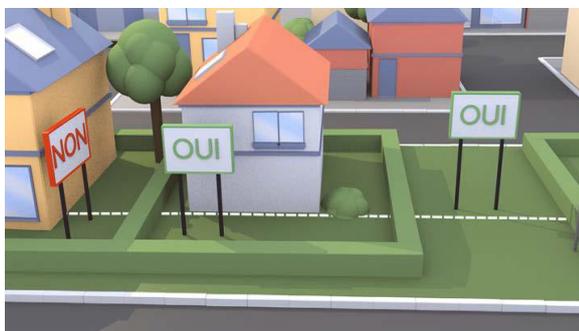
c - Les règles d'implantation sur la parcelle ou le bâtiment

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.

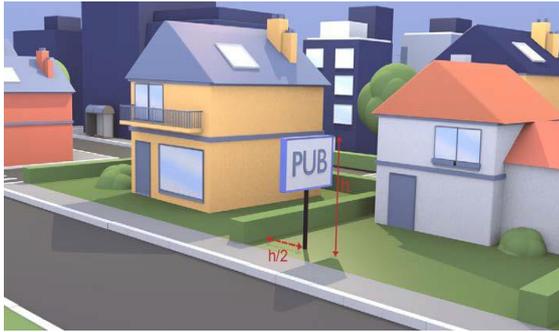
La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètres du sol (Art. R581-27 CE).

La saillie sur façade maximale d'une publicité non lumineuse 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.

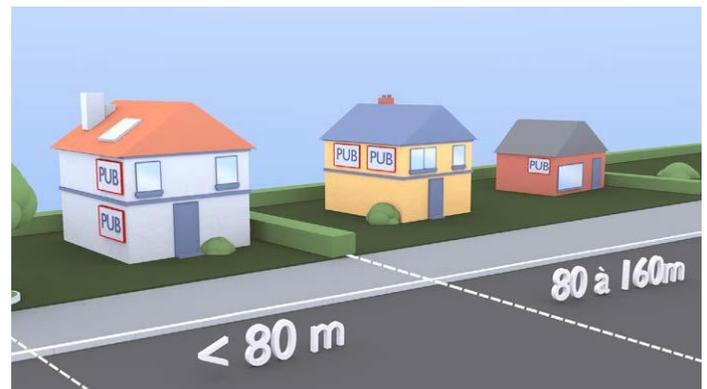
d - La règle nationale de densité

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 dès 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 apposés 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.

A noter que le RNP permet ainsi l'implantation de doublons.

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'inter-distance n'est imposée.

Ils peuvent ainsi se « cumuler » avec les dispositifs installés sur le domaine privé.



e - 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).

f - 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 à 5 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 ;

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent 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.

g - La publicité lumineuse

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel (Arrêté du 30 août 1977 fixant les conditions et normes applicables aux dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies ouvertes à la circulation publique), 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.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les publicités lumineuses ne sont pas soumises à une modalité d'extinction. Des modalités d'extinctions peuvent cependant être mises en place dans le cadre d'un RLP.

h - Les règles de hauteur et de format selon les typologies d'agglomérations

La commune de Dagneux comprenant moins de 10 000 habitants mais appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (celle de Lyon), elle est soumise aux dispositions ci-après :

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence

	SURFACE MAXIMUM	HAUTEUR MAXIMALE AU-DESSUS DU SOL
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	10,5 m ²	7,5 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	10,5 m ²	6m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosques et mats porte-affiche 10,5 m ² pour les MUPI Aucune pour les colonnes porte-affiches	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	Non réglementé
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non règlementé	Non réglementé
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	Non réglementé

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 MUPI Aucune pour les colonnes porte-affiches	6 m
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ²	Non réglementé
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non règlementé	Fonction de la hauteur de la façade

i - Les règles applicables aux dispositifs spécifiques

- 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, qu'après autorisation et uniquement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants indépendamment de l'unité urbaine. De ce fait, les bâches publicitaires sont interdites dans la commune de Dagneux malgré le fait que celle-ci appartienne à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Elles sont 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.

Enfin, les bâches publicitaires doivent respecter une interdistance de 100 mètres (Art. R581-55 CE).

- Les dispositifs de petit format intégrés aux devantures commerciales ou « micro-affichage »

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.

- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

L'article L.581-9 permet l'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles, exclusivement liés à des manifestations temporaires.

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). 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, indépendamment de l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

- 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, 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.

- 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).

- 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).

Toutefois, contrairement à ce qui s'applique pour les publicités, les préenseignes suivantes sont autorisées par dérogation hors agglomération (article L.581-7 du code de l'Environnement) :

- 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.

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.

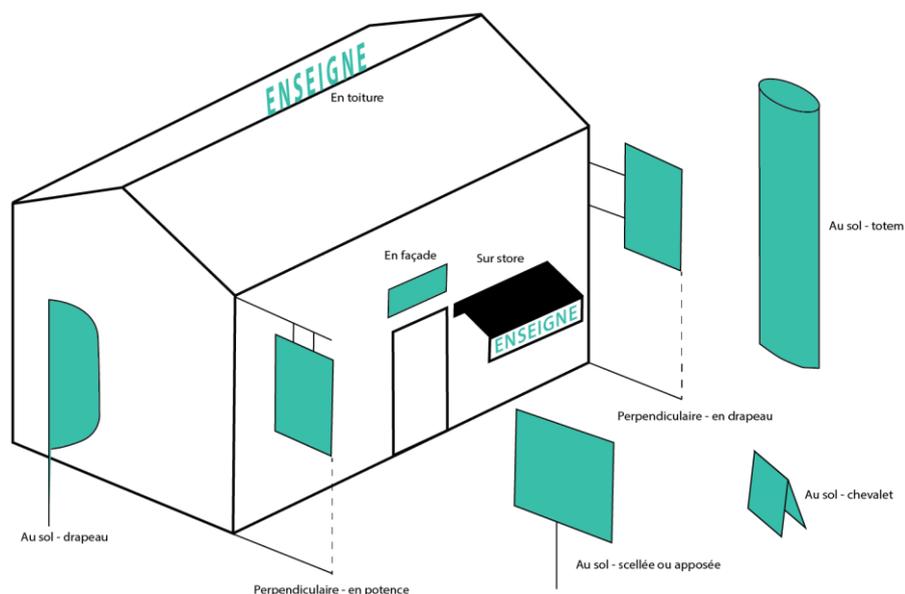
Leur nombre est limité à 2 par activité signalée, porté à 4 dispositifs pour les monuments.

Depuis le 13 juillet 2015, les activités autres que celles énumérées ci-dessus ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. Il s'agit de la 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 « micro-signalétique » que les communes mettent en place pour signaler en agglomération commerces et équipements publics (voir plus loin).

Ces dispositifs sont régis par le code de la route. Le RLP peut uniquement harmoniser ces dispositifs.

III.2 - 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.



a - Les dispositifs spécifiques interdits

Sont interdites :

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

b - 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).

c - Les enseignes installées 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.

d - 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.

e - Les enseignes en façades

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 maximale cumulée des enseignes est portée à 25 %.

f - Les enseignes scellées ou apposées 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 uniquement aux enseignes de plus de 1 m² ; un dispositif simple ou double face maximum, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

g - Les dispositions spécifiques applicables aux communes de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

En matière d'enseignes, les formats maximum admis à Dagneux sont les suivants :

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol Art. R581-64 CE Art. R581-65 CE	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 ou égales à 1 m ² : non réglementé

III.3 - Le régime des dispositifs temporaires

a - Les préenseignes temporaires

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités et notamment sont soumises à déclaration préalable lorsque leur hauteur dépasse 1 m et leur largeur 1,50 m (Art. R.581-6 CE).

Hors agglomération, 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.

b - 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 10,5 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol (Art. R581-70 CE).



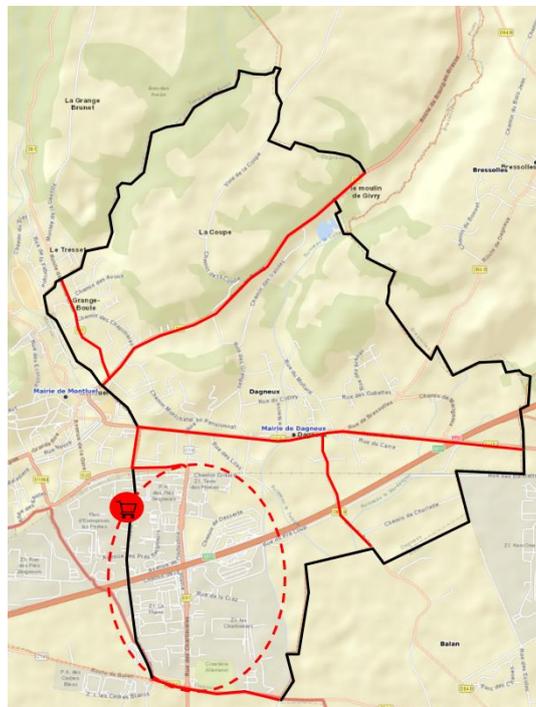
3

Diagnostic publicitaire

I. METHODOLOGIE : UNE ANALYSE QUANTITATIVE COMPLETEE PAR UNE ANALYSE QUALITATIVE

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

Dans un premier temps, un inventaire publicitaire a été réalisé sur un linéaire de voirie défini au préalable. Le parcours de cet inventaire s'est porté sur les zones à enjeux pressenties sur la commune : les axes majeurs du territoire, la zone d'activités économiques, les entrées de ville et le centre-ville. Cet inventaire représente un échantillonnage représentatif des tendances en matière de publicité et pré-enseigne.



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.

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

- Le type de dispositif,
- La typologie
- La surface
- L'éclairage ou non du dispositif

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.

II. DIAGNOSTIC DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

II.1 - Analyse statistique : les chiffres clés du parc publicitaire

a - Typologie et répartition territoriale des dispositifs

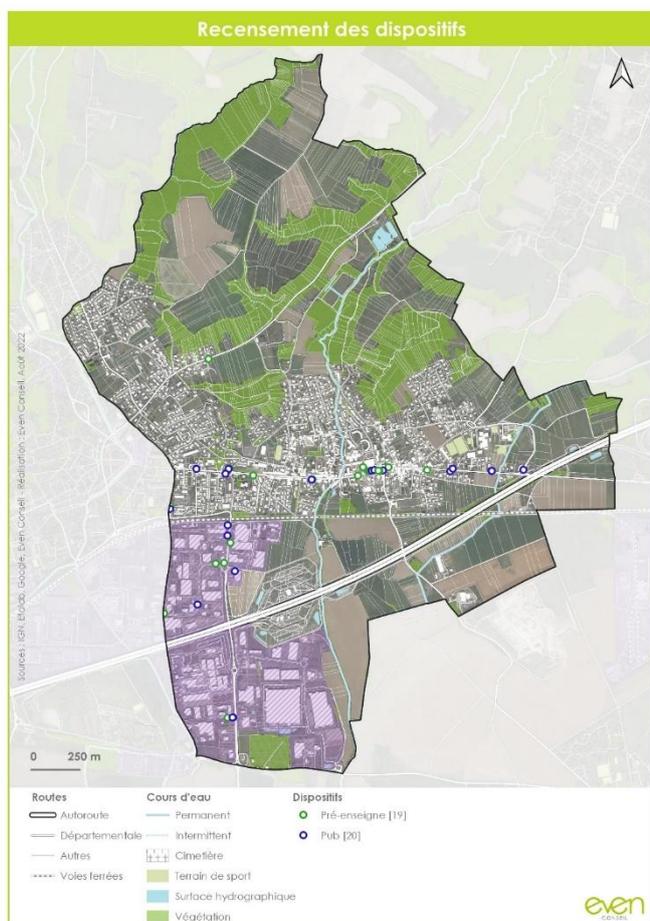
Au total, 39 publicités et pré-enseignes ont été recensées lors de l'inventaire. L'affichage municipal, l'affichage libre, et les enseignes ne sont pas intégrés dans ce recensement.

Les dispositifs recensés se concentrent majoritairement au sein de la zone d'activité de Dagneux et le long de la RD1084, principal axe de circulation traversant Dagneux d'Est en Ouest. La commune de Dagneux s'organise le long de cet axe ce qui en fait un lieu privilégié pour l'affichage extérieur dû à la forte audience.

Les publicités et les pré-enseignes se trouvent en même proportion dans le territoire et se localisent aux mêmes endroits. Aucune publicité ou pré-enseigne lumineuse n'a été recensée sur le territoire.

La zone d'activité de Dagneux est un lieu privilégié pour l'affichage extérieur. Cependant, l'affichage de publicités et pré-enseignes est minoritaire face à la prépondérance d'enseignes qui sont très nombreuses dans cette zone.

NATURE DES DISPOSITIFS	EFFECTIF
Publicités	20
Pré-enseignes	19
Total	39



LOCALISATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES ET DES PRE-ENSEIGNES RECENSES // EVEN CONSEIL



CONCENTRATION DES DISPOSITIFS RECENSES // EVEN CONSEIL

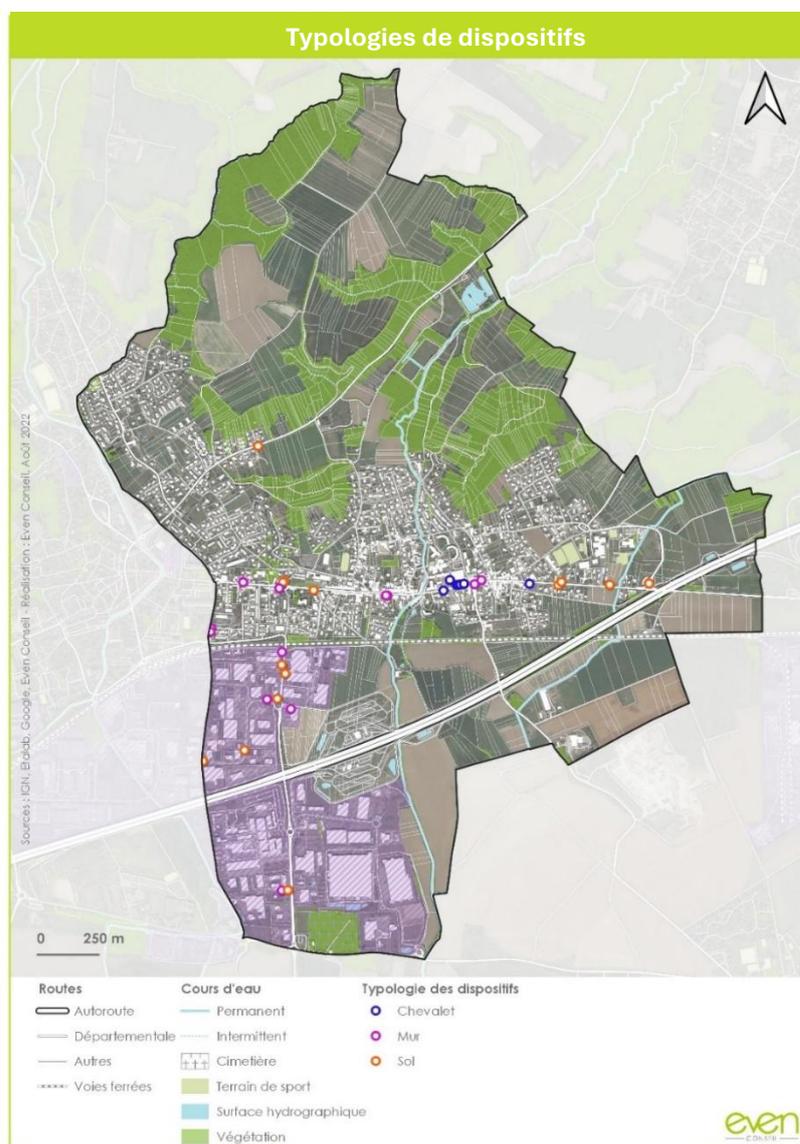
b - Types d'implantation sur le territoire

Les principaux dispositifs publicitaires présents sur le territoire sont des dispositifs au sol ou muraux car ils représentent à eux deux près de 80% des différentes typologies présentes. Les dispositifs scellés au sol ou alors posés directement sur le sol représentent plus de 45% des dispositifs les dispositifs muraux représentent un tiers des dispositifs publicitaires présents dans le territoire.

En ce qui concerne la répartition au sein du territoire, les chevalets se situent exclusivement dans le centre. La zone industrielle est majoritairement concernée par des dispositifs scellés au sol qui représentent deux tiers des dispositifs de cette zone.

La publicité sur mobilier urbain n'est pas présente dans la commune de Dagneux.

TYPE D'IMPLANTATION	EFFECTIF
Scellé au sol	17
Mural	15
Posé au sol	7
Mobilier urbain	0



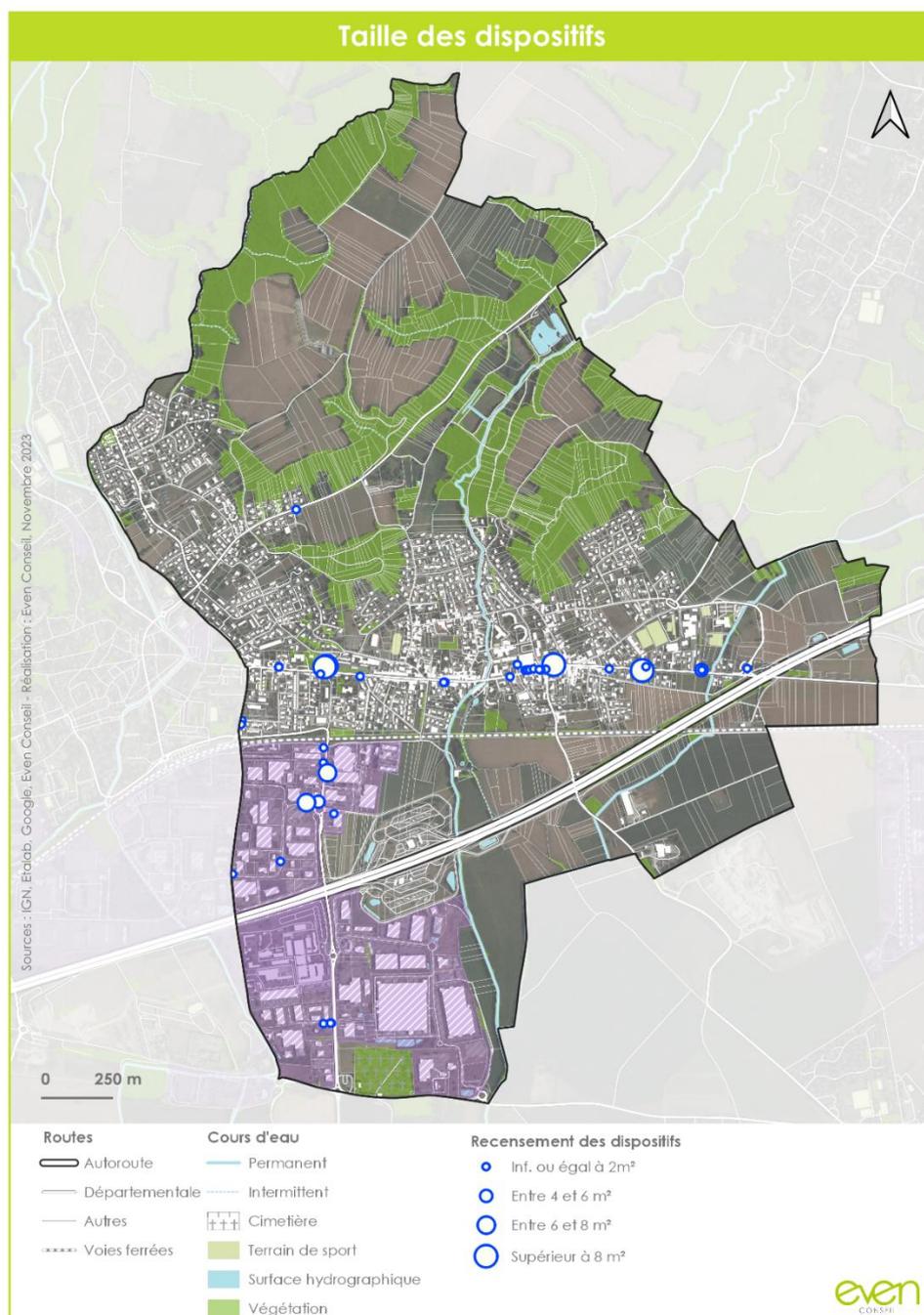
TYPOLOGIES DES DISPOSITIFS RECENSES SUR LE TERRITOIRE // EVEN CONSEIL

c - La taille des publicités et pré-enseignes

La commune compte plusieurs panneaux publicitaires de grand format ($> 8\text{m}^2$), localisés principalement le long des grands axes de circulation (RD1084 et D61).

Outre ces grands dispositifs, rendus particulièrement visibles par la morphologie urbaine de Dagneux, la commune comporte en majorité des dispositifs de petite taille ($< 4\text{m}^2$), implantés de manière diffuse le long des axes. Près de 80% des dispositifs publicitaires recensés ont en effet un format inférieur ou égal à 4m^2 .

Les préenseignes sont elles aussi majoritairement de petit format, avec près de 60% de dispositifs inférieurs à 2m^2 . On recense toutefois 4 dispositifs de grand format ($> 8\text{m}^2$).



d - Analyse de la conformité au regard du Règlement National de Publicité

Au regard de la réglementation nationale de publicité sur la commune de Dagneux, 9 dispositifs recensés apparaissent comme « à mettre en conformité ».

Les besoins de mise en conformité sont dus à plusieurs éléments :

- L'implantation de dispositifs publicitaire dans une zone d'interdiction absolue
- Pré-enseigne présente sur un mur non aveugle
- Pré-enseignes présentes sur une clôture non aveugle ou une haie
- Implantation d'une pré-enseigne dans une zone non agglomérée.

La principale infraction du RNP concerne l'implantation de dispositifs sur une clôture non aveugle qui correspond à plus de la moitié des infractions.

Photographie du dispositif	Localisation	Motifs de non-conformité (non exhaustif)
	<p>Entrée Est par la RD1084</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif implanté à moins de 50cm du sol <p><i>La publicité non lumineuse ne peut être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol. (art. R581-27 du Code de l'environnement)</i></p>
	<p>RD1084</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif mural sur mur non aveugle (ouverture à gauche du bâtiment de plus de 50cm²) <p><i>La publicité est interdite 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 du Code de l'environnement)</i></p>
	<p>RD1084</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif mural sur mur non aveugle

Photographie du dispositif	Localisation	Motifs de non-conformité (non exhaustif)
		<p>La publicité est interdite 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 du Code de l'environnement)</p>
	<p>Giratoire rue du Pensionnat et rue de Genève</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dispositif probablement trop proche de la limite séparative (au vue de l'implantation de la clôture) <p>Un dispositif publicitaire non lumineux, scellé au sol ou installé directement sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.</p> <p>En outre, 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 du Code de l'environnement)</p>

Photographie du dispositif	Localisation	Motifs de non-conformité (non exhaustif)
	Rue de Genève	<ul style="list-style-type: none"> Dispositifs muraux sur mur non aveugle <p><i>La publicité est interdite 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 du Code de l'environnement)</i></p>
	Route de Jons	<ul style="list-style-type: none"> Dispositif sur clôture non aveugle/arbres <p><i>La publicité est interdite :</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ; Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ; Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ; Sur les murs de cimetière et de jardin public. (art. R581-22 du Code de l'environnement)

Photographie du dispositif	Localisation	Motifs de non-conformité (non exhaustif)
	RD61	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositif sur clôture non aveugle <p>La publicité est interdite :</p> <p>1° Sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;</p> <p>2° 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 ;</p> <p>3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;</p> <p>4° Sur les murs de cimetière et de jardin public. (art. R581-22 du Code de l'environnement)</p>

II.2 - Analyse sensible : les publicités et pré-enseignes, quels impacts dans les paysages ?

a - Des dispositifs publicitaires localisés

Les dispositifs de pré-enseignes et publicitaires se situent majoritairement le long de la route de Genève, axe structurant de la commune et au sein de la zone d'activité, entraînant une sensation d'accumulation de dispositifs qui dégradent cet axe très emprunté par les habitants et usagers de la commune.

b - Certaines entrées de ville dégradées

Les entrées de ville, considérées comme des lieux stratégiques pour l'affichage publicitaire, peuvent être le siège d'affichage peu qualitatifs : dispositifs en nombre, de grand format, aux couleurs diversifiés, etc. constituent tout autant de caractéristiques qui banalisent ces espaces.

Sur la commune de Dagneux, certaines entrées de ville enregistrent des dispositifs qui détournent le regard des espaces adjacents, qui n'invite pas à une première perception qualitative du territoire (dispositifs en nombre, grand format, etc.) et qui entre en concurrence avec des infrastructures communales.



A gauche, deux exemples d'entrées de ville impactées par des dispositifs publicitaires et de l'affichage temporaire. A droite, une entrée de ville préservée et qualitative // EVEN Conseil

c - Des secteurs résidentiels ponctuellement impactés par la publicité

Les zones résidentielles apparaissent également impactées par la publicité principalement par des dispositifs scellés au sol de grand format.

Par ailleurs, il apparaît que les dispositifs publicitaires parfois imposants et nombreux à proximité du tissu bâti bloquent les vues et créent un rapport d'échelle déséquilibré banalisant le cadre de vie résidentiel.



Un panneau publicitaire au cœur d'une zone résidentielle // EVEN Conseil

d - Des phénomènes d'accumulation en centre-ville

Comme évoqué précédemment, l'axe principal du centre-ville de Dagneux est particulièrement stratégique et attractifs pour la communication extérieure. En effet, l'importance des flux de passage automobiles ou piétons offre une grande visibilité aux annonceurs. En conséquence, l'automobiliste ou le piéton peut se trouver confronté à une accumulation de dispositifs publicitaires de tout type. Cela nuit autant à la qualité de la communication qu'à la qualité du cadre de vie.



Des exemples de surabondance de préenseignes et de dispositifs publicitaires le long de l'avenue de Genève // EVEN Conseil

Le centre-ville est particulièrement concerné par la présence de dispositifs posés au sol, de type chevalet. Au-delà de la légalité de leur implantation (dispositifs apposés souvent sans autorisation d'occupation du domaine public), ils sont susceptibles de gêner les déambulations piétonnes.



UNE ACCUMULATION DE CHEVALETS LE LONG DE L'AVENUE DE GENEVE, VENANT S'AJOUTER AUX NOMBREUSES ENSEIGNES EN FAÇADE // EVEN CONSEIL

Les chevalets installés sur le domaine public sont des préenseignes. Toutefois, lorsqu'est consentie une autorisation d'occuper le domaine public (pour l'implantation d'une terrasse de café par exemple), les préenseignes qui y sont installées sont considérées comme des enseignes.

e - Des axes principaux impactés par la publicité du fait de l'audience offerte

La commune de Dagneux est très dépendante à la voiture individuelle, 80% des trajets domicile-travail s'effectue en voiture, camion ou fourgonnette, les abords d'axes majeurs apparaissent alors comme des lieux stratégiques d'affichage publicitaire au regard des flux quotidiens qu'ils supportent et de l'audience ainsi offerte aux dispositifs publicitaires.

Le long de ces axes les dispositifs sont majoritairement de grand format. Ces rapports d'échelle parfois dissonants avec la morphologie urbaine de faubourg avec des bâtiments de deux étages ce qui a tendance à déprécier les ambiances urbaines en renforçant un caractère délaissé ou périurbain.



UNE MULTITUDE DE DISPOSITIFS DE GRANDE
TAILLE LE LONG DES AXES PRINCIPAUX // EVEN
CONSEIL



f - Des dispositifs temporaires qui impactent et banalisent les paysages perçus

Le territoire recense des dispositifs temporaires signalant des manifestations culturelles ou encore des projets immobiliers. Même si ces dispositifs constituent un moyen d'expression pour la vie culturelle et associative ou encore pour des projets immobiliers et chantiers, leur traitement parfois peu qualitatifs, leur mode d'implantation souvent non conformes, voire sauvage, et leur localisation peu maîtrisée impactent les ambiances en présence.

La police municipale agit juridiquement sur cette problématique dont la persistance indique le besoin de lieux spécifiques pour l'affichage temporaire et associatif.



EXEMPLES D'AFFICHAGES TEMPORAIRES RETROUVES DANS LA COMMUNE // EVEN CONSEIL

Dans le cadre du RLP

Des dispositifs temporaires dont il faut renforcer la maîtrise au regard de leur impact sur les paysages. → Une politique de gestion des dispositifs temporaires à mettre en place pour assurer leur intégration dans le paysage quotidien du territoire

g - 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 RLP a peu de pouvoir d'action sur ce type de dispositifs, et ne peut, éventuellement, qu'autoriser leur réintroduction dans les périmètres d'interdiction relative de publicité.

Toutefois, sur la commune de Dagneux, il est important de préciser que cet affichage est très peu présent : seul deux dispositifs ont été recensés au sein de la zone de loisirs. Certains espaces, tel que le stade municipal aujourd'hui préservé de tout type de publicité, pourraient accueillir des supports pour l'affichage d'opinion.



Dans le cadre du RLP

Se saisir du RLP pour déployer des lieux d'affichage d'opinion dans des lieux en cohérence avec les besoins et pratiques du territoire communal.

III. DIAGNOSTIC DES ENSEIGNES

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

A la différence des publicités et pré-enseignes dont les formats font l'objet de standards (10,5m² - 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 ce territoire. 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 réalisés en arpentant le territoire.

a - Typologie et implantation des enseignes

Les enseignes présentes dans la commune de Dagneux sont principalement localisées dans le centre-bourg ainsi que dans la zone d'activité. Le centre bourg est majoritairement concerné par l'implantation d'enseignes en façade de petite taille. La zone d'activité concentre une typologie d'enseignes plus variées avec une présence importante d'enseignes en façade mais aussi d'enseignes scellées au sol dont les formats sont parfois conséquents.

Les types de support sont donc très variés dans la zone d'activités avec la présence de nombreuses enseignes sur support souples, sur bâches... En ce qui concerne la densité des enseignes, les activités présentes dans le centre-bourg présentes une densité d'enseigne plus faible que celles présentes dans la zone d'activité. Les assiettes foncières des activités présentes dans la zone d'activité étant plus grandes, un plus grand nombre d'enseignes sont apposées par entreprise, ce qui peut surcharger le paysage et donc, faire perdre en lisibilité. La taille des enseignes varie aussi en fonction de la zone étudiée avec la présence d'enseignes plus imposantes dans la zone d'activité que dans le centre-bourg.



Présence de nombreuses enseignes avec notamment des drapeaux et des bâches, ce qui surcharge le territoire // Even conseil

La zone d'activité peut donc subir des problématiques d'affichages massifs d'enseignes au sol et murales qui peuvent parfois être de grande taille.

Très peu d'enseignes lumineuses sont présentes dans le territoire.

L'implantation des enseignes est principalement réalisée dans le centre-bourg et dans la zone d'activité qui subissent des typologies d'implantation très différentes caractéristiques du territoire.

Dans le cadre du RLP

Des problématiques concernant les enseignes distinctes en fonction des secteurs.

b - Analyse de la conformité au regard du Règlement National de Publicité

Les enseignes n'ont pas fait l'objet d'une analyse poussée de la non-conformité contrairement aux publicités et aux pré-enseignes dans la mesure où un recensement exhaustif de ces dispositifs n'a pas été dressé. Toutefois, le terrain réalisé a permis de mettre en exergue certaines typologies de non-conformité récurrentes.

Au regard de la réglementation nationale de publicité sur la commune de Dagneux, certaines enseignes ne sont pas conformes. Cependant, cela reste une minorité. Le principal motif de non-conformité des enseignes est l'implantation de celles-ci sur une clôture non aveugle. En effet, dans la zone d'activité, de nombreuses enseignes sont implantées sur les clôtures. Cette infraction est bien moins présente dans le centre-bourg.



IMPLANTATION D'UNE ENSEIGNE SUR UNE CLOTURE NON AVEUGLE // EVEN CONSEIL

La deuxième catégorie d'infraction recensée dans l'implantation des enseignes concerne le dépassement de la limite du toit. En effet, les enseignes ne peuvent pas être à cheval sur le mur et la toiture : soit celle-ci est fixée sur le mur soit elle est fixée sur le toit. Certaines enseignes, notamment dans la zone d'activité, ne sont pas conformes à la réglementation. De plus, certaines enseignes présentent sur les toitures ne présentent pas de lettres découpées ou encore, des enseignes dépassent la limite du mur.



ENSEIGNES DEPASSANT LA LIMITE DU TOIT // EVEN CONSEIL

D'autres infractions ont été relevées de manière plus ponctuelle comme par exemple la présence d'une enseigne clignotante, seulement admise pour les services d'urgence.

III.2 - Analyse sensible : les enseignes, quels impacts dans les paysages ?

a - Des dispositifs de qualité en centre-ville

Des dispositifs de qualité ont été recensés au centre de Dagneux et au sein de la zone d'activité. Certaines 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 construction du bâti



EXEMPLE D'ENSEIGNES QUALITATIVE PRESENTES DANS LA COMMUNE // EVEN CONSEIL

Dans le cadre du RLP

Des enseignes de qualité → des dynamiques à pérenniser et des bons exemples à généraliser

b - Une surabondance de dispositifs ou des intégrations entraînant une perte de lisibilité du paysage

Au sein de la commune de Dagneux certains commerces, notamment des commerces de restauration, des concessionnaires automobiles ou encore des entreprises du bâtiment sont concernés par une surdensité de dispositifs (enseignes en façades et perpendiculaires, pré-enseignes), un cumul de typologies et des répétitions de messages qui réduisent la qualité de l'espace ainsi que la compréhension des informations.

Des mutualisations de dispositifs sont possibles et ont été observées sur le territoire. Ces dernières permettent de limiter la surabondance de dispositifs et améliorent la clarté des messages.

Dans le cadre du RLP

Des activités (entreprise du BTP / restauration rapide / concessionnaire auto en particulier) qui démultiplient les dispositifs masquant les façades et nuisant à la lisibilité des messages et banalisent les ambiances paysagères → des pratiques à rationaliser pour améliorer la lisibilité des activités et œuvrer à une image plus qualitative.

c - Une zone d'activité aux dispositifs nombreux et imposants

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, dont les 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.

Sur la commune de Dagneux, des efforts restent à entreprendre concernant l'intégration architecturale de ce type d'affichage. En effet, des grands formats parfois peu appropriés aux gabarits des bâtiments et une surenchère de ces dispositifs ont pu être recensés. D'une manière générale, cette surenchère de dispositifs et ce format tendent à complexifier la lecture de l'espace et à desservir la visibilité de l'enseigne ou sa qualité.



EXEMPLES D'ENSEIGNES DE GRANDES TAILLES DANS LA ZONE D'ACTIVITE // EVEN CONSEIL

Dans le cadre du RLP

Les zones d'activités comme points de concentration de dispositifs peu qualitatifs et en sur-nombre → des pratiques à rationaliser pour améliorer la lisibilité des activités et œuvrer à une image plus qualitative.

d - Les enseignes au sol

Les enseignes au sol constituent une typologie de dispositifs dont l'impact paysager peut interpellé puisque les formats installés sont souvent imposants. En effet, conformes au RNP ou non, ces enseignes perturbent souvent le champ visuel de l'utilisateur 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**. Toutefois, l'apposition de quelques **enseignes au sol de format imposant** vient **contraster** avec ces ambiances préservées. En sus ce type d'enseigne vient souvent, au sein des zones d'activités, se cumuler des dispositifs de petits formats non encadrés par le RNP (moins de 1m²).

Dans le cadre du RLP

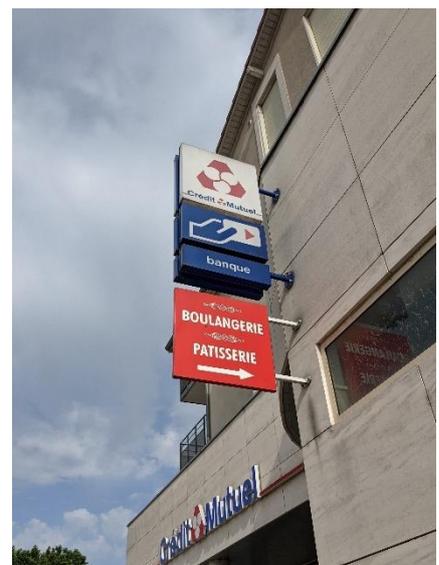
Des dispositifs au sol de grands formats générant des dissonances d'échelles et des intégrations parfois peu qualitatives → une maîtrise des gabarits en cohérence avec l'échelle du bâti et les ambiances générées pour une meilleure intégration des dispositifs.

Dans le cadre du RLP

De nombreux dispositifs de moins de 1m² échappant à la RNP mais banalisant les paysages → des pratiques à encadrer.

e - Des enseignes mutualisées pour gagner en lisibilité

La mutualisation des dispositifs permet, particulièrement en zone d'activités, de limiter le nombre de dispositifs présents au sol. Toutefois, ces efforts sont plus ou moins aboutis : les dispositifs mutualisés très grand format impactent le paysage urbain, là où les formats plus restreints s'y intègrent mieux.



EXEMPLE D'ENSEIGNES MUTUALISEES // EVEN CONSEIL

f- Des exemples qualitatifs

Les enseignes peuvent pleinement respecter l'architecture du bâtiment. Des commerces (y compris des chaînes nationales) voient leurs chartes graphiques évoluer pour s'intégrer autant que faire se peut au sein d'espaces d'hypercentre et proposer des dispositifs respectant les codes architecturaux des bâtiments.



EXEMPLES D'ENSEIGNES QUALITATIVES PRESENTES DANS LA ZONE D'ACTIVITE // EVEN CONSEIL

Dans le cadre du RLP

Un traitement en cohérence avec l'architecture et les ambiances paysagères en présence
→ Des pratiques à généraliser et à adapter en fonction des typologies urbaines

IV. 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 au regard des enjeux d'affichage extérieur, pour appréhender un territoire dans sa globalité. L'objectif est d'identifier les conditions d'une intégration harmonieuse des dispositifs publicitaires dans leur environnement.

IV.1 - Méthodologie

Le diagnostic territorial du RLP 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 PLU de Dagneux ainsi que d'analyses spécifiques menées dans le cadre du RLP.

Ainsi, trois volets ont été retenus pour le diagnostic territorial du RLP de Dagneux :

- 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 des mobilités pour les connexions entre les espaces et en tant que témoin de l'attractivité en lien avec les flux qu'il supporte.

IV.2 - Un territoire rural présentant des paysages diversifiés

a - La structure du grand paysage : un territoire au carrefour de plusieurs régions naturelles

Dagneux est une commune se trouvant au sud du département de l'Ain en bordure de l'agglomération Lyonnaise. Elle marque la fin de l'agglomération urbaine de la « Côtière de la Dombes », axe de développement urbain pratiquement ininterrompu depuis Lyon.

Dagneux se situe dans la région naturelle de la Côtière qui correspond aux coteaux abrupts situés entre 190 m et 300m d'altitude au sud-ouest du département de l'Ain. La Côtière est au carrefour entre la région naturelle de la Dombes au Nord, constituée d'un plateau parsemé d'étangs et, de la plaine alluviale du Rhône au Sud. Les morphologies variées de la commune de Dagneux résultent donc de sa position géographique à l'interface entre plusieurs régions naturelles.

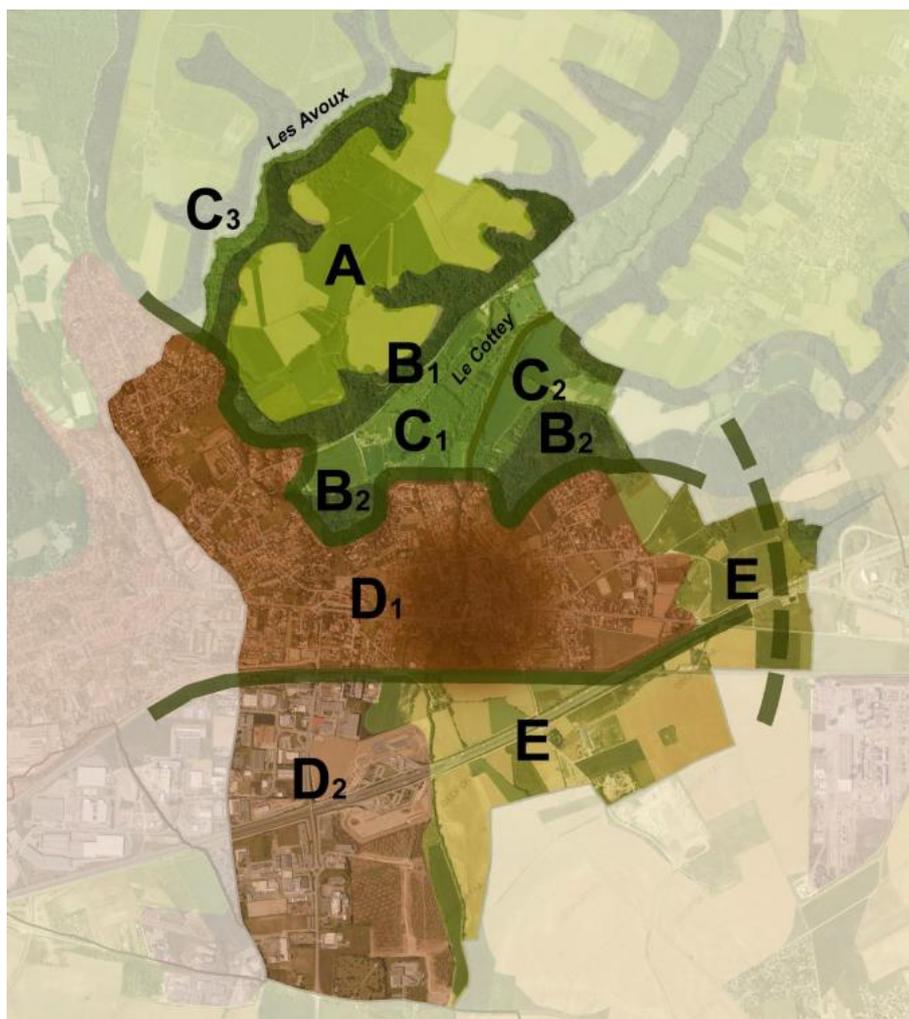
La vallée du Cottey, avec le ruisseau éponyme, traverse également le territoire selon un axe Nord/Sud.



b - Les différentes entités paysagères

Cinq entités paysagères bien distinctes sont donc présentes dans la commune de Dagneux :

- Le plateau agricole (A)
- La Côtière (B)
- Les vallons humides (C)
- Le village et la zone d'activités (D)
- La plaine du Rhône (E)



LES DIFFERENTES UNITES PAYSAGERES, PLU

Le plateau agricole : situé dans l'extrémité nord de la commune, le plateau agricole présente des espaces très ouverts qui culminent à 280m. La vue très dégagée procure à cet espace une vulnérabilité vis-à-vis des enjeux paysagers.

La Côtère boisées : La côtère marque la transition entre le plateau et la vallée du Rhône. La Côtère se situe donc dans les pentes abruptes ce qui rend difficilement exploitable ces terres. Elle est donc préservée de l'urbanisation et, est occupée par des massifs forestiers. Elle permet de structurer le paysage ce qui la rend sensible aux différents enjeux paysagers.

Les Vallons humides : Situés au sud du plateau agricole, les vallons structurent le paysage grâce à leur reliefs boisés. Deux vallons sont présents sur ce territoire : le vallon des Avoux et le vallon du Cottey. Le vallon du Cottey marque le paysage par la rupture qu'il forme avec la Côtère. Il est non urbanisé ce qui marque le paysage par son aspect verdoyant qu'il est important de préserver de l'urbanisation.

Le village et la zone d'activité : Dagneux est issu de trois modes d'urbanisation différents :

- Une urbanisation ancienne composé de bâtiments anciens, imposants le long des voies.
- Une urbanisation linéaire le long de la RD 1084 de type faubourg constitué de maisons avec des volumes modérés et une hauteur faible.

- Une urbanisation plus récente, pavillonnaire qui occupe les espaces non urbanisés préservés des deux urbanisations précédentes. Cette urbanisation s'étend vers le Nord et le Nord-Est. Cette urbanisation est principalement sous la forme de maisons pavillonnaires positionnées en retrait des voies qui consomment de l'espace. L'urbanisation est contenue entre la Côtière au Nord et la voie ferrée au Sud et l'A42 à l'Est.

L'urbanisation linéaire rend les limites des différents villages flous ce qui fait perdre l'identité des villages. Les entrées de villes sont donc un enjeu important dans cette commune.

La communauté des communes de la Côtière à Montluel gère des zones d'activités économiques qui s'étendent sur près de 300ha. Une centaine d'hectare se situent au sud de la commune ce qui constitue un bassin d'emploi majeur pour la commune. La position de cette zone d'activité à proximité de la RD1084 et de l'axe autoroutier permet de la connecter dans son territoire. La zone d'activité s'étend également sur les communes de Montluel, de la Boisse et de Niévroz localisées à proximité de Dagneux.



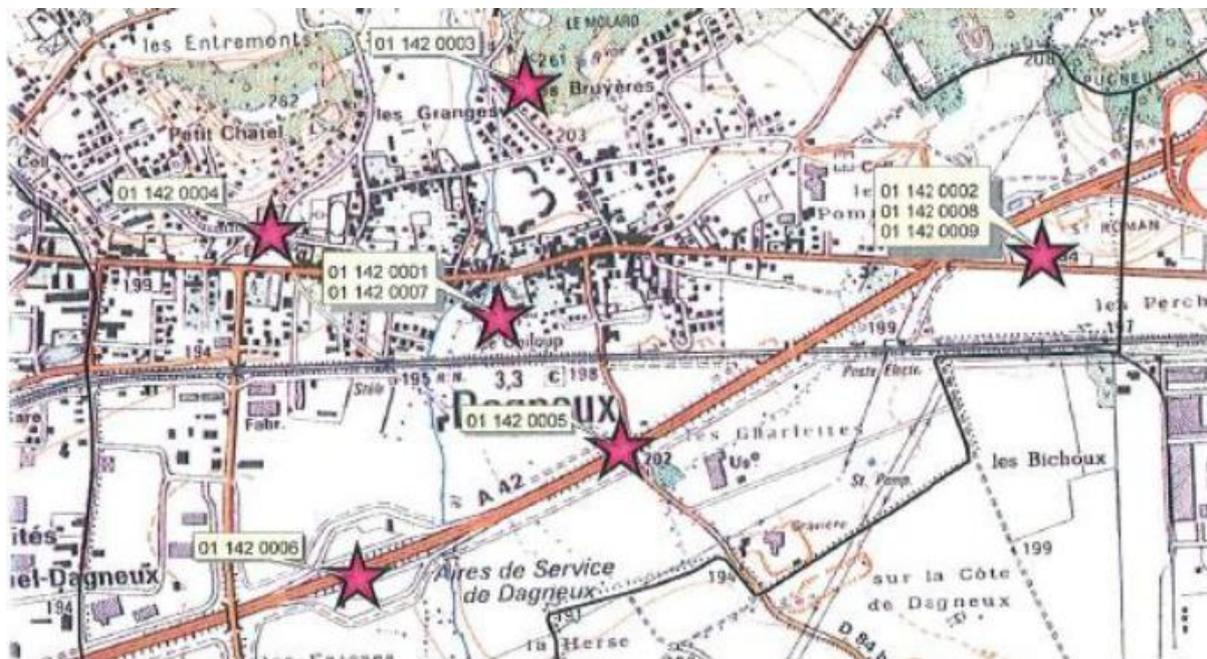
La plaine alluviale du Rhône : Située entre la Côtière et le Rhône, la plaine alluviale offre de remarquables prairies ouvertes ainsi que des panoramas sur la Côtière. L'espace agricole qui constitue ce territoire est conditionné par le développement des infrastructures qui pourraient dégrader ces espaces agricoles. Ces espaces ouverts sont donc soumis à des enjeux paysagers.

Dans le cadre du RLP

- Une diversité importante de paysage qu'il faut prendre en compte afin d'assurer une bonne intégration de l'affichage extérieur.
- Des entrées de ville floues qui doivent être préservées de l'affichage publicitaire massive pour éviter l'effet tunnel
- Présence de la RD 1084 qui est un axe majeur et qui représente un enjeu majeur dans l'affichage publicitaire.
- La présence d'une zone d'activité avec un fort enjeu économique où l'affichage extérieur doit être maîtrisé afin de ne pas surcharger le paysage.
- Des panoramas sur la Côtière à préserver

c - Des éléments du patrimoine à préserver

Neuf sites archéologiques sont recensés sur la commune :



LOCALISATION DES SITES ARCHEOLOGIQUES DE DAGNEUX, PLU

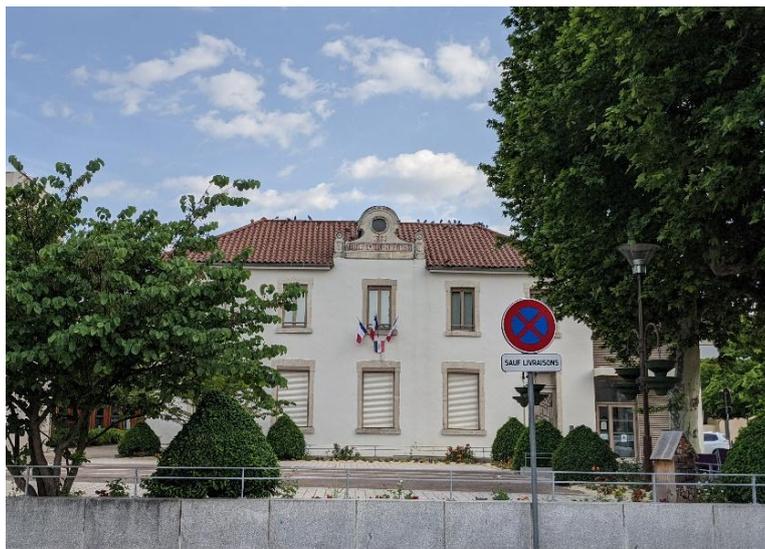
Dagneux possède également deux bâtiments inscrits au patrimoine bâti :

- Le château Chiloup et son portail : le portail du château de Chiloup donne sur la route départementale 1084 qui est le principal axe routier de Dagneux. Le château de Chiloup date du XIXème siècle et la municipalité souhaite le remettre en valeur ainsi que valoriser le parc du château afin de créer un « poumon de détente ». L'accès de ce site donnant sur la RD1084, l'intégration paysagère de ce site est un enjeu important due à la forte fréquentation de l'axe routier.



PORTAIL DU CHATEAU DE CHILOUP, EVEN CONSEIL

→ L'ancienne école des filles place des Tilleuls : situé place des Tilleuls, l'ancienne école des filles occupe une place centrale dans la ville de Dagneux car elle est située à proximité de la mairie. La mairie a l'ambition de réhabiliter ce site dans le cadre de l'opération cœur de village.



ANCIENNE ECOLE DES FILLES, EVEN CONSEIL

Dans le cadre du RLP

- Des éléments du patrimoine bâti situé sur des axes privilégiés pour l'affichage extérieur
- Veiller à ce que l'affichage publicitaire ne dégrade pas la qualité de ces bâtis

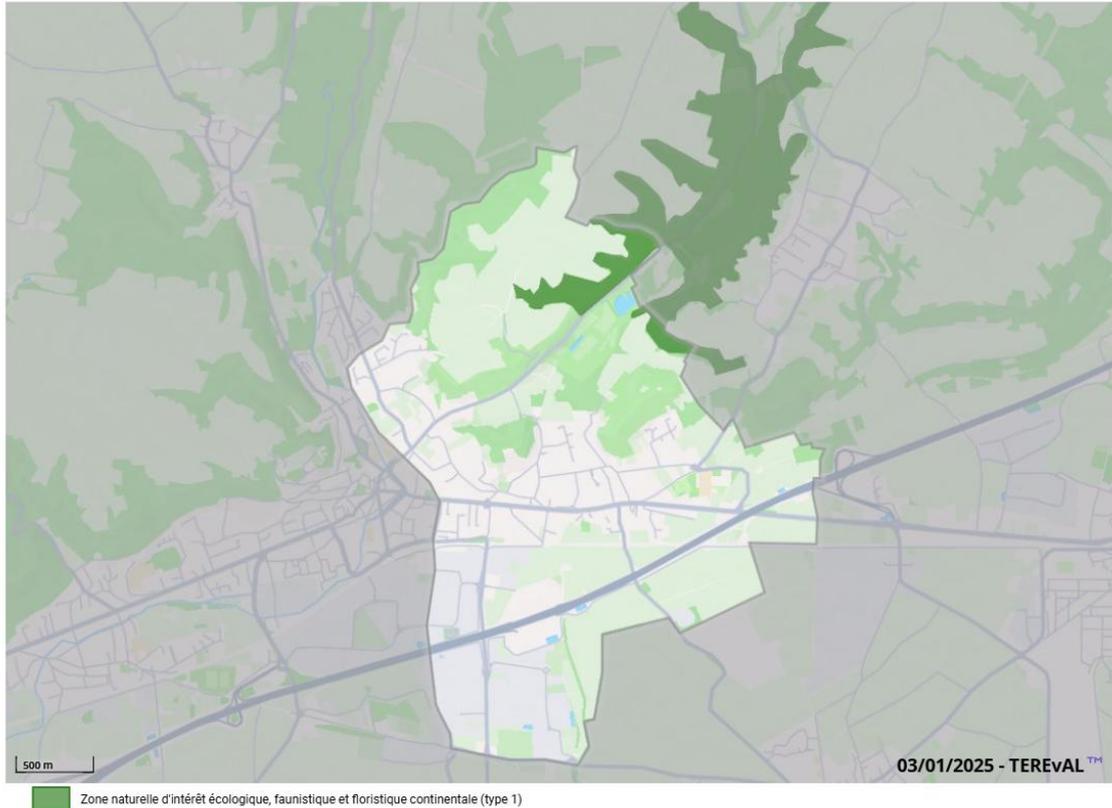
d - Des habitats naturels diversifiés mais des continuités écologiques fragmentées

La commune de Dagneux présente une typologie de milieux naturels diversifiés avec :

- Les habitats forestiers : les forêts présentes sur ce territoire sont très diversifiées car les conditions locales de sol, de climat et d'exposition sont variables. Elles ne possèdent pas toutes les mêmes intérêts naturalistes.
- Les rivières et zones humides : Le Cottey et son affluent le Merdançon traversent la commune de Dagneux. De plus, des zones humides sont présentes au Nord-Est du territoire.
- Les milieux agro-pastoraux et autres milieux ouverts : ces milieux sont exploités par les hommes afin de réaliser des productions végétales ou animales. La diversité des pratiques agricoles permet d'attirer des espèces distinctes. Le plateau a gardé un caractère plus bocagé que les zones de grandes cultures dans le sud ce qui est plus favorable à la biodiversité.
- Les milieux anthropisés : quelques îlots de verdure sont retrouvés en ville.

En ce qui concerne les corridors écologiques, la vallée du Cottey joue un rôle majeur dans l'établissement de la Trame Bleue mais aussi pour la Trame Verte. Cependant ces corridors sont très fragmentés par les axes de routier, la voie ferrée, la zone industrielle etc. La trame verte est quasiment inexistante dans la moitié sud de Dagneux. La trame bleue quant à elle, est perturbée par la qualité de l'eau. La trame Bleue possède des discontinuités due à la qualité des eaux et aux nombreux seuils qui jalonnent le parcours des rivières. En effet, en plus de perturber le déplacement de la faune, le transport des sédiments est également perturbé ce qui impacte le fonctionnement hydrologique.

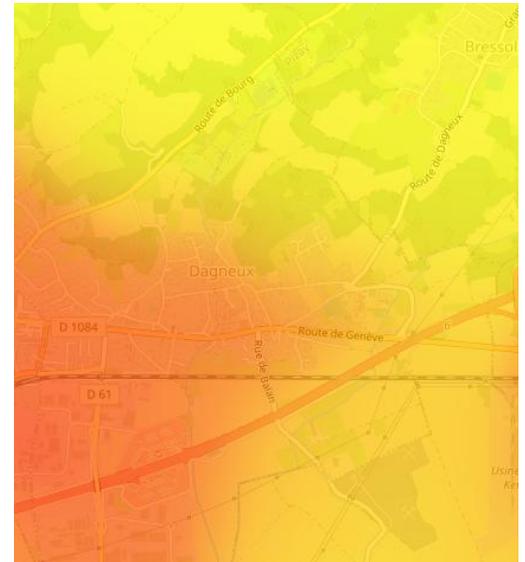
Le Vallon du Cottey, au nord-est de la commune est une ZNIEFF de type 1. Ce vallon, très humide, est jalonné de nombreuses petites mares, favorables à divers batraciens. Le Chêne pédonculé et le Charme agrémentent les pentes plus sèches du vallon. En lisière de la chênaie, la Doronic mort-aux-panthères, fleur rare de la famille des composées, est présente. Ces boisements abritent le Pigeon colombin. Le Lorient d'Europe s'y trouve également en bonne densité. Ce site est identifié comme un réservoir de biodiversité par le SRCE.



CARTE DE LOCALISATION DE LA ZNIEFF 1, EVEN CONSEIL

En ce qui concerne la trame noire, la commune de Dagneux subit une pollution lumineuse notamment dans son centre, le long de la route de Genève.

Cette pollution est caractéristique et révélatrice de la localisation de la commune de Dagneux au sein d'une unité urbaine de plus de 1 million d'habitants. La maîtrise de cette pollution lumineuse est nécessaire afin de ne pas perturber la biodiversité nocturne mais aussi afin de réduire les consommations énergétiques.



CARTE REPRESENTANT LA POLLUTION LUMINEUSE DE LA COMMUNE // AVEX

Dans le cadre du RLP

- Un affichage extérieur qui ne doit pas dégrader la richesse écologique et ne doit pas fragmenter les continuités
- Se saisir d'un RLP pour maîtriser les vecteurs de pollution lumineuse.

Dagneux possède de nombreuses entités paysagères qui donnent à cette commune une qualité paysagère importante. De plus, la diversité des milieux naturels permet d'offrir une diversité d'habitats pour la faune mais, la qualité de ces milieux est détériorée par des corridors écologiques dégradés voire inexistantes. En plus de ces qualité paysagère, Dagneux possède des éléments bâtis dont il est important de mettre en valeur.

IV.3 - Le contexte économique du territoire

a - Une économie marquée par la présence de pôle urbain à proximité

La commune de Dagneux comptabilise 2 782 emplois en 2021 avec une augmentation du nombre d'emplois de 1.5% par rapport à 2011. Plus de trois quart (79.4%) des habitants de Dagneux travaillent hors de leur commune de résidence, un phénomène notamment dû à la proximité de bassins d'emploi tels que la Métropole de Lyon.

Dans le cadre du RLP

Avec trois quarts des habitants travaillant hors de Dagneux, les flux domicile-travail sont important et génèrent des possibilités d'audiences importantes pour l'affichage extérieur le long des axes principaux.

b - La structure économique du territoire

Le territoire est globalement bien équipé en zones d'activités économiques et recense 421 entreprises tous secteurs confondus. Le principal secteur d'activité est le « commerce, transports, services divers », qui regroupe près de 65% des employeurs du territoire et 35% des employés. L'industrie regroupe 44% des salariés et représente 15% des employeurs.

Secteur d'activité	Répartition des établissements employeurs	Effectifs
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	7.4%	13.2%
Commerce, transports, services divers	64.4%	35%
Construction	12%	7.9%
Industrie	15.4%	44%
Agriculture	0%	0%

REPARTITION DES ETABLISSEMENTS ACTIFS EMPLOYEURS ET DES EFFECTIFS PAR SECTEUR D'ACTIVITE FIN 2022 (INSEE)

Les entreprises sont majoritairement de petite taille avec plus de 60% des établissements qui comptabilisent 1 à 9 salariés.

- Zone d'activité

La 3CM compte 14 zones d'activités sur son territoire dont 4 forment la zone industrielle de Dagneux. Cette zone industrielle présente au Sud de Dagneux s'étend sur 90 ha et regroupe plus de 80 entreprises.

Les quatre zones d'activité présentes sont :

- La parc Pré Seigneurs (qui s'étend également sur Montluel)
- Le parc Terres des Princes
- Le parc Dombes Côtière Activités
- Le parc de la Plaine (qui s'étend également sur Montluel)



L'A42 traverse la zone industrielle, accessible depuis l'échangeur autoroutier et la départementale 1084, entraînant une accessibilité forte mais également un effet « vitrine » du territoire.

Dans le cadre du RLP

Les zones d'activités ont un besoin de visibilité important ce qui représente un enjeu majeur en ce qui concerne l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux spécificités locales. La zone d'activité peut donc être soumise à un affichage massif qui détériore la lisibilité du paysage au sein de la zone. La localisation de cette zone d'activité à proximité de la RD 1084 peut également détériorer la qualité paysagère des entrées de ville. Les espaces vitrines sont à préserver d'un affichage extérieur.

■ Tourisme

Dagneux n'est pas identifiée comme une commune touristique. Toutefois, des activités, à destination des Dagnards et des habitants des communes voisines, sont présentes. Il s'agit principalement d'activités de nature et de découverte du territoire (circuits pédestres, circuits vélos et VTT).

Les circuits pédestres couvrent une partie du territoire de la 3CM avec environ 100km de promenades. Ces circuits permettent de découvrir la diversité des paysages ainsi que les richesses écologiques du territoire de la 3CM. 7km de circuits se trouvent dans la commune de Dagneux.

Le lac de Neyton est également présent au Nord-Est de la commune. D'une superficie d'environ 1ha, ce lac est un étang artificiel est destiné aux fonctions de loisirs et notamment la pêche.



IV.4 - Un territoire marqué par l'usage de la voiture individuelle

a - Les infrastructures routières qui permettent de réaliser des liaisons inter-communales

La place de la voiture est très importante dans ce territoire rural. Le réseau viaire de Dagneux se caractérise par un réseau de routes départementales et une autoroute :

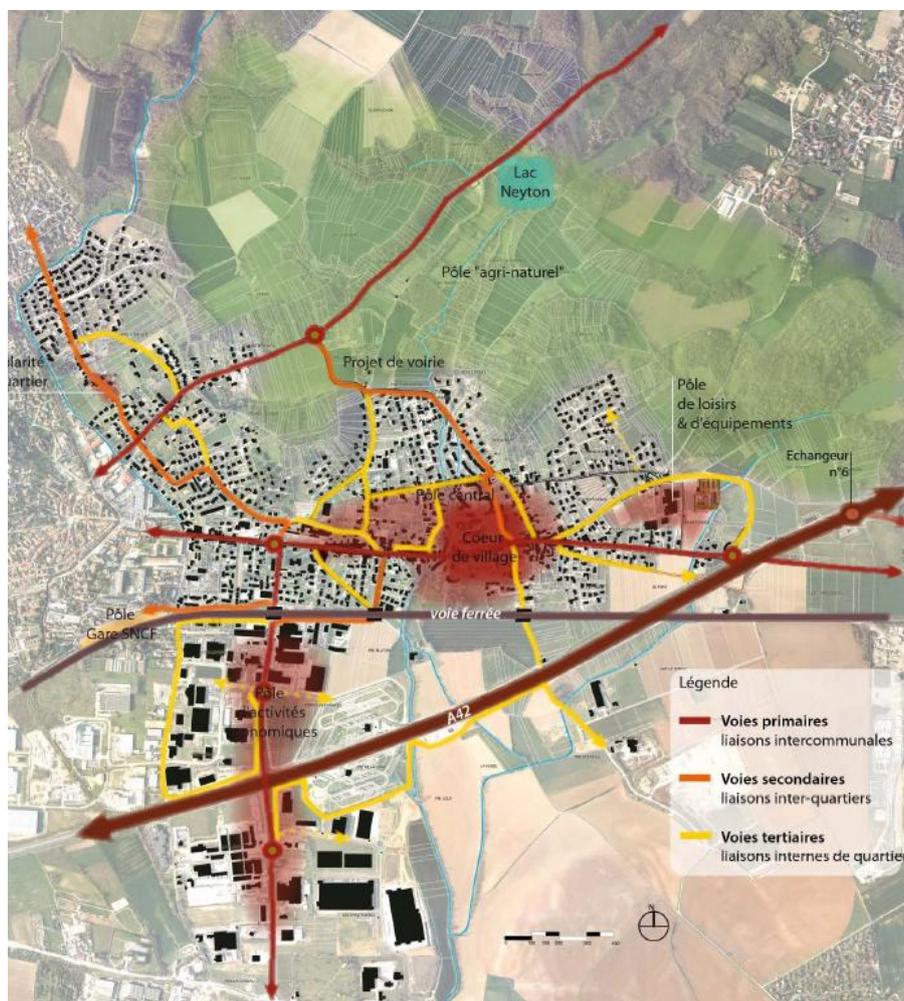
- L'A42
- La RD 1084
- La RD 22
- La RD 61
- La RD 84B



LES PRINCIPALES VOIES DE CIRCULATION DANS LA COMMUNE, ÉVEN CONSEIL

Le trafic routier s'organise principalement autour de la A42 et la RD 1084. L'axe autoroutier permet d'assurer une liaison à l'agglomération lyonnaise ce qui place Dagneux comme « porte Est » de la Côtière et de l'agglomération lyonnaise. L'accès à l'autoroute se trouve à 2km du centre.

La RD 1084 traverse la commune d'Est en Ouest et a subi une urbanisation linéaire de type faubourg. La desserte viaire Est/Ouest est bien assurée par cet axe. La desserte Nord/Sud est se réalise via des axes qui viennent se raccorder à la RD 1084 qui sont peu nombreux et étroits. La municipalité a la volonté de créer une nouvelle voie afin d'améliore la liaison Nord/Sud et notamment de relier la D22 au centre de Dagneux.



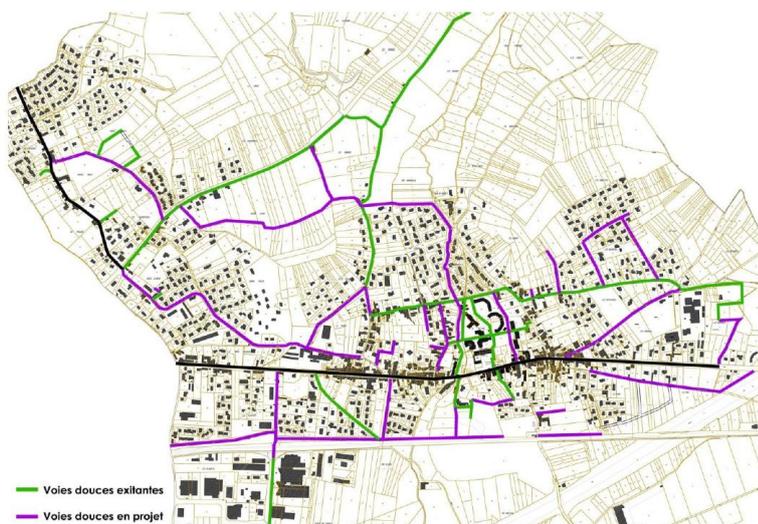
HIERARCHISATION DES VOIES DE DAGNEUX, PLU

b - Un réseau de transports collectifs peu développé sur le territoire

La ligne 132 de car a un arrêt au centre de Dagneux et permet de relier Dagneux à Lyon et Bourg en Bresse qui sont les deux grandes villes du territoire. Le passage est peu fréquent avec 8 passages dans la journée en direction de Bourg-en-Bresse par exemple. Une ligne de TER traverse également Dagneux, sans s'y arrêter, et permet de relier Lyon à Ambérieu. Les transports collectifs sont peu nombreux ce qui accentue la place de la voiture dans cette commune.

c - Un réseau de déplacements doux en développement

Des voies de déplacements doux ont été mises en place dans la commune afin de limiter l'utilisation de la voiture dans les liaisons internes. Des bandes cyclables sont présentes dans la commune afin de favoriser l'utilisation des modes actifs. De nombreux projets de cheminements sont en cours. Certains quartiers ne sont pas reliés par des voies de déplacements doux.



LES VOIES DOUCES PRESENTES ET EN PROJET A DAGNEUX, PLU // CHEMINEMENT MODE DOUX

Dans le cadre du RLP

La voiture individuelle occupe une place importante dans ce territoire ce qui renforce les enjeux d'affichages à proximité des axes routiers du territoire et tout particulièrement autour de la RD 1084 qui est empruntée par de nombreux véhicules.

d - Les entrées de ville

L'urbanisation linéaire de la commune, le long de la RD1084, a entraîné un phénomène de conurbation, responsable d'une certaine dégradation de la qualité des entrées de ville. Les entrées de ville sont considérées comme des « espaces vitrines », des zones où les enjeux paysagers sont particulièrement marqués.



UN AFFICHAGE TEMPORAIRE VENANT DEGRADER LES ENTREES DE VILLE // EVEN CONSEIL



LA PRESENCE D'UNE ENSEIGNE DE TAILLE IMPORTANTE QUI VIENT CHARGER LE PAYSAGE // EVEN CONSEIL



UNE ENTREE DE VILLE NON DEGRADEE PAR L'AFFICHAGE PUBLICITAIRE// EVEN CONSEIL



4

Les orientations : le projet politique de Dagneux

I. LE PROJET DE DAGNEUX EN FAVEUR DU CADRE DE VIE

Le diagnostic élaboré sur le territoire a fait émerger plusieurs enjeux. Pour y répondre, la collectivité fixe les orientations présentées dans le schéma ci-après. Autour d'une orientation générale (en gris), ont été fixées deux orientations sectorielles visant plus particulièrement des secteurs géographiques correspondant à des fonctions territoriales spécifiques (en vert) puis deux orientations thématiques transversales (en bleu) cherchant à apporter des réponses à des problématiques pouvant concerner l'ensemble de la commune de Dagneux.

Ces orientations ont été débattues en Conseil municipal le 19 décembre 2023.



I.1 - Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages

a - Respecter les différentes ambiances paysagères du territoire

Cette ambition tend à proposer une traduction réglementaire prenant en compte les spécificités des espaces appréhendés (ambiance et morphologie urbaines et agro-naturelles).

Le respect et la valorisation des aménités paysagères s'appréhendent par la volonté de préserver les vues sur le grand paysage et sur les éléments repères bâtis identitaires observés depuis les espaces agglomérés. La topographie du territoire permet effectivement de bénéficier d'échappées visuelles sur le grand paysage au sein même des différents tissus urbains.

Ces ambiances paysagères représentant un atout indéniable pour la qualité du cadre de vie, l'objectif recherché par Dagneux est ici de maîtriser les risques de concurrence voire de covisibilités entre l'affichage extérieur et le grand paysage. La préservation des rapports de vues par un encadrement garant de la valorisation des relations visuelles aux paysages renforcera et mettra en valeur l'identité du territoire.



LES DIFFERENTES AMBIANCES PAYSAGERES RENCONTREES SUR LE TERRITOIRE (SOURCE : SITE WEB VILLE DE DAGNEUX, EVEN CONSEIL)

b - Envisager une densité de dispositifs en cohérence avec la morphologie urbaine

L'objectif recherché est de maîtriser les formats d'affichage en cohérence avec les enjeux paysagers et urbains du territoire, et d'assurer un rapport d'échelle cohérent de ces aménagements avec leur cadre environnant.

Cet objectif a également vocation à permettre un traitement de l'affichage extérieur limitant les ruptures dans le territoire entre les possibilités de formats d'affichage relatives à une agglomération de plus de 10 000 habitants et l'impossibilité de publicité édictée par le Code de l'Environnement dans les espaces non agglomérés.



DES DISSONANCES D'ÉCHELLES ENTRE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DE GRANDE TAILLE ET LE BÂTI QUI LES ACCUEILLE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

c - Travailler la qualité esthétique des dispositifs

L'objectif recherché est de limiter les nuisances visuelles tout en procurant un apaisement de l'espace, valorisant le cadre bâti et naturel. Cette ambition se traduit par une volonté politique de favoriser l'implantation d'enseignes de manière cohérente avec l'architecture des bâtis qui les accueillent. Dans ce cadre, des mesures d'amélioration ou de pérennisation esthétiques et d'harmonisation des dispositifs publicitaires et des enseignes permettront, en outre, une valorisation du cœur urbain et favoriseront la lisibilité des commerces.



EXEMPLES D'ENSEIGNES SITUÉES LE LONG DE LA ROUTE DE GENEVE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

1.2 - Améliorer l'image perçue de la commune par les entrées de ville et les axes structurants

a - Hiérarchiser les premières impressions en entrée de ville

La valorisation des axes d'entrées de territoire en tant que « qu'axes vitrines » passe par un encadrement exigeant de l'affichage extérieur notamment aux abords de la RD1084 et de la RD 84B, et également dans les lieux stratégiques d'entrée de ville, en les affirmant comme première perception du territoire et de ses espaces bâtis.

L'ambition recherchée est un traitement qualitatif et adapté de l'affichage extérieur en lien avec l'importance qu'ils revêtent et la toile de fond du grand paysage ou du paysage urbain. L'idée est bien d'apporter une lisibilité optimale de ces secteurs porteurs de flux importants tout en offrant un apaisement visuel et des perceptions recentrées sur les paysages bâtis et naturels. De manière concrète, l'objectif tend ainsi à hiérarchiser les perceptions : paysages naturels puis bâtis puis publicité.



ENTREES DE VILLE ROUTE DE GENEVE, ROUTE DE BOURG ET ROUTE DE SAINTE-CROIX (SOURCE : EVEN CONSEIL)

b - Adapter les échelles de dispositifs aux ambiances traversées

L'objectif porté ici est de mettre en cohérence l'affichage extérieur sur les axes majeurs avec les ambiances urbaines traversées afin de concilier expression publicitaire et qualité paysagère. Cette ambition se traduit de manière générale par une volonté d'adaptation de l'affichage extérieur à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées.



GIRATOIRE ROUTE DE GENEVE, ROND-POINT DES PRINCES ET ROUTE DE GENEVE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

1.3 - Affirmer la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des activités et des espaces de vie

a - Réfléchir à la place de la publicité dans les zones d'habitation

Le diagnostic a mis en avant la présence de dispositifs publicitaires d'envergure dans les zones à vocation principale d'habitat. L'objectif recherché est de maintenir un cadre de vie apaisé dans les zones résidentielles en garantissant une faible densité des dispositifs ainsi que la recherche d'une implantation harmonieuse et sobre.



CROISEMENT ENTRE LA ROUTE DE SAINTE CROIX ET LE CHEMIN DES CHAPOTIERES (SOURCE : EVEN CONSEIL)

b - Concilier lisibilité des activités économiques et attractivité du centre-ville

Les espaces de vie quotidiens comprennent également les paysages fréquentés de manière quotidienne tels que l'avenue de Genève. Cet espace accueillant un flux conséquent de population, tant en voiture qu'à pied, il offre de nombreuses opportunités d'affichage.

Aussi, dans une optique d'optimisation de la lecture des centres-villes/bourgs et de valorisation de l'architecture des bâtis contribuant à la qualité du cadre de vie, cette orientation tend à limiter l'accumulation d'informations notamment en façade des commerces pouvant d'une part brouiller leur lisibilité et d'autre part « saturer » visuellement les paysages urbains en les banalisant.



LA ROUTE DE GENEVE, UN ESPACE CLE EN MATIERE D'AFFICHAGE DU FAIT DE L'AUDIENCIE IMPORTANTE OFFERTE PAR CET AXE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

c - Encadrer de manière spécifique l'affichage extérieur dans les zones d'activités

Le paysage commercial dans les zones d'activités est souvent peu lisible et confus, du fait de la multiplication des dispositifs entraînant un cumul d'informations. Dans les zones d'activités, et particulièrement les zones à dominante commerciale, le but du RLP est de faciliter la lecture et d'améliorer la qualité paysagère, tout en garantissant l'expression des acteurs économiques. Au sein de ces espaces, la recherche d'une intégration qualitative des enseignes en favorisant une cohérence d'implantation, de gabarit, etc. dans une logique d'harmonisation entre l'affichage extérieur et l'architecture du bâtiment sera visée tout en laissant une marge de manœuvre en termes d'identité visuelle.

Toujours dans la quête d'optimisation de la lisibilité des paysages et d'une conciliation de ceux-ci avec le besoin de visibilité des acteurs du tissu économique, cette orientation encourage également à la mutualisation, lorsque cela est possible, des supports par le biais de matériels de signalétique qui soient harmonisés.



UNE SURABONDANCE DE DISPOSITIFS QUI NUIT A LA LISIBILITE DU MESSAGE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

I.4 - Promouvoir une expression citoyenne et associative efficace et intégrée

a - Déployer des panneaux d'affichage d'opinion pour favoriser l'expression citoyenne et associative

L'ambition de Dagneux est de promouvoir l'expression citoyenne et associative, en encadrant les lieux d'affichage des diverses activités et manifestations organisées. Bien que ne relevant pas uniquement et directement du champ d'application du RLP, la commune souhaite faciliter ce type de communication, garante du dynamisme associatif et de la démocratie locale. Pour cela, des espaces dédiés à l'expression citoyenne seront identifiés, en veillant à garantir un accès aisé et sécurisé.

b - Réglementer l'affichage temporaire

Il s'agit également d'encadrer l'affichage temporaire sur le territoire. Pour cela, il est nécessaire de réglementer la densité et le nombre de dispositifs. Une attention particulière sera dispensée pour maîtriser l'affichage lié aux opérations immobilières.



DES EXEMPLES D'AFFICHAGES TEMPORAIRES SUR LA COMMUNE (SOURCE : EVEN CONSEIL)

I.5 - Encadrer le développement des dispositifs lumineux et numériques

a - S'inscrire dans la dynamique actuelle de sobriété énergétique de la commune

L'ambition de la mise en œuvre d'une politique cohérente d'affichage extérieur sur l'ensemble de la commune répond également à l'inscription du territoire dans la transition énergétique.

La publicité numérique est un procédé en voie de développement qui contribue à véhiculer une image moderne des territoires et peut participer dans une certaine mesure à une dédensification de l'affichage extérieur. Il convient néanmoins de l'encadrer dans le RLP afin d'en maîtriser les incidences sur la qualité du cadre de vie.

Aussi, l'encadrement des dispositifs lumineux et numérique en cohérence avec les usages et les modes de déplacement au sein des espaces urbains, répond au double objectif d'apaisement des paysages nocturnes et de sobriété énergétique.

b - Œuvrer à la préservation de paysages nocturnes apaisés

Face à la dégradation et à la disparition d'habitats naturels causés par la lumière artificielle, préserver et restaurer un réseau écologique propice à la vie nocturne est aujourd'hui indispensable. En limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques L'ambition de cette orientation est d'œuvrer à la préservation de paysages nocturnes apaisés en limitant le recours aux dispositifs lumineux et numériques.



DES ENSEIGNES LUMINEUSES LE LONG DE LA ROUTE DE GENEVE ET UNE ENSEIGNE NUMERIQUE AVENUE DE L'INDUSTRIE (SOURCE : EVEN CONSEIL)



5

Justification des choix opérés dans la traduction règlementaire



Le règlement local de publicité (RLP) s'est attaché, d'une part, à améliorer la qualité du cadre de vie des habitants en définissant la juste place des dispositifs d'affichage tout en permettant la préservation des libertés fondamentales et, d'autre part, à valoriser les spécificités des tissus urbains et ruraux en présence. Ainsi, une attention particulière a été portée aux différents paysages de Dagneux (centre-bours, espaces résidentiels, espaces naturels, zone économique).

La justification des choix vise à expliciter les choix en matière d'encadrement réglementaire de la publicité, des préenseignes et des enseignes, sur la commune de Dagneux.

Pour rappel, le RLP ne peut légalement prévoir que des dispositions plus restrictives que le Règlement National de Publicité (RNP), 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 modifiés par le RLP.

I. JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLP

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 publicités (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies, afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Trois zones de publicités ont été délimitées, permettant de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée.

I.1 - Les zones de publicité

Le territoire communal est découpé en fonction des enjeux dégagés lors du diagnostic et pour lesquelles des ambitions ont été définies dans les orientations.

Trois zones de publicités ont ainsi été définies :

- La zone 1 (ZP1) couvre le centre-ville de Dagneux.
- La zone 2 (ZP2) couvre les espaces résidentiels et les espaces naturels de la commune, y compris les secteurs hors agglomération.
- La zone 3 (ZP3) correspond à la zone d'activité économique.

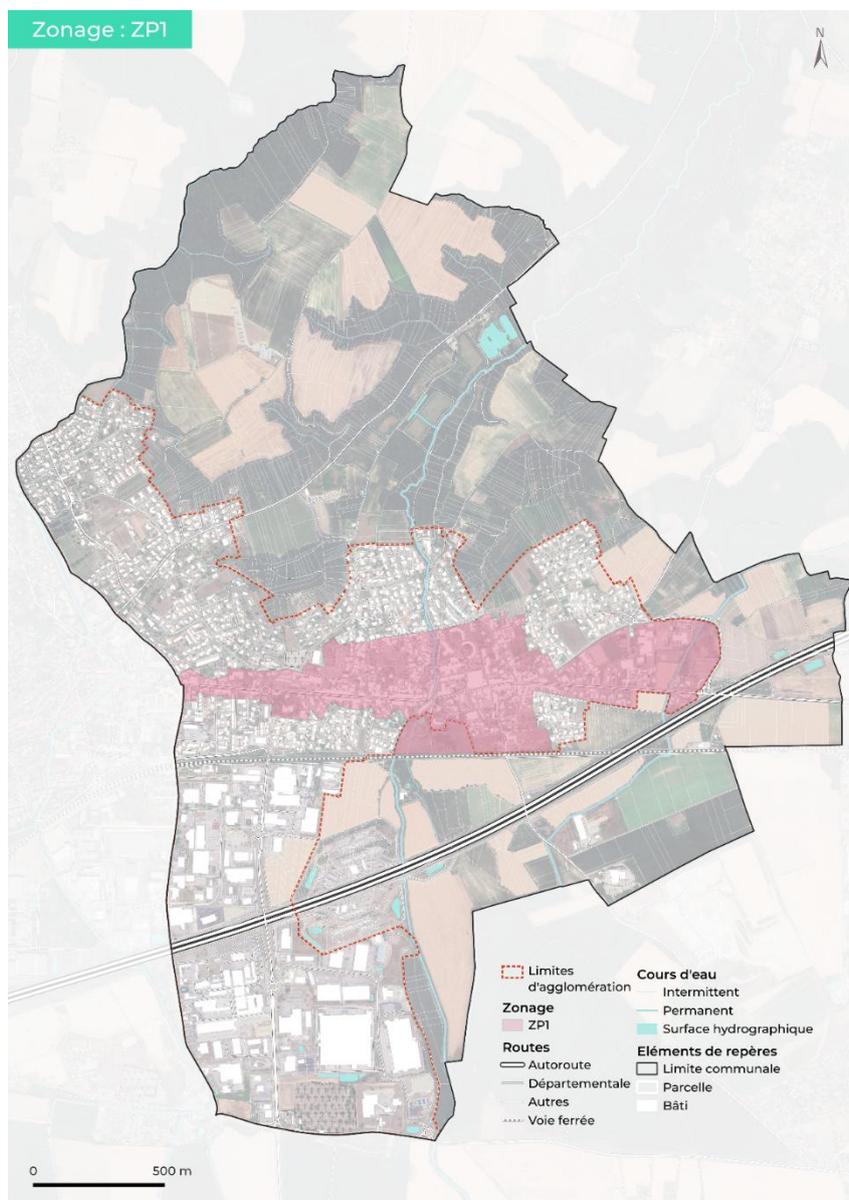
I.2 - Un découpage territorial justifié par les orientations et objectifs du RLP

a - Justification de la ZP1 – Cœur de ville

La ZP1 recouvre environ 57 hectares, soit près de 9% du territoire communal et 20% du territoire situé à l'intérieur des limites d'agglomération.

Cette zone correspond à la traversée urbaine de Dagneux, de part et d'autre de la D1084. Il s'agit d'une zone à caractère central regroupant habitat, services et commerces. La morphologie propre à la « ville-rue » et le tissu commerçant propices aux déambulations piétonnes nécessitent de traiter l'affichage extérieur de manière spécifique et restrictive. En outre, la pluralité de fonctions et d'ambiances urbaines qui caractérisent cette zone lui confèrent des enjeux majeurs en matière de qualité des entrées de ville, d'attractivité et de dynamisme économique et d'apaisement d'un espace central fortement circulé.

Il a été fait le choix de classer en ZP1 la traversée urbaine dans son ensemble afin d'assurer un traitement homogène de l'affichage extérieur et d'éviter ainsi les effets de ruptures le long de la route départementale.

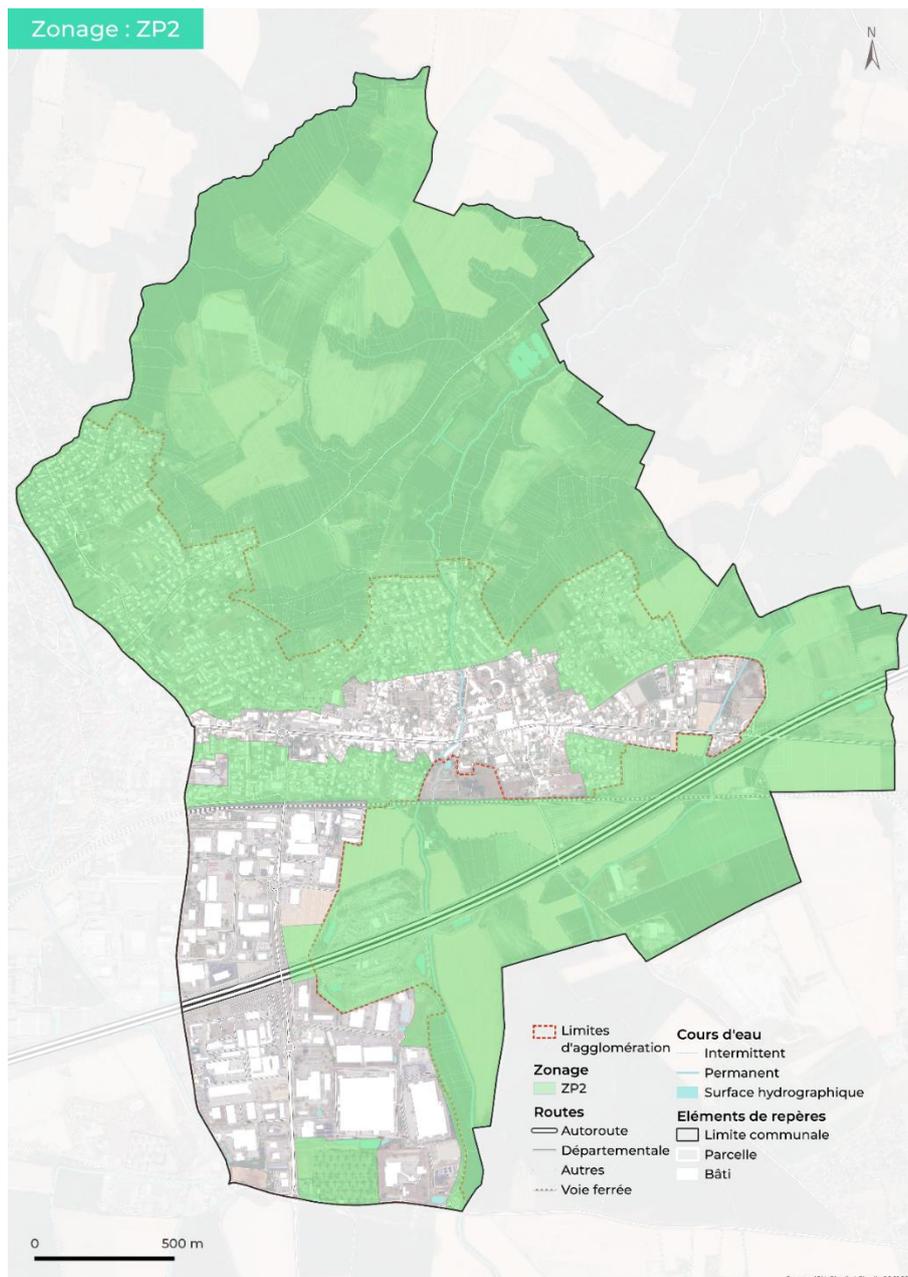


b - Justification de la ZP2 – Espaces apaisés

La ZP2 recouvre environ 530 hectares, soit près de 80% du territoire communal et 50% du territoire situé à l'intérieur des limites d'agglomération.

Cette zone regroupe des espaces bâtis à dominante résidentielle, pouvant accueillir ponctuellement des commerces ou des équipements, ainsi que les espaces naturels situés hors agglomération. Si les espaces couverts présentent des morphologies urbaines et paysagères diverses, leur point commun réside dans leur caractère apaisé et préservé de l'affichage extérieur.

Ainsi, le règlement de la ZP2 traduit une attention particulière à la préservation du cadre de vie et de résidence des habitants. Les dispositifs admis sont encadrés afin de favoriser au mieux leur insertion dans les tissus urbains et de maintenir une ambiance apaisée et cohérente avec ces espaces majoritairement résidentiels et naturels où le bien-être et la qualité du cadre de vie sont primordiaux.



c - Justification de la ZP3 – Zones d'activités économiques et commerciales

La ZP3 recouvre environ 92 hectares, soit près de 13% du territoire communal et 34% du territoire situé à l'intérieur des limites d'agglomération.

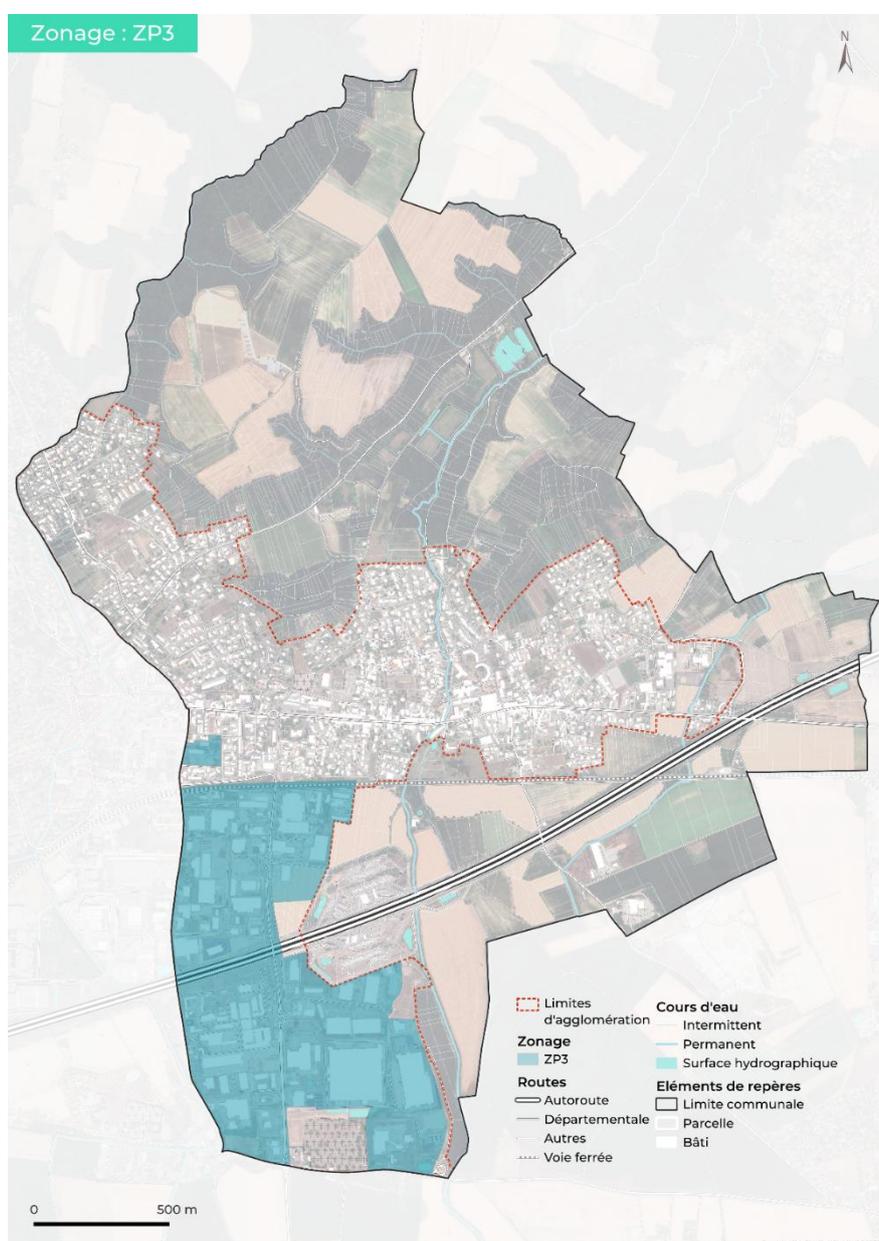
Elle concerne la zone économique située au sud de Dagneux, au sein de laquelle les dispositions réglementaires sont les plus souples au regard de la vocation économique de cet espace, et donc des besoins plus importants identifiés en matière d'affichage extérieur. Malgré cette souplesse, une attention particulière a été portée à la lisibilité des messages véhiculés. En effet, la multiplicité et la surenchère de dispositifs d'affichage extérieur, commune dans ce type de zones, ont tendance à altérer la lecture des messages figurant sur les dispositifs.

De manière générale, les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur puisqu'elles drainent des flux de population

importants et concentrent une partie non négligeable de l'affichage du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y exerçant. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle, 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'utilisateur, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Ce constat mène à conclure que les 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'Intérêt Local SIL et Relais d'Information Service RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Ces dispositifs ont été mis en place dans la zone d'activité de Dagneux et permettent de guider efficacement les usagers.

Ainsi, au sein de la ZP3, le RLP s'engage dans un objectif de maîtrise de la densité et du cumul des dispositifs et propose un cadre pour tendre vers davantage de qualité dans les pratiques.



II. JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES

Le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre préservation des paysages de Dagneux et liberté d'expression, 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 admis, en évitant l'interdiction totale d'un type de support 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 typologiques admises, et limiter la densité.

II.1 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatives à la publicité et aux préenseignes

Article P0.1. Dispositions applicables aux préenseignes

Afin de clarifier la lecture du règlement, cet article précise que les préenseignes sont soumises aux dispositions régissant les publicités.

Article P0.2. Interdiction de publicité

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 préenseignes sur clôtures aveugle. 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 d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments présentant des façades aveugles, moins nombreux ;
- La publicité et les préenseignes 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 ;
- La publicité et les préenseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet et sur marquises et auvent dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade ;
- En cas de covisibilités avec des éléments de patrimoine, dans un souci de préservation du caractère naturel ou patrimonial de ces éléments.

Article P0.3. Densité

Afin d'œuvrer en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que la densité des dispositifs publicitaire est limitée à un seul dispositif par support. 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.

Article P0.4. 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 et de fonctionnement.

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

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

Afin d'éviter la présence de dispositifs particulièrement imposants et peu qualitatifs, le règlement stipule qu'un dispositif ne peut excéder deux faces. Par ailleurs, à l'exception de la publicité installée sur mobilier urbain, les dispositifs scellés au sol de plus de 2m² doivent être de type « monopiéd » afin de réduire l'impact de ces dispositifs dans le champ visuel.

Article P0.5. 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 le caractère des lieux avoisinants et être harmonisés avec leur support.

Article P0.6. Accessoires annexes à la publicité

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise que les passerelles non amovibles sont interdites.

Article P0.7. Publicité lumineuse

Le RLP élargit la plage d'extinction nocturne pour les publicités et préenseignes, en la portant à 23h00 – 7h00. Cette évolution répond à une volonté d'œuvrer pour une restauration des paysages nocturnes plus apaisés pour la biodiversité et pour les usagers et habitants du territoire. En outre, elle participe à un enjeu de diminution des consommations énergétiques de la commune.

II.2 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatives aux enseignes

Article E0.1. Interdiction d'enseigne

Le RLP 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 toiture ou terrasse en tenant lieu, du fait l'impact paysager particulièrement fort de ce type de dispositif de grande taille et visible de très loin ;
- Sur balcon et garde-corps.

Article E0.2. Intégration architecturale

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 de 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 E0.3. Enseigne lumineuse

Conscient que les enseignes lumineuses sont garantes d'une visibilité de l'activité économique notamment en période hivernale, Dagneux ne s'est pas positionné en faveur d'une interdiction de ces dispositifs. Toutefois, une plage horaire élargie d'extinction nocturne a été actée, imposant une extinction entre 23h00 et 7h00, lorsque l'activité a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22 heures et 8 heures, 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.

Article E0.4. Enseigne scellée au sol ou installée 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 (deux faces maximums de même dimensions...).

Article E0.5. Enseignes en façade

Afin d'appuyer les objectifs d'intégration paysagère des dispositifs, des règles spécifiques à l'installation des enseignes en façade ont été édictées. Ainsi, l'enseigne perpendiculaire doit être alignée sur l'enseigne parallèle et respecter une harmonie d'ensemble. Dans cette même recherche d'harmonie, le règlement régie l'implantation des enseignes en étage.

Article E0.6. Enseignes collées ou appliquées sur baies vitrées (vitrophanie)

Les enseignes autocollantes pouvant avoir un impact non négligeable sur la perception des commerces, Dagneux a choisi d'édicter des dispositions spécifiques à ce sujet. Ainsi, dans un objectif de limitation de la surface de la vitrine recouverte par de la vitrophanie extérieure, le RLP impose que seul 25% de la surface totale de la baie peut accueillir une enseigne en vitrophanie.

Article E0.6. Enseignes sur store

L'autorisation des enseignes sur store uniquement sur le tombant ou lambrequin du dispositif vise à garantir une intégration plus qualitative et plus sobre de l'enseigne dans son environnement ainsi qu'une meilleure lisibilité de l'enseigne pour les usagers de l'espace public. Par ailleurs, afin d'éviter une surenchère de dispositifs en façade, le règlement précise que les enseignes sur store doivent être comptabilisées dans le calcul de la surface cumulée maximum autorisée.

II.3 - Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatives aux dispositifs lumineux ou numériques situés à l'intérieur des vitrines

Afin d'assurer une cohérence de traitement sur l'ensemble de la commune, le RLP réglemente les publicités et enseignes lumineuses ou numériques situées à l'intérieur des vitrines ou baies d'un local à usage commercial. Il est ainsi spécifié que ces dispositifs obéissent aux mêmes règles d'extinction nocturne que les enseignes, afin d'assurer une extinction globale des dispositifs lumineux. En outre, le RLP fixe une surface maximale afin d'éviter que ce type de dispositif ne vienne occulter intégralement une vitrine et produise ainsi un effet démesuré.

II.1 - Dispositions particulières à la zone de publicité 1 (ZP1) – Cœur de ville

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP1

Afin de répondre aux enjeux de préservation de l'attractivité et de la qualité de vie du centre de Dagneux, le RLP limite de façon stricte les typologies de publicité admise dans cette zone. Ainsi, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (non numérique) est admise, compte tenu de sa vocation publicitaire accessoire.

Conformément au Code de l'Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à admettre les supports utiles à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales. 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.

Scellé au sol	Interdit
Posé au sol	Admis
Mural	Interdit

Sur mobilier urbain	Admis
Lumineux	Admis
Numérique	Interdit

Dispositions relatives aux enseignes en ZP1

Scellé au sol	Interdit	Dans la mesure où la ZP1 couvre le centre-ville de Dagneux, une vigilance particulière est portée à l'intégration architecturales et paysagères des enseignes.
Posé au sol	Admis – 2m ²	
En façade	2 parallèles (lettrage découpé) 1 sur store 2 perpendiculaires	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. Toutefois, les chevalets restent admis.
Lumineux	Admis	Les enseignes sur clôtures sont également interdites afin d'éviter la dégradation de murs et murets dans ce secteur.
Numérique	Admis	

En façade, afin de limiter l'accumulation de dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, le nombre d'enseignes par activité est limité à 2 parallèles, 1 sur store et 2 perpendiculaires. En outre, le lettrage découpé est imposé pour les enseignes parallèles, afin de mettre en valeur le patrimoine bâti présent dans cette zone et d'alléger visuellement les devantures.

Enfin, le RLP rappelle la superficie maximale des enseignes en façade imposée par la réglementation nationale.

II.2 - Dispositions particulières à la zone de publicité 2 (ZP2) – Espaces apaisés

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP2

Cette zone regroupe une vaste partie du territoire communal aggloméré et les espaces naturels hors agglomération. Les choix réglementaires opérés visent à préserver l'apaisement de ces espaces. C'est pourquoi, seules sont admises les publicités et pré-enseignes murales et sur mobilier urbain. Les dispositifs muraux sont limités en format, afin de s'adapter aux ambiances et aux morphologies urbaines traversées. Le format 2.75m² permet l'installation d'une affiche de format standard et de son encadrement.

Enfin, au regard de la volonté de la commune de préserver l'ambiance apaisée de ces espaces, la publicité lumineuse, y compris numérique, y est interdite.

Scellé au sol	Interdit
Posé au sol	Interdit
Mural	2.75m ²

Sur mobilier urbain	Admis
Lumineux	Interdit
Numérique	Interdit

Dispositions relatives aux enseignes en ZP2

Scellé au sol	Interdit – <i>Dérogation si façade non visible</i>	L'objectif du RLP au sein de cette zone est de permettre un traitement des enseignes œuvrant au maintien de l'activité économique existant ponctuellement et de garantir une intégration cohérente et harmonieuse avec le paysage naturel et résidentiel.
Posé au sol	Interdit	
En façade	1 perpendiculaire max	C'est pourquoi, la commune de Dagneux a fait le choix d'admettre les enseignes au sol uniquement lorsque la façade de l'activité n'est pas visible depuis la voie. Cette disposition permet de privilégier les enseignes en façade, jugées moins impactantes sur le paysage, tout en limitant l'installation des enseignes perpendiculaires. Les enseignes sur clôtures sont également interdites afin d'éviter la dégradation de murs et murets dans ce secteur.
Lumineux	Admis	
Numérique	Interdit	

seignes en façade, jugées moins impactantes sur le paysage, tout en limitant l'installation des enseignes perpendiculaires. Les enseignes sur clôtures sont également interdites afin d'éviter la dégradation de murs et murets dans ce secteur.

Les enseignes lumineuses sont admises, afin de garantir une égalité de traitement entre les activités du territoire. Toutefois, dans un souci de préservation d'un paysage nocturne apaisé, les enseignes numériques sont interdites.

II.3 - Dispositions particulières à la zone de publicité 3 (ZP3) – Zones d'activités économiques et commerciales

Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP3

Scellé au sol	8m ²	Pour répondre à l'objectif de « dé-densification » du champ visuel dans la zone d'activité et d'amélioration de la lisibilité des messages, le RLP limite les formats publicitaires admis à 8m ² au sol et au mur. Les publicités sont aujourd'hui peu présentes dans ce secteur, où les enseignes sont privilégiées. Le RLP permet ainsi l'implantation de pré-enseignes tout en privilégiant la visibilité des enseignes, jugée plus importante pour guider l'utilisateur au sein de la zone.
Posé au sol	Interdit	
Mural	8m ²	
Sur mobilier urbain	Admis	
Lumineux	Admis	
Numérique	Admis	

Dispositions relatives aux enseignes en ZP3

Scellé au sol	Admis – 3 par activité max
Posé au sol	Interdit
En façade	1 perpendiculaire max
Lumineux	Admis
Numérique	Admis

Au sein des zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLP de Dagneux affiche une orientation spécifique sur l'apaisement des paysages de la zone d'activité économique et commerciale pour assurer une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes.

Les enseignes en façade étant très représentées au sein des zones d'activités et les gabarits des bâtiments étant divers, il n'a pas été souhaité imposer une superficie d'occupation maximale. La règle du RNP s'applique et permet de maîtriser la surface cumulée des enseignes. Toutefois, afin de limiter la multiplication des enseignes en façade, un nombre maximal a été fixé par le RLP. Par ailleurs, les dispositions générales portant sur l'encadrement esthétique des enseignes tendent à maîtriser l'intégration des enseignes dans leur environnement et dans les bâtis. Par conséquent, le secteur d'activité économique bénéficie de la dynamique globale du RLP veillant à la qualité du traitement de l'affichage extérieur de façon à lutter contre la banalisation des paysages.