



**RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ  
INTERCOMMUNAL**

**Diagnostic**

Décembre 2023

INTRODUCTION .....	5
Contexte législatif .....	5
Intérêt d'un RLPi .....	5
Éviter la caducité.....	5
Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire ...	5
1 : LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL .....	6
1.1 Les principales étapes de la procédure .....	6
1.2 Les pièces constitutives du RLPi .....	8
1.2.1 Le rapport de présentation.....	8
1.2.2 Le règlement .....	8
1.2.3 Les annexes .....	8
1.3 Le champ d'application matériel.....	9
1.3.1 La publicité .....	9
1.3.2 L'enseigne .....	10
1.3.3 La préenseigne .....	11
1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires .....	12
1.3.5 L'affichage d'opinion.....	13
1.3.6 Les bâches .....	14
1.3.7 La publicité de petit format .....	15
1.3.8 La publicité sur véhicules terrestres .....	15
1.3.9 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation .....	16
2 : ANALYSE Territoriale.....	19
2.1 Approche globale : les paysages de l'agglomération caladoise.....	19
2.2 Le patrimoine naturel.....	22
2.2 Le patrimoine bâti.....	23
2.3 Les axes structurants et les entrées de ville .....	25
2.4 Les zones d'activités économiques et commerciales.....	26
2.5 Les centralités urbaines et rurales .....	28
2.6 Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure .....	29
3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES .....	31
3.1 Le champ d'application géographique.....	31
3.1.1 La population de référence .....	31
3.1.2 Définition de l'agglomération.....	31
3.1.3 Définition de la communauté d'agglomération (INSEE) .....	31
3.1.4 Définition de l'unité urbaine (INSEE).....	31
3.2 La notion d'agglomération .....	33
3.3 Les dispositions du RNP applicables à la publicité.....	34
3.3.1 La surface de la publicité.....	35

3.3.2	Les principales règles applicables à la publicité murale .....	35
3.3.3	Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol.....	36
3.3.4	Le régime applicable au mobilier urbain.....	37
3.3.5	Le régime applicable à la publicité numérique .....	37
3.3.6	La publicité sur véhicules terrestres.....	38
3.3.7	La publicité sur bâches.....	38
3.3.8	La règle nationale de densité.....	39
3.3.9	La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines .....	40
3.3.10	L'obligation d'extinction nocturne .....	40
3.4	Les dispositions du RNP applicables aux enseignes .....	41
3.4.1	Les principales règles applicables à l'enseigne murale .....	41
3.4.2	Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol.....	41
3.4.3	Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse.....	42
3.4.4	Les enseignes lumineuse situées à l'intérieur des vitrines .....	42
3.4.5	Les principales règles d'extinction nocturne .....	43
3.5	Le pouvoir de police .....	43
3.6	Les dispositions figurant dans les RLP actuels.....	43
3.6.1	Le règlement local de publicité de Villefranche-sur-Saône.....	44
3.6.2	Le règlement de publicité de Gleizé .....	48
3.6.3	Le règlement de publicité de Limas.....	49
4	LE DIAGNOSTIC .....	51
4.1	Méthode de Recensement.....	51
4.1.1	Publicité.....	51
4.1.2	Enseignes.....	52
4.2	Les chiffres clefs de la publicité.....	53
5	LES CONSTATS.....	64
5.1	Publicité .....	64
5.1.1	Hors agglomération.....	64
5.1.2	Le patrimoine naturel .....	65
5.1.3	Le patrimoine bâti.....	66
5.1.4	Les axes structurants et les entrées de ville des centralités urbaines.....	70
5.1.5	Les zones d'activités économiques et commerciales des centralités urbaines.....	73
5.1.6	Les centralités « urbaines » .....	75
5.1.7	Les centralités « rurales » .....	79
5.2	Enseignes.....	81
5.2.1	Hors agglomération.....	81
5.2.1	Le patrimoine naturel .....	82
5.2.2	Le patrimoine bâti.....	83
5.2.3	Les axes structurants et les entrées de ville des centralités urbaines.....	90

5.2.4	Les zones d'activités économiques et commerciales des centralités urbaines .....	99
5.2.5	Les centralités « urbaines.....	102
5.2.6	Les centralités « rurales ».....	103
5.3	Synthèse des constats .....	109
5.3.1	Publicité.....	109
5.3.2	Enseignes.....	110
6	LES ORIENTATIONS .....	110
6.1	Publicité :.....	110
6.2	Enseignes :.....	111

# INTRODUCTION

## Contexte législatif

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétent en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi).

## Intérêt d'un RLPi

### Éviter la caducité

Actuellement, trois communes, Villefranche-sur-Saône, Gleizé et Limas disposent d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Pour Gleizé (1993) et Limas 1989°, adoptés antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à leur propos qu'il s'agit de règlements de publicité de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, à peine de caducité. Ils sont caducs depuis le 13 janvier 2021.

Le RLP de Villefranche-sur-Saône adopté en 2011 deviendra caduc à l'approbation du RLPi.

### Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire

Les règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

Les RLPi s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés selon une procédure identique à celle des plans locaux d'urbanisme intercommunaux (PLUi), ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie ; ils renforcent l'identité du territoire.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLPi sera établi. Le RLPi institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.58-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLPi peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et sites Natura 2000.

# 1 : LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## 1.1 Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLPi est identique à celle d'un PLUi (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

Les modalités de collaboration entre la Communauté d'agglomération Villefranche Beaujolais Saône et les communes membres de l'agglomération ont été définies à l'occasion d'une conférence intercommunale regroupant l'ensemble des maires des communes membres.

La délibération de prescription du RLPi en date du 23 septembre 2021 qui a précisé les objectifs poursuivis a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPi (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- Information du public :
  - mise à disposition d'un dossier de concertation consultable au siège de la CAVBS aux jours et horaires d'ouverture, et sur le site web de la CAVBS ;
  - publication d'articles dans les bulletins d'informations de la CAVBS et des communes-membres.
  
- Participation du public :
  - création d'une adresse mail dédiée au projet ;
  - organisation d'au-moins une réunion publique ;
  - organisation d'au moins un atelier technique d'échange avec les acteurs économiques (commerçants, afficheurs...).

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil communautaire ; il est parallèlement débattu au sein de chaque conseil municipal. En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

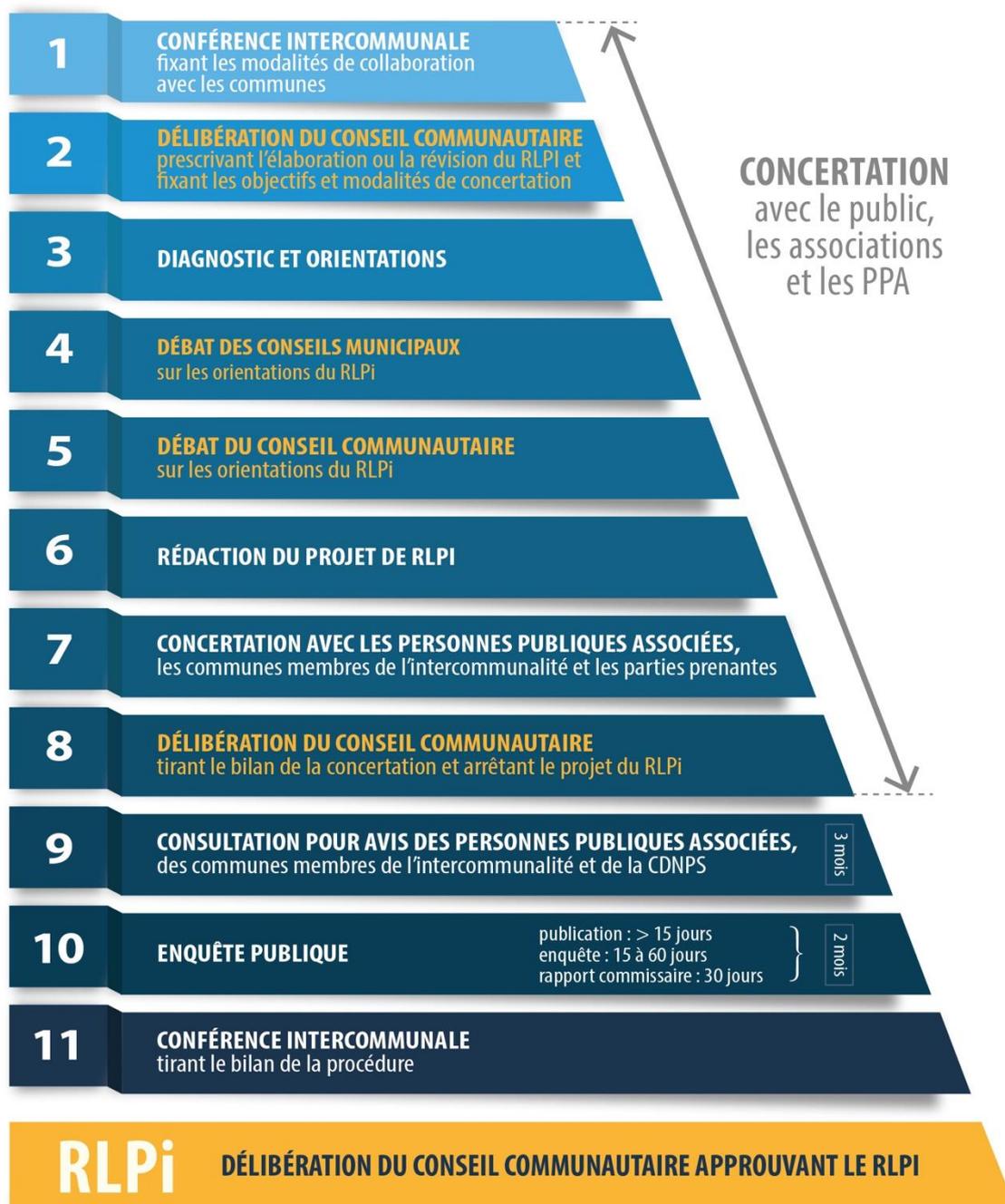
Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Après une nouvelle conférence intercommunale qui tire le bilan de toute la procédure, le projet de RLPi est définitivement approuvé par le conseil communautaire.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLPi entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette

entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

	RNP ou modification de dispositif	RLPi
Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation



## 1.2 Les pièces constitutives du RLPi

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

### 1.2.1 Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de l'affichage publicitaire sur le territoire du RLPi. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, des RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

### 1.2.2 Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLPi à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLPi, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3 Les annexes

Les annexes sont constituées

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés<sup>1</sup> si existants dans le rapport de présentation et le règlement ;
- les arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes membres de l'agglomération ;
- les documents graphiques les matérialisant.

---

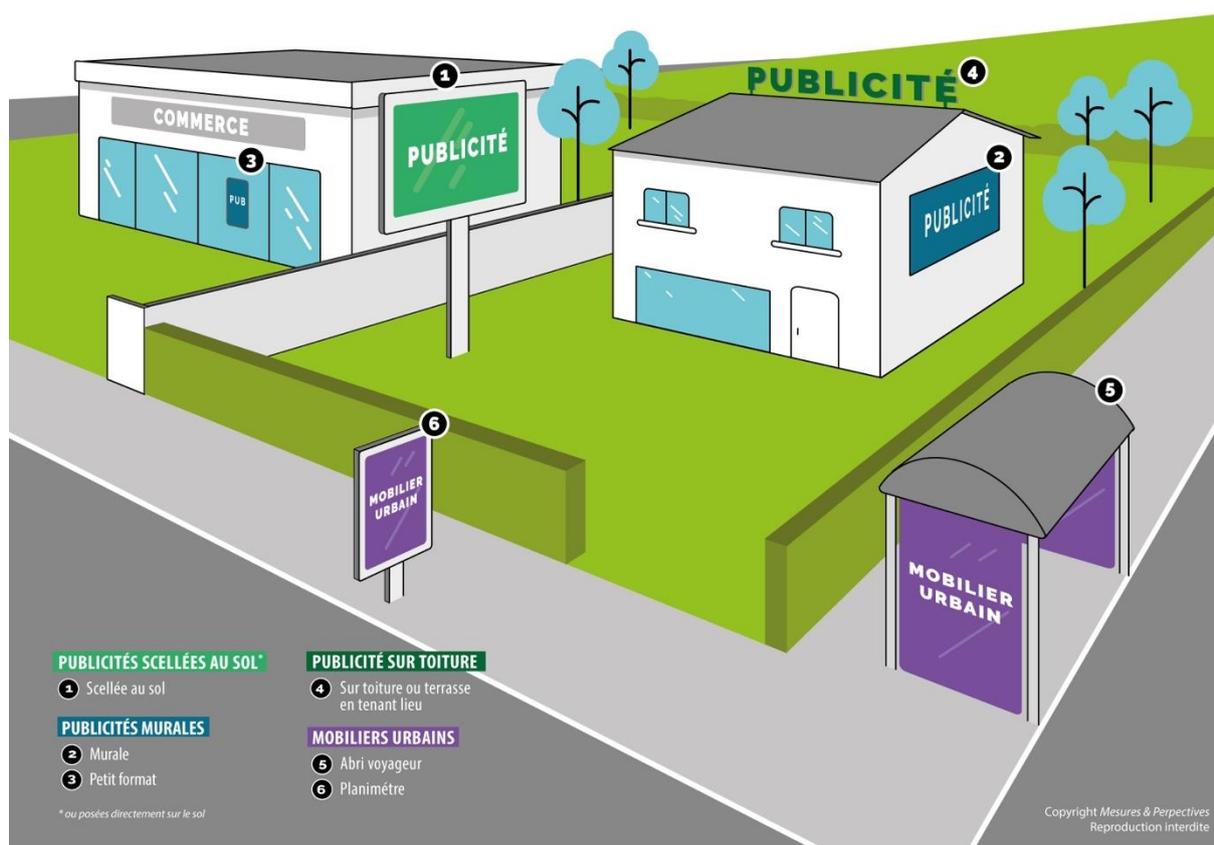
<sup>1</sup> Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du Code de l'environnement).

## 1.3 Le champ d'application matériel

L'article L.581-2 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

### 1.3.1 La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.



Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité, réglementés par le RNP suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

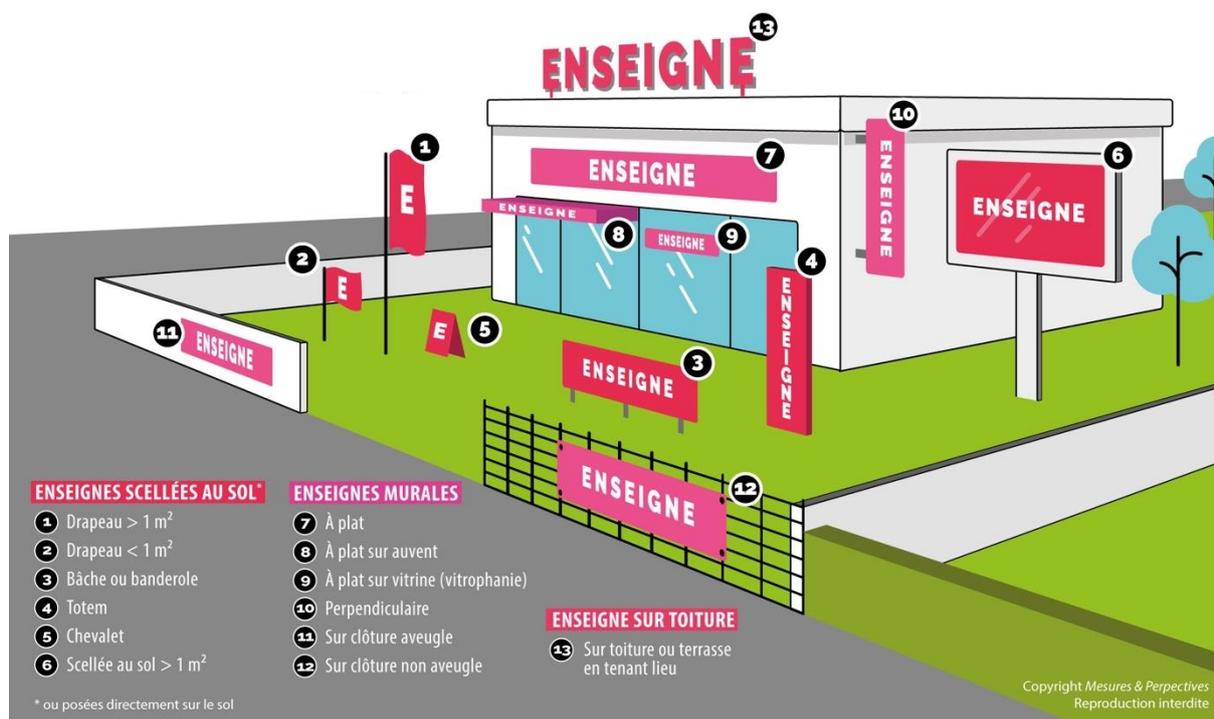
Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune et de son appartenance à une unité urbaine dans lesquels ils sont implantés.

### 1.3.2 L'enseigne

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode ou de leur lieu d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- enseignes lumineuses ;

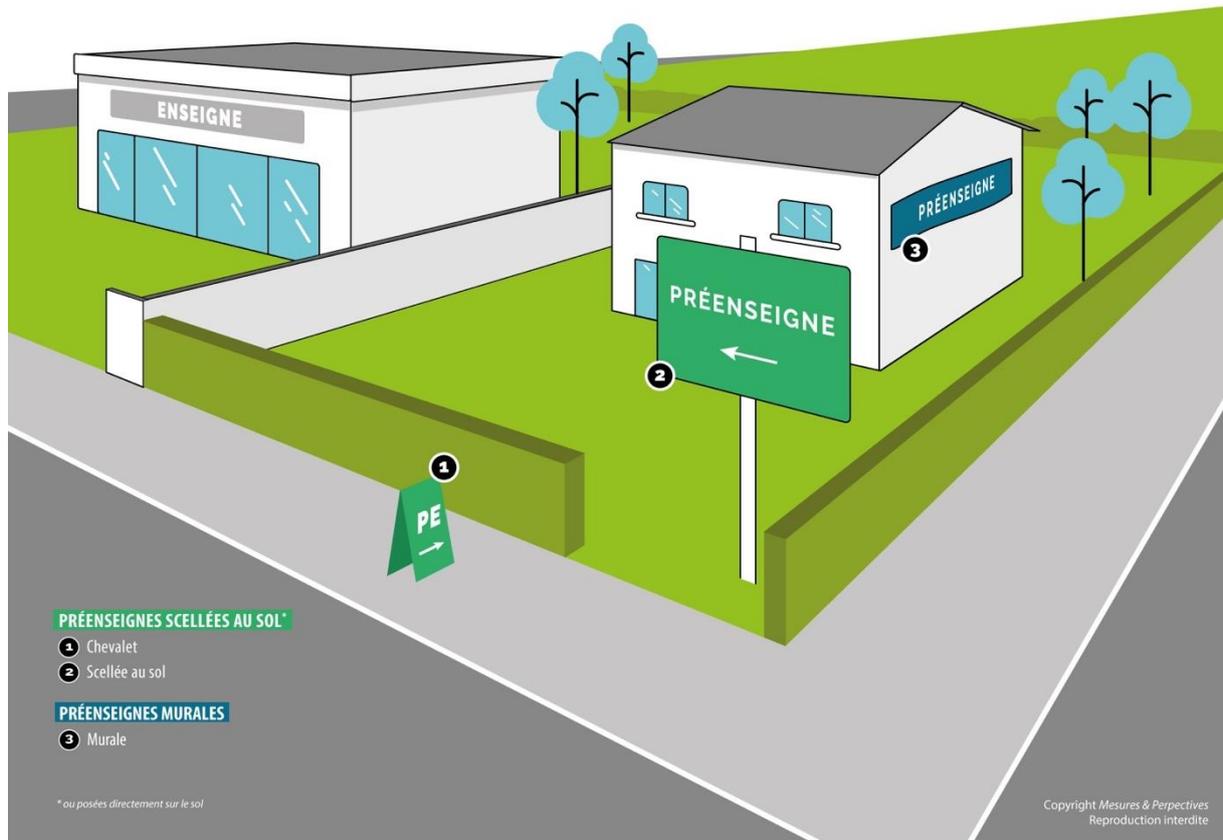


### 1.3.3 La préenseigne

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L. 581-3-3° du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLPi ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



### 1.3.4 Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Seules les préenseignes dérogatoires (Art. L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles sont implantées hors agglomération.

Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Elles sont soumises à des conditions de format, de distance et de nombre par rapport à l'activité signalée :

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1 m (h) x 1,5 m (L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



Préenseigne dérogatoire

### 1.3.5 L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble du territoire communal des emplacements 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. La surface minimale ainsi réservée est de :

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> plus 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> plus 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m <sup>2</sup>
De	A	
0	2 000	4
2 001	4 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m <sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 10 000

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

La surface à mettre à disposition dans chaque commune est la suivante :

Commune	Population	Surface minimale en m <sup>2</sup>
Arnas	3 856	6
Blacé	1 656	4
Cogny	1 201	4
Denicé	1 561	4
Gleizé	7 811	10
Jassans-Riottier	6 458	10
Lacenas	1 006	4
Le Perréon	1 626	4
Limas	4 905	8
Montmelas-Saint-Sorlin	509	4
Rivolet	590	4
Saint-Cyr-le-Châtoux	152	4
Saint-Étienne-des-Ouillères	2 246	6
Saint-Julien	873	4
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	819	4
Vaux-en-Beaujolais	1 106	4
Ville-sur-Jarnioux	839	4
Villefranche-sur-Saône	37 303	27



*Panneau affichage d'opinion*

### 1.3.6 Les bâches

Les bâches de chantier sur échafaudage ou publicitaires peuvent être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS).



*Bâche de chantier (illustration prise sur un autre territoire)*

### 1.3.7 La publicité de petit format

L'article L.581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petits 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 m<sup>2</sup>. 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 m<sup>2</sup>.



*Publicité de petit format (illustration prise sur un autre territoire)*

### 1.3.8 La publicité sur véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports 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. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup> (article R. 581-48).



*Véhicule publicitaire (illustration prise sur un autre territoire)*

### 1.3.9 Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

Malgré leur ressemblance avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du Code de l'environnement. Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



*Signalisation routière - Villefranche-sur-Saône*



*Signalisation d'information locale (SIL) - Arnas*

Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations.



*Journal électronique d'information (JEI) - Saint-Étienne-des-Ouillères*



*Dispositif à message fixe - Cogny*



*Relais Information Service (RIS) - Jassans-Riottier*

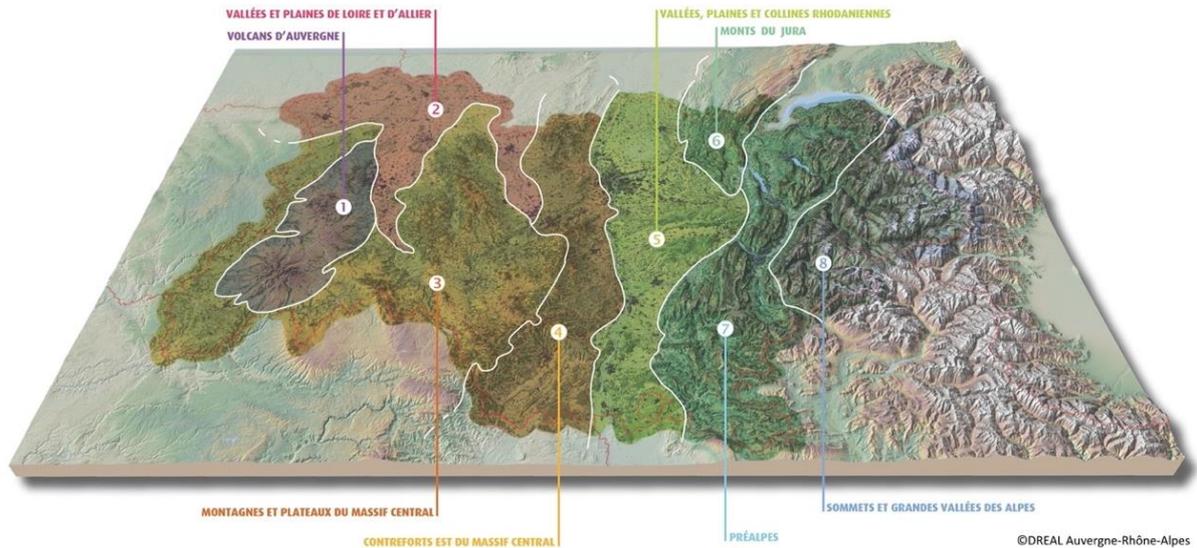
## 2 : ANALYSE TERRITORIALE

### 2.1 Approche globale : les paysages de l'agglomération caladoise

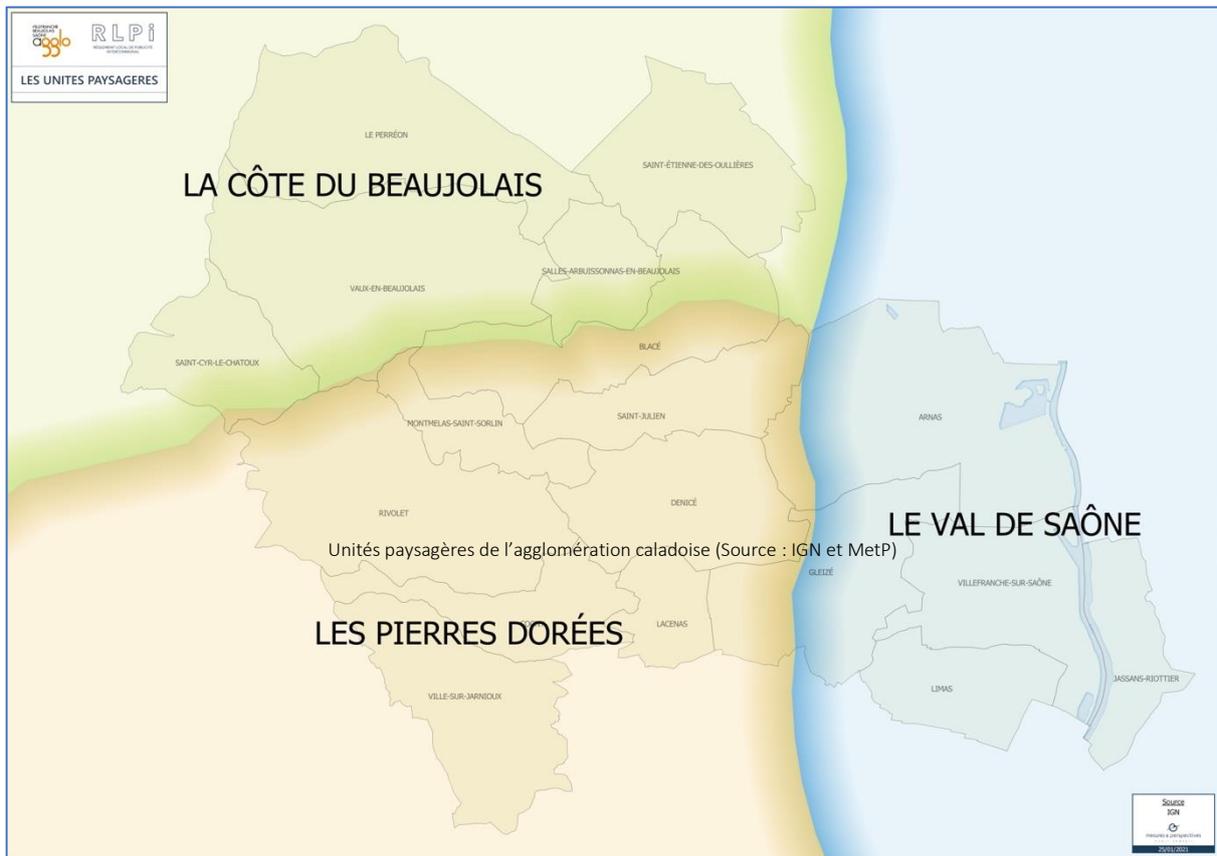
Les pratiques d'une population modifient l'environnement et se traduisent dans le paysage. Ce dernier résulte de l'action « de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations », comme l'a défini la Convention européenne du paysage. Le paysage est alors le reflet de l'histoire d'une société et fonde l'identité et l'attractivité de la région.

La région Auvergne-Rhône-Alpes se distingue en 8 grands paysages qui témoignent eux-mêmes des évolutions géologiques du territoire. L'agglomération caladoise s'inscrit à la lisière de deux de ces grands paysages que sont :

- Les contreforts est du massif central (4) ;
- Les vallées, plaines et collines rhodaniennes (5).



Chacun des grands paysages est décomposé en une multitude d'unités à l'échelle départementale qui révèlent ainsi une exceptionnelle mosaïque paysagère. Le territoire de l'agglomération caladoise est compris dans 3 de ces unités paysagères, décrites par le CAUE Rhône métropole.



- **Le val de Saône :**



Paysage agricole et nouveaux ensembles de logements, à Arnas (CAUE Rhône métropole)

Au pied des coteaux viticoles et de la chaîne des monts du Beaujolais, la Saône a formé une large vallée alluviale. Celle-ci a permis le développement d'écosystèmes sensibles et de paysages naturels liés à l'eau qui font d'elle un axe migratoire d'importance nationale pour les oiseaux et un espace de continuité écologique entre le piedmont du Massif central et les Dombes.

La Saône et son environnement particulier ont longtemps contraint le développement urbain, garantissant jusqu'alors un équilibre entre villes, zones agricoles, et vastes espaces naturels. Le développement de l'influence économique et résidentielle de la métropole lyonnaise et de l'agglomération caladoise menace aujourd'hui cet équilibre.

Ce paysage présente aujourd'hui 3 grands enjeux à prendre en compte dans les documents d'urbanisme que sont :

- la valorisation des franges urbaines ;
- la qualification des routes d'entrée du Beaujolais ;
- la valorisation de la plaine agricole naturelle.

- **Les Pierres dorées :**

Au sud de Villefranche-sur-Saône, la côte viticole se transforme progressivement en un relief

vallonné composé de plateaux ondulés et de coteaux qui avancent vers la Saône et s'étendent vers les monts du Lyonnais et du Tararais. La richesse et la haute qualité des sols ont permis une diversité de culture agricole formant des paysages de polyculture à dominante viticole. Les nombreux villages et hameaux aux couleurs chaudes et à l'architecture marquée par la Renaissance, les vallées bocagères ou les boisements qui occupent les hauteurs, confèrent au territoire une singularité de paysages très recherchée par les touristes. Proche de Lyon ce secteur est soumis à une importante pression résidentielle et à un développement du bâti peu maîtrisé qui menace l'activité touristique liée au patrimoine, aux terroirs et à la nature.



Les principaux enjeux de ce paysage sont les suivants :

- le développement des villages respectueux des paysages ;
- la préservation des ensembles agricoles de coteaux et de plateaux ;
- la mise en valeur d'une mosaïque d'espaces naturels ;
- la qualification des routes et portes d'entrée touristiques.



Église de la ville de Salles -Arbussonas-en-Beaujolais ancré dans le paysage vallonné (Source : villagesdefrance.fr)

#### - **La côte du Beaujolais**

Au nord de Villefranche-sur-Saône, le relief prend la forme d'une côte qui s'élève doucement depuis le val de Saône jusqu'aux crêtes en limite avec les monts du Beaujolais. Depuis le XIX<sup>ème</sup> siècle la viticulture occupe l'ensemble de la côte jusqu'à 500 mètres d'altitude et se fait plus dense au sein des aires d'appellation des crus du Beaujolais. Ces vastes étendues de vignes forment un paysage ouvert dans lequel chaque élément vertical, bâti ou végétal, prend une importance visuelle considérable. De nombreux petits vallons se distinguent dans le paysage par les cordons arborés soulignant leur cours d'eau. Seules quelques larges vallées dévoilent un paysage plus fermé de prairie et de bocage.

La monoculture de la vigne offre une grande lisibilité du paysage mais elle est aussi synonyme d'une faible diversité écologique. La gestion et le développement des structures végétales dans le vignoble est donc un enjeu environnemental et paysager pour ce secteur où paysage et économie du vin sont intimement liés.

Les principaux enjeux pour ce paysage sont les suivants :

- la qualification des silhouettes de villages et de hameaux ;
- la diversification des paysages du vignoble ;
- la préservation du réseau écologique de vallées et vallons ;
- la gestion des espaces agricoles des pentes et hauteurs.

Certains des enjeux précédemment cités entrent en compte dans le champ d'action de la réglementation de la publicité extérieure. Pour ces dispositifs, le non-respect des règles du code de l'environnement peut entraîner des effets néfastes sur les villages/hameaux, sur la qualité des axes d'entrées de ville et notamment dans les zones périurbaines.

Par ailleurs, la mise en place d'un RLPi doit évaluer et prendre en considération ces enjeux. L'agglomération caladoise, comme détaillé ci-avant possède une mosaïque de paysage remarquables qui doit être préservée. Le RLPi doit donc participer à :

- l'amélioration de la qualité des entrées de villes ;
- la préservation des villages et hameaux ;
- la valorisation des franges urbaines (zones périurbaines).

## 2.2 Le patrimoine naturel

Le territoire de l'agglomération est constitué d'une multitude d'habitats naturels interconnectés qui dessinent la singularité des paysages : les milieux agricoles, les boisements, les haies et les milieux aquatiques et humides.

Les rivières et les quelques espaces boisés de l'agglomération constituent les principaux éléments de nature permettant des continuités végétales entre l'espace urbain et les espaces agro-naturels périphériques.

Certains de ces habitats bénéficient de protections réglementaires au regard de la publicité extérieure.

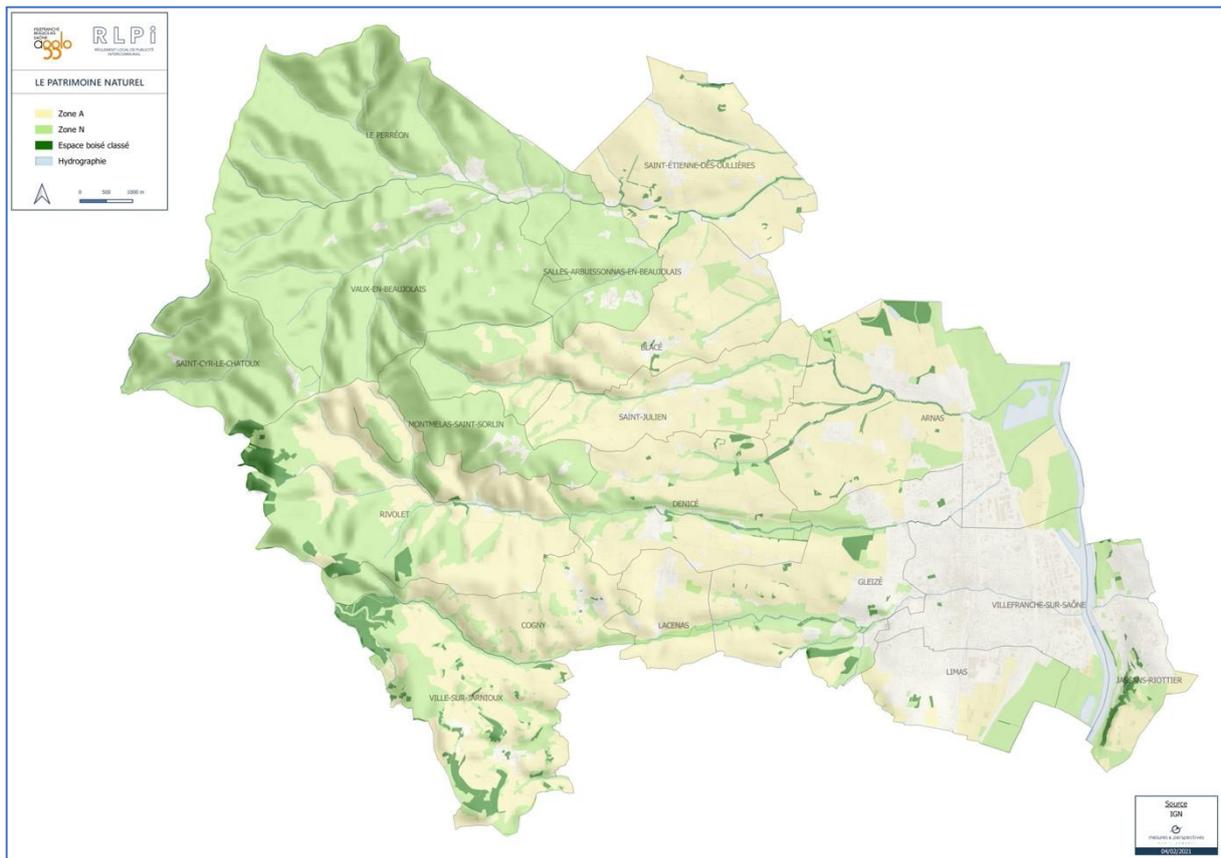
Les publicités scellées au sol sont interdites en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC), en application de l'article L.130.1 du Code de l'urbanisme ;
- dans les zones naturelles du PLU (Art. R.123-8 du Code de l'urbanisme).

La quasi-totalité des communes de l'agglomération possède des EBC à l'exception des communes de Lachenas, Montmelas-Saint-Sorlin, Vaux-en-Beaujolais, Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais et le Perréon.

Les zones naturelles identifiées au PLU existent sur l'ensemble des communes, et leur répartition suit un gradient positif d'est en ouest. Elles sont également situées autour de la Saône.

COMMUNE	Surface des EBC (ha)
Saint-Cyr-le-Chatoux	<1
Saint-Étienne-des-Oullières	33
Villefranche-sur-Saône	2
Denicé	26
Amas	77
Blacé	4
Gleizé	53
Saint-Julien	0
Ville-sur-Jamioix	138
Rivolet	116
Jassans-Riottier	26
Limas	5
Cogny	2



D'autre part, toute publicité est également interdite dans les zones spéciales de conservation et dans les sites d'intérêt communautaire Natura 2000 (Art. L.581-8). Or, le site Natura 2000 FR820206 « Prairies humides et forêts alluviales du val des Saône » couvre une petite partie du territoire d'Arnay au nord-est de la commune.

Enjeux pour le RLPi :

La majorité des espaces dans ce type de secteurs est en milieu non aggloméré. La publicité y est interdite par le Code de l'environnement.

Ces espaces de nature, plus ou moins aménagés, sont appréhendés au regard de leur valeur écologique, mais également pour leur rôle d'éléments du cadre de vie. L'enjeu est de préserver ces espaces des implantations publicitaires lorsqu'ils se trouvent dans les secteurs agglomérés.

## 2.2 Le patrimoine bâti

Publicités, enseignes et préenseignes sont des dispositifs qui ont un impact visuel direct sur les différents éléments du patrimoine historique des villes.

**Les monuments historiques :**

Sur les monuments inscrits et classés, la publicité est interdite (article L.581-4 1° et L.581-4 2°) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP.

À moins de 500 mètres et en covisibilité de cet édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLPi, qui établira des règles d'implantation plus

contraignantes que celles fixées la réglementation nationale.

Concernant les monuments classés, l'installation ou la modification des enseignes sont soumises à autorisation (article L.581-18 du CE) après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 du CE).

La ville de Villefranche-sur-Saône comptabilise 27 monuments historiques (MH). La plupart d'entre eux sont centralisés dans la vieille ville. Les périmètres de protection de 500 mètres générés par les MH s'étendent à l'est et impactent même la commune de Gleizé.

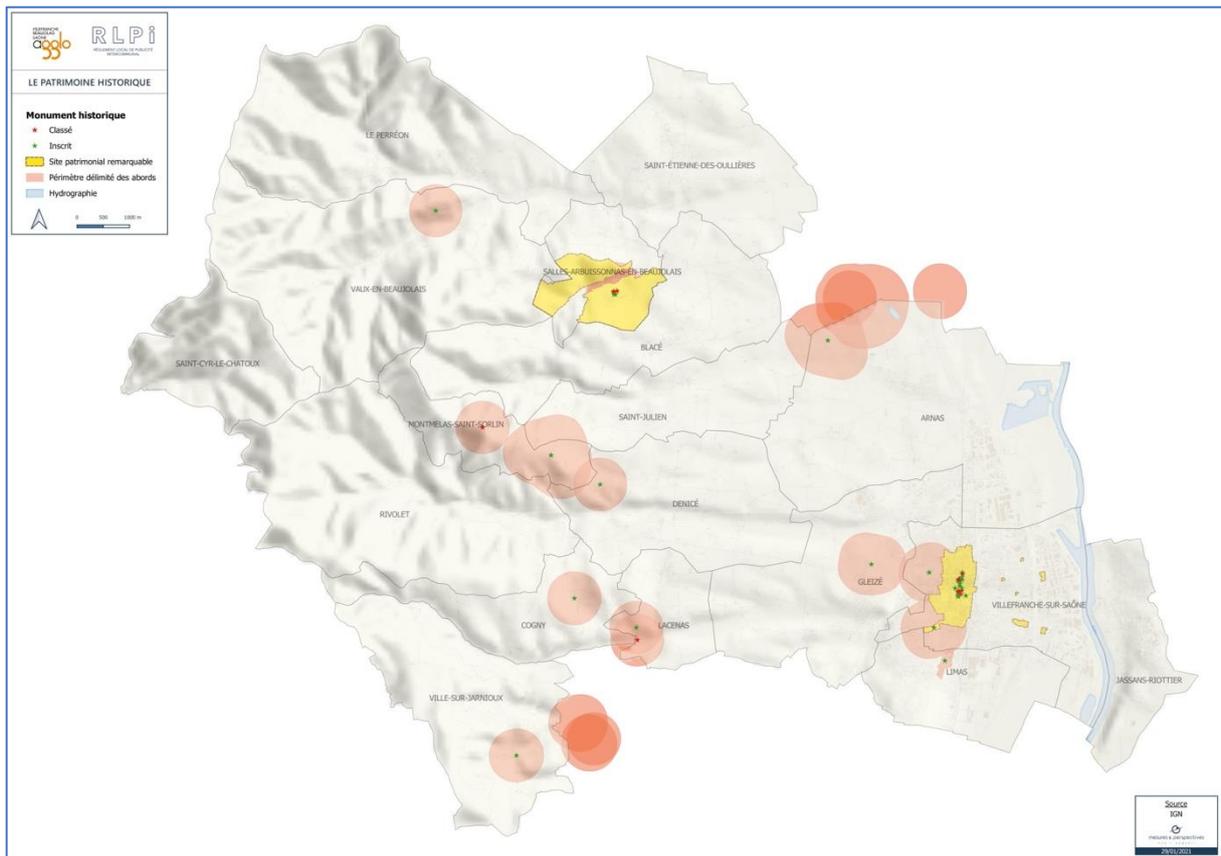
Commune	Appellation	Date	Type
Amas	Château de Longard   Parc du château	inscription le 05/11/2007	Inscrit
Cogny	Manoir d'Épesse	inscription le 13/06/1989	Partiellement inscrit
Denicé	Chapelle de Chevennes	inscription le 19/01/1926	Inscrit
Gleizé	Domaine de Vaurenard	inscription le 12/10/2007	Partiellement inscrit
Lacenas	Chapelle Saint-Paul	inscription le 06/02/1981	Inscrit
Lacenas	Château du Sou   Porte fortifiée	classement le 21/02/1933	Classé
Limas	Manoir du Martelet	inscription le 03/10/1983	Partiellement inscrit
Montmelas-Saint-Sorlin	Château de Montmelas	inscription le 29/06/2000	Partiellement inscrit
Montmelas-Saint-Sorlin	Chapelle Saint-Bonnet	classement le 18/12/1981	Classé
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Ancien prieuré   Cloître médiéval	inscription le 24/09/2019	Inscrit
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Ancien prieuré   Place du Chapitre	classement le 01/08/1935	Partiellement Classé
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Ancien prieuré   Maison LeLONG/Menard	inscription le 06/09/2019	Inscrit
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Ancien prieuré   Eglise Saint-Martin de Salles	classement le 31/12/1862	Classé
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Ancien prieuré   Mairie	inscription le 24/09/2019	Inscrit
Vaux-en-Beaujolais	Eglise   Portail occidental	inscription le 18/02/1926	Inscrit
Ville-sur-Jamiooux	Eglise	inscription le 26/11/1979	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Villa Vermorel et son parc	inscription conservatoire le 21/09/2016	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Eglise Notre-Dame des Marais	classement le 31/12/1840	Classé
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	inscription le 07/06/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	classement le 12/12/1996	Classé
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	classement le 02/11/1992	Classé
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	classement le 02/11/1992	Classé
Villefranche-sur-Saône	Immeuble	classement le 02/11/1992	Classé
Villefranche-sur-Saône	Hôtel de Ville (Ancien)	inscription le 18/02/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Tour et remparts	inscription le 30/04/1982	Partiellement inscrit
Villefranche-sur-Saône	Etablissement scolaire Notre-Dame-de-Mongré   Collège de Mongré	inscription le 23/01/2019	Partiellement inscrit
Villefranche-sur-Saône	Hôtel Dieu (ancien)   Chapelle, bâtiment de la salle des Rentières, bâtiment de la salle des Convalescentes	classement le 27/06/1984	Classé
Villefranche-sur-Saône	Hôtel Dieu (ancien)   Deux bâtiments bordant la cour Est	inscription le 27/06/1984	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Maison   Façades et toitures Sud et Ouest dans la cour et de la tourelle d'escalier	inscription le 14/09/1985	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Immeuble partie inscrite	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Immeuble partie inscrite	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Immeuble partie inscrite	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Immeuble partie inscrite	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Immeuble partie inscrite	inscription le 16/01/1990	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Façades et toitures sur cour, cour intérieure, cage d'escalier et puits	classement le 02/11/1992	Classé
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Galerie bois, façade et toiture correspondantes	classement le 30/01/1995	Classé
Villefranche-sur-Saône	Maison   Escalier sur rue	inscription le 06/11/1929	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Bas-relief situé au-dessus de l'entrée	inscription le 07/06/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Façade	inscription le 07/06/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Façade	inscription le 07/06/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Les deux bas reliefs aux armes des Bourbon et Bourbon Montpensier	inscription le 07/06/1926	Inscrit
Villefranche-sur-Saône	Immeuble   Les deux bas reliefs aux armes des Bourbon et Bourbon Montpensier	inscription le 07/06/1926	Inscrit

Liste des monuments historiques sur le territoire de l'agglomération  
(Source : atlas.patrimoine.culture.fr)

## Les sites patrimoniaux remarquables :

L'agglomération caladoise compte 2 sites patrimoniaux remarquables (SPR) se trouvant dans les communes de Villefranche-sur-Saône et Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais.

La publicité est interdite dans les sites patrimoniaux remarquables (SPR) selon l'article L.581-8 du code de l'environnement. Comme pour les monuments historiques, il peut être dérogé à cette interdiction par le RLPi, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que celles fixées la réglementation nationale.



### Enjeux pour le RLPi :

La mise en valeur du patrimoine doit conduire à une implantation harmonieuse de la publicité et des enseignes en milieu aggloméré.

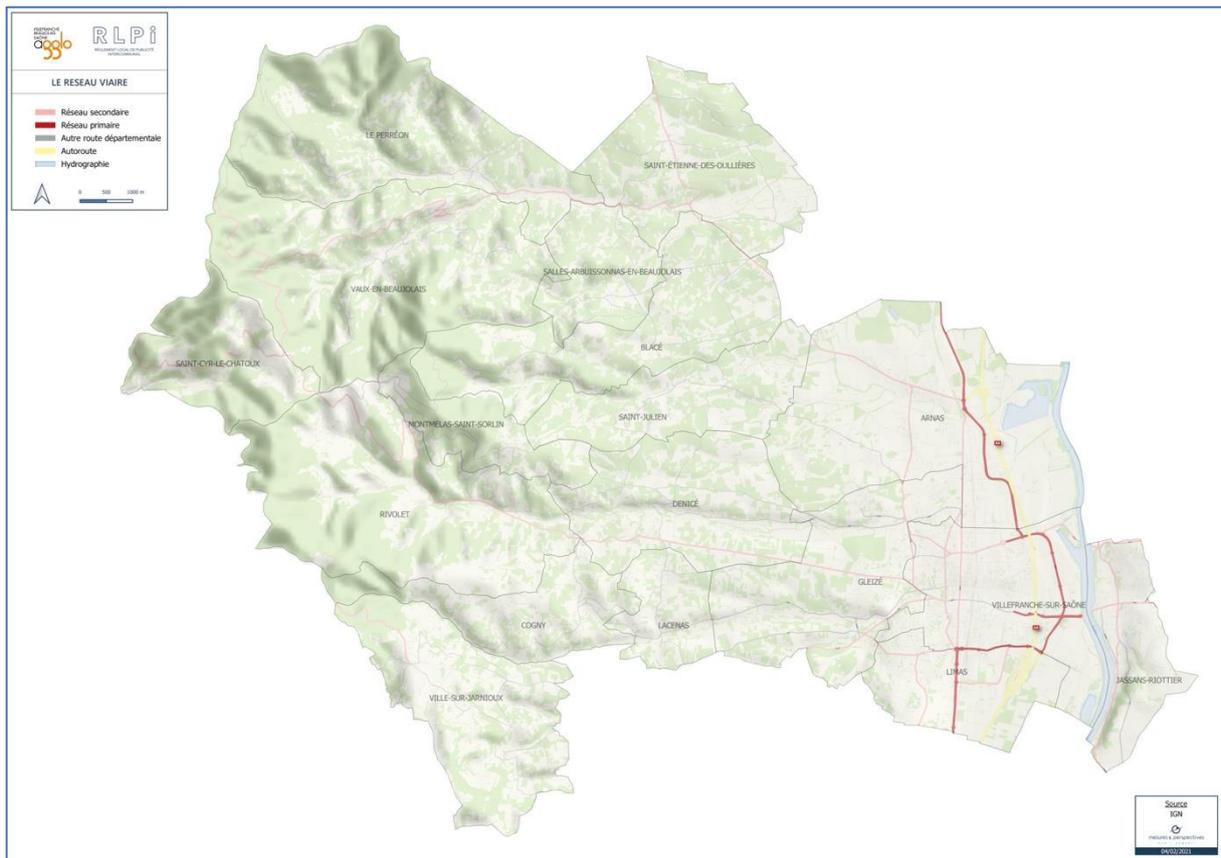
Ces différents secteurs englobent un patrimoine architectural et urbain de qualité dont la préservation et la mise en valeur exigent une réglementation spécifiquement adaptée.

La possibilité de réintroduire la publicité dans certains de ces secteurs, notamment à Villefranche doit être mesurée.

La préservation du patrimoine doit également conduire à une réglementation répondant à une bonne insertion des enseignes dans le bâti.

## 2.3 Les axes structurants et les entrées de ville

L'organisation du réseau viaire au sein de l'agglomération caladoise est dichotomique. A l'ouest, en milieu rural, les routes sont sinueuses et éparpillées du fait de la topographie. Les axes de circulation sont principalement des routes départementales à faible trafic. En milieu urbain, à l'est, le réseau est plus dense et le trafic beaucoup plus intense.



L'autoroute A6, (axe Lyon/Mâcon/Paris) est très fréquenté avec un trafic de plus de 89 000 véhicules/jour (trafic 2009). Elle traverse l'agglomération en direction nord-sud en desservant les communes de Limas, de Villefranche-sur-Saône et d'Arnas.

La RD 306 est l'un des axes les plus importants de l'agglomération, autant en terme fonctionnel qu'en terme de trafic. Elle joue le rôle de contournement du centre-ville de Villefranche-sur-Saône et permet de suivre l'A6 et de longer la Saône. Le trafic y est très dense, entre 22 000 et 28 000 véhicules/jours.

Un réseau secondaire se matérialise par les routes départementales intercommunales suivant l'axe est-ouest (D504, D43, ...). Il comprend également la RD 686 en centre-ville, l'axe historique (rue Nationale) qui a été transformé en sens unique avec une fonction principale de desserte locale.

Les axes à fort trafic sont la cible des afficheurs. Ils constituent un enjeu important pour la réglementation de la publicité extérieure notamment en matière de publicité.

Enjeux pour le RLPi :

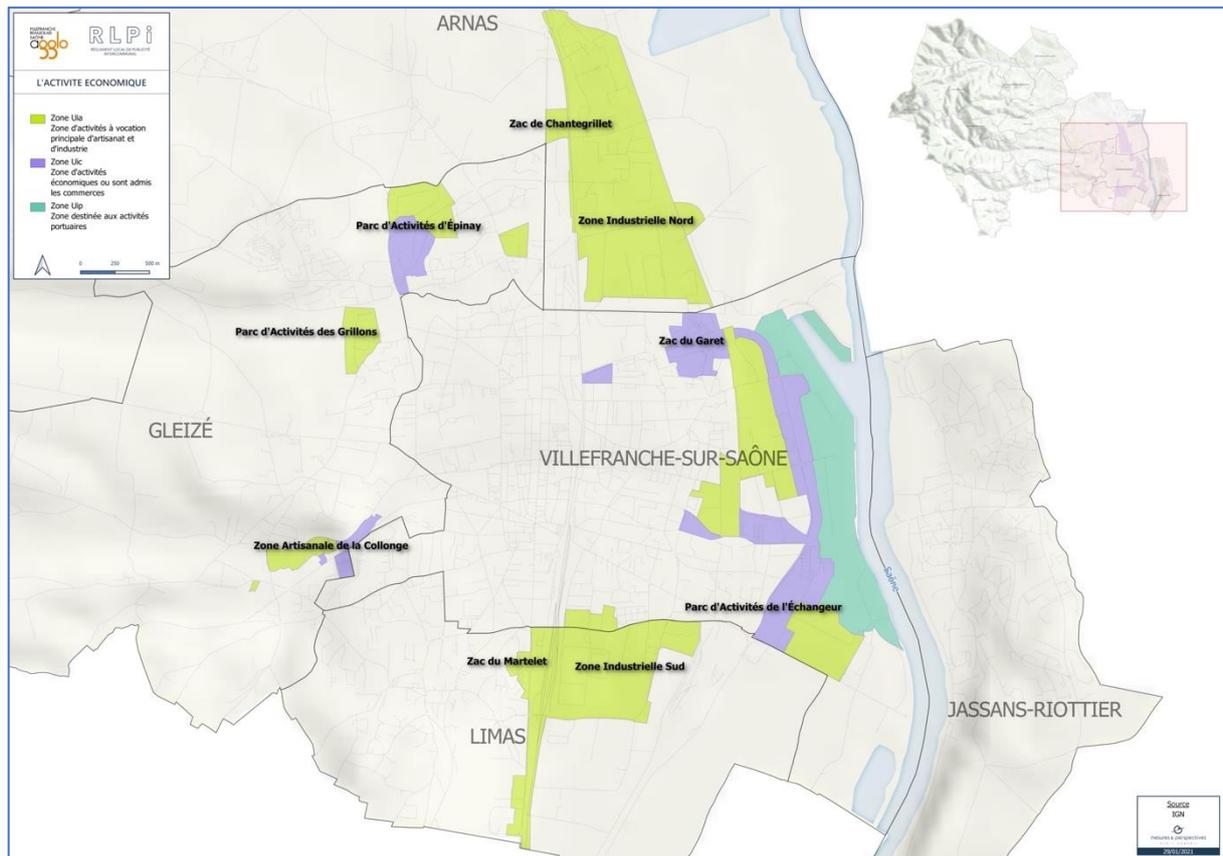
Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (entrées de ville, zones commerciales) afin de permettre une implantation cohérente de la publicité et des enseignes.

## 2.4 Les zones d'activités économiques et commerciales

L'agglomération Villefranche Beaujolais Saône s'appuie sur l'histoire industrielle riche de son territoire ainsi que sur l'essor du secteur tertiaire de ces dernières décennies pour favoriser le

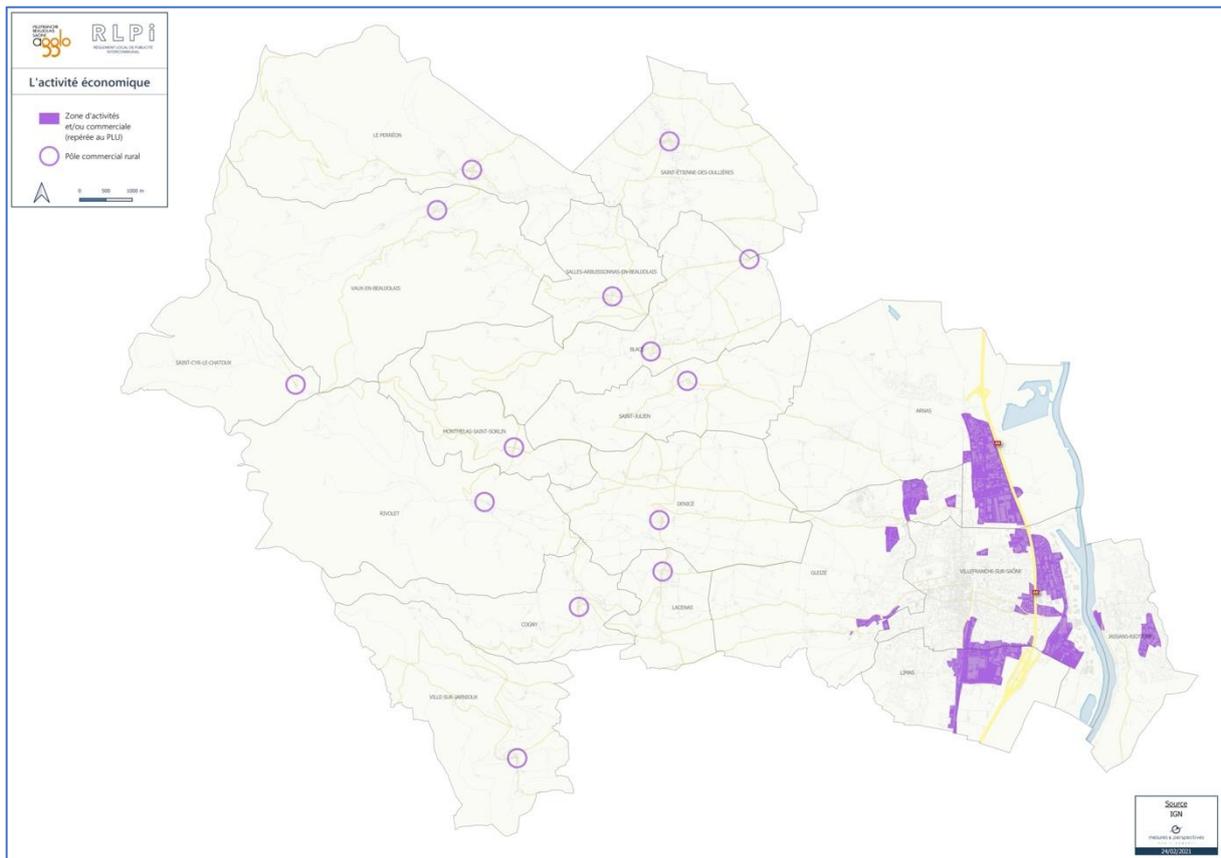
développement de zones d'activités à vocation industrielle, tertiaire ou mixte. En tout, ce sont entre 300 et 400 ha de zones d'activités qui ont été aménagés.

Le port de commerce de Villefranche-sur-Saône concédé par l'Etat à la chambre de commerce et d'industrie de Villefranche et du Beaujolais est un pôle commercial important pour l'ensemble de la région. Il a été identifié comme la future porte d'entrée nord de la région Rhône-Alpes-Auvergne.



Les zones commerciales sont surtout situées à l'est de l'agglomération, notamment sur les villes de Villefranche-sur-Saône et Gleizé. Elles sont dominées par la grande distribution qui représente environ 80% du chiffre d'affaire de l'ensemble des commerces de l'agglomération caladoise.

Par ailleurs, les hameaux des communes rurales bénéficient également de petits commerces de proximité.



Enjeux pour le RLPi :

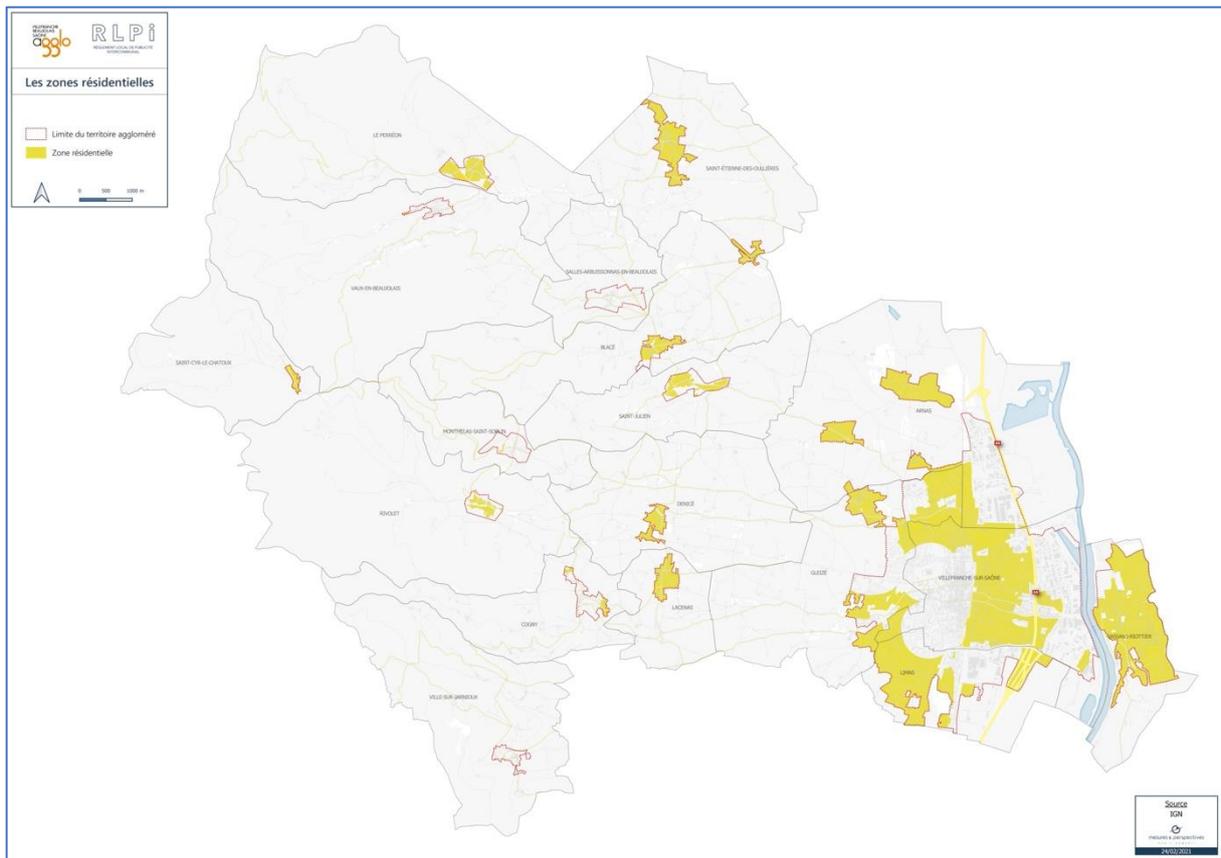
Dans les centralités rurales, les caractéristiques spécifiques de ces espaces ayant une vocation commerciale locale devront être respectées pour l'installation des enseignes. Une évaluation sur la place potentielle de la publicité sera étudiée.

Dans les centralités urbaines, la prolifération de la publicité et des enseignes doit être maîtrisée de manière à limiter leur impact et permettre une meilleure lisibilité.

## 2.5 Les centralités urbaines et rurales

Ces quartiers sont le solde des territoires agglomérés à l'issue de la définition des autres secteurs.

Ils doivent voir respecter le calme et la sérénité des riverains.



Enjeux pour le RLPi :

Admettre peu de présence publicitaire et de surface réduite ;

## 2.6 Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure

La singularité de l'organisation du territoire de l'agglomération caladoise est révélée par l'addition de l'ensemble de ses composantes, jouant un rôle pour la réglementation de la publicité extérieure.

Le RLPi doit être un outil permettant la préservation du paysage urbain et rural, et des sites à forte valeur patrimoniale. Cette préservation est définie et modulée en fonction du contexte et de l'intérêt des lieux. Le RLPi doit ainsi permettre de trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local, en permettant aux entreprises de se signaler, et le souci de valoriser le cadre de vie pour les personnes qui y résident ou les visiteurs qui le fréquentent.

Ainsi, au regard des caractéristiques du territoire et des espaces spécifiques identifiés, un ensemble d'enjeux a été déterminé pour la CAVBS :

- le patrimoine naturel :

Proposer un règlement adapté à la qualité de ces espaces;  
Traiter les enseignes pour un bon respect de leur environnement.

- le patrimoine bâti :

Adapter le règlement pour tenir compte des enjeux de mise en valeur du patrimoine par

## l'intégration des enseignes;

Déterminer dans quelles conditions les implantations de publicité peuvent se réaliser.

- les axes structurants et les entrées de ville :

Traiter, à l'intérieur du territoire aggloméré, les séquences de voies en fonction des enjeux traversés (entrées de ville et zones commerciales) afin de permettre une implantation cohérente de la publicité et des enseignes.

- les zones d'activités économiques et commerciales :

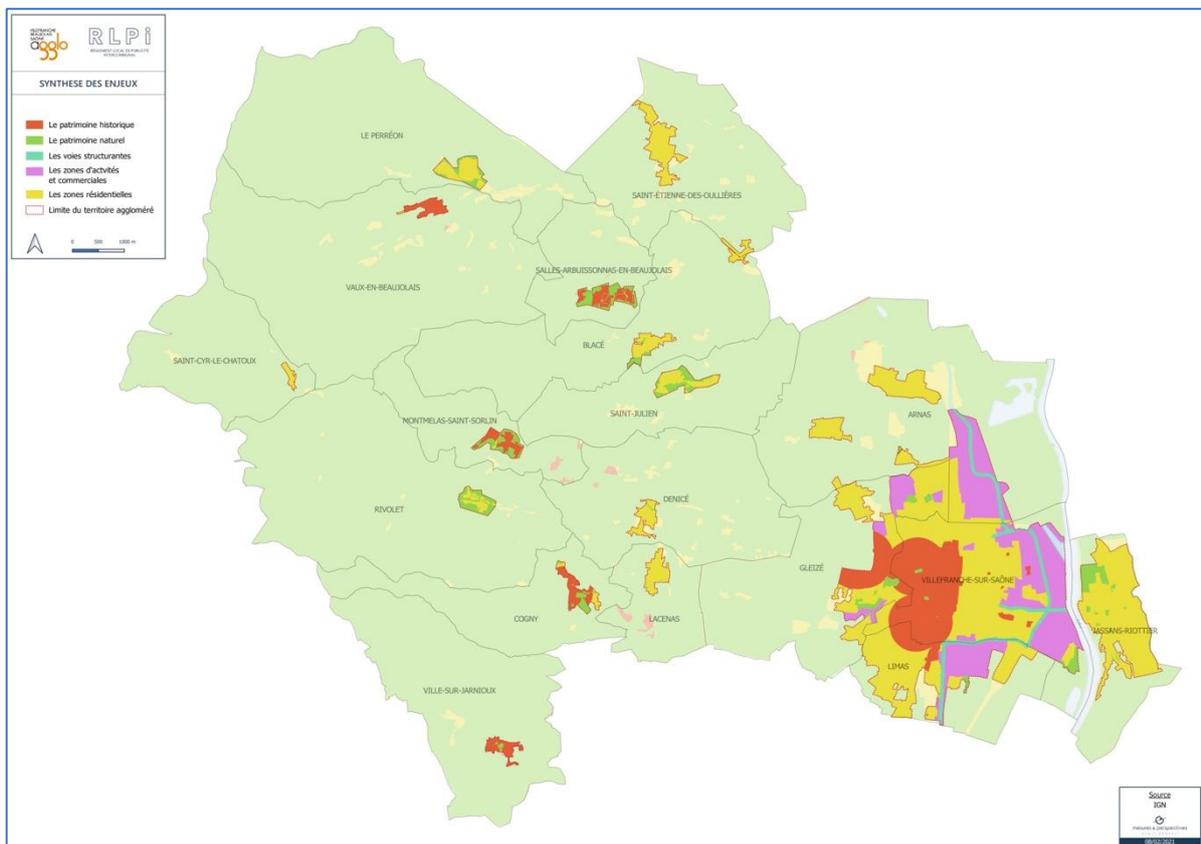
Maîtriser l'implantation (densité) de la publicité;

Traiter les enseignes pour une meilleure intégration.

- les centralités urbaines et rurales :

Maintenir la publicité de manière très limitée dans les communes appartenant à l'unité urbaine de Lyon ;

Permettre aux commerces de disposer d'enseignes proportionnées à leur environnement proche.



Carte de synthèse des enjeux.

## 3 : LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'environnement édicte des règles liées aux différentes spécificités des territoires.

### 3.1 Le champ d'application géographique

Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter localement le Code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

- La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- Le code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.
- Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

#### 3.1.1 La population de référence

C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

#### 3.1.2 Définition de l'agglomération

L'agglomération selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la route est « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ». Ce même Code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

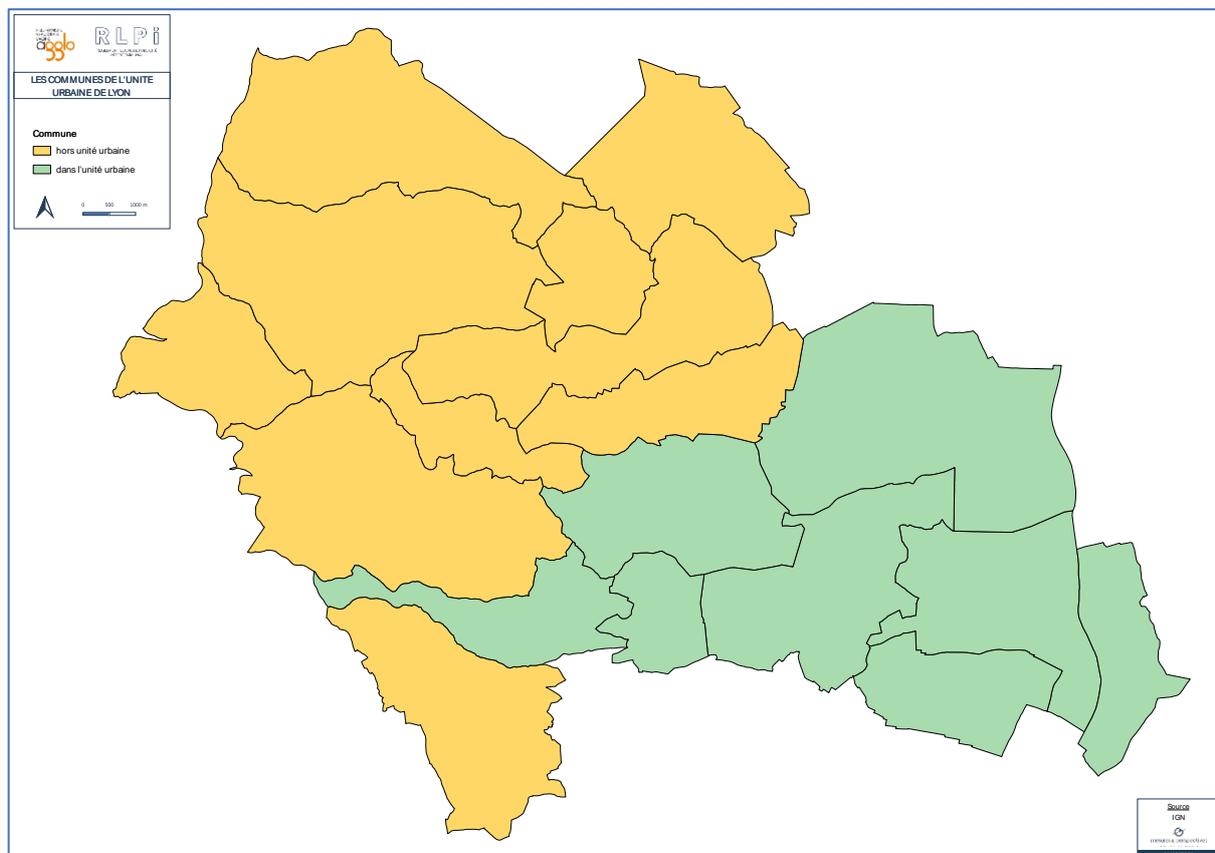
#### 3.1.3 Définition de la communauté d'agglomération (INSEE)

La communauté d'agglomération est un établissement public de coopération intercommunal (EPCI) regroupant plusieurs communes qui s'associent au sein d'un espace de solidarité, pour élaborer et conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire.

#### 3.1.4 Définition de l'unité urbaine (INSEE)

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants et ne tient pas compte du périmètre des EPCI. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Commune	Population	Unité Urbaine d'appartenance
Arnas	3 856	Lyon
Blacé	1 656	Hors unité urbaine
Cogny	1 201	Lyon
Denicé	1 561	Lyon
Gleizé	7 811	Lyon
Jassans-Riottier	6 458	Lyon
Lacenas	1 006	Lyon
Le Perréon	1 626	Hors unité urbaine
Limas	4 905	Lyon
Montmelas-Saint-Sorlin	509	Hors unité urbaine
Rivolet	590	Hors unité urbaine
Saint-Cyr-le-Châtoux	152	Hors unité urbaine
Saint-Étienne-des-Ouillères	2 246	Hors unité urbaine
Saint-Julien	873	Hors unité urbaine
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	819	Hors unité urbaine
Vaux-en-Beaujolais	1 106	Hors unité urbaine
Ville-sur-Jarnioux	839	Hors unité urbaine
Villefranche-sur-Saône	37 303	Lyon



## 3.2 La notion d'agglomération

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLPi.

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

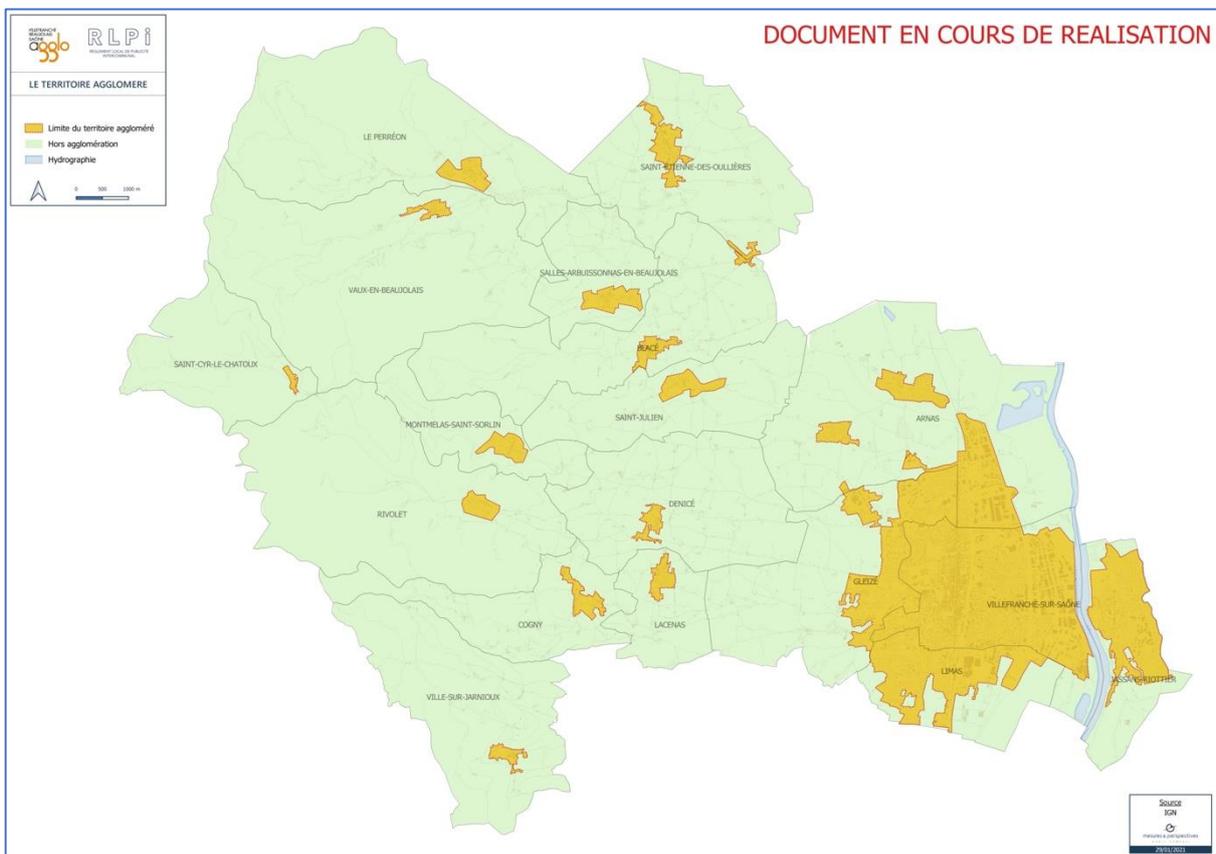
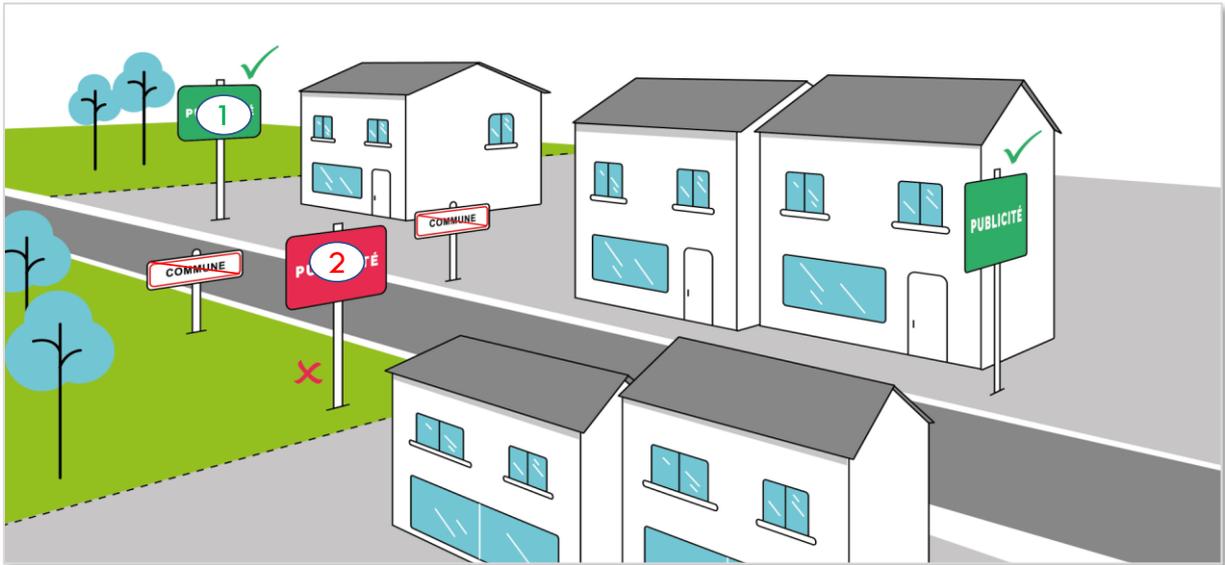


*Panneaux d'entrée (EB 10) et de sortie d'agglomération (EB 20)*

Cependant, les espaces entre les panneaux et le bâti ne sont pas toujours en parfaite concordance.

Pour la publicité au sens du Code de l'environnement, l'illustration ci-dessous présente les deux cas de figures les plus courants :

- 1 - l'espace de part et d'autre du panneau ville peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré ;
- 2 - l'espace entre le panneau ville et la première maison ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré.



### 3.3 Les dispositions du RNP applicables à la publicité

Comme indiqué plus haut, la particularité des communes de la communauté d'agglomération Villefranche Beaujolais Saône est d'être soumises à des règles en matière de publicité extérieure distinctes selon que leur agglomération compte plus ou moins 10 000 habitants ou de leur appartenance ou non à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Au vu des chiffres de population, cela conduit à évoquer le régime juridique de la publicité à Villefranche-sur-Saône, puis celui applicable dans les autres communes appartenant à l'unité

urbaine de Lyon (1 659 000 habitants), enfin des autres communes de la communauté d'agglomération.

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

### 3.3.1 La surface de la publicité

Le décret du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 30 octobre 2023 fixe les modalités de calcul des formats des publicités et leurs surfaces maximales.

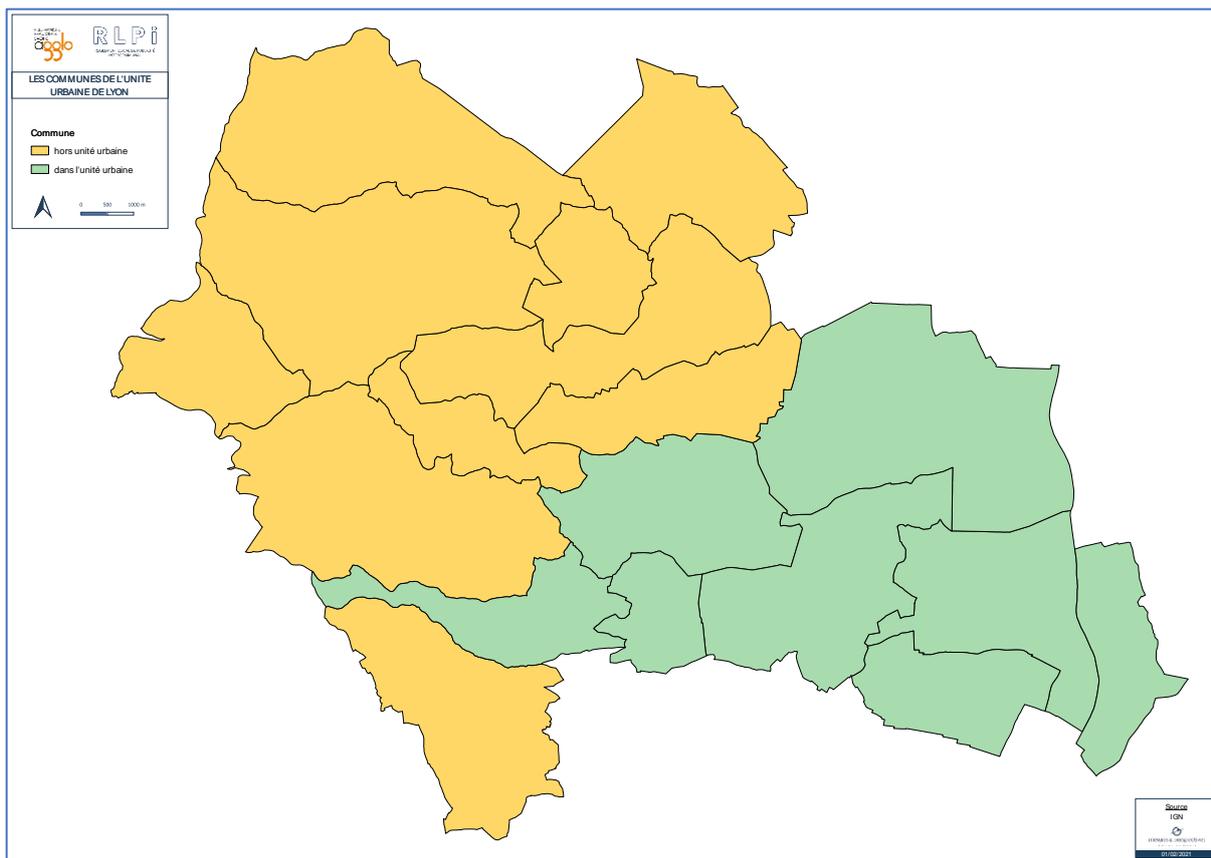
- Pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- Pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- Lorsqu' il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul.

### 3.3.2 Les principales règles applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité murale ne peut avoir une surface unitaire excédant 4,70 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 10,50 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol.

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Lyon
Surface maximale 4,70 m <sup>2</sup>	Surface maximale 10,50 m <sup>2</sup>
Hauteur maximale 6 m	Hauteur maximale 7,5 m
Blacé	Arnas
Le Perréon	Cogny
Montmelas-Saint-Sorlin	Denicé
Rivolet	Gleizé
Saint-Cyr-le-Châtoux	Jassans-Riottier
Saint-Étienne-des-Ouillères	Lacenas
Saint-Julien	Limas
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Villefranche-sur-Saône
Vaux-en-Beaujolais	
Ville-sur-Jarnioux	



### 3.3.3 Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du Code de l'environnement).

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 10,50 m<sup>2</sup>.

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Lyon
Interdite	Surface maximale 10,50 m <sup>2</sup>
	Hauteur maximale 6 m
Blacé	Arnas
Le Perréon	Cogny
Montmelas-Saint-Sorlin	Denicé
Rivolet	Gleizé
Saint-Cyr-le-Château	Jassans-Riottier
Saint-Étienne-des-Ouillères	Lacenas
Saint-Julien	Limas
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Villefranche-sur-Saône
Vaux-en-Beaujolais	
Ville-sur-Jarnioux	

### 3.3.4 Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri-voyageur, ...) sont spécifiées.

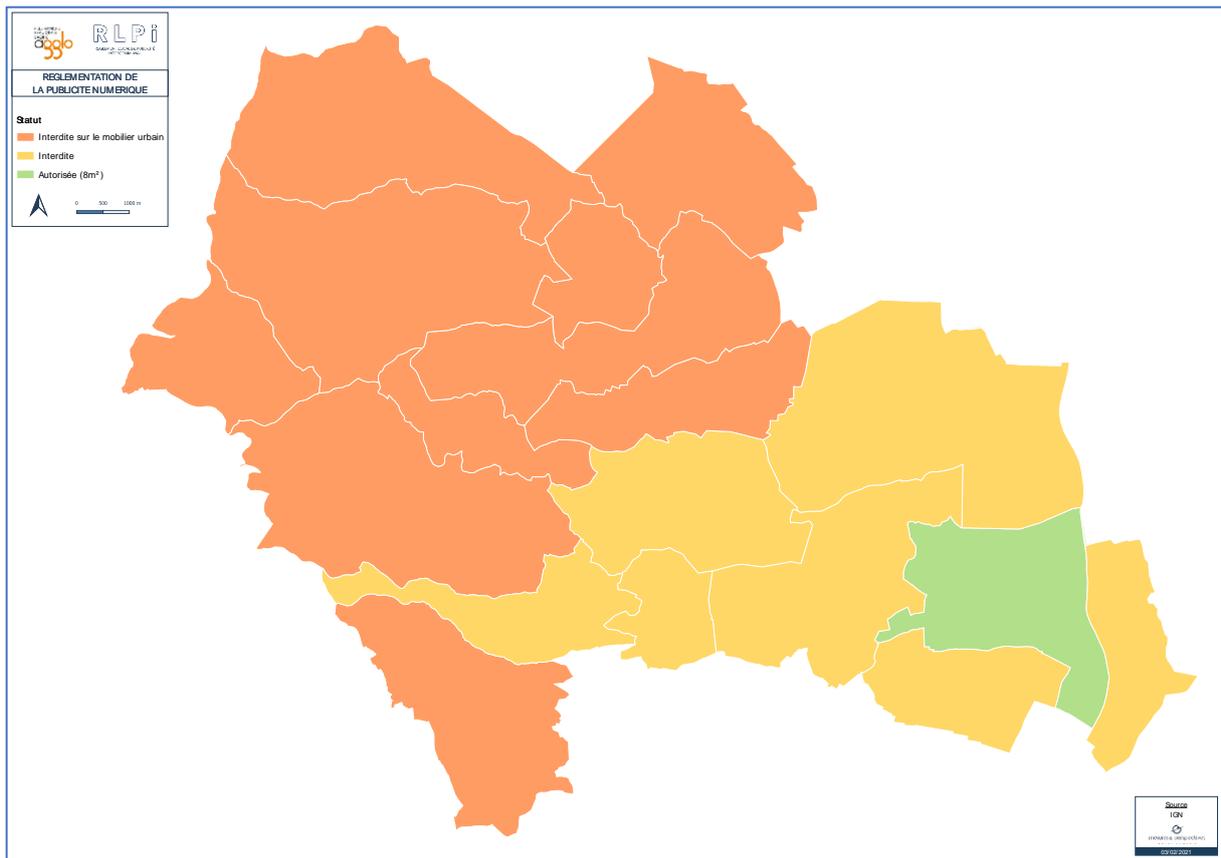
Pour les dispositifs de communication supportant à titre accessoire de la publicité, les surfaces sont :

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Lyon
Surface maximale 2 m <sup>2</sup>	Surface maximale 10,50 m <sup>2</sup>
Hauteur maximale 3 m	Hauteur maximale 6 m
Blacé	Arnas
Le Perréon	Cogny
Montmelas-Saint-Sorlin	Denicé
Rivolet	Gleizé
Saint-Cyr-le-Châtoux	Jassans-Riottier
Saint-Étienne-des-Ouillères	Lacenas
Saint-Julien	Limas
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	Villefranche-sur-Saône
Vaux-en-Beaujolais	
Ville-sur-Jarnioux	

### 3.3.5 Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elle est autorisée sur propriété privée, mais interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R.581-42 du Code de l'environnement). Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R.581-34 du Code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation au cas par cas.

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Agglomérations de - de 10 000 habitants faisant partie de l'UU de Lyon	Agglomération de + de 10 000 habitants
Interdite	8 m <sup>2</sup> sur propriété privée	8 m <sup>2</sup>
	<b>Interdite sur mobilier urbain</b>	Hauteur maximale 6 m
Blacé	Arnas	Villefranche-sur-Saône
Le Perréon	Cogny	
Montmelas-Saint-Sorlin	Denicé	
Rivolet	Gleizé	
Saint-Cyr-le-Châtoux	Jassans-Riottier	
Saint-Étienne-des-Ouillères	Lacenas	
Saint-Julien	Limas	
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais		
Vaux-en-Beaujolais		
Ville-sur-Jarnioux		



### 3.3.6 La publicité sur véhicules terrestres

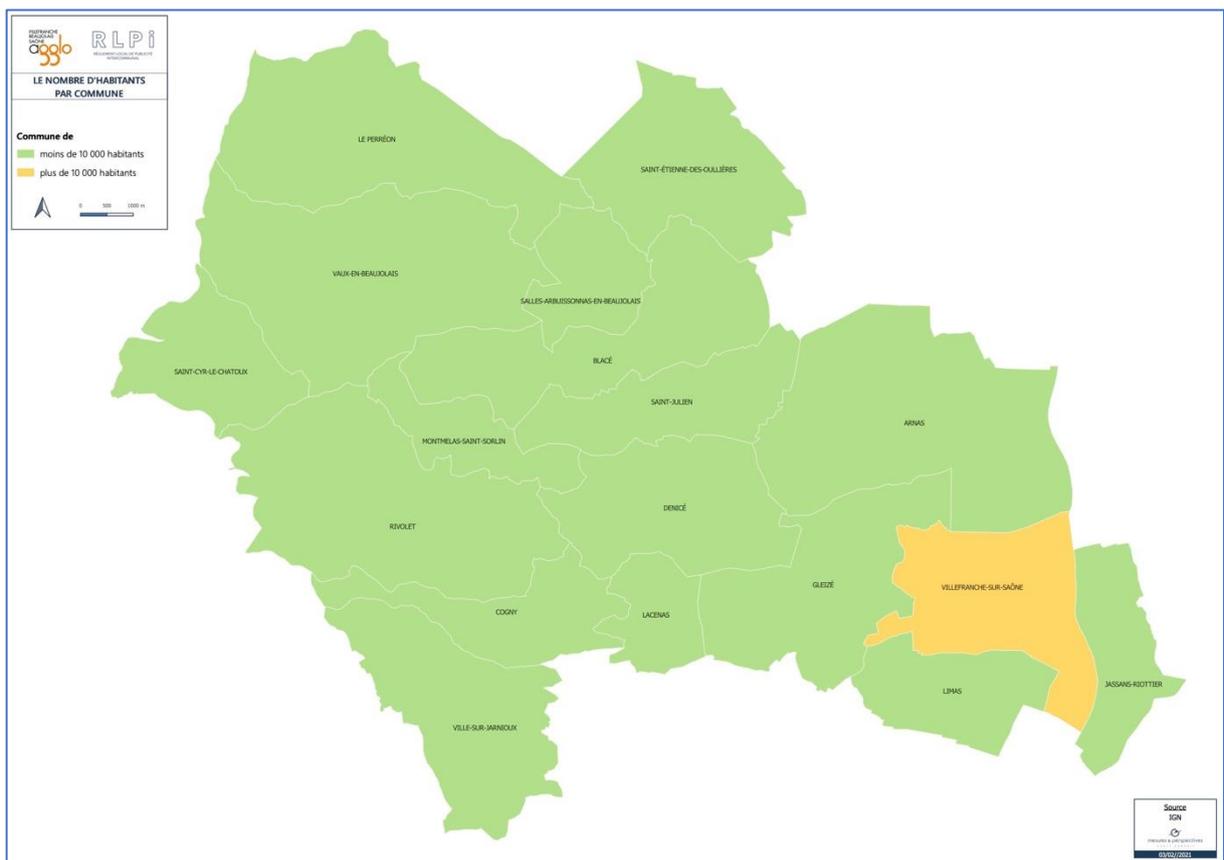
La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non etc.

### 3.3.7 La publicité sur bâches

Les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

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

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Agglomération de + de 10 000 habitants
Interdite	Bâches de chantier : surface < à 50 % de la surface de la bâche
Arnas	Villefranche-sur-Saône
Blacé	
Cogny	
Denicé	
Gleizé	
Jassans-Riottier	
Lacenas	
Le Perréon	
Limas	
Montmelas-Saint-Sorlin	
Rivolet	
Saint-Cyr-le-Château	
Saint-Étienne-des-Ouillères	
Saint-Julien	
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	
Vaux-en-Beaujolais	
Ville-sur-Jarnioux	



### 3.3.8 La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



*Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.*

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m et deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.



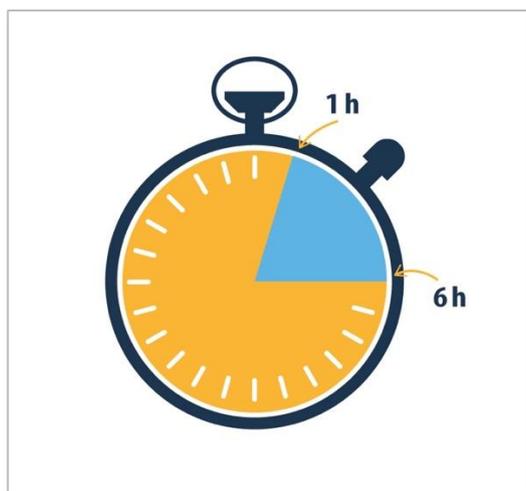
*Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire.*

### 3.3.9 La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines

L'article 18 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 ajoute l'article L.584-14-4 au Code de l'environnement, qui par dérogation à l'article L.581-2, prévoit que le règlement local de publicité peut prescrire des règles en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

### 3.3.10 L'obligation d'extinction nocturne

Toutes les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques qu'elles soient à image fixe. Les dispositions relatives à l'obligation d'extinction entrent en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2023 pour les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain.



### 3.4 Les dispositions du RNP applicables aux enseignes

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

#### 3.4.1 Les principales règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.

La surface cumulée des enseignes murales 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 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

#### 3.4.2 Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol 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. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Lorsque sa surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>, l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité

signalée.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la surface est limitée à 10,50 m<sup>2</sup> en agglomération (décret du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 30 octobre 2023).

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération, la surface est limitée à 6 m<sup>2</sup>.

Lorsqu'elle mesure 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Lorsque sa surface est inférieure à 1m<sup>2</sup>, le nombre n'est pas réglementé.

Tout le territoire hors agglomération de + de 10 000 habitants		Agglomération de + de 10 000 habitants	
Surface maximale 6 m <sup>2</sup>		Surface maximale 10,50 m <sup>2</sup>	
Densité	Surface > à 1 m <sup>2</sup> = 1 par voie bordant l'établissement		
	Surface < à 1 m <sup>2</sup> = pas de limitation par voie bordant l'établissement		
Hauteur	8 m si largeur < à 1 m		
	6,5 m si largeur > à 1 m		
	Arnas	Villefranche-sur-Saône	
	Blacé		
	Cogny		
	Denicé		
	Gleizé		
	Jassans-Riottier		
	Lacenas		
	Le Perréon		
	Limas		
	Montmelas-Saint-Sorlin		
	Rivolet		
	Saint-Cyr-le-Châtoux		
	Saint-Étienne-des-Ouillères		
	Saint-Julien		
	Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais		
	Vaux-en-Beaujolais		
	Ville-sur-Jarnioux		

### 3.4.3 Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15 mètres dans la limite de 6 mètres

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>.

### 3.4.4 Les enseignes lumineuse situées à l'intérieur des vitrines

Comme pour la publicité à l'intérieur des vitrines (voir 3.3.9), la loi Climat et Résilience du 22 août 2021, article 18, permet de réglementer les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Les prescriptions peuvent porter sur les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique ou la prévention des nuisances lumineuses.

### 3.4.5 Les principales règles d'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire l'enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d'extinction nocturne. Elle est également fixée de 1 h à 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé. 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.

## 3.5 Le pouvoir de police

Comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

Lorsque le RLPi sera adopté, chaque maire sera compétent sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

Cette règle évolue avec la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 qui exclut désormais le préfet.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au maire ou au président de l'EPCI, RLP(i) ou non selon la population :

Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP	Le président de l'EPCI dans tous les cas
Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP	Le président de l'EPCI

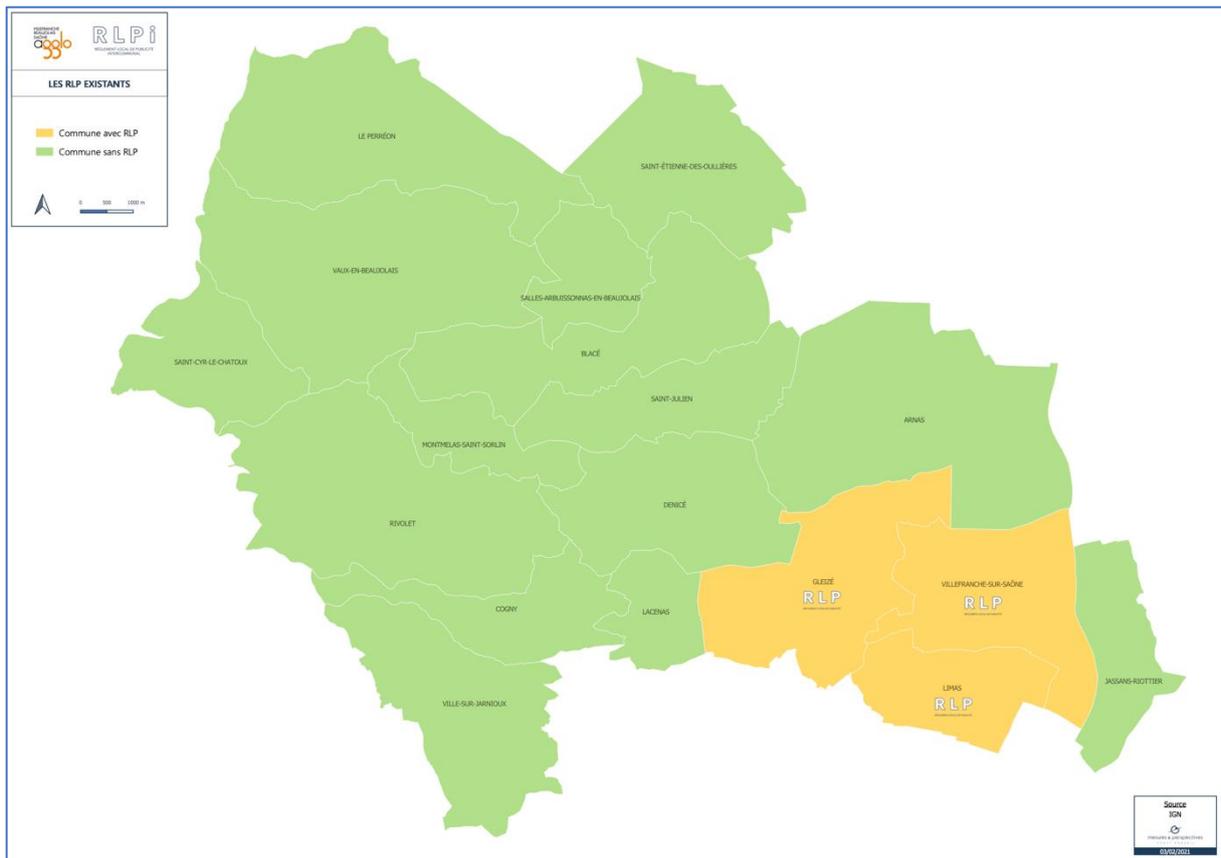
Les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2024.

Si un ou plusieurs maires s'y opposent, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire.

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).

## 3.6 Les dispositions figurant dans les RLP actuels

Seule la commune de Villefranche-sur-Saône est actuellement dotée d'un RLP, ceux de Gleizé et Limas étant caducs depuis le 13 janvier 2021.



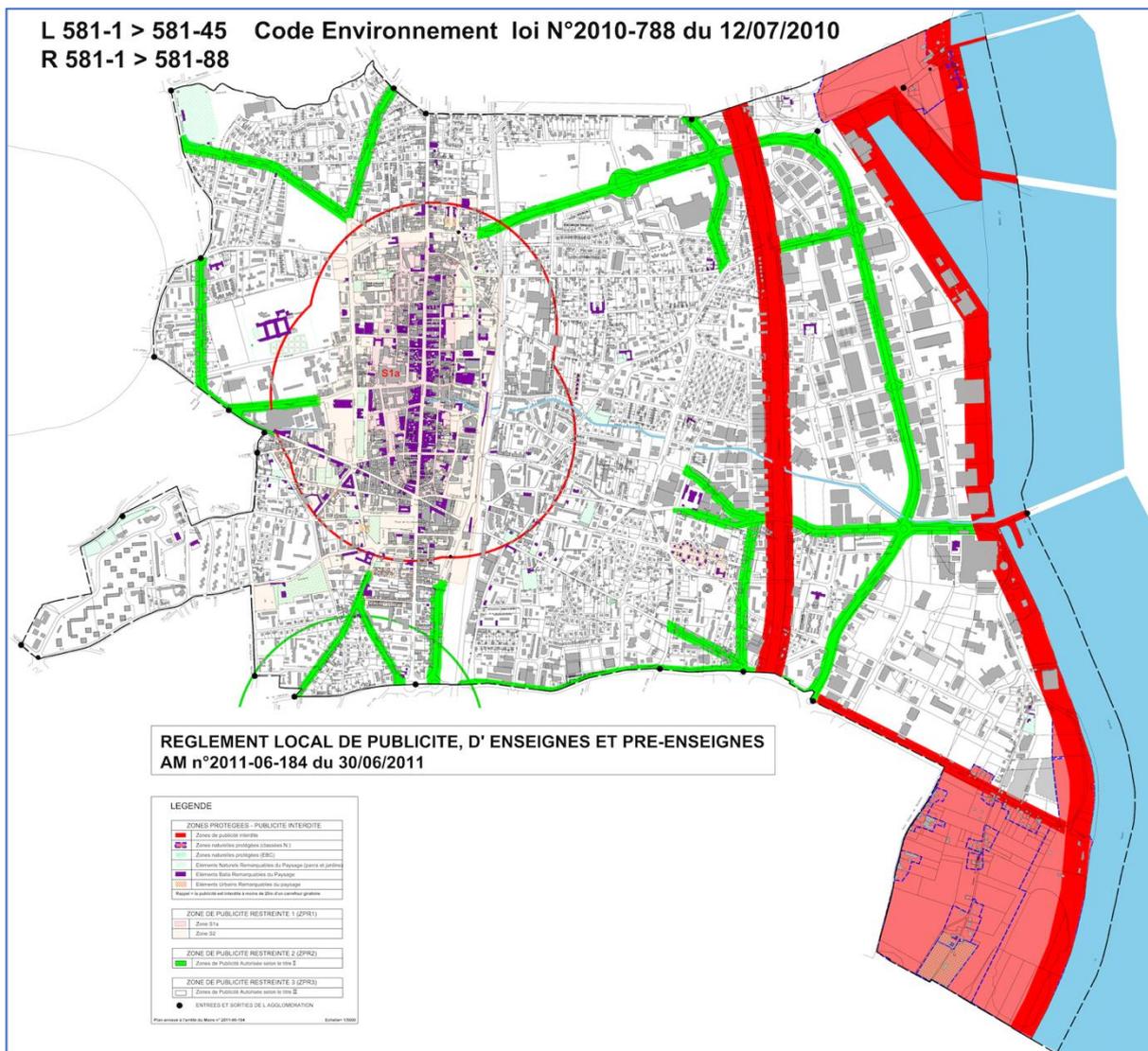
### 3.6.1 Le règlement local de publicité de Villefranche-sur-Saône

Le règlement a été pris par arrêté du 30 juin 2011.

PUBLICITÉ			
Dispositions générales	Passerelle	uniquement si amovible ou repliable, peinte couleur du mur	
	Accessoires interdits	gouttière à colle, jambes de force, haubans, banderolles, calcoats, fanions, drapeaux, fondations sortant du sol	
	Entretien des matériels et des abords	Le matériel garde son aspect neuf. Tout défaut constaté est corrigé sous 48 h. L'élagage mutilant les arbres ou les haies est interdit (CE n° 209103 du 14/02/2001)	
	Zones protégées : - site inscrit, - 100 m des MH en co-visibilité, - zones d'éléments naturels remarquables du paysage remarquables et zones d'éléments bâtis remarquables du paysage repérés au PLU - route de Riottier dans la section allant de l'avenue Théodore Braun à la Saône sur 20 m à partir du fil d'eau - recul de 20 m du fil d'eau d'un giratoire - bande de 40 m de part et d'autre de l'autoroute A 6	admise uniquement sur mobilier urbain	
Concurrence entre dispositifs	En cas de litige dans l'application des règles édictées au présent arrêté, un dispositif sur support sera maintenu au détriment d'un dispositif scellé au sol. Au cas où ce critère serait inopérant, le dispositif le plus éloigné d'une baie d'une maison d'habitation, qu'elle soit sur le fond propre comme sur un autre fond, sera maintenu, la distance à prendre en compte nous pouvons excéder 15 m. Au cas où ce critère serait inopérant, le dispositif le plus bas sera maintenu. Enfin, au cas où ces critères ne suffiraient pas à départager des dispositifs, sera maintenu le plus éloigné d'une limite séparative de propriété.		
	<b>ZPR 1</b>	<b>ZPR 2</b>	<b>ZPR 3</b>
Localisation	entre-ville (secteurs S1A et S2 sur le plan	Voies structurantes	Reste du territoire aggloméré
Densité	sans objet	La règle de densité s'applique indifféremment aux muraux ou scellés au sol pour la règle de covisibilité du même côté d'une voie	La règle de densité s'applique indifféremment aux muraux ou scellés au sol pour la règle de covisibilité du même côté d'une voie
Murale	Interdiction	surface utile < à 8 m <sup>2</sup> et totale < 10 m <sup>2</sup> hauteur < 6 m centré sur l'axe médian si largeur mur < à 7 m implantation à + de 0,50 m de toute arête du mur retrait des chaînages visibles	surface utile < à 8 m <sup>2</sup> et totale < 10 m <sup>2</sup> hauteur < 6 m centré sur l'axe médian si largeur mur < à 7 m implantation à + de 0,50 m de toute arête du mur retrait des chaînages visibles
		surface utile > à 2 m <sup>2</sup> : 100 m distance en covisibilité du même côté de la voie surface utile < à 2 m <sup>2</sup> : 40 m distance en covisibilité du même côté de la voie ne s'applique pas au mobilier urbain	surface utile > à 2 m <sup>2</sup> : 100 m distance en covisibilité du même côté de la voie surface utile < à 2 m <sup>2</sup> : 40 m distance en covisibilité du même côté de la voie ne s'applique pas aux abris voyageurs
Clôture aveugle	Interdiction	Interdiction	Interdiction
Mur de clôture aveugle	Interdiction	Dispositions générales du RLP	Dispositions générales du RLP
Petit format	surface unitaire < à 1 m <sup>2</sup> 1 par devanture caisson protégé par 1 vitre étanche	surface unitaire < à 1 m <sup>2</sup> 2 par devanture surface cumulée < à 15 % surface de la devanture caisson protégé par 1 vitre étanche	surface unitaire < à 1 m <sup>2</sup> 1 par devanture caisson protégé par 1 vitre étanche
Scellée au sol	Interdiction	si simple face = dos carrossé simple ou double face = pas de séparation entre les deux faces du dispositif monopied si pied visible de la voie publique largeur du pied < à 0,80 m surface utile < à 8 m <sup>2</sup> et totale < 10 m <sup>2</sup> si implanté à moins d'1 m d'un pignon ou façade aveugle = règles des muraux	si simple face = dos carrossé simple ou double face = pas de séparation entre les deux faces du dispositif surface utile < à 2 m <sup>2</sup> et totale < 3 m <sup>2</sup> hauteur < à 3,8 m
		surface utile > à 2 m <sup>2</sup> : 100 m distance en covisibilité du même côté de la voie surface utile < à 2 m <sup>2</sup> : 40 m distance en covisibilité du même côté de la voie pas d'interdistance entre s < à 2 m <sup>2</sup> et s > à 2 m <sup>2</sup> ne s'applique pas aux abris voyageurs	1 par emplacement 40 m distance en covisibilité du même côté de la voie ne s'applique pas au mobilier urbain
Jalonnement	jalonnement admis sur domaine communal (flèche de surface unitaire < à 0,2 m <sup>2</sup> )	Dispositions générales du RLP	Dispositions générales du RLP
Mobilier urbain	surface < à 2 m <sup>2</sup> en S1A	Dispositions générales surface utile < à 8 m <sup>2</sup> et totale < 10 m <sup>2</sup> règles de densité des scellées au sol	RNP
Lumineuse	Interdiction sur toiture Interdiction en secteur S1A surface < à 4 m <sup>2</sup> en S2	Dispositions générales du RLP	Dispositions générales du RLP
Bâches publicitaires et dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires	La bâche reprend le fonds de la façade existante surface de publicité < à 50 % surface de bâche	La bâche reprend le fonds de la façade existante surface de publicité < à 50 % surface de bâche	La bâche reprend le fonds de la façade existante surface de publicité < à 50 % surface de bâche
Palissades de chantier	surface < à 2 m <sup>2</sup>	surface < à 8 m <sup>2</sup>	surface < à 2 m <sup>2</sup>

ENSEIGNES			
Dispositions générales	Sur les arbres et les haies	Interdiction	
	Sur murs de clôture et clôtures, aveugles ou non	surface > à 1,5 m <sup>2</sup> = interdiction	
		surface < à 1,5 m <sup>2</sup> = 1	
	Enseignes lumineuses ou éclairées	enseignes temporaires interdites	
Divers	les enseignes à messages défilant interdites		
Protection du cadre de vie et respect de l'architecture			
ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	
Centre-ville (secteurs S1A et S2 sur le plan)		Voies structurantes	Reste du territoire aggloméré
Généralités	surface de l'enseigne < à 30 % surface d'une fenêtre, vitrine ou baie	/	
	si activité sur 2 ou plusieurs immeubles, respect des caractéristiques de chaque immeuble		
	si modification enseigne existante, restitution des éléments architecturaux		
Parallèles	1 par voie bordant l'établissement	surface < à 0,70 m <sup>2</sup> par mètre linéaire de façade	
	au-dessus de la baie commerciale	sur immeuble d'habitation hauteur lettres < à 0,50 m et 0,80 m pour les sigles	
	en-dessous des appuis des fenêtres du 1er étage	tailles et surfaces majorées de 10 % par tranche de 10 m de recul entre façade d'entrée et voie la plus proche	
	écrite directement sur le bandeau	sur immeuble d'habitation sous l'allège du 1 <sup>er</sup> étage	
	interdit sur store-auvent	si impossibilité technique, dépassement avec lettres découpées apposées directement sur la façade sans aucun support	
	quand l'architecture le justifie, une 2ème peut être		
peuvent s'inscrire dans les baies commerciales			
hauteur du lettrage < à 0,40 m			
des enseignes de petites dimensions peuvent être			
Perpendiculaires	1 par voie bordant l'établissement	1 par voie bordant l'établissement	
	2 si activité de part et d'autre porte accès de l'immeuble ou si plusieurs activités	2 si multiples activités	
	fixations < 0,20 m du nu du mur	saillie < à 1 m	
	saillie > à 0,50 m de la bordure du trottoir	bas > à 2,50 m	
	bas > à 2,50 m	sauf impossibilité technique, sous l'allège du 1 <sup>er</sup> étage	
	en-dessous des appuis des fenêtres du 1er étage	surface < à 0,80 m <sup>2</sup>	
surface < à 1 m <sup>2</sup>			
Activités en étage	enseignes à plat incluses dans la largeur des baies	/	
	hauteur < à 0,30 m		
Procédés lumineux	éclairage indirect ou par projection ou type boîtier rétro-éclairé	/	
	si spot, limités à 3 et saillie < à 0,40 m		
	caissons lumineux ou fils néon nus interdits		
	lettrage et logo diffusant sur fond opaque autorisé		
Auvent, balcon, balconnet, marquise	interdiction	/	
sur toiture ou terrasses	interdiction	RNP	1 par voie bordant l'établissement hauteur des lettres < à 1/5e de la hauteur du mur dans la limite de 2 m
Scellées au sol	interdiction	surface < à 8 m <sup>2</sup>	
		hauteur < à 6 m	
		largeur < à 1/2 hauteur	
		épaisseur < à 0,90 m	
		si plusieurs activités sur même unité foncière, regroupement sur 1 support	
mâts drapeaux et oriflammes autorisés			
Sur supports annexes	matériels accessoires de l'activité : bancs, ... interdiction	/	
	sur stores, bannes uniquement sur lambrequins dans la limite d'1 message par matériel		
Chevalet sur domaine public	1 par voie bordant l'établissement	/	
	placé au droit et au plus près de l'activité		
surface < à 0,80 m <sup>2</sup>			
Temporaires moins de 3 mois	10 jours avant et 3 jours après	10 jours avant et 3 jours après	
	sur immeuble, régime des enseignes	autres cas, surface totale < à 10 m <sup>2</sup>	
	autres cas, surface totale < à 10 m <sup>2</sup>		
Temporaires plus de 3 mois	surface utile < à 8 m <sup>2</sup> totale < à 10 m <sup>2</sup>	surface totale < à 10 m <sup>2</sup>	

L 581-1 > 581-45 Code Environnement loi N°2010-788 du 12/07/2010  
R 581-1 > 581-88



Commentaire :

Ce règlement de 2011 complète et adapte à la ville les prescriptions issues de la réforme du Code de l'environnement. Comme souligné en introduction, il deviendra caduc à l'approbation du RLPi.

Il segmente le territoire en 3 types lieux :

- le centre-ville nécessitant une protection très forte (ZPR 1) ;
- les axes majeurs (ZPR 2) ;
- le reste du territoire (ZPR 3).

Toutes les formes de publicité sont prises en compte, avec des niveaux de restrictions distincts par zones et types de supports.

Pour la publicité, la protection des secteurs sensibles (zone 1), tant espaces naturels que patrimoniaux, est très forte. Seuls les dispositifs de faibles dimensions sont admis :

- petit format sur vitrine avec une restriction de surface par rapport au RNP ;
- mobilier urbain limité à 2 m<sup>2</sup> en S1A ;
- surface du jalonnement inférieure à 0,20 m<sup>2</sup> sur domaine communal ;
- publicité sur palissades de chantier limitée à 2 m<sup>2</sup> ;

- prise en compte des bâches publicitaires avec limitation de la surface de la publicité ;
- la publicité lumineuse ne peut être autorisée qu'en secteur S2 ;
- les autres formes de publicité sont interdites.

En zone 2 et 3, les règles adaptent la publicité à son environnement proche :

- prescriptions d'implantation sur les murs respectant l'architecture ;
- règles d'esthétique des matériels pour les scellées au sol ;
- réduction de la surface des dispositifs ;
- règle de densité englobant muraux et scellés au sol ;

Pour les enseignes, en ZPR 1, les règles portent essentiellement sur la protection de l'architecture et de l'insertion dans le bâti.

Le nombre des enseignes sur support est limité et des prescriptions matérielles imposées. Les enseignes scellées au sol, sur toiture, balcons, balconnets, auvents et marquises sont interdites.

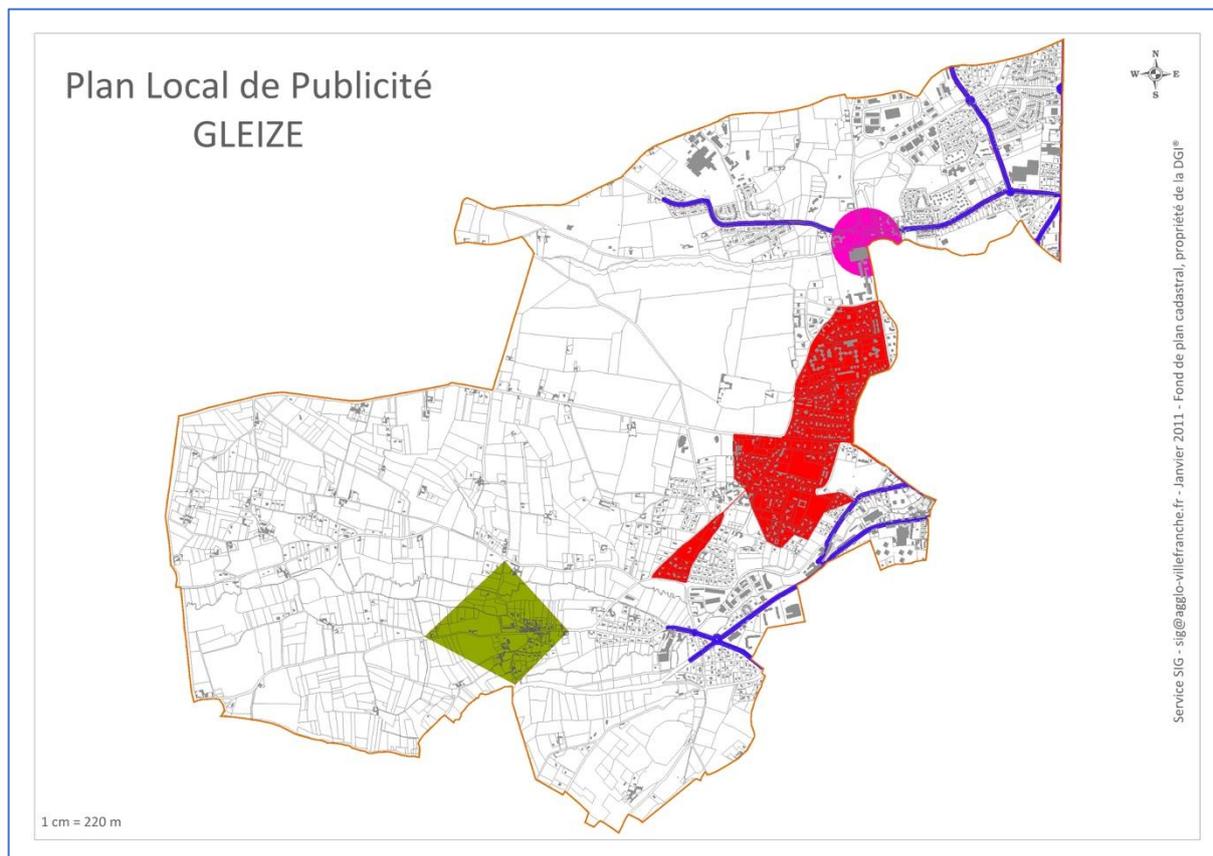
En ZPR 2 et 3, les règles sont identiques, à l'exception de celles traitant des enseignes sur toiture qui sont autorisées.

La surface des enseignes scellées au sol est ramenée de 12 m<sup>2</sup> à 8 m<sup>2</sup>.

### 3.6.2 Le règlement de publicité de Gleizé

Le règlement a été pris par arrêté du 23 mars 1993.

<b>PUBLICITÉ</b>				
	<b>ZPR A</b>	<b>ZPR B</b>	<b>ZPR C</b>	<b>ZPR D</b>
	le bourg et les deux côtés de voies qui le délimitent	cercle de rayon de 150 m autour de la Chapelle d'Ouilly	le Bourg de Chervinges	reste du territoire aggloméré
Densité	Interdiction			2 panneaux par mur 30 m de distance entre 2 murs dans le même champ de vision
Mobilier urbain	surface < à 2 m <sup>2</sup>			RNP
<b>ENSEIGNES</b>				
RNP				



Commentaire :

Le règlement porte uniquement sur la publicité, en en prescrivant l'interdiction dans les secteurs sensibles de la ville à l'exception du mobilier urbain avec une surface limitée à 2 m<sup>2</sup>. Sur le reste du territoire, seuls les dispositifs muraux sont réglementés en limitant le nombre par pignon et instaurant une interdistance de 30 m entre 2 murs équipés dans le même champ de vision.

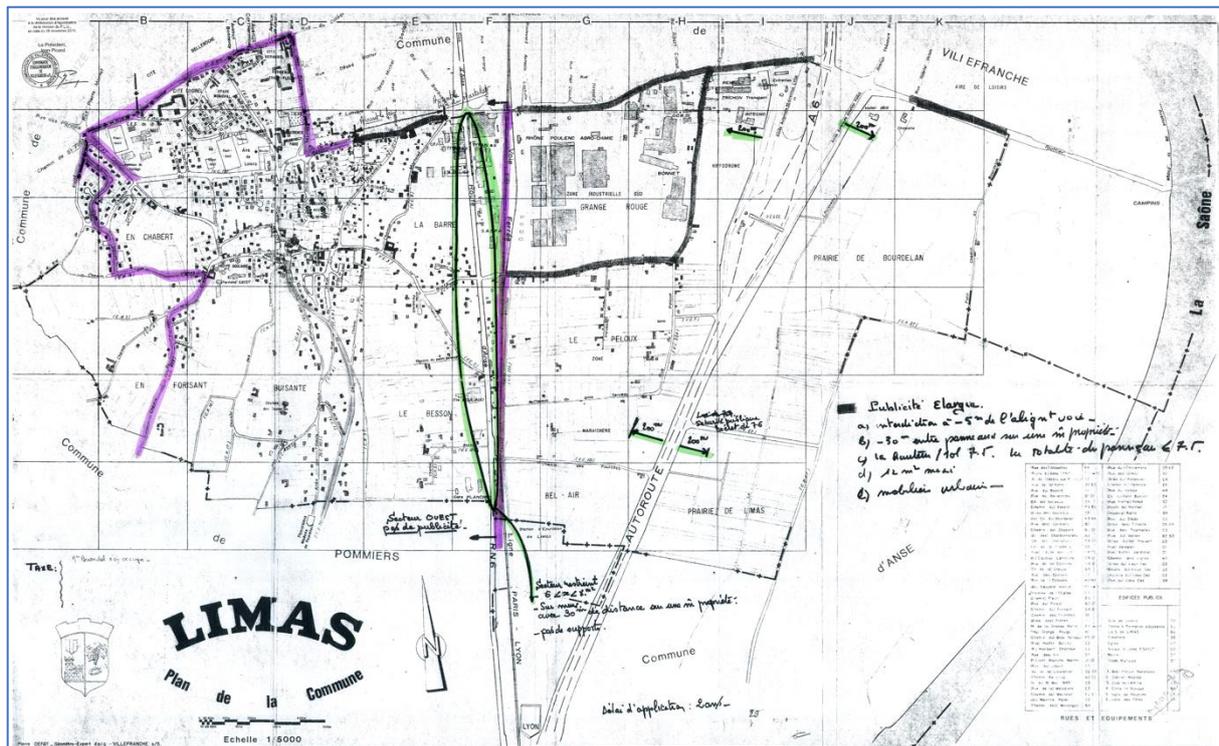
Le règlement ne traite pas des dispositifs scellés au sol. Lors de sa création, la commune ne faisait pas partie de l'unité urbaine de Lyon et s'y appliquaient les règles des moins de 10 000 habitants interdisant ce type de dispositifs. Depuis 2010 et la création de l'unité urbaine, ils peuvent être admis.

Comme souligné en introduction, le RLP est caduc depuis le 13 janvier 2021. Depuis, c'est le RNP qui s'applique à nouveau.

### 3.6.3 Le règlement de publicité de Limas

Le règlement a été pris par arrêté du 18 mai 1989.

PUBLICITÉ		
<b>Secteur ouest de la RN 6</b> RN 6 et rue la Maladière exclues	<b>ZPR RN 6</b> Bande de 50 m de part et d'autre	<b>ZPE</b> Autres parties de l'agglomération y compris la rue de la Maladière
Interdiction	30 m de distance entre 2 panneaux dans le même champ de vision sur une même unité foncière	30 m de distance entre 2 panneaux dans le même champ de vision sur une même unité foncière
	scellés au sol interdits	Scellés au sol interdits à moins de 5 m de l'axe
	surface < à 12 m <sup>2</sup>	surface < à 12 m <sup>2</sup> hauteur < à 7,5 m
<b>ENSEIGNES</b>	RNP	



**Commentaire :**

Comme à Gleizé, seule la publicité est réglementée, les enseignes restent soumises au RNP.

Une zone de protection hors axes interdit la publicité.

La RN 6 fait l'objet d'un traitement spécifique en admettant uniquement les dispositifs muraux avec interdistance.

La zone de publicité élargie (ZPE) étend aux dispositifs scellés au sol les règles de hauteur au sol des muraux : 7,5 m.

Comme souligné en introduction, ce RLP est caduc depuis le 13 janvier 2021. C'est donc le RNP qui s'applique à nouveau.

# 4 : LE DIAGNOSTIC

## 4.1 Méthode de Recensement

L'élaboration du RLPi nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire de la CAVBS concernés par la réglementation.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les orientations fixées par la délibération de prescription d'élaboration.

L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats, atteintes au cadre de vie.

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles inégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et des RLP, porte manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

### 4.1.1 Publicité

La totalité du territoire de la communauté d'agglomération a été parcourue permettant le relevé des dispositifs de plus de 1,5 m<sup>2</sup>, mobilier urbain compris, hors abris voyageurs du conseil départemental.



*Abri-voyageur du conseil départemental*

Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés.

Pour chaque dispositif, les données sont détaillées sous forme d'une fiche reprenant tous les éléments nécessaires à son analyse et son suivi :

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non.

Géopano		20/01/2021	
Numéro du panneau :	<input type="text" value="74"/>	Date de déclaration préalable :	<input type="text"/>
		Date d'installation :	<input type="text"/>
		Date de retrait :	<input type="text"/>
Adresse :	<input type="text" value="Rue de Belleville"/>		
Code postal :	<input type="text" value="68400"/>	Ville :	<input type="text" value="Cleixz"/>
Société :	<input type="text" value="AVENIR"/>		
Adresse locale de la société :	<input type="text"/>		
Propriété :	<input type="text" value="Privée"/>	Format :	<input type="text" value="8"/>
Support :	<input type="text" value="Mur"/>	Autre format :	<input type="text" value="0,00"/>
Scellé :	<input type="text"/>	Mécanique du panneau :	<input type="text"/>
Pied :	<input type="text"/>	Eclairage :	<input type="text"/>
Mobilier Urbain :	<input type="text"/>		
Autre mobilier :	<input type="text"/>		
Légalité :	<input type="text" value="Oui"/>		
Illégalité RNP :	<input type="text"/>		
Illégalité RLP :	<input type="text"/>		
Autre infraction :	<input type="text"/>		
Commentaire :	<input type="text" value="vérifié le 17/11/2020"/>		
Code attribué par la société exploitante :	<input type="text"/>		
Latitude :	<input type="text" value="46.0038299402861"/>	Longitude :	<input type="text" value="4.7194078568803"/>
			
Date de création de la fiche panneau :	<input type="text" value="17/11/2020"/>	Date de modification de la fiche panneau :	<input type="text" value="27/11/2020"/>
Nombre de fiches : 1		1/1	

Exemple de fiche

#### 4.1.2 Enseignes

Un repérage détaillé qualitatif sur le territoire de la CAVBS en matière d'enseignes a été réalisé, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

## 4.2 Les chiffres clefs de la publicité

Le nombre de dispositifs relevé s'élève à environ 336.

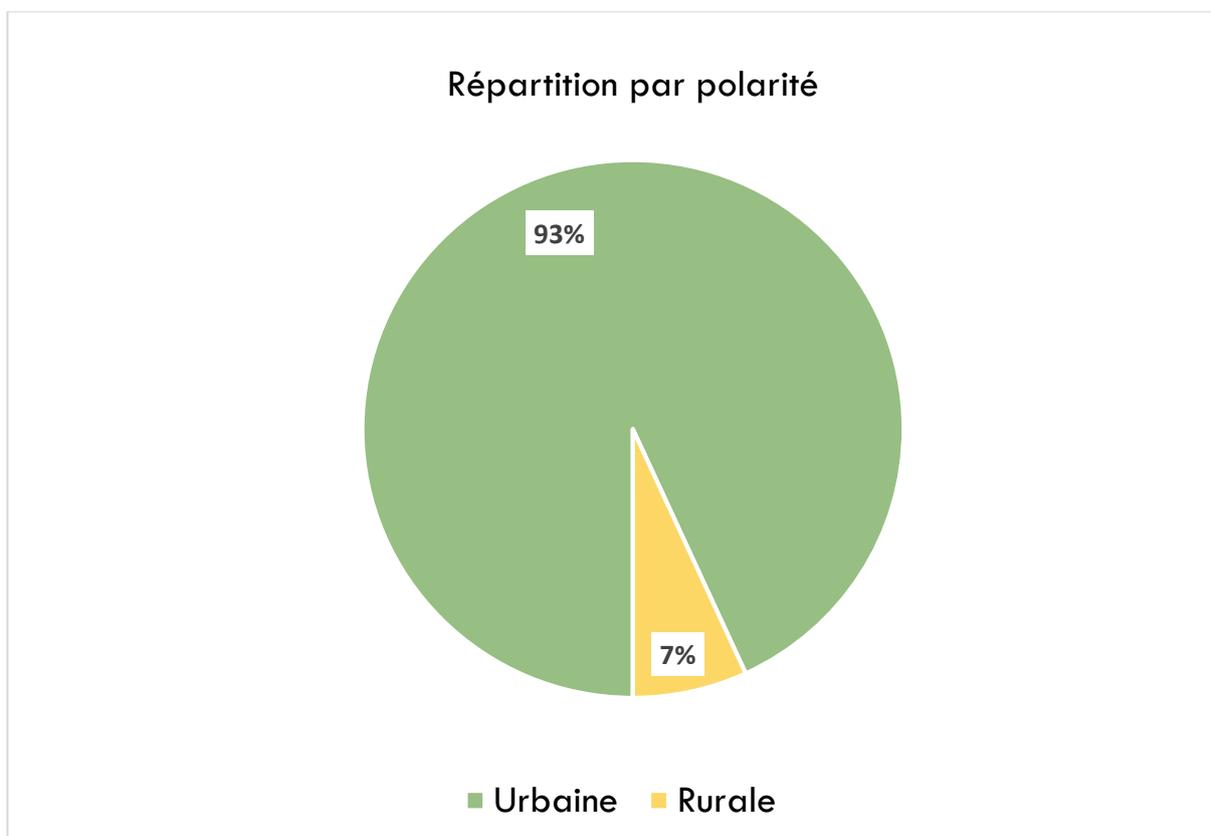
Ce total est ventilé de la manière suivante par commune:

Commune	Nombre de dispositifs
Arnas	14
Blacé	5
Cogny	0
Denicé	3
Gleizé	31
Jassans-Riottier	16
Lacenas	1
Le Perréon	6
Limas	66
Montmelas-Saint-Sorlin	0
Rivolet	2
Saint-Cyr-le-Châtoux	0
Saint-Étienne-des-Ouillères	5
Saint-Julien	1
Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais	1
Vaux-en-Beaujolais	0
Ville-sur-Jarnioux	0
Villefranche-sur-Saône	185
TOTAL	336

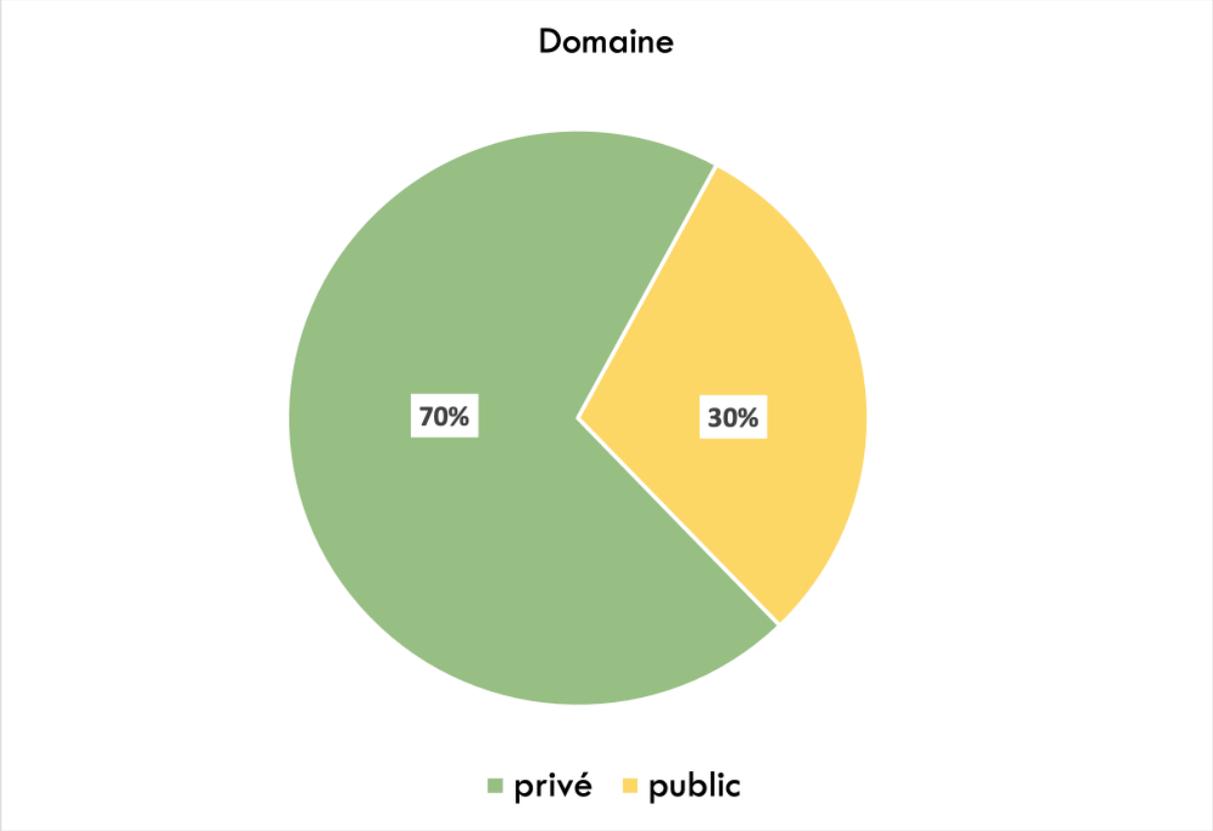


Carte des implantations publicitaires

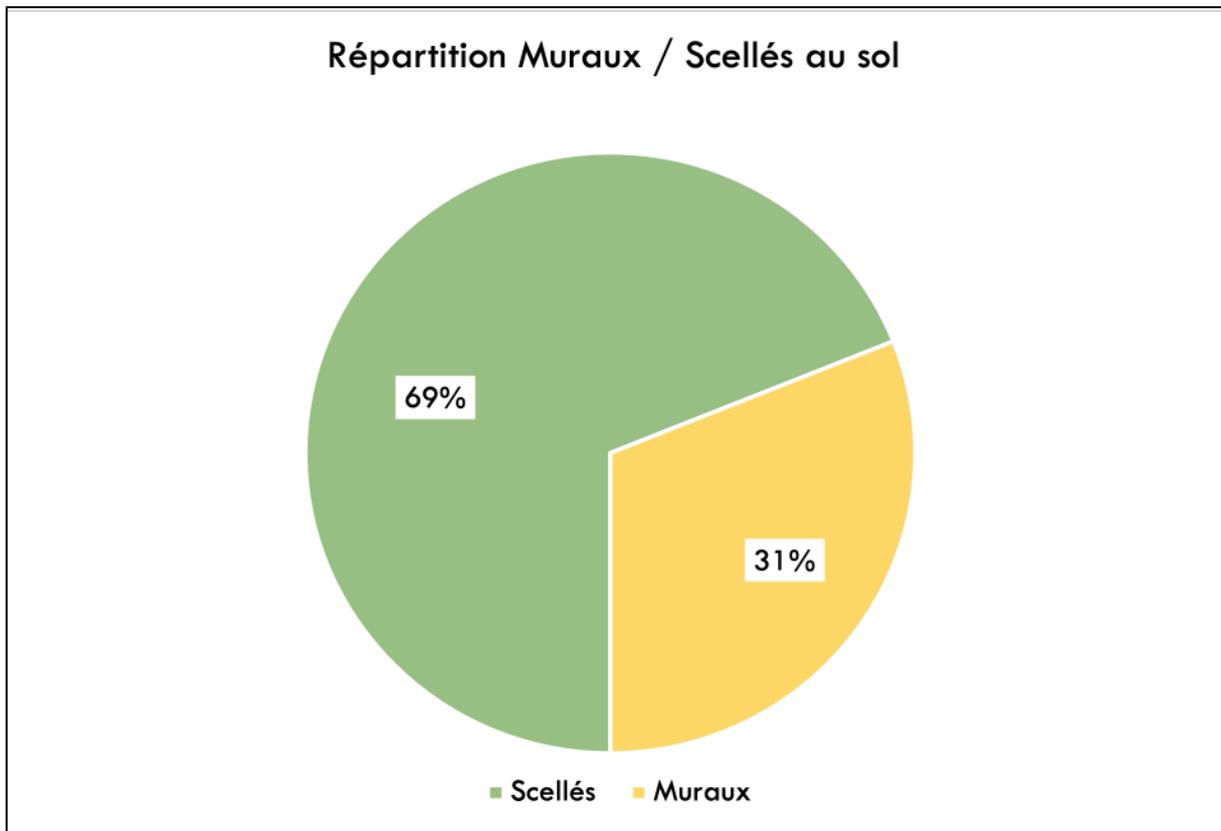
La répartition des panneaux par polarité (urbaine ou rurale) est la suivante :



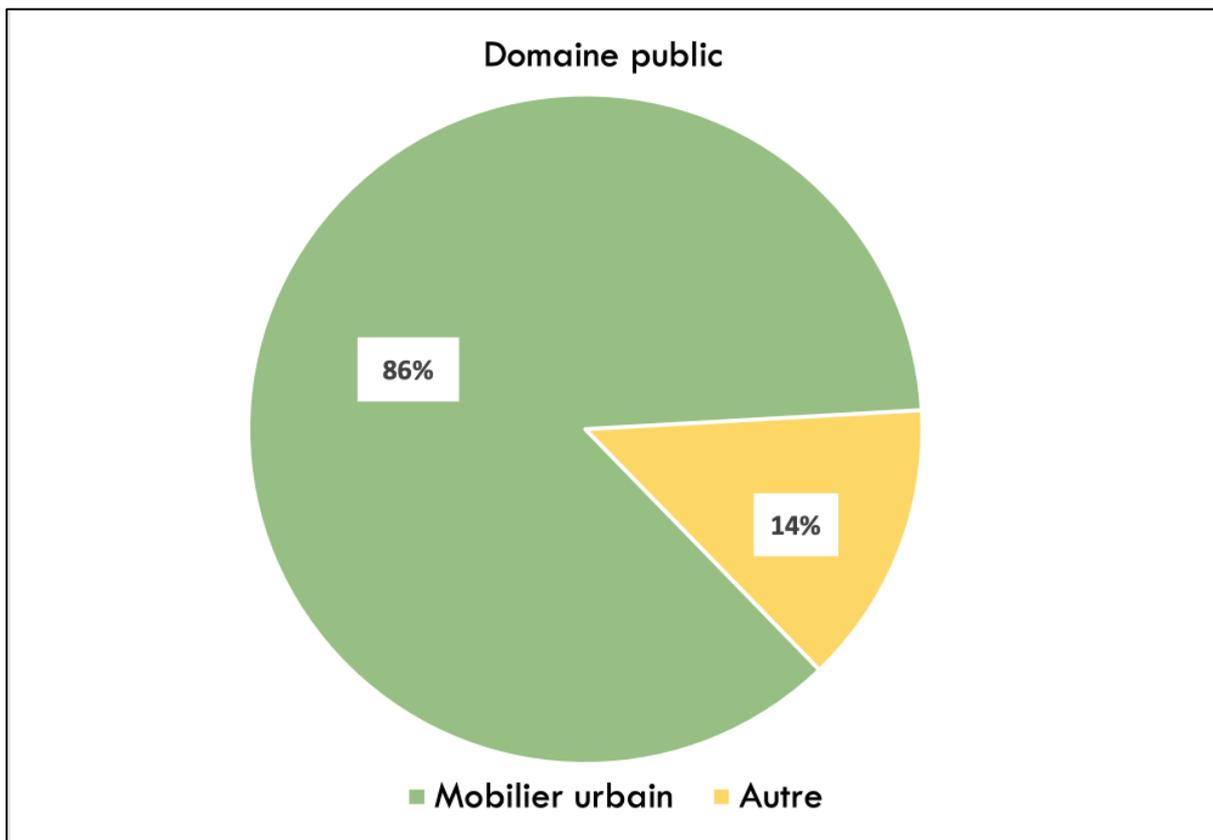
Le lieu d'implantation, sur propriété privée ou domaine public, se décompose ainsi :



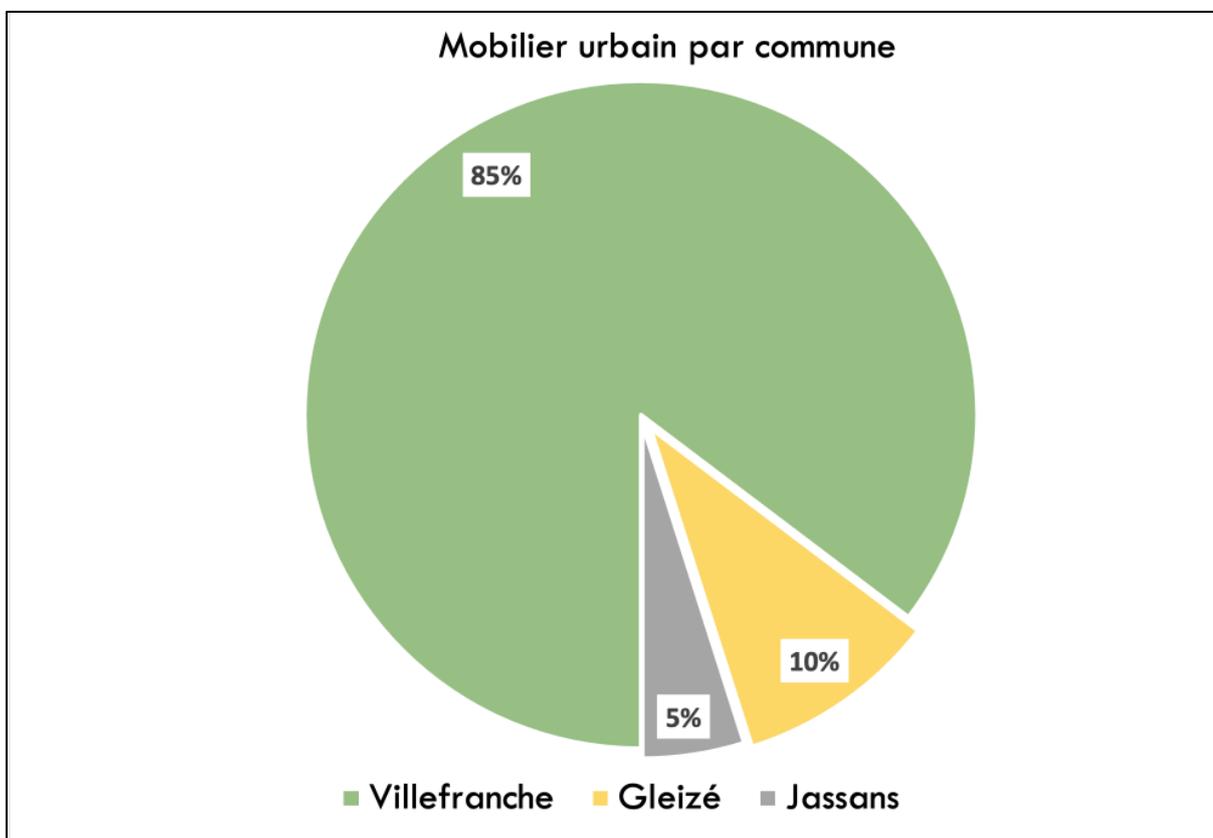
Sur propriété privée (233 dispositifs) on distingue les muraux et les scellés au sol. Leur impact sur l'environnement est différent : les muraux s'appuient sur un obstacle visuel existant, alors que les scellés au sol en génèrent un.

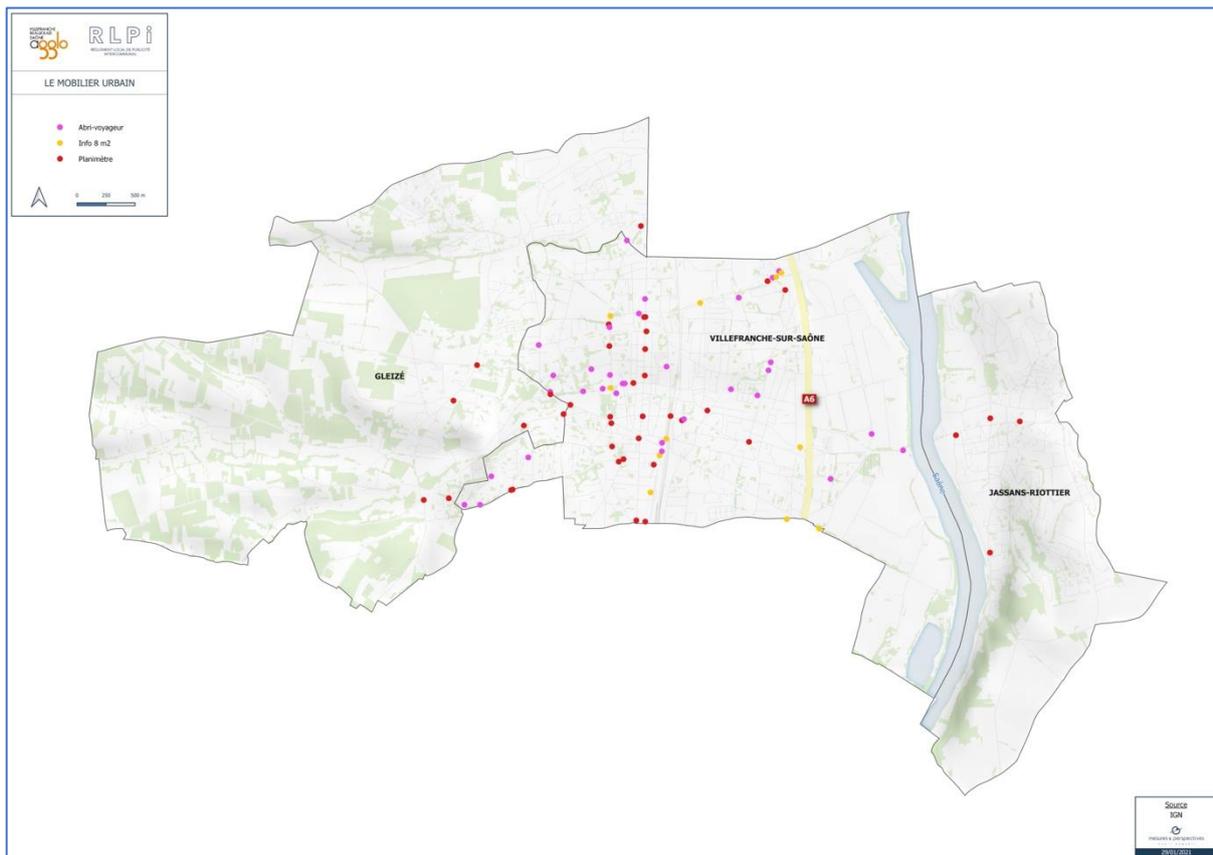


Sur le domaine public, les 103 dispositifs se répartissent entre mobilier urbain (82) et mobiliers publicitaires autres (21). Ces derniers sont implantés sur le domaine public, mais n'entrent pas dans le cadre d'un marché de mobilier urbain.



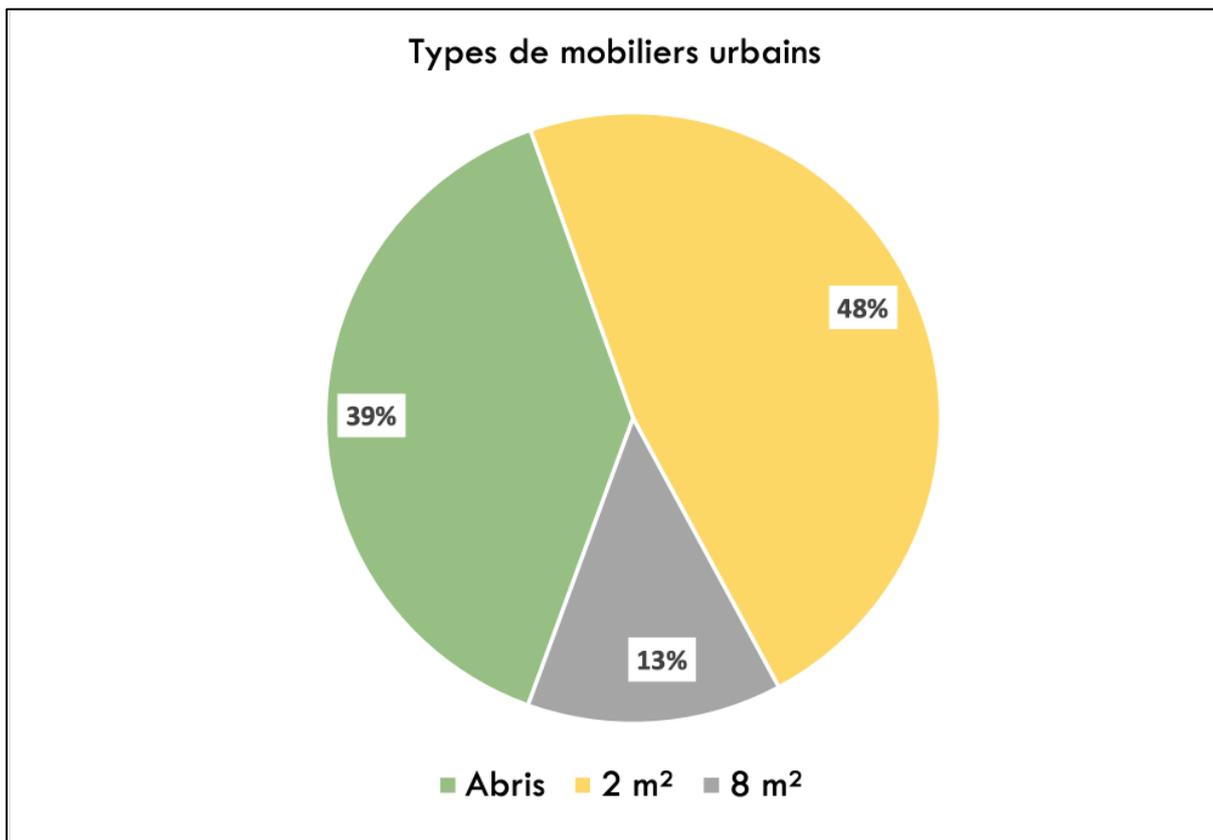
Le mobilier urbain publicitaire n'est installé que sur les territoires de Villefranche-sur-Saône (70 dispositifs), Gleizé (8 dispositifs 2 m<sup>2</sup>) et de Jassans-Riottier (4 dispositifs 2 m<sup>2</sup>).



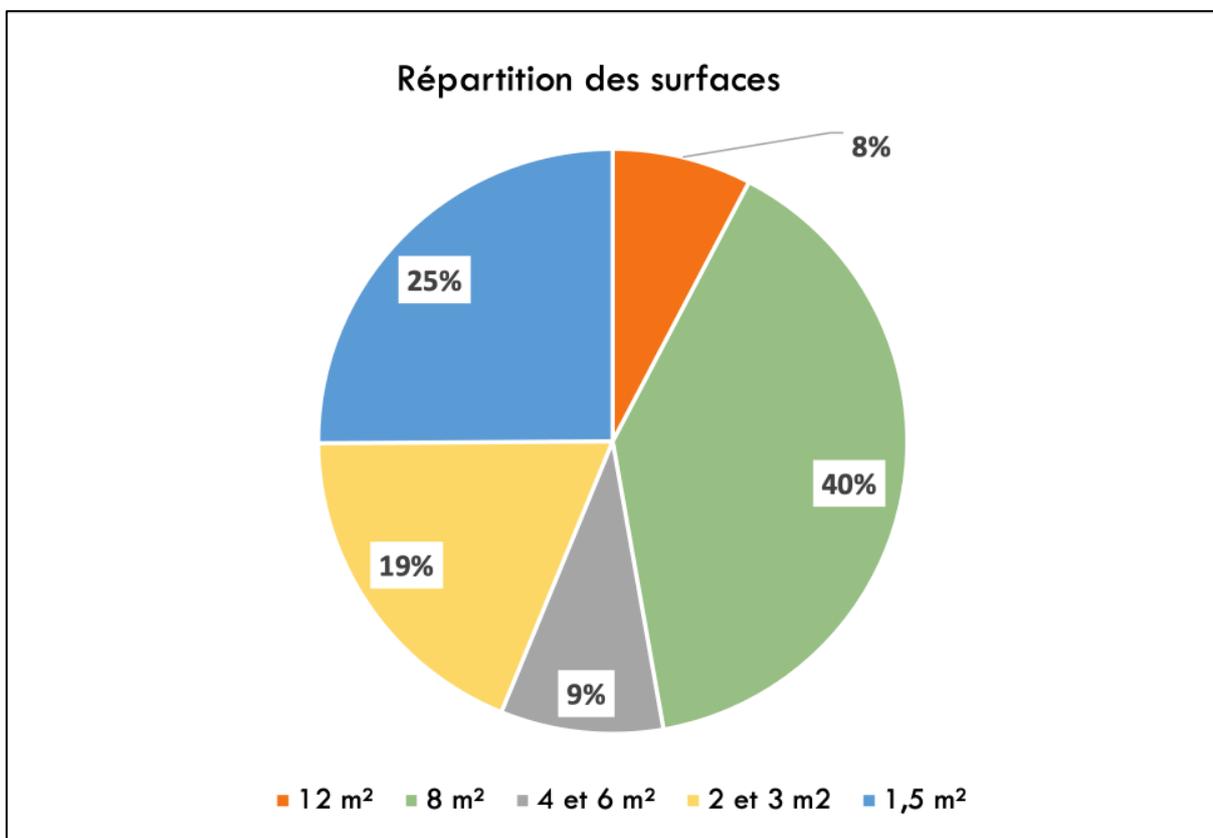


La répartition par type de mobilier est la suivante :

- 32 abris voyageurs ;
- 11 dispositifs 8 m<sup>2</sup> ;
- 39 planimètres.



Sur propriété privée, les surfaces sont les suivantes :

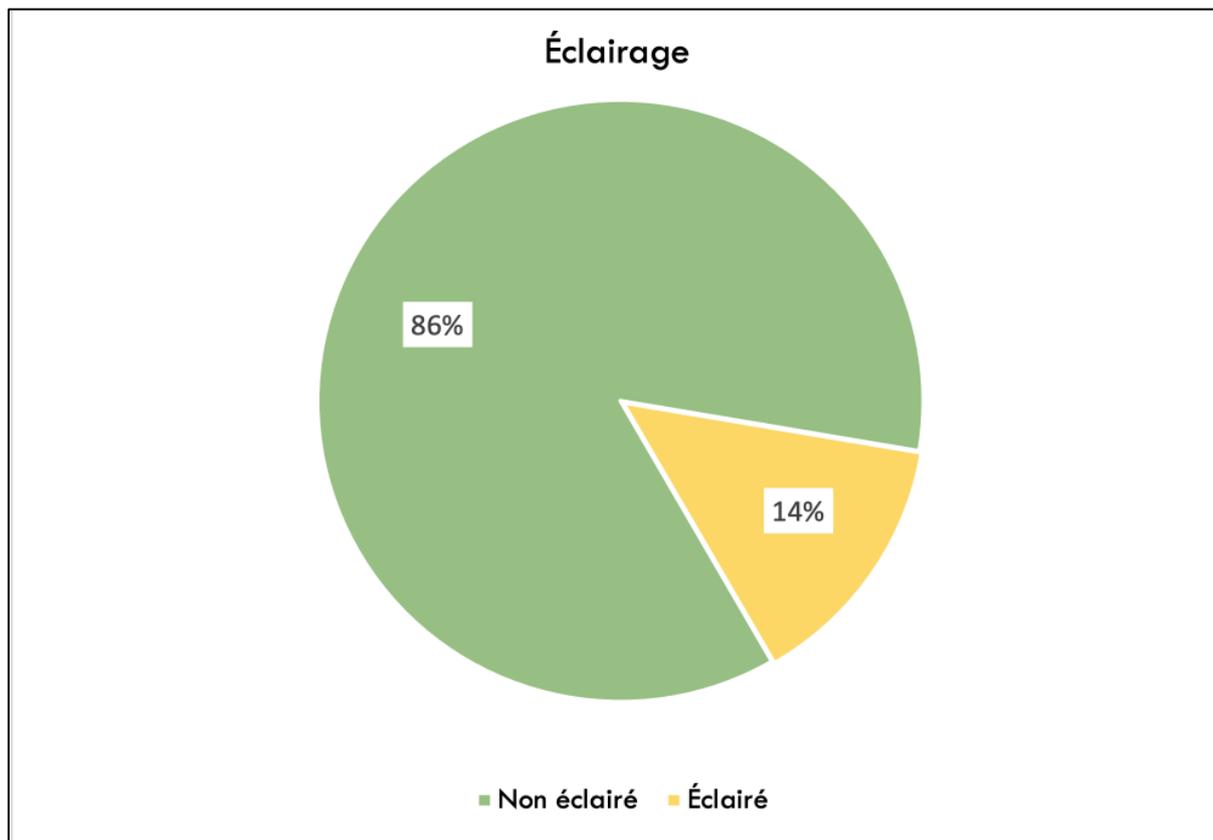


Les 8 m<sup>2</sup> et les 12 m<sup>2</sup> sont implantés sur Arnas, Limas et Villefranche.

La plupart des 1,5 m<sup>2</sup> correspond à des préenseignes dérogatoires installées hors agglomération.

L'éclairage est un facteur de meilleure mise en évidence des publicités. C'est pour cette raison que le procédé se développe et plus particulièrement le numérique.

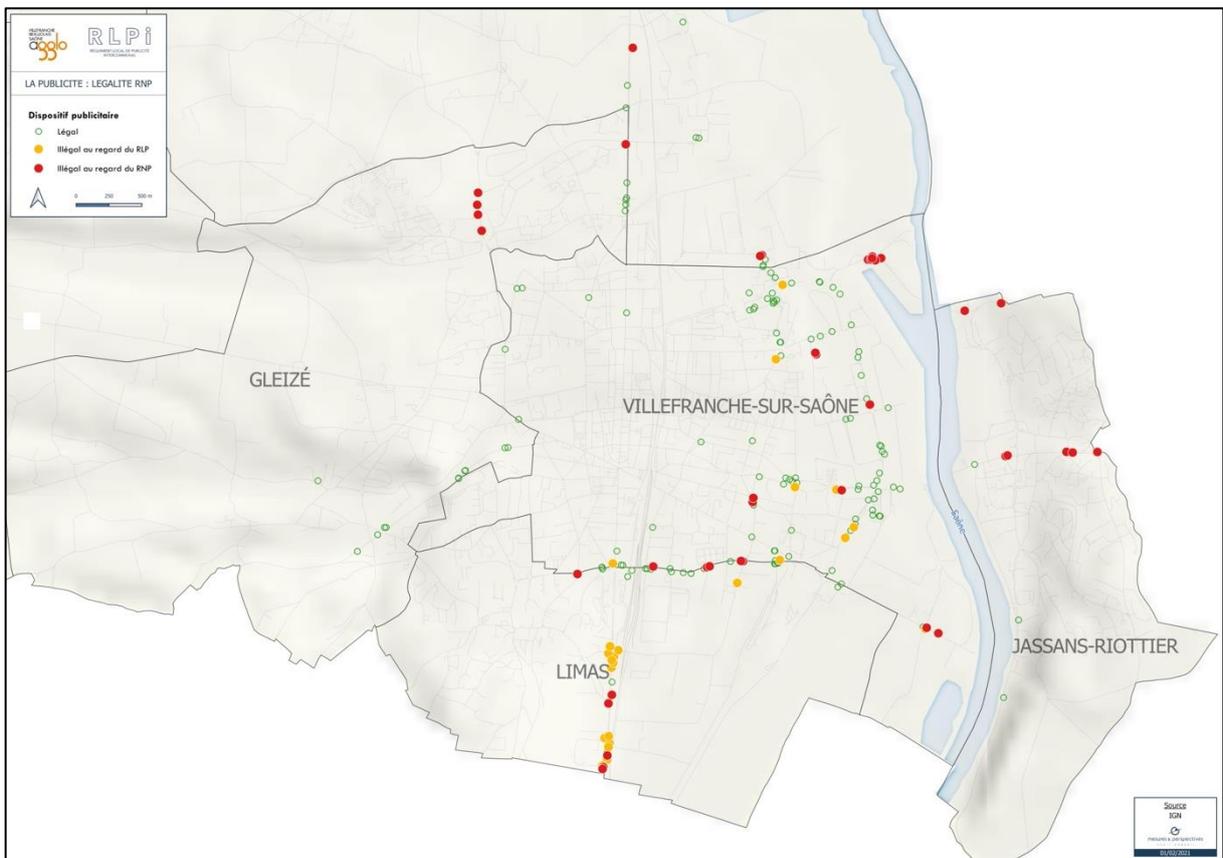
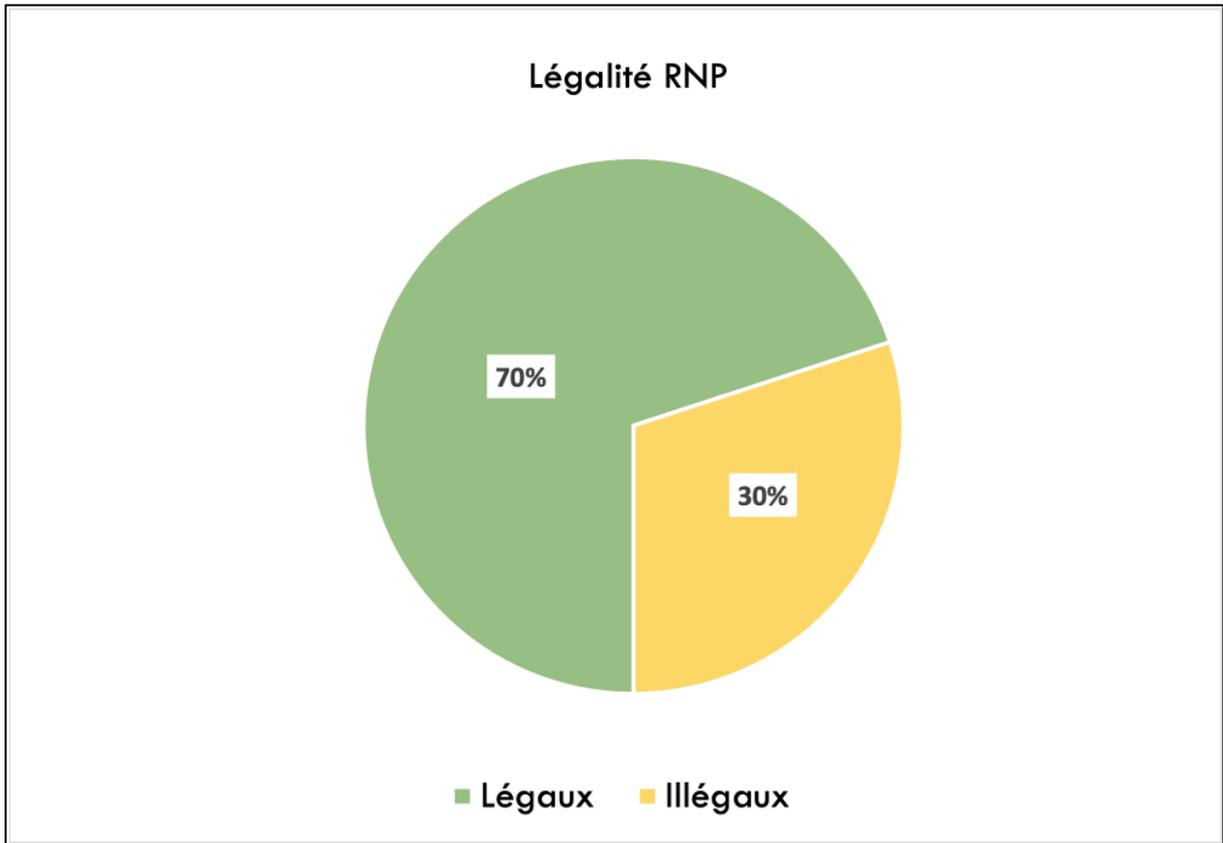
Hors mobilier urbain, 35 dispositifs sont éclairés, dont 5 numériques.



La légalité des dispositifs s'analyse dans un premier temps au regard du RNP.

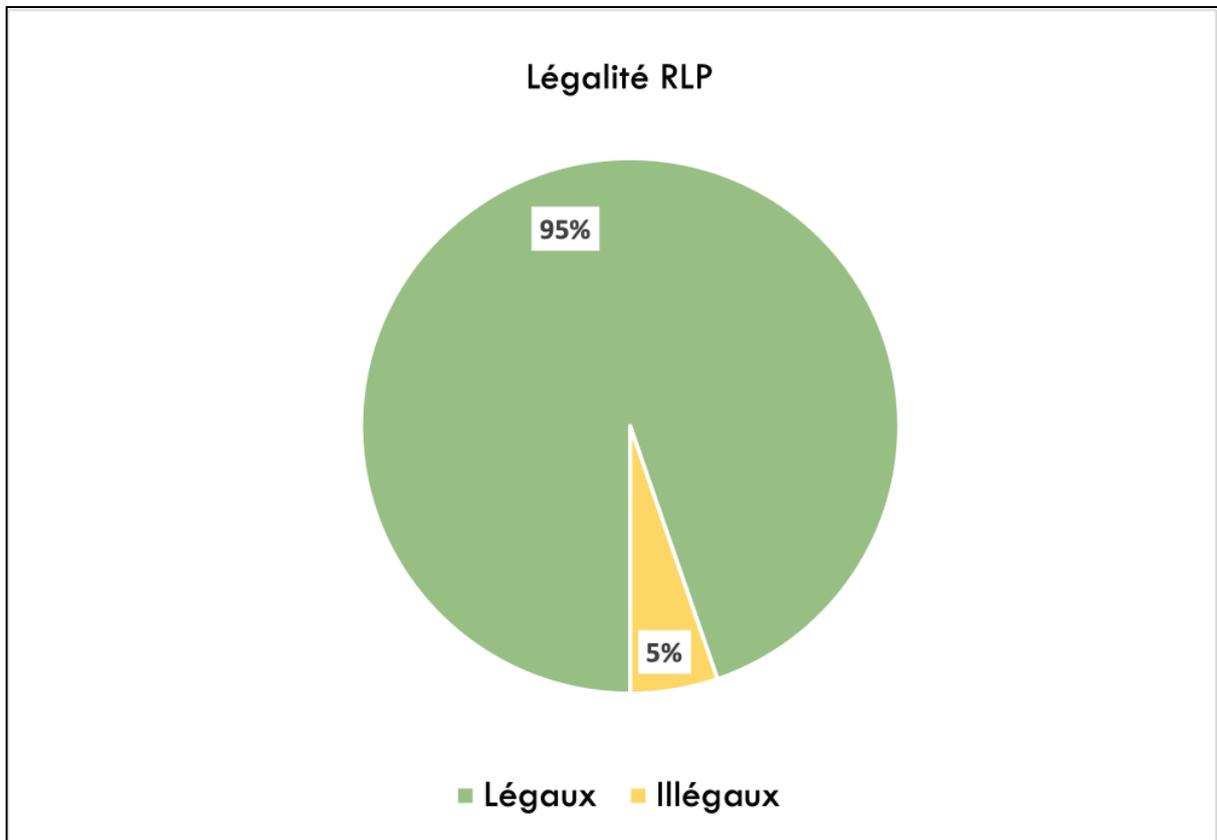
Hors mobilier urbain, environ 70 dispositifs sont en infraction avec diverses règles du RNP. Les principales correspondent à :

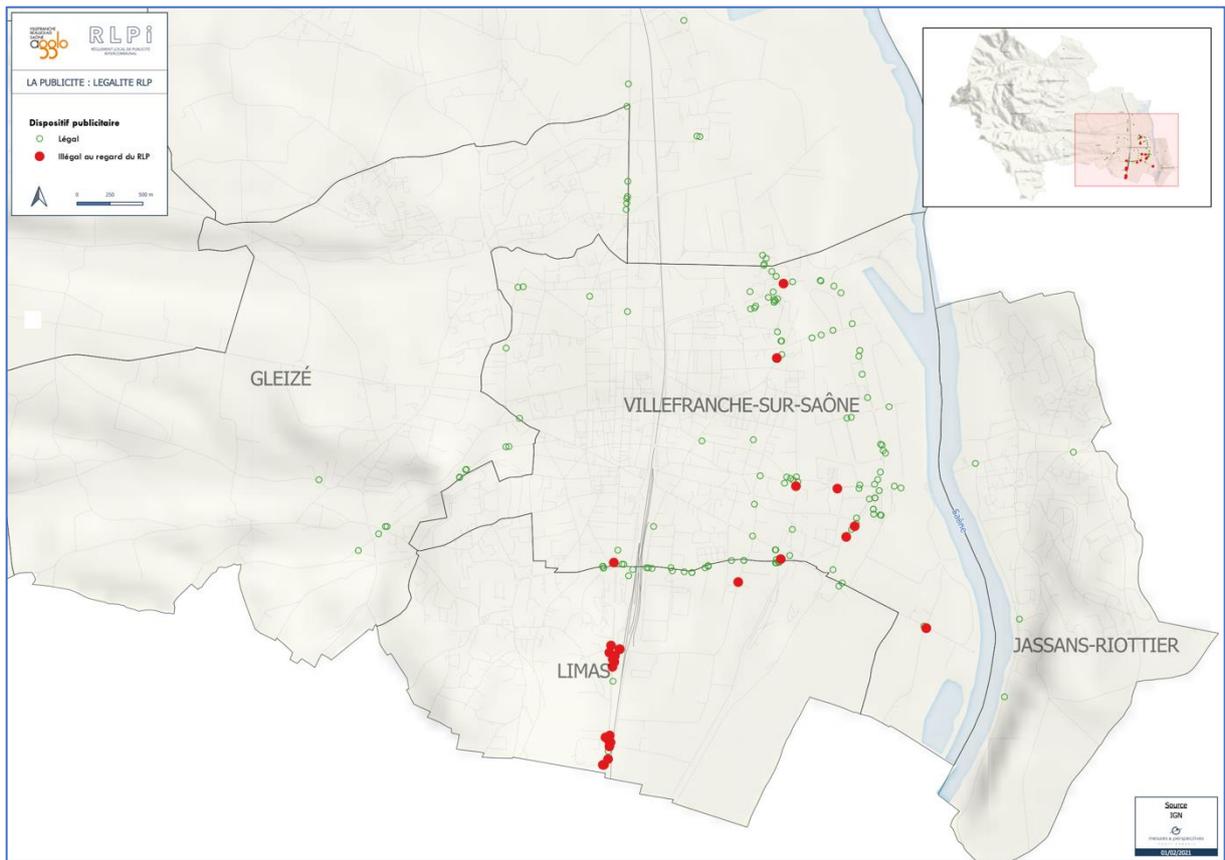
- hors agglomération = 30 ;
- sur supports (mur ou clôture) = 30 ;
- scellés au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants.



Sur les quelques 160 dispositifs légaux aux règles du RNP, l'analyse au regard du RLP en vigueur fait apparaître quelques infractions :

- Villefranche : interdiction = 2  
surface utile > à 8 m<sup>2</sup> = 6  
surface > à 2 m<sup>2</sup> en ZPR 2 = 1





## 5 : LES CONSTATS

### 5.1 Publicité

#### 5.1.1 Hors agglomération

A l'exception de quelques préenseignes situées sur le territoire des communes rurales (10) et sur la RD 44 entre Villefranche et Jassans-Riottier, la publicité est pratiquement absente de ces lieux interdits par le RNP. L'application de la réglementation conduira à leur quasi-suppression et à l'amélioration de la qualité paysagère de ces espaces.



RD 504 - Denicé



RD 338 - Gleizé

Seules subsisteront les préenseignes dérogatoires légales informant de la proximité des productions viticoles et qui ne sont pas prises en compte dans l'étude.



RD 49 - Le Perréon

## 5.1.2 Le patrimoine naturel



A l'exception de 2 dispositifs 1,5 m<sup>2</sup> à Jassans-Riottier, tous les autres dispositifs sont situés hors agglomération, donc en infraction avec le RNP.



RD 44 – Villefranche-sur-Saône



RD 933 - Jassans-Riottier

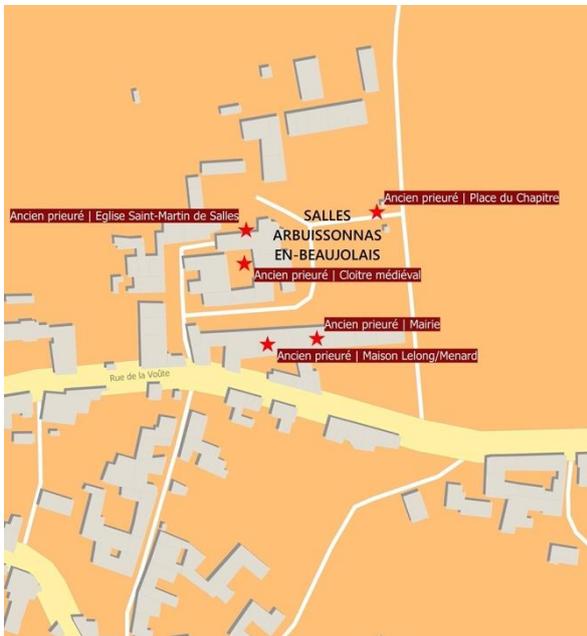
### 5.1.3 Le patrimoine bâti

Pour rappel, ce secteur regroupe les espaces protégés au titre du Code de l'environnement (site inscrit, site classé, périmètres de protection des monuments historiques) ainsi que le patrimoine remarquable repéré aux PLU, et aux cartes communales en agglomération.

Le périmètre de protection aux abords des monuments historiques a été porté à 500 mètres par la loi LCAP du 7 juillet 2016, avec application en juillet 2020. Les publicités qui se trouvent dans ces emprises et en co-visibilité du monument sont amenées à disparaître, sauf si le RLPi les réintroduit.

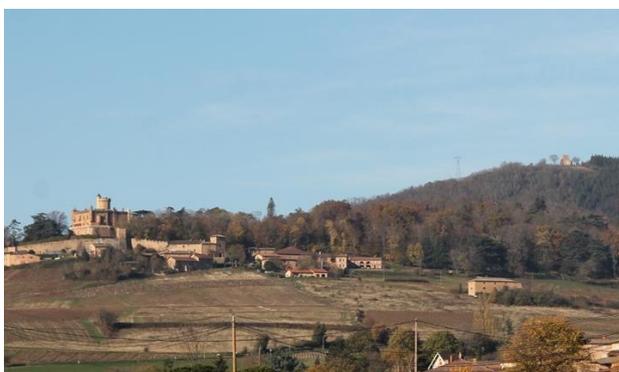
Le territoire de la CAVBS compte plusieurs monuments historiques classés ou inscrits, ainsi que deux sites patrimoniaux remarquables (SPR) à Villefranche-sur-Saône et Salles-Arbuissonnas.

Cinq monuments historiques sont situés dans le SPR de Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais autour de l'ancien prieuré.



*Le cloître - Salles-Arbuissonnas*

11 autres sont isolés dans les communes rurales.



*Le château et la chapelle St Bonnet - Montmelas*



*L'église - Ville-sur-Jarnioux*

Il n'existe aucune publicité sur les secteurs patrimoniaux des centralités rurales.

A Villefranche-sur-Saône, le secteur S1A admet uniquement le mobilier urbain avec une surface limitée à 2 m<sup>2</sup> et le secteur S2 avec une surface de 8 m<sup>2</sup>.

	2 m <sup>2</sup>	Abris	8 m <sup>2</sup>
SA 1	6	2	/
S 2	11	7	4



*Notre-Dame des Marais et immeubles rue Nationale à Villefranche-sur-Saône*



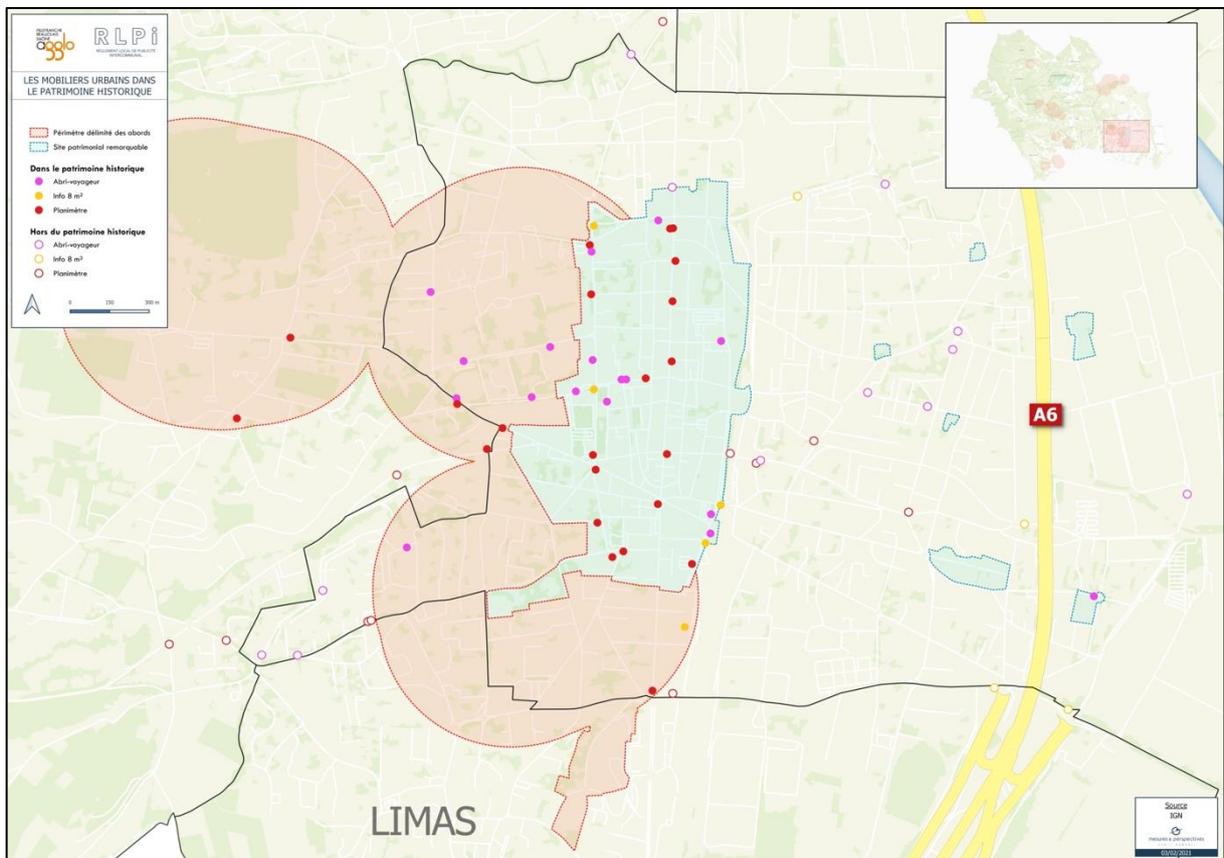
*Mobilier 2 m<sup>2</sup> - rue Victor Hugo (S1A)*



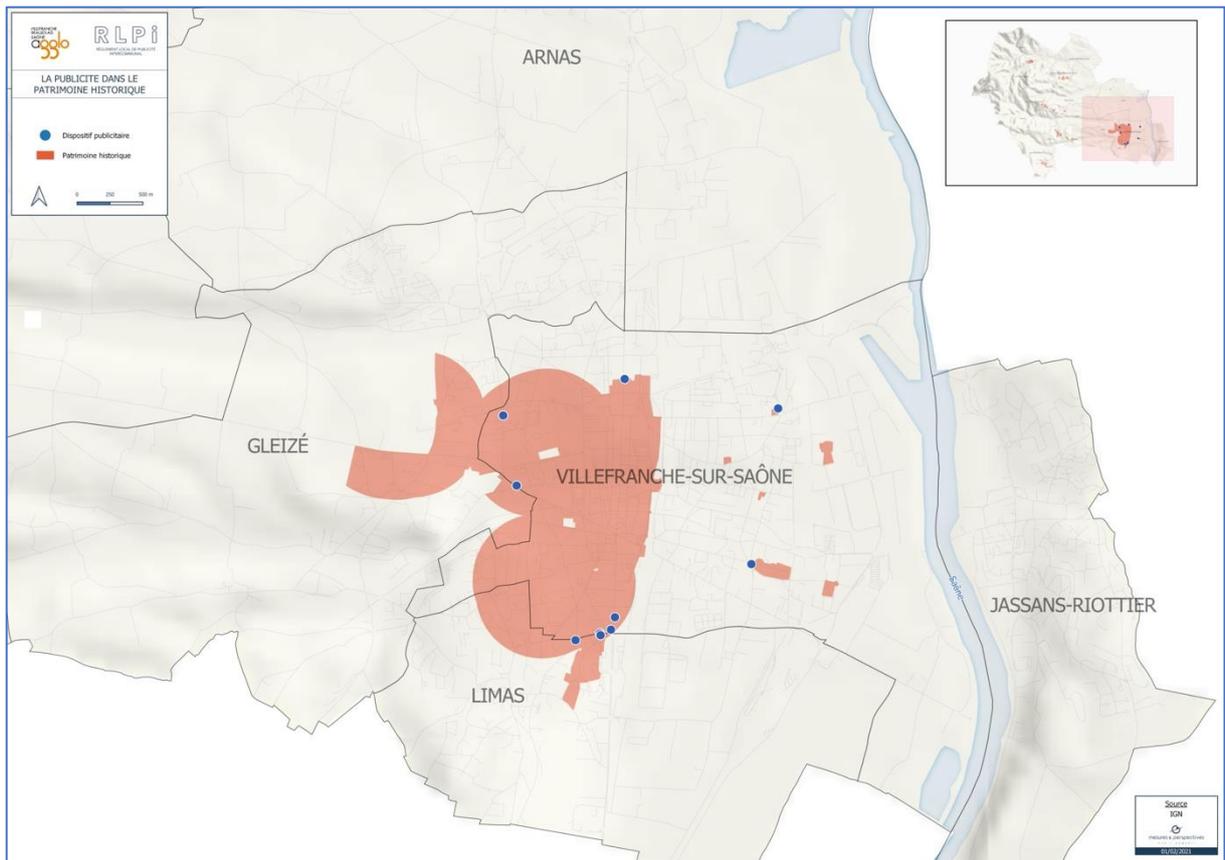
*Abri voyageur - Bd Gambetta (S2)*



Mobilier 8 m<sup>2</sup> - rue Grange-Blazet (S2)



Les quelques dispositifs hors mobilier urbain dans les secteurs de protection sont admis par le zonage et les prescriptions des RLP de Villefranche et Limas.



## 5.1.4 Les axes structurants et les entrées de ville des centralités urbaines

Deux types d'axes maillent le territoire. Ceux ayant une fonction interurbaine, qui accueillent un flux important de véhicules et ceux dont la fonction sont les déplacements au sein des centralités urbaines de l'agglomération.

L'axe majeur reliant Lyon à Paris traverse l'agglomération de Limas, Villefranche-sur-Saône et Arnas.

Les axes du secteur ouest, de moindre ampleur, sont essentiellement dédiés à du trafic local de Villefranche-sur-Saône au sud jusqu'à Arnas au nord.

Au nord-ouest, les RD 35 et 43 conduisent aux centralités rurales du nord de la CAVBS.

A Jassans, la RD 933 relie Lyon à la rive gauche de la Saône en face de Mâcon.

Les axes transversaux à cette double dorsale desservent à l'est, Jassans-Riottier par deux ponts.

Le premier, route de Frans, mène au centre-ville de Jassans.

Le second au nord conduit à la RD 131 pour accéder à la Dombes.

A l'ouest, la RD 504 en direction de la vallée d'Azergues et la RD 338 depuis la RD 306 à Limas vers Tarare sont des axes menant aux communes rurales du sud de la CAVBS.

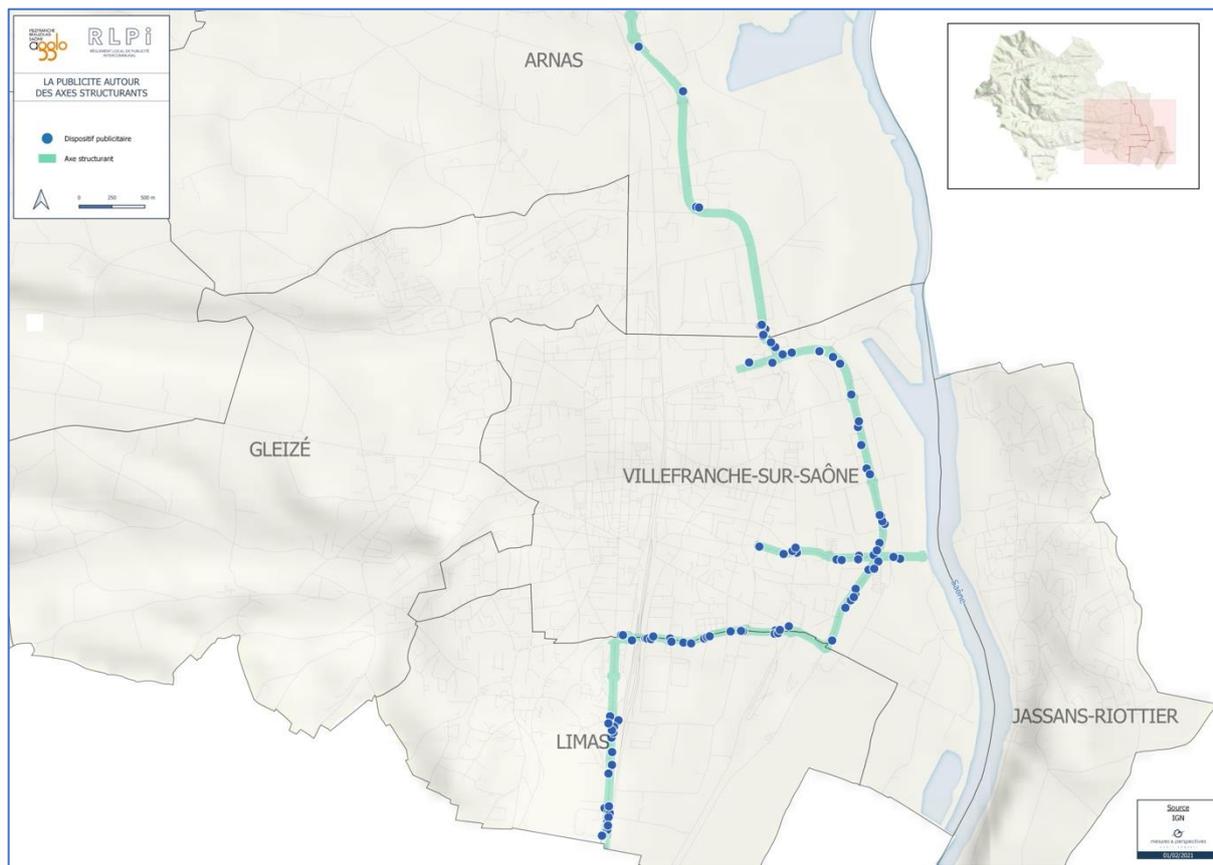
L'axe nord-sud par l'est est très attractif pour les annonceurs et on y rencontre une forte densité de dispositifs publicitaires.

La structure du réseau routier dirige la majorité de la circulation extérieure sur le contournement est de Villefranche-sur-Saône, constitué des voies suivantes qui se succèdent :

- la route d'Anse à Limas depuis l'entrée ville au sud ;
- l'avenue Édouard Herriot ;
- la section de la route de Riottier comprise entre l'autoroute et l'avenue Théodore Braun ;
- l'avenue Théodore Braun ;
- l'avenue de l'Europe ;
- rue Meunier-Vial à Villefranche ;
- l'avenue de Joux à Arnas jusqu'à la sortie ville au nord.

Sur les 282 panneaux recensés sur le territoire des 5 communes, 87 d'entre eux soit 31 % sont installés sur ce grand axe.

	1,5 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	Abri voyageur	Total
Propriété privée	10	21	2	1	35	8	/	77
Domaine public	/	2	/	/	5	/	3	10



Les entrées de ville nord et sud présentent des caractéristiques urbaines similaires : la traversée de zones d'activités .

L'avenue Édouard Herriot est limitrophe entre Villefranche-sur-Saône et Limas  
 Les règles qui s'appliquent aux dispositifs scellés au sol de part et d'autre de la voie ne sont identiques (hauteur, surface et interdistance).

Les infractions aux RLP sont localisées sur Limas (une quinzaine de scellés au sol le long de la RN 6, essentiellement des préenseignes de petit format).

Sur Villefranche, la surface utile limitée à 8 m<sup>2</sup> (RLP) n'est pas respectée pour 6 dispositifs.  
 1 dispositif a une hauteur supérieure à 6 m.

A Arnas, 1 dispositif ne respecte pas le H/2.



RN 6 - Limas



Surface > 8 m<sup>2</sup> Avenue Théodore Braun

Villefranche-sur-Saône



Hauteur > 6 m Bd Edouard Herriot



*H/2 non respecté Avenue de Joux - Arnas*

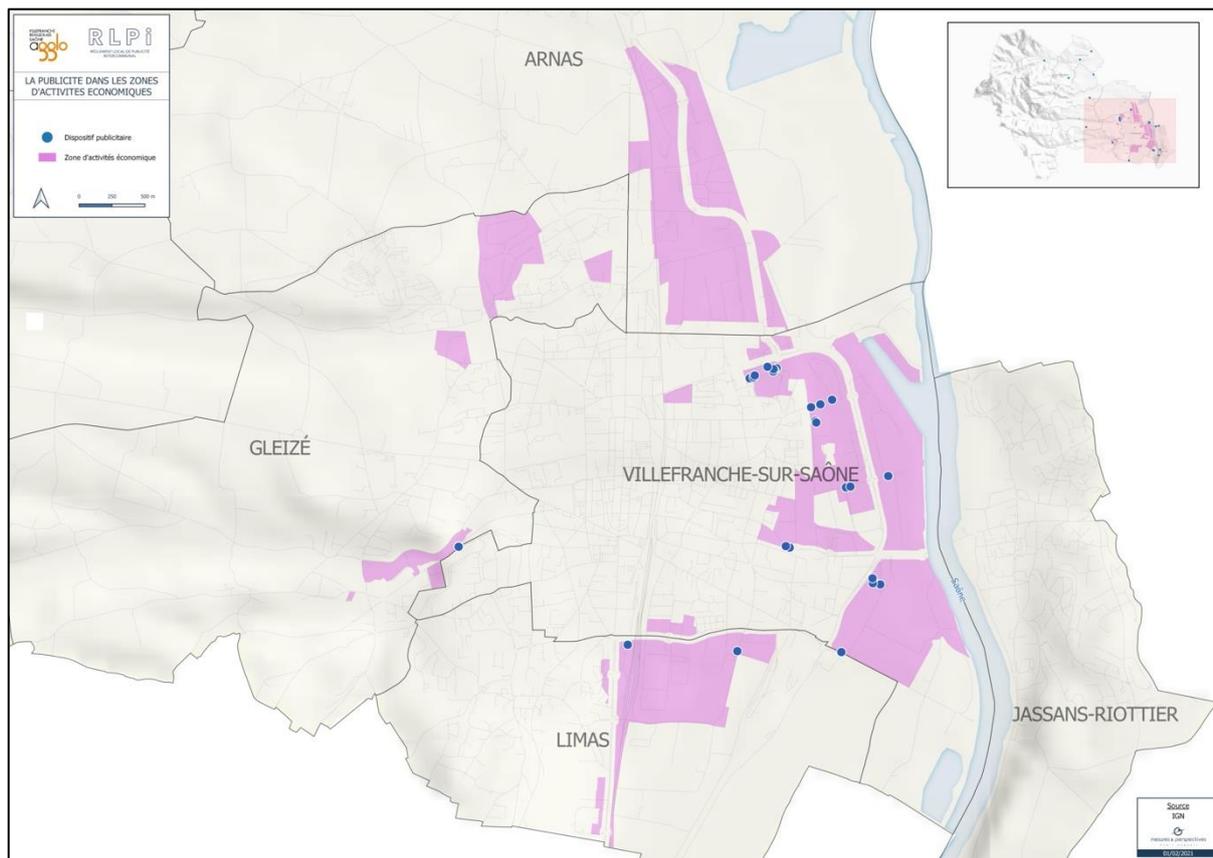
Sur les 5 panneaux numériques installés sur le territoire, 3 se trouvent sur l'avenue de l'Europe et 1 à l'intersection de l'avenue Burdeau et de la rue Meunier Vial. L'un d'entre eux est illégal car sa surface est supérieure à 8 m<sup>2</sup>.



*Numériques avenue de l'Europe - Légal à gauche - Illégal à droite (surface)*

### 5.1.5 Les zones d'activités économiques et commerciales des centralités urbaines

La prise en compte géographique de ces zones se fait hors grands axes et entrées de ville traités au 5.1.6.



Les publicités sont peu nombreuses, environ 20 panneaux sur propriété privée et 6 mobiliers urbains.

Des panneaux 2 m<sup>2</sup> sont implantés sur le parking du centre commercial Décathlon - Cultura avenue Théodore Braun / Route de Frans, ainsi que sur celui de Géant Casino, boulevard Burdeau / Rue Meunier-Vial.

Un panneau numérique est installé rue Richetta, angle rue Ampère.

### 5.1.6 Les centralités « urbaines »

Villefranche-sur-Saône, Arnas, Gleizé, Limas et Jassans-Riottier structurent cette polarité urbaine de la CAVBS.

Les centres villes de Gleizé, d'Arnas et de Limas sont excentrés des grandes voies de circulation. Seul 1 mobilier urbain est implanté au cœur de Gleizé, aucun à Arnas et Limas.



Rue Neuve - Gleizé

Dans le centre de Jassans-Riottier, on recense 10 dispositifs : 3 mobiliers urbains de 2 m<sup>2</sup> et 7 panneaux de surface inférieure à 4 m<sup>2</sup> sur propriété privée, dont 6 en infraction avec le RNP.



Mobilier urbain 2 m<sup>2</sup>



Muraux en infraction (- de 50 cm du sol)

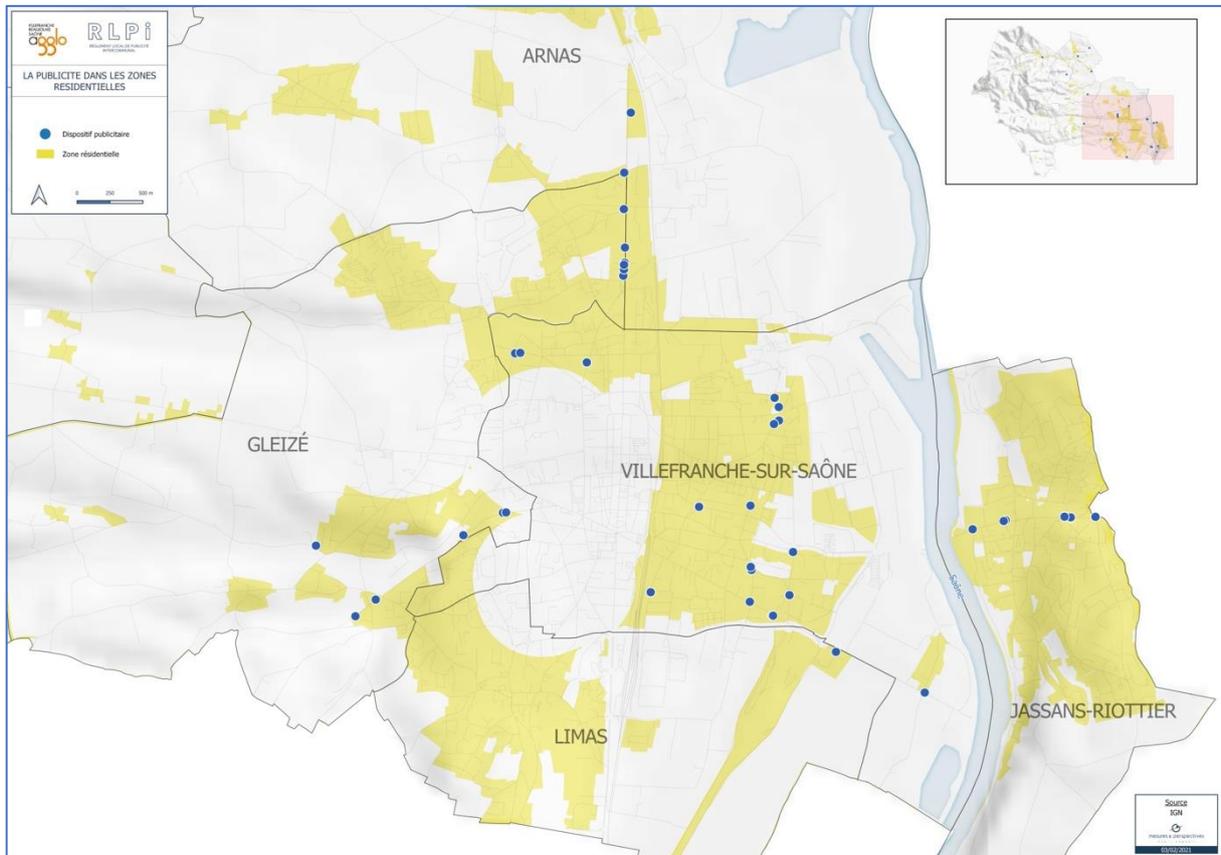


Mural illégal (ouvertures sur façade)



Illégal sur clôture non aveugle

En dehors du mobilier urbain, les centres-villes (hors SPR) et les quartiers résidentiels de Villefranche-sur-Saône, Gleizé et Jassans supportent peu de panneaux. Ceci est directement lié au RLP en vigueur.



Rue Pierre Guillermet



Route de Frans / Bd Pasquier



Rue Ampère



Rue des Sables



Rue Ernest Renan

Un dispositif de surface supérieure à 2 m<sup>2</sup> scellé au sol rue Claudius Savoye est en infraction avec le RLP.



*Surface Illégale - Rue Claudius Savoye*

### 5.1.7 Les centralités « rurales »

Blacé, Cogny, Denicé, Lacenas, Le Perréon, Montmelas, Rivolet, Salles-Arbuissonnas, Saint-Cyr-le-Châtoux, Saint-Étienne-des-Ouillères, Saint-Julien, Vaux-en-Beaujolais et Ville-sur-Jarnioux sont les communes « rurales » de la CAVBS.

La publicité est absente de Cogny, Montmelas-Saint-Sorlin, Saint-Cyr-le-Châtoux, Vaux-en-Beaujolais et Ville-sur-Jarnioux.

Dans les 8 autres communes, on recense 13 panneaux, dont 9 en infraction avec le RNP, la principale concernant l'interdiction des dispositifs scellés au sol.

Commune	Nombre de dispositifs	Format				
		1,5	2	3	4	8
Blacé	4	2	1	1		
Denicé	2	2				
Lacenas	1					1
Le Perréon	2	2				
Rivolet	2	2				
Saint-Étienne-des-Ouillères	2	1			1	
TOTAL	13	9	1	1	1	1



Scellé au sol - Le Perréon



Mur non aveugle - Blacé

On relève un dispositif de 8 m<sup>2</sup> à Lacenas. Bien que légal, la commune appartenant à l'unité urbaine de Lyon, il faut s'interroger sur son opportunité dans une telle commune et sur un axe mineur de surcroît.



Grande Rue – Lacenas

## 5.2 Enseignes

### 5.2.1 Hors agglomération

Hormis la production viticole, il y a très peu d'établissements implantés hors agglomération, donc peu d'enseignes.



*Arnas*



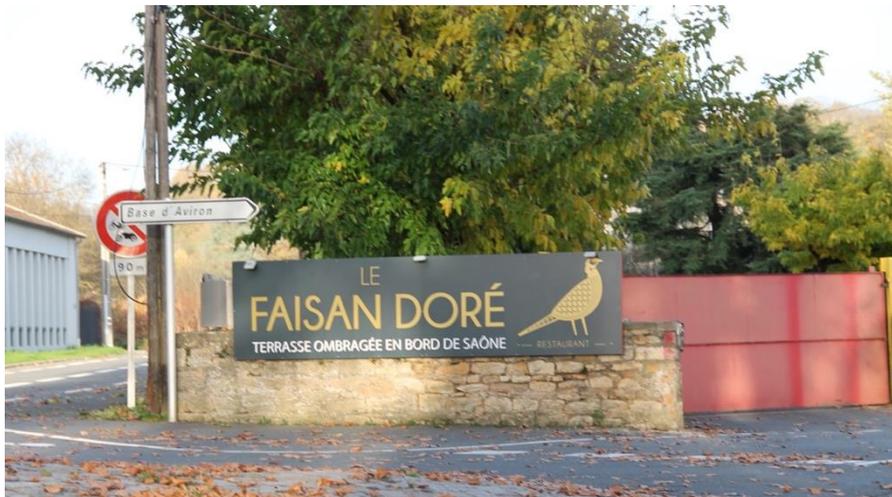
*Gleizé*

Le parc d'activité de l'Épinay à Gleizé est totalement hors agglomération. Les enseignes sur les façades respectent le bâti.



### 5.2.1 Le patrimoine naturel

Quelques établissements touristiques sont situés en bord de Saône.  
Leurs enseignes sont de dimensions raisonnables.



Villefranche-sur-Saône (illégal car dépassement du mur)



Villefranche-sur-Saône

### 5.2.2 Le patrimoine bâti

Les règles s'appliquant à Villefranche-sur-Saône dans la zone 1 ont un effet positif de respect de l'architecture et de protection des bâtis. On constate nombre de belles réalisations.

Par exemple, ci-dessous, l'enseigne sur devanture ne dépasse pas sur la porte d'entrée de l'immeuble.

Le lettrage sur les lambrequins du store et des fenêtres est discret.



Rue Nationale

Ici, les lettres découpées sont bien positionnées, bien dimensionnées, et l'éclairage est discret.



*Rue Nationale*



Rue Nationale



Place Carnot

L'apposition des enseignes perpendiculaires n'est pas toujours aisée.



Rue Nationale

Si certaines sont de dimensions raisonnables,



Rue Nationale

d'autres le sont moins.



Rue Nationale

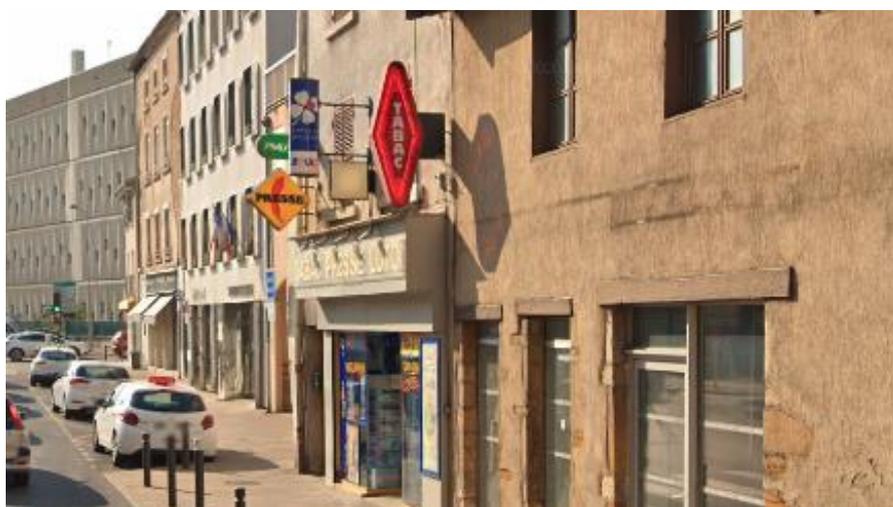


Rue de Stalingrad

Leur nombre est parfois élevé et leur positionnement nuit à l'architecture. Il s'agit principalement des bureaux de tabac offrant différents services.



Rue Nationale



Rue Paul Bert

Hors Villefranche-sur-Saône, les enseignes dans les périmètres de protection des monuments historiques et dans le SPR de Salles-Arbussonnas sont de bonne qualité : respect des surfaces légales, effort d'harmonie avec les lignes directrices de bâtiments.



Cogny



Gleizé



Lachenas



Montmelas



*Salle-Arbussonnas*

*Vaux-en-Beaujolais*



*Ville-sur-Jarnioux*

### 5.2.3 Les axes structurants et les entrées de ville des centralités urbaines

En arrivant du sud, on traverse divers paysages urbains, dans un premier temps une entrée de ville, puis un axe structurant et enfin une sortie de ville.

Entrée de ville sud à Limas :



*Enseignes sur façade bine dimensionnées et positionnées*



*Enseignes murales illégales (dépassement du mur)*



*Enseigne sur clôture légale de très grandes dimensions*



*Enseigne scellée au sol légale*



*Enseigne sur toiture (illégal : lettres non découpées)*



*Réalisation de qualité*

Contournement est :

Des situations sont à améliorer et des illégalités à traiter.





Enseignes scellées au sol (illégal nombre > à 1 et surface > à 10,50 m<sup>2</sup>)

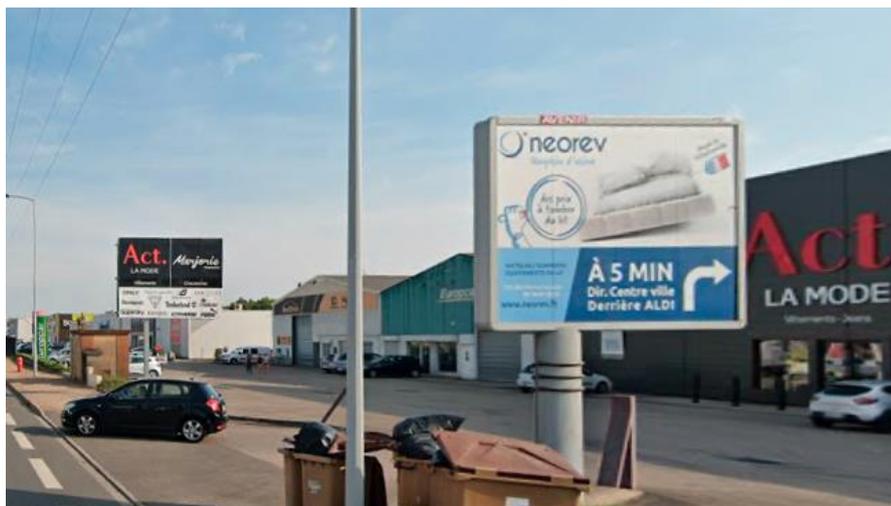


Enseignes sur toiture (illégal dépassement de la façade)



Implantations anarchiques

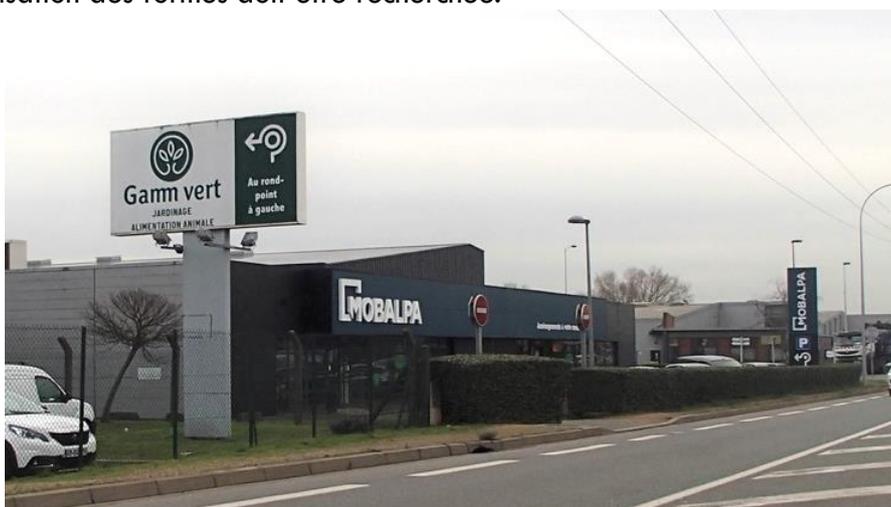
La similarité de matériel entre publicité et enseigne scellée au sol ne met pas en valeur les établissements commerciaux.



*Enseigne à gauche - publicité à droite*

De même, des formes trop diversifiées des enseignes scellées au sol ne président pas à une mise en valeur de la zone.

Une harmonisation des formes doit être recherchée.



*Deux formes très différentes d'enseignes scellées au sol*

On rencontre de bons exemples sur ces axes.

La disposition des enseignes en façade et la forme et les dimensions réduites de l'enseigne scellée au sol permettent de bien informer sur la marque et la nature du commerce en valorisant l'image.



*Avenue de L'Europe - Villefranche-sur-Saône*



*Avenue de Joux - Arnas*

Lorsque plusieurs établissements sont installés sur une même unité foncière, chacun a le droit d'implanter une enseigne scellée au sol. Cette situation peut conduire à une surcharge du site. Leur regroupement sur un support unique libère les perspectives.





*Avenue de l'Europe - Villefranche-sur-Saône*

Apparition du numérique :

Quelques enseignes numériques sont repérées sur le contournement est.



*Bd Édouard Herriot - Villefranche-sur-Saône*



*Avenue de l'Europe - Villefranche-sur-Saône*

Entrée de ville Nord à Arnas :

Des enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup> en surnombre, quel que soit le matériau utilisé, y compris les drapeaux.



*Avenue de Joux - Arnas*

On retrouve ici aussi des matériels de formes et de surfaces différentes.



*Route de Belleville - Arnas*

On rencontre de nombreuses enseignes scellées au sol dont la surface est supérieure aux 6 m<sup>2</sup> fixés par le RNP dans les communes de moins de 10 000 habitants.



*Enseignes scellées au sol (illégales surface > à 6 m<sup>2</sup>)*

Entrée est de Gleizé route de Tarare :

Très peu d'établissements commerciaux sont installés sur cet axe. Cependant, leurs enseignes scellées au sol ne respectent pas la surface maximale de 6 m<sup>2</sup>.



*Enseignes scellées au sol (illégale surface supérieure à 6 m<sup>2</sup>)*



*Enseignes scellées au sol (illégales car  $2 > 1 \text{ m}^2$  et surface supérieure à  $6 \text{ m}^2$  pour 1)*

#### 5.2.4 Les zones d'activités économiques et commerciales des centralités urbaines

Ces zones correspondent au Géant Casino, au complexe Décathlon à Villefranche-sur-Saône et à la route de Frans.

De bonnes réalisations sont remarquées, les enseignes étant bien intégrées dans l'architecture commerciale.



Centre commercial Géant Casino



Centre commercial Décathlon

Des améliorations sont à apporter et des illégalités à traiter route de Frans



Enseigne scellée au sol de hauteur et surface illégales

### 5.2.5 Les centralités « urbaines »

A Arnas, Jassans-Riottier, Gleizé et Limas, les enseignes des centres villes sont discrètes et respectent globalement le Code de l'environnement.



Arnas



Jassans-Riottier

On note une enseigne sur toiture de taille modeste dans l'hyper-centre.



Jassans-Riottier  
(Enseigne illégale car structure apparente)



Gleizé



Limas

### 5.2.6 Les centralités « rurales »

Les enseignes sur façade des commerces en activité dans ces communes rurales sont assez bien intégrées, y compris dans les zones d'activité, et on note une recherche esthétique pour certaines.



Blacé



Denicé



Le Perréon



Rivolet



*Saint-Cyr-le-Château*



*Saint-Étienne-des-Ouillères*



*Saint-Julien*



Zone d'activité - Blacé



Zone commerciale - Vaux-en-Beaujolais (illégal car dépassant du mur support)

Les enseignes perpendiculaires sont très souvent limitées à 1 par établissement.



*Rue du Beaujolais - Saint-Étienne-des-Ouillères*

On rencontre des enseignes lumineuses dont certaines réalisées en néon.



*RD 504 – Denicé*

Une seule enseigne sur toiture repérée est située à Saint-Etienne-des-Ouillères. Peu visible de l'espace public, elle ne perturbe aucune perspective.



*Rue du Beaujolais - Saint-Étienne-des-Ouillères*

Dans la majorité des cas, les enseignes scellées au sol signalent les activités viticoles.



*Le Perréon*



*Denicé*

Dans les zones d'activités, le RNP est respecté.



Lacenas



Blacé



Le Perréon



Saint-Étienne-des-Ouillères

## 5.3 Synthèse des constats

A l'issue de cette analyse des différents secteurs à enjeux et des dispositifs installés, ressortent les éléments clefs qui doivent orienter la future réglementation.

### 5.3.1 Publicité

- Les RLP de Gleizé et Limas sont caducs depuis le 13 janvier 2021, c'est donc le RNP qui s'applique sur leurs territoires. Les protections mises en place disparaissent.
- Le nombre de dispositifs sur le territoire de la CAVBS, rapporté à sa population et son

attractivité, est assez faible : 335, dont plus de la moitié à Villefranche-sur-Saône. Les 13 communes rurales sont peu, voire pas du tout, confrontées à la présence publicitaire, à l'exception de quelques préenseignes en infraction avec le RNP.

- Les communes d'Arnas, Gleizé et Limas sont affectées par la publicité grand format uniquement sur les entrées de villes nord et sud du centre de l'agglomération.

Jassans-Riottier ne compte que quelques panneaux de dimensions réduites.

La majorité des publicités grand format est concentrée sur le contournement est du centre de la communauté d'agglomération.

- On constate 72 illégalités (cf. détail 59 page) au regard du RNP sur 233 dispositifs. Les 2 motifs principaux sont hors agglomération ou sur support non aveugle.
- La publicité numérique est majoritairement installée sur les axes structurants (4 dispositifs sur 5).

### 5.3.2 Enseignes

- Si de bonnes réalisations sont constatées pour les enseignes à plat sur façade, on note toutefois quelques positionnements à améliorer pour les enseignes perpendiculaires. Pour ces dernières, dans le cas d'établissements à activités multiples, un réagencement doit être organisé.
- Les enseignes scellées au sol sont de formes diverses, parfois en surnombre pour celles dont la surface est supérieure à 1 m<sup>2</sup>. La similarité des matériels utilisés avec ceux de la publicité entraîne une confusion de lecture préjudiciable au commerce.
- On relève quelques enseignes sur toiture. Certaines d'entre elles ne sont pas en conformité avec le RNP (fond visible).
- Des enseignes numériques sont repérées, en nombre très faible et localisées dans les zones commerciales ou sur les axes structurants.

## 6 : LES ORIENTATIONS

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse des règlements en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les d'orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPi.

### 6.1 Publicité :

Adapter la réglementation à la topographie des communes :

Plusieurs communes, bien que rurales, font partie de l'unité urbaine de Lyon. Le RNP s'y applique, dans ses règles les plus permissives. Il conviendra d'adapter la publicité au caractère des lieux.

Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville :

Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être aménagés.

Limiter la densité :

Les règles actuelles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

Réduire et harmoniser la surface de dispositifs :

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant afin de mieux les intégrer. Pour la plus grande surface, elle doit se baser sur celle fixée par le RLP de Villefranche-sur-Saône.

Accepter raisonnablement la publicité sur mobilier urbain, notamment dans les sites protégés :

Le mobilier urbain publicitaire rend un service aux usagers de l'espace public. Pour autant, ces mobiliers ne doivent pas porter atteinte aux secteurs protégés au titre du code de l'environnement.

Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :

L'écran numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Il ne peut être accepté partout.

Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse :

Pour les communes faisant partie de l'unité urbaine de Lyon, c'est le RLPi qui doit les déterminer. Pour les autres communes, ils sont fixés de 1 h à 6 h. La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante.

## 6.2 Enseignes :

Poursuivre les efforts de respect de l'architecture :

Lorsque leur nombre et leurs dimensions sont restreintes, lorsque leur disposition est soignée, les enseignes sur façade contribuent à la mise en valeur de l'architecture et des commerces. Leur positionnement et leur nombre doivent être adaptés.

Encadrer les enseignes sur toiture :

Limiter leur surface et leurs lieux d'installations.

Définir une forme pour les enseignes scellées au sol :

Obstacles visuels à fort impact, leur forme doit être définie. De plus, la surface autorisée par le RNP étant distincte entre communes de moins de 10 000 habitants (6 m<sup>2</sup>) et plus de 10 000 habitants (10,50 m<sup>2</sup>), le principe d'harmonisation devra s'appliquer chaque fois que possible.

Encadrer les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées :

Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLPi doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.

Fixer des horaires d'extinction :

Pour les mêmes motifs que pour la publicité et dans une volonté d'harmonisation, la plage d'extinction nocturne sera étendue avec les mêmes horaires.