

**EXTRAIT
DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL**

Nombre de Conseillers

en exercice	9
présents	8
Votants	8
procuration	1

L'an deux mil vingt-trois le mercredi 14 juin, le Conseil Municipal de VALLORCINE, dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire à la Mairie sous la présidence de Monsieur Jérémy VALLAS, Maire.

Date de convocation du Conseil Municipal 9 juin 2023

Objet
N° 23/05/17
Règlement local de publicité intercommunal

Présents Monsieur Jean-François DESHAYES, Madame Audrey PENIN, Madame Dominique ANCEY, Monsieur Gérard BURNET, Monsieur François COUTAGNE, Madame Rachel ROUSSET, Madame Maryvonne ALVARD

Représentés Madame Guyonne FOURNIER donne pouvoir à Mme ANCEY Dominique

Absents excusés Madame Guyonne FOURNIER

Secrétaire de séance Madame Maryvonne ALVARD

Le Maire rappelle au Conseil Municipal que par délibération du 18 décembre 2019 le Conseil Communautaire a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal en précisant les objectifs poursuivis suivants :

- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural de la Vallée tout en respectant et mettant en avant les spécificités de chaque commune et/ ou chaque zone,
- Préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains et le grand paysage compte tenu des forts enjeux paysagers et touristiques de la Vallée:
 - => identifier et traiter de façon coordonnée les axes structurants traversant le territoire communautaire, en matière de publicité et pré-enseigne,
 - => limiter l'impact des dispositifs publicitaires d'une façon générale et plus particulièrement dans les centres villes et centres bourgs,
- Garantir la cohérence globale des enseignes (respect et identification aux caractéristiques du territoire),
- Traiter de manière coordonnée les secteurs du territoire dont les caractéristiques sont identiques,
- Proposer la mise en place de dispositifs appropriés pour contribuer à la sauvegarde de la diversité et du dynamisme du tissu commercial du territoire et notamment du commerce de proximité,
- Anticiper le traitement des secteurs en développement tels que zones d'activités économiques (vigie, secteur des lles, ...) ou touristiques,

- Intégrer l'évolution des dispositifs publicitaires
- Intégrer les exigences environnementales et de développement durable (extinction nocturne).

Le code de l'Environnement prévoit que les procédures d'élaboration et de gestion des règlements locaux de publicité sont calquées sur les procédures d'élaboration et de gestion des plans locaux d'urbanisme. A ce titre, au moins deux mois avant l'arrêt du projet de règlement, les conseils municipaux et communautaire doivent débattre des grandes orientations du projet de règlement.

Ce débat est l'occasion pour les conseillers municipaux et communautaires d'échanger sur les principales options envisageables en matière de réglementation locale, qu'il s'agisse des conditions d'installation des dispositifs ou du « zonage ».

Rappel de définition :

Les publicités correspondent à « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou attirer son attention » (exception faite des préenseignes et des enseignes) ;

Les préenseignes correspondent à « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité ».

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

Depuis le lancement de la procédure en février 2022, la procédure s'est poursuivie ainsi :

Printemps 2022: entretiens avec chaque Commune sur le diagnostic en matière d'enseignes/ publicité et pré-enseigne,

- Automne / Hiver 2022-2023: 3 réunions publiques de présentation du diagnostic,
- Mars/ avril 2023: travail en comité technique (Cotech) avec les représentants communaux sur les futures prescriptions du RLPI,
- Mai 2023: présentation des grandes orientations du futur RLPI, sur les propositions suivantes, objet de la présente délibération,

Les étapes prochaines sont :

Eté / Automne 2023 : présentation aux Personnes Publiques Associées,

- Automne 2023: phase de concertation et réunion publique,
- Hiver 2023-2024 : arrêt du projet en conseil communautaire, suivi d'une enquête publique,
- Premier semestre 2024 : approbation du projet au vu du rapport du Commissaire Enquêteur et opposabilité 1 mois après l'approbation (en l'absence de SCOT approuvé),
- 2030 : expiration des 6 ans pour mise en conformité des dispositifs existants.

Les grandes orientations suivantes sont donc proposées :

1°) Rappel du cadre légal applicable sur le territoire communautaire :

Le code de l'Environnement distingue trois catégories d'espaces faisant l'objet de règles différenciées :

- **les espaces « hors agglomération »** : les publicités y sont interdites, seules quelques activités spécifiques (produits du terroir, activités culturelles, opérations immobilières ou exceptionnelles) peuvent y bénéficier de préenseignes « dérogatoires » et les enseignes y sont soumises aux mêmes règles qu'à l'intérieur des agglomérations, l'immense majorité du territoire communautaire est « hors agglomération » ;
- **les lieux d'interdiction légale de publicité en agglomération** (abords de monuments historiques, sites inscrits...) : les publicités y sont interdites (mais le règlement local peut y admettre certaines formes de publicité par dérogation), les préenseignes « temporaires » sont soumises à des conditions strictes ; les enseignes sont soumises à autorisation, la commune de Chamonix-Mont-Blanc est principalement concernée (pour son centre-ville) ;
- **les autres espaces agglomérés** : les publicités et les préenseignes y sont admises, ainsi que les enseignes (dans le respect des règles nationales).

Ainsi, les règles locales pourraient être différenciées selon trois types d'espaces :

=> 1°) **les espaces « hors agglomération »** : le règlement local ne peut pas y admettre des possibilités de publicités (interdites par la loi) ni y réglementer les préenseignes « dérogatoires » (admises par la loi) ; il pourrait en revanche y soumettre les enseignes aux mêmes restrictions que celles qu'il définirait pour les enseignes « en agglomération » (pour éviter que les conditions d'installation des enseignes soient plus strictes en agglomération que hors agglomération) ;

=> 2°) **les secteurs à fort intérêt patrimonial** : ces secteurs correspondraient aux lieux d'interdiction légale de publicité en agglomération (abords des monuments historiques de Chamonix Mont-Blanc) ainsi qu'aux espaces agglomérés (centres bourgs) que chacune des quatre communes déterminerait si elle le souhaite : le règlement local y délimiterait une « zone de publicité stricte » où seules des formes extrêmement limitées de publicités ou préenseignes seraient admises et où les enseignes seraient soumises à quelques règles « qualitatives » supplémentaires (nota : ponctuellement et indépendamment du règlement local de publicité, chaque maire peut désigner par arrêté des « immeubles » d'intérêt esthétique, historique ou pittoresque, sur lesquels toute publicité serait interdite et entraînant une zone d'interdiction 100 mètres alentours ; de telles « pastilles » d'interdiction relèveraient du régime de la « zone de publicité stricte ») ;

=> 3°) **les autres secteurs agglomérés** : les possibilités d'installation des publicités et préenseignes y seraient restreintes par rapport aux possibilités résultant de la réglementation nationale et les enseignes seraient soumises à quelques conditions d'installation complémentaires par rapport aux règles nationales.

2°) Les orientations envisagées pour les publicités et les préenseignes

- dans les zones de publicité stricte, les possibilités d'installation des publicités et préenseignes (d'une surface unitaire limitée à 2 m²) seraient limitées au mobilier urbain et aux palissades de chantier (entre 1,50 m et 4,00 m de hauteur par rapport au sol). Etant précisé que l'installation de mobilier urbain (avec ou sans publicité admise) relève de la seule décision des collectivités publiques compétentes ; par ailleurs, le règlement local ne peut pas interdire la publicité sur palissades de chantier, mais il peut la réglementer (et donc la limiter).

- dans les autres secteurs agglomérés, les possibilités d'installation des publicités et préenseignes seraient, outre le mobilier urbain et les palissades de chantier (dans les mêmes conditions qu'en zone de publicité patrimoniale), admise exclusivement sur des façades aveugles, dans la limite d'un seul dispositif de 2 m².

Les publicités et préenseignes sur clôture seraient interdites (hors palissades de chantier) par le règlement local de publicité, étant rappelé que les dispositifs scellés au sol ou installés sur le sol, les dispositifs lumineux (autres qu'éclairés par projection ou transparence) ou les dispositifs sur bâches (permanentes ou de chantier) sont interdits par la réglementation nationale dans l'ensemble des communes.

D'une façon générale, l'éclairage des publicités et préenseignes (y compris à l'intérieur des vitrines commerciales) devrait être éteint de 23 heures à 7 heures.

3°) Les orientations envisagées pour les enseignes

- Les enseignes apposées sur des bâtiments devraient être installées en cohérence avec la composition de la façade et uniquement sur les parties des façades correspondant aux locaux occupés par les activités signalées.

- En zone de publicité stricte (centre-bourgs et lieux d'interdiction locale) :

- les enseignes à plat devraient être constituées de lettres ou signes découpés, sans panneau de fond (sauf impossibilité technique ou architecturale)

- une seule enseigne perpendiculaire à la façade par activité pourrait être installée sous l'allège des fenêtres du 1er étage avec des dimensions limitées

- la surface totale des enseignes apposées sur une façade (à plat ou perpendiculaire) pour une activité serait limitée à 20 % de la surface de la façade si celle-ci est inférieure à 50 m²

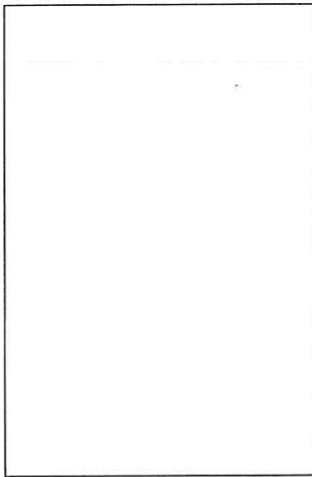
- les enseignes scellées au sol seraient interdites et les enseignes installées directement sur le sol seraient limitées (nombre, dimensions)

- Sur l'ensemble du territoire (en et hors agglomération) :

- les enseignes seraient interdites sur les balcons (sauf impossibilité technique ou architecturale), les auvents et marquises, les toitures (sauf situation particulière ?) et les clôtures (comme les publicités et préenseignes) ;

- seuls les lambrequins des stores pourraient être utilisés pour des enseignes

- la surface totale des enseignes apposées sur une façade (à plat ou perpendiculaire) pour une activité serait limitée à 15 % de la surface de la façade (quelle que soit sa surface)



▫ leur éclairage devrait être éteint de 23 heures à 7 heures (comme celui des publicités et préenseignes), y compris à l'intérieur des vitrines commerciales (avec une dérogation pour les activités qui cessent après 22 heures ou commencent avant 7 heures : extinction 1 heure après la fermeture et allumage possible 1 heure avant l'ouverture)

Le Conseil municipal, après délibéré et à l'unanimité :

- **PREND ACTE** de la tenue du débat sur les orientations générales du projet du règlement local de publicité intercommunal, qui devra également être appelé auprès de chaque conseil municipal et ensuite débattu auprès du Conseil Communautaire.

Ainsi fait et délibéré,
Au registre suivent les signatures,
Pour extrait conforme,

La secrétaire de séance,
Maryvonne ALVARD



Acte certifié exécutoire le :
Télétransmis en Préfecture le :
Notifié ou publié le :

Le Maire,
Jérémy VALLAS



La présente délibération est transmise à :
Monsieur le Sous-Préfet de Bonneville
Madame le Trésorier de Sallanches

