



Val d'Isère

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ **Rapport de présentation**

Août 2021

Sommaire

PRÉAMBULE

3

A. LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RLP

4

Les principales étapes de la procédure

5

Les éléments constitutifs du RLP

5

B. DEFINITIONS

6

Les dispositifs visés

6

Les dispositifs ne relevant pas du RNP

9

Délais de mise en conformité

10

C. LA COMMUNE

11

Présentation du territoire

11

Contexte patrimonial

12

Contexte viaire

14

Contexte économique et touristique

14

D. LE CADRE REGLEMENTAIRE APPLICABLE SUR LE TERRITOIRE DE VAL D'ISÈRE

15

Les limites d'agglomération

15

Les règles du RNP applicables

17

sur le territoire communal

19

Le RLP en vigueur

19

E. LE DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITÉ EXTERIEURE

21

La publicité et les préenseignes

21

Les préenseignes dérogatoires

23

Le mobilier urbain publicitaire

23

Les enseignes

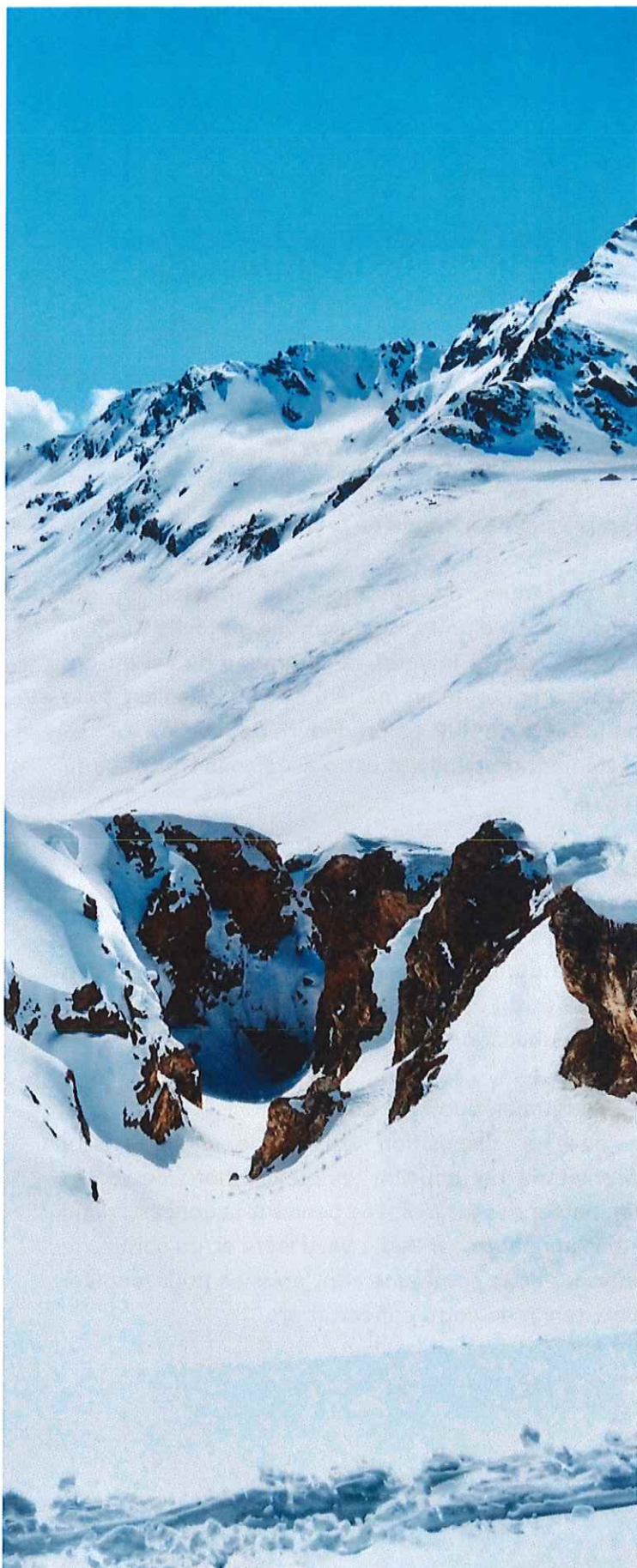
23

F. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

33

G. EXPLICATION DES CHOIX

34



Préambule

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Il a pour but, dans un objectif de protection du cadre de vie, d'adapter la réglementation nationale de la publicité (RNP) aux caractéristiques des territoires en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP.

Aujourd'hui, ce sont les établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) qui disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui est donc intercommunal (RLPi). A défaut, les communes peuvent élaborer un tel document. La ville de Val d'Isère est compétente pour élaborer un RLP puisque la compétence PLU n'a pas été transférée à la communauté de communes de Haute Tarentaise.

Les évolutions tant législatives et réglementaires, qu'urbanistiques, commerciales et démographiques de la commune, l'obsolescence du règlement datant de 1997 ont conduit son conseil municipal à prescrire, par délibération en date du 17 décembre 2018, la révision de sa réglementation.

Le décret d'application de la loi 12 juillet 2010, en date du 30 janvier 2012, prévoit qu'un RLP est constitué au moins par :

- un rapport de présentation ;
- un règlement et ses documents graphiques ;
- des annexes (arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération, document graphique portant sur les limites d'agglomération).



A. LA PROCÉDURE DE RÉVISION DU RLP

Les principales étapes de la procédure

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la commune de Val d'Isère étant compétente en matière de PLU, elle l'est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement local de publicité du 17 décembre 2018 a défini les modalités de la concertation qui a lieu pendant toute la durée des études nécessaires à la révision du RLP (Art. L. 123-6 du code de l'urbanisme) :

- une publication, au moins, dans la « Lettre de Val d'Isère » ;
- une réunion publique au moins ;
- mise à disposition en mairie d'un registre permettant de recueillir les observations de toutes les personnes intéressées pendant la concertation ;
- des annonces sur Radio Val d'Isère et/ou sur le site internet de la commune sont prévues pour rappeler l'existence de cette concertation.

Durant la procédure de révision du règlement, un débat sur les orientations est organisé deux mois au moins avant son arrêt (en l'occurrence, le débat a eu lieu au sein du conseil municipal du 10 septembre 2019).

Lors de la délibération arrêtant le projet, le bilan de la concertation est tiré. Le projet est ensuite

soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la commission départementale nature, paysage et site (CDNPS), à la suite de quoi le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, est définitivement approuvé par le conseil municipal.



Les éléments constitutifs du RLP

Le règlement local de publicité 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, lexique etc.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

La partie réglementaire comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L. 581-7 du code de l'environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoute l'arrêté municipal fixant les limites du territoire aggloméré ainsi que le document graphique les matérialisant.

B. DÉFINITIONS

Les dispositifs visés

Le code de l'environnement distingue et réglemente de manière différenciée trois types de dispositifs : les publicités, les préenseignes et les enseignes. Leurs différences de définitions sont liées à leur position géographique (publicité-préenseignes/enseignes) ou à la nature de leur message (publicité/préenseignes). Le schéma ci-dessous présente leur positionnement.



Les publicités

Constitue une publicité :

« toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention /.../ » (art. L.581-3 du code de l'environnement). Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut générale. Les dispositifs réglementés par le RNP peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, apposée sur du mobilier urbain, sur bâche...);
- leur caractère lumineux ou non.



Une publicité murale (exemple pris hors de Val d'Isère)



Une publicité sur mobilier urbain (exemple pris hors de Val d'Isère)



Une publicité numérique (exemple pris hors de Val d'Isère)

Ces différents types de publicité font l'objet de régimes spécifiques fixés par le RNP.

L'affichage d'opinion souvent appelé affichage libre

La mise à disposition de surfaces réservées à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est une obligation légale prévue au code de l'environnement (art. L. 581-13 et R. 581-2 et suivants).

La population actuelle de Val d'Isère étant de 1 582 habitants (recensement INSEE 2017 entré en vigueur le 1er janvier 2020), l'obligation minimale pour ces dispositifs est de 4 m².

Les préenseignes

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

Elles ne se distinguent donc des publicités que par la nature du message : la publicité vantera les mérites d'un produit, la préenseigne indiquera où on peut le trouver.



Préenseigne scellée au sol (exemple pris hors de Val d'Isère)



Préenseigne murale

Ayant rigoureusement le même impact sur l'environnement, utilisant les mêmes matériels, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L. 581-19 du code de l'environnement).

La notion de préenseigne subsiste toutefois parce qu'il existe des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération. Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du présent code.

Sont considérées comme préenseignes temporaires :

- 1° Les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- 2° Les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Les enseignes

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 du code de l'environnement).

Comme les publicités, les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol



Enseignes sur façade, à plat



Enseigne perpendiculaire



Enseigne sur toiture (exemple pris en dehors du territoire de Val d'Isère)



Enseigne sur toiture



Enseigne scellée au sol

Les enseignes lumineuses suivent toutes les dispositions relatives aux enseignes et n'ont que deux règles propres :

- l'obligation d'extinction nocturne ;
- l'interdiction du clignotement, à l'exception des pharmacies et autres services d'urgence.

Les dispositifs ne relevant pas du règlement national de publicité

D'autres formes de dispositifs visibles dans l'espace public ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP.

La signalisation routière et la signalisation d'intérêt local (SIL) relèvent du code de la route.



Signalisation routière



SIL (Signalisation d'information locale)

De la même manière, les journaux lumineux d'information, dont les messages sont exclusivement dédiés à l'information citoyenne, ou les mobiliers urbains dénués de publicité n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement.



Journal électronique informant du nombre de places de parking disponibles



Vitrine dédiée aux annonces municipales

Sont également exclus les dispositifs situés à l'intérieur d'une vitrine, ou dans un lieu couvert (parking, galerie marchande), ou encore sur un véhicule dont l'usage principal n'est pas publicitaire.



Ecran numérique à l'intérieur d'une vitrine



Publicité dans un parking souterrain



Enseignes à l'intérieur d'une galerie marchande



Publicité sur bus

Délais de mise en conformité des dispositifs

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, il entre en vigueur. Le RLP est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implantent ou sont modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais n'est exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur que deux ans plus tard (art. R. 581-88 du code de l'environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L. 581-43 du code de l'environnement).

Les dispositifs non-conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d'aucun délai.

C. LA COMMUNE

Présentation du territoire

Val d'Isère est située dans le département de la Savoie, dans la vallée de l'Isère, dite aussi Haute-Tarentaise. Distante de 134 km de la préfecture Chambéry, la commune est frontalière avec l'Italie. Elle est une des 12 communes du canton de Bourg-Saint-Maurice, et est limitrophe de Tignes, Val Cenis, Bonneval-sur-Arc et pour une toute petite partie Bessans.

Son territoire très important s'étend sur 9 400 hectares, étagés de 1 790 m (la Daille) à 3 500 m. Le centre du village est situé à 1 850 m.

La population est de 1 582 habitants.

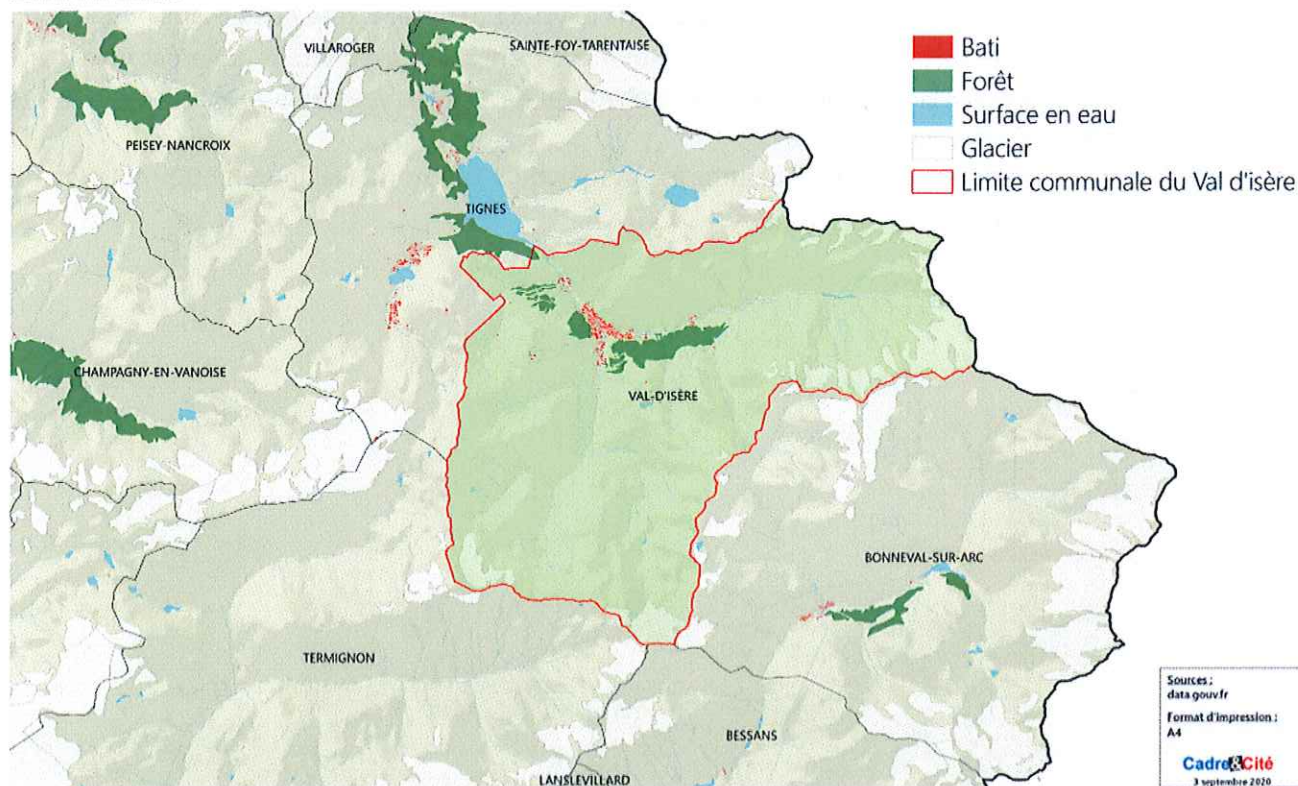


Une publicité murale (exemple pris hors de Val d'Isère)


RLP

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

LOCALISATION DE LA COMMUNE



Sources :
data.gouv.fr
Format d'impression :
A4
Cadre Cité
3 septembre 2020

Contexte patrimonial

Val d'Isère jouit d'une renommée mondiale, grandement due à son site exceptionnel, habilement mis en valeur à partir des années 1930.

1 Les protections particulières

1-1 Les monuments historiques

Val d'Isère compte 2 monuments historiques :

L'église Saint-Bernard de Menthon, inscrite en 1951

Le chalet de la Grande Ourse, inscrit en 1994.



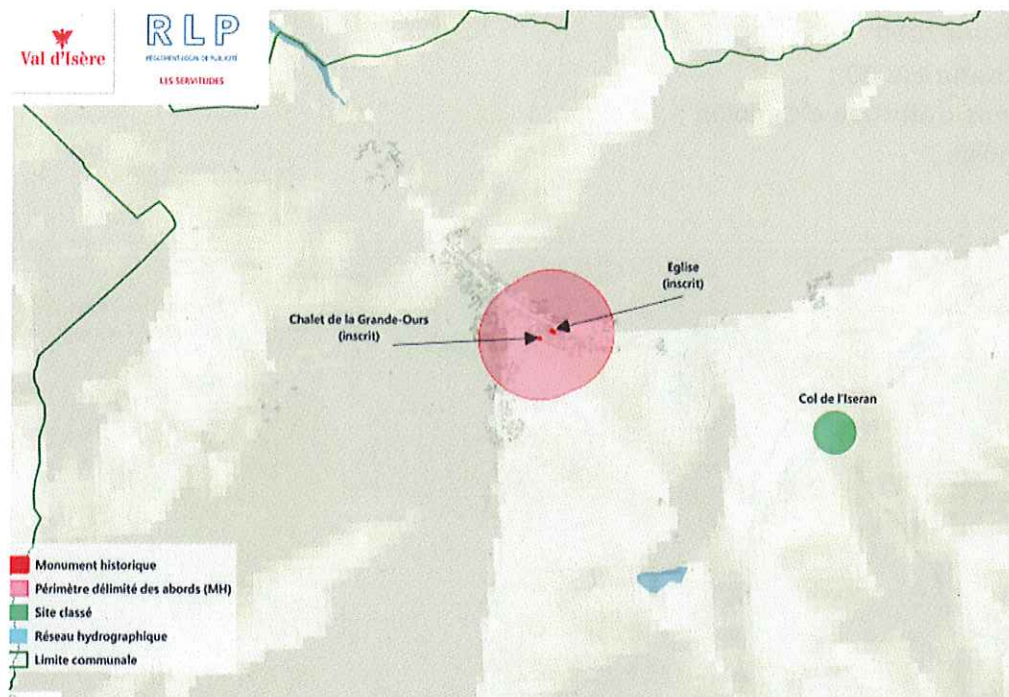
L'église Saint-Bernard de Menthon



Le chalet de la Grande Ourse

1-2 Les sites classés

Le col de l'Iseran et ses abords, ainsi que la descente nord du col sont sites classés.



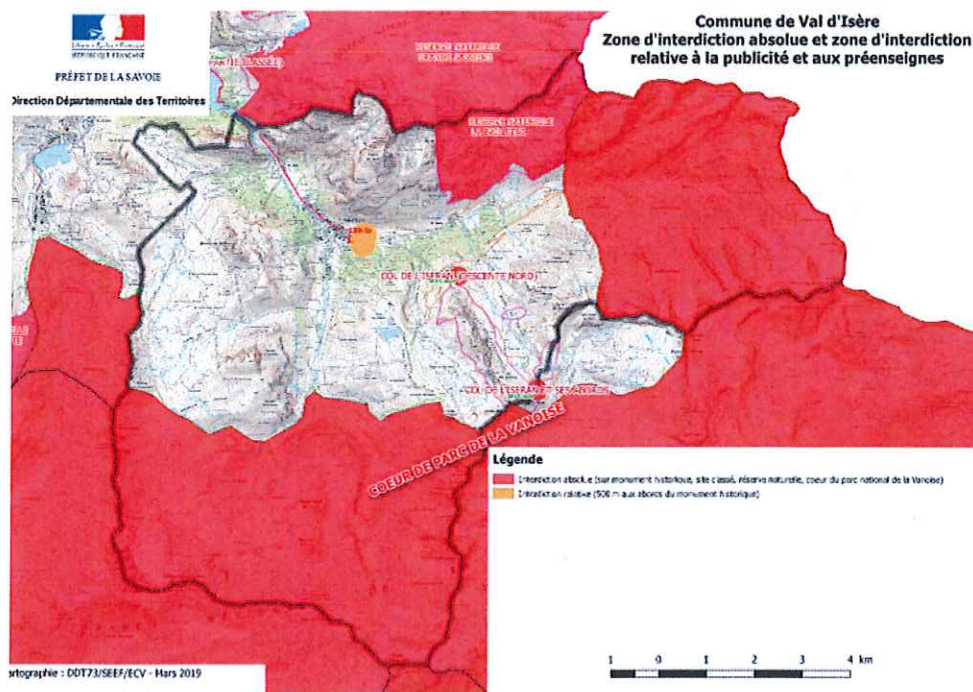
Carte des monuments historiques et de leurs abords, et des sites classés

1-3 La réserve naturelle

La réserve naturelle de la Bailletaz a été créée en 2000.

1-4 Le parc national

Le parc national de la Vanoise a été créé le 6 juillet 1963. Il participe à la valorisation touristique, culturelle et économique des ressources locales et incite au respect de l'environnement et du patrimoine culturel. La commune n'a pas adhéré au projet de charte du parc national, mais appartient néanmoins à l'aire optimale d'adhésion et le cœur du parc couvre une partie de la commune.



Le parc national de la Vanoise (source : porter-à-connaissance DDT)

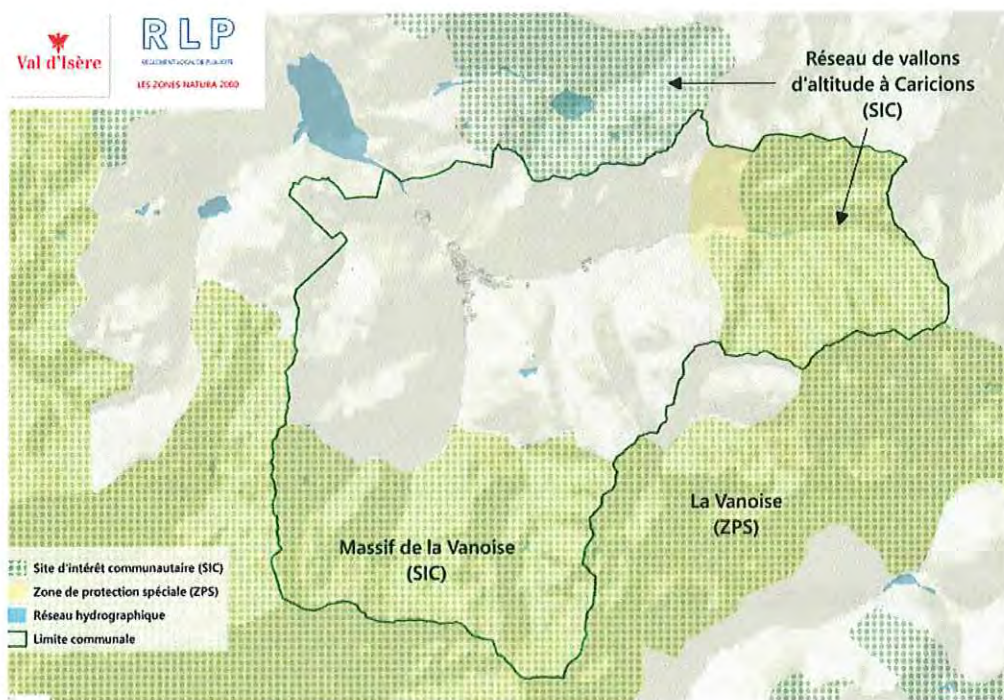
1-5 Les sites Natura 2000

Il existe 3 sites Natura 2000 :

Réserve de Vallons d'Altitude à Caricion ;

Massif de la Vanoise ;

La Vanoise.



Les sites Natura 2000

La publicité extérieure, même sous ses formes les plus restreintes, peut représenter une source de pollution pour des paysages aussi riches.

Contexte viaire

Val d'Isère est essentiellement traversée par la RD 902. Toutes les autres voies sont secondaires.

Contexte économique et touristique

Val d'Isère se caractérise par la prédominance de l'activité touristique, essentiellement hivernale. L'évolution commencée dans les années 1930 s'accélère dès l'après-guerre et la station accueille des clients venant du monde entier. Le niveau de qualité architecturale du village, l'exceptionnel domaine skiable, la notoriété due aux jeux olympiques de 1992 (et les exploits de l'enfant du pays, Jean-Claude Killy aux JO de 1968) confèrent à Val d'Isère une image de station huppée. L'activité commerciale est en conséquence très dynamique et tournée vers le haut-de-gamme.

D. LE CADRE RÉGLEMENTAIRE APPLICABLE SUR LE TERRITOIRE DE VAL D'ISÈRE

1. Les limites 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. Les limites de l'agglomération doivent donc être déterminées avec précision. L'importance de ce point est soulignée par l'obligation d'annexer au RLP l'arrêté municipal fixant lesdites limites ainsi que le document graphique afférent.

L'agglomération est définie par l'article R. 110-2 du code de la route qui prévoit qu'il s'agit de l'« espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la voie qui le traverse ou qui le borde ».



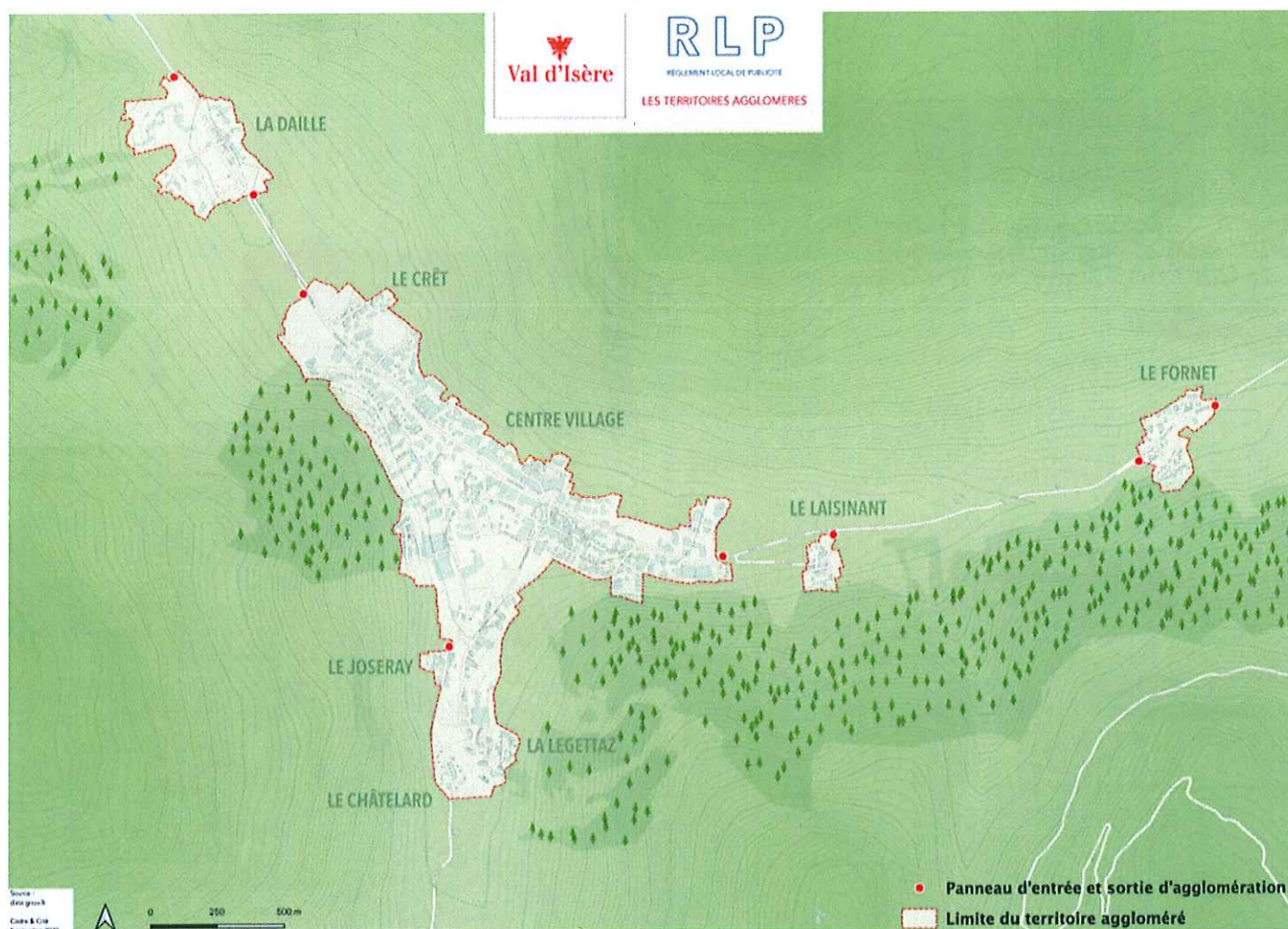
Panneau matérialisant l'entrée d'agglomération

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, il a été vérifié lors du diagnostic que les panneaux étaient correctement implantés, c'est-à-dire au droit des immeubles bâtis rapprochés et ce afin d'éviter toute difficulté d'interprétation des règles applicables.

La commune compte 5 secteurs agglomérés distincts :

- Le village
- La Daille
- Le Laisinant
- Le Fornet
- Le Joseray

D'autres groupes de bâtiments, isolés et peu nombreux, ne présentent pas les caractéristiques suffisantes pour être qualifiés d'agglomération.



Carte du territoire aggloméré

2. Les règles du RNP applicables sur le territoire communal

Les dispositions du règlement national de publicité s'appliquent en l'absence de RLP.

La commune comptant moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les règles applicables aux communes de moins de 10 000 habitants s'appliquent à Val d'Isère.

Les principales règles du RNP applicables à Val d'Isère :

Publicité : les interdictions

Article L.581-4

I. Toute publicité est interdite :

- 1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
 - 2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
 - 3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
 - 4° Sur les arbres.
- /.../

Article L581-7

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite. /.../

Article L.581-8

I. À l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- /.../
- 4° Dans les sites inscrits ;
 - 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
 - 7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
 - 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.
- Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.

Publicité	
Murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures de surface < à 0,50 m ²)	< À 4 m ²
	Ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit
	saillie < à 0,25 m
	Hauteur < à 6 m
	Bas du dispositif à plus de 0,5 m du sol
Scellée au sol	Interdite
Numérique	Interdite
Sur toiture	
	Interdite
Horaires d'extinction	De 1 h à 6 h
Bâches publicitaires ou de chantier	Interdites
Petit format	Surface unitaire < à 1 m ²
	Surface cumulée < à 1/10 ^e de la devanture commerciale dans la limite de 2 m ²
Mobilier urbain	< À 2 m ²

Enseigne (soumise à autorisation)	
Sur façade (à plat + perpendiculaire)	25 % de la façade si < à 50 m ² 15 % de la façade si > à 50 m ²
À plat	Ne dépasse pas les limites du mur ni les limites d'égout du toit Et saillie < à 0,25 m
Perpendiculaire	Saillie < à 1/10 ^e de la distance séparant les deux alignements de la voie publique sans excéder 2 m
Scellée au sol	1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble si surface > à 1 m ²
	Hauteur < à 6,5 m si largeur > à 1 m
	Ou hauteur < à 8 m si largeur < à 1 m
	< À 6 m ²
Horaires d'extinction	De 1 h à 6 h
Clignotantes	Interdites à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence
Sur toiture	Lettres découpées dissimulant leurs fixations surface cumulée < à 60 m ² hauteur < à 3 m si hauteur bâtiment < à 15 m ou hauteur < à 6 m si hauteur bâtiment > à 15 m

3. Le RLP en vigueur

Le règlement local de publicité de Val d'Isère a été adopté le 6 mars 1997.

Il interdit toute forme de publicité sur propriété privée, en prohibant la publicité sur les murs de tous les bâtiments (article P3), alors même que le règlement national interdit la publicité scellée au sol ou posée directement sur le sol (mesure néanmoins rappelée dans le règlement).

Toute forme de publicité lumineuse est également interdite (article P2).

La publicité n'est admise que sur les palissades de chantier (article P5), sachant qu'elle ne peut être interdite hors des lieux mentionnés à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

L'article P4 concerne les dispositifs installés sur les vitrines, improprement dénommés « publicité sur baies vitrées », alors qu'il s'agit d'enseignes. Seules sont admises les inscriptions en lettres séparées de 10 cm maximum, le tout ne recouvrant pas plus de 20 % de la vitrine. On remarquera que la préoccupation de l'utilisation abusive des vitrines reste actuelle, au-delà de Val d'Isère.

L'article P7 admet la publicité sur mobilier urbain.

L'article P9 régit indûment la publicité terrestre en visant deux types d'inscription non soumis au code de l'environnement : la publicité sur transports en commun et sur véhicule privé.

Les types d'éclairage des dispositifs publicitaires admis sont décrits à l'article P11, alors que l'article P2 interdit la publicité lumineuse. Il s'agit visiblement d'une mauvaise rédaction de l'article P2, qui ne vise pas les publicités éclairées par projection.

Le règlement applicable aux enseignes est détaillé et assez complet, prévoyant de nombreux cas de figure.

L'article E2 interdit les enseignes lumineuses, ce qui exclut toute forme d'éclairage*, mesure qui semble totalement irréaliste dans une commune touristique à l'activité hivernale. Sans doute le but était-il d'interdire les enseignes numériques - peu nombreuses en 1997 - ou composées de néons. En réalité, l'article E24, expliquant les types d'éclairage admis, rétablit-il le bon sens.

*le code de l'environnement ne distingue pas de catégories dans les enseignes lumineuses. Eclairées par projection ou transparence, numériques ou non, elles sont toutes soumises aux mêmes règles,

Les articles E4 à E9 décrivent minutieusement tous les modèles d'enseignes admis, en indiquant les dimensions, les formes, les matériaux.

Les enseignes scellées au sol ou posées au sol ne sont admises que sur les porte-skis.

A noter que les établissements hôteliers, les établissements situés en bordure de piste de ski et les bâtiments abritant des services publics jouissent de dispositions particulières, leur permettant d'apposer des enseignes supplémentaires.

Les enseignes temporaires sont fortement réglementées : deux enseignes maximum, en bois gravé ou peint d'une surface maximum de 1 m², ou encore limitées à 6 m² pour les enseignes signalant des opérations immobilières (article E21).

Le règlement ouvre un chapitre (IV) relatif aux préenseignes, les distinguant ainsi des publicités, pratique interdite puisqu'aux termes de l'article L.581-19 du code de l'environnement « Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. »

Les surfaces des préenseignes dérogatoires en agglomération (admises avant 2015) sont supérieures à celles prévues par le code de l'environnement (hauteur de 1,8 m contre 1m) ce qui rend la mesure illégale.

Le RLP a été opportunément complété par un cahier d'illustrations graphiques, qui permet aux pétitionnaires de visualiser les exigences techniques du RLP.

E. LE DIAGNOSTIC DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires. Il s'accompagne, parallèlement, d'un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans son environnement et en lien avec les objectifs de la commune tels qu'ils ont été fixés par la délibération du 17 décembre 2018 :

- la publicité et les enseignes sur les unités foncières : densité, types d'implantation, relations d'échelle avec le bâti et les plantations, impact sur l'architecture et les perspectives, qualité technique et esthétique ;
- la qualité de vie des riverains et des usagers de l'espace public : nuisances visuelles, intrusions, pollutions diverses ;

1. La publicité et les préenseignes

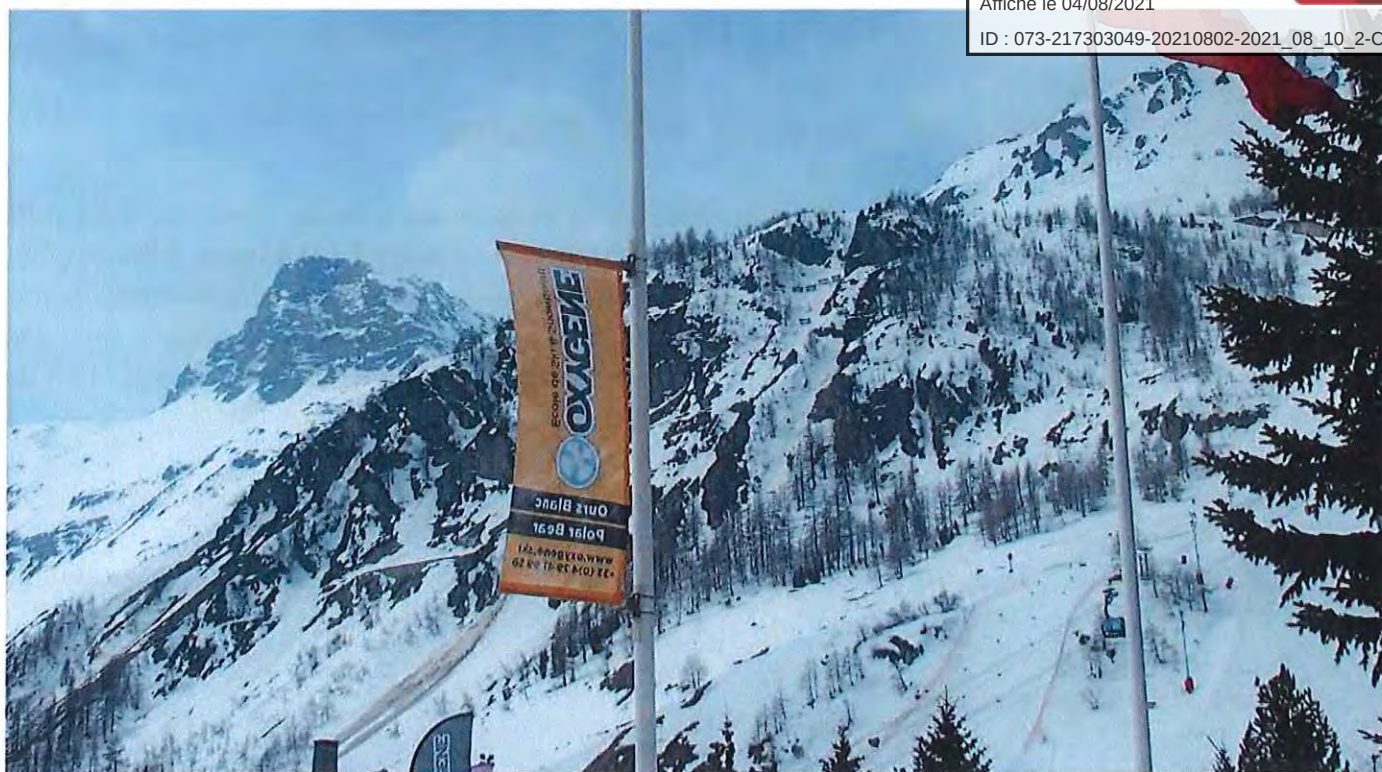
Interdites par le RLP en vigueur, leur installation est de toute façon impossible, les façades aveugles susceptibles de supporter une publicité étant pratiquement inexistantes.

Il n'existe donc pas de publicité ou préenseigne sous leur forme traditionnelle de panneau d'affichage aux dimensions normalisées.

Seules ont été vues une pancarte de petite dimension apposée sur la façade d'un commerce (et indiquant une autre activité) et, pendant quelques semaines, une bâche publicitaire, interdite, et des drapeaux, tout aussi interdits.



Bâche publicitaire



Drapeau installé sur un mât existant

Enfin, pendant la saison estivale, un artisan gare sa camionnette au sommet du col de l'Iseran. Abandonnée pendant des heures chaque jour sans aucune justification, elle constitue une préenseigne, interdite dans un site classé.

Le cas particulier des chevalets

La lecture stricte du code de l'environnement ne permet pas de classer les chevalets dans la catégorie des enseignes posées directement sur le sol. En effet, ceux-ci sont installés sur le domaine public et par conséquent ne répondent pas à la définition de l'enseigne :

« 2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ; »

N'étant pas apposé sur l'immeuble ou s'exerce l'activité, ces dispositifs sont donc, suivant leur message, des publicités ou des préenseignes, et sont interdits.

Il est à signaler que leur usage avait été toléré, sous réserve qu'ils respectent un modèle imposé par la ville.



Chevalet posé sur le domaine public

2. Les préenseignes dérogatoires

Jusqu'en 2015, les hôtels et les restaurants bénéficiaient des préenseignes dérogatoires, majoritairement installées en ou hors agglomération. Depuis, le nombre d'activités pouvant prétendre à ces dispositifs a été réduit (cf supra) et leur installation est interdite en agglomération.

Il subsiste 2 préenseignes illégales entre le centre du village et le Fornet.

3. Le mobilier urbain publicitaire

Bien qu'admis par le RLP en vigueur, il n'existe aucun mobilier urbain publicitaire, la ville n'ayant pas souhaité introduire la publicité sur le domaine public.

4. Enseignes

Un relevé très complet des enseignes a été réalisé. Les enseignes sous toutes leurs formes et pour tous les types d'activités ont été observées.

Globalement, la situation est extrêmement satisfaisante.

Les enseignes parallèles aux façades des commerces

a) À deux exceptions près, les enseignes apposées sur façade respectent l'article R.581-60 du code de l'environnement : « Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur /.../ »

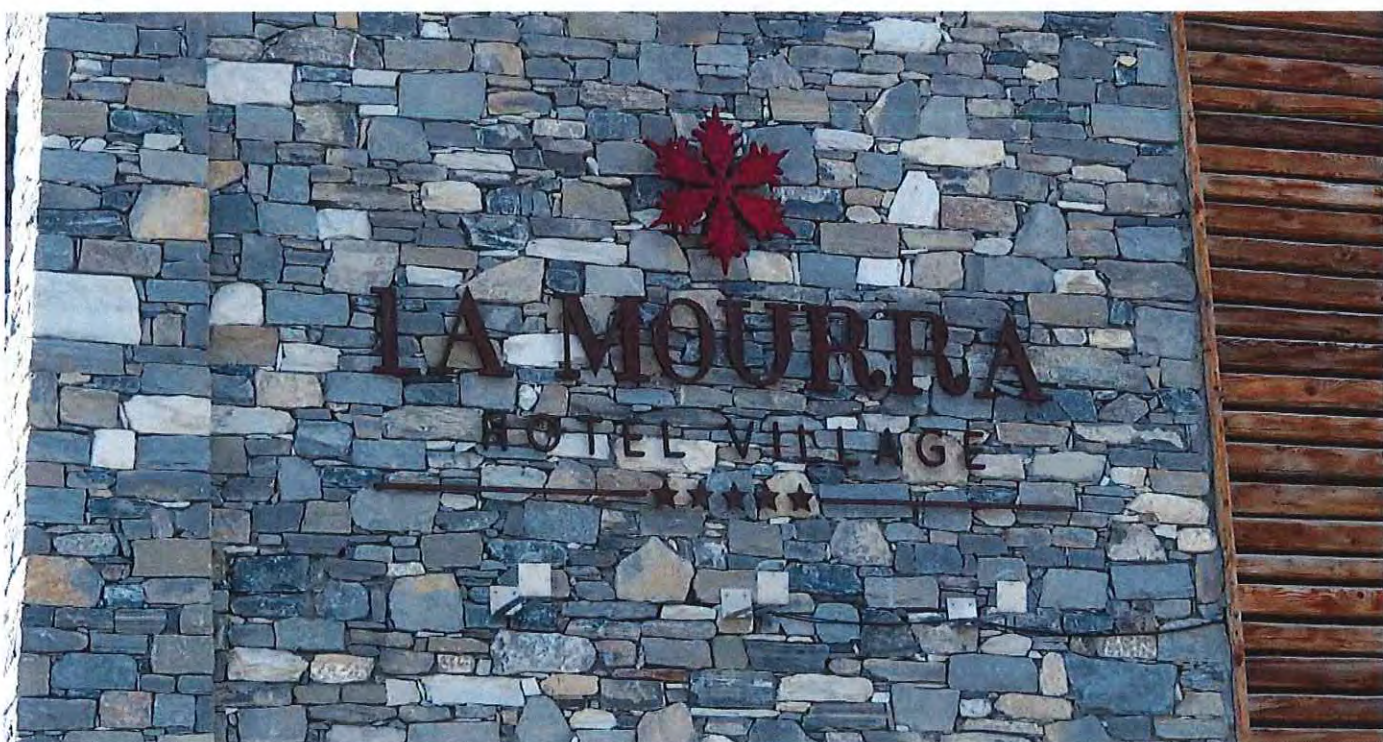


Comme dans l'exemple ci-dessus, les enseignes ne doivent pas dépasser la ligne rouge

b) Les enseignes sont souvent réalisées en lettres découpées, laissant apparaître le matériau de la façade, ce qui est particulièrement agréable et valorisant lorsqu'il s'agit de bois ou de pierre.



Enseignes d'un commerce en lettres découpées



Enseignes d'un hôtel en lettres découpées

c) Le nombre d'enseigne est souvent restreint, la plupart des établissements n'installant qu'une enseigne, éventuellement sur plusieurs lignes.



Enseigne unique pour ces hôtels



Ensemble d'enseignes ne dénaturant pas les façades

d) La configuration des bâtiments, et notamment les passages abrités et les arcades, nécessitent une signalisation des commerces entre les piliers des galeries piétonnières ou des auvents. Elles sont habituellement sobres et ne déparent pas la construction. Tout au plus peut-on déplorer dans un cas que des enseignes voisines aient des hauteurs différentes.



Entrée d'un hôtel indiquée sous l'auvent



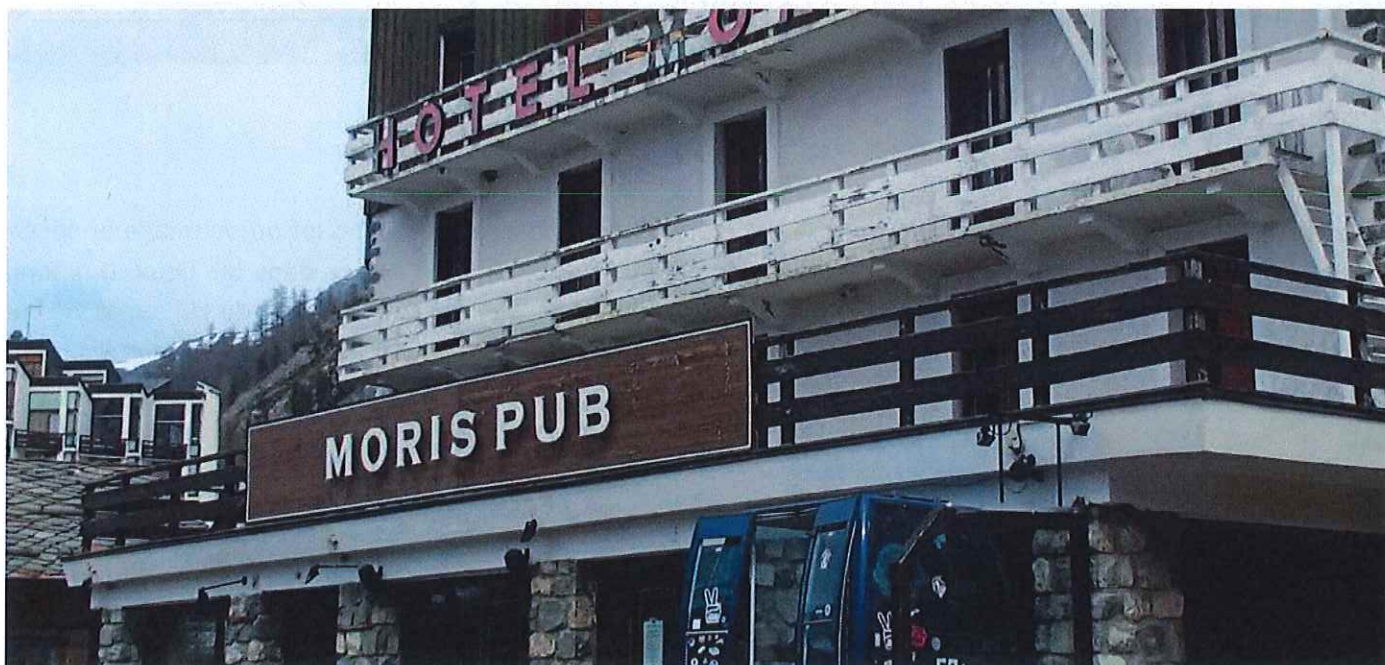
Enseigne entre piliers, sous les arcades



e) Plus rarement, les enseignes sont apposées sur store ou sur balcon. Dans le premier cas, les inscriptions, lorsqu'elles n'occupent que la partie tombante du store (lambrequin) s'intègrent parfaitement. L'utilisation des balcons est moins esthétique. Eléments importants dans le caractère du bâtiment, il est préférable de les laisser vierges de toute enseigne.



Utilisation sobre du store, suffisante pour indiquer le commerce et son activité.



Enseignes sur balcons. (photo prise en 2019, avant déconstruction de l'hôtel)

f) Enseignes sur piliers

Les piliers de pierre, qui sont une caractéristique de l'architecture de la Tarentaise, n'ont pas vocation à supporter des enseignes. Tout au plus peuvent-ils héberger des panneaux indiquant les horaires d'ouverture, les moyens de paiement ou les menus des restaurants.



Menu sur un pilier

g) Enseignes sur vitrine

Le code de l'environnement fait entrer dans la catégorie des enseignes toute inscription ou image apposée sur une vitrine, dès lors que celle-ci est en rapport avec une activité qui s'exerce dans les lieux. Dès lors, un autocollant citant une marque de bière sur la vitrine d'un café, vantant un fabricant de ski sur la vitrine d'un magasin de sport, ou encore représentant un simple croissant sur la vitrine d'un boulanger sont des enseignes.

Les fortes contraintes du RLP de 1997, sans être respectées à la lettre, ont conduit à une certaine mesure dans l'occupation des vitrines (à l'exception des opérations temporaires, voir infra). Il n'en reste pas moins que des efforts supplémentaires peuvent être exigés, la vocation d'une vitrine dans une ville de prestige n'étant pas de supporter des autocollants.

h) Enseignes numériques

Une seule enseigne numérique de très petite dimension (moins de 0.50 m²) a été relevée. (elle supporte accessoirement quelques messages publicitaires, pratique interdite)

Le caractère agressif des messages numériques semble a priori peu compatible avec l'image soignée de Val d'Isère.



Enseigne numérique

i) L'éclairage des enseignes

L'observation montre que sont indifféremment utilisés les éclairages directs par tous types de lampes, rampes, projecteur etc. et par éclairage indirect du type lettres-boîtiers.

Ce dernier mode d'éclairage est toujours préférable dans la mesure où il n'apporte pas d'élément supplémentaire qui vient se greffer sur la façade. A tout le moins, les spots sur tige sont à éviter.



Spots sur tige, très visibles



Lettres-boitier, discrètes et qualitatives

Les enseignes perpendiculaires au mur

a) La quasi-totalité des établissements n'a installé qu'une enseigne perpendiculaire au mur, toujours de dimensions raisonnables (en général la plus grande dimension n'excède pas 0,80 m).



Une enseigne unique pour ces magasins.

b) Dans certains cas, l'absence d'enseigne perpendiculaire ne nuit pas à l'activité, montrant que ce type de dispositif n'est pas une fatalité et doit être accordé avec circonspection..



Deux établissements dont la situation permet de se passer d'enseignes perpendiculaires

Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

L'enseigne scellée au sol s'est développée dans les centres commerciaux des grandes villes. Placés au fond des parkings, les établissements commerciaux éprouvent le besoin de se signaler au bord des voies. Ce type d'enseigne n'a pas lieu d'être lorsque les magasins sont situés à l'alignement, et n'ont d'ailleurs pas la place d'être installées.

Deux cas d'enseignes scellées au sol, non conformes au RLP, ont été observés.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture présentent deux inconvénients pour le cadre de vie.

D'une part elles sont susceptibles d'altérer l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont apposées, ce qui peut être sans grande incidence sur les magasins cubiques des centres commerciaux, mais peut être déplorable sur les immeubles avalins ;

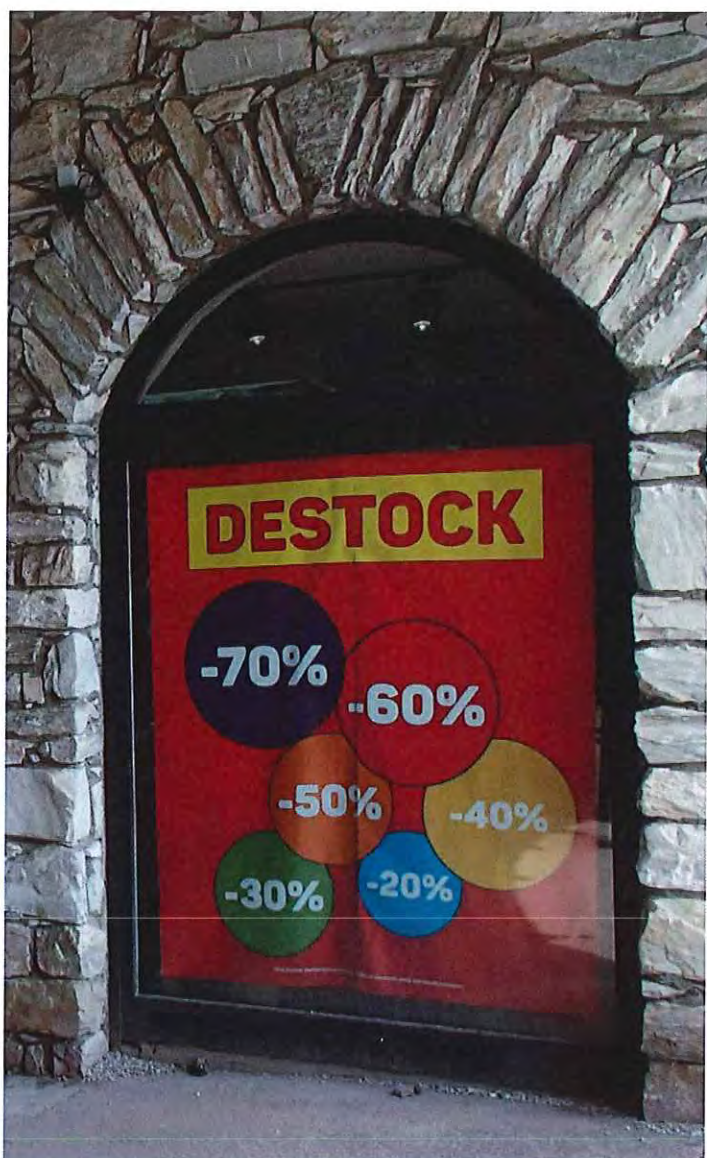
D'autre part, elles constituent un obstacle dans les perspectives, ce qui n'est pas acceptable dans le contexte montagnard.

Interdites par le RLP, aucune enseigne sur toiture ou terrasse n'existe à Val d'Isère.

Seule une petite enseigne sur le toit d'un auvent a été relevée. Illégale, sa petite taille et le fait qu'elle ne dépasse pas du bâtiment en diminuant la portée.

Les enseignes temporaires

Le RLP de 1997 limitait les enseignes temporaires à de très petites surfaces. Peut-être éloigné des réalités de la vie commerciale, il n'a pas été toujours appliqué, notamment lors des opérations de fin de saison, soldes, déstockages. C'est dans le domaine des programmes immobiliers que des excès ont pu être constatés. L'atteinte au cadre de vie est d'autant plus fâcheuse que ces dispositifs sont susceptibles d'être installés en tous lieux et qu'à la différence des opérations exceptionnelles, ils peuvent rester en place de nombreux mois.



Vitrines occultées à l'occasion d'un déstockage



Enseigne temporaire de plusieurs dizaines de mètres carrés annonçant un programme immobilier

F. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

Par délibération en date du 17 décembre 2018, la commune a prescrit la révision de son règlement local de publicité (RLP) :

Dans cette délibération, les objectifs suivants ont été fixés :

- préserver et mettre en valeur le patrimoine naturel et le cadre de vie ;
- actualiser les règles locales au regard de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) et du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 ;
- prendre en compte les spécificités locales (saisonnalité de Val d'Isère et signalétique spécifique pour les commerces ouverts en été et à l'intersaison) ;
- simplifier et faciliter l'utilisation du RLP pour les pétitionnaires.

La combinaison des objectifs et du diagnostic a permis de définir les orientations suivantes :

1. Maintenir une restriction maximale de la publicité et des préenseignes ;
2. Mettre en valeur les façades des bâtiments sur lesquelles les enseignes sont apposées en rendant obligatoire l'usage des lettres découpées sans support, d'une hauteur maximale de 40 cm lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée ;
3. Fixer des règles esthétiques pour les enseignes (couleurs, procédés) et des règles d'installation pour les enseignes fixées sous les auvents ou sur les piliers, les balcons et les stores ;
4. Interdire les enseignes sur les vitrines et les toitures ;
5. Fixer des règles pour les enseignes perpendiculaires (dimensions, nombre, hauteur, matériaux)
6. Réglementer les éclairages par spots, rampes, diodes, caissons en privilégiant l'éclairage indirect ;
7. Limiter les enseignes scellées au sol ;
8. Réglementer les enseignes numériques.



EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des enjeux en termes de paysages et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, les choix suivants ont été retenus :

Publicités

La qualité exceptionnelle du site, l'appartenance de Val d'Isère à l'aire optimale d'adhésion du parc national de la Vanoise et l'absence de toute publicité justifient de reconduire la mesure d'interdiction déjà instituée par le RLP de 1997. Seules sont admises la publicité sur les palissades de chantier et la publicité de petit format, dans les conditions prévues par le règlement national de publicité.

Enseignes

La haute qualité architecturale des lieux impose d'encadrer les conditions dans lesquelles sont délivrées les autorisations d'enseignes, en complément des règles nationales. A partir d'une situation globalement bonne, le présent RLP s'attache à entériner les mesures du RLP précédent, à en modifier les aspects difficiles à appliquer et à améliorer la qualité des enseignes et leur intégration, dans le bâti comme dans les perspectives lointaines.

Les prescriptions retenues sont d'ordre quantitatif : elles ne définissent pas de nuancier de couleurs ou de typographie, afin de pouvoir permettre une adaptation des enseignes au plus près de leur contexte et faciliter l'instruction au cas par cas des demandes d'autorisation.

Le RLP détaille les critères sur lesquels le service instructeur s'appuiera pour étudier les demandes d'autorisation. Ceux-ci sont tous liés au cadre de vie, rappelant ainsi la finalité de la réglementation (article 3). Est également rappelé le principe figurant au RNP de la nécessité de supprimer les enseignes lorsque l'activité a cessé et le cas échéant l'obligation pour le propriétaire de veiller à l'aspect des locaux (article 4).

La publicité est interdite sur les arbres par le règlement national et le RLP étend cette interdiction aux enseignes afin de protéger toute végétation.

D'autre part, les murs de clôtures, réalisés en pierre à Val d'Isère, ont un grand intérêt dans la structure des paysages et ne sont pas destinés à recevoir des enseignes. Le RLP devant toutefois préserver la possibilité de signalisation pour toute activité, un panneau inférieur à 1 m² pourra éventuellement indiquer un artisan ou un commerce (article 5).

Alors que les enseignes durables font l'objet de fortes exigences, il n'est pas acceptable que les enseignes temporaires ruinent les efforts consentis.

Celles-ci sont donc limitées dans le temps et la surface (article 6).

Ainsi,

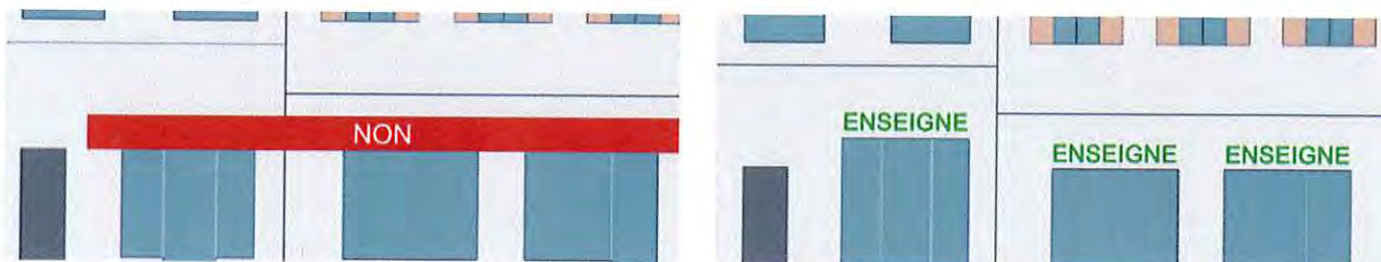
- la durée d'apposition prévue par le règlement national (3 semaines avant l'évènement et une semaine après) est ramenée à 15 jours et 3 jours ;
- Au vu des pratiques habituelles et de leur acceptabilité, la surface des dispositifs est limitée à 2 m² hors période de liquidation saisonnière, et les enseignes temporaires immobilières n'excèdent pas 12 m². Les panneaux installés par les agences immobilières sont également encadrés afin de ne pas recouvrir les biens à louer ou à vendre.

Dans le droit fil des orientations débattues en conseil municipal, la commune a choisi une interdiction totale des adhésifs appliqués sur les vitrines (article 7).

L'article 8 détaille les règles imposées aux enseignes parallèles pour mettre en valeur l'architecture, après étude du règlement de 1997 et constat des bonnes pratiques sur le terrain.

Le règlement protège donc tous les éléments de modénature, les piliers, les balcons et balconnets, les auvents, portiques, arcades, les stores. Dans un même esprit de sobriété, il interdit les inscriptions sur les éléments accessoires des commerces : tables, chaises, parasols, porte-skis.

Il limite le nombre d'enseignes parallèles à 1 par établissement et par voie, avec toutefois une possibilité d'une enseigne par vitrine, solution esthétiquement préférable dans certains cas.



Comme précédemment et au vu des excellents résultats, les lettres découpées sont imposées sur les murs en pierre ou les façades en bois, et la hauteur des lettres est dans tous les cas limitée à 0,40 m lorsque l'activité s'exerce en rez-de-chaussée.

Le choix a été fait d'interdire les dispositifs numériques, dont le caractère agressif est incompatible avec l'image de la station.

Les enseignes perpendiculaires sont encadrées par l'article 9, entérinant les bons exemples observés. Après échanges avec les services de l'Etat, la dimension maximum retenue pour l'unique enseigne sur chaque voie est de 0,80 m x 0,80 m. La ville prenant en compte l'aspect financier des modifications d'enseignes, cette normalisation ne touchera que peu de commerces, la plupart étant déjà en conformité.

Comme pour les enseignes parallèles, le RLP protège les auvents, portiques, arcades.

Pour les mêmes raisons les procédés numériques sont interdits.

Obstacle inutile dans le paysage, éventuellement nuisible à la bonne circulation routière ou piétonne, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites. Tenant compte des réalités, obligations et nécessités, sont néanmoins admis les porte-menus et une enseigne signalant les 2 galeries marchandes, dont les offres sont invisibles de la voie publique (article 10).

Les enseignes sur toiture sont jugées inacceptables dans les grandioses perspectives montagnardes et sur des immeubles de qualité. Elles demeurent interdites (article 11)

L'article 12 est relatif aux enseignes lumineuses. Jugé non indispensable au vu de la localisation et de la très bonne visibilité des pharmacies (seules concernées), le clignotement est interdit.

La ville n'a pas choisi de proscrire les caissons translucides, certaines réalisations pouvant être valorisantes. Toutefois, les caissons de couleur claire (plastique blanc translucide), au caractère bas de gamme ne peuvent être utilisés.

Les éclairages discrets sont encouragés. Aussi, le spots et néons accrochés au bout de tiges ne sont pas admis.

Le RLP ne prescrit pas de gamme de couleur, afin de laisser place à la créativité, à la reconnaissance de l'image de chaque entreprise et à une adaptation au cas par cas de l'enseigne à son contexte. Néanmoins, le pétitionnaire est averti que les couleurs fluorescentes ou réfléchissantes ne sont pas conformes à l'image de Val d'Isère et sont interdites (article 13).