

EXTRAIT

Du registre des délibérations du conseil municipal

\*\*\*\*\*

L'an deux mille vingt-trois et le onze du mois d'octobre, à 18 heures, le conseil municipal de la ville de Digne-les-Bains, régulièrement convoqué le trois du mois d'octobre, s'est réuni à l'hôtel de ville, sous la présidence de Madame Patricia GRANET-BRUNELLO, Maire.

Année 2023

Séance du 11 octobre

SERVICE : Urbanisme et  
Foncier

N°32

**Objet** : Règlement  
local de publicité  
arrêt du projet et  
bilan de la  
concertation

**Conseillers présents :**

GRANET-BRUNELLO Patricia – KUHN Francis - OGGERO-BAKRI Céline - BLANC Michel – THIEBLEMONT Martine - SANCHEZ Pierre - VOLLAIRE Nadine – MOULARD Damien – SERY Marie-José – PIERI Bernard – SOLTANI Boularès – TEYSSIER Eliane – PARIS Mireille – DUMOND Bernard – ARBOUX-TROMEL Corinne – THOUROUDE Antoine - PEREIRA Georges – CHABALIER Sandrine – MARTINEZ Jérôme - ESTEVE Matthieu – MEZZANO Gérard – FATIO Léon - ABALHATE Fatima - CHALVET Gilles – HONNORAT Michelle – MARGUERITTE Françoise – PAIRE Marie-Claude – de SOUZA Benoît – TSALAMLAL Nadia – SEJOURNÉ Daniel.

**Etaients représentés :**

TEYSSIER Bernard par SERY Marie-José  
COULANGE Gwenola par SANCHEZ Pierre  
SAMB Clémence par MARGUERITTE Françoise

Est nommée secrétaire de séance : ABALHATE Fatima

\*\*\*\*\*

Madame Nadine VOLLAIRE rapporte à l'assemblée ce qui suit :

Par délibération du 30 juin 2016 complété par délibération du 3 décembre 2020, la commune de Digne-les-Bains a engagé la révision du Règlement local de Publicité en application de la Loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi Grenelle II et son Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 qui ont profondément modifié la réglementation en matière d'enseigne et d'affichage publicitaire.

La ville de Digne-les-Bains par délibération du 29 avril 1986 et par délibération du 30 juin 1997 s'est dotée d'une réglementation spéciale de publicité, des préenseignes et des enseignes.

Cette réglementation en vigueur ne correspondait plus aux enjeux et contexte actuel, de plus, selon la loi, à défaut de révision de l'actuel règlement de publicité ce dernier serait caduc au 14 juillet 2020 avec transfert de compétence au Préfet.

Après avoir établi le diagnostic et rédigé le projet de Règlement local de Publicité et après avoir engagé la concertation publique en application de l'article L103-3 du code de l'urbanisme pendant toute l'élaboration du projet, il vous est proposé d'arrêter le projet du Règlement Local de Publicité de la ville de Digne-les-Bains par délibération du Conseil Municipal conformément à l'article L 153-11 du code de l'urbanisme.

Cette étape de la procédure doit permettre la transmission officielle du

document arrêté aux personnes publiques associées, son examen par la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites et le lancement de l'enquête publique conformément à l'article L153-19 du code de l'urbanisme.

Considérant les objectifs du règlement local de publicité de Digne-les-Bains définis par la délibération du 30 juin 2016 et du 2 décembre 2020, à savoir :

- Renforcer l'attractivité de la ville et la qualité de vie sur l'ensemble des quartiers de la ville,
- Redynamiser le tissu économique local,
- Proposer un cadre qualitatif de l'intégration des enseignes dans le patrimoine bâti diversifié,
- Assurer une lisibilité des vitrines commerciales
- Valoriser les atouts, les richesses et les potentialités de l'environnement local dans un projet durable du territoire,
- Décliner, traduire et adapter localement les dispositions introduites par la loi engagement national pour l'environnement.

Considérant les modalités de concertation publique définies par la délibération du 30 juin 2016 et du 2 décembre 2020, à savoir :

- Mise à disposition du public et des personnes concernées d'un registre permettant de formuler des observations et propositions
- Organisation de réunions publiques notamment lors des principales étapes de la procédure,
- Parution d'articles dans le journal municipal et sur le site internet de la ville.

Considérant que le projet de RLP révisé a ainsi été réalisé dans le cadre d'une démarche participative :

- Elaboration et suivi des études par un groupe d'élus, de techniciens de la commune et de représentants de la Direction Départemental des Territoires des Alpes-de-Haute-Provence, de l'unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine des Alpes-de-Haute-Provence, de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement de la Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur,
- Réunions d'échanges concernant le projet de RLP avec les représentants des sociétés d'affichage
- Diffusion d'informations dans le journal local et sur le site internet de la ville
- Mise à disposition d'un registre d'observation du public aux jours et heures habituels d'ouverture de la mairie.

Considérant que le projet de règlement local de publicité est prêt à être transmis pour avis aux personnes publiques associées à sa révision, ainsi qu'à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.

Il vous est proposé de bien vouloir :

Tirer le bilan de la concertation tel que présenté dans le rapport ci-annexé

Arrêter le projet de règlement local de publicité tel qu'il est annexé à la présente délibération. Etant précisé que le projet est composé d'un rapport de

présentation avec diagnostic, d'une partie règlementaire et des annexes, ainsi que du bilan de la concertation.

Conformément aux articles L 132-7 et L 132-9 du code de l'urbanisme, la délibération sera notifiée :

- à Monsieur le Préfet des Alpes de Haute-Provence
- à Monsieur le Président du Conseil Régional Provence Alpes Côte d'Azur
- à Madame la Présidente du Conseil Départemental des Alpes de Haute-Provence
- à Monsieur le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie des Alpes de Haute-Provence
- à Monsieur le Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Alpes de Haute-Provence
- à Monsieur le Président de la Chambre d'Agriculture des Alpes de Haute-Provence
- à Madame la Présidente de Provence Alpes Agglomération.

Conformément à l'article L 581-14-1-3 du code de l'environnement, le projet de RLP arrêté, sera transmis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.

La délibération sera affichée en Mairie durant un mois.

Après avoir entendu l'exposé qui précède,

Après en avoir délibéré,

*Le conseil municipal,*

**À L'UNANIMITÉ** des membres présents et représentés

**TIRE** le bilan de la concertation préalable regardé comme favorable et permettant d'arrêter le projet.

**ARRÊTE** le projet de RLP révisé tel qu'il est annexé à la présente délibération.

**PREND NOTE** que le projet de RLP révisé sera notifié pour avis aux Personnes Publiques Associées et aux Personnes ayant demandé à être consultées, avant l'organisation de l'enquête publique préalablement à l'approbation définitive du RLP.

**SOUMETTRA** le projet de RLP révisé pour avis à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

**DIT** que la présente délibération fera l'objet d'un affichage en mairie pendant un mois.

Pour le maire de Digne-les-Bains  
l'adjointe déléguée à l'urbanisme et habitat

Nadine VOLLAIRE



La secrétaire de séance

Fatima ABALHATE



# R L P

## RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

### RAPPORT DE PRESENTATION

31 août 2023

## INTRODUCTION

### Contexte législatif

Des législations successives ont réglementé l'implantation de la publicité puis des enseignes dans un objectif initial de préservation de l'esthétique des lieux puis, plus généralement, de protection du cadre de vie.

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, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement. 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). Si l'EPCI n'est pas compétent en matière de documents d'urbanisme, le RLP est communal. C'est le cas à Digne-les-Bains.

### Pourquoi un RLP

#### Tenir compte du contexte local

Document de planification de la publicité, des enseignes et des préenseignes, le RLP adapte le RNP aux caractéristiques du territoire. Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLP sera établi.

Le RLP institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLP peut lever cette interdiction en permettant son implantation. 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.

#### La caducité du RLP

Digne-les-Bains disposait depuis le 29 avril 1986 d'un règlement de publicité communal, révisé le 30 juin 1997. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, il est dit qu'il s'agit d'un règlement de publicité de première génération. Or le Code de l'environnement a imposé 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. Autrement dit, les communes avaient jusqu'au 13 juillet 2020 pour adopter un RLP qui réponde aux exigences de la loi ENE, c'est-à-dire un RLP de deuxième génération. Le délai a été reporté de 6 mois en raison des mesures sanitaires liées à la pandémie COVID 19. Digne-les-Bains est donc soumise aux dispositions du RNP depuis le 13 janvier 2021.



Transférer le pouvoir de police

Lorsqu'il existe un règlement local de publicité, le maire est l'autorité de police au nom de la commune pour faire appliquer et respecter la réglementation de la publicité et des enseignes (article L.581-14-2 du Code de l'environnement).

En l'absence de RLP, l'instruction des demandes d'autorisation préalable est confiée aux services de l'État. Les déclarations préalables sont également adressées aux services de l'Etat.

**La loi 2021-1104 du 22 août 2021 « portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets » a modifié les règles du pouvoir de police, qui sera exercé à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024 selon le tableau ci-dessous :**

<b>Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP</b>	<b>Le président de l'EPCI dans tous les cas</b>
<b>Commune de plus de 3 500 habitants n'appartenant pas à un EPCI</b>	<b>Le maire</b>
<b>Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP</b>	<b>Le président de l'EPCI</b>
<b>Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI qui n'est pas compétent en matière de PLU ou RLP</b>	<b>Le maire</b>

**Les maires disposent toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience. Plusieurs situations peuvent être identifiées :**

- dans un délai de six mois après le transfert de la compétence PLU ou RLP à l'EPCI à fiscalité propre, un ou plusieurs maires peuvent s'opposer au transfert des pouvoirs de police au président de l'EPCI. Le ou les maires doivent notifier leur opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2);

- dans un délai de six mois suivant la date de l'élection du président de l'EPCI, si le prédécesseur de ce dernier exerçait dans une commune le pouvoir de police de la publicité, le maire peut s'opposer à la reconduction du transfert de ce pouvoir. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (III de l'article L.5211-9-2) ;

- lorsque l'EPCI est déjà compétent au 1er janvier 2024 en matière de PLU ou de RLP, le ou les maires peuvent s'opposer au transfert avant le 1er juillet 2024. Le maire doit notifier son opposition au président de l'EPCI (au III de l'article 17 de la Loi Climat & Résilience).

**Quant au président de l'EPCI, il a la possibilité de renoncer au transfert à condition qu'un ou plusieurs maires des communes concernées se soient opposé(s) au transfert comme exposé ci-dessus. La renonciation au transfert doit intervenir au plus tard un mois après la fin de la période pendant laquelle les maires peuvent s'opposer au transfert. Le président de l'EPCI doit notifier sa renonciation à chacun des maires concernés.**

## Partie I

# La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité

---

### 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 RLP est identique à celle d'un plan local d'urbanisme (PLU) (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

La délibération de prescription du RLP en date du 30 juin 2016, complétée le 3 décembre 2020, a défini les objectifs poursuivis :

- *renforcer l'attractivité de la ville et la qualité de vie sur l'ensemble des quartiers de la ville ;*
- *redynamiser le tissu économique local ;*
- *proposer un cadre qualitatif de l'intégration des enseignes dans le patrimoine diversifié ;*
- *assurer une lisibilité des vitrines commerciales ;*
- *valoriser les atouts, les richesses et les potentialités de l'environnement local dans un projet durable du territoire ;*
- *décliner, traduire et adapter localement les dispositions introduites par la loi ENE.*

Les délibérations ont précisé les outils de concertation à mettre en œuvre pendant la phase d'études.

Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :

- *la mise à disposition pendant toute la durée de la concertation préalable, d'un registre de concertation destiné à recueillir toutes observations et propositions. Ce cahier sera mis à disposition du public, en mairie, service urbanisme et foncier, 1 boulevard Martin Bret à Digne-les-Bains, aux jours et heures habituels d'ouverture du public. Les observations peuvent également être adressées par courrier à madame la maire – service urbanisme et foncier – hôtel de ville – 1 boulevard Martin Bret 04000 Digne-les-Bains ;*
- *l'organisation de deux réunions publiques notamment lors des prochaines étapes de la procédure ;*
- *la parution d'articles dans le journal municipal et sur le site Internet de la ville ;*

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), 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. Enfin, le projet de RLP est définitivement approuvé par le conseil municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Il 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 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).

## **1.2. Les éléments constitutifs du RLP**

Conformément à l'article R.581-72 du Code de l'environnement, un RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut librement 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 concerné. 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, du RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux, c'est-à-dire 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 RLP à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Il définit une ou plusieurs zones, qui couvrent toute la commune ou seulement quelques parties.

### **1.2.3. Les annexes**

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que l'arrêté municipal (ou les arrêtés municipaux) fixant les limites du territoire aggloméré de la commune et le document graphique les matérialisant.

### 1.3. Le champ d'application de la réglementation

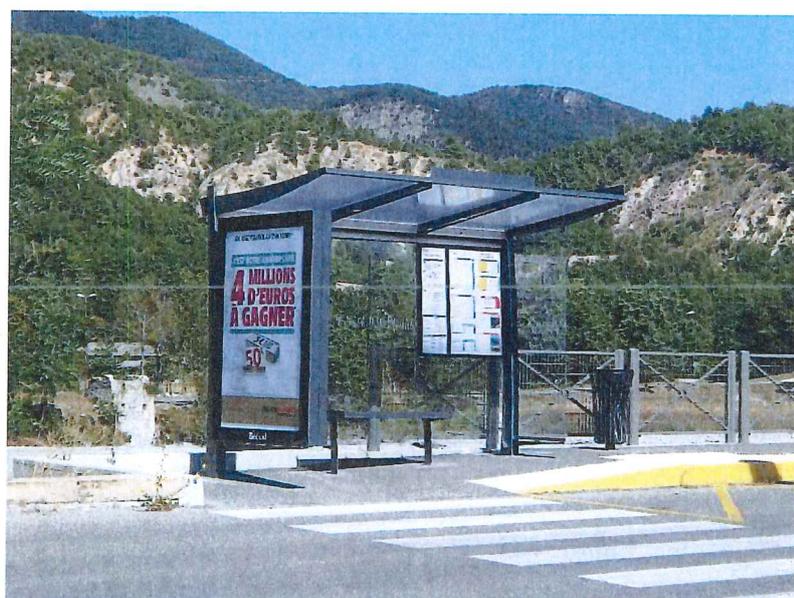
L'article L.581-2 du Code de l'environnement précise les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées ; il s'agit de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

#### 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 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.



Une publicité



Une publicité (sur mobilier urbain)

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 l'agglomération dans lesquels ils sont implantés.



Une publicité numérique (hors Digne-les-Bains)

### 1.3.2. 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 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.

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 RLP(i) ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.

Seules les préenseignes « dérogatoires » implantées hors agglomération ont un régime différent des publicités. Voir chapitre 4.



*Deux préenseignes*



*En agglomération, les préenseignes sont soumises au même régime que les publicités*

### 1.3.3. 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 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 ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;



*Des enseignes parallèles au mur*



*Des enseignes parallèles au mur*



*Des enseignes perpendiculaires au mur*



*Une enseigne sur toiture*



*Des enseignes scellées au sol*

#### 1.4. 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), les œuvres artistiques ou encore les 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 d'information locale*



*Journal électronique d'information*



*Les informations non publicitaires*

Les publicités situées à l'intérieur d'une enceinte sportive, et non visibles de l'extérieur, n'entrent pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

### 1.5. La notion d'agglomération

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

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la route : « 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 ».

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



Panneau d'entrée d'agglomération

## Partie II

# Le contexte géographique

### 2.1 Contexte géographique et administratif

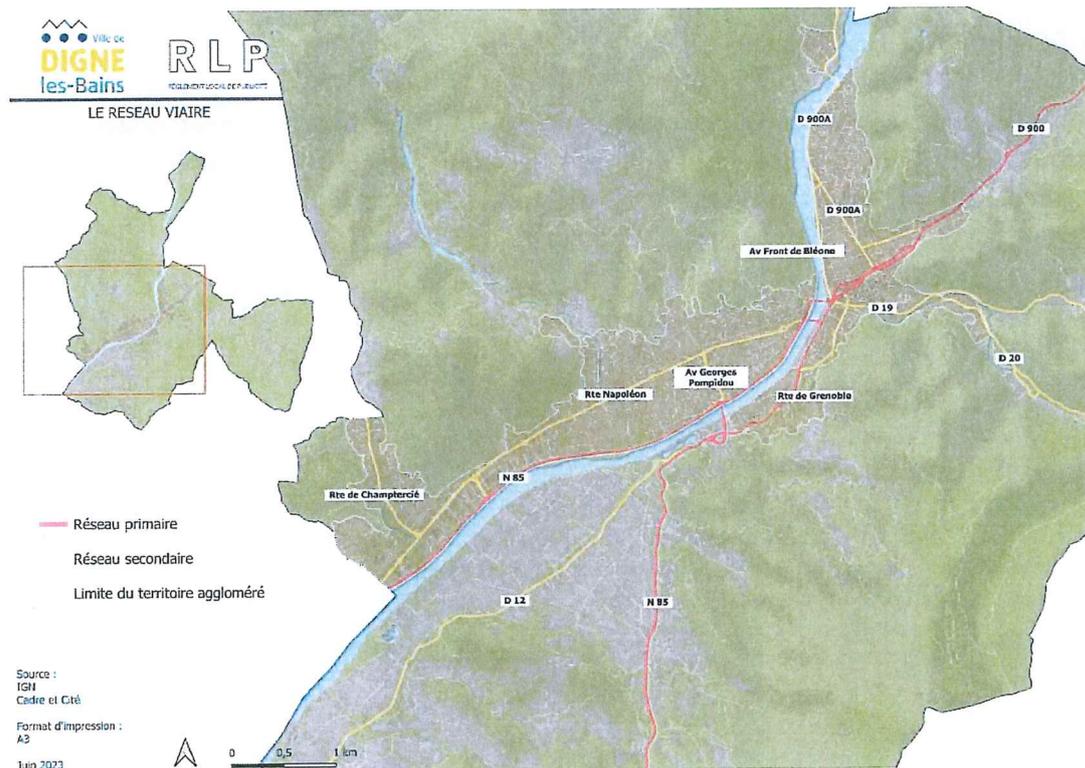
Située au pied des Préalpes du Sud, à la confluence de trois vallées (la Bléone, le Mardaric et les Eaux-Chaudes), Digne-les-Bains appartient à la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, au département des Alpes de Haute-Provence, dont elle est la préfecture, et à la communauté d'agglomération Provence-Alpes.

Limitrophe des départements des Hautes-Alpes, du Vaucluse, des Alpes-Maritimes et du Var, la ville est à 89 km de Gap, à 139 km de Marseille et à 152 km de Nice.



### 2.2 Les principaux axes

La répartition des axes est liée au relief. Ils suivent principalement les vallées et vallons des rivières et du ravin de Mouiouès. La forme en étoile du réseau principal est due à a convergence des trois premières vallées. Le goulot d'étranglement situé au niveau de la ville a de tous temps constitué un obstacle à la communication. La nationale 1085 et le pont Alexandra David-Neel permettent de désenclaver la ville et de délester le centre ancien d'une partie de son trafic.



## 2.3 Les entrées de ville

La première image qu'on a d'une ville ou d'un village marque durablement notre perception de l'ensemble du territoire. Chaque entrée joue un rôle important, mais les entrées principales de la ville de Digne, celles dont la perception présente un enjeu particulièrement important se situent au niveau de la nationale 1085, de la nationale 85 rive droite et rive gauche et du CD 900 qui borde la cathédrale Notre Dame du Bourg.

Ces quatre entrées prioritaires desservent la partie ouest de Digne les Bains et la partie nord-est, alors que seules de petites routes semblent "sortir" de la ville au nord et à l'est, pour s'engouffrer dans les montagnes. Le centre-ville :

## 2.4 Le centre-ville

Le noyau ancien de Digne (cité médiévale et faubourgs du XIXème siècle) possède des qualités architecturales et urbanistiques indéniables. Les volumes sont relativement simples, épurés. Les maisons sont hautes et étroites. Les îlots de constructions très profonds et pleins s'adossent aux anciennes lignes de fortification ou soulignent la forme des rues, formant un tissu compact. Le végétal est rare. Les façades colorées donnent un caractère joyeux, un peu insolite.

Cet ensemble harmonieux nécessite un travail minutieux et constant de réhabilitation et de restauration.

## 2.5 Les Monuments Historiques

La commune de Digne-les-Bains recèle un patrimoine dont l'intérêt historique ou artistique justifie qu'il fasse l'objet d'une protection accrue, au titre de la ldu 31 décembre 1931 sur les Monuments Historiques.

- **Notre Dame du Bourg**



L'évêque Saint-Vincent aurait bâti au Vème siècle, une petite église dédiée à la Vierge dite Notre Dame du Bourg. De nombreux vestiges gallo-romains (un autel du Vème siècle, des fragments d'un sarcophage du IVème ou Vème siècle, des chapiteaux mérovingiens...) ont été mis au jour sous son site. Certains détails laissent à penser que sa reconstruction a été entreprise, dès la fin du XIIème siècle (sauf le clocher). Elle est classée monument historique en 1840.

- **La Cathédrale Saint Jérôme**



L'évêque Antoine de Guiramand fit bâtir cette église entre son château (à l'emplacement de l'actuelle prison) et la tour de l'Horloge. Les travaux furent entrepris en 1490 et ne furent achevés qu'une dizaine d'années plus tard. Eglise épiscopale durant plusieurs siècles, Saint-Jérôme a été érigée en cathédrale le 31 juillet 1962. Classée monument historique en 1906.

- **La Fontaine Monumentale, classée le 9 mars 1927**



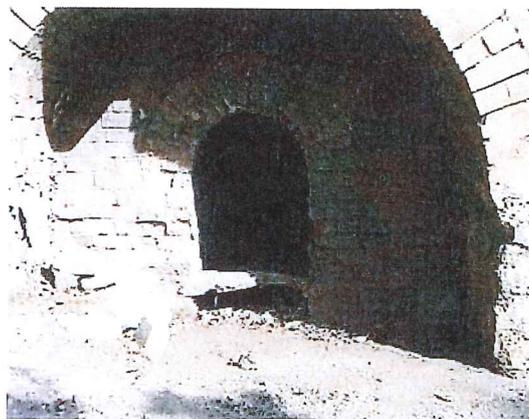
- **Le centre ancien de la ville de Digne, inscrit le 2 juillet 1986**



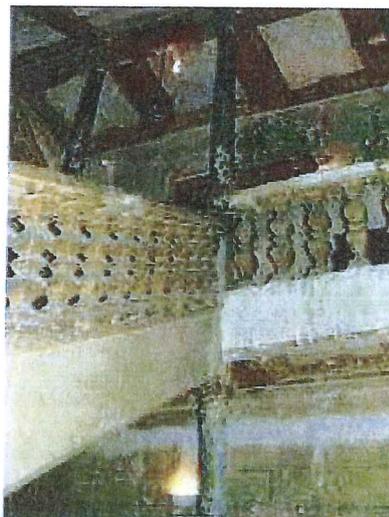
- La maison d'Alexandra David-Neel « Samten Dzong » (maison de la Réflexion) ainsi que son parc, classée le 17 juin 1996



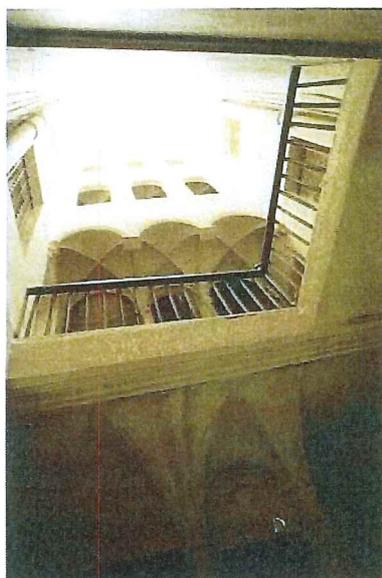
- Carrières, fours et reste d'usine à plâtre de Champourcin, classée le 17 juin 1996



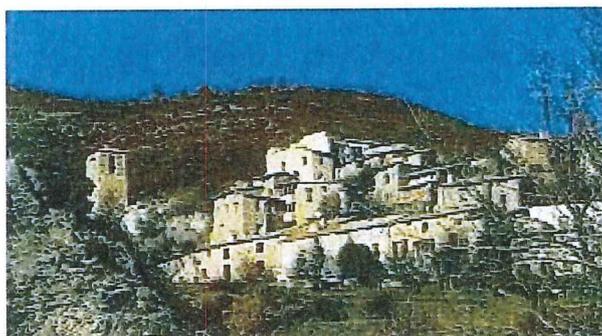
- Escalier de l'Hôtel Thoron de la Robine, 3 Place de l'Evêché, classé le 2 février 1982



- Escalier 8 Place Grenette, inscrit le 4 février 1976



• **Le Hameau de Courbons et ses abords, inscrit le 28 novembre 1967**



## 2.6 Les fonctionnalités urbaines

L'histoire de la ville est relativement complexe. L'un des premiers facteurs d'occupation et d'utilisation du territoire se situe pendant le néolithique, dès que les hommes passent au stade de l'agriculture et de l'élevage. Dès lors, d'importants troupeaux (mais également le sel) transhument depuis la Basse Provence vers la fraîcheur des alpages. Situé au carrefour de trois vallées, le site de Digne marque alors une étape quasiment obligatoire.

Le bourg ancien se blottit d'abord autour de l'église Notre-Dame-du-Bourg dans l'étroite plaine du Mardaric. Les incursions successives des Sarrasins obligent ensuite la cité médiévale à se réfugier sur son éperon rocheux, en noyau elliptique, autour du château (actuelle prison, construit à la fin du XI<sup>ème</sup> siècle) et de sa cathédrale (de la fin du XV<sup>ème</sup> siècle) pour redescendre dans la vallée une fois le danger disparu.

Le rôle très important de Digne comme ville-étape est confirmé par sa présence sur une carte datant de 1570 où de nombreuses villes plus importantes ne figurent pas. A la fin du XVIIIème, début du XIXème siècle, la ville se développe vers le nord et rejoint le Grand-Pont par le boulevard Gassendi.

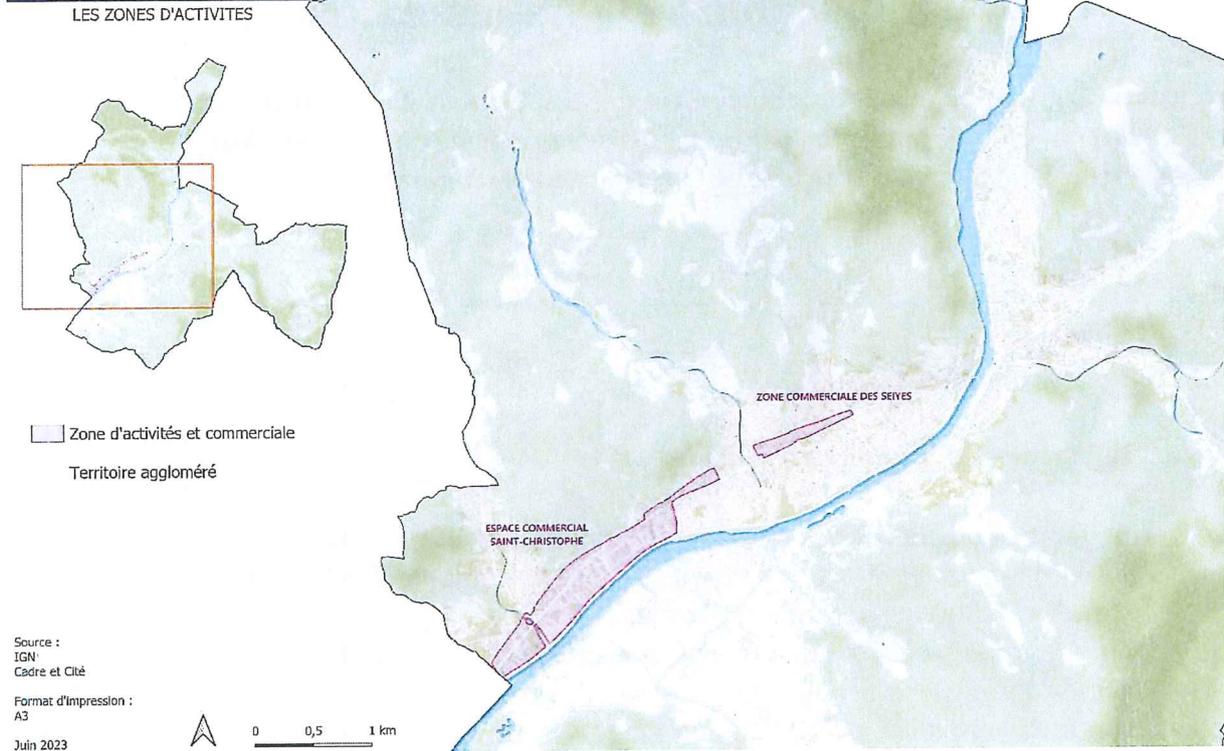
Par la suite, une nouvelle ville voit le jour à côté du centre ancien. La création du chemin de fer s'accompagne d'autres réalisations d'importance telles que l'endiguement de la Bléone, la couverture partielle du Mardaric, le tracé de nouvelles voies, l'extension de quartiers nouveaux. Depuis la seconde moitié du XXème siècle, l'urbanisation se développe au-delà de la Bléone et vers le nord, le long de l'actuel boulevard Victor Hugo.

Les quartiers nouveaux se composent de villas et de jardins. Au lendemain de la seconde guerre mondiale, la ville continue son expansion vers les Arches et sur la rive droite de la Bléone, où la population est maintenant plus importante que sur la rive originelle.

Aujourd'hui la ville s'étale quasiment sur l'ensemble des espaces urbanisables dans une extension fortement consommatrice d'espace. La plaine de la Bléone est presque saturée, le plan de Gaubert mité. Le mitage s'étend dans les vallons (Mardaric et Eaux Chaudes) et les ravins (Saint Véran, Rouveiret, et Champtercier).

Le territoire ville peut se classer en cinq grandes familles de fonctionnalités urbaine :

- le centre-ville commercial, qui se compose d'habitats, services, commerces et lieux de rencontre, situé dans le site historique de Digne ;
- les zones artisanales, qui se composent d'une mixité activités habitats situé sur la première zone d'activité de Digne aux Arches mais aussi à Chanteclerc ;
- la zone commerciale qui s'étale en rive droite de la Bléone le long de l'ancienne route nationale et sur le secteur de Saint Christophe et La Tour ;
- les zones thermales et touristique, principalement situées dans le Vallon des Eaux-chaudes, mais aussi sur le CD 900A avec le camping du Bourg ;
- le reste de la commune regroupant principalement de l'habitat.



*Les zones commerciales*

## PARTIE III. Le règlement national de publicité applicable à Digne-les-Bains

Le RLP de Digne-les-Bains devant comporter des dispositions plus restrictives\* que celles du règlement national de publicité (RNP), il est nécessaire d'en connaître les dispositions.

\* sauf exception prévue l'article L.581-8 du Code de l'environnement

### 3. La publicité

---

#### 3.1 Les règles communes

##### a. Les secteurs d'interdiction absolue

Conformément à l'article L.581-4 du Code de l'environnement, la publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur tout immeuble présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque désigné par un arrêté du maire ou du préfet.

##### b. Les secteurs d'interdiction relative

A l'intérieur des agglomérations et conformément à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, la publicité est également interdite dans les lieux suivants :

- aux abords des monuments historiques ;
- dans les sites patrimoniaux remarquables (ex-secteurs sauvegardés et AVAP) ;
- dans les sites inscrits ;
- dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et dans les zones de protection spéciales (ZPS) du réseau Natura 2000 ;
- à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles présentant un caractère esthétique ;
- dans les parcs naturels régionaux ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux.

Remarque : Dans ces lieux, à la différence des lieux et immeubles identifiés par l'article L.581-4, il est possible de lever l'interdiction de la publicité dans le cadre d'un RLP.

##### b. Les supports interdits

Il est interdit d'apposer de la publicité (articles R.581-22 et R.581-23 du Code de l'environnement) sur :

- les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique et de télécommunication ;

- les installations d'éclairage public ;
- les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les clôtures non aveugles ;
- les murs de cimetières ;
- les murs de jardin public ;
- les murs non aveugles des bâtiments :
  - ⇒ sauf si la surface unitaire des ouvertures est inférieure à 0.50 m<sup>2</sup> ;
  - ⇒ sauf pour les bâtiments ou parties de bâtiments dont la démolition est entreprise ou autorisée.

### c. La règle de densité foncière

Les publicités murales et scellées au sol sont soumises à une règle de densité (Art. R.581-25 du Code de l'environnement). Cette règle est fondée sur la longueur du côté de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur inférieure ou égale à 80 mètres :

- en l'absence de dispositifs scellés au sol, la pose de 2 dispositifs publicitaires muraux alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support est autorisée.
- en l'absence de dispositifs muraux, la pose d'un dispositif scellé au sol est autorisée si le côté de l'unité foncière est inférieur ou égal à 40 mètres. La pose de deux dispositifs scellés au sol est autorisée si le côté de l'unité foncière est supérieur à 40 et inférieur ou égal à 80 mètres.

Pour les unités foncières dont le côté a une longueur supérieure à 80 mètres, un dispositif supplémentaire (mural ou scellé au sol) par tranche entamée de 80 mètres est admis.

L'implantation est libre sur l'unité foncière sous réserve du respect d'autres dispositions du RNP.

### d. L'obligation d'extinction nocturne

Le RNP impose l'extinction des publicités lumineuses entre 1 heure et 6 heures du matin, à l'exception de celles éclairés par projection ou transparence supportés par le mobilier urbain et des publicités numériques supportés par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (Art. R.581-35 du Code de l'environnement).

## 3.2 Les règles applicables par type de publicité

### a. La publicité murale

La publicité murale est la publicité qui est fixée sur un support déjà existant (mur, clôture, palissade...). Elle est régie par les articles R.581-26 à R.581-29 du Code de l'environnement.

La publicité murale, dont la surface maximale ne peut dépasser 12 m<sup>2</sup> et la hauteur comptée au pied du dispositif ne peut dépasser 7,5 m, doit être apposée sur un mur aveugle ou comportant une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0.50 m<sup>2</sup>.



Par ailleurs, elle ne doit pas :

- être apposée à moins de 0,50 mètre du niveau du sol ;
- être apposée sur une toiture ou une terrasse ;
- dépasser le mur qui la supporte ;
- dépasser l'égout du toit ;
- avoir une saillie de plus de 0,25 mètre ;
- être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes aient été supprimées, à l'exception des publicités peintes d'intérêt artistique.

**b. La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol**

Régie par les articles R.581-30 à R.581-33 du Code de l'environnement, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC) ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites (zones N des PLU) ;
- si elle est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

Une distance de 10 mètres doit être observée entre une baie voisine et l'implantation du dispositif. En revanche, rien n'empêche de faire installer un dispositif scellé au sol devant ses fenêtres : seul le RLP peut établir une telle interdiction.

Un dispositif scellé au sol ne peut être installé à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (règle dite du « H/2 »).

**c. La publicité lumineuse**

Régie par les articles R.581-34 à R.581-41 du Code de l'environnement, la publicité lumineuse se compose de deux catégories, la publicité éclairée par projection ou transparence et la publicité numérique.

La première est soumise aux mêmes dispositions que la publicité non lumineuse auxquelles s'ajoute l'obligation d'extinction nocturne, tandis que la seconde est soumise à des dispositions spécifiques.

PUBLICITE LUMINEUSE		Surface maximale	Hauteur maximale par rapport au sol
Éclairée par projection ou transparence	Dispositifs muraux	12 m <sup>2</sup>	7,5 m
	Dispositifs scellés au sol	12 m <sup>2</sup>	6 m
Numérique	Dispositifs muraux	8 m <sup>2</sup>	6 m
	Dispositifs scellés au sol	8 m <sup>2</sup>	6 m

Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques doivent être équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.

#### **d. La publicité sur mobilier urbain**

Le mobilier urbain se définit comme un ensemble d'installations sur une dépendance du domaine public et dont le but est la commodité de l'utilisateur. Comme pour les autres supports de publicité, le prestataire souhaitant utiliser le mobilier urbain dans un but publicitaire ne peut le faire qu'après avoir obtenu l'autorisation du propriétaire ou du gestionnaire du domaine public.

Elle est dispensée de la règle du « H/2 » et de la règle de densité. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité numérique.

Cinq catégories de mobilier urbain peuvent recevoir de la publicité :

##### 1. Les abris destinés au public (article R.581-43 du Code de l'environnement)

La surface unitaire des publicités ne peut excéder 2 m<sup>2</sup>.

La surface totale de publicité admise est quant à elle liée à la surface abritée au sol :

- 2 m<sup>2</sup> en cas de surface abritée inférieure à 4,50 m<sup>2</sup> ;
- 2 m<sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 4,50 m<sup>2</sup> ;

Tout dispositif surajouté sur le toit de l'abri est interdit.



##### 2. Les kiosques (article R.581-44 du Code de l'environnement)

Il s'agit des kiosques à journaux et des autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public :

- la surface unitaire de la publicité est de 2 m<sup>2</sup> ;
- la surface totale de publicité ne peut dépasser 6 m<sup>2</sup> ;
- tout dispositif surajouté sur le toit du kiosque est interdit.

### 3. Les colonnes porte-affiches (article R.581-45 du Code de l'environnement)

Les colonnes porte-affiches (souvent appelées « colonnes Morris ») sont destinées à annoncer des spectacles ou des manifestations culturelles. Aucune surface maximale n'est prévue.

### 4. Les mâts porte-affiches (article R.581-46 du Code de l'environnement)

Ils sont composés au maximum de deux panneaux situés dos-à-dos, dont la surface unitaire maximum est de 2 m<sup>2</sup>. Les mâts porte-affiches sont utilisés pour annoncer des manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.

### 5. Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (article R. 581-47 du Code de l'environnement)

Cette catégorie de mobilier urbain existe sous différents formats : petits de 2 m<sup>2</sup> type « sucettes » ou plus grands de 8 à 12 m<sup>2</sup>.

La surface de publicité commerciale ne doit pas excéder la surface totale des informations non publicitaires ou œuvres artistiques.

#### **e. Les bâches publicitaires**

Deux catégories de bâches sont réglementées aux articles R. 581-53 à R.581-55 du Code de l'environnement. Il s'agit :

- des bâches de chantier comportant un message publicitaire, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- des autres bâches publicitaires.

Remarque : La publicité sur les bâches de chantier des monuments historiques n'est pas soumise aux dispositions du Code de l'environnement. Son installation nécessite uniquement l'accord de l'autorité chargée des monuments historiques (architecte des Bâtiments de France).

Toutes les bâches sont soumises à autorisation du maire et leur durée de vie varie suivant la nature de la bâche :

- une bâche de chantier doit être retirée une fois les travaux terminés ;
- une bâche publicitaire peut être maintenue pendant 8 ans.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

La surface du message publicitaire ne doit pas excéder 50% de la surface totale de la bâche de chantier à l'exception des travaux de rénovation d'un immeuble en vue d'obtenir le label « Bâtiment basse consommation » (BBC).



*Une publicité sur bâche de chantier (Paris)*

**f. Les publicités de dimensions exceptionnelles**

Les publicités de dimensions exceptionnelles sont liées à des manifestations temporaires (articles L.581-9 et R.581-56 du Code de l'environnement).

Ces publicités sont soumises à un régime d'autorisation préalable. L'autorisation est délivrée par le maire au cas par cas et après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS). La durée d'installation est strictement comprise entre le mois précédent la manifestation et les quinze jours suivant la manifestation.

La réglementation autorise les dispositifs de dimensions exceptionnelles supportant de la publicité numérique si leur surface unitaire ne dépasse pas les 50 m<sup>2</sup>.

**g. La publicité de petit format**

Réglémentée par l'article R.581-57 du Code de l'environnement, la publicité de petit format (dite quelquefois « micro-affichage) peut être installée sur l'ensemble de la devanture commerciale (baie vitrée, porte d'entrée, piliers d'encadrement, etc.).

La surface unitaire d'un dispositif doit être inférieure à 1 m<sup>2</sup> et la surface cumulée ne peut recouvrir plus d'1/10<sup>ème</sup> de la surface de la devanture commerciale et dans la limite de 2 m<sup>2</sup>. La publicité de petit format n'est pas soumise à la règle de densité.



*Une publicité de petit format*

#### **h. La publicité sur véhicule terrestre**

Les véhicules concernés sont ceux qui ont pour vocation principale de supporter des messages publicitaires (article R. 581-48 du Code de l'environnement). Le stationnement de ces véhicules est réglementé car ils ne peuvent séjourner en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ils ne peuvent ni circuler en convoi de deux ou plusieurs véhicules, ni à vitesse réduite anormalement réduite. La surface cumulée de la publicité sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup>.

Ces véhicules ne sont pas autorisés à circuler dans les lieux interdits à la publicité.

#### **i. La publicité relative aux associations à but non lucratif et affichage d'opinion**

La mise à disposition d'emplacements dédiés à un « affichage libre » est une obligation. Ces espaces sont réservés uniquement aux citoyens et aux associations sans but lucratif et ne peuvent accueillir de la publicité commerciale. Le régime applicable est détaillé aux articles L.581-13, L.581-16, L.581-17 et R.581-2 à R. 581-5 du Code de l'environnement.

Les seuils de surface minimum dépendent du nombre d'habitants de la commune. En l'occurrence pour 49 926 habitants : 12 m<sup>2</sup> + 5 m<sup>2</sup> par tranche entamée de 10 000 habitants soit 32 m<sup>2</sup>.

Les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Cependant, le maire doit veiller à ce que tout point en agglomération soit situé à moins d'un kilomètre d'un panneau d'affichage libre.



*Un dispositif destiné à l'affichage d'opinion*



#### 4. Les préenseignes

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité à l'exception :

- des préenseignes dérogatoires ;
- des préenseignes temporaires.

##### Les préenseignes dérogatoires

Les préenseignes dérogatoires ont pour particularité de pouvoir être implantées hors agglomération sous réserve du respect des règles définissant les activités signalées et des règles de format, de distance par rapport à l'activité signalée et de nombre.

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

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

Ainsi que le précise une fiche du ministère de la transition écologique et solidaire (octobre 2019), le terme de « fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales » exclut les commerces de distribution comptant un ou plusieurs rayons de produits régionaux. Il s'agit des fonds dont l'activité principale concerne la fabrication ou la vente de produits du terroir local, ce qui justifie l'implantation des préenseignes dans l'espace rural.

Dans ce cas, elles doivent aussi respecter des conditions :

- de format ;
- de distance par rapport à l'activité signalée ;
- de nombre.

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m de haut X 1,50 m de large monopied	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments Historiques ouverts à la visite		4	10 km

Toute autre activité signalée rend la préenseigne illégale, telle la signalisation d'un restaurant, d'un hôtel, d'un supermarché, d'un garage ou d'une station-service.

L'arrêté ministériel du 23 mars 2015 fixant certaines prescriptions d'harmonisation des préenseignes dérogatoires limite la hauteur des dispositifs à 2,20 mètres au-dessus du niveau du sol, panneau inclus. L'arrêté admet que deux préenseignes dérogatoires puissent être juxtaposées l'une sur l'autre et verticalement alignées sur un seul et même mat, ce qui n'était pas possible sous l'ancienne réglementation.



*Préenseigne illégale située hors agglomération*

### **Les préenseignes temporaires**

Règlementées aux articles L.581-20, R.581-68, R.581-69 et R.581-71 du Code de l'environnement, les préenseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

- les préenseignes signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics, 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 préenseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de l'évènement.

## 5. 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 ;
- enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Des dispositions relatives à leur extinction nocturne ont également été fixées lorsqu’elles sont lumineuses.

### 5.1 Les règles communes

Obligation d’entretien : les enseignes doivent être constituées de matériaux durables (exclusion du papier ou du carton). Elles doivent être propres et maintenues en bon état d’entretien et de fonctionnement.

Suppression au terme de l’activité : dans un délai de trois mois suivant la cessation d’activité, la personne exerçant l’activité est tenue de supprimer l’enseigne et de remettre le lieu en état. Il existe des dérogations pour les enseignes à caractère historique, artistique ou pittoresque.

### 5.2 Les règles applicables par type d’enseignes

#### a. Les enseignes murales

Les enseignes à plat (dites également en bandeau) sur un mur ou parallèle à celui-ci ne doivent pas :

- dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées ou les limites de l’égout du toit ;
- être à cheval sur le mur et la toiture ;
- constituer une saillie de plus de 0,25 mètre.

A la différence des publicités, elles peuvent être implantées sur une clôture non aveugle.

Les enseignes à plats sur les balcons, balconnets, auvents, marquises, baies peuvent être installées :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas 1 mètre ;
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s’élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d’appui du balconnet ou de la baie ;
- sur le garde-corps d’un balcon si elles ne dépassent pas les limites de celui-ci et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 0,25 mètre par rapport au garde-corps.

Les enseignes perpendiculaires (dites également en drapeau) ne doivent pas :

- dépasser la limite du mur qui les supporte ni être apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- constituer une saillie de plus d'1/10<sup>ème</sup> de la largeur de la voie avec un maximum de 2 mètres ;

La surface cumulée maximum des enseignes murales ne doit pas représenter plus de :

- 15% de la surface totale de la façade de l'établissement signalé ;
- 25% de la surface totale de la façade lorsque celle-ci est inférieure à 50 m<sup>2</sup>.

Les enseignes perpendiculaires entrent en compte pour calculer la surface totale aussi bien par le recto que par le verso. En revanche, n'entrent pas dans le calcul de la surface les publicités qui seraient également apposées sur la façade.

#### **b. Les enseignes sur toiture**

Les enseignes sur toiture sont régies par l'article R.581-62 du Code de l'environnement. Elles doivent être constituées de lettres découpées et ne doivent pas comporter de panneaux de fond. Leurs fixations doivent également être dissimulées.

Les dimensions d'une enseigne sur toiture varient en fonction de la hauteur de la façade :

- si la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, l'enseigne devra mesurer 1/5<sup>ème</sup> de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres au maximum ;
- si la hauteur de la façade est inférieure ou égale à 15 mètres, l'enseigne ne devra pas dépasser les 3 mètres de haut.

La surface cumulée des enseignes sur toiture ne doit pas dépasser 60 m<sup>2</sup> au maximum.

#### **c. Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol**

Cette catégorie d'enseigne est réglementée à l'article R. 581-64 du Code de l'environnement et doit être installée sur l'unité foncière où est implanté l'établissement concerné. Il n'y a pas de règle particulière quant à la forme de l'enseigne (panneaux, drapeaux, totems, kakemonos, mâts, objets divers...).

Dès que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol font plus d'1 m<sup>2</sup>, elles sont limitées à un unique dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique et bordant l'établissement.

Les enseignes de plus d'1 m<sup>2</sup> ne peuvent être placées à moins de 10 mètres des baies des immeubles voisins. La règle du « H/2 » par rapport aux limites séparatives s'applique également aux enseignes scellées au sol.

Les enseignes inférieures à 1 m<sup>2</sup> ne font l'objet d'aucune restriction : elles ne sont pas limitées en nombre et ne sont pas tenues de respecter la règle du « H/2 », ni le retrait de 10 mètres par rapport aux baies voisines.

La hauteur des dispositifs varie en fonction de leur largeur :

- 6.50 mètres lorsqu'ils mesurent plus de 1 m de large ;
- 8 mètres lorsqu'ils mesurent moins de 1 m de large.

#### **d. Les enseignes lumineuses**

Les enseignes lumineuses sont règlementées à l'article R.581-59 du Code de l'environnement.

Comme pour la publicité lumineuse, les enseignes lumineuses doivent respecter la règle d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin. La réglementation prévoit une exception pour les activités nocturnes exercées entre minuit et 7 h du matin. Dans ce cas, les enseignes doivent être éteintes, au plus tard, une heure après la fin de l'activité et ne peuvent être allumées qu'une heure avant le début de l'activité.

Les dispositifs clignotants sont admis uniquement pour les pharmacies et les services d'urgence.

#### **e. Les enseignes temporaires**

Réglementées aux articles L.581-20, R.581-68 à R.581-70, les enseignes temporaires peuvent être regroupées en deux catégories :

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

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de l'opération ou de la manifestation et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation.

## Partie IV

### Le règlement de 2009

La commune de Digne-les-Bains disposait d'un règlement spécial de la publicité, des préenseignes, et des enseignes de la ville créé par délibération du conseil municipal du 29 avril 1986 et révisé le 30 juin 1997

Ce règlement définissait 4 zones de publicité restreinte (ZPR) dans lesquelles s'appliquaient une réglementation spécifique et 2 zones de publicité autorisée (ZPA).

Les zones définies avaient les caractéristiques suivantes :

ZPR1 : regroupe le centre-ville avec, en rive gauche de la Bléone, Les Arches et en rive droite, Bonnette et le début de la Sèbe, ainsi que la partie centrale de la voie de desserte ;

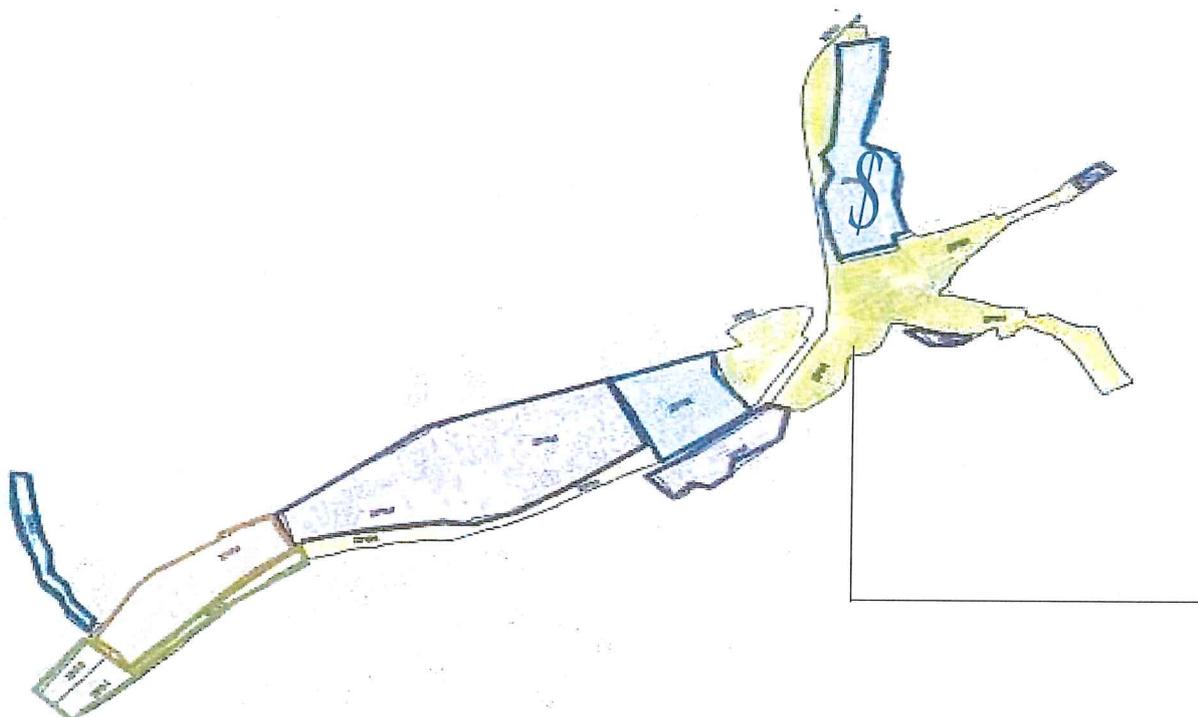
ZPR2 : regroupe Les Epinettes et les Arches Nord, La Sèbe, le Moulin et les entrées de ville CD20 (Route de Champtercier) et CD 900A (route de Barles) ;

ZPR3 : regroupe l'entrée de ville route de Nice, les Sièyes, le Tivoli, le secteur d'Intermarché ;

ZPR4 correspond à Saint-Christophe ;

Les ZPA 1 et 2 correspondent au quartier de la tour et à la voie de desserte (première tranche)

Sur le reste du territoire communal, le règlement national s'appliquait.



## Partie V

### Le diagnostic

Un recensement des dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 1,5 m<sup>2</sup> a été réalisé sur la totalité du territoire de la commune, qui a permis de dresser un bilan tant quantitatif que qualitatif de la situation.

Le diagnostic a été réalisé en 2021. Il s'agit d'une **approche qualitative** de tous **les types de dispositifs** : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain, affichage d'opinion, affichage évènementiel, enseignes et préenseignes temporaires, publicité lumineuse (numérique ou autre), bâches etc.

#### 5.1. La situation de la publicité : aspect quantitatif

Une soixante de dispositifs d'une surface de 4 m<sup>2</sup> ou plus ont été recensés sur la commune. Leur surface est essentiellement de 12 m<sup>2</sup>, surface de l'affiche.

*Dans ses deux décisions rendues en 2016 et en 2017, le Conseil d'Etat a considéré que pour calculer la surface unitaire d'une publicité, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier (Conseil d'Etat, 20.10.2016 n° 395494 ; Conseil d'Etat, 08.11.2017 n° 408801). En conséquence, les panneaux « de 12 m<sup>2</sup> », dont la surface totale est généralement de 13,4 m<sup>2</sup> doivent être considérés comme non-conformes au RNP, qui limite la surface des publicités à 12 m<sup>2</sup>.*



Une publicité de 13,4 m<sup>2</sup>

Les publicités scellées au sol sont majoritaires et implantées pour 79 % d'entre-elles le long du « boulevard économique » qui traverse les zones commerciales.



*Préenseignes en bordure de la route Napoléon, « boulevard économique »*

Des préenseignes d'1,5 m<sup>2</sup> ont été relevées. Lorsqu'elles sont situées en agglomération, elles n'ont pas le statut de préenseigne dérogatoire et sont soumises aux mêmes règles que les publicités.



*Préenseignes d'1,5 m<sup>2</sup> en agglomération*

Aucune publicité lumineuse n'est installée.

## 5.2. la situation de la publicité : aspect qualitatif

### 5.2.1 Infractions

La publicité ne peut être apposée sur un mur que si celui-ci est aveugle ou comporte une ouverture inférieure à 0,50 m<sup>2</sup>.

#### Article R.581-22

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L.581-4, la publicité est interdite :

/.../ 2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

La publicité ci-dessous n'est pas conforme.



La publicité est interdite hors agglomération. 3 dispositifs sont installés aux abords de la RD82, au mépris de cette règle fondamentale.

#### Article L581-7

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



*Publicité hors agglomération*

La règle s'applique de la même façon au mobilier urbain publicitaire



*Publicité hors agglomération*

### 5.2.2 Esthétique

D'une façon générale, la surface de 13,4 m<sup>2</sup> (illégale, voir encadré ci-dessus) est peu adaptée aux paysages dignois, en raison de la faible hauteur des bâtiments, de la grande présence végétale et des nombreuses perspectives qui s'offrent à l'œil, dues au relief du site.



*Le panneau affecte la vue sur le bâtiment*



*Une présence trop importante dans un contexte végétal*

Les publicités côte-à-côte, particulièrement lorsqu'elles sont en grand format, créent un écran important dans les perspectives. Un seul exemple a été relevé, disparu depuis le recensement.



*Ces dispositifs ont été déposés.*

Le cadre de vie est particulièrement agréable à Digne-les-Bains, notamment en raison de la forte végétalisation. L'irruption de la publicité dans les espaces verts nuit à l'image de la ville et au confort des habitants.



*Publicités dans un espace non-bâti. Bien qu'installée en agglomération pour le Code de la route, elle n'est pas acceptée par le Code de l'environnement.*

Outre leurs dimensions, l'aspect et l'entretien des panneaux publicitaires jouent un rôle dans leur insertion.

Les dispositifs dont le dos n'est pas habillé, par exemple, donnent une image d'abandon.



*Dos de panneau non habillé*

### 5.3 Mobiliers urbains

Les mobiliers urbains publicitaires sont peu nombreux et peu concentrés. Leur surface réduite (2 m<sup>2</sup>) et leur parfait état d'entretien les rend acceptables dans la majorité des lieux.



*Un abri destiné au public*

## 5.4 Les enseignes

### Légalité

Une opération de mise en conformité des enseignes vis-à-vis du règlement national a été réalisée en 2017 et 2018. Aujourd'hui, les enseignes sont généralement légales, et respectent notamment la règle de pourcentage instituée en 2012.

#### Article R.581-63

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade.

Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.



*Les enseignes occupent moins de 15 % de la façade*



*Des enseignes conformes au RNP qui indiquent parfaitement l'entreprise.*

### Les enseignes en centre-ville

L'enseigne de centre-ville doit remplir sa fonction de signalisation du commerce en respectant l'architecture du bâtiment sur lequel elle est installée et les perspectives de la rue. Un travail de longue haleine menée par la ville en harmonie avec les services de l'Etat permet d'offrir une vision très qualitative des commerces de centre-ville : dimensions raisonnables des enseignes, nombre retreint, usage fréquent de lettres découpées...



*Enseignes en lettres découpées, enseignes perpendiculaires de faibles dimensions, petit chevalet laissant le passage libre sur le trottoir*



*Faibles dimensions, lettres découpées*



*Simplicité des enseignes, parfaite visibilité du commerce*

### **Une marge d'amélioration**

Quelques exemples ont été signalés d'enseignes qui dénotent par leur nombre (multiples enseignes perpendiculaires pour un café), leur hauteur (au-dessus du rez-de-chaussée), leur lieu d'implantation (balcon).

## Les enseignes scellées au sol

L'enseigne scellée au sol (ou posée directement sur le sol) signale une activité en retrait de la voie publique. Elle est utile aux entreprises peu visibles de la rue, et peut être indispensable pour certaines activités. Pour autant, elle constitue un obstacle supplémentaire dans les perspectives qui peut se montrer fâcheux. Une enseigne judicieusement adaptée à son environnement joue son rôle de signal et ne nuit pas au cadre de vie.



*Une enseigne supérieure à 12 m<sup>2</sup>*



*Une enseigne " totem " prenant une place plus réduite dans la perspective de la rue*

Le Code de l'environnement limite à 1 par voie le nombre d'enseignes scellées au sol.

#### Article R.581-64

/.../

Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



*Nombre excessif de dispositifs scellés au sol*

#### Les enseignes sur les toitures

Les enseignes installées sur les toitures risquent de dénaturer l'immeuble et de gêner les perspectives, particulièrement dans les régions vallonnées. Une seule enseigne sur toiture est présente à Digne-les-Bains.



## Les enseignes numériques

Les enseignes numériques attirent l'attention par leur luminosité et permettent à une entreprise (commerce surtout) de présenter ses produits, ses promotions. Leurs coûts d'achat et de maintenance ont baissé, leur qualité s'est améliorée, notamment la lisibilité en plein jour.

Elles sont dès lors séduisantes et leur développement est à prévoir. Toutefois, leur agressivité porte rapidement atteinte au paysage et elles sont fortes consommatrices d'énergie, ce qui ne va pas précisément dans le sens de l'histoire.

Absentes à Digne-les-Bains à ce jour, leurs éventuelles implantations doivent être encadrées par le RLP.



*Une enseigne numérique sur un centre commercial (hors de Digne-les-Bains)*

## Partie VI

### Les orientations

- Libérer de la publicité les zones naturelles, en tenant compte des projets à court terme ;
- Réduire la surface de la publicité à 8 m<sup>2</sup>, voire à 4 m<sup>2</sup>.
- Supprimer les emplacements multiples ((un seul panneau par emplacement) ;
- Admettre le mobilier urbain sur l'ensemble de la commune, y compris dans le périmètre des monuments historiques ;
- Continuer la mise en valeur du centre-ville en recherchant la qualité des enseignes :  
limitation du nombre d'enseignes perpendiculaires, diminution de la surface maximum,  
lettres découpées etc. en assurant néanmoins la visibilité des commerces ;
- Limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ;
- Restreindre les enseignes sur toiture ;
- Encadrer les chevalets (nombre, emplacement et dimensions) en cohérence avec la charte d'occupation du domaine public ;
- Réglementer fortement les enseignes et publicités numériques ;
- Réglementer les dispositifs numériques dans les vitrines ;
- Elargir la plage d'extinction nocturne (1 h à 6 h dans le règlement national).

## PARTIE VII

### Explication des choix

Sur la base des objectifs définis par le conseil municipal, des différentes typologies de la ville et au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, un zonage a été établi, limité à 3 zones afin de faciliter la compréhension et l'application du règlement.

Le règlement présente les mesures communes à toutes les zones, suivies des règles spécifiques à chacune des zones identifiées. Le zonage couvre toutes les parties agglomérées de Digne-les-Bains, la publicité n'étant admise qu'en agglomération.

Les enseignes hors agglomération sont soumises aux règles relatives à la zone 3.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article L.581-19 du Code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLP, il n'est fait référence dans le corps du règlement qu'au terme « publicité », qui regroupe la publicité et les préenseignes, étant précisé que les préenseignes dites dérogatoires installées hors agglomération sont soumises à des règles distinctes, fixées par le règlement national de publicité.

#### 7.1 Le choix des zones

##### 7.1.1 La zone 1 : le centre-ville

La sensibilité du centre-ville nécessite un régime particulier, permettant le traitement des enseignes, afin que celles-ci participent à la mise en valeur du patrimoine architectural. La publicité y est acceptée sur le mobilier urbain, de façon parcimonieuse et reste soumise à l'accord au cas par cas de la ville.

##### 7.1.2 La zone 2 : certains grands axes de circulation, les zones d'activité à vocation essentiellement commerciale

Les abords des grands axes sont les lieux les plus recherchés pour la publicité. Le patrimoine architectural traversé est généralement banal. Toutefois, elles comportent des zones d'habitation et elles contribuent à l'image de la ville dont elles sont les entrées. Deux raisons pour lesquelles, si la publicité et les enseignes peuvent y avoir leur place, elles doivent être maîtrisées. C'est également pourquoi seuls quelques axes ont été retenus, les autres ayant un caractère très majoritairement résidentiel qui justifient leur inscription en zone 3.

Comme les grands axes, les zones d'activités sont recherchées par les annonceurs et les sociétés d'affichage : le plus grand linéaire des unités foncières, les vastes parkings, la forte fréquentation en font le lieu de prédilection de la publicité extérieure sous toutes ses formes. Pour autant, elle ne doit pas ajouter à la dégradation de ces zones dont l'aspect est peu qualitatif. Afin de maîtriser publicités et enseignes, le RNP est complété par de règles limitant la surface et la densité des publicités et des enseignes.

7.1.3 La zone 3 : Les secteurs urbains à dominante résidentielle et plus généralement les secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones  
Quartiers pavillonnaires ou d'habitat collectif, les zones urbaines à dominante résidentielle se caractérisent par une circulation modérée, une quiétude environnante, des commerces du quotidien disséminés ou regroupés en petit nombre. Une protection très forte est donc justifiée et le RLP impose des restrictions aux publicités et à certains types d'enseignes.

## 7.2 : Les règles communes à toutes les zones

### Espaces protégés (article A.1)

Le règlement national protège les zones naturelles, estimant que la publicité n'y a pas sa place. Dans cet esprit, et dans un souci de cohérence dans ses choix, Digne-les-Bains a étendu les protections aux zones reconnues par le plan local d'urbanisme.

Le RLP confirme la règle nationale de protection des monuments historiques et de leur périmètre en y interdisant la publicité. La ville n'admet que les chevalets, considérant qu'ils dynamisent le commerce, et 4 mobiliers urbains publicitaires, se réservant la possibilité de juger de l'opportunité de leur installation, en fonction de leur utilité.

### Mobilier urbain (article B.2 et B.3)

Le mobilier urbain pouvant supporter la publicité fait l'objet de dispositions particulières dans le règlement national, en raison du service qu'il apporte aux usagers du domaine public en l'abritant ou l'informant. La ville est totalement maîtresse du choix des emplacements et a donc souhaité exclure ce type de dispositifs des règles générales, et traiter les implantations emplacement par emplacement. Ce choix s'est fondé notamment sur le constat qu'il apparaissait nécessaire de maintenir un service permettant de relayer les informations municipales auprès de la population.

### Publicité sur support : murs, clôtures, pignons, façades (article C.2)

Des considérations esthétiques amènent à imposer un certain nombre de mesures telles que la limitation à un dispositif par mur, la réduction de la hauteur, l'interdiction de masquer les éléments de modénature, une distance minimum entre arêtes ou ouvertures.

Les murs de clôtures et clôtures, quelles qu'elles soient, structurent le paysage et n'ont pas à supporter publicités ou préenseignes.

### Publicité scellée au sol (article C.4)

La même volonté de garantir la qualité visuelle et la pérennité des dispositifs préside aux règles relatives aux publicités scellées au sol. Habillage des flancs et des dos, interdiction de faire dépasser les scellements en béton, interdiction des accessoires superflus etc.

L'obligation d'installer des dispositifs monopied a pour but d'instaurer une harmonie des matériels.

### Distance des immeubles (article C.5)

Le RNP oblige très logiquement à respecter une distance vis-à-vis des baies d'un fonds voisin. Le RLP élargit cette obligation aux baies du fonds propre, afin que le panneau publicitaire ne masque pas la façade.

### Chevalets (article C.6)

Les chevalets que posent chaque jour les commerçants devant leur magasin aident à les repérer et leur permet d'informer le passant de leur gamme de produits ou de leurs opérations promotionnelles. Installés sur le domaine public, ils sont qualifiés de publicité ou de préenseignes par le Code de l'environnement. Désirant préserver la vitalité du commerce, la municipalité n'a pas choisi de les interdire. Elle impose néanmoins un nombre (1) et une dimension maximum.

### Enseignes sur les murs de clôtures (article D.1)

Pour les mêmes raisons que pour les publicités, les murs et clôtures doivent être respectés. Dans le cas où la pose d'une enseigne serait toutefois indispensable à une activité, un dispositif d'1 m<sup>2</sup> maximum pourrait néanmoins être autorisé.

### Enseignes sur arbres (article D.2)

Le Code de l'environnement interdit la publicité sur les arbres. Le RLP étend l'interdiction aux enseignes, pour les mêmes raisons de respect de la nature.

### Enseignes numériques scellées au sol (article D.3)

Les enseignes scellées au sol doivent servir à signaler une activité implantée en retrait de la voie publique. Les procédés numériques, qui nuisent à l'environnement, ne présentent pas d'avantage supplémentaire.

### Enseignes temporaires (article D.4)

La réglementation nationale prévoit peu de dispositions applicables aux enseignes temporaires hormis une durée d'installation liée à l'opération qu'elles signalent. Pour combler cette lacune, et au regard de l'impact paysager que peuvent avoir ces installations lorsque les opérations se succèdent, Digne-les-Bains a fait le choix de limiter le nombre des enseignes temporaires.

### Enseignes adhésives (article D.5)

Le masquage trop important des vitrines est préjudiciable à l'aspect des rues. Aussi convient-il de limiter la surface que peuvent prendre les adhésifs sur les vitrines.

### Esthétique des enseignes (articles D.6 et D.7)

L'instruction des demandes d'autorisation d'enseigne s'appuie sur des éléments quantitatifs définis par le RNP et le RLP : nombre, surfaces, hauteur etc.

Elle prend également en compte l'aspect qualitatif : matériaux, couleurs en regard de l'immeuble ou du voisinage, etc.

Le RLP expose les critères qui serviront à l'autorisation ou au refus des demandes.

### Horaires d'extinction (Article E.1)

Afin de contribuer à la lutte contre le gaspillage énergétique et de réduire la consommation, et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLP prévoit une règle d'extinction des publicités plus restrictive que la règle nationale. La plage horaire d'extinction de ces dispositifs a été fixée de 23 h à 6 h au lieu de 1 h à 6 h dans la réglementation nationale. Cette disposition permet de préserver davantage le paysage nocturne et de renforcer la tranquillité des habitants de Digne-les-Bains.

Compte-tenu de l'activité touristique, les établissements ouverts en dehors de ces horaires peuvent éclairer leurs enseignes.

### Publicités lumineuses et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines (chapitre E.2)

Les écrans dans les vitrines permettent aux commerçants de présenter leurs produits et leurs offres commerciales de façon dynamique et moderne. Aussi la ville n'a pas souhaité les interdire ; Leur surface est limitée à 10% de la surface des vitrines et elles sont bien entendu soumises à extinction nocturne.

## 7.3 Les règles par zone

### **7.3.1 : la zone 1 le centre-ville**

#### La publicité (articles 1.2 et 1.3)

La publicité est admise de façon extrêmement restreinte : publicité de petit format et publicité sur les palissades de chantier (surface limitée par l'article C.3)), qui ne peuvent être interdites au-delà du RNP, chevalets nécessaires aux commerces.

Les bâches de chantier, dont le caractère est exceptionnel, voire peu probable, peuvent être autorisées.

Le caractère des lieux justifie l'interdiction de toute autre forme de publicité, lumineuse ou non.

#### Les enseignes (articles 1.4 et suivants)

La qualité patrimoniale des secteurs inclus dans la zone 1 impose que des mesures spécifiques soient établies en matière d'implantation et d'intégration harmonieuse des enseignes dans leur environnement et sur les façades.

En fonction de cet objectif, les dispositifs dont l'impact paysager est le plus fort et le moins adapté aux caractéristiques paysagères et patrimoniales de ces espaces sont interdits. Les enseignes sur toiture et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont proscrites.

Les balcons, pièces essentielles de la décoration d'un immeuble doivent rester visuellement dégagés et n'ont pas à être recouvert d'enseignes.

Les caissons lumineux sur fond blanc sont généralement de faible qualité. Ils sont proscrits.

Les enseignes parallèles au mur répondent à des consignes qui ont toutes pour but leur

intégration sur le mur qui les supporte.

Les enseignes perpendiculaires sont réglementées, de manière à ne pas nuire aux perspectives des rues, tout en tenant compte des impératifs de sécurité de l'espace public. Le choix s'est porté sur le nombre (1 seule enseigne par activité) la surface (0,80 m x 0,80 m maximum) et une hauteur minimum et maximum.

Les enseignes numériques, qui n'ont pas de régime propre dans le règlement national, sont réservées aux pharmacies, dans l'esprit de la dérogation prévue dans le RNP (article R.581-59 du Code de l'environnement).

### **7.3.2 La zone 2 : certains grands axes de circulation et le parc d'activités**

#### Les publicités (article 2.2 et suivants)

Les observations réalisées lors du diagnostic et la volonté d'insertion dans l'environnement proche a conduit à limiter la surface des publicités à 4,60 m<sup>2</sup> (correspondant avec une affiche de format national de 4 m<sup>2</sup>).

Afin d'éviter les accumulations de dispositifs, une règle de densité est instituée, qui se veut simple à contrôler.

L'impact visuel et la consommation énergétique des publicités numériques est pris en compte. Afin d'en amenuiser les conséquences, la surface n'excède pas 4 m<sup>2</sup> et elles sont circonscrites aux zones d'activité.

La publicité sur toiture et terrasse, jugée incompatible avec le caractère des bâtiments, et absente à ce jour, est interdite.

#### Les enseignes (article 2.5 et suivants)

Les enseignes parallèles aux murs sont soumises aux seules dispositions de la réglementation nationale. Cette dernière semble en effet suffisamment adaptée aux caractéristiques des bâtiments au sein de cette zone, et à même de permettre un accompagnement suffisamment qualitatif de ce type d'enseignes, tout en laissant aux entreprises de larges possibilités pour signaler les activités exercées. Les enseignes numériques peuvent être autorisées, mais n'excèdent pas 4 m<sup>2</sup>.

Afin de clarifier la lecture de la rue, les enseignes perpendiculaires aux murs sont limitées à 1 par entreprise et par voie. Les enseignes perpendiculaires numériques sont interdites.

Dans le but d'harmoniser les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, une forme générale (enseigne plus haute que large) est imposée, sans brider la personnalisation ou la créativité des entreprises. Les dimensions sont réduites (8 m<sup>2</sup>)

Les drapeaux et les oriflammes sont autorisés, mais leur impact paysager est peu valorisant lorsqu'ils sont trop nombreux. Aussi leur nombre est-il limité.

Prenant en compte le risque d'impact visuel, les enseignes sur toiture sont interdites

### **7.3.4 La zone 3 : les secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones**

Les quartiers résidentiels sont des lieux qui se caractérisent par une diversité d'espaces : centralités accueillant services, commerces et habitat plus ou moins dense, quartiers

pavillonnaires ou quartier d'habitat collectif. Lieu de vie où la circulation automobile est modérée, la publicité doit alors y avoir une place résiduelle afin de préserver la qualité du cadre de vie des personnes qui y séjournent. Le régime est identique à celui de la zone 1.

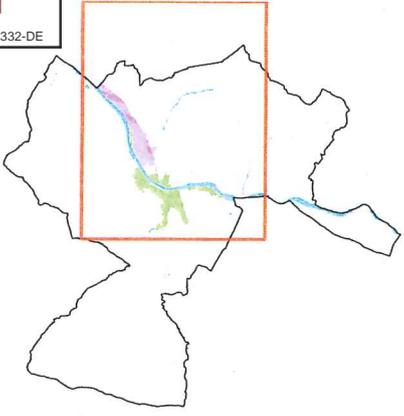
Les règles imposées aux enseignes sont proches de celles de la zone 1.

Les enseignes scellées au sol peuvent être autorisées, dans la limite de 4 mètres carrés et de haut largement suffisantes pour signaler un établissement peu visible de la voie publique.

Les bâtiments, de faible hauteur, ne peuvent supporter une enseigne sur leur toiture.

PLAN DE ZONAGE

Envoyé en préfecture le 18/10/2023  
Reçu en préfecture le 18/10/2023  
Publié le 18/10/2023  
ID : 004-210400701-20231011-11OCTOBRE202332-DE

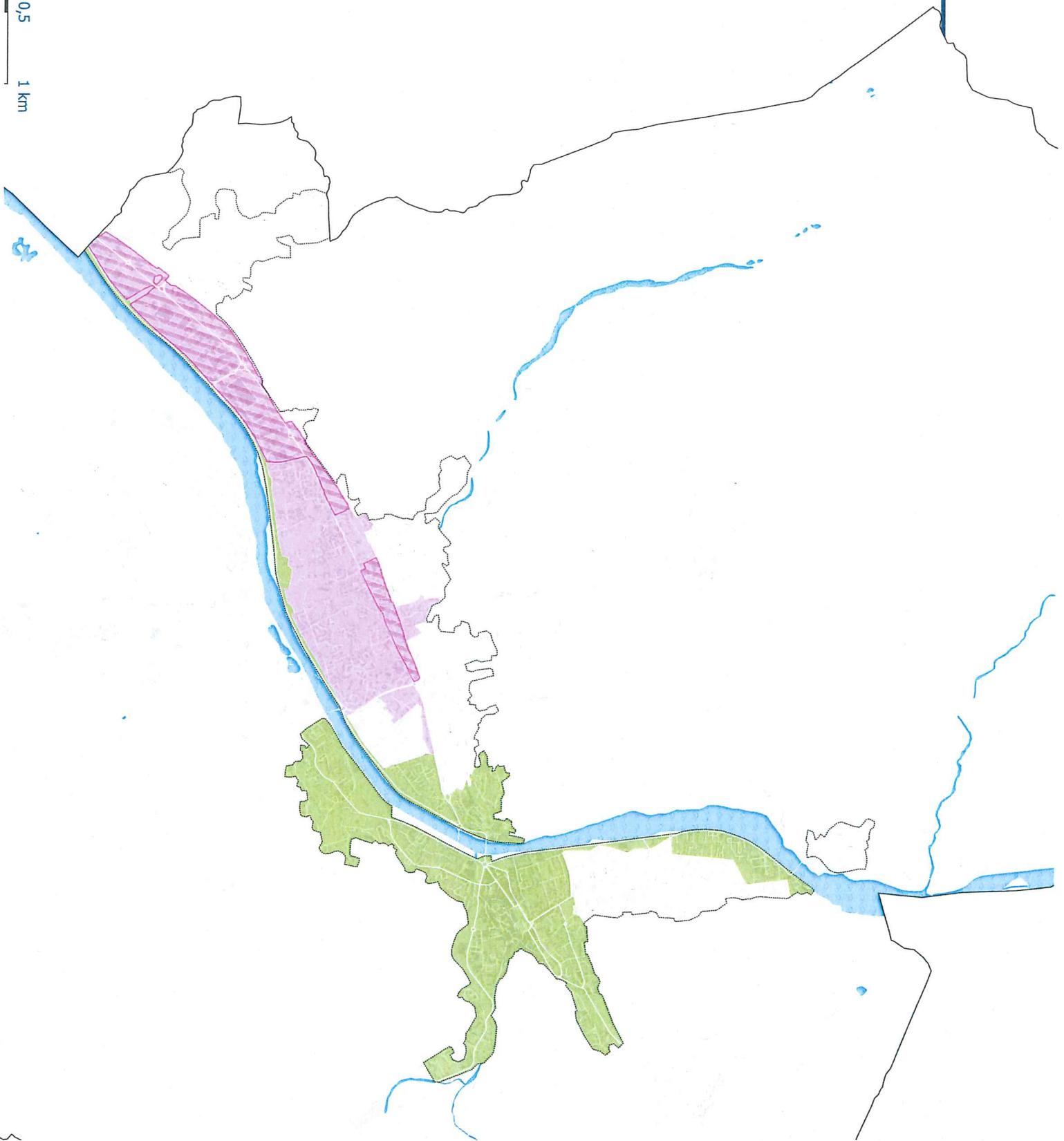


- ZONAGE RLP**
- Zone 1
  - Zone 2
  - Zone 3
  - Zone d'activités
  - Limite du territoire aggloméré

Source :  
IGN  
Cadre et Cité

Format d'impression : A3

02 mai 2023



## Règlement local de publicité

Le règlement local de publicité s'applique sur l'ensemble du territoire communal. Les dispositions du règlement national qui ne sont pas modifiées par le présent règlement demeurent opposables.

Le présent arrêté s'applique sans préjudice des autres réglementations nationales ou locales relatives à la publicité extérieure qui restent applicables de plein droit, et notamment le Code de l'urbanisme, le Code de la voirie routière, le Code de la route, le Code du patrimoine, le Code de l'environnement (autres chapitres), la charte d'occupation du domaine public.

Les préenseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité, à l'exception des préenseignes dérogatoires.

Trois zones sont instituées sur le territoire aggloméré de Digne-les-Bains :

- la zone 1 correspond au centre-ville ;
- la zone 2 correspond à certains grands axes de circulation et aux zones d'activité à vocation essentiellement commerciale ;
- la zone 3 correspond aux secteurs urbains à dominante résidentielle et plus généralement aux secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones.

Hors agglomération, les enseignes sont soumises aux dispositions de la zone 3. Les préenseignes dérogatoires sont admises dans les conditions définies par le règlement national de publicité.

Sont annexés au présent règlement :

- le document graphique faisant apparaître les zones ;
- l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération. Celles-ci sont également représentées sur un document graphique,



## Sommaire

### Première partie : Dispositions communes aux publicités et aux enseignes sur toutes les zones

<b>Chapitre A : Dispositions applicables à toutes les publicités.....</b>	<b>Page 4</b>
Article A.1 : Espaces protégés.....	Page 4
Article A.2 : Matériaux.....	Page 4
<b>Chapitre B : La publicité supportée par le mobilier urbain.....</b>	<b>Page 4</b>
Article B.1 : Calcul de la surface de la publicité supportée par le mobilier urbain.....	Page 4
Article B.2 : Dérogation à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.....	Page 4
Article B.3 : Dérogation aux règles du présent règlement.....	Page 4
<b>Chapitre C : La publicité autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain.....</b>	<b>Page 4</b>
Article C.1 : Calcul de la surface de la publicité hors mobilier urbain.....	Page 4
Article C.2 : La publicité sur support : murs, clôtures, pignons, façades.....	Page 4
Article C.3 : Palissades de chantier installées sur le domaine public.....	Page 5
Article C.4 : Caractéristiques esthétiques de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	Page 5
Article C.5 : Distance par rapport aux immeubles de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol.....	Page 5
Article C.6 : Chevalets.....	Page 5
<b>Chapitre D : Enseignes.....</b>	<b>Page 5</b>
Article D.1 : Enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non .....	Page 5
Article D.2 : Enseignes fixées sur les arbres et plantations.....	Page 5
Article D.3 : Enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	Page 6
Article D.4 : Enseignes temporaires.....	Page 6
Article D.5 : Enseignes adhésives sur vitrines (vitrophanies).....	Page 6
Article D.6 : Intégration visuelle des enseignes.....	Page 6
Article D.7 : Enseignes présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque.....	Page 6
Article D.8 : Retrait des enseignes et aspect des locaux.....	Page 6
<b>Chapitre E : Dispositifs lumineux.....</b>	<b>Page 6</b>
Article E.1 : Horaires d'extinction.....	Page 6
Article E.2 : Publicités lumineuses et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines.....	Page 7

### Deuxième partie : Règles propres à chaque zone Page 7

<b>Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1.....</b>	<b>Page 7</b>
Article 1.1 : Définition de la zone.....	Page 7
Article 1.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain.....	Page 7
Article 1.3 : Publicité lumineuse autre que celle qui est apposée sur mobilier urbain.....	Page 7
Article 1.4 : Enseignes interdites.....	Page 7
Article 1.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.....	Page 7
Article 1.6 : Enseignes perpendiculaires au mur.....	Page 8
Article 1.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur .....	Page 8
Article 1.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	Page 8
Article 1.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	Page 8

<b>Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2.....</b>	<b>Page 9</b>
Article 2.1 : Définition de la zone.....	Page 9
Article 2.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain.....	Page 9
Article 2.3 : Publicité lumineuse autre que celle qui est apposée sur mobilier urbain.....	Page 9
Article 2.4 : Densité des publicités autres que celles qui sont apposées sur mobilier urbain..	Page 9
Article 2.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.....	Page 9
Article 2.6 : Enseignes perpendiculaires au mur.....	Page 10
Article 2.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires un mur .....	Page 10
Article 2.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	Page 10
Article 2.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	Page 10
<b>Chapitre 3 : Dispositions applicables à la zone 3.....</b>	<b>Page 11</b>
Article 3.1 : Définition de la zone.....	Page 11
Article 3.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain.....	Page 11
Article 3.3 : Publicité lumineuse autre que celles qui est supportée par le mobilier urbain....	Page 11
Article 3.4 : Enseignes interdites.....	Page 11
Article 3.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur.....	Page 11
Article 3.6 : Enseignes perpendiculaires au mur.....	Page 11
Article 3.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur .....	Page 12
Article 3.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....	Page 12
Article 3.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....	Page 12
<b>Tableau récapitulatif.....</b>	<b>Page 13</b>
<b>Lexique.....</b>	<b>Page 14</b>

## **Première partie : Dispositions communes aux publicités et aux enseignes sur toutes les zones**

### **Chapitre A : Dispositions applicables à toutes les publicités, mobilier urbain inclus**

#### Article A.1 : Espaces protégés

La publicité sous toutes ses formes est interdite dans les espaces boisés classés et les zones N définis par le plan local d'urbanisme de la commune.

La publicité sous toutes ses formes est également interdite dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, à l'exception des chevalets conformes à l'article C.6 et de 4 abris destinés au public qui peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés.

#### Article A.2 : Matériaux

Les dispositifs doivent être réalisés dans des matériaux durables et inaltérables y compris les structures des cadres, moulures entourant un panneau et plateaux du fond.

### **Chapitre B : La publicité supportée par le mobilier urbain**

#### Article B.1 : Calcul de la surface de la publicité supportée par le mobilier urbain

La surface est celle de l'affiche ou de l'écran.

#### Article B.2 : Lieux d'implantation

Sous réserve de l'article A.1, la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée sur l'ensemble du territoire aggloméré.

#### Article B.3 : Dérogation aux règles du présent règlement

La publicité supportée par le mobilier urbain n'est traitée que dans les articles spécifiques à celle-ci, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions.

### **Chapitre C : La publicité autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain**

#### Article C.1 : Calcul de la surface de la publicité hors mobilier urbain

La surface des dispositifs publicitaires s'entend avec l'encadrement, hors pied.

#### Article C.2 : La publicité sur support : murs, clôtures, pignons, façades

La publicité est interdite sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non.

Un pignon ou une façade ne peut accueillir qu'un dispositif.

Le support doit être remis en état préalablement à la pose sur la totalité de sa surface et régulièrement entretenu par la suite.

Une publicité ne doit pas masquer, même partiellement, les éléments de modénature.

Une publicité est implantée à 0,50 mètre au moins de toute arête et en retrait des chaînages.

Si le pignon ou la façade comporte une ouverture (dans le respect de l'article R.581-22 du Code de l'environnement), le dispositif est installé à 0,50 mètre au moins de celle-ci.

Aucun point d'une publicité, de son support ou de ses accessoires ne peut s'élever à plus de 5 mètres du sol, mesurés au pied du mur.

Les passerelles d'entretien doivent être repliables et peintes de manière à s'insérer architecturalement aux bâtiments. Tout autre équipement complémentaire est interdit.

Article C.3 : Palissades de chantier installées sur le domaine public  
La surface unitaire des publicités n'excède pas 4,60 mètres carrés.  
Le dispositif ne peut dépasser les limites de la palissade.

Article C.4 : Caractéristiques esthétiques de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Lorsque sa surface est supérieure à 2 mètres carrés, le dispositif repose sur un pied unique vertical, dont la largeur n'excède pas 0,80 mètre.

Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles. Lorsque le dispositif est simple face, son dos est carrossé et ne doit pas présenter de séparation visible avec la face exploitée.

Les fondations en béton et les socles d'ancrage ne sont pas apparents.  
Les passerelles ou les échelles mécaniques sont interdites.

Article C.5 : Distance par rapport aux immeubles de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

Un dispositif supportant une publicité d'une surface supérieure à 2 mètres carrés ne peut être implanté à moins de 5 mètres au droit d'une façade non-aveugle ou d'un pignon non-aveugle d'un immeuble situé sur le même fonds.

Un dispositif publicitaire ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

Article C.6 : Chevalets

Un seul dispositif installé directement sur le sol de type chevalet peut être autorisé par établissement. Il est posé au droit de la devanture, à proximité immédiate de celle-ci. Utilisable au recto et au verso, ses dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 0,60 mètre en largeur.

Ces dispositifs sont soumis à autorisation de voirie. Ils respectent la réglementation relative aux personnes à mobilité réduite et ne nuisent pas à la sécurité des piétons.

## **Chapitre D : Enseignes**

Article D.1 : Enseignes sur les murs de clôture et les clôtures, aveugles ou non

Les enseignes d'une surface supérieure à 1 mètre carré sont interdites.

Les enseignes d'une surface inférieure ou égale à 1 mètre carré sont limitées à un dispositif par mur ou clôture et par établissement.

Article D.2 : Enseignes fixées sur les arbres ou plantations

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Article D.3 : Enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

Article D.4 : Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires sont limitées à 1 par opération le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée ou l'opération immobilière.

Article D.5 : Enseignes adhésives sur vitrines (vitrophanies)

La surface cumulée des enseignes adhésives appliquées sur une vitrine ne peut excéder 20 % de la surface totale de cette vitrine tout en respectant les dispositions de l'article R.581-63 du Code de l'environnement.

#### Article D.6 : Intégration visuelle des enseignes

Les enseignes sont soumises à autorisation sur la totalité du territoire communal, aggloméré ou non. Cette autorisation est accordée ou refusée par le maire, après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsque celui-ci est requis.

Cette autorisation peut être refusée si l'enseigne, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation porte atteinte à la qualité de la façade, aux lieux avoisinants, aux perspectives monumentales, aux paysages, à l'environnement ou à la sécurité des usagers de la voie publique. Le respect des chartes, du règlement de voirie et autres documents édictés par la ville est également pris en compte lors de l'instruction.

#### Article D.7 : Enseignes présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque

Les enseignes présentant un caractère historique, esthétique ou pittoresque peuvent déroger aux règles du présent règlement.

#### Article D.8 : Retrait des enseignes et aspect des locaux

Tout occupant d'un local commercial visible depuis une voie ouverte à la circulation publique ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants notamment en s'assurant, lorsque l'activité signalée a cessé, que l'enseigne soit supprimée et que les lieux soient remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité.

La suppression de l'enseigne comprend la suppression des supports, des ancrages, des systèmes d'alimentation électriques et la remise en état des peintures ou enduits.

### **Chapitre E : Dispositifs lumineux**

#### Article E.1 : Horaires d'extinction

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain d'un format inférieur ou égal à 2 mètres carrés.

Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse après 23 heures, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement.

Lorsqu'une activité commence avant 6 heures du matin, les enseignes peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à ces obligations d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal.

#### Article E.2 : Publicités lumineuses et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines

La surface des publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial n'excède pas 10 % de la vitrine dans laquelle elles sont installées. Elles sont éteintes entre minuit et 6 heures.

## Deuxième partie : Règles propres à chaque zone

### Chapitre 1 : Dispositions applicables à la zone 1

#### Article 1.1 : Définition de la zone

La zone 1 est constituée par le centre-ville.

Elle est repérée en vert sur le plan annexé au présent règlement.

#### A. La publicité

#### Article 1.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité de petit format est admise dans les conditions du règlement national de publicité.

La publicité non-lumineuse sur palissades de chantier est admise sauf lorsque celle-ci est implantée dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L.581-8.

La publicité sur bâches de chantier peut être autorisée.

Les chevalets conformes à l'article C.6 sont admis. Les oriflammes, fanions ou drapeaux sont interdits.

Toute autre forme de publicité murale, scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite.

#### Article 1.3 : Publicité lumineuse autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité numérique est interdite.

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

#### B. Les enseignes

#### Article 1.4 : Enseignes interdites

Les enseignes sur balcons et garde-corps des balcons sont interdites.

Les caissons lumineux sur fond blanc sont interdits.

#### Article 1.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Une enseigne ne doit pas modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doit pas porter atteinte à la composition de la façade, aux éléments d'architecture ou de modénature.

Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales.

Un établissement ne peut installer qu'une enseigne à plat, le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Toutefois, si l'établissement comporte plusieurs vitrines sur une même façade, une enseigne par vitrine peut être autorisée. Elle est située en partie haute de la devanture et ne dépasse pas la longueur horizontale de la vitrine.

Les enseignes sur piliers, piédroits et trumeaux sont interdites, à l'exception des dispositifs de petite surface indiquant les horaires d'ouverture ou les moyens de paiement.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée. Elle peut déroger à cette règle en cas d'impossibilité technique.

Des enseignes supplémentaires sur les parties tombantes des stores peuvent être autorisées.

Les établissements exerçant leur activité en étage peuvent installer leurs enseignes sur lambrequin, dans l'emprise des baies ou sur les baies.

Article 1.6 : Enseignes perpendiculaires au mur

Une activité ne peut être signalée que par une seule enseigne perpendiculaire le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Les bureaux de tabac peuvent apposer une deuxième enseigne sur chaque façade.

Les enseignes sont placées dans l'emprise de la devanture et sous l'appui des baies du 1<sup>er</sup> étage. Une hauteur de 2,30 mètres doit rester libre sous l'enseigne.

Les enseignes n'excèdent pas 0,80 mètre de large ni de haut. Leur épaisseur n'excède pas 0,15 mètre.

Des exceptions aux règles ci-dessus peuvent être accordées pour les hôtels.

Article 1.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur sont interdites, à l'exception des croix de pharmacie.

Article 1.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

Article 1.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

## Chapitre 2 : Dispositions applicables à la zone 2

### Article 2.1 : Définition de la zone

La zone 2 est constituée :

- par certains grands axes de circulation. La zone s'étend jusqu'à 30 mètres de part et d'autre des voies, à compter du fil d'eau ;
- par les zones d'activité à vocation essentiellement commerciale.

Elle est repérée en mauve sur le plan annexé au présent règlement.

### A. La publicité

#### Article 2.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La surface des publicités n'excède pas 4,60 mètres carrés.

Leur hauteur hors-tout ne peut excéder 5 mètres par rapport au niveau de la voie la plus proche.

La couleur des matériels (pieds, moulures, habillage) est neutre (gris ou beige). Un aspect métallisé mat ou brillant est admis pour les moulures.

#### Article 2.3 : Publicité lumineuse autre que celle qui est supportée sur mobilier urbain

La publicité numérique est interdite hors des zones d'activités. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés.

La publicité sur toiture ou terrasses en tenant lieu est interdite.

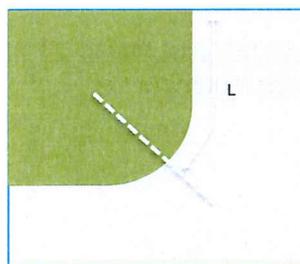
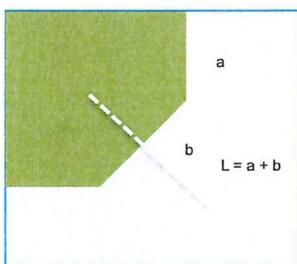
#### Article 2.4 : Densité des publicités autres que celles qui sont supportées par le mobilier urbain

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur ou égal à 30 mètres linéaires, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 30 mètres linéaires, un seul dispositif publicitaire, mural ou scellé au sol peut être installé. Les dispositifs scellés au sol peuvent être double face.

Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. Seul le côté le plus long bordant une seule voie est pris en compte.

Les pans-coupés des unités foncières situées à l'intersection de 2 voies sont additionnés pour moitié à l'une des voies, et pour moitié à l'autre.



Sur le domaine public ainsi que sur le domaine public ferroviaire, une distance de 200 mètres minimum doit être respectée entre 2 dispositifs. Aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou une voie ferrée.

Sur les quais de la gare, les dispositifs se conforment au règlement national de publicité.

## B. Les enseignes

### Article 2.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Une enseigne ne doit pas modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doit pas porter atteinte à la composition de la façade, aux éléments d'architecture ou de modénature.

Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales.

### Article 2.6 : Enseignes perpendiculaires au mur

Une activité ne peut être signalée que par une seule enseigne perpendiculaire le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Les bureaux de tabac peuvent apposer une deuxième enseigne sur chaque façade.

Sur les grands axes de circulation, les enseignes sont placées dans l'emprise de la devanture et sous l'appui des baies du 1<sup>er</sup> étage. Une hauteur de 2,30 mètres doit rester libre sous l'enseigne.

### Article 2.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques perpendiculaires au mur sont interdites, à l'exception des croix de pharmacie.

Dans le respect des dispositions de l'article R.581-63 du Code de l'environnement, la surface unitaire des enseignes numériques parallèles au mur n'excède pas 4 mètres carrés.

### Article 2.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La hauteur d'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol est au minimum supérieure à 2 fois la largeur. Sa surface ne peut excéder 8 mètres carrés et sa hauteur ne peut excéder 6 mètres.

Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes ne peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes que dans les zones d'activités. Leur hauteur est limitée à 6 mètres. Lorsque leur surface excède 1 mètre carré, ils se substituent à toute autre enseigne scellée ou installée directement sur le sol et sont limités à un le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsque leur surface unitaire est inférieure à 1 mètre carré, leur nombre est limité à un par tranche de 40 mètres de linéaire de la façade de l'unité foncière. Les mâts autorisés sur chaque voie peuvent être regroupés.

### Article 2.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.

## Chapitre 3 : Dispositions applicables à la zone 3

### Article 3.1 : Définition de la zone

Cette zone recouvre les secteurs urbains à dominante résidentielle et plus généralement les secteurs agglomérés qui ne sont pas compris dans les autres zones.

Elle est repérée en beige sur le plan annexé au présent règlement.

### A. La publicité

#### Article 3.2 : Publicité non-lumineuse et publicité éclairée par projection ou transparence, autre que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité de petit format est admise.

La publicité non-lumineuse sur palissades de chantier est admise.

Les chevalets conformes à l'article C.6 sont admis. Les oriflammes, fanions ou drapeaux sont interdits.

Toute autre forme de publicité murale, scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite.

#### Article 3.3 : Publicité lumineuse autres que celle qui est supportée par le mobilier urbain

La publicité numérique est interdite.

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu est interdite.

### B. Les enseignes

#### Article 3.4 : Enseignes interdites

Les enseignes sur balcons et garde-corps des balcons sont interdites.

Les surlignages en tube néon sont interdits.

#### Article 3.5 : Enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Une enseigne ne doit pas modifier la perception des lignes principales du bâtiment sur lequel elle est installée et ne doit pas porter atteinte à la composition de la façade, aux éléments d'architecture ou de modénature.

Si la façade de l'établissement s'étend sur plusieurs entités architecturales, le nombre et l'implantation des enseignes suivent la logique des entités architecturales.

Un établissement ne peut installer qu'une enseigne à plat le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Toutefois, si l'établissement comporte plusieurs vitrines sur une même façade, une enseigne par vitrine peut être autorisée. Elle ne dépasse pas la longueur horizontale de la vitrine.

Lorsque l'activité ne s'exerce qu'au rez-de-chaussée, l'enseigne est installée dans la hauteur du rez-de-chaussée. Elle peut déroger à cette règle en cas d'impossibilité technique ou si un emplacement spécifique pour les enseignes a été prévu lors de la conception du bâtiment.

Des enseignes supplémentaires sur les parties tombantes des stores peuvent être autorisées.

Les établissements exerçant leur activité en étage peuvent installer leurs enseignes sur lambrequin, dans l'emprise des baies ou sur les baies.

#### Article 3.6: Enseignes perpendiculaires au mur

Une activité ne peut être signalée que par une seule enseigne perpendiculaire le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Les bureaux de tabac peuvent apposer une deuxième enseigne sur chaque façade.

Les enseignes sont placées dans l'emprise de la devanture et sous l'appui des baies du 1<sup>er</sup> étage. Une hauteur de 2,30 mètres doit rester libre sous l'enseigne.

Article 3.7 : Enseignes numériques parallèles ou perpendiculaires au mur

Les enseignes numériques perpendiculaires au mur sont interdites, à l'exception des croix de pharmacie.

Les enseignes numériques parallèles au mur sont interdites.

Article 3.8 : Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La hauteur d'une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol est au minimum supérieure à 2 fois la largeur. Sa surface n'excède pas 4 mètres carrés. Sa hauteur n'excède pas 4 mètres.

Elles sont limitées à une le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes sont interdits.

Article 3.9 : Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites.



Tableau récapitulatif

	Zone 1 Centre-ville	Zone 2 Grands axes et zones d'activité	Zone 3 Secteurs résidentiels
Publicité sur mur de clôture	Interdite	Interdite	Interdite
Publicité non lumineuse murale	Interdite	4,60 m <sup>2</sup>	Interdite
Publicité non lumineuse scellée au sol	Interdite	4,60 m <sup>2</sup>	Interdite
Chevalets	Admis	Admis	Admis
Publicité sur mobilier urbain	Règlement national	Règlement national	Règlement national
Publicité numérique hors mobilier urbain	Interdite	4 m <sup>2</sup> Interdite hors zones d'activité.	Interdite
Publicité sur toiture ou terrasse	Interdite	Interdite	Interdite
Bâches de chantier	Autorisées	Autorisées	Autorisées
Bâches publicitaires	Interdites	Règlement national	Interdite
Publicité de petit format	Interdite dans site inscrit et périmètres	Règlement national	Règlement national
Enseigne à plat	1 par façade ou 1 par vitrine	Règlement national	1 par façade ou 1 par vitrine
Enseigne perpendiculaire	1 par voie	1 par voie	1 par voie
Enseignes numériques scellées au sol	Interdites	Interdites	Interdites
Enseignes numériques murales	Interdites	4 m <sup>2</sup>	Interdites
Enseignes scellées au sol	Interdites	8 m <sup>2</sup> Hauteur 6 m	4 m <sup>2</sup>
Enseignes sur toiture	Interdites	Interdites	Interdites
Vitrophanies	20 % de la surface de la vitrine	20 % de la surface de la vitrine	20 % de la surface de la vitrine
Enseignes scellées au sol type oriflamme	Interdites	Interdite hors zones d'activité. hauteur 6 m	Interdites
Dispositif lumineux dans une vitrine	10 % de la surface de vitrine	10 % de la surface de vitrine	10 % de la surface de vitrine
Horaires d'extinction de tous les dispositifs	23 heures à 6 heures	23 heures à 6 heures	23 heures à 6 heures

## Lexique

### **Agglomération (Article R.110-2 du Code de la route) :**

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.

### **Baie :**

Toute ouverture pratiquée dans un mur ayant pour objet le passage ou l'éclairage des locaux (porte, fenêtre, soupirail)

Les ouvertures obturées par des briques de verre ne constituent pas des baies.

### **Bandeau (de façade) :**

Élément horizontal uni ou mouluré en saillie sur la façade qui marque la séparation entre les étages du bâtiment.

### **Bâtiment d'habitation :**

Tout bâtiment dans lequel 50 % au moins de la surface est destinée à l'habitation.

### **Caisson lumineux :**

Structure rigide avec façades translucides comportant un dispositif intérieur d'éclairage.

### **Chevalet :**

Préenseigne ou publicité installée directement sur le sol généralement sur le domaine public devant un commerce.

### **Clôture :**

Ouvrage non maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

### **Clôture aveugle :**

Clôture pleine, ne comportant pas de partie ouverte.

### **Clôture non aveugle :**

Clôture constituée d'un grillage ou d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

### **Devanture :**

Revêtement de la façade d'une boutique. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

### **Dispositif publicitaire :**

Dispositif dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.

### **Droit (d'une façade) :**

Partie de terrain située devant une façade, perpendiculaire à celle-ci.

### **Enseigne :**

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

### **Enseigne éclairée :**

Enseigne éclairée par spots, caisson, projection, rétro-éclairage.

**Enseigne lumineuse :**

Enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement conçue à cet effet. (néons, lettres lumineuses, écran vidéo, journal défilant...).

**Entité architecturale :**

Ensemble de bâtiments contigus dont le style architectural et les éléments de modénatures sont identiques.

**Face (d'un panneau publicitaire) :**

Surface plate verticale supportant l'affiche.  
Un dispositif scellé au sol peut être « double-face ».

**Façade :**

Ensemble des parois extérieures d'un bâtiment hors toiture.

**Façade aveugle :**

Façade ne comportant aucune baie ou des jours de souffrance de surface inférieure à 0,5 m<sup>2</sup>.

**Fil d'eau :**

Point le plus bas du profil en travers de la chaussée à l'endroit considéré, marquant généralement la limite de celle-ci (caniveau).

**Lambrequin :**

Bandeau d'ornement en bois ou en tôle, le plus souvent ajouré, placé soit dans l'embrasure d'une ouverture pour masquer le caisson de volet roulant ou le rouleau de store, soit au bord d'un toit sous l'égout.

Partie tombante d'un store de toile.

**Mobilier urbain publicitaire :**

Mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité, visés par les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement. Il s'agit :

- des abris destinés au public : particulièrement les usagers des services de transport de voyageurs, autobus ou taxis,
- des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial,
- des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel,
- des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives,
- des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

**Modénature :**

Ensemble des moulures et éléments de décor présents sur une façade : corniches, encadrement, bandeau, chaîne etc.

**Mur de clôture :**

Ouvrage maçonné destiné à séparer une propriété privée du domaine public, ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

**Nu (d'un mur) :**

Plan de référence (le plus souvent vertical) correspondant à la surface de parement fini d'un mur ou d'un ouvrage, abstraction faite des moulures et ornements divers qui viennent en saillie sur ce nu.

**Oriflamme :**

Drapeau en forme de flamme et plus généralement drapeau dont la hauteur est plus importante que la largeur.

**Ouverture de surface réduite :**

Ouvertures dont la surface est inférieure à 0,5m<sup>2</sup>.

**Palissade de chantier :**

Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

**Préenseigne :**

Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

**Projection ou transparence (éclairage par) :**

La source lumineuse ne participe pas directement à la publicité. Elle l'éclaire lorsque la luminosité est trop faible. Exemples : spots, rampes, caisson translucide contenant des tubes fluorescents.

**Publicité :**

Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Il désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

**Publicité de petit format :**

Publicité intégrée à une devanture commerciale et ne recouvrant que partiellement la baie, régie par l'article L.581-8-III et R.581-57 du Code de l'environnement.

**Publicité lumineuse :**

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemple, néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses mais sont assujettis au régime de la publicité non-lumineuse, en application du dernier alinéa de l'article R.581-34 du Code de l'environnement.

**Saillie :**

Distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

**Store (extérieur) :**

Élément mobile de protection légère d'une baie en façade de bâtiment. Il est constitué d'une toile tendue par une structure en porte-à-faux faisant saillie par rapport à la façade.

**Support :**

Toute construction ou tout ouvrage (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptible de recevoir un dispositif publicitaire.

**Surface d'un mur :**

Face externe, apparente du mur.

**Surface de la publicité hors mobilier urbain :**

Surface hors-tout comprenant l'encadrement du dispositif publicitaire.

**Surface de la publicité sur mobilier urbain :**

Surface de l'affiche ou de l'écran.



**Temporaire :**

Dispositif installé à l'occasion d'un événement exceptionnel tel que défini par le code de l'environnement : Opération commerciale, culturelle, immobilière.

**Unité foncière :**

Ensemble des parcelles cadastrales adjacentes appartenant à un même propriétaire.

**Vitrine :**

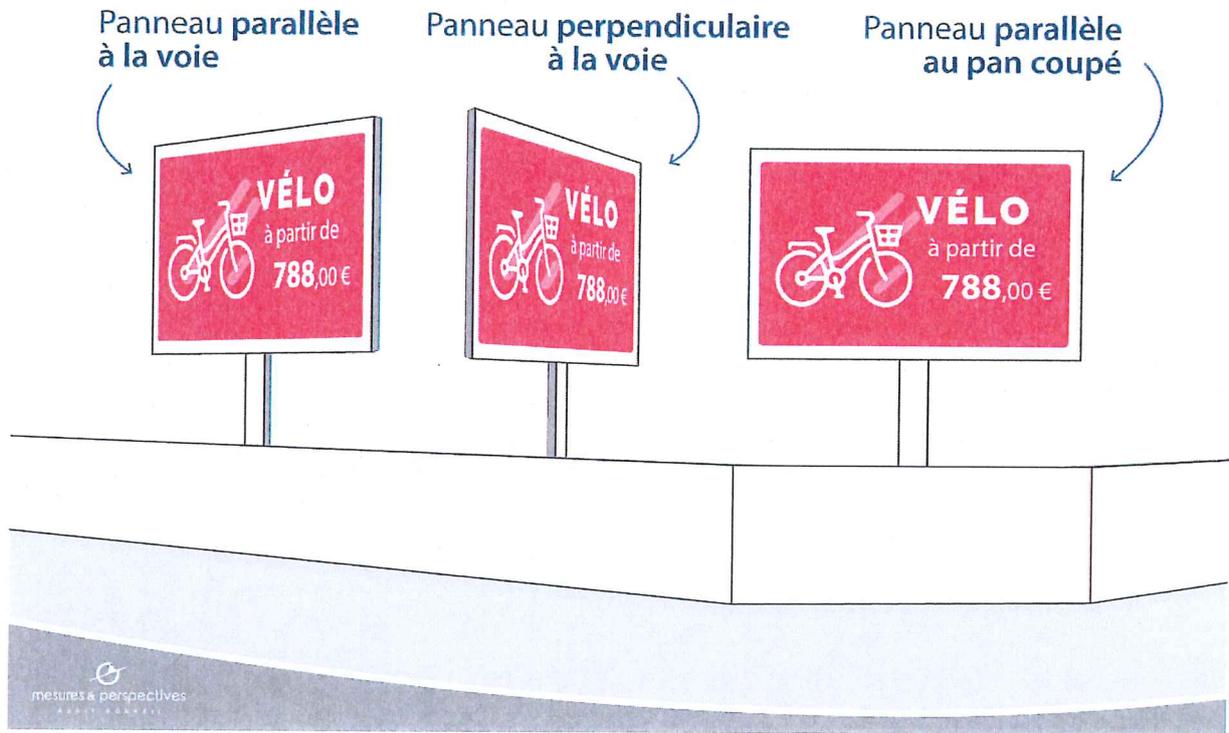
Baie vitrée d'un local commercial.

Espace aménagé derrière cette baie où sont exposés les produits.

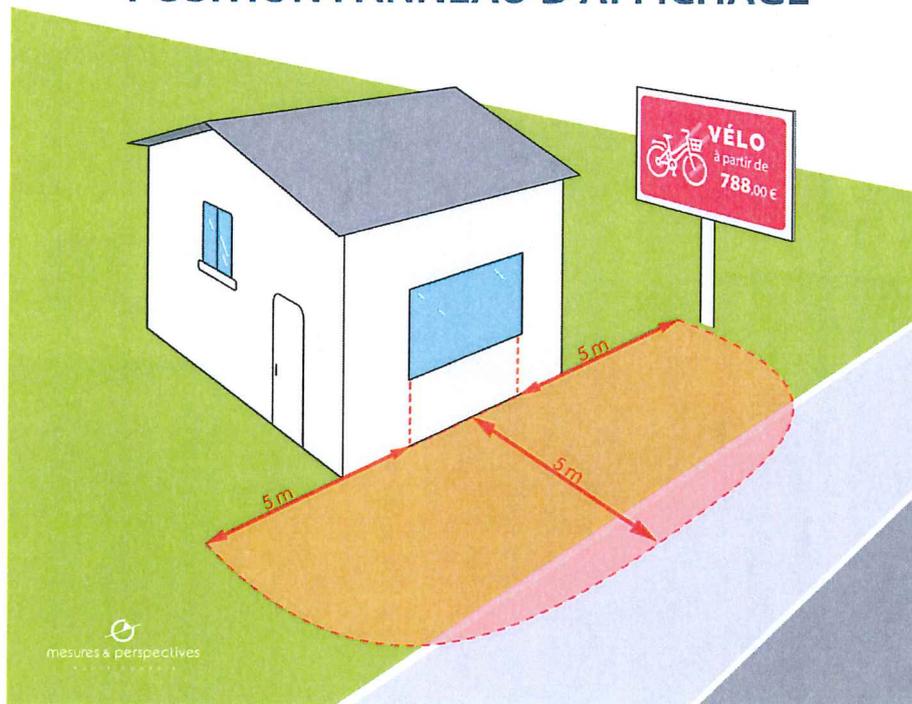
**Croquis 1**



## POSITIONS PANNEAU D’AFFICHAGE

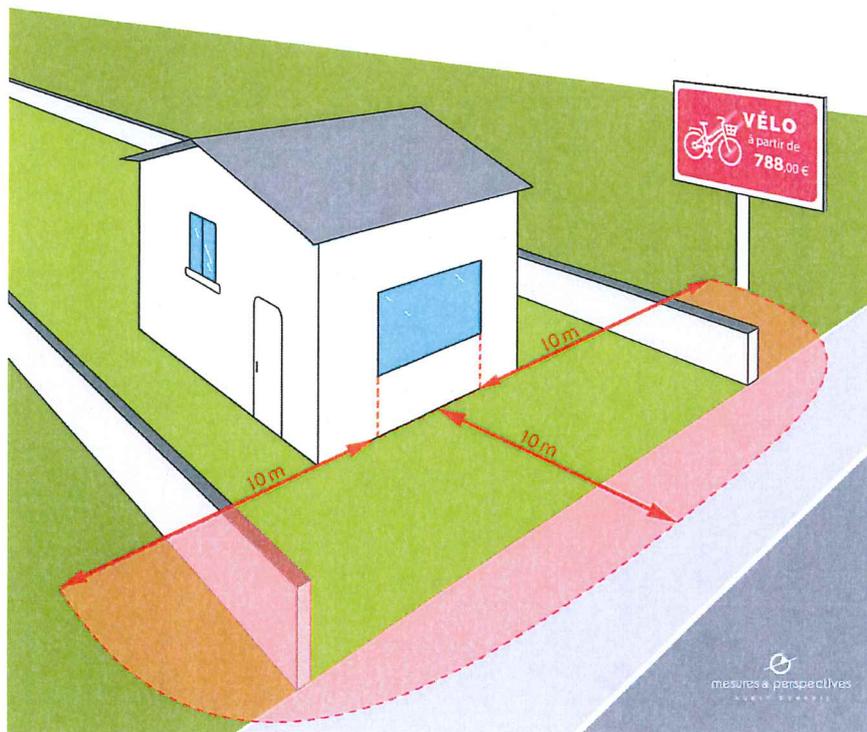


## POSITION PANNEAU D’AFFICHAGE



Croquis 3

## POSITION PANNEAU D’AFFICHAGE



Croquis 4

