



Règlement Local de Publicité Ambérieu-en-Bugey

RAPPORT DE PRESENTATION

Dossier d'approbation – 17 décembre 2021

SOMMAIRE

1. Introduction	5
I. Le cadre réglementaire du droit de l’affichage extérieur	5
II. Pourquoi réviser le RLP d’Ambérieu-en-Bugey ?	5
III. Le RLP, une plus-value par rapport au RNP	6
1. Une adaptation de la réglementation aux spécificités du contexte local.....	6
2. Avec un objectif de préservation toujours plus fort.....	6
3. Un document rétroactif	6
4. Une nouvelle répartition des compétences.....	6
IV. Les objectifs du RLP d’Ambérieu-en-Bugey.....	8
V. La procédure d’élaboration.....	9
VI. Le contenu.....	9
2. Présentation d’Ambérieu-en-Bugey.....	10
I. Une commune attractive	10
II. Une organisation urbaine « éclatée »	10
3. Analyse des dispositions juridiques applicables sur le territoire.....	11
I. Notions de référence	11
1. Le Code de la route	11
2. La Convention Européenne du Paysage	11
3. Le pouvoir de police	11
II. Le Règlement National de Publicité (RNP)	12
1. Le champ d’application du RNP.....	12
2. Les dispositifs qui ne relèvent pas du RNP	14
III. Une définition des agglomérations qui conditionne le cadre réglementaire	15
1. La définition des limites d’agglomération	15
2. La définition de la population au sein des agglomérations	17
IV. Les principales dispositions du RNP applicables à Ambérieu-en-Bugey	18
1. Le régime des publicités et préenseignes.....	18
2. Le régime des enseignes.....	27
3. Le régime des dispositifs temporaires	29
4. Les conséquences de l’élaboration d’un RLP	30
V. Le Règlement Local de Publicité d’Ambérieu-en-Bugey (en vigueur jusqu’au 14 janvier 2021) ...	30
.....	30

1.	Les dispositions du RNP modifiables par un RLP mais inchangées à Ambérieu-en-Bugey...	31
2.	Les dispositions du RNP modifiables par un RLP et adaptées à Ambérieu-en-Bugey : les zones spéciales de publicité.....	32
3.	Apports et avantages.....	37
4.	Limites et contraintes	37
4.	Diagnostic publicitaire.....	39
I.	Méthodologie	39
II.	Caractérisation générale du parc d’affichage extérieur ambarrois	39
1.	Les typologies de dispositifs.....	39
2.	En synthèse : les chiffres clés du parc d’affichage extérieur ambarrois	41
III.	Les publicités et préenseignes	43
1.	Régime général	45
2.	Zone de publicité autorisée	47
3.	Zone de publicité interdite	49
4.	Zone de publicité règlementée	51
5.	Espaces inexistantes en 1985, non prévus par le RLP	56
6.	En synthèse : perceptions et impacts des publicités et préenseignes dans le paysage ambarrois.....	57
IV.	Les enseignes	61
1.	Caractérisation du parc d’enseignes.....	61
2.	En synthèse : perceptions et impacts des publicités et préenseignes dans le paysage ambarrois.....	64
V.	L’affichage d’opinion.....	67
VI.	Les préenseignes dérogatoires	69
VII.	La conformité et les besoins de mise en conformité	71
1.	Les publicités et préenseignes :.....	71
2.	Les enseignes.....	77
5.	Diagnostic territorial	79
I.	Méthodologie	79
II.	Un cadre paysager et urbain garant de la qualité du cadre de vie	79
1.	La structure du grand paysage : l’Albarine et le Bugey en toile de fond	79
2.	Le patrimoine naturel : une ceinture verte	81
3.	Le patrimoine bâti : des protections institutionnelles et des éléments relevant du patrimoine vernaculaire.....	84
	86

4.	Un potentiel touristique qui s'appuie sur les composantes naturelles et bâties du territoire .	86
III.	Un appareil économique dynamique	87
1.	L'emploi	87
2.	Les activités économiques.....	87
IV.	Un territoire qui supporte des flux de déplacements importants.....	90
1.	Les infrastructures routières.....	90
2.	Les autres modes de déplacement	93
3.	Les projets.....	93
6.	Les enjeux de la révision du RLP d'Ambérieu-en-Bugey.....	94
7.	Orientations et objectifs du RLP d'Ambérieu-en-Bugey	95
I.	Orientation générale // Préserver la qualité du cadre de vie et des paysages	96
II.	Orientation sectorielle « Espaces urbanisés » // Affirmer la participation de l'affichage aux ambiances et au dynamisme des espaces de vie.....	98
III.	Orientation sectorielle « Zones d'activités et entrées de ville » // Qualifier et maîtriser l'affichage extérieur dans les secteurs les plus touchés.....	99
IV.	Orientation thématique // Prendre en compte les évolutions urbaines, technologiques et réglementaires	102
8.	Justification des choix opérés.....	105
I.	Justification de la délimitation des zones du RLP	105
II.	Justification des choix réglementaires relatifs aux publicités et préenseignes	112
III.	Justification des choix réglementaires relatifs aux enseignes.....	122
9.	Glossaire	134
10.	Annexe cartographique	141
1.	Cartes détaillées des enseignes	141
2.	Tableau détaillé des dispositifs inventoriés	154

1. INTRODUCTION

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

Depuis la loi du n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), les Règlements Locaux de Publicité (RLP) constituent des outils réglementaires qui permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) de réglementer la publicité extérieure dans un objectif de protection du le cadre de vie des populations, tout en veillant à préserver la liberté d'expression.

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier à ses difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

En application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, (loi ENE dite « Grenelle II ») cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, et entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est une déclinaison locale du RNP. C'est un document qui régit majoritairement de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en tenant compte des spécificités du territoire pour lequel il est élaboré (entrées de ville, sauvegarde du patrimoine naturel).

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

II. POURQUOI REVISER LE RLP D’AMBERIEU-EN-BUGEY ?

Par délibération en date du 12 octobre 2018, le Conseil Municipal d'Ambérieu-en-Bugey a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP) qui se substituera au RLP en vigueur sur le territoire depuis le 16 septembre 1985.

Le délai de caducité des RLP « non grenellisés », initialement fixé à partir du 14 juillet 2020 par la loi portant engagement national pour l'environnement (loi ENE dite loi Grenelle II), a été reporté au 14 janvier 2021 par l'article 29 de la loi n° 2020-734 du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes ainsi qu'au retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne (dite loi "DDU"). Ainsi, le règlement national de publicité (RNP) a remplacé la réglementation locale en vigueur (RLP) à partir du 14 janvier 2021 en l'absence d'une révision approuvée du RLP. Le RLP révisé remplacera la RNP à partir de sa date d'approbation.

Cette échéance a aussi constitué une occasion pour Ambérieu-en-Bugey d'élaborer un document qui se positionne sur un panel de nouveaux outils réglementaires existants.

III. LE RLP, UNE PLUS-VALUE PAR RAPPORT AU RNP

Au-delà de la perspective de l'application des règles nationales sur le territoire d'Ambérieu-en-Bugey, l'élaboration d'un RLP confère davantage de cohérence au territoire, en adaptant et précisant la réglementation nationale au regard d'enjeux paysagers, touristiques, économiques et de cadre de vie propres au territoire.

1. UNE ADAPTATION DE LA REGLEMENTATION AUX SPECIFICITES DU CONTEXTE LOCAL

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

- Liée à la géographie du territoire : co-visibilités, relief, etc. ;
- Liée à l'organisation urbaine du territoire : zones d'activités, zones résidentielles, axes, etc. ;
- Liée à des volontés politiques : préservation forte, etc. ;
- Liée à un non encadrement de certains paramètres par le RNP : dispositifs <1m², nouvelles technologies d'affichage, entre autres.

2. AVEC UN OBJECTIF DE PRESERVATION TOUJOURS PLUS FORT

Une obligation de proposer une réglementation plus contraignante (souvent plus vertueuse pour le territoire) que celle du RNP sur tout le territoire, sauf :

- Hors agglomération où la publicité reste toujours interdite ;
- Au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions de qualité de la réglementation établie (formats réduits, etc.).

3. UN DOCUMENT RETROACTIF

Un document rétroactif qui entraîne dès sa publication :

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

4. UNE NOUVELLE REPARTITION DES COMPETENCES

C'est bien l'élaboration d'un règlement local de publicité qui entraîne une nouvelle répartition des compétences entre préfet et maire, et la commune ayant été dotée d'un document local jusqu'au 14 janvier 2021 est habituée à ces pratiques.

Pour rappel, l'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale à partir de l'approbation du RLP.

Compétence	Aujourd'hui		Demain
	Commune avec RLP	Commune sans RLP	Une fois le RLP approuvé
INSTRUCTION	Maire	Etat	Maire au nom de la commune
POLICE	Maire	Prefet	Maire

Répartition des compétences // Even Conseil

N.B : La taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) est et reste de compétence communale, et peut être instaurée qu'il existe ou non un RLP.

IV. LES OBJECTIFS DU RLP D'AMBERIEU-EN-BUGEY

Ambérieu-en-Bugey a prescrit la révision de son RLP en date du 12 octobre 2018, et s'engage à ce que le document poursuive les objectifs suivants :

- Prendre davantage en compte le patrimoine architectural de la ville en faisant respecter l'interdiction de l'affichage dans le quartier de Saint Germain et l'étendre aux quartiers historiques de Vareilles, de Tired ainsi qu'au centre-ville ;
- Prendre des prescriptions spécifiques pour les paysages naturels de la ville, identifiés comme tels par le PLU ;
- Encadrer l'affichage le long des axes commerciaux que sont la RD 1075, les avenues Blum, Libération, Sarrail, Salengro et les rues Bérard et Briand ;
- Prendre en compte les évolutions urbaines comme la mutation du triangle d'activités en futur front bâti, l'existence des zones d'activités comme la zone commerciale de Porte du Bugey et la zone de Pragnat et leurs extensions ;
- Prendre en compte l'existence de la micro signalétique et des mobiliers urbains comportant de la publicité comme les abribus, absents en 1985.

V. LA PROCEDURE D'ELABORATION

Au regard des dispositions de la loi Grenelle II, la procédure d'élaboration d'un RLP est identique à celle d'un Plan Local d'Urbanisme.

Les principales étapes sont :

- Le diagnostic et les orientations ;
- La transcription réglementaire des orientations en règlement et en zonage ;
- L'arrêt du projet ;
- L'approbation du projet.

Pour Ambérieu-en-Bugey, les dates clés de la procédure ont été les suivantes :

- Délibération de prescription de la révision du RLP le 12 octobre 2018 ;
- Diagnostic et orientations – Validation en COPIL le 4 février 2020 et débat sur les Orientations en Conseil Municipal le 25 septembre 2020 ;
- Transcription réglementaire – Première version présentée en COPIL le 2 septembre 2020 et présentation du projet final le 3 mai 2021 ;
- Concertation (voir le bilan de la concertation annexé au dossier d'arrêt) : mise en place des modalités de concertation définies dans la délibération de prescription le 12 octobre 2018, organisation d'une réunion publique le 3 mai 2021.



Schéma simplifié de la procédure d'élaboration du RLP // Even Conseil

VI. LE CONTENU

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

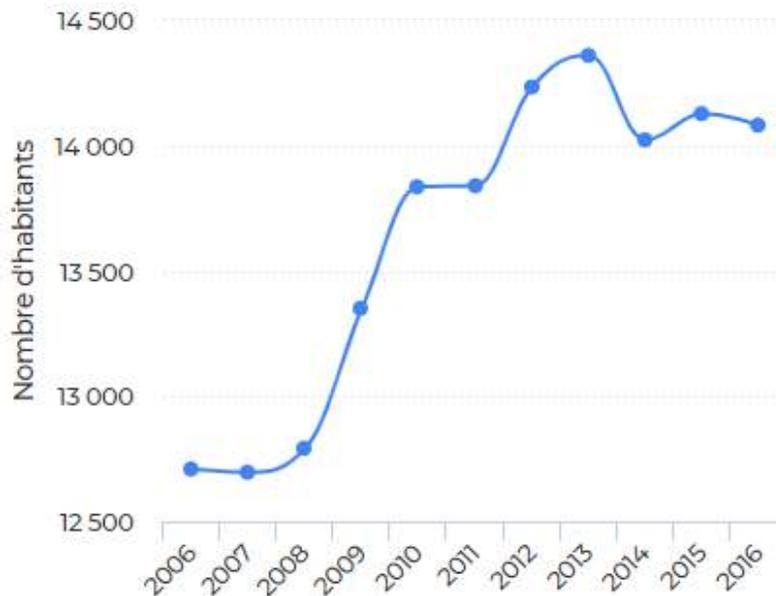
- Un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, et définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
- Un règlement détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
- Des annexes : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire, également représentées sur un document graphique avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites.

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

2. PRESENTATION D'AMBERIEU-EN-BUGEY

I. UNE COMMUNE ATTRACTIVE

La commune d'Ambérieu-en-Bugey, qui compte 14 204 habitants (INSEE, 2018), a connu ces dix dernières années une croissance démographique importante liée aux nouveaux arrivants et au solde naturel favorable. La ville est d'ailleurs classée au rang de 4^{ème} ville la plus peuplée de l'Ain.



Croissance démographique d'Ambérieu-en-Bugey // L'Internaute
d'après les données INSEE

La commune regroupe une grande mixité des âges et des profils socio-professionnels.

II. UNE ORGANISATION URBAINE « ECLATEE »

L'armature urbaine de la commune s'articule autour de plusieurs noyaux patrimoniaux anciens (centre-ville, Saint-Germain, Tiret, Vareilles, Allymes, Breydevent) et d'un pôle gare récent. Les espaces les séparant ont été « remplis » par des tissus mixtes.

Des axes d'envergure traversent la commune, permettent de relier les différents pôles, mais contribuent aussi à davantage sectoriser le territoire. La sectorisation des espaces est accentuée par la localisation des zones d'activités économiques et commerciales qui sont concentrées au nord et à l'ouest de la commune.

3. ANALYSE DES DISPOSITIONS JURIDIQUES APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE

I. NOTIONS DE REFERENCE

Le champ d'application de la réglementation suppose d'identifier les dispositifs visés par la réglementation et les lieux où les règles du RNP s'appliquent.

1. LE CODE DE LA ROUTE

Les publicités, enseignes et préenseignes sont interdites :

- sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique sauf dérogation spécifique ;
- sur les aires de stationnement et les aires de services pour les préenseignes.

2. LA CONVENTION EUROPEENNE DU PAYSAGE

« Le paysage constitue un élément essentiel du bien-être individuel et social, et sa protection, sa gestion et son aménagement impliquent des droits et des responsabilités pour chacun ». (Convention européenne, 20 octobre 2000).

La loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (RBNP) du 8 août 2016 désigne le paysage comme « une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels ou humains et de leurs interrelations dynamiques ». Le paysage évolue et nécessite d'être accompagné pour maîtriser le cadre de vie et assurer sa qualité. Sans pour autant mettre sous cloche ou « muséifier » le paysage il s'agit de le conforter dans ses dimensions patrimoniales et contemporaines, dans le respect des modes de vie.

3. LE POUVOIR DE POLICE

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un RLP.

Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones qui ne sont pas couvertes par le RLP.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF), du préfet de région ou du service de l'aviation civile.

L'accord de l'ABF est nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans un périmètre de 500 m par rapport au monument lorsqu'il existe un RLP, 100 mètres en absence de RLP. Le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.

II. LE REGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITE (RNP)

Le droit de l’affichage (le Règlement National de Publicité, RNP) relève du Code de l’Environnement (livre V consacré à la Prévention des pollutions, des risques et nuisances) et s’inscrit donc prioritairement dans un objectif de protection de l’environnement, des paysages et du cadre de vie.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) constitue une déclinaison locale du droit environnemental de l’affichage : lorsqu’un territoire se dote d’un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général (le RNP). Pour tout ce qui n’est pas prévu dans le RLP, les dispositions du règlement national de publicité en vigueur demeurent opposables.

1. LE CHAMP D’APPLICATION DU RNP

Trois catégories de dispositifs

Le droit environnemental de l’affichage concerne les dispositifs visibles depuis « toute voie ouverte à la circulation publique », que le terrain soit public ou privé. Toutefois, les dispositifs doivent être implantés sur des voies extérieures en bordure desquelles un paysage urbain ou naturel est à protéger.

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

Les publicités : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »



Les préenseignes : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d’un immeuble où s’exerce l’activité déterminée ».



Depuis le 13 juillet 2015, pour bénéficier du régime dérogatoire, outre des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l’activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée), ces préenseignes ne peuvent signaler que :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.

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



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

Les supports spécifiques

Le **mobilier urbain** peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité.

C'est le cas pour (Art. R581-42 à 47 du Code de l'Environnement) :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public ;
- les colonnes porte-affiches ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.



Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : fabribus (portant la mention PUB), le kiosque à journaux (au fond), la colonne porte-affiche (à gauche du kiosque), le mât porte-affiche (portant la mention culture) et deux mobiliers recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local (portant la mention info) : un de 2 m² (communément appelé sucette) et un de 8 m².

Les différents types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité // Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure MEDDE

A noter toutefois que les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (Art. R581-45 du Code de l'environnement) et que les mâts porte-affiches sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46 du code de l'environnement).

Les **bâches** comprennent les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ainsi que les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier. (Art. R581-53 du Code de l'environnement).

Les **enseignes et préenseignes temporaires** sont :

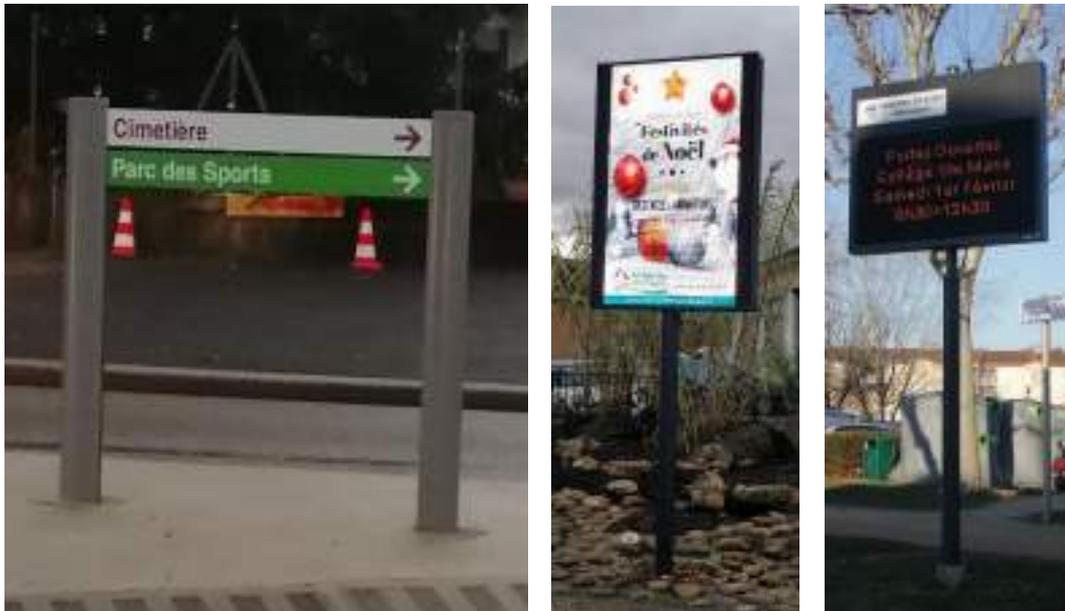
- les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations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

L'**affichage d'opinion** : conformément à l'article L.581-16 du Code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ». L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune.

2. LES DISPOSITIFS QUI NE RELEVANT PAS DU RNP

Par ailleurs, il existe également certains dispositifs de publicité qui ne relèvent pas du champ de compétence du RNP, ce sont, pour les principaux :

- Les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS) : ces dispositifs se caractérisent par la matérialisation sur un même support via un dispositif de « réglottes » qui permettent d'harmoniser et regrouper les informations tout en donnant une meilleure lisibilité aux activités économiques ;
- Les chartes commerciales communales ;
- Les chartes signalétiques de Parc Naturel Régional (par exemple) ;
- La publicité sur véhicule pour les véhicules de transport en commun, les taxis, les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés et équipés à des fins essentiellement publicitaires ;
- Les dispositifs localisés à l'intérieur d'un local.



SIL, panneaux numériques et lumineux de ville // Even Conseil

III. UNE DEFINITION DES AGGLOMERATIONS QUI CONDITIONNE LE CADRE REGLEMENTAIRE

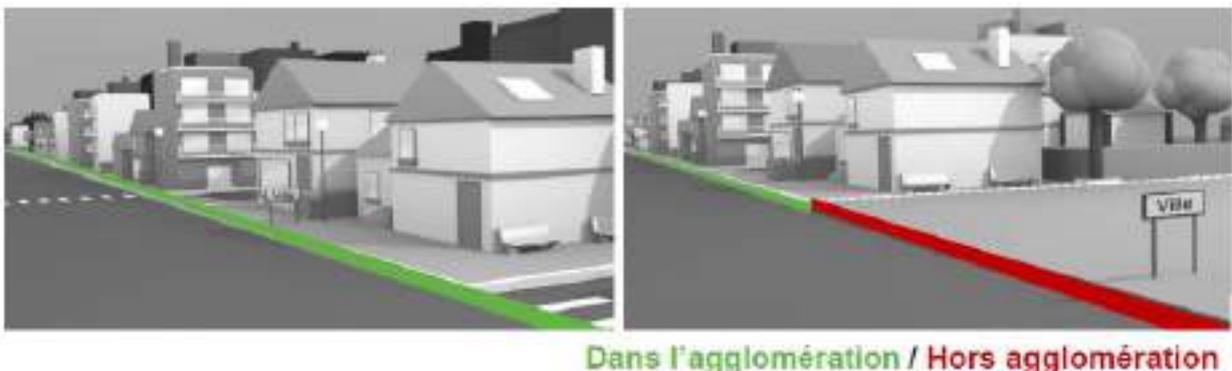
Pour l'application de la réglementation de la publicité, la notion d'agglomération est utilisée à deux fins :

- déterminer où la publicité est autorisée ou interdite. Pour cela, il convient de fixer les limites physiques de l'agglomération. C'est le sens géographique de la notion.
- déterminer le type de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération, nombre d'habitants dont il convient de préciser les modalités de calcul. C'est le sens démographique de la notion.

1. LA DEFINITION DES LIMITES D'AGGLOMERATION

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération. L'article L.581-7 qui fixe ce principe précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du Code de la route.

La notion d'agglomération au sens du Code de la route constitue l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art.R.110-2 du Code de la route). Dans l'appréhension de l'affichage publicitaire, la réalité physique de l'agglomération prime sur la réalité formelle, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).



La notion d'agglomération mobilisée dans le cadre de la réglementation de l'affichage extérieur // Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure MEDDE

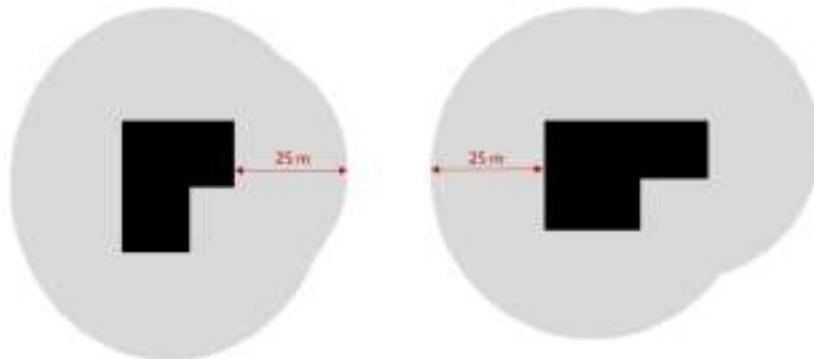
La réalité physique de l'agglomération correspond aux espaces bâtis caractérisés, selon la disposition représentative d'un ensemble urbain, à savoir par :

- Un espacement entre bâti de 50 mètres ;
- Des bâtiments proches de la route ;
- Une fréquentation significative d'accès riverains ;
- Des aménagements qui marquent le passage d'une zone non habitée vers une zone habitée (aménagement des entrées de ville : marquages au sol, changement de revêtement de sol, apparition de trottoirs, végétalisation).

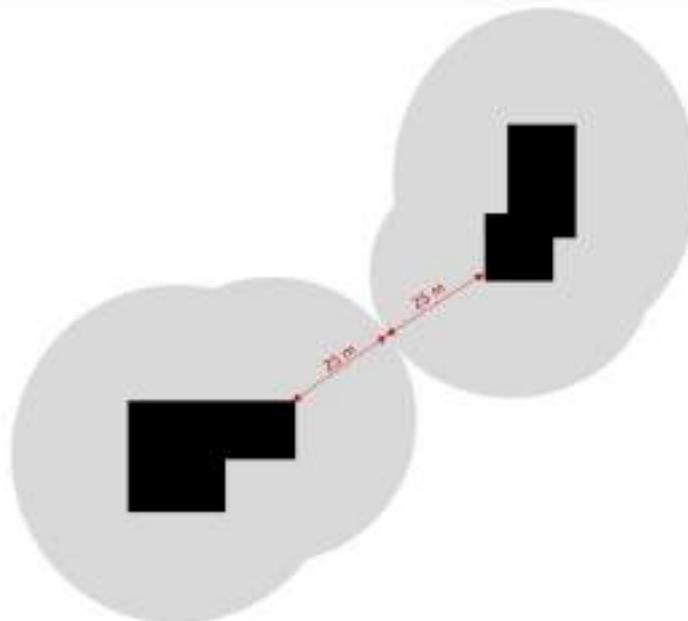
En application de ces principes, les limites d'agglomération ont été définies via traitements géomatiques de la façon suivante :

Le traitement s'est basé sur les bâtiments de plus de 30m² afin d'exclure de l'analyse les bâtis qui ne sont pas destinés à l'habitat ou au commerce. Une zone tampon de 25 m a ensuite été appliquée à

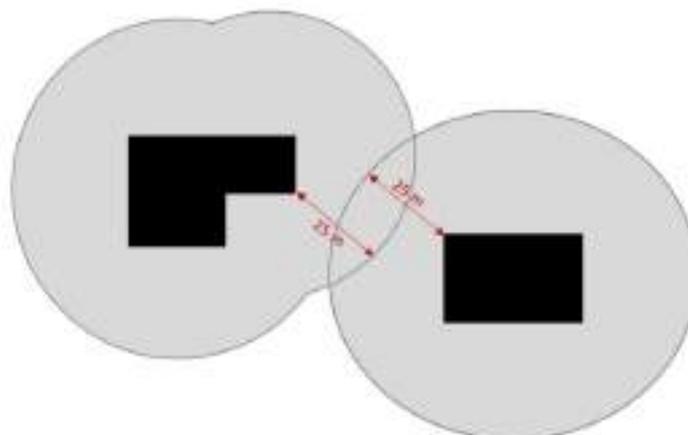
chacune des entités. Dès lors qu'entre les bâtiments la zone tampon ne se touche pas, cela signifie que l'interdistance est supérieure à 50 mètres et on considère alors qu'il n'y a plus de continuité urbaine.



Bâtiments présentant une interdistance supérieure à 50 mètres et considérés comme non agglomérés // Even Conseil



Bâtiments présentant une interdistance égale à 50 mètres et considérés comme agglomérés // Even Conseil



Bâtiments présentant une interdistance inférieure à 50 mètres et considérés comme agglomérés // Even Conseil

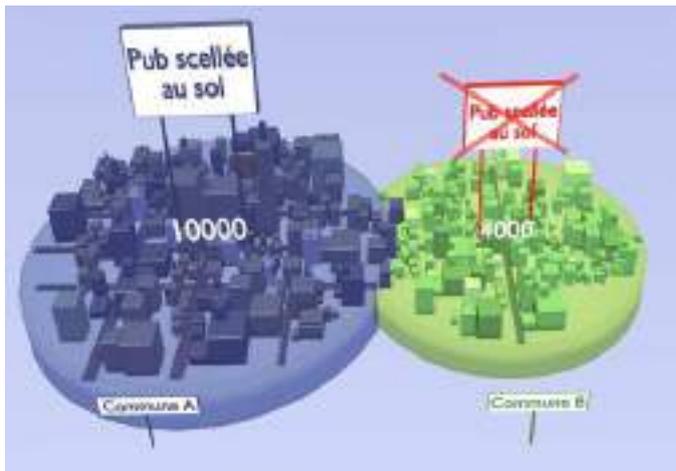
Dans cette approche, les bâtiments isolés se retrouvent logiquement exclus des limites d'agglomération de même que les zones agglomérées où la densité ou la surface n'apparaissent pas comme suffisamment conséquentes pour présenter, à priori, de réels enjeux au regard des problématiques soulevées par l'affichage extérieur (seuils de densité et de surface respectivement définis à 10 bâtiments et 10 hectares).

L'application de cette méthodologie sur la commune a ensuite nécessité un ajustement manuel : la largeur de la RD1504 qui traverse le cœur aggloméré dessinait deux agglomérations distinctes. Cet aspect ne traduisant pas le fonctionnement réel du territoire en deux entités distinctes, les deux agglomérations ont été assemblées manuellement au droit des espaces agglomérés de part et d'autre de la RD1504.

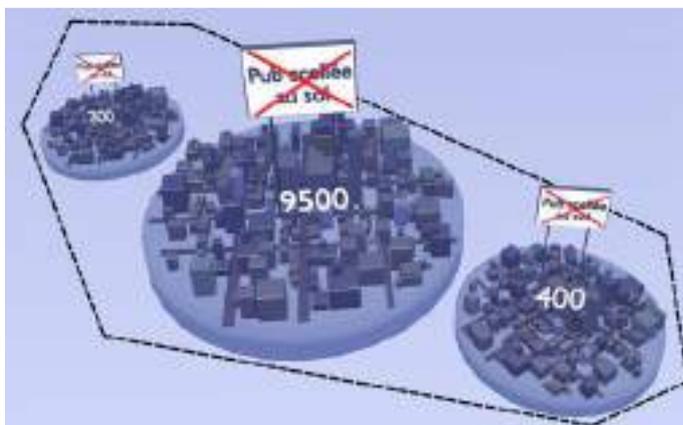
Ainsi, la commune comporte une agglomération principale > 10 000 habitants ; aucune agglomération secondaire n'a été déterminée, à l'exception de la zone « Porte du Bugey ». En effet, cette zone d'activités économiques et commerciale constitue un noyau aggloméré détaché de l'agglomération principale, qui par ses caractéristiques commerciales exclusives (absence d'habitations), peut bénéficier d'un périmètre dérogatoire institué par le Code de l'Environnement (art. L581-7 et R581-77 du CE). Il s'agit alors d'y autoriser l'affichage dans des conditions compatibles avec l'exercice de l'activité commerciale via le RLP.

2. LA DEFINITION DE LA POPULATION AU SEIN DES AGGLOMERATIONS

Le régime de la publicité est conditionné par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle la publicité est implantée. Dans ce cadre le décompte de la population au sein de chaque agglomération de la commune est stratégique et conditionne l'encadrement des dispositifs sur le territoire. Le décompte de la population de l'agglomération s'établit dans les limites de la commune (CE, 26/11/2012, Ministre de l'écologie, du développement durable et du logement c/ Sté Avenir, req. n°352916). Cette solution interdit de considérer comme constituant une agglomération unique un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et implantés sur deux communes distinctes, l'une jouxtant l'autre. Lorsque la commune est composée de plusieurs agglomérations, il convient de décompter la population dans chacune d'entre elles.



Bien que la zone agglomérée (continue) se situe sur les communes A et B, la population de l'agglomération s'apprécie dans les limites de chaque commune. Les dispositifs publicitaires installés dans la commune B sont donc soumis aux règles applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, les communes ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.



La population de la commune (pointillé) est supérieure à 10 000 habitants, mais les agglomérations qui la composent comptent chacune moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans chacune de ces agglomérations sont soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Dans cet exemple, la commune ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits dans chaque agglomération.

La population au sein des agglomérations // Guide pratique de la réglementation de la publicité extérieure
MEDDE

La commune d'Ambérieu-en-Bugey appartient à l'unité urbaine d'Ambérieu-en-Bugey qui recense 17 992 habitants (INSEE, 2018). Ainsi, la commune n'est pas concernée par l'appartenance à une unité urbaine supérieure à 100 000 habitants définie par l'INSEE pour apporter des souplesses dans la réglementation de l'affichage extérieur.

La population de la commune d'Ambérieu-en-Bugey est estimée par l'INSEE en 2018 à 14 204 habitants.

IV. LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES A AMBERIEU-EN-BUGEY

1. LE REGIME DES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

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

Dans l'objectif de préserver le cadre de vie, la publicité est très strictement encadrée dans certains périmètres institutionnels spécifiques. Sont ainsi définis des secteurs d'interdiction absolue de publicité et des périmètres d'interdiction relative où l'affichage extérieur peut être réintroduit via un Règlement Local de la Publicité.

Secteurs d'interdiction absolue	Secteurs d'interdiction relative
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hors agglomération 	<p>A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ; ➤ Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ; ➤ Dans les parcs naturels régionaux ; ➤ Dans les sites inscrits ; ➤ A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (identifiés par arrêté municipal après avis de la CDNPS) ; ➤ Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ; ➤ Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 (sites Natura 2000) <p>(Art. L581-8 CE)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ➤ Sur les monuments naturels et dans les sites classés ➤ Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles <p>(art. L581-4 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans les espaces boisés classés (EBC des PLU(i)) identifiés en agglomération ➤ Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, figurant au sein des PLU(i) <p>(Art. R581-30 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Au sol, dans les zones visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute <p>(Art. R581-31 CE)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ En façade : la publicité et les enseignes publicitaires et préenseignes visibles d'une autoroute ou d'une route express sont interdites, de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40 mètres mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. <p>(Art. R418-6 Code de la Route)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La publicité peut être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage et des critères, en particulier relatifs à la densité, fixés par décret. <p>(Art. L581-7 CE)</p>

La carte ci-après localise les espaces au sein desquels aucune publicité ou préenseigne ne peut être implantée, comme le stipule le RNP (interdiction absolue) ou bien les espaces au sein desquels le RLP est compétent pour réintroduire de la publicité (interdiction relative).

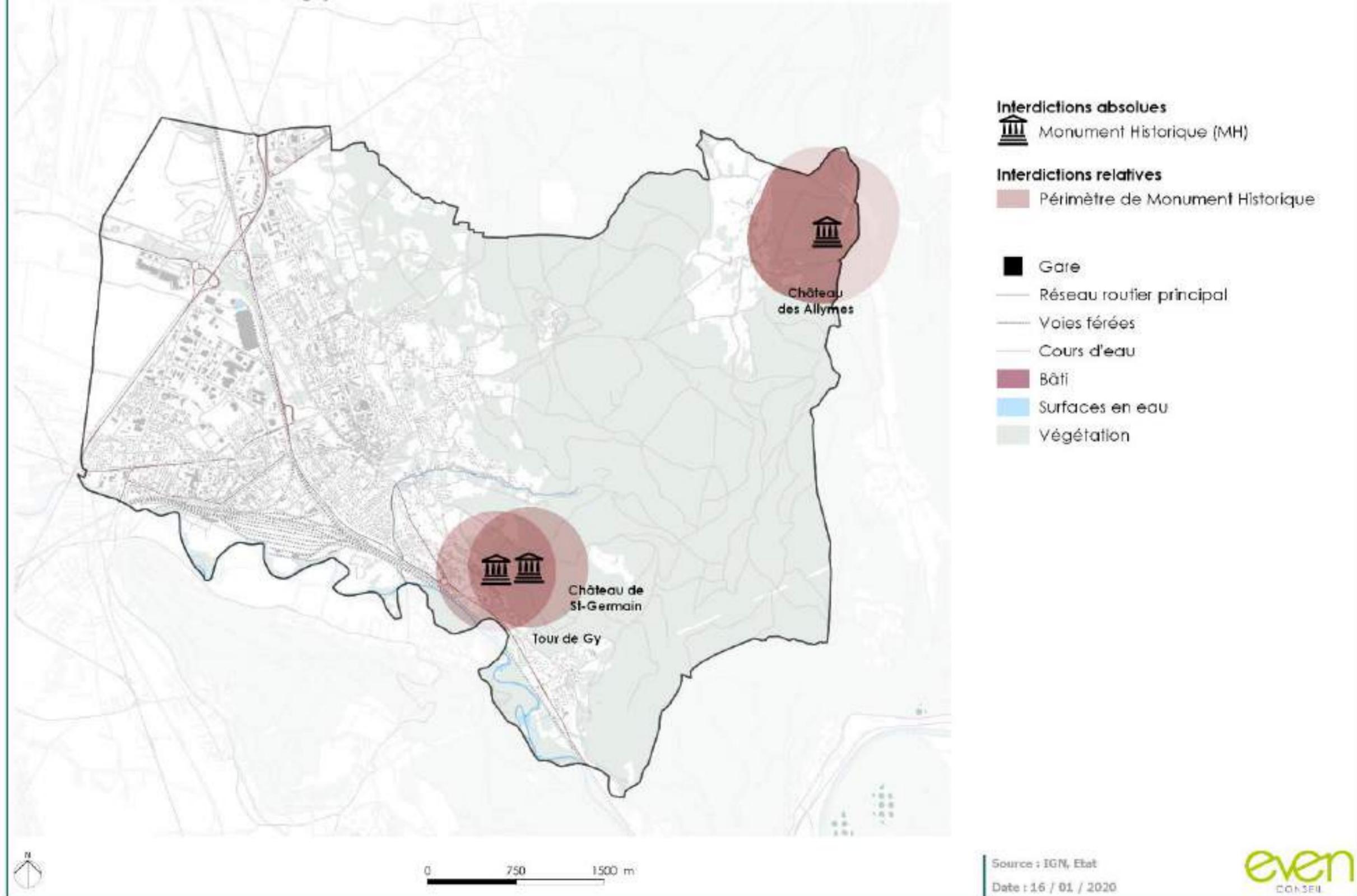
Pour les espaces qui ne sont pas cartographiés, le RLP est compétent pour la gestion de l'affichage extérieur, à condition d'être plus contraignant, que le RNP.

N.B : Les périmètres d'interdiction absolue et relative qui relèvent d'espaces déterminés par le document d'urbanisme local (PLU) ne sont pas représentés sur la carte ci-après, à savoir :

- *(Interdiction absolue) Espaces Boisés Classés (EBC) et inscriptions graphiques éléments de paysage (Art. 5.B.c) du PLU*
- *(Interdiction relative) Bâtiments remarquables repérés par un arrêté municipal/préfectoral*

Interdictions absolues et relatives de publicité

Révision RLP Ambérieu-en-Bugey



Interdictions absolues et interdictions relatives de publicité // Even Conseil

Les interdictions de dispositifs applicables à l'ensemble des agglomérations

Le RNP définit des dispositifs spécifiques interdits dans l'ensemble des agglomérations, quelle que soit leur typologie.

Ainsi, la publicité ne peut être apposée :

- sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu (publicité non lumineuse uniquement) (Art. R581-27 CE) ;
- sur les arbres (Art. R581-4 CE) ;
- sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne (Art. R581-22 CE) ;
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré (Art. R581-22 CE) ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles (Art. R581-22 CE) ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public (Art. R581-22 CE) ;
- les signaux réglementaires et leurs supports ainsi que sur tout autre équipement intéressant la circulation routière (Art. R418-3 CR).

L'implantation sur la parcelle ou le bâtiment

La publicité ne peut dépasser les limites du mur qui la supporte, ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-27 CE). Lorsque deux lignes d'égout situées de part et d'autre du pignon sont à des hauteurs différentes, la plus proche du dispositif peut être retenue.



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

La saillie sur façade maximale autorisée est de 0,25m (Art. R581-28 CE).

Un dispositif publicitaire scellé ou installé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. L'implantation d'un dispositif de cette nature ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (Art. R581-33 CE).



Les 3 dispositifs publicitaires sont installés à moins de 10 m des baies de la maison centrale. Celui de droite est admis car implanté sur un fonds voisin MAIS en retrait du plan du mur où est située la baie (pointillé blanc). Celui du centre est admis car situé sur le fonds propre. En revanche, celui de gauche est illégal.



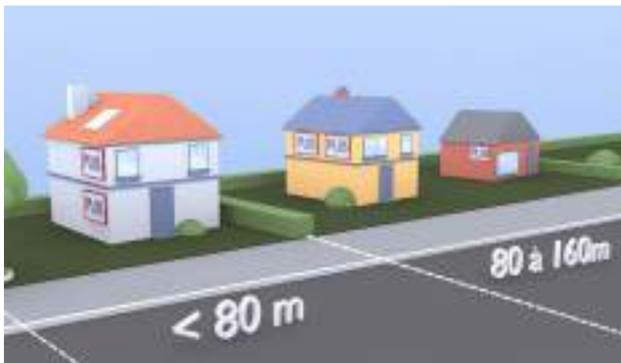
Le dispositif publicitaire doit être installé au minimum à la moitié de sa hauteur par rapport au fonds voisin, mais peut être à l'aplomb d'une voie ouverte à la circulation publique.

La règle nationale de densité

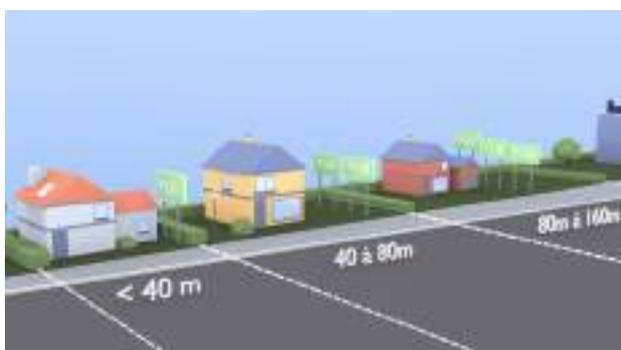
Afin de limiter le nombre de dispositifs publicitaires susceptibles d'être implantés dans une agglomération, l'article R.581-25 du Code de l'environnement fixe une règle de densité en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière bordant une voie ouverte à la circulation publique.

Les dispositifs scellés au sol double face sont considérés comme un seul dispositif dès lors que les deux faces sont de même dimension, rigoureusement dos-à-dos, sans séparation visible.

Sur le **domaine privé** (Art. R581-25 du code de l'environnement) :



- Dispositifs muraux : lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, deux dispositifs publicitaires muraux peuvent être installés sur un support, à condition d'être alignés verticalement ou horizontalement. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-support, un seul d'entre eux pourra accueillir des publicités (pignons opposés d'un bâtiment, plusieurs bâtiments sur le terrain...). Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.



- Dispositifs scellés ou apposé au sol : Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol peut être installé dans l'unité foncière lorsque sa longueur bordant la voie est inférieure ou égale à quarante mètres. Sous la même réserve que précédemment, deux dispositifs scellés au sol peuvent être installés lorsque la longueur de l'unité foncière bordant la voie est supérieure à quarante mètres. Un dispositif supplémentaire est autorisé par tranche de 80 mètres entamée.

Aucune règle d'interdistance n'est imposée, sauf pour les bâches publicitaires, dont l'interdistance est de 100 mètres (Art. R581-55 CE).

Sur le **domaine public** (Art. R581-25 du Code de l'environnement) : le nombre global de dispositifs pouvant être disposés sur le domaine public est déterminé par la longueur du côté le plus long de l'unité foncière attenante. Un dispositif par tranche de quatre-vingts mètres peut être installé au droit de l'unité foncière. Les dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, aucune règle d'interdistance n'est imposée.

Le graphisme

Sur toiture, la publicité lumineuse ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base (Art. R581-39 CE).

L'affichage d'opinion

La surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (Art. R581-2 à 5 CE) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² + 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² + 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes ;
- Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

La publicité lumineuse

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel (non pris à ce jour), portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré, et sur l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt.

La publicité numérique supportée par le mobilier urbain est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, qu'elles appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou non.

Les publicités lumineuses sont éteintes entre 1h et 6h, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes (Art. R581-35 CE).

Les dispositions applicables dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants n'appartenant pas à une aire urbaine de plus de 100 000 habitants

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-26 CE</i>	12 m ²	7,5 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-31 CE</i>	12 m ²	6m

Publicité non lumineuse et lumineuse éclairée par projection ou transparence		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 12 m ² pour les autres	6 m
Bâches <i>Art. R581-53 CE</i>	Affichage publicitaire sur bâches de chantier : maximum 50% de la surface de la bâche (sauf exception) Bâches interdites dans les agglomérations de -10 000 habitants	-
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	Non réglementé	-
Publicité de petit format <i>Art. R581-57 CE</i>	1 m ² Cumulée : 2m ² et 1/10 ^e de la surface de la devanture commerciale	-

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence, et publicité numérique		
	Surface maximum	Hauteur maximum au-dessus du sol
Publicité murale <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m
Publicité scellée ou apposée au sol <i>Art. R581-34 CE</i>	8 m ²	6 m
Publicité sur mobilier urbain <i>Art. R581-43 à 48 CE</i>	2 m ² sur abris destinés au public, kiosque et mats porte-affiche 8 m ² pour les autres	6 m
Dispositif publicitaire de dimension exceptionnelle <i>Art. R581-56 CE</i>	50 m ²	-
Publicité sur toiture <i>Art. R581-38 CE</i>	Non réglementé	Fonction de la hauteur de la façade

Les règles applicables aux dispositifs spécifiques

Les bâches

Le RNP prévoit des dispositions applicables à la publicité lorsqu'elle est apposée sur une bâche. Deux types de bâche sont visés :

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

La publicité ne peut être installée sur une bâche, qu'elle soit de chantier ou publicitaire, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Elles sont également interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement à une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération. Lorsqu'elles sont admises, la surface de la publicité sur la bâche de chantier ne peut excéder 50 % de la surface totale de celle-ci. Cette surface peut être supérieure lorsque les travaux de rénovation projetés doivent permettre à l'immeuble d'obtenir le label « BBC rénovation ». Ce plafond peut être dépassé par décision de l'autorité compétente en matière de police.

Pour les autres bâches, la seule limite de surface publicitaire est constituée par le mur qui les supporte puisqu'elles ne doivent pas dépasser les limites de ce mur, ni, le cas échéant, les limites de l'égout du toit.

Les dispositifs de petit format intégrés aux devantures commerciales

L'article L.581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

Selon l'article R.581-57, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m².

La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m².

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

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

Elles font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Une autorisation générale et/ou permanente ne peut être délivrée.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après la manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits dans les agglomérations de moins de dix mille habitants. Il n'est pas fixé de surface maximale, qu'ils soient apposés sur un mur support ou scellés au sol sauf pour ceux supportant de la publicité numérique dont la surface unitaire ne peut être supérieure à cinquante mètres carrés. Dans ce cas, et comme toutes autres publicités numériques, les dispositifs de dimensions exceptionnelles doivent être équipés d'un système de gradation de la luminosité. Ils sont soumis aux mêmes interdictions que les bâches à une exception :

- Le 2^{ème} alinéa de l'article R.581-27 prévoit que la publicité non lumineuse ne peut être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, ni dépasser les limites du mur qui la supporte, ni, le cas échéant, dépasser les limites de l'égout du toit, ne leur est pas applicable.

Les dispositifs publicitaires implantés dans l'emprise des équipements sportifs

Quelle que soit la population de l'agglomération, des dispositifs publicitaires peuvent être implantés dans l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places dans des conditions d'emplacement, de surface et de hauteur dérogatoires par rapport aux règles nationales applicable aux autres publicités (art. L581-10 CE).

Les conditions d'apposition de publicité dans l'emprise des grands équipements sportifs doivent néanmoins respecter les dispositions suivantes :

- Le nécessaire lien avec une manifestation temporaire (sans condition de localisation de la manifestation) ;
- La possibilité de dispositifs installés sur toitures ou terrasses en tenant lieu, scellés au sol ou installés directement sur le sol.
- La publicité lumineuse (dont la publicité numérique) apposée sur un mur, une façade ou une clôture, scellée au sol ou installée directement sur le sol peut s'élever jusqu'à 10 m au-dessus du niveau du sol et avoir une surface unitaire d'une limite maximale de 50 m². Une élévation supérieure à 10 m peut être autorisée, pour la publicité apposée sur un mur, une façade ou une clôture, compte tenu notamment de la durée d'installation de la publicité, de sa surface, des procédés utilisés, des caractéristiques des supports, de son insertion architecturale et paysagère, de son impact sur le cadre de vie environnant et de ses incidences éventuelles sur la sécurité routière.

L'implantation des dispositifs au sein de ces équipements est soumise à l'autorisation du conseil municipal ou de l'assemblée délibérante de l'établissement public de coopération intercommunale compétent et dispose ainsi d'un large pouvoir d'appréciation au cas par cas lors de la délivrance de l'autorisation.

Les dispositifs publicitaires sur véhicule

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de support de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques.

Ils ne peuvent circuler en convoi ni rouler à une vitesse anormalement réduite, c'est-à-dire à une vitesse moindre que le trafic. La surface cumulée des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m² (Art. R.581-48).

Les préenseignes dérogatoires

Par principe, les préenseignes sont soumises au régime de la publicité, ce qui explique que le présent diagnostic ne les évoque pas de manière spécifique (art. L.581- 19 du Code de l'environnement).

Lorsqu'elles signalent certaines activités, elles peuvent s'implanter hors agglomération, ce que l'article L.581-7 interdit à toute publicité dans ce sens, elles doivent alors respecter certaines conditions de format et d'implantation. Sont concernées les activités suivantes :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits ouverts à la visite.

Depuis le 13 juillet 2015, les activités autres que celles énumérées ne peuvent être signalées que dans des conditions définies par les règlements relatifs à la circulation routière. Il s'agit de l'institution d'une signalisation d'intérêt local (SIL) « *qui a pour objet d'apporter aux usagers de la route des indications sur les services et activités liés au tourisme et au voyageur en déplacement* » et qui ne doit pas être confondue avec les dispositifs dit de « microsignalétique » que les communes mettent en place pour signaler en agglomération commerces et équipements publics (voir plus loin).

Les dimensions des dispositifs admis ne peuvent excéder 1 m en hauteur et 1,5 m en largeur tout en veillant à ce que cette hauteur n'excède pas 2,20 m au-dessus du niveau du sol.

Ils doivent par ailleurs être implantés à moins de 5 km de l'activité signalée et portés à 10 km lorsqu'il s'agit de signaler les monuments historiques.

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

2. LE REGIME DES ENSEIGNES

Les dispositions du RNP applicable aux enseignes sont différentes selon qu'elles sont installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

Les dispositifs spécifiques interdits

Les enseignes suivantes sont interdites :

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

L'implantation des dispositifs

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne sur balcon et balconnet : 0,25 mètres (Art. R581-60 CE)
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10^e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-61 CE).

Lorsqu'elles sont installées sur auvent ou marquise, elles ne peuvent dépasser 1 m de haut (Art. R.581-60 du Code de l'environnement).

Les enseignes apposées sur balcon et balconnet ne peuvent excéder en hauteur la hauteur du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie.

Les enseignes de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. (Art. R581-64 CE).

Les enseignes installées sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans plus de la moitié du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base (Art. R581-62 CE). Dans ce cas, les panneaux de fond ont une hauteur limitée à 0,50 mètre. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 m lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres.

Lorsque la hauteur de la façade est supérieure à 15 mètres, la hauteur des enseignes ne doit pas dépasser 20 % de cette hauteur dans une limite de 6 m. La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m² à l'exception des établissements culturels, c'est-à-dire

les salles de cinéma, les salles de spectacle et les établissements d'enseignement et d'exposition des arts plastiques.

Les enseignes lumineuses

Concernant les enseignes lumineuses (Art. R581-59 CE), elles doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Il n'y a pas de distinction entre les typologies d'agglomérations.

Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Les enseignes en façade

La surface cumulée des enseignes murales parallèles et/ou perpendiculaires ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.

Les enseignes scellées ou apposées au sol

Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées.

Ainsi, comme la publicité scellée au sol, lorsque l'enseigne fait plus de 1 m², elle ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Toutefois, deux enseignes peuvent être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Une règle de densité, distincte de celle de la publicité, s'applique lorsqu'elle fait plus de 1 m². Ainsi, elle est limitée à un dispositif simple ou double face, placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Les dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de plus de 10 000 habitants

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	12 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non règlementé

Les dispositions spécifiques applicables aux agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération

	Surface maximum	Hauteur maximum de l'enseigne	Densité
Enseigne au sol <i>Art. R581-64 CE</i> <i>Art. R581-65 CE</i>	6 m ² unitaire	6,5 m de haut si largeur ≥ 1m 8 m de haut si largeur < 1m	Enseignes de plus de 1 m ² : 1 le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble Enseignes de moins de 1 m ² : non réglementé

3. LE REGIME DES DISPOSITIFS TEMPORAIRES

Les préenseignes temporaires

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être scellées ou installées au sol, si (Art. R581-71 CE) :

- Leurs dimensions n'excèdent pas 1m en hauteur et 1,50 m en largeur ;
- Leur nombre est limité à 4 par opération ou manifestation.

Les enseignes temporaires

Elles suivent les règles d'extinctions lumineuses des enseignes permanentes (Art. R581-70 CE).

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur ni dépasser les limites de l'égout du toit (Art. R581-70 et 60 CE).

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur (Art. R581-70 et 61 CE).

Les saillies maximales autorisées sont les suivantes :

- Enseignes apposées parallèlement à une façade : 0,25 mètres (Art. R581-70 et 60 CE)
- Enseigne perpendiculaire à une façade : 1/10^e de la distance séparant les 2 alignements de voie publique, dans la limite de 2 mètres (Art. R581-70 et 61 CE)

Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie. Ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété (Art. R581-64 CE).

Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes (soit 60 m²) (Art. R581-70 et 62 CE).

La surface des enseignes ou préenseignes installées pour plus de trois mois est limitée à 12 m² unitaire lorsqu'elles sont scellées ou installées au sol (Art. R581-70 CE).

4. LES CONSEQUENCES DE L'ELABORATION D'UN RLP

Le pouvoir de police et l'instruction

Lorsque la publicité, l'enseigne ou la préenseigne doit être installée sur un territoire couvert par un RLP, la compétence d'instruction appartient au maire de la commune y compris quand cette commune est membre d'un EPCI.

En l'absence de RLP, le préfet est compétent pour instruire les demandes d'autorisation préalable et les déclarations préalables ainsi que pour exercer le pouvoir de police.

Compétence	Aujourd'hui		Demain
	Commune avec RLP	Commune sans RLP	Une fois le RLP approuvé
INSTRUCTION	Maire	Etat	Maire au nom de la commune
POLICE	Maire	Préfet	Maire

Répartition des compétences // Even Conseil

Les délais de mise en conformité

Lorsque le RLP sera approuvé, il se substituera au règlement local de publicité existant.

Les dispositifs publicitaires installés antérieurement et qui ne respectent pas ses prescriptions disposeront d'un délai de 2 ans pour s'y conformer en application du Code de l'Environnement. Les enseignes non conformes disposeront quant à elles d'un délai de mise en conformité de 6 ans.

V. LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE D'AMBERIEU-EN-BUGEY (EN VIGUEUR JUSQU'AU 14 JANVIER 2021)

Ambérieu-en-Bugey a instauré son règlement des zones spéciales de publicité le 16 septembre 1985 par arrêté municipal.

Les dispositions du règlement national de publicité précisées avant (Partie 3 - Chapitre IV) s'appliquent à l'ensemble du territoire et, lorsque cela est permis par le Code de l'Environnement, sont modifiées partiellement grâce à la mise en place de zones spéciales de publicité.

1. LES DISPOSITIONS DU RNP MODIFIABLES PAR UN RLP MAIS INCHANGÉES A AMBERIEU-EN-BUGEY

Prescriptions modifiables par RLP mais appliquées telles quelles à Ambérieu-en-Bugey

PRESCRIPTIONS MODIFIABLES CONCERNANT LES TYPES DE DISPOSITIFS ET LEUR IMPLANTATION

- Les dispositifs publicitaires doivent être apposés à **plus de 0.5 mètre du sol**.
- Les dispositifs muraux doivent être **fixés au mur ou placés dans un plan parallèle** et sans constituer de **saillie supérieure à 0.25m** par rapport au mur.
- Les abris destinés au public peuvent supporter de la publicité à condition que la surface unitaire des affiches **reste inférieure à 2m²** et que leur surface totale **n'excède pas une superficie de 2m² par tranche de 4,5m² de surface abritée**.
- L'affichage publicitaire sur kiosque est autorisé dans la limite de **2m² par surface unitaire et 6m² de surface totale**.
- Les enseignes lumineuses sont autorisées dans les villes de plus de 10 000 habitants, si leur taille n'excède pas :
 - **1/6** de la hauteur de l'immeuble, dans la limite de **2 mètres** pour les immeubles de **moins de 20 mètres**
 - **1/10** de la hauteur de l'immeuble, dans la limite de **6 mètres** pour les immeubles de **plus de 20 mètres**

PRESCRIPTIONS MODIFIABLES CONCERNANT L'EMPLACEMENT DES DISPOSITIFS

- Le mobilier urbain peut servir de support pour la **publicité non lumineuse** et pour la **publicité lumineuse éclairée par transparence ou projection**
- Les **palissades de chantier** possédant une permission de voirie peuvent servir de support pour la publicité ou l'affichage libre.
- Il est possible **d'apposer temporairement des enseignes sur des immeubles**, lorsqu'elles annoncent :
 - Des opérations exceptionnelles qui concernent les immeubles ou les activités qui s'y exercent
 - Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui y ont lieu ou auront lieu.
 - Les enseignes temporaires ne peuvent pas être posées plus de 3 semaines avant le début de l'évènement qu'elles annoncent, et déposées au plus d'une semaine après sa fin.
- Il est possible d'interdire l'affichage publicitaire sur **les immeubles présentant un intérêt esthétique, historique ou pittoresque** par le biais du RLP.
- L'affichage publicitaire est en principe interdit dans le périmètre des PNR (parcs naturels régionaux), des ZPPAUP (Zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager) et dans les secteurs sauvegardés, à moins que le RLP l'autorise par **l'établissement d'une zone de publicité plus souple que la réglementation nationale**.
- Le RLP permet d'instituer pour les espaces où la publicité est particulièrement utile **des zones de publicité élargie** au sein desquelles les règles locales sont moins restrictives que les règles nationales.

2. LES DISPOSITIONS DU RNP MODIFIABLES PAR UN RLP ET ADAPTEES A AMBERIEU-EN-BUGEY : LES ZONES SPECIALES DE PUBLICITE

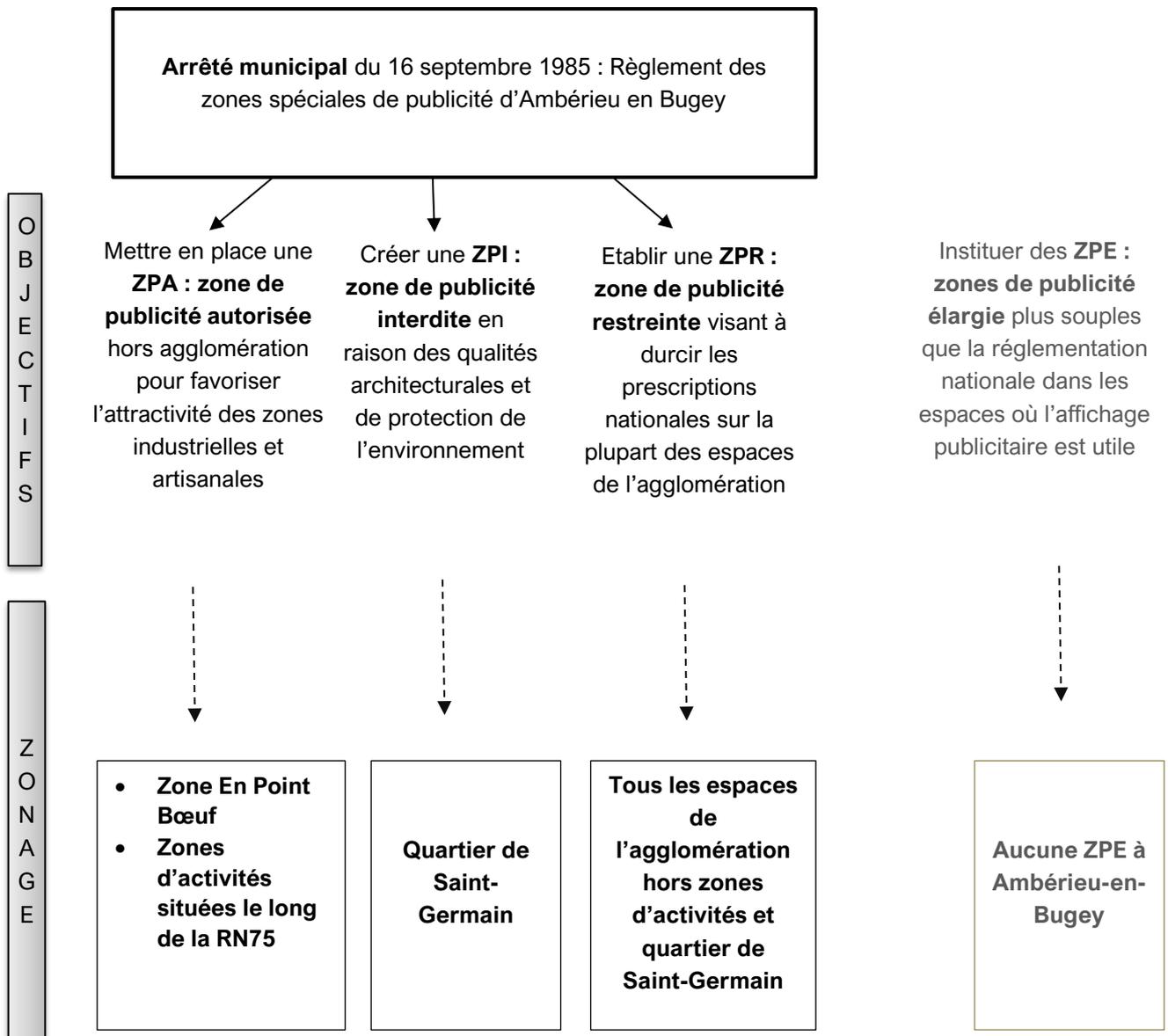
Les ajustements peuvent aussi bien assouplir que durcir la législation nationale. Jusqu'en 2012, quatre zones étaient applicables par RLP, les deux premières visent à restreindre l'affichage, alors que les deux suivantes tendent au contraire à le favoriser :

- Les **zones d'interdiction** (ZPI) : elles ont pour but de préserver les paysages urbains et naturels remarquables en interdisant purement et simplement toute forme d'affichage.
- Les **zones de publicité réglementée** (ZPR) : elles permettent de modifier les prescriptions nationales en les rendant plus strictes.
- Les **zones de publicité élargie** (ZPE) : contrairement aux ZPR, elles assouplissent la loi nationale.
- Les **zones de publicité autorisée** (ZPA) : elles sont appliquées pour autoriser l'affichage publicitaire dans des espaces situés en dehors de l'agglomération. Mais elles ne sont possibles qu'à proximité immédiate de centres commerciaux, artisanaux, ou industriels et dans des groupements d'habitation.

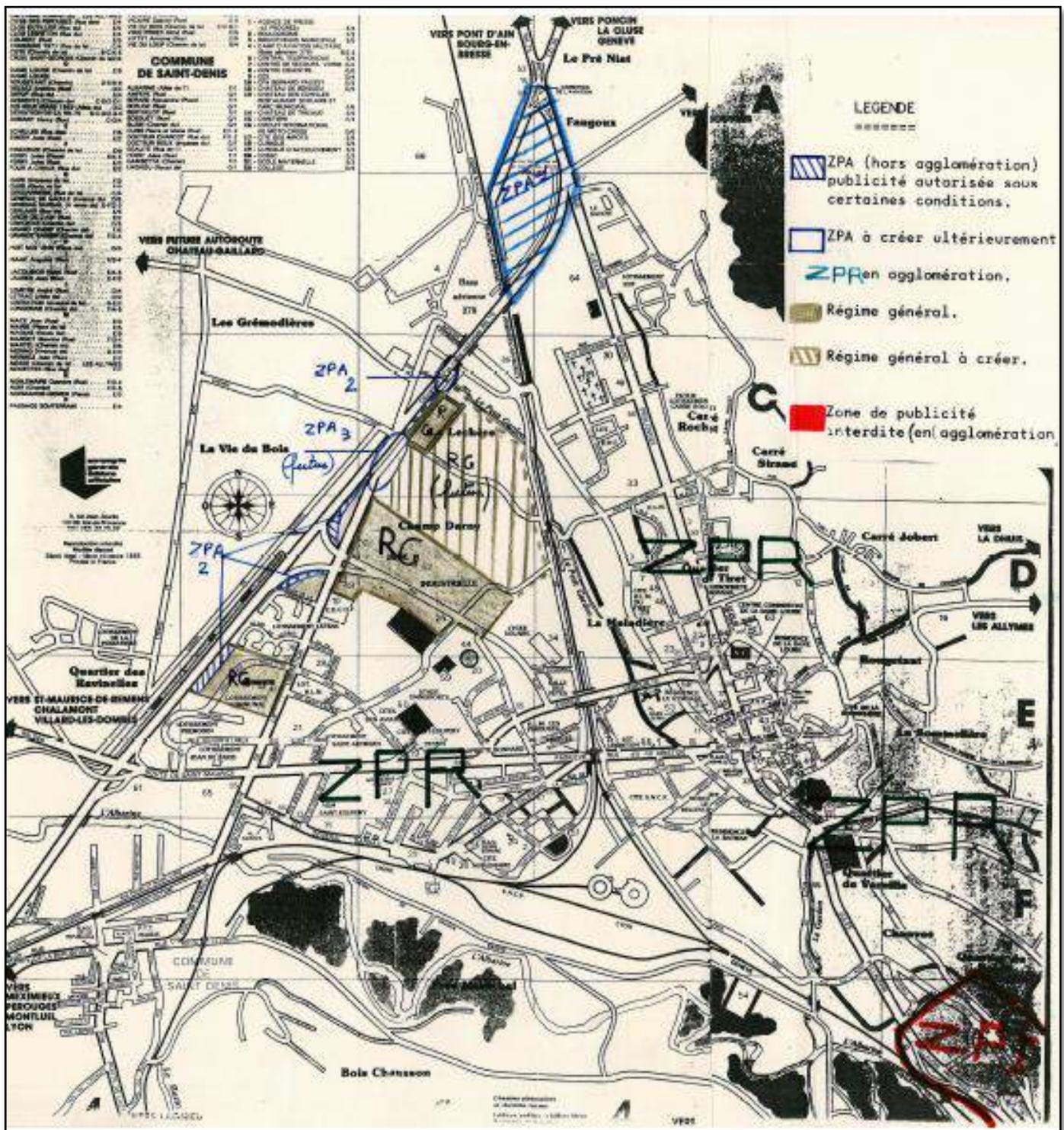
La ville d'Ambérieu-en-Bugey a fait le choix de mettre en place un tel document par arrêté du 16 septembre 1985. Comme le stipule la loi de 1979, la procédure d'élaboration du règlement débute par la création d'un groupe de travail désigné en 1983. Il est composé par le Maire d'Ambérieu-en-Bugey, le sous-préfet de Belley, le préfet de l'Ain, la délégation régionale à l'architecture et l'environnement, d'un chargé de mission à l'environnement, de conseillers municipaux et enfin d'afficheurs et d'associations qui n'ont qu'une voix consultative. Après deux réunions du groupe de travail et un contre-projet porté par la société « Avenir publicité », le règlement obtient un avis favorable de la commission communale de publicité fin 1984 et de la commission départementale des sites en 1985.

Sur les quatre zones rendues possibles par la loi de 1979, seules les ZPR, ZPI et ZPA sont mises en place dans le règlement des zones spéciales d'Ambérieu-en-Bugey :

Réglementation locale



Comme en témoigne le plan de zonage suivant la ZPR couvre presque la totalité de la ville. La deuxième zone la plus importante est celle laissée sous régime général dans les zones d'activités. Viennent ensuite la ZPA et la ZPI dont la superficie est plus faible.



Plan de zonage du RLP de 1985 // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

La réglementation des zones spéciales de publicité a apporté les modifications suivantes :

Prescriptions nationales modifiées par le RLP de 1985

PRINCIPES CONCERNANT LES TYPES DE DISPOSITIFS ET LEUR IMPLANTATION

- Dans une ville de plus de 10 000 habitants :
 - Les **dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol** ne peuvent excéder plus de **16m²** ni être placés à plus de **6m** de haut.
 - Les **dispositifs publicitaires muraux** ne peuvent excéder plus de **16m²** ni être placés à plus de **7.5m** de haut.
- Les **préenseignes** sont soumises à la même réglementation que la publicité
- La **publicité lumineuse par transparence ou projection** est soumise à la même réglementation que la publicité non lumineuse. Les **autres lumineux** ne sont autorisés que dans les communes de plus de 2 000 habitants sous l'accord du maire

PRINCIPES CONCERNANT L'EMPLACEMENT DES DISPOSITIFS

- La publicité sur **véhicule terrestre, sur l'eau ou dans les airs** peut être réglementée ou voire interdite par RLP.
- L'affichage publicitaire n'est autorisé **qu'en agglomération**, à l'exception des préenseignes dérogatoires
- Le maire doit déterminer par arrêté des emplacements destinés à **l'affichage associatif et d'opinion**.

Les règles des hauteurs restent inchangées pour ces deux types de panneaux, en revanche leur **surface** est limitée à **12m²** (3x4m) dans la **ZPR** et la **ZPA**.

En ZPR le nombre de **préenseignes** est limité à **3 par activité** et ne peuvent excéder **1x1.5m** si elles se trouvent au **sol**.

Dans la **ZRP** la **publicité lumineuse par transparence** ou projection est **interdite**, les **autres lumineux** sont **soumis à autorisation**

En **ZPR**, le **stationnement** et la **circulation** de véhicules publicitaires sont **interdits**

Le RLP prévoit une **ZPA** dans laquelle la publicité est autorisée en **dehors des limites de l'agglomération avec des distances imposées**.

Des emplacements destinés à l'affichage libre sont réservés sur **les places de la Gare, du champ de Mars, Bernasconi, Jules Ferry, et Pierre Sémard**, à raison de **2 panneaux** par emplacement.

MODIFICATIONS

Le tableau suivant récapitule l'ensemble des prescriptions apportées pour chaque zone du règlement :

		Au mur	Au sol	Lumineux
ZPI	Publicités	Interdites	Interdites	Interdites
	Préenseignes	Interdites	Interdites	Interdites
	Enseignes	Soumises au régime général	Soumises au régime général	Soumises au régime général
ZPR	Publicités	Autorisées Format maximal : 4x3m Nombre maximal par mur : 2 de format identique	Autorisées seulement lorsque la pose d'un panneau mural est techniquement impossible Format maximal : 4x3m	Interdites par projection ou transparence Soumises à autorisation pour les autres lumineux
	Préenseignes	Autorisées Format maximal : 4x3m Nombre maximal par mur : 2 de format identique Nombre maximal par activité : 3	Autorisées Format maximal : 1x1,5m Nombre maximal par mur : 2 de format identique Nombre maximal par activité : 3	Interdites
	Enseignes	Soumises au régime général	Soumises au régime général	Soumises au régime général
ZPA	Publicités	Autorisées Format maximal : 4x3m Nombre maximal par mur : 2 de format identique	Autorisées Format maximal : 4x3m Implantation : Panneau double face perpendiculaire à la voie Densité : 40m entre 2 panneaux sur un même tènement Retrait : 15m des limites séparatives des propriétés et H/2 du bord de la chaussée	Interdites
	Préenseignes	Autorisées Format maximal : 4x3m Nombre maximal par mur : 2 de format identique	Autorisées Format maximal : 4x3m Implantation : Panneau double face perpendiculaire à la voie Densité : panneaux isolés les uns des autres et au minimum 40m entre 2 dispositifs sur un même tènement Retrait : 15m des limites séparatives des propriétés et H/2 du bord de la chaussée	Interdites
	Enseignes	Soumises au régime général	Soumises au régime général	Soumises au régime général

3. APPORTS ET AVANTAGES

Le zonage

Le zonage tel qu'il est pensé en 1985 semble être adapté pour répondre aux objectifs de l'époque :

- Les **zones d'activités** sont prises en compte par le régime général et la ZPA qui permettent l'affichage publicitaire dans un souci de favoriser l'attractivité des espaces économiques. Le régime général est peu étendu avec environ 1.3km² sur l'ensemble de la commune, ce qui signifie que presque tous les espaces d'Ambérieu sont concernés par le RLP. L'implantation des panneaux d'entrée et de sortie de ville de la rue Léon Blum, et la nature de la RN 75 exclue une partie de la zone industrielle de l'agglomération. Néanmoins pour autoriser l'affichage une ZPA a été instaurée. Elle se justifie notamment par sa position stratégique le long de la route nationale. En effet, elle donne de la lisibilité à la zone en signalant les activités qui y sont présentes, mais seulement accessibles dans le sens sud/nord depuis la RN 75.
- A l'inverse le **hameau de Saint-Germain** est doté d'une zone d'interdiction, qui préserve le caractère typique de ce quartier. Sa mise en place est d'autant plus motivée que lorsqu'elle est envisagée en 1984, la Tour de Gy et le Château de Saint Germain ne bénéficiaient encore d'aucune protection juridique au titre de monuments historiques. Cet argument porté par le groupe de travail a servi de justification pour interdire la publicité dans un tel cadre paysager associant coteaux et bâti dispersé.
- Le zonage réalisé en 1985 a eu l'avantage de prévoir les évolutions de la ville. La création de la ZPA 3 en est le résultat, puisqu'elle a permis d'anticiper le développement du Triangle d'activités. Sans sa mise en place l'Est de la RN 75 ne pourrait pas accueillir de publicité au-delà de la rue Citroën.

Les dispositions réglementaires

L'une des autres forces du règlement de 1985 est son **souci de maintenir un cadre de vie esthétique sur l'ensemble de la commune**. Certaines des prescriptions sont orientées de sorte à limiter l'impact visuel de l'affichage :

- En estimant la population ambarroise égale à 10 000 habitants, le règlement de 1985 ouvre la porte aux dispositifs publicitaires de 16m². Cependant, les prescriptions adoptées limitent ce format aux seules zones laissées sous régime général, en effet la ZPA n'autorise pas plus de 12m² de surface unitaire. La ZPR est encore plus réductrice puisqu'elle tolère le format de 12m² pour les publicités et les préenseignes murales, mais impose 1.5m² maximal pour les préenseignes scellées au sol.
- Dans ces deux zones l'harmonie des dispositifs est aussi cherchée, les panneaux doivent être fixés au mur dès qu'il s'avère possible de le faire. Leur nombre est limité à 2 par façade et leur format doit être identique.
- La ZPA permet l'affichage en dehors de l'agglomération, mais elle tente de l'encadrer par ses prescriptions. Elle adopte notamment des normes de recul très strictes et impose que les dispositifs soient éloignés les uns des autres. Elle oblige également le recours à des panneaux double face pour éviter que le bardage soit visible et afin d'optimiser l'espace de l'affichage.

4. LIMITES ET CONTRAINTES

Le zonage

L'une des limites du zonage de 1985 tient **du manque de lisibilité de ses périmètres**. Ni le règlement, ni le plan ne précisent où s'arrête l'agglomération ambarroise. Cette notion est pourtant fondamentale pour le RLP puisque la légalité de l'affichage en dépend. En l'absence d'une délimitation matérialisée

sur le plan de zonage il est impossible de déterminer jusqu'où les panneaux peuvent être autorisés sans se rendre sur le terrain.

De la même manière, le périmètre de la zone d'interdiction de Saint-Germain n'est pas clair, il laisse envisager sa limite à la sortie de l'agglomération, mais aucun tracé ne permet de l'affirmer. Par ailleurs le rôle de cette ZPI peut sembler insuffisant, car en ne prenant en compte que le quartier de Saint-Germain elle laisse la porte ouverte à l'affichage dans tous les autres cœurs historiques de la ville. En effet, Vareilles, Tiret et le centre-ville ancien sont laissés sous ZPR et peuvent accueillir des dispositifs de grands formats. Pourtant ces quartiers possèdent eux aussi un bâti dont la qualité architecturale justifierait une protection.

Ce constat amène à une dernière limite concernant le périmètre de la ZPR. Son étendue est telle qu'elle englobe une part considérable de la ville sans distinguer le bâti ancien, des rues commerçantes ou des quartiers résidentiels.

Les dispositions réglementaires

L'absence de prescriptions pour **les enseignes et le mobilier urbain** peut être reprochée au règlement.

De plus, les prescriptions de la ZPR sont assez peu restrictives, en dehors du format des préenseignes au sol n'autorisé que jusqu'à 1.5m², elles sont identiques à celles de la ZPA qui concerne pourtant des zones d'activités, plus compatibles avec la présence de la publicité.

4. DIAGNOSTIC PUBLICITAIRE

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

I. METHODOLOGIE

Un inventaire exhaustif des dispositifs (publicités, préenseignes et enseignes) a été réalisé sur la période du 3 mai au 14 juin 2018.

L'exploitation des données ainsi récoltées permet de fournir un diagnostic publicitaire quantifié, illustré et cartographié qui caractérise la place de l'affichage extérieur dans le paysage ambarrois et son influence sur le cadre de vie, tout en tenant compte des besoins du tissu économique local.

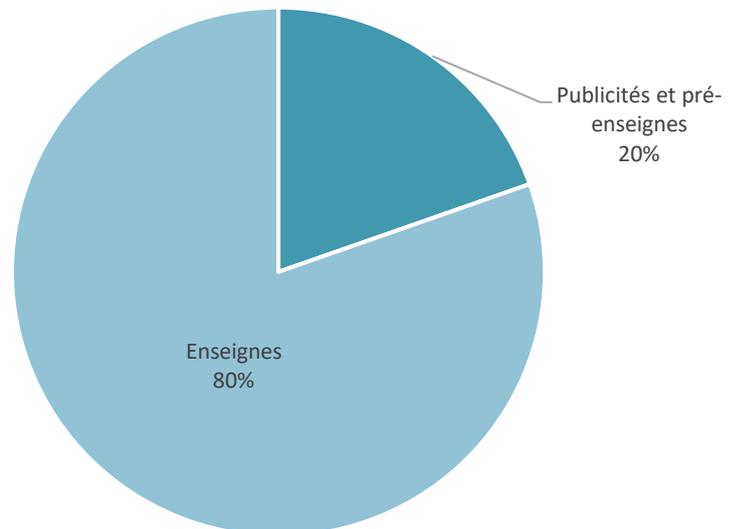
II. CARACTERISATION GENERALE DU PARC D'AFFICHAGE EXTERIEUR AMBARROIS

1. LES TYPOLOGIES DE DISPOSITIFS

Au total 855 éléments ont été relevés, mais 875 affiches sont réellement comptabilisées puisque plusieurs supports sont doubles faces. La plupart d'entre eux sont des dispositifs commerciaux sous forme d'enseignes, préenseignes ou publicité, pour les autres il s'agit d'affichage libre, d'affichage municipal ou de préenseignes dérogatoires. Les supports sur lesquels ils prennent place sont eux aussi très variés, si la majorité sont des panneaux muraux ou scellés au sol, quelques affiches sont installées sur mobilier urbain, micro-signalétique ou d'autres supports plus ou moins conformes au règlement.

Tableau 1 : Nature des dispositifs inventoriés
// Ville d'Ambérieu-en-Bugey

Nature des dispositifs	Effectif
Enseignes	672
Préenseignes	146
Publicités	24
Affichage municipal	15
Affichage libre	9
Préenseigne dérogatoire	9
Total	875
Dispositifs sans affichage	7



Près des 3/4 de l'inventaire est constitué d'enseignes qui sont suivies de loin par les préenseignes et les publicités. L'affichage non commercial apparaît en très faible part avec les panneaux associatifs ou d'expression libre et les préenseignes dérogatoires.

Sur l'ensemble des dispositifs, 569 sont fixés sur mur ou sur clôture, contre 267 installés au sol et 13 en toiture. Les six dispositifs restant sont apposés sur des supports interdits comme les arbres (2), les panneaux de signalisation routière (1), les poteaux électriques (1) ou d'éclairage public (2).

Tableau 2 : Typologie des dispositifs muraux //
Ville d'Ambérieu-en-Bugey

Dispositifs muraux	Effectif
Bandeau	409
Drapeau	119
4x3	23
Clôture	18
Total	569

L'essentiel de l'affichage publicitaire mural (*Tableau 2*) se compose de panneaux sous formes de bandeaux et drapeaux. Ce résultat n'est pas surprenant puisqu'il s'agit du format privilégié par les enseignes qui représentent la plupart des dispositifs inventoriés. L'affichage mural révèle également 23 panneaux de format 4x3, ce qui peut sembler dérisoire par rapport au nombre total de dispositifs apposés au mur. Cependant, leur superficie de 12m² est plus à même d'attirer l'attention et d'engendrer une pollution visuelle.

Tableau 3 : Différents types de dispositifs scellés ou posés au sol //
Ville d'Ambérieu-en-Bugey

Dispositifs posés ou scellés au sol	Effectif
Mât-porte affiche ou porte drapeau	83
Totem	51
4x3	43
Planimètre	36
Micro-signalétique	20
Abribus	15
Oriflamme	11
Chevalet	6
Banderole	2
Total	267

L'effectif des dispositifs installés au sol (*Tableau 3*) est considérablement plus faible que celui des dispositifs muraux, mais leurs supports sont beaucoup plus variés. Le mobilier urbain est notamment présent avec les planimètres et les abribus. Leur format de 2m² permet de les intégrer assez aisément au paysage de la ville à l'inverse des 4x3 scellés au sol, qui au nombre de 43 impactent davantage leur environnement. Les mâts-porte affiches, oriflammes et autres totems sont aussi présents. Ces types de

supports sont assez discrets à condition qu'ils ne soient pas multipliés sur de faibles espaces comme c'est parfois le cas.

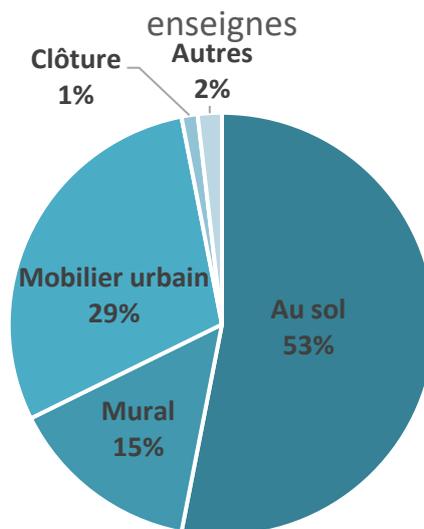
2. EN SYNTHÈSE : LES CHIFFRES CLES DU PARC D’AFFICHAGE EXTERIEUR AMBARROIS

Publicités et préenseignes

Visuellement, une majorité de dispositifs au sol (82 %) avec :

- 53% de dispositifs « scellés ou posés directement sur le sol » ;
- 29% de mobilier urbain (abribus et sucettes).

Répartition des typologies de publicités et pré-enseignes

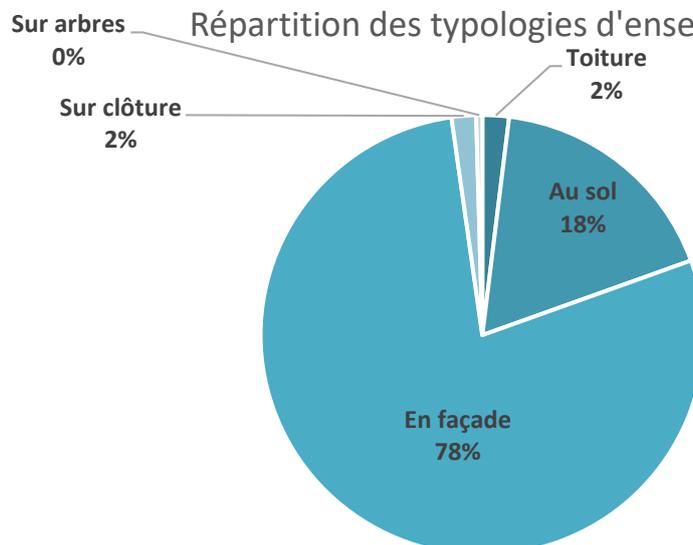


Enseignes

Une majorité d'enseignes en façade (78%) localisées principalement :

- En centre-ville ;
- Au sein des zones d'activités économiques ou le long des axes commerciaux.

Répartition des typologies d'enseignes



Comme l'indique la carte 1 les enseignes sont les plus nombreuses, suivies de loin par les préenseignes et les publicités. A partir de cette situation générale, il est d'ores et déjà possible de relever les espaces où se concentre l'affichage. Il est présent de manière assez importante dans les zones **En Pragnat, En Point Bœuf, Porte du Bugey et le Triangle d'activités**. Des axes dégagent également un affichage soutenu comme **les avenues Libération, Sarraill, Salengro, Painlevé et Pellaudin et les rues Bérard et Briand**. Par leur caractère économique ces zones d'activités et ces axes commerciaux sont des lieux stratégiques pour l'affichage publicitaire.



Carte 1 : Localisation des dispositifs recensés // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

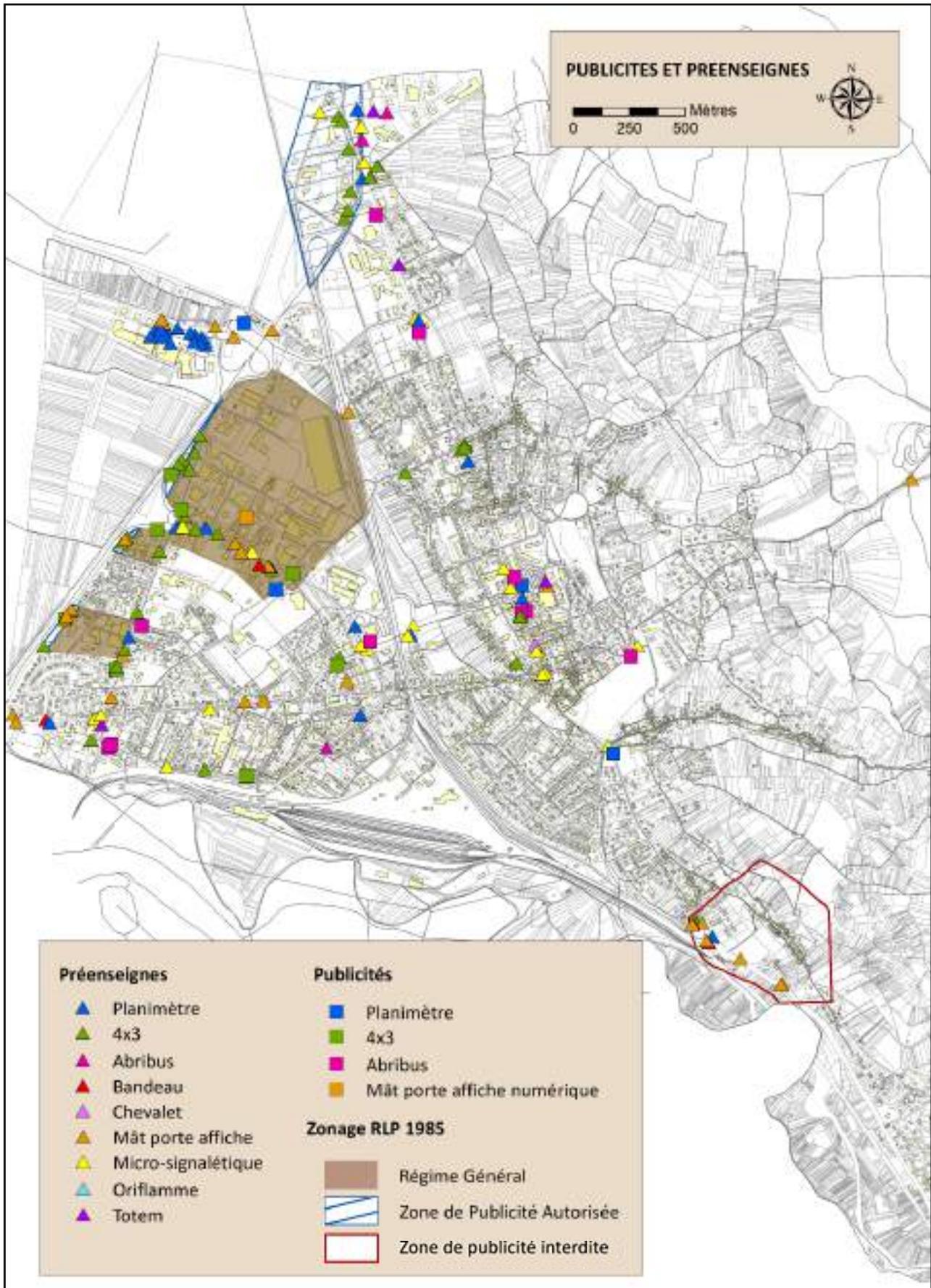
En présentant les principaux espaces où se concentre la publicité, cette carte offre une perspective assez générale sur la situation actuelle de l'affichage, mais elle ne suffit pas pour en avoir une connaissance complète. En effet, le nombre important de dispositifs et la diversité de leur support imposent un regard à une échelle plus fine. Pour cela il convient d'étudier l'ensemble de l'affichage au cas par cas selon sa nature et son emplacement.

III. LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES

La carte 2 reprend l'ensemble des publicités et des préenseignes ainsi que les zones du règlement local auxquelles elles appartiennent. Il en ressort une présence de la publicité et des préenseignes dans toutes les zones du règlement, celle de Saint-Germain ne fait d'ailleurs pas exception alors que toute publicité est censée y être interdite.

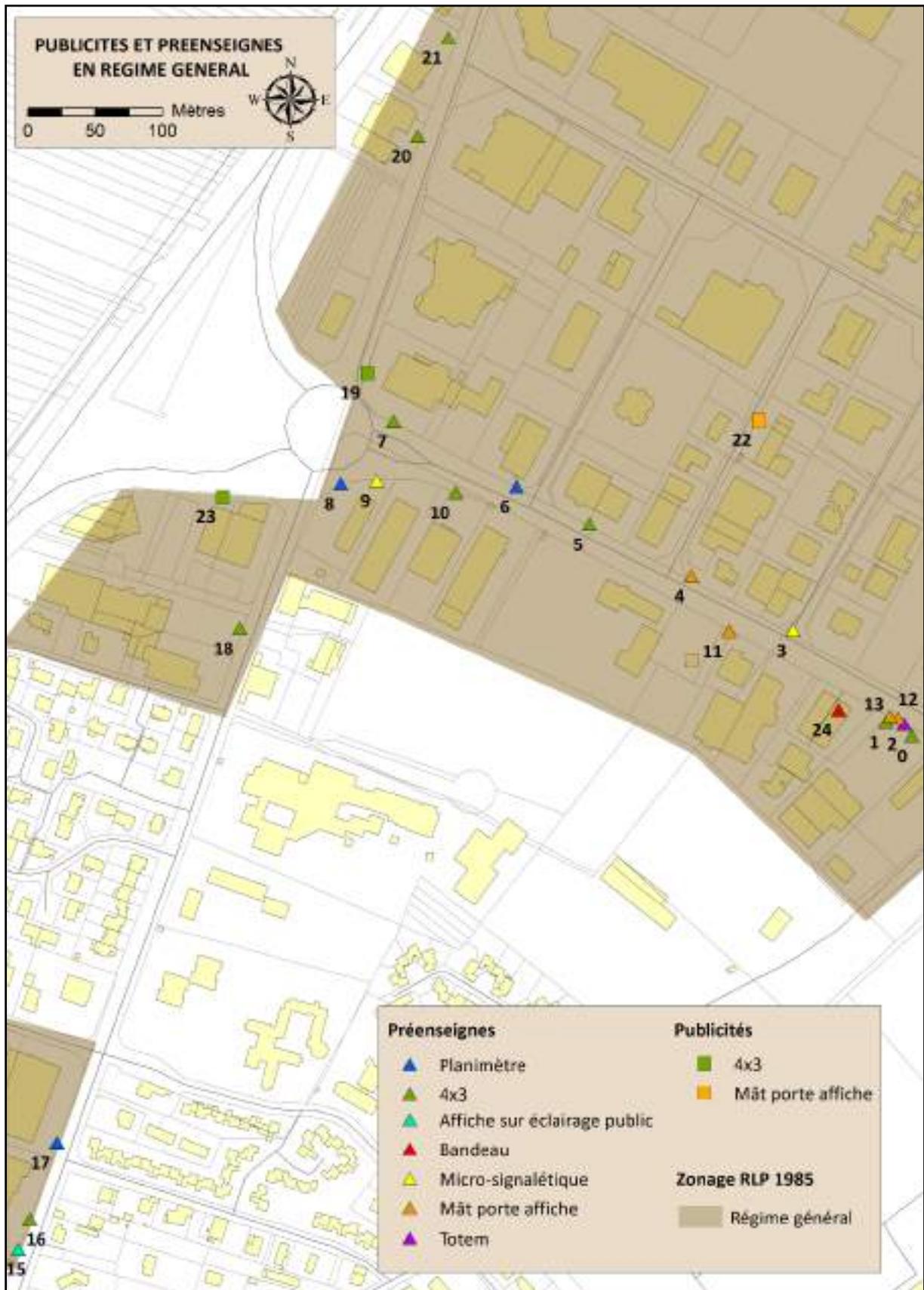
N.B1 : Pour assurer une meilleure lisibilité des productions suivantes, l'analyse du recensement présentée ci-après pour les publicités et préenseignes est structurée selon les zones du RLP de 1985. Chaque zone du RLP de 1985 est traitée indépendamment par les cartes 3 à 6 (Carte 3 : Régime général / Carte 4 : Zone de publicité autorisée / Carte 5 : Zone de publicité interdite / Cartes 6 à 6.3 : Zone de publicité réglementée).

N.B2 : Dans les éléments de diagnostic qui suivent, dès lors qu'un dispositif est numéroté, une annexe cartographique à la fin du présent rapport de présentation (10. Annexe cartographique) présente un tableau des correspondances.



Carte 2 : Localisation des publicités et préenseignes recensées // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

1. REGIME GENERAL



Carte 3 : Publicités et préenseignes en régime général // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

Comme en témoigne la carte 3, la publicité et les préenseignes sont implantées de manière assez importante en régime général et plus particulièrement **le long de l'Avenue de la Libération et de l'Avenue Léon Blum**. Les dispositifs présents sont presque tous scellés au sol et implantés sur des supports variés.



Préenseignes sur 4x3 (n°5)



Préenseignes sur planimètre (n°6)



Préenseignes sur micro-signalétique (n°9)

Par leur localisation dans la zone du Triangle d'activités les avenues de la Libération et Léon Blum sont propices à accueillir la publicité, ce sont des **axes de passage qui représentent des lieux stratégiques pour les annonceurs**. Néanmoins l'affichage engendre un impact sur le paysage puisque l'Avenue Léon Blum offre une perspective sur **le massif du Bugey et le quartier de Saint-Germain**. Les qualités paysagères de cet angle de vue sont d'autant plus marquées que le **Château de Saint-Germain** inscrit au titre des monuments historiques est visible depuis cet axe. La moitié des préenseignes et des publicités en régime général est composée de 4x3, en covisibilité avec le paysage, ce qui génère une pollution visuelle certaine.



Préenseigne sur 4x3 (n°5)

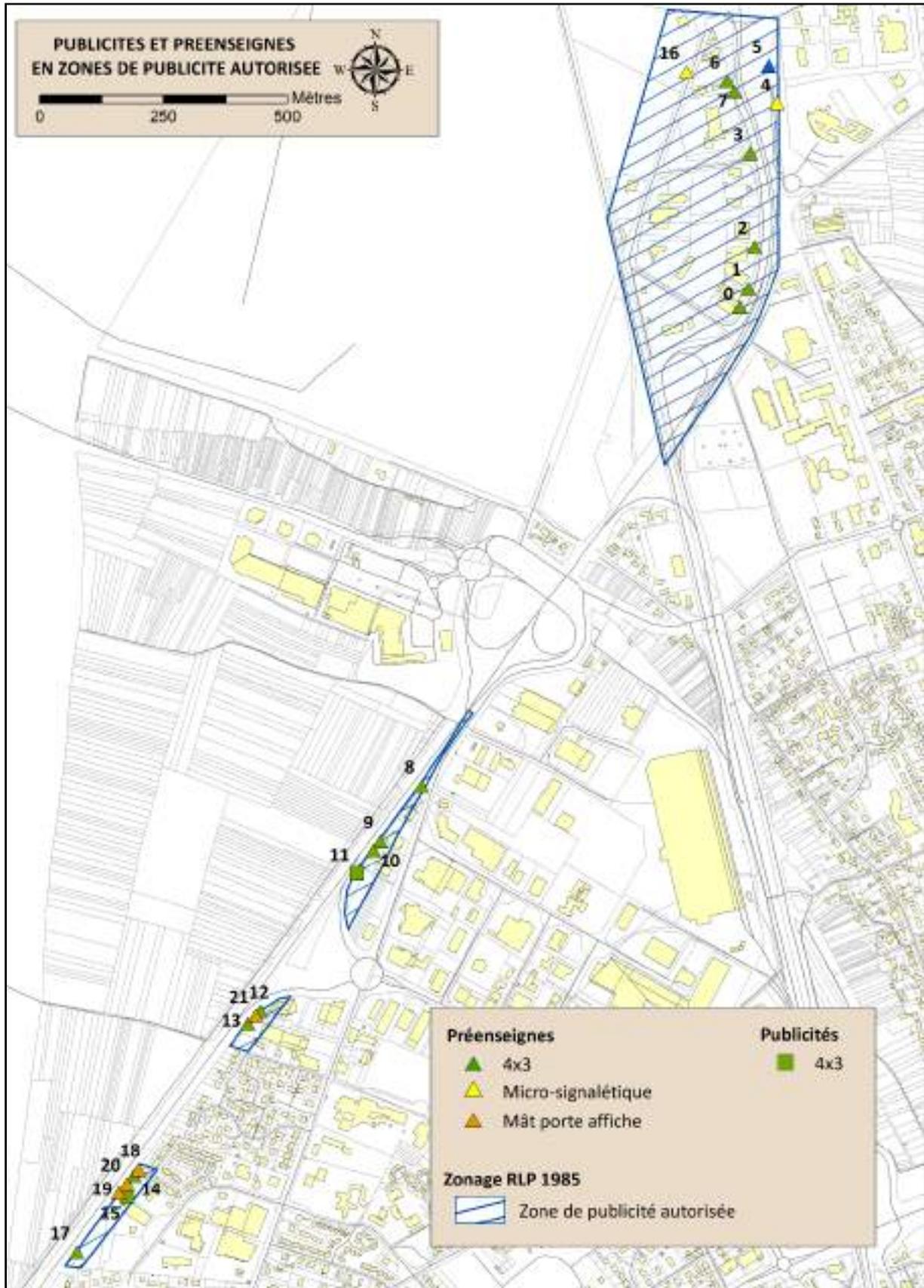


Préenseignes sur 4x3 (n°0 et 1)



Préenseignes sur 4x3 (n°10)

2. ZONE DE PUBLICITE AUTORISEE



Carte 4 : Publicités et préenseignes en zone de publicité autorisée // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

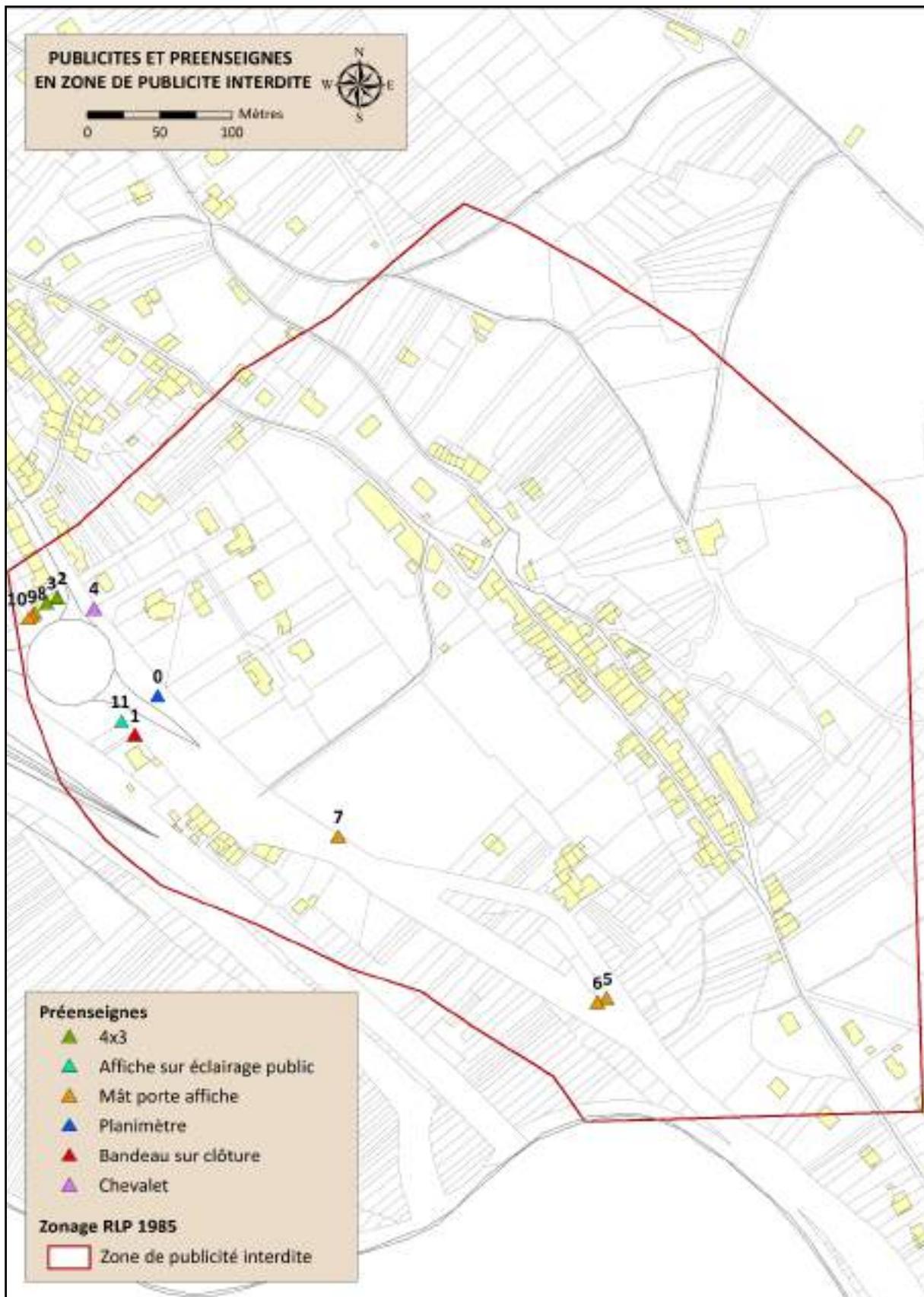
La zone de publicité autorisée du règlement de 1985 a été pensée pour permettre l’affichage publicitaire hors agglomération. Sont concernées les zones d’activités **En Point Bœuf, et celles du Triangle et de L’Etraz** (zone de « BUT ») pour les espaces situés **après les panneaux d’entrée de ville**. Force est de constater qu’aujourd’hui ces ZPA remplissent très bien leur rôle en accueillant 19 préenseignes et 2 publicités. Pour la plupart des préenseignes, les activités annoncées se trouvent sur les zones d’activités de **Porte du Bugey ou du Triangle**. Ces dernières sont implantées le long de la RD 1075 mais leur accès n’est pas toujours évident depuis la départementale, elles sont donc nécessaires pour signaler la localisation des activités concernées.



Ces panneaux sont utiles pour se repérer, mais ils impactent eux aussi le paysage. En effet, sur les 21 dispositifs présents 16 sont de format 4x3. **L’impact visuel se fait particulièrement ressentir le long de la RD 1075 où des petites préenseignes sauvages de format 1x1.5 prennent place entre les 4x3.**



3. ZONE DE PUBLICITE INTERDITE



Carte 5 : Publicités et préenseignes en zone de publicité interdite // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

Le règlement des zones spéciales de publicité de 1985 a institué un périmètre d'interdiction dans le quartier de Saint-Germain par le biais d'une ZPI.

12 préenseignes ont été recensées au sein de la ZPI sur différents supports : murs, clôtures, mâts fixés au sol et même poteaux d'éclairage public. Ces préenseignes sont essentiellement de faibles superficies avec des formats de 1x1.5, même si deux panneaux 4x3 sont apposés sur un mur d'habitation.



Préenseignes sur 4x3 (n°2-3)



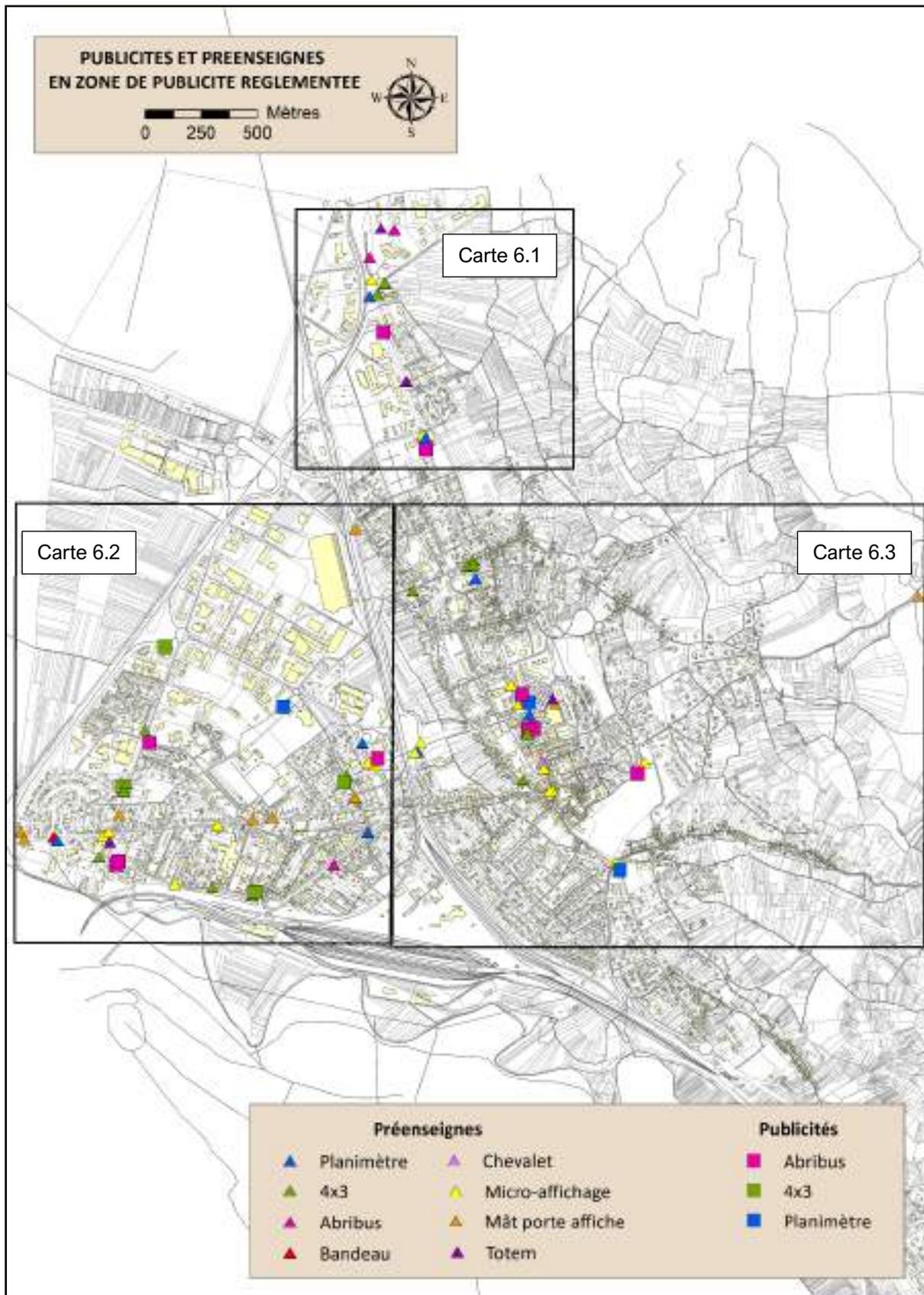
Préenseigne 1x1.5 sur clôture (n°1)

La situation de l'affichage dans le quartier de Saint-Germain est totalement contradictoire avec la ZPI qui n'a aujourd'hui aucune utilité effective. Dans ce cas, la pollution visuelle n'est pas générée par des effectifs ou des formats importants, **mais par leur simple présence qui s'intègre mal dans un tel environnement.**



Préenseigne sur planimètre n°0

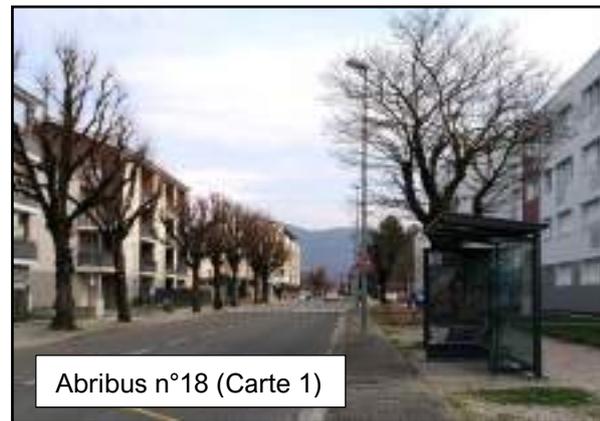
4. ZONE DE PUBLICITE REGLEMENTEE



Carte 6 : Publicités et préenseignes en zone de publicité réglementée // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

La zone de publicité règlementée du RLP de 1985 concerne tous les espaces situés au sein du périmètre d'agglomération n'appartenant ni à la ZPI de Saint-Germain, ni au régime général des zones d'activités. L'inventaire comptabilise 79 publicités et préenseignes en ZPR, avec une grande majorité de préenseignes. Cette prépondérance des préenseignes témoigne à nouveau **d'un besoin qu'ont les activités de se signaler dans la ville.**

En ZPR une part non négligeable de l'affichage est issue des différentes concessions municipales avec 11 dispositifs de micro-signalétique, 10 planimètres et 13 abribus. Ce type de support **reste assez discret et s'intègre au sein du paysage urbain.**

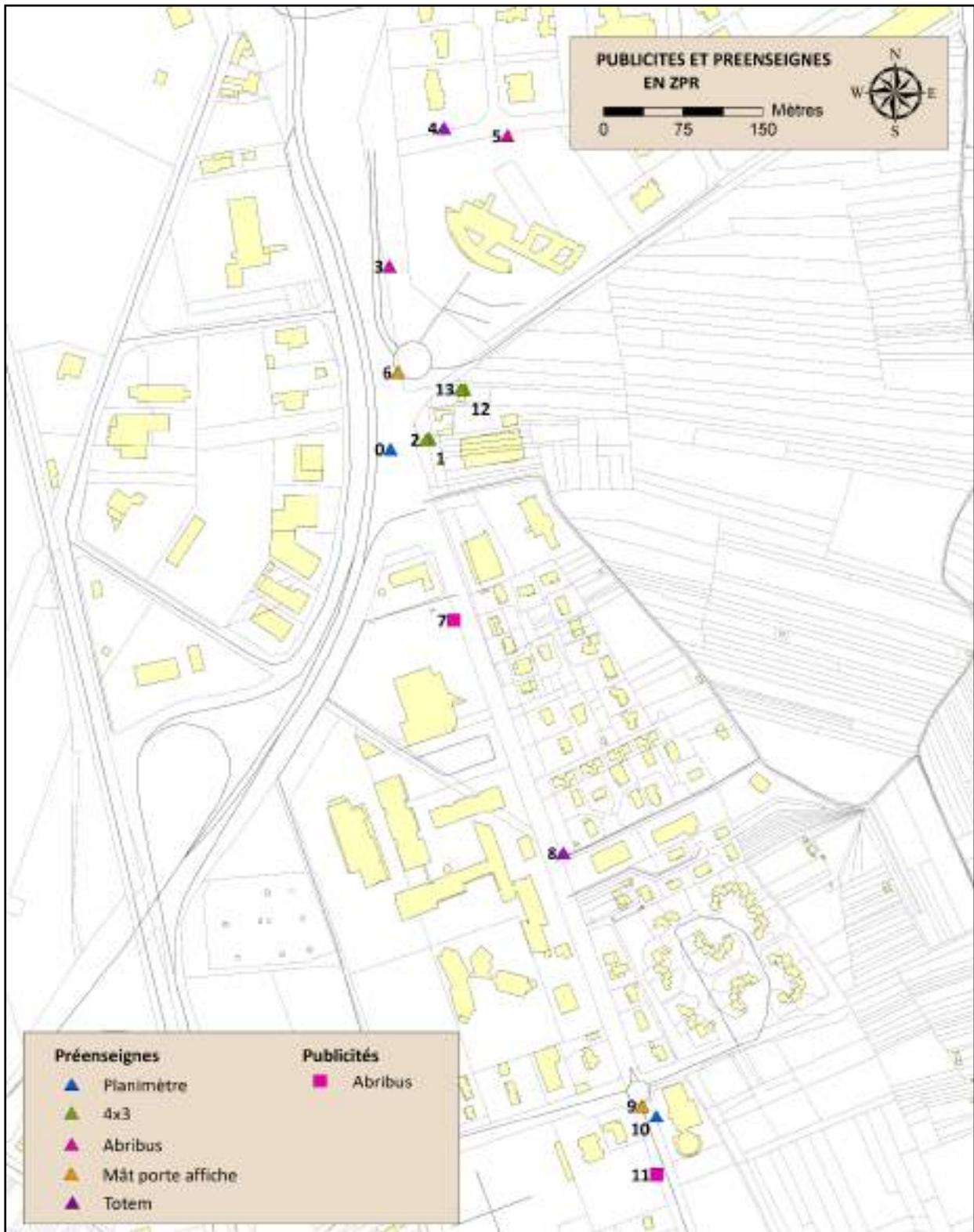


A l'inverse 22 panneaux 4x3 sont dispersés dans la ZPR avec **un impact visuel parfois assez fort**, comme dans la Rue Alexandre Bérard où leur concentration les rend encore plus imposants.

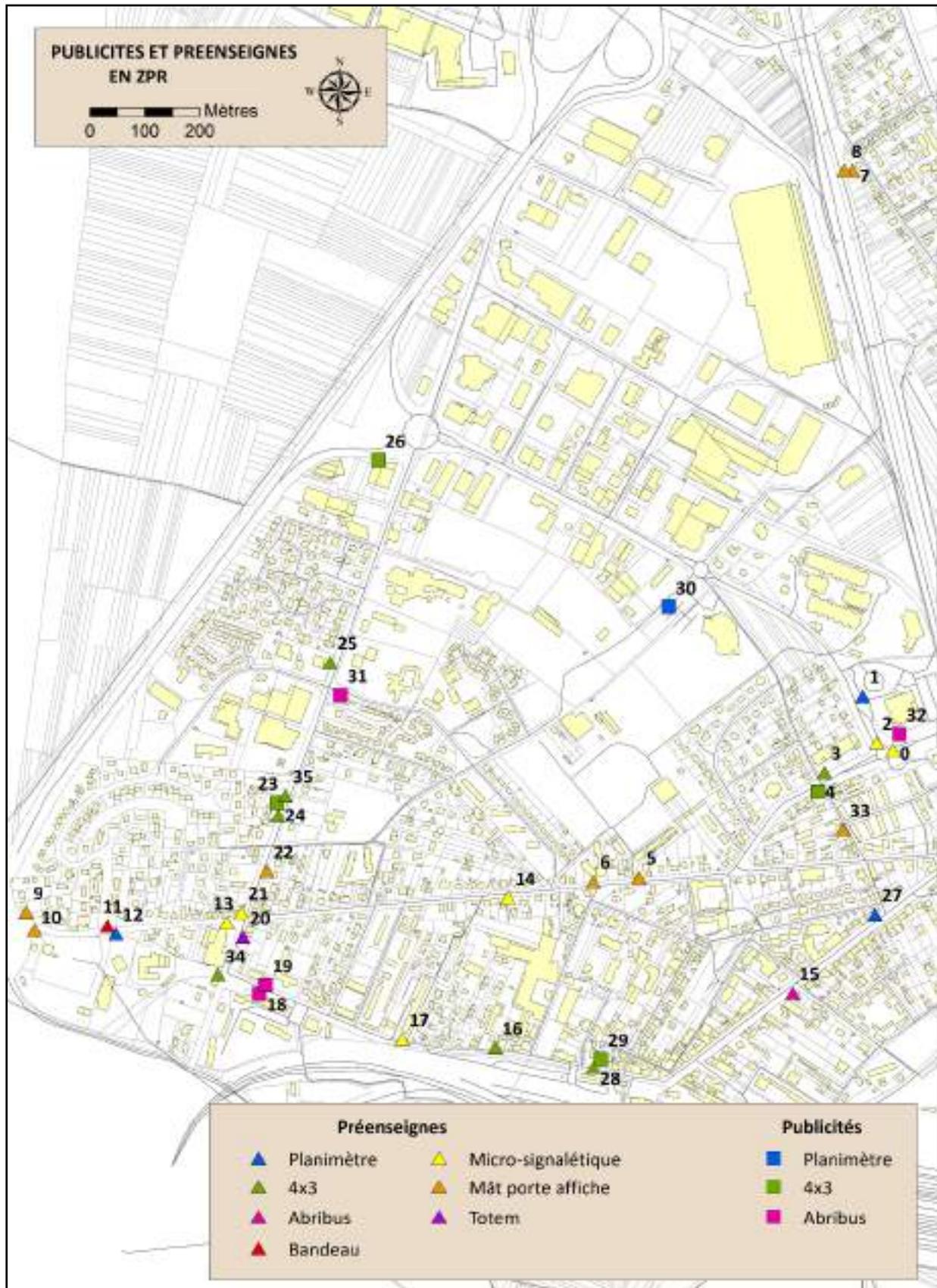


Globalement en ZPR les publicités et préenseignes coïncident avec les rues commerçantes de la ville. L'affichage se condense le long **des Avenues de la Libération, Paul Painlevé, Général Sarrail, Roger Salengro et des rues Aristide Briand et Alexandre Bérard.** Pour une meilleure lisibilité les cartes 6.1 à 6.3 reprennent plus en détail la situation actuelle de l'affichage.

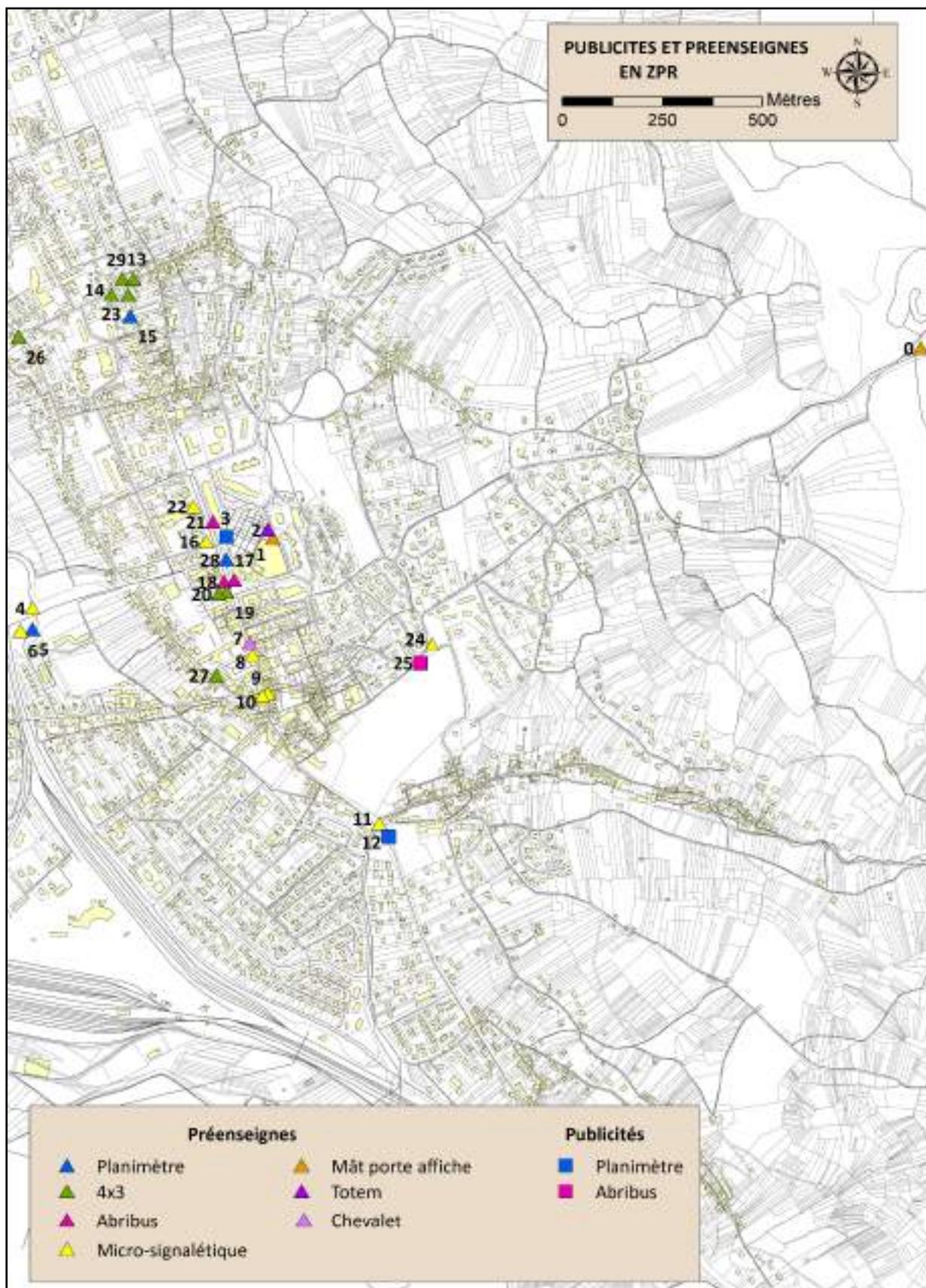
- La carte 6.1 témoigne d'un **affichage assez discret**, car en dehors des quatre 4x3 muraux, les préenseignes et les publicités sont apposées sur mobilier urbain ou micro-signalétique.
- La carte n°6.2 laisse quant à elle apparaître un **affichage un peu plus marqué** dans le quartier gare et Avenue de la Libération.
- La carte n°6.3 présente **un point fort de l'affichage** au niveau du centre commercial des Arcades, mais son implantation sur mobilier urbain reste **peu chargée.**



Carte 6.1 : Publicités et préenseignes en zone de publicité réglementée // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

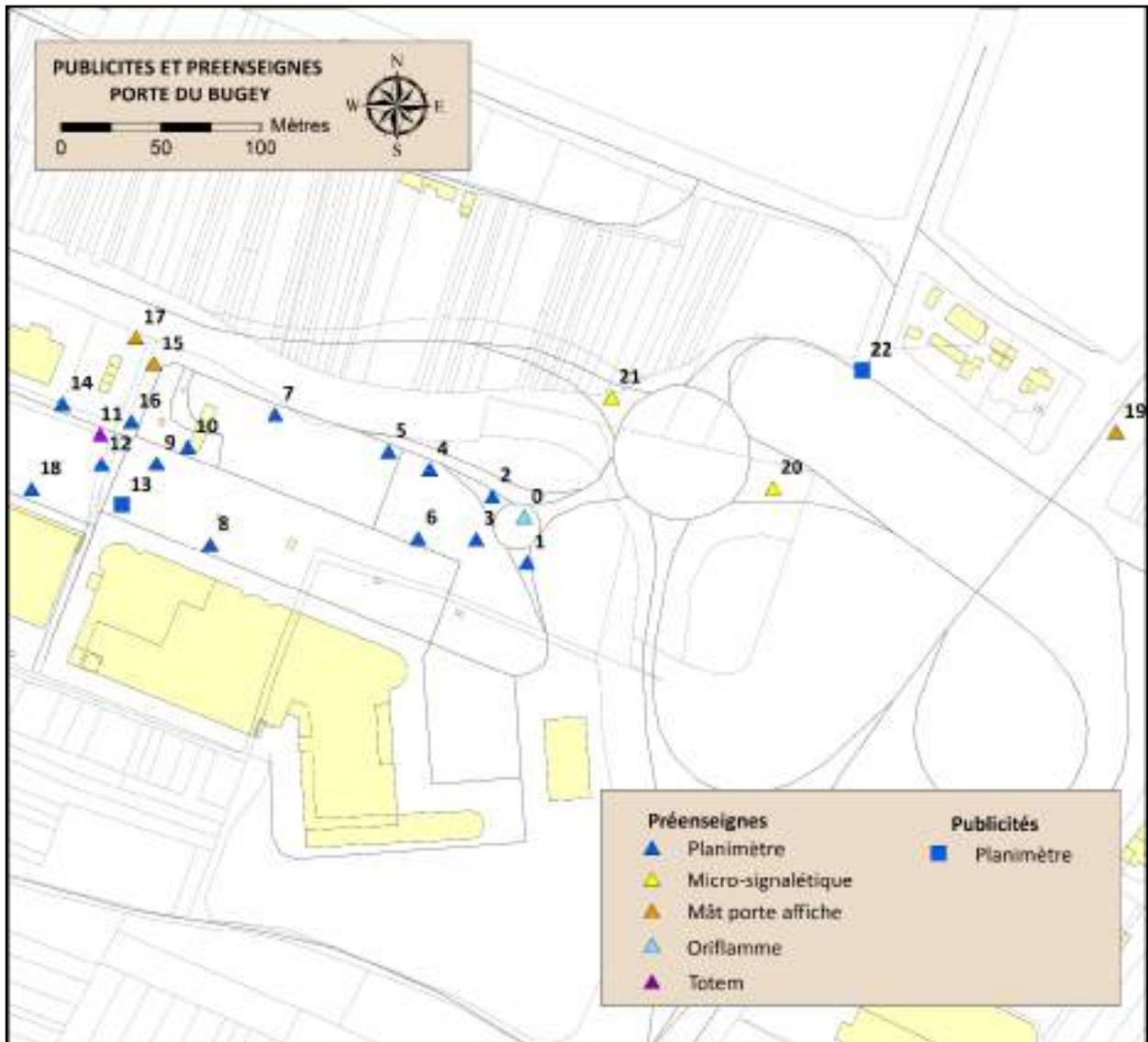


Carte 6.2 : Publicités et préenseignes en zone de publicité réglementée // Ville d'Ambérieu-en-Bugey



Carte 6.3 : Publicités et préenseignes en zone de publicité réglementée // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

5. ESPACES INEXISTANTS EN 1985, NON PREVUS PAR LE RLP



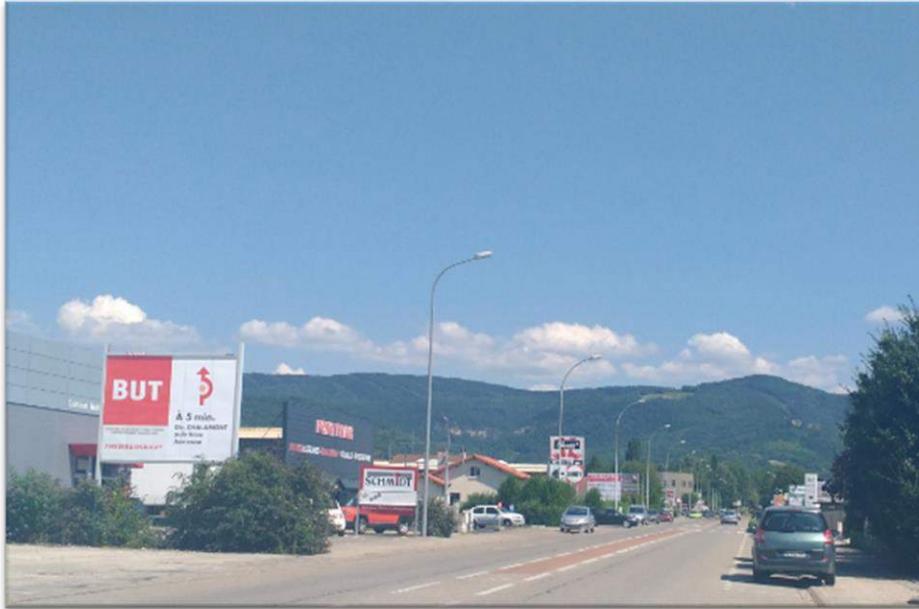
Carte 7 : Publicités et préenseignes non encadrées par le RLP // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

A l'inverse de la zone du Triangle d'activités, celle de **Porte du Bugey** n'est pas prévue par le règlement de 1985, elle est donc soumise à la seule loi nationale. Par son emplacement en dehors du périmètre d'agglomération, **elle ne devrait pas accueillir d'affichage**, or les préenseignes et les publicités y sont installées. L'essentiel de l'affichage porte sur des planimètres dispersés sur le parking du centre commercial et s'intègre bien à la zone.

6. EN SYNTHÈSE : PERCEPTIONS ET IMPACTS DES PUBLICITÉS ET PRENESEIGNES DANS LE PAYSAGE AMBARROIS

Des lieux d'affichage qui impactent l'image du territoire

- Des grands dispositifs (12m²) peu qualitatifs qui « rythment » le parcours sur les grands axes avec le massif du Bugey en toile de fond ;



Dispositifs au sol sur l'avenue Léon Blum

- Des transitions entre espaces naturels et urbanisés accentuées par l'affichage publicitaire grand format ;



Dispositifs au sol le long de la RD1075

- Certaines entrées de ville ou traversées de ville peu qualitatives : dispositifs muraux en nombre, « mur » de dispositifs, etc. ;



« Mur » de dispositifs en entrée de ville, Avenue Léon Blum

- Des dispositifs qui déprécient la qualité des paysages urbains ;



Dispositif mural rue Alexandre Bérard

- Dans les zones d'activités économiques et à proximité, des dispositifs prégnants dans le paysage qui accentuent la faible qualité architecturale de ces espaces.



Dispositif au sol rue du Commandant Jacquin – En Point Bœuf

Des zones habitées qui accueillent des dispositifs grand format ou peu qualitatifs



Rue de la République ; Avenue de la Libération

Des emplacements qui brouillent la lisibilité du paysage urbain

- Des confusions créées avec la signalétique directionnelle ;
- Des covisibilités créées avec des éléments patrimoniaux.



Mobilier urbain Avenue Léon Blum et dans le quartier Saint-Germain

Des infractions au RNP, exemples

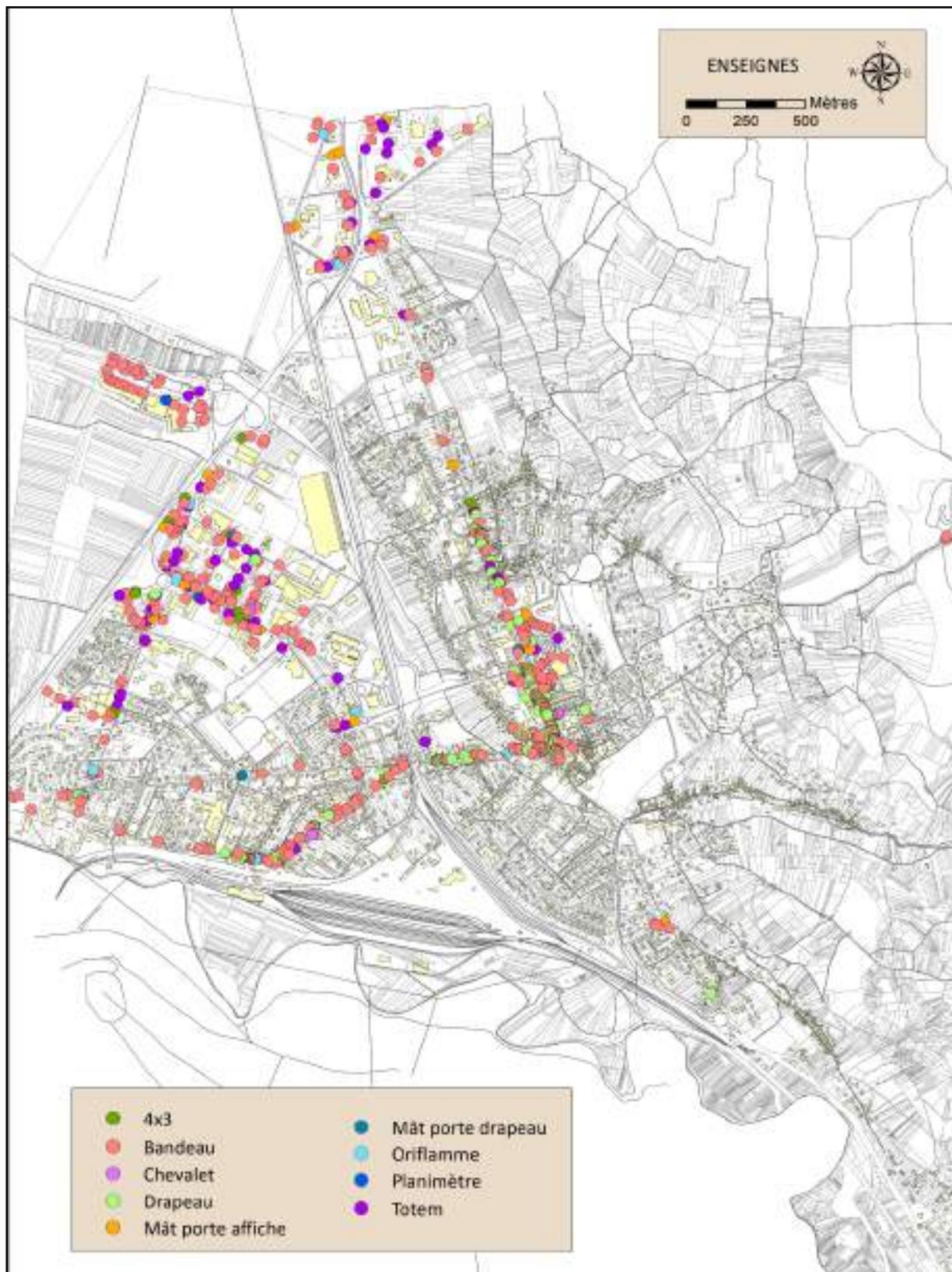
- Dispositif sur mur non aveugle ;
- Dispositifs non alignés et au-dessus de l'égout du toit.



Dispositif sur mur non aveugle Avenue de Verdun ; Dispositifs non alignés et au-dessus de l'égout du toit Rue Alexandre Bérard

IV. LES ENSEIGNES

1. CARACTERISATION DU PARC D'ENSEIGNES



Carte 8: Localisation des enseignes recensées // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

L'inventaire totalise 672 enseignes, qui se concentrent dans les mêmes endroits que la publicité et les préenseignes soient les axes commerciaux et les zones d'activités. Les **rues Alexandre Béard et les avenues Sarrail et Salengro** sont les plus touchées du fait de la présence de nombreuses façades commerciales.

Pour leur grande majorité les enseignes sont murales avec 409 bandeaux et 119 drapeaux. Ces deux formats privilégiés sont souvent doublés ou triplés ; dans ce cas ils ne sont comptabilisés qu'une seule fois, mais leur effectif est précisé dans le tableau correspondant en annexe (10. Annexe cartographique).



Quelques enseignes au sol ont tout de même été relevées comme les chevalets, les mâts porte affiches ou les totems.



La pression visuelle que les enseignes engendrent est moins importante que les publicités et les préenseignes, ce qui s'explique en raison du petit format des bandeaux et des drapeaux. Cependant, seize **4x3** ont été relevés, notamment sur la zone du Triangle d'activités et le long de la RD 1075.



De plus, certains dispositifs de petites tailles sont **multipliés** ce qui génère une certaine pollution visuelle. Les enseignes concernées sont essentiellement sous formes :

- De mâts porte drapeau :



- De bandeaux identiques multipliés sur une même façade :



- De drapeaux non regroupés indiquant sur une même façade l'exercice de plusieurs activités :



2. EN SYNTHÈSE : PERCEPTIONS ET IMPACTS DES PUBLICITÉS ET PRENESEIGNES DANS LE PAYSAGE AMBARROIS

Des axes d'amélioration possible sur la quantité et la qualité des enseignes

- L'intégration architecturale des enseignes à améliorer ;



Rue Aristide Briand

- Des enseignes grand format ayant un impact visuel fort à proscrire ;



Avenue Léon Blum

- La répétition d'un même message à éviter ;



Rue Alexandre Bérard

- La multiplication des enseignes pour une même activité non souhaitée ;



Rue Alexandre Bérard

- La hauteur des enseignes en façade perpendiculaires (ou drapeau) : un rythme urbain à améliorer ;



Rue Alexandre Bérard

Les zones d'activités économiques et les axes commerciaux comme lieux de concentration des enseignes et des infractions

- Un impact visuel important des enseignes en ZAE car ces espaces sont souvent situés en entrée de ville ;



Entrée de ville – En Point Boeuf

- Exemple d'infractions : enseignes en toiture sans lettrage découpé, enseignes en façade dépassant l'égout du toit, surnombre d'enseignes au sol, etc.



RD1075 ; Avenue de la Libération ; Entrée de ville Avenue Léon Blum

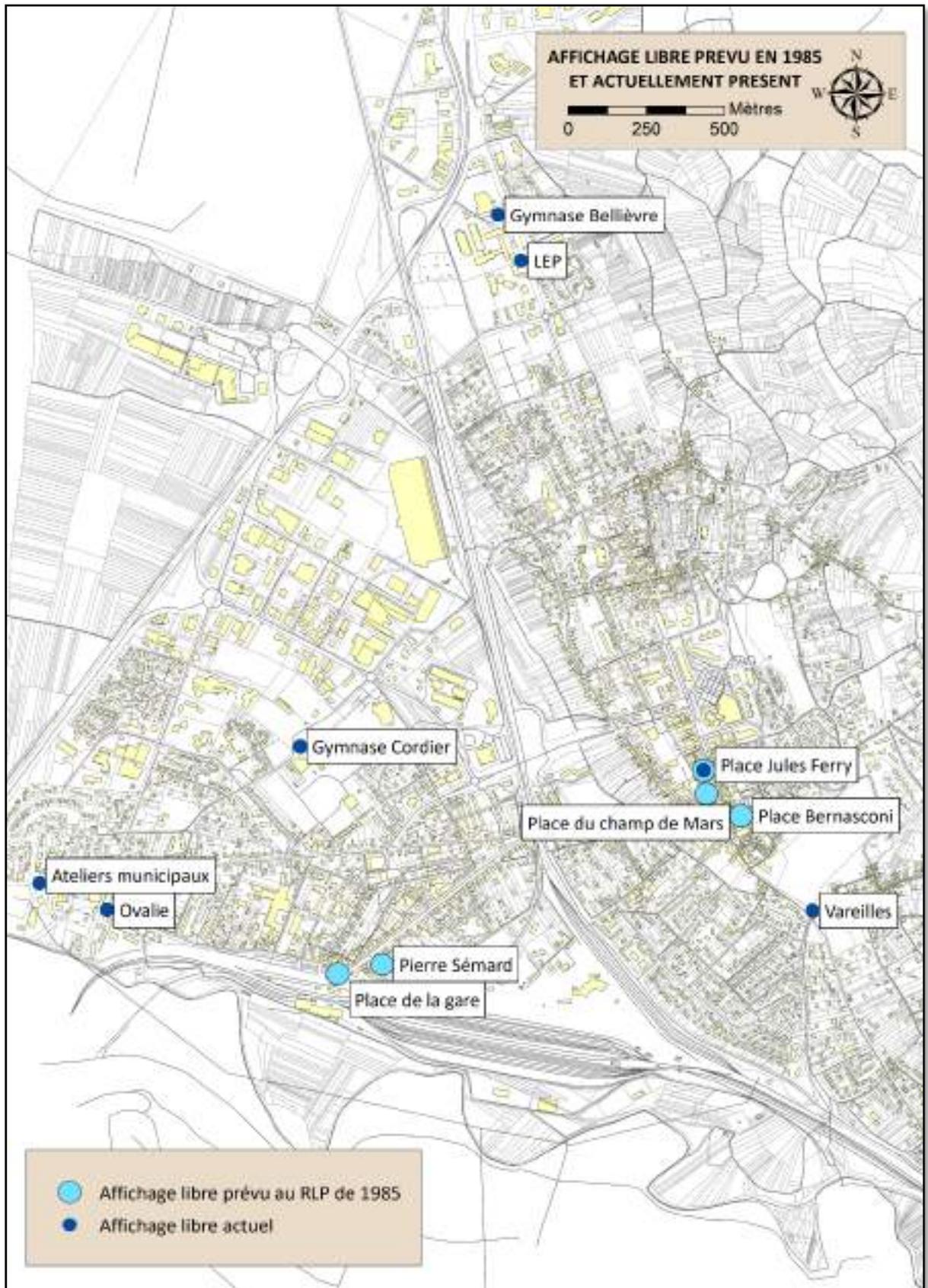
V. L’AFFICHAGE D’OPINION

En 2018, lors de l'inventaire, cinq emplacements étaient présents, ce qui portait la superficie de l’affichage libre à **9m²**.



Compte tenu de la population ambarroise la surface d’affichage d’opinion devrait être de 17m². 8m² étaient donc manquants et ont été comblés depuis l’inventaire par l’installation de deux colonnes Morris (rencontre et Arcades). Les emplacements fixés **respectent la contrainte de distance d’un kilomètre**.

Dans le cadre de la révision du RLP, les outils réglementaires à disposition ne permettent que de « réintroduire » ou non les dispositifs d’affichage libre dans les périmètres d’interdiction relative. Les surfaces à offrir sont réglementées par le Code de l’Environnement comme précisé avant, et le choix des emplacements relève de la commune.



Carte 9: Affichage libre prévu en 1985 et présent lors du recensement// Ville d'Ambérieu-en-Bugey

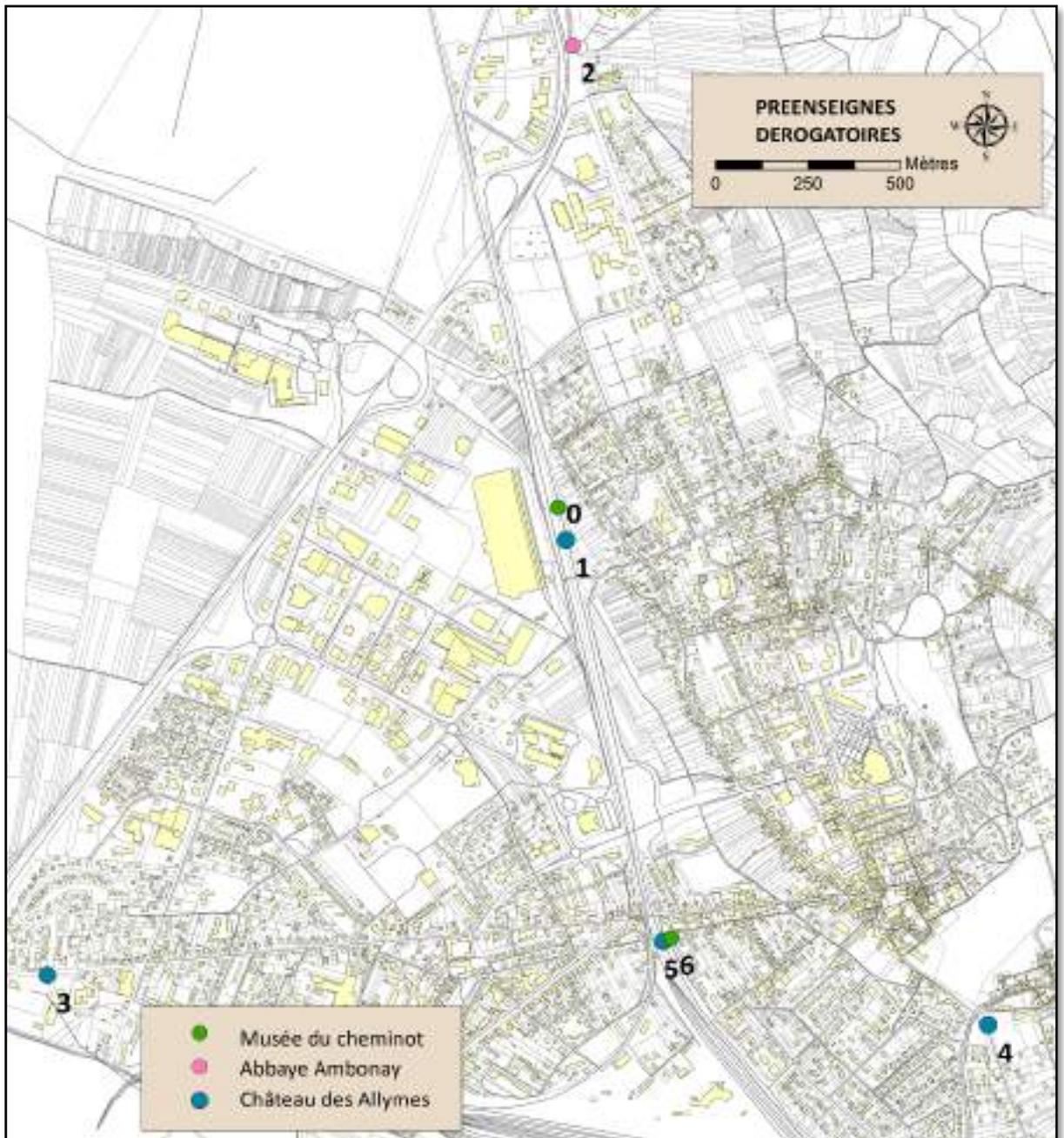
VI. LES PREENSEIGNES DEROGATOIRES

Un dernier type d'affichage encore non abordé a été relevé dans l'inventaire ; les préenseignes dérogatoires. Depuis 2012, la loi a modifié ce statut qu'elle a restreint **aux musées, et monuments historiques ouverts à la visite et aux activités de vente ou de production de produits locaux**. A l'inverse des autres préenseignes, les préenseignes dérogatoires peuvent être implantées hors agglomération

Les enseignes dérogatoires présentent signalent le Château des Allymes, le Musée du Cheminot et l'Abbaye d'Ambronay.



Sur l'ensemble de la commune les préenseignes dérogatoires respectent les normes nationales liées au nombre maximal et à l'emplacement des dispositifs.



Carte 9: Localisation des préenseignes dérogatoires // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

VII. LA CONFORMITE ET LES BESOINS DE MISE EN CONFORMITE

Pour assurer la complétude de l'analyse du parc d'affichage extérieur ambarrois, les analyses précédentes sont complétées par une analyse détaillée de l'**affichage en infraction**. Pour chaque zone identifiée précédemment les dispositifs sont repris par rapport au respect des réglementations locales et nationales.

Cette analyse a été réalisée de mai à juillet 2018.

1. LES PUBLICITES ET PREENSEIGNES :

La carte 10 (ci-après) donne une présentation générale des préenseignes et publicités en infraction ; 59 dispositifs illégaux ont été identifiés et classés selon 3 cas de figure :

- **Les dispositifs non conformes au RNP** : 16 publicités et préenseignes sont concernées. Les infractions relevées sont liées à l'implantation des dispositifs et à la nature de leur support. Dans près de la moitié des cas, les panneaux sont apposés sur des clôtures non aveugles, ce qui était toléré par la loi de 1979, mais interdit depuis la loi Grenelle II. Pour les autres, il s'agit de dispositifs trop élevés, de doubles faces non parallèles ou encore de préenseignes fixées sur des poteaux d'éclairage public.



- **Les dispositifs non conformes au RLP** : Pour les 18 publicités et préenseignes qui ne respectent pas les prescriptions de 1985, 11 sont installées dans la ZPI de St-Germain. En ZPA, 7 sont implantées trop près des limites séparatives. Le RLP imposait en effet aux dispositifs de la ZPA de conserver un retrait de 15 mètres par rapport à ces limites.

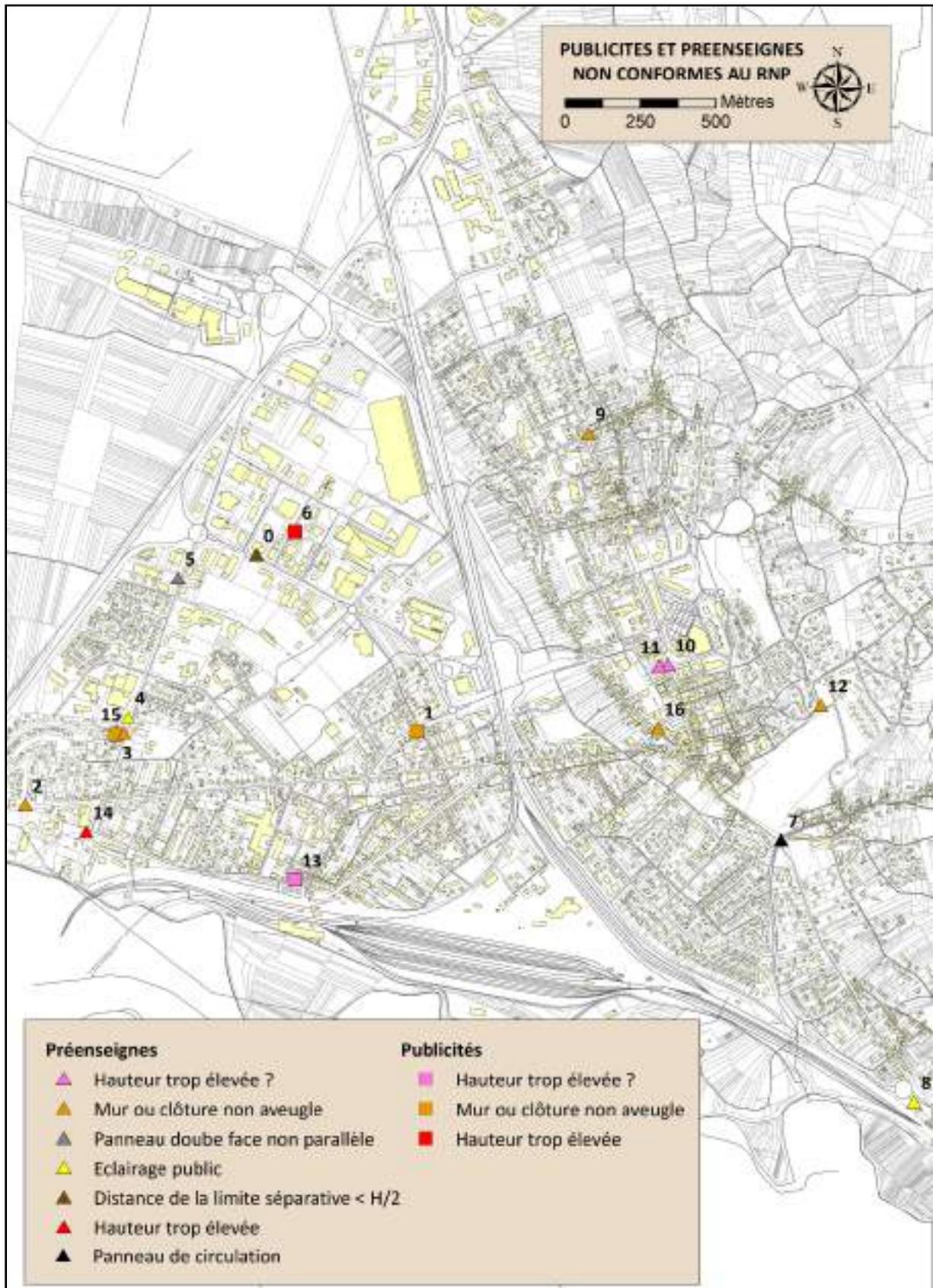


- **Les dispositifs hors agglomération** : Ce dernier cas concerne 23 publicités et préenseignes, dont la majorité se trouve sur la zone de Porte du Bugey. Les autres dispositifs sont implantés le long de la RD 1504 ou en bordure de la route des Allymes.

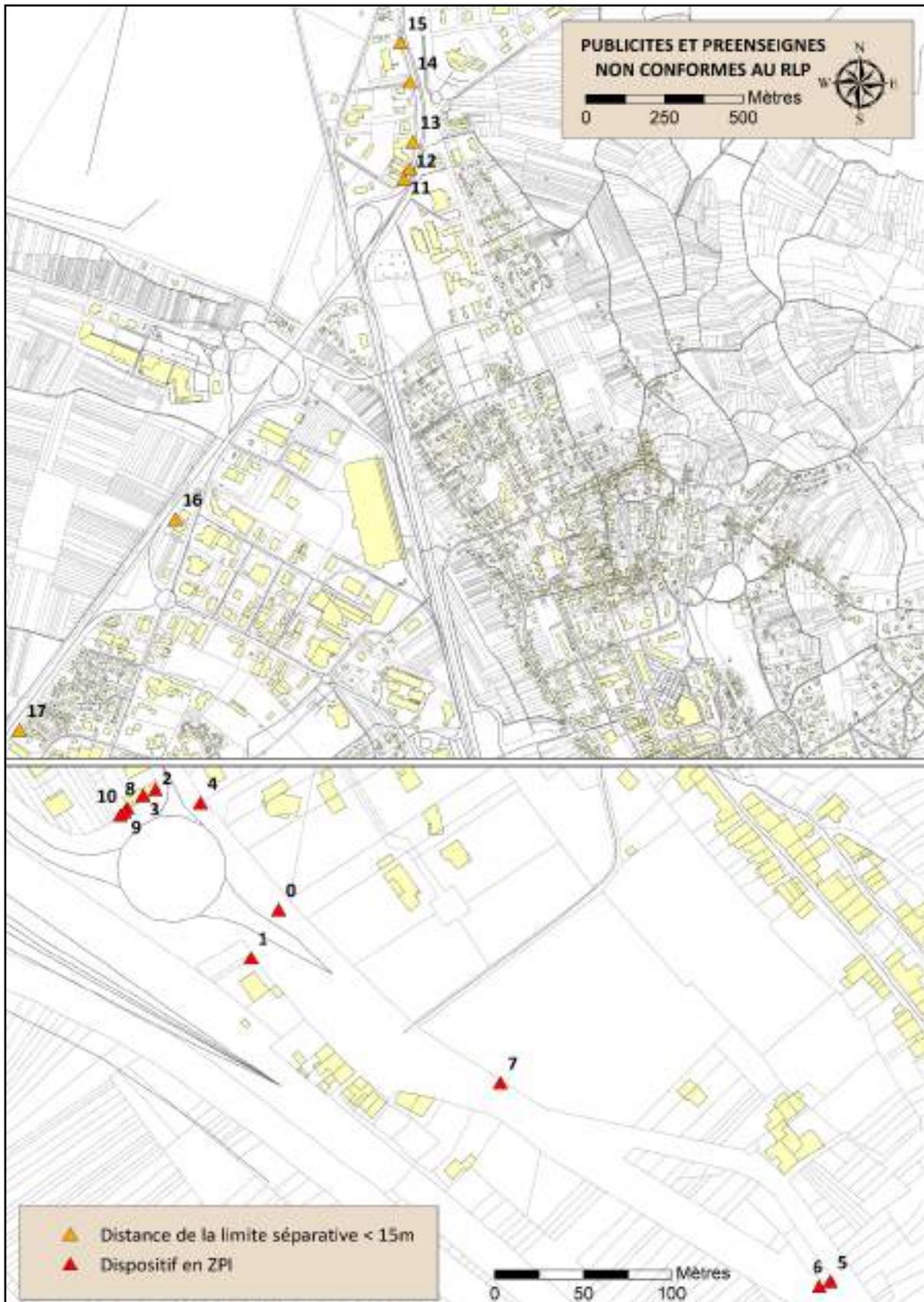




Carte 10: Publicités et préenseignes non conformes // Ville d'Ambérieu-en-Bugey



Carte 10.1: Publicités et préenseignes non conformes au RNP // Ville d'Ambérieu-en-Bugey



Carte 10.2: Publicités et préenseignes non conformes au RLP // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

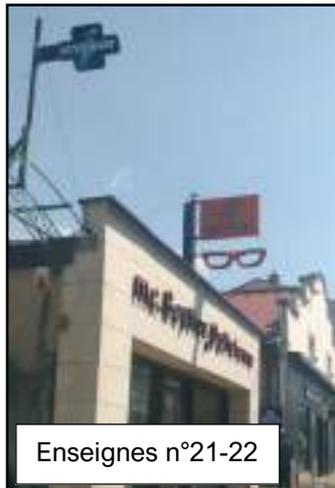


Carte 10.3: Publicités et préenseignes hors agglomération // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

2. LES ENSEIGNES

Contrairement aux préenseignes et aux publicités, les enseignes suivent **une réglementation plutôt souple**. A l'échelle nationale elles sont autorisées hors agglomération, et à l'échelle locale elles ne sont soumises à aucune prescription particulière. Les quelques infractions identifiées sont donc toutes liées au RNP.

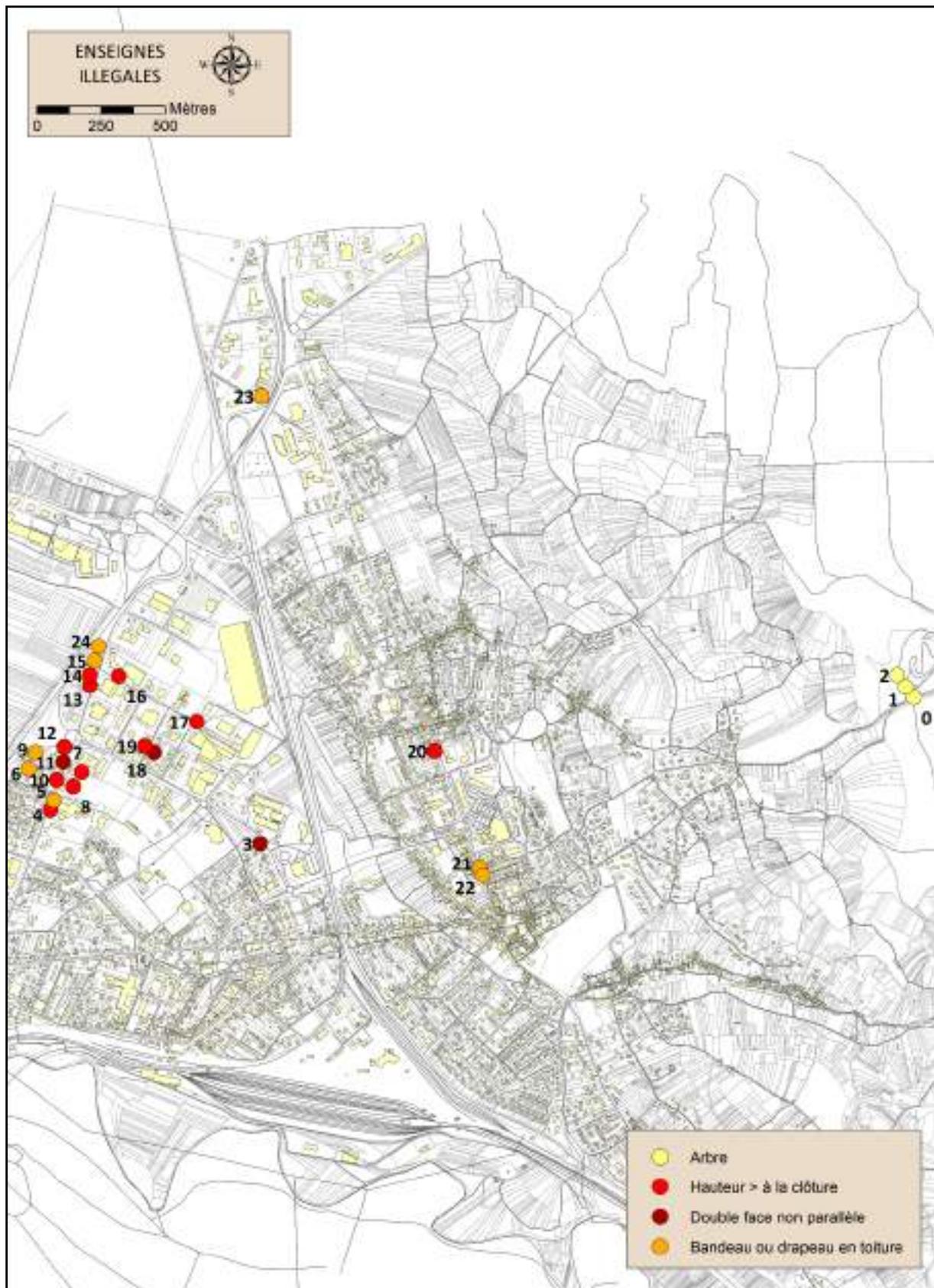
La réglementation nationale permet d'apposer une enseigne en toiture à condition qu'elle ne comporte pas de fond et qu'elle prenne la forme de lettres détachées, ce qui n'est pas le cas des dispositifs suivants :



Tout comme les préenseignes et les publicités, les enseignes doivent être scellées perpendiculairement ou parallèlement à la voie, et si elles comportent deux faces, elles doivent être collées dos à dos :



Sur la route des Allymes, des enseignes sont fixées aux branches des arbres, ce qui n'est pas autorisé par le RNP :



Carte 11: Enseignes illégales // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

5. DIAGNOSTIC TERRITORIAL

Le diagnostic territorial vise à caractériser les différentes composantes du territoire au regard de leurs enjeux urbains, paysagers, environnementaux, architecturaux et patrimoniaux, de mobilité ou encore économiques et de les mettre en vis-à-vis des enjeux d'affichage. L'objectif est d'identifier les conditions d'une intégration harmonieuse des dispositifs publicitaires dans leur environnement.

I. METHODOLOGIE

Le diagnostic territorial du RLP n'est pas un diagnostic exhaustif. En effet il est centré sur les principales caractéristiques du territoire susceptibles d'être impactées par les dispositifs publicitaires et les enseignes.

Les données présentées sont issues du document d'urbanisme local, complétées avec des analyses spécifiques menées dans le cadre du RLP.

Ainsi, trois volets principaux ont été retenus pour le diagnostic territorial du RLP d'Ambérieu-en-Bugey :

- Le cadre paysager et urbain en tant que marqueur des spécificités de la commune ;
- Le contexte économique qui met en lumière la sensibilité de ce secteur au regard de l'affichage extérieur ;
- Le contexte mobilités pour les connexions entre les espaces et en tant que témoin de l'attractivité du territoire en lien avec les flux qu'il supporte.

II. UN CADRE PAYSAGER ET URBAIN GARANT DE LA QUALITE DU CADRE DE VIE

1. LA STRUCTURE DU GRAND PAYSAGE : L'ALBARINE ET LE BUGEY EN TOILE DE FOND

L'entité paysagère des piémonts du Bugey

Ce paysage au relief modestement chahuté et doux, crée des petites cuvettes successives et offre des vues courtes en interne et des percées lointaines sur les côtières. Il est composé d'un mélange de vergers et de prés, l'urbanisation y est ancienne et témoigne d'activités rurales plus intenses au XIX^{ème} et XX^{ème} siècle.

Le Bugey offre un paysage de moyenne montagne (forêts, vallonnements et entités successives, petits cols). Ce secteur dispose de quelques milieux ouverts entretenus par l'agriculture (pâturages, petites surfaces cultivées) au milieu de la forêt mais le risque de fermeture existe (déprise agricole).

L'entité paysagère des coteaux

Orientés Nord Sud, ils sont très perceptibles dans le paysage et offrent des espaces de respiration au sein du tissu bâti.

Les points de vue plus intimes permettent une lecture de la ville, implantée historiquement sur les coteaux.



Le Vieux Saint-Germain // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

L'entité paysagère de la cluse de l'Albarine

Ambérieu-en-Bugey s'inscrit dans un triangle spatial matérialisé par l'embouchure de l'Albarine qui s'évase sur la plaine. La plaine de l'Ain représente une véritable unité paysagère avec un paysage ouvert et plan où les terres de cultures céréalières forment des ensembles visuels d'un seul tenant.



RD1504, vallée de l'Albarine // RP Révision du PLU

Cependant, la présence de ruptures naturelles ou artificielles, apporte des nuances et permet de distinguer des sous-entités différentes. En effet :

- Les infrastructures de transports (RD1075, A42 notamment) qui parcourent la vallée du Nord au Sud sont des éléments directeurs et donnent naissance à des entités autonomes de part et d'autres des voies ;
- La présence d'espaces boisés parfois liés à un cours d'eau (Albarine, Seynard, etc.) ferment les vues en générant des écrans végétaux ;
- Les formations végétales propres à l'espace de liberté de la rivière d'Ain annoncent la transition entre le paysage de plaine et le paysage alluvionnaire.

Le paysage alluvionnaire, correspond à l'espace de liberté de la rivière d'Ain, plus communément désigné sous le nom de Brotteaux. Il est constitué d'un mélange de ripisylve, de bosquets et taillis ou encore de gravières qui rendent la rivière peu perceptible et offre des vues courtes. Dans certains secteurs, les cultures sont en expansion, elles ouvrent les vues et le paysage alluvionnaire se confond avec le paysage de plaine.

Dans le cadre du RLP

Ce paysage nécessite une réflexion vis-à-vis de sa lisibilité sur le territoire au regard des logiques de l'affichage extérieur.

Ainsi, la **conservation des vues sur le grand paysage** et des **coupures vertes** est indispensable pour conforter la qualité des espaces et la préservation des ambiances apaisées. Le RLP peut également participer à **maintenir la limite d'urbanisation** et à **créer des transitions douces** (franges des noyaux patrimoniaux) en agissant notamment sur les dimensions des supports d'affichage.

2. LE PATRIMOINE NATUREL : UNE CEINTURE VERTE

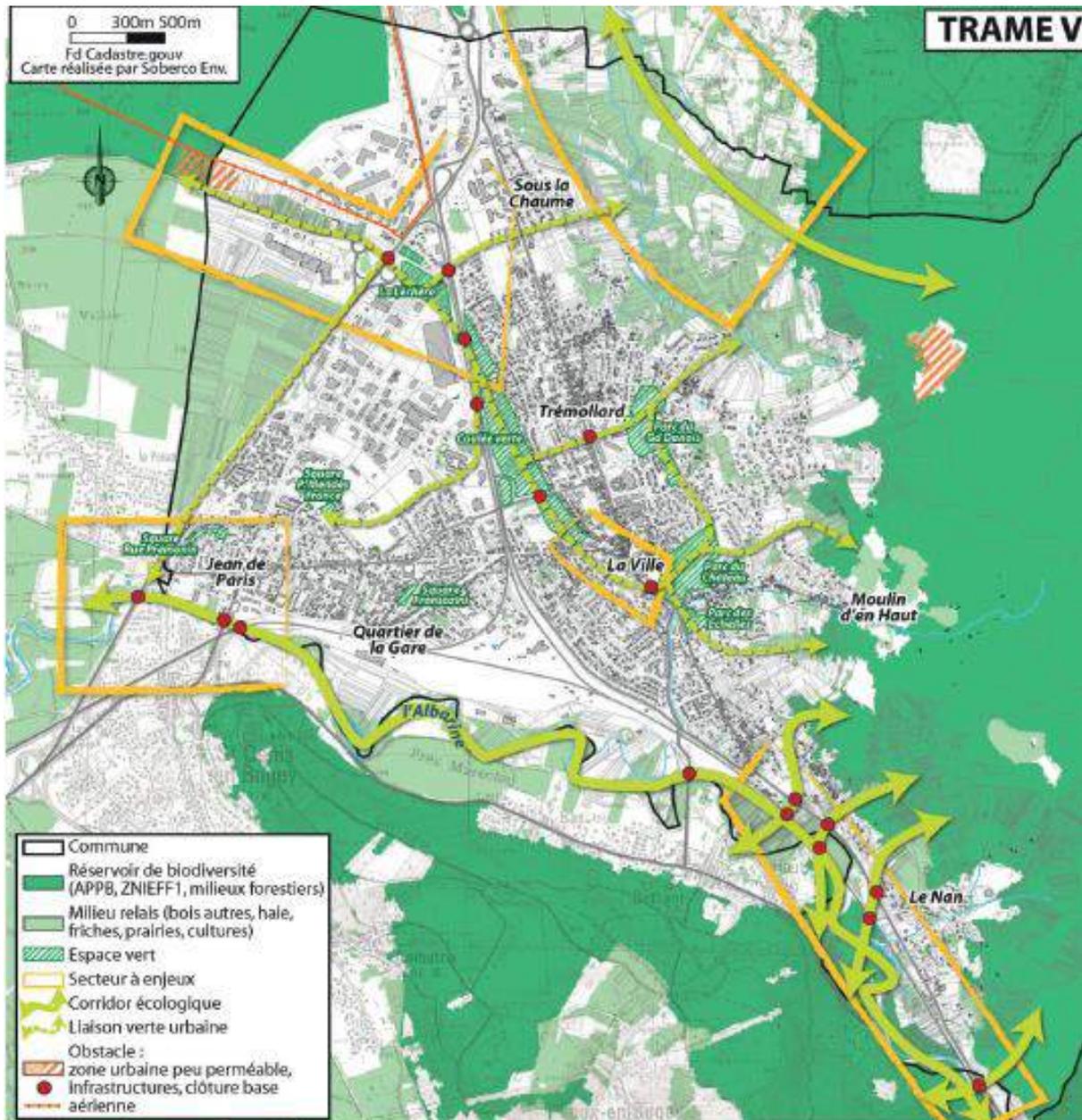
De vastes entités naturelles encadrent la commune et assurent la continuité écologique du territoire :

- Le massif du Bugey et le plateau des Seillières ;
- Les cours d'eau et les milieux associés (cluse de l'Albarine) ;
- Les espaces agricoles de la plaine de l'Ain.

Ce réseau est complété par des mailles écologiques plus fines, représentées par les parcs et jardins présents en zone urbaine, qui structurent la trame verte et bleue communale, et offrent des potentialités de valorisation de la « nature en ville ».

Dans le cadre du RLP

L'organisation spatiale du réseau écologique crée de **nombreuses interfaces** entre les aménités naturelles et les espaces urbanisés (axes, habitat, économie) où l'affichage extérieur, lorsqu'il est présent, doit s'insérer de manière qualitative pour **garantir la fonction première écologique** et **assurer l'ambiance apaisée** des espaces.



La Trame Verte et Bleue d'Ambérieu-en-Bugey // RP Révision du PLU

Focus : la trame noire

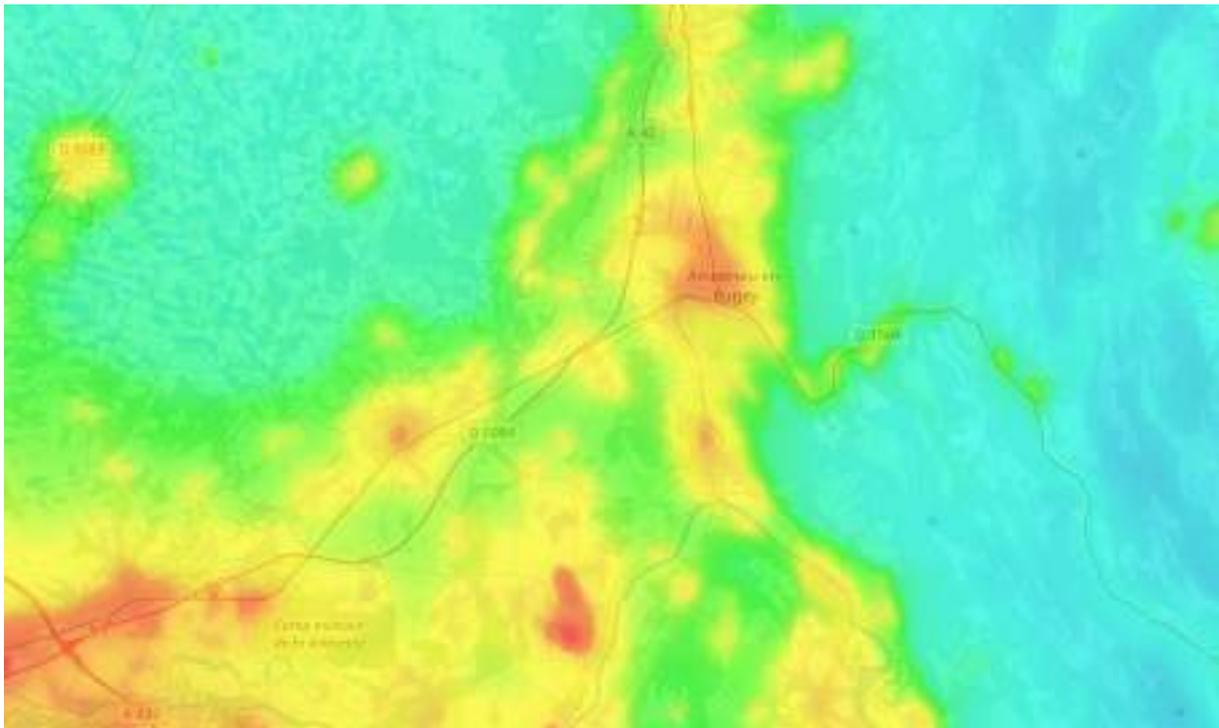
La notion de « trame noire » a fait son apparition depuis quelques années, s'ajoutant à celle de « Trame Verte et Bleue » déjà connue. L'objectif est de limiter la dégradation et la fragmentation des habitats dues à l'éclairage artificiel par l'intermédiaire d'un réseau écologique formé de réservoirs et de corridors propices à la biodiversité nocturne. Plusieurs démarches de trames noires sont en cours ou même déjà achevées en France.

Le terme de pollution lumineuse est employé lorsque les éclairages artificiels sont si nombreux et omniprésents qu'ils nuisent à l'obscurité normale et souhaitable de la nuit. Ainsi, à la tombée de la nuit, d'innombrables sources de lumières artificielles (éclairages urbains, enseignes publicitaires, vitrines de magasins, bureaux allumés en permanence...) prennent le relais du soleil.

Les conséquences de l'excès d'éclairage artificiel ne se limitent pas à la privation de l'observation du ciel étoilé. Elles sont aussi une source de perturbations pour la biodiversité (modification du système

proie-prédateur, perturbation des cycles de reproduction, des migrations, etc.) et représentent un gaspillage énergétique considérable.

Situé à proximité du pôle métropolitain lyonnais, source d'une importante pollution lumineuse, le territoire d'Ambérieu-en-Bugey s'inscrit dans un espace nocturne moyennement perméable : le cœur urbain, d'envergure restreinte, est source d'une pollution lumineuse qui est vouée à diminuer en fonction des remplacements engagés des sources lumineuses. Au-delà du point lumineux du cœur de ville, c'est son prolongement, même de manière moins marquée, en pourtour et aux abords des axes de circulation majeurs internes à la commune et supra-communaux qui constitue un obstacle important pour la circulation nocturne des espèces. Sinon, le contexte plus large est très préservé de la pollution lumineuse, au regard de la présence de milieux naturels ou agricoles.



Carte de pollution lumineuse centrée sur le territoire d'Ambérieu-en-Bugey, la couleur rouge signifie une pollution lumineuse forte // Avex

Dans le cadre du RLP

Le RLP est un « véritable levier supplémentaire » pour la préservation de cette trame noire, par exemple grâce à des restrictions de l'affichage lumineux dans les secteurs jugés sensibles. Par ces mesures, le RLP peut également limiter l'impact lumineux sur la santé.

3. LE PATRIMOINE BÂTI : DES PROTECTIONS INSTITUTIONNELLES ET DES ELEMENTS RELEVANT DU PATRIMOINE VERNACULAIRE

Le patrimoine bâti institutionnel

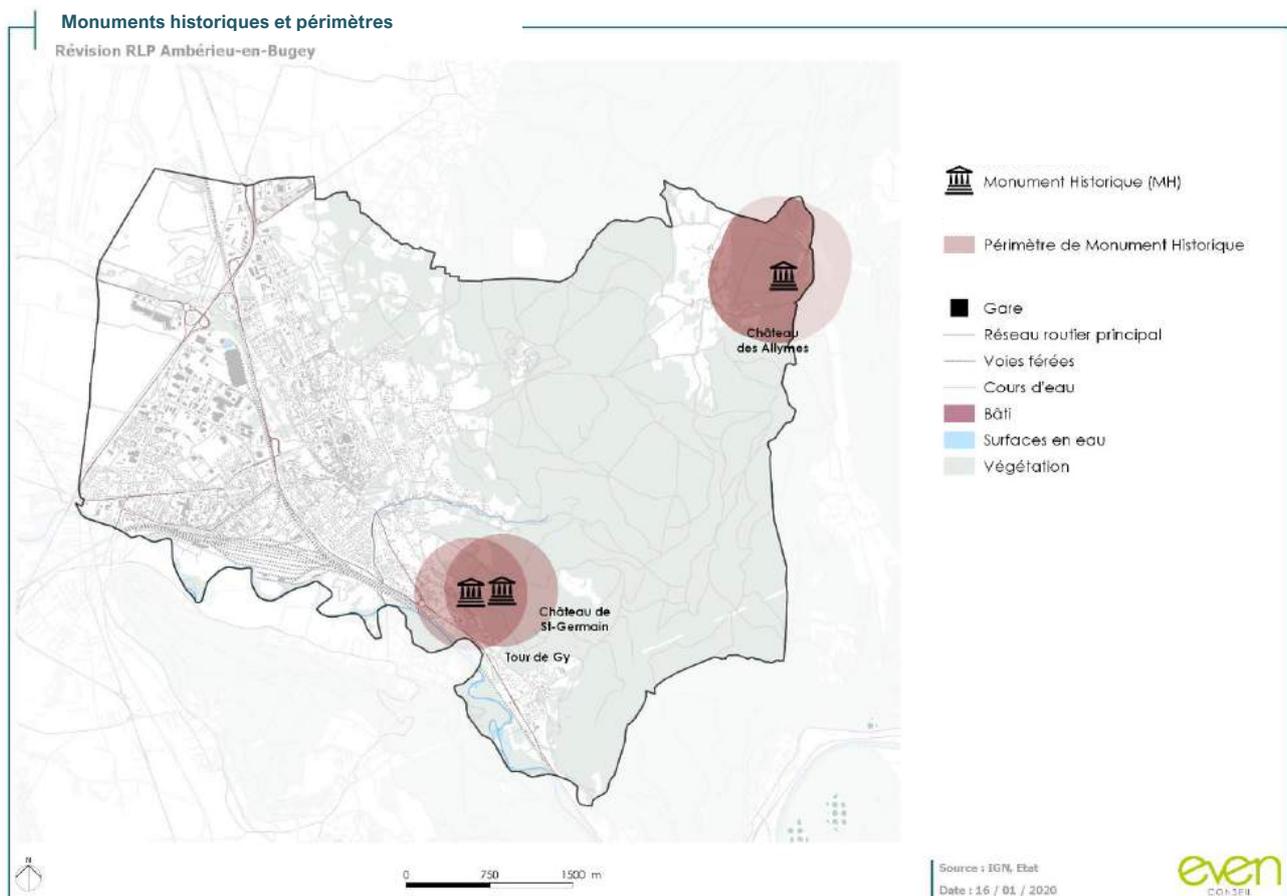
La commune d'Ambérieu-en-Bugey comporte trois monuments historiques, témoins de l'histoire du territoire :

- Le château des Allymes ;
- Le château de Saint-Germain ;
- La tour de Gy.

Ces éléments constituent des points focaux, des repères visuels forts dans le paysage ambarrois proche ou lointain.



Le château des Allymes // Les amis du Château des Allymes



Monuments historiques et périmètres // Even Conseil

Le patrimoine bâti vernaculaire

Le patrimoine vernaculaire est caractérisé par des ouvrages autrefois liés à la vie quotidienne, ou des éléments, des secteurs qui ont contribué à fonder l'identité d'un bourg.

Le territoire possède des éléments de ce patrimoine bâti vernaculaire comme des maisons en pierre, des églises, des croix, des fontaines, etc... particulièrement regroupés dans les noyaux historiques du centre-ville et des hameaux de Tiret, de Saint-Germain, de Vareilles, des Allymes et de Breydevent.



Le centre ancien, rue Aimé Vingtrinier et le Tiret // RP Révision du PLU, Even Conseil

Dans le cadre du RLP

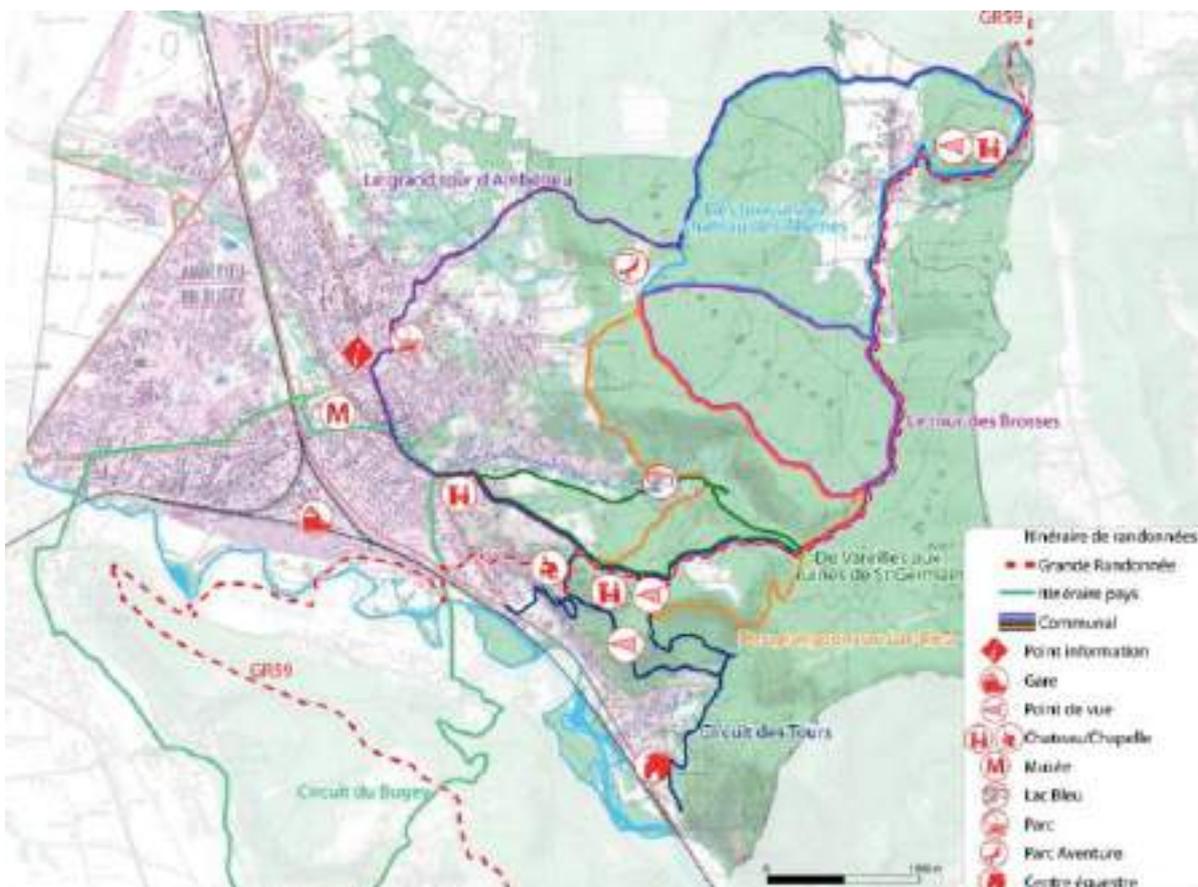
A proximité des éléments de patrimoine, le RLP doit proposer **un traitement spécifique de l’affichage extérieur** (réintroduction ou non de l’affichage dans ces périmètres d’interdiction relative) en harmonie avec la qualité et la signification de ces bâtiments et de leur environnement immédiat.

4. UN POTENTIEL TOURISTIQUE QUI S’APPUIE SUR LES COMPOSANTES NATURELLES ET BATIES DU TERRITOIRE

Ambérieu-en-Bugey dispose d’un patrimoine naturel et bâti qui constitue des supports d’attractivité touristique.

L’offre touristique s’appuie notamment sur :

- Les sites naturels et bâtis d’intérêt local préservés notamment : lac Bleu, Quartiers anciens viticoles, vallée de l’Albarine, château des Allymes ;
- Les circuits de randonnées ;
- Les activités de pleine nature : centres équestres, motocross et accrobranche.



L’offre touristique : point d’intensité touristique et circuits de découverte // RP Révision du PLU

Dans le cadre du RLP

L'affichage extérieur opéré sur le territoire doit **permettre de rendre visibles les sites** naturels et bâtis touristiques, tout en les **préservant d'un affichage qui pourrait dénaturer leurs qualités**.

L'affichage extérieur doit **accompagner le dynamisme touristique** en veillant à la qualité et à la localisation des dispositifs. Souvent **localisés à distance des espaces d'enjeu** pour l'affichage publicitaire car « hors agglomération », une réflexion quant à la gestion de **l'impact visuel des enseignes** (enseignes sur toitures, au sol) qui peuvent siéger à proximité de ces espaces touristiques est importante pour assurer la pérennité des ambiances offertes.

III. UN APPAREIL ECONOMIQUE DYNAMIQUE

1. L'EMPLOI

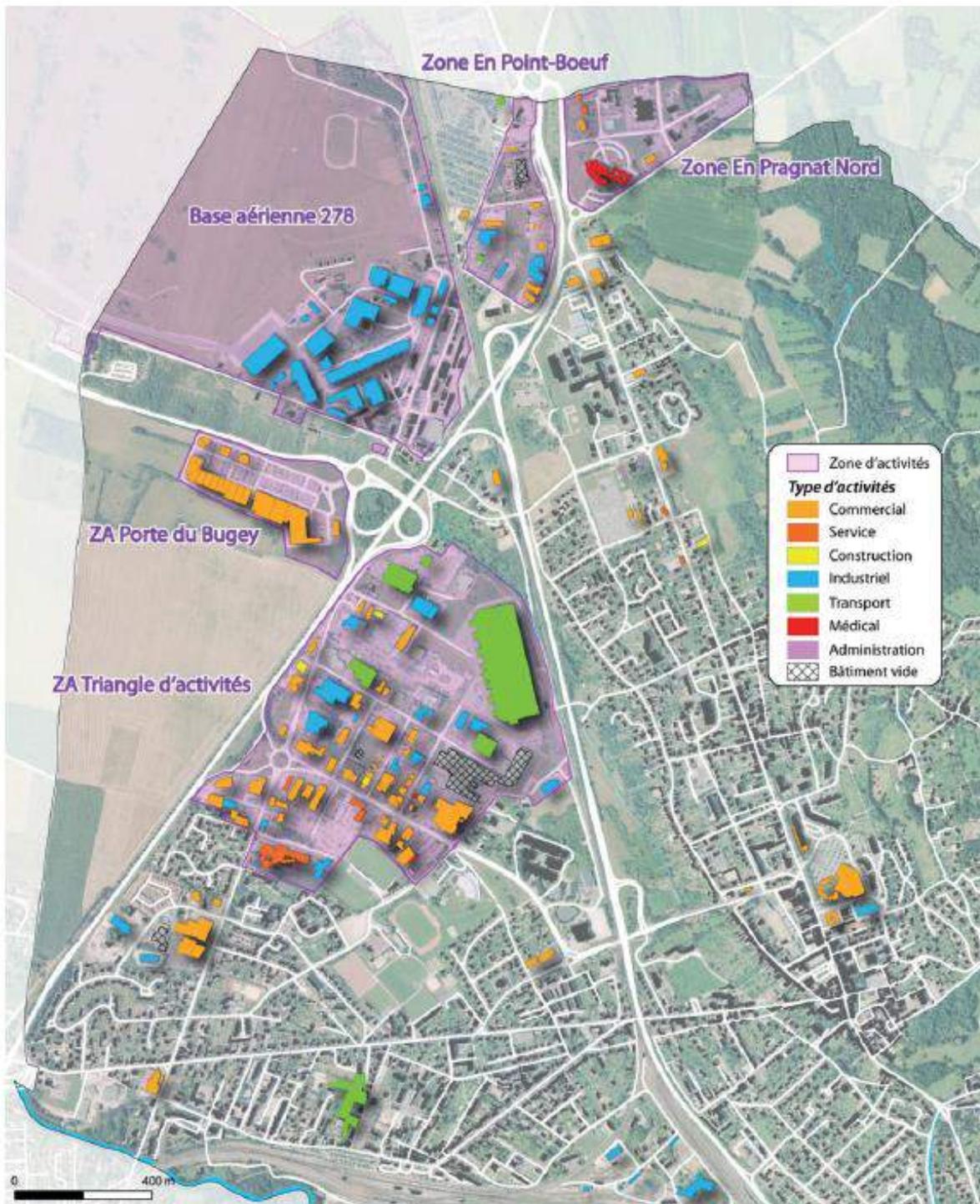
Avec 7 719 emplois et 4% des emplois du département en 2010, la commune est identifiée comme un pôle d'emploi principal dans l'Ain.

2. LES ACTIVITES ECONOMIQUES

La proximité de la métropole lyonnaise contribue au développement de la commune et la positionne comme un pôle d'intérêt régional pour la multiplicité des commerces et des services proposés.

Le profil économique du pôle d'Ambérieu est relativement diversifié, s'appuyant sur un réseau d'industries diversifiées, d'une filière transport bien développée profitant d'infrastructures performantes et d'une base tertiaire à la fois commerciale et de services à la personne en plein essor, sous l'effet de son attractivité démographique.

Les zones d'activités existantes dans la ville d'Ambérieu-en-Bugey s'étendent sur un peu moins de 100 hectares, sur la moitié ouest et la partie nord. La mise en service de ces zones d'activités est relativement récente, notamment pour les zones d'activités En Point Bœuf, En Pragnat et Porte du Bugey (enseignes commerciales) depuis les années 2000.



Localisation et typologie des espaces d'activités d'Ambérieu-en-Bugey // RP Révision du PLU

Focus : les activités commerciales

Ambérieu-en-Bugey constitue le troisième pôle commercial de l'Ain, grâce à une offre d'une surface totale de plus de 46 000m² avec :

- Deux hypermarchés ;
- De nombreuses moyennes surfaces spécialisées (entrée ouest de la commune) ;
- De nombreux commerces de proximité dans le centre-ville historique et le quartier Gare.

Des projets de développement sont également à l'étude (ZA Porte du Bugey).

Dans le cadre du RLP

La concentration des emplois engendre des déplacements domicile-travail centripètes. Ainsi, les **axes**, supports de ces mobilités pendulaires, et plus particulièrement **les entrées de ville** peuvent devenir des **secteurs à enjeux** pour l'affichage extérieur : une vigilance particulière est à impulser dans la gestion de l'affichage pour **créer des « vitrines » territoriales de qualité**. En effet, les **localisations** de sites d'activités le long des axes routiers structurants et en entrées de ville accentuent la prégnance des espaces anthropisés et l'insertion de l'affichage extérieur qui **ne doit pas accentuer ces fractures** (amélioration de l'esthétique).

Plus spécifiquement, les espaces commerciaux, de proximité ou regroupés dans des zones dédiées, générateurs importants d'affichage extérieur, constituent un enjeu de taille pour **l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux particularités locales** (usagers, zones patrimoniales, naturelles, etc.).

IV. UN TERRITOIRE QUI SUPPORTE DES FLUX DE DEPLACEMENTS IMPORTANTS

1. LES INFRASTRUCTURES ROUTIERES

Le réseau majeur de l'agglomération

La géographie physique a eu une influence très importante sur le tracé des infrastructures majeures de l'agglomération ambarroise. Le réseau routier se caractérise par une orientation générale nord/sud des axes de communication.

Le trafic de transit s'organise principalement autour de :

- l'A42, liaison interrégionale qui supporte le trafic le plus important avec 37 000 véhicules par jour ;
- la RD1075 rejoignant Bourg-en-Bresse à l'agglomération lyonnaise, a vu son trafic doubler en dix ans, oscillant entre 5 400 et 24 000 véhicules par jour en fonction des secteurs ;
- la RD1504 qui permet de rejoindre Aix-les-Bains, est l'axe de prédilection pour rejoindre la vallée de l'Albarine notamment en saison touristique.

Ainsi, l'agglomération ambarroise se positionne comme une plaque tournante entre Bourg-en-Bresse, Mâcon et l'agglomération lyonnaise.

Le réseau local

Le réseau local ambarrois manque de lisibilité aussi bien en termes de hiérarchisation des axes, que dans l'organisation des séquences successives d'axe. En effet, l'éclatement des différents pôles générateurs de flux de la commune (établissements scolaires, hôpital, centre-commercial, gare, centre-ville, hameaux, etc.), incite de fait à un usage important de la voiture. Combiné aux coupures naturelles (Albarine, cours d'eau) qui morcellent le territoire et sont difficilement franchissables pour les piétons et les cyclistes, l'utilisation de la voiture individuelle au quotidien est importante.

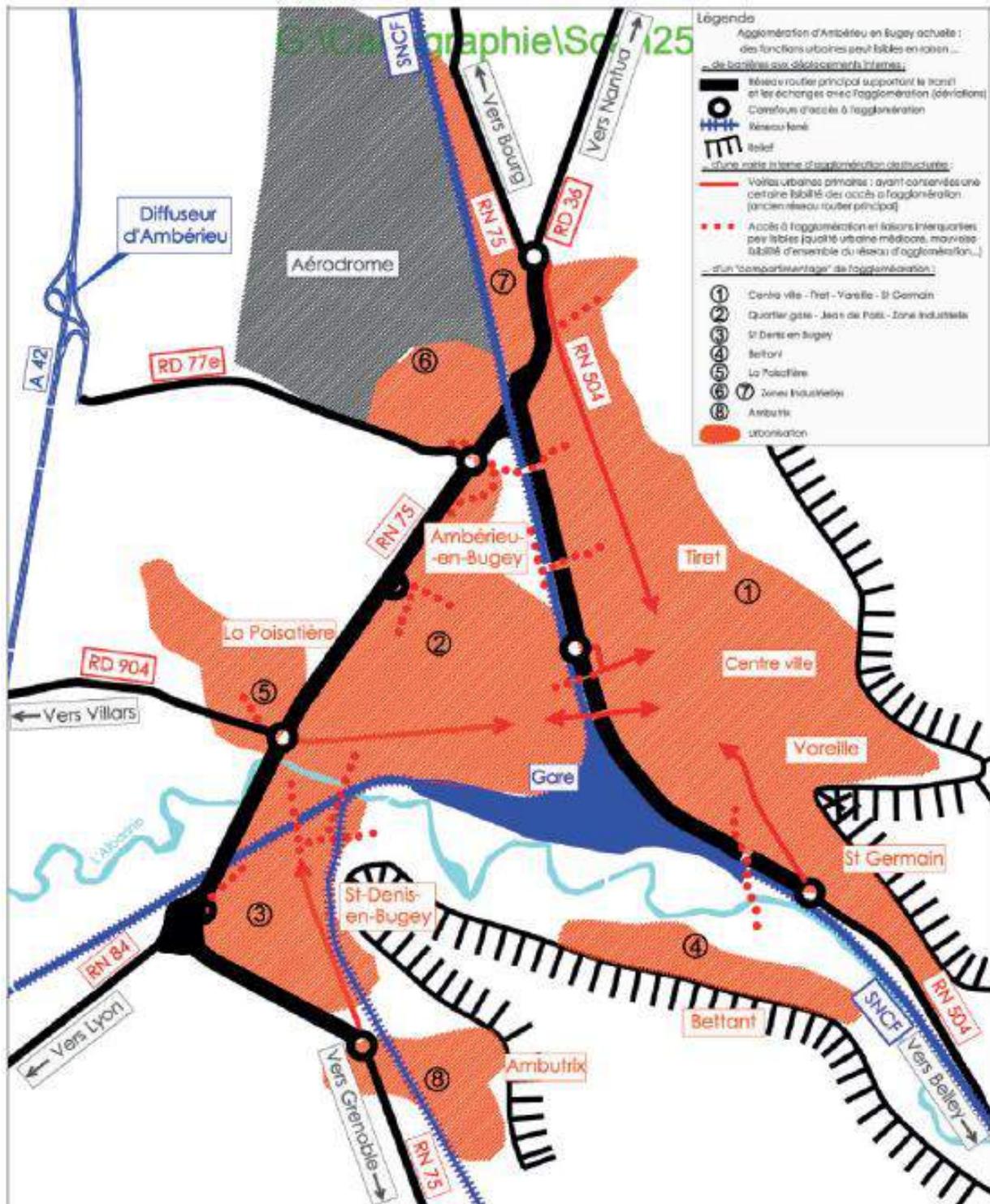
Ainsi, un même axe traverse un secteur dense et animé en cœur de ville (comme par exemple la rue Alexandre Bérard) et supporte aussi une charge de trafic conséquente (dont des trafics de transit). Ces deux usages sont peu compatibles avec le bon fonctionnement de tels secteurs, et notamment avec le confort et la sécurité des piétons et des cyclistes.

L'usage de l'automobile est omniprésent et s'organise de manière plus ou moins anarchique, ce qui engendre des problèmes récurrents de sécurité et de qualité de l'environnement urbain. Par ailleurs, des problèmes ponctuels, en majorité liés à la sécurité et à l'insertion des modes alternatifs à l'automobile, interviennent sur certains secteurs spécifiques, notamment au niveau des échangeurs entre le réseau communal et départemental.

Dans le cadre du RLP

L'omniprésence de la voiture individuelle renforce les enjeux d'affichage à proximité des axes routiers du territoire.

L'encadrement de la publicité doit **s'adapter aux typologies d'axes et aux particularités de certaines séquences**, tout particulièrement lorsqu'existent des enjeux paysagers forts (cônes de vue).



Le réseau infrastructurel d'Ambérieu-en-Bugey // RP Révision du PLU

Les entrées de ville et les repères paysagers

Concentrant souvent les dispositifs de publicité, parfois associées à des zones d'activités économiques et commerciales qui accueillent des flux importants, les lieux d'entrée de ville sont des lieux stratégiques et privilégiés pour l'affichage extérieur, tout particulièrement les publicités et préenseignes.

Les entrées de ville sont ainsi des séquences qui annoncent l'entrée dans l'agglomération : depuis les axes qui supportent ces séquences, les perceptions de premier plan sont importantes. En effet, les repères paysagers de la commune sont visibles (Château des Allymes, Château de Saint-Germain, Tour de Gy, Eglise d'Ambérieu), aménagement paysager de carrefour aux abords des axes, panneaux d'entrée de ville attractifs, etc.

Également lieux d'affichage des événements de la commune qui témoignent du dynamisme territorial, l'affichage extérieur doit parvenir à s'insérer de manière à participer à la qualification de ces séquences.



Carrefour de Saint-Germain et vue sur le clocher de l'église // RP Révision du PLU

Dans le cadre du RLP

Les entrées de ville sont quasi systématiquement en **co-visibilité avec une toile de fond paysagère**, souvent bâtie, mais parfois naturelle (massif du Bugey, vallée de l'Albarine).

« **L'effet vitrine** » offert justifie la nécessité d'une **vigilance particulière quant à la qualité de l'affichage extérieur** : cohérence avec les ambiances des tissus urbains traversés et les besoins économiques, identification de séquences sensibles.

2. LES AUTRES MODES DE DEPLACEMENT

Bien que les mobilités de l'agglomération soient majoritairement tournées vers la voiture individuelle, des alternatives sont permises par :

- Le réseau ferroviaire : gare TER, ligne Lyon-Chambéry, ligne St Gervais-Lyon-Mâcon-Ambérieu-en-Bugey ;
- Le réseau de bus interurbain régional ;
- Le réseau de bus urbain ambarrois TAM ;
- Des modes actifs avec des potentialités de développement.

Dans le cadre du RLP

L'évolution des modes de transports doit être prise en compte dans l'élaboration du RLP, afin d'identifier les nouveaux publics et donc **d'adapter les typologies de dispositifs**, notamment de publicités utilisées.

3. LES PROJETS

Un projet à la mobilité est à noter : l'extension de la zone d'activités économique au niveau de la Porte du Bugey va entraîner :

- Une requalification de la RD1075 et de ses abords dans le prolongement de l'Avenue Léon Blum ;
- La création d'un carrefour urbain à l'intersection avec la RD1075, pour assurer la continuité entre la ville et son extension ouest.

Dans le cadre du RLP

La réalisation du projet serait l'occasion de repenser les stratégies d'affichage publicitaire sur les axes et secteurs concernés, afin **d'adapter les pratiques** aux **nouveaux enjeux générés**.

6. LES ENJEUX DE LA REVISION DU RLP D'AMBERIEU-EN-BUGEY

- La mise en œuvre d'un **encadrement de l'affichage différencié en fonction des caractéristiques des espaces** pour une **meilleure intégration de l'affichage extérieur** dans les paysages
- L'identification des secteurs de la ville qui présentent un **intérêt paysager à préserver de l'affichage** (paysage naturel, paysage urbain, monuments historiques, protection du PLU) pour y promouvoir une **qualité accrue des dispositifs**
- L'**encadrement** et la **régularisation** des dispositifs dans les **secteurs impactés** pour **améliorer l'image** de la ville (zones d'activités, entrées de ville)
- La poursuite des ambitions du RLP de 1985 au regard des **nouveaux outils réglementaires du Code de l'Environnement**

7. ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP D'AMBERIEU-EN-BUGEY

Afin de protéger le cadre de vie, le code de l'Environnement fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Les règles nationales concernant la publicité extérieure peuvent être adaptées aux spécificités locales à travers un Règlement Local de Publicité. C'est le choix qu'a fait la commune d'Ambérieu-en-Bugey en prescrivant l'élaboration de son RLP le 12 octobre 2018.

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



Représentation graphique des orientations du RLP ambarrois // Even Conseil

I. ORIENTATION GENERALE // PRESERVER LA QUALITE DU CADRE DE VIE ET DES PAYSAGES

1. PRESERVER LES VUES EMBLEMATIQUES SUR LA VALLEE DE L'ALBARINE ET LES COTEAUX DU BUGEY, AINSI QUE SUR LES ELEMENTS DE PATRIMOINE BATI QUI FONT IDENTITE (CHATEAU DES ALLYMES, CHATEAU DE ST-GERMAIN, EGLISE SAINT-SYMPHORIEN, EGLISE DE LA GARE ET TOUR DE GY) EN REDUISANT L'IMPACT DES DISPOSITIFS QUI VIENNENT PERTURBER CES PERCEPTIONS

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

Le respect et la valorisation des aménités paysagères s'appréhendent par la volonté de préserver les vues sur le grand paysage et sur les éléments repères bâtis identitaires observés depuis les espaces agglomérés. La topographie du territoire permet effectivement de bénéficier d'échappées visuelles sur le grand paysage au sein même des différents tissus urbains. Atout indéniable pour la qualité du cadre de vie, l'objectif recherché par Ambérieu-en-Bugey est ici de maîtriser les risques de concurrence voire de covisibilités entre l'affichage extérieur et le grand paysage. La préservation des rapports de vues par un encadrement garant de la valorisation des relations visuelles aux paysages renforcera et mettra en valeur l'identité du territoire.



Vue sur l'Albarine depuis l'A42 (Source : RP Révision du PLU) et vue sur le quartier de Saint-Germain depuis la RD1504 // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

2. LIMITER L'IMPACT VISUEL DES DISPOSITIFS EN DEFINISSANT NOTAMMENT UN FORMAT D'AFFICHAGE MAXIMAL POUR S'ADAPTER AUX ENJEUX PAYSAGERS DU TERRITOIRE ET LIMITER LES RUPTURES ENTRE LES ESPACES AGGLOMERES ET NON AGGLOMERES (CAS DE LA RD1075)

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

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



Une transition urbaine (urbanisation – espace naturel) banalisée par la présence de dispositifs au sol le long de la RD1075 // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

3. GARANTIR LA VISIBILITE ET L'ATTRACTIVITE DES ACTIVITES TOURISTIQUES/CULTURELLES ET PARTICIPER A LA VALORISATION DES PRODUCTIONS DU TERROIR

Les activités touristiques et les productions artisanales locales, moteurs économiques locaux doivent pouvoir être assurées et confortées afin de garantir leur pérennisation. Une réflexion pourra par exemple être engagée concernant l'harmonisation de ces affichages ainsi que leur qualité.

4. PERENNISER LES AMENITES PAYSAGERES QUI SIEGENT AU SEIN D'ESPACES URBAINS (LES PARCS URBAINS, CONES DE VUE INTERNES A LA VILLE) EN Y MAINTENANT UNE FAIBLE DENSITE DE DISPOSITIFS

Au-delà du grand paysage ambarrois qui offre des espaces patrimoniaux et bâtis riches et identitaires et dont les volontés de protection ont été fortement exprimées, à une autre échelle, les espaces de trame verte et bleue urbaine ou de nature en ville offrent, par leurs caractéristiques paysagères et environnementales, un espace qualitatif et sont à protéger. Dans ce cadre, les parcs urbains (parc de Tricaud, parc du Grand Dunois, coulée verte, parc des Echelles, square Pierre Mendès France, square Fransozini, etc.) et les points de vue internes à la ville (hauteurs du Tiret, etc.) doivent faire l'objet d'une vigilance particulière au regard de l'affichage extérieur.



Le parc du Grand Dunois et vue depuis les hauteurs du Tiret // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

II. ORIENTATION SECTORIELLE « ESPACES URBANISES » // AFFIRMER LA PARTICIPATION DE L’AFFICHAGE AUX AMBIANCES ET AU DYNAMISME DES ESPACES DE VIE

1. PROPOSER UN CADRE D’AFFICHAGE COHERENT AVEC L’USAGE DES ESPACES (ESPACES HABITES, ZONES D’ACTIVITES ECONOMIQUES, ESPACES DE DETENTE, ESPACES PATRIMONIAUX, ETC.) ET LES FORMES URBAINES EN ETANT VIGILANT SUR LES RAPPORTS D’ECHELLE INDUITS ET LA QUALITE DE L’AFFICHAGE OPERE

Cette ambition générale de préservation du cadre de vie de la population ambarroise se traduit dans la réglementation de l’affichage extérieur par la recherche d’une cohérence entre les formats d’affichage mobilisés et le paysage urbain concerné en termes d’usage de l’espace.

Par exemple, au sein des espaces urbains denses, et particulièrement lorsque des enjeux patrimoniaux existent, il s’agit entre autres de positionner le mobilier urbain comme support privilégié de l’affichage publicitaire.

De plus, des mesures d’amélioration/pérennisation esthétiques et d’harmonisation des dispositifs publicitaires, mais aussi des enseignes, limiteront les nuisances visuelles tout en procurant un apaisement de l’espace.

2. DANS LES NOYAUX HISTORIQUES (CENTRE-VILLE ANCIEN, QUARTIERS DE SAINT-GERMAIN, DU TIRET, DE VAREILLES, DES ALLYMES ET DE BREYDEVENT) OU LE PATRIMOINE BATI OCCUPE UNE PLACE D’ENVERGURE, AFFIRMER ET METTRE EN VALEUR CE PATRIMOINE EN PROPOSANT DES RESTRICTIONS FORTES ET UNIFORMISEES QUANT A L’AFFICHAGE EXTERIEUR EXISTANT (PARTICULIEREMENT POUR LES ENSEIGNES)

La valorisation des ambiances urbaines s’inscrit par un encadrement de l’affichage extérieur limitant les impacts sur le patrimoine et l’architecture. En effet, Ambérieu-en-Bugey bénéficie d’un patrimoine naturel et bâti, aussi, d’une manière générale, les divers noyaux historiques offrent par leurs caractéristiques patrimoniales et paysagères un espace qualitatif, et sont à protéger. Cette ambition se traduit par une volonté politique de favoriser l’implantation d’enseignes de manière cohérente avec l’architecture des bâtis qui les accueillent et les ambiances urbaines dans les écrans de monuments historiques et les noyaux historiques.

Dans ce cadre, des mesures d’encadrement et d’harmonisation des enseignes traduiront, en outre, une valorisation de ces centralités et favoriseront la lecture d’accès aux commerces de proximité et au tissu commerçant du cœur d’agglomération propice aux déambulations piétonnes et usages des modes actifs.



Rue Alexandre Bérard et covisibilité avec l’église d’Ambérieu-en-Bugey (Source : Even Conseil, le centre ancien rue Aimé Vingtrinier // Ville d’Ambérieu-en-Bugey

3. CONFORTER LES AMBIANCES APAISEES DANS LES ESPACES DE VIE QUOTIDIENS EN MAINTENANT UNE FAIBLE DENSITE DE DISPOSITIFS DANS LES SECTEURS A VOCATION PRINCIPALE D'HABITAT

Les espaces de vie quotidiens comprennent les zones résidentielles ou encore les paysages fréquentés de manière quotidienne tels que les espaces accueillant un flux conséquent de population et présentant souvent un caractère très ouvert.

La préservation du cadre de vie des zones résidentielles doit pouvoir être maintenue en garantissant une faible densité des dispositifs ainsi que la recherche d'une implantation harmonieuse et sobre.

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



Rue Alexandre Bérard et rue de la République : des séquences d'axes ou des lieux à dominante résidentielle qui accueillent des dispositifs publicitaires grand format // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

III. ORIENTATION SECTORIELLE « ZONES D'ACTIVITES ET ENTREES DE VILLE » // QUALIFIER ET MAITRISER L'AFFICHAGE EXTERIEUR DANS LES SECTEURS LES PLUS TOUCHES

1. LUTTER CONTRE LA BANALISATION PAYSAGERE DES AXES MAJEURS ET DES AXES COMMERCIAUX EN RECHERCHANT UNE COHERENCE DANS LES ENSEIGNES ET DANS LES TYPOLOGIES DE DISPOSITIFS PUBLICITAIRES MOBILISEES POUR RYTHMER LE PARCOURS URBAIN DE MANIERE QUALITATIVE

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

Cette ambition trouve aussi une déclinaison à une échelle plus locale avec un objectif d'accompagner la mixité (habitat/activités économiques) à proximité des axes identifiés comme « commerciaux » (avenue Roger Salengro, avenue Léon Blum et rue Alexandre Bérard) en vue d'améliorer le cadre de vie pour les résidents et de maîtriser les sur-sollicitations actuelles.



Avenues Léon Blum et Roger Salengro : un travail à engager sur les typologies de dispositifs mobilisées // Ville d'Ambérieu-en-Bugey, Even Conseil

2. APAISER LES ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES POUR AMELIORER LA LISIBILITE DES PAYSAGES ET LA VISIBILITE DES ACTIVITES EN RECHERCHANT L'INTEGRATION ET L'ESTHETISME DES ENSEIGNES ET EN PROMOUVANT LA MUTUALISATION DES SUPPORTS PAR LE BIAIS DE MATERIEL SIGNALÉTIQUE

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

Toujours dans la quête d'optimisation de la lisibilité des paysages et d'une conciliation de ceux-ci avec le besoin de visibilité des acteurs du tissu économique, cette orientation encourage également à la mutualisation, lorsque cela est possible, des supports par le biais de matériels de signalétique qui soient harmonisés. Pour rappel, les matériels de SIL (Signalétique d'Intérêt Local) ou de RIS (Relais Information Service) n'entrent pas dans le champ de compétence du RLP, mais peuvent tout de même relayer des informations au sein de zones d'activités.



Rue du Commandant Jacquin (En Point Bœuf) et avenue Léon Blum : des espaces où les dispositifs publicitaires ne contribuent pas à améliorer la qualité des lieux / Avenue Léon Blum et le long de la RD1075 : des enseignes peu esthétiques // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

3. REQUALIFIER LES ENTREES DE VILLE EN VEILLANT AUX PREMIERES IMPRESSIONS

La valorisation des axes d'entrées de territoire en tant « qu'axes vitrines » passe par un encadrement exigeant de l'affichage extérieur notamment aux abords de la RD1075 et de la RD1054, et également dans les lieux stratégiques d'entrées de ville que sont Jean de Paris, Léon Blum, Porte du Bugey, En Point Bœuf et Saint-Germain, en les affirmant comme première perception du territoire et de ses espaces bâtis.

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



Entrées de ville En Point Bœuf et Saint-Germain // Ville d'Ambérieu-en-Bugey

IV. ORIENTATION THEMATIQUE // PRENDRE EN COMPTE LES EVOLUTIONS URBAINES, TECHNOLOGIQUES ET REGLEMENTAIRES

1. ANTICIPER LES EVOLUTIONS URBAINES DU TERRITOIRE EN AMONT POUR ASSURER UNE PERTINENCE DANS L'APPLICATION DU RLP (MUTATION DU TRIANGLE D'ACTIVITES EN FUTUR FRONT BATI ET EXTENSIONS DES ZONES D'ACTIVITES D'EN PRAGNAT ET PORTE DU BUGEY, FUTURS AXES COMMERCIAUX A CREER, REQUALIFICATION D'AXES ET ENTREES DE VILLE)

Par cette orientation, les élus ont pour ambition d'élaborer un premier RLP « grenelle » qui s'interroge sur le devenir du territoire, et qui anticipe autant que possible ses évolutions, dès lors qu'elles pourraient avoir un lien avec l'affichage extérieur. Par exemple, dans les démarches de qualité que supportent la requalification d'entrées de ville, le RLP pourra apporter une vigilance particulière sur l'affichage opéré au sein et à proximité de ces espaces pour accompagner la qualité des projets.

2. PRENDRE EN COMPTE LES NOUVELLES TECHNOLOGIES D'AFFICHAGE POUR CONFORTER L'IMAGE D'UN TERRITOIRE ENGAGE DANS LA PRESERVATION DE LA BIODIVERSITE (TRAME NOIRE) ET LA REDUCTION DES CONSOMMATIONS ENERGETIQUES

L'ambition de la mise en œuvre d'une politique cohérente d'affichage extérieur (publicités, préenseignes et enseignes) sur l'ensemble du territoire pour la préservation de ses caractéristiques paysagères et écologiques, du cadre de vie de la population, et également pour renforcer l'inscription du territoire dans la transition énergétique, s'exprime par un encadrement précis et rigoureux des possibilités d'affichage.

La publicité numérique est un procédé en voie de développement qui contribue à véhiculer une image moderne des territoires et peut participer dans une certaine mesure à une dé-densification de l'affichage extérieur. Il convient néanmoins de l'encadrer dans le RLP afin d'en maîtriser les incidences sur la qualité du cadre de vie et dans un souci de préservation de l'environnement. Aussi, il s'agira de :

- Limiter le recours aux dispositifs lumineux et numériques en cohérence avec les usages et modes de déplacement au sein des espaces urbains ;
- Limiter les consommations énergétiques répondant ainsi au besoin de réduction des atteintes à la biodiversité (préservation des corridors noirs) et au cadre de vie.

3. CONFORTER L'ORGANISATION DU TERRITOIRE DEFINIE DANS LE PLAN LOCAL D'URBANISME

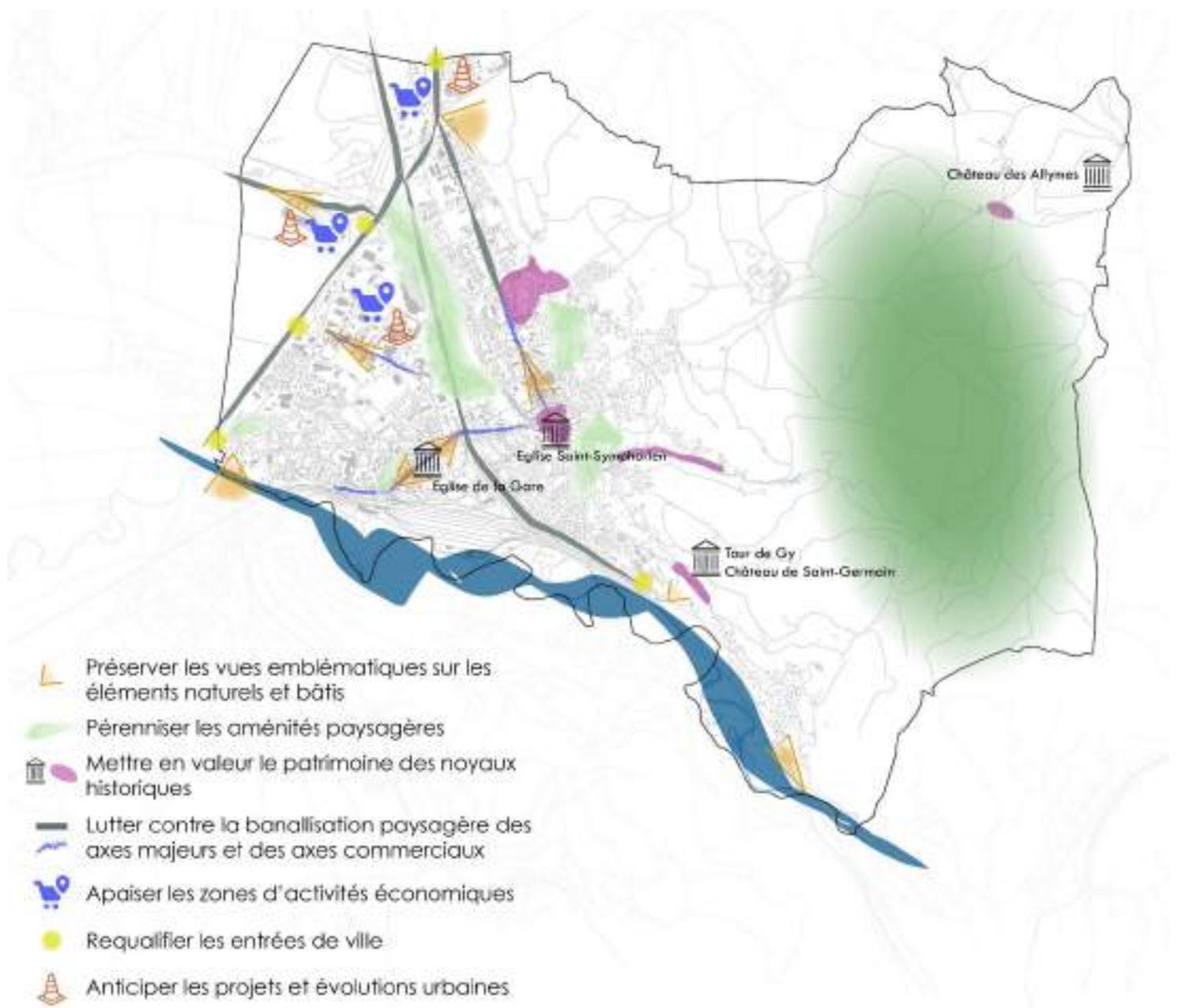
Les zones d'encadrement de l'affichage extérieur (zones de publicité) définies dans le RLP seront déterminées en lien avec le maillage territorial du PLU. En effet, le RLP étant une annexe du PLU, et ce dernier ayant réalisé un travail fin notamment sur la définition des morphologies urbaines et de l'évolution de l'usage des sols, il s'agira de mobiliser et de réinterpréter autant que faire ce peu ces éléments.

4. PRENDRE EN COMPTE LE DEVELOPPEMENT DU TERRITOIRE ET LA NECESSAIRE ADAPTATION DES DISPOSITIONS DU RLP DE 1985 EN VIGUEUR POUR ENCADRER NOTAMMENT LE MOBILIER URBAIN ET LES ENSEIGNES

Le nouveau projet politique pour le RLP d'Ambérieu-en-Bugey s'élabore dans un contexte législatif qui a largement évolué par rapport à celui en place lors de l'élaboration du RLP de 1985 (nouvelle Réglementation Nationale de Publicité en 2012, caducité des RLP communaux au 14 juillet 2020, etc.). Ces évolutions réglementaires ont été nécessaires au regard des nouveaux types de dispositifs qui ont émergé (dispositifs numériques par exemple) et propose ainsi que des outils réglementaires plus adaptés (règle de densité, etc.).

En parallèle de ces évolutions réglementaires, la situation du territoire a aussi évolué et la ville a souhaité se saisir de ces nouveaux éléments pour offrir à sa population le meilleur cadre de vie possible, tout en continuant d'affirmer son dynamisme économique sans que la qualité ne soit un frein, mais qu'elle puisse au contraire véhiculer l'image souhaitée du territoire.

La carte suivante spatialise le projet politique des élus d'Ambérieu-en-Bugey exposé ci-avant concernant l'affichage extérieur.



Représentation cartographique synthétique et schématisée des orientations du RLP d'Ambérieu-en-Bugey //
Even Conseil

8. JUSTIFICATION DES CHOIX OPERES

I. JUSTIFICATION DE LA DELIMITATION DES ZONES DU RLP

L'état des lieux du territoire et le diagnostic ont mis en évidence plusieurs secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques. Ces secteurs ont été classés en zones de publicité (ZP) au sein desquelles des règles particulières ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Les quatre zones instituées (centres-bourgs ; axes structurants ; zones d'activités économiques et commerciales ; espaces résidentiels en agglomération et espaces hors agglomération) permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque situation territoriale identifiée. Un système de trames venant prendre en considération une spécificité patrimoniale, paysagère, environnementale ou encore un usage entre ensuite en jeu et permet de nuancer localement la réglementation propre à chacune des zones.

1. UN NOMBRE DE ZONES RESTREINT...

La zone 1 (ZP1) couvre les centres-bourgs de la commune, et comprend :

- Le centre-ville ;
- Les quartiers historiques de Saint-Germain, de Vareilles, de Tiret ;
- Le quartier de la gare le long de l'axe Salengro-Sarraill.

La zone 2 (ZP2) couvre les axes structurants de la commune ainsi que deux ensembles commerciaux le long de ces axes, et comprend :

- L'avenue Paul Painlevé ;
- La rue Jean de Paris (RD 904) ;
- La rue Alexandre Bérard ;
- L'avenue Général Sarraill ;
- L'avenue de la Libération .
- La rue De Lattre de Tassigny.

Le long de ces axes, les parcelles adjacentes ont été intégrées dans la zone.

Les ensembles commerciaux intégrés dans la zone sont ceux de « Carrefour Market » (rue Alexandre Bérard, avenue du Général de Gaulle, avenue Roger Vailland) et de « BUT » (zone de L'Etraz : avenue de la Libération, rue des Mouettes) : ils sont repérés spécifiquement dans l'annexe graphique « Zonage ».

La zone 3 (ZP3) couvre les zones d'activités économiques et commerciales de la commune, et comprend :

- **ZP3.1** : La zone commerciale Porte du Bugey.
Cette zone qui accueille strictement des activités commerciales est localisée hors agglomération et est exclusive de toute habitation : dans ces conditions, elle peut accueillir selon des dispositions fixées par le RLP en vertu de l'article L581-7 du Code de l'Environnement ;
- **ZP3.2** : Les zones industrielles et artisanales du Triangle d'activités (avenue Léon Blum) et d'En Point Bœuf ;
- **ZP3.3** : La zone tertiaire d'En Pragnat.

La zone 4 (ZP4) couvre les espaces résidentiels en agglomération et les espaces hors agglomération, et comprend tous les espaces de la commune qui ne font pas l'objet d'une des zones précitées.

Les limites de chacune des zones de publicité sont identifiées dans les documents graphiques annexés au RLP.

2. ... NUANCE LOCALEMENT PAR UN SYSTEME DE TRAMES

Le diagnostic et les orientations du RLP d'Ambérieu-en-Bugey identifient également les périmètres patrimoniaux de protections institutionnelles, le réseau écologique de Trame Verte et Bleue au sein des espaces urbanisés ainsi que les entrées de territoire comme sensibles du point de vue de l'affichage extérieur. Toutefois, au regard de la dispersion de ces espaces au sein des zones agglomérées, la création de zones spécifiques « pastilleraient » le zonage, et alourdirait la traduction réglementaire écrite, venant de surcroît limiter la pertinence de la définition d'autant de zones.

Pour cette raison, ces espaces sont traités en trames, délimitées dans les documents graphiques annexés au RLP. S'y appliquent une compilation de dispositions réglementaires, à savoir :

- Les dispositions générales du RLP ;
- Les dispositions particulières du RLP relatives à la zone de publicité dans laquelle se situe l'espace ;
- Les dispositions spécifiques du RLP relatives à l'identification dans une trame, qui précise seulement certains points réglementaires des dispositions particulières.

L'objectif recherché est bien la simplification de la traduction réglementaire et de sa compréhension pour *in fine* faciliter l'application et l'instruction du RLP.

Ont ainsi été définies les trames suivantes :

La trame « Espaces sensibles » couvre :

- Les périmètres de protection des Monuments Historiques ;
- Les zones indicées « j » ou classées en « N » par le document d'urbanisme local et localisées dans les limites agglomérées.

La trame « Entrée de ville » couvre les entrées de ville communales présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification au regard de l'effet vitrine relativement dégradé :

- L'entrée de ville nord sur la RD1075 au niveau de l'Hôpital ;
- L'entrée de ville nord-ouest au niveau de la zone commerciale « Porte du Bugey » ;
- L'entrée de ville ouest au niveau de l'échangeur de la RD1075 qui permet d'entrer dans l'espace urbanisé de la commune ;
- L'entrée de ville sud-ouest au niveau d'un autre échangeur de la RD1075 qui permet d'entrer dans l'espace urbanisé de la commune ;
- L'entrée de ville sud-est par la RD1504 au niveau de Saint-Germain.

La trame « Entrée de ville » est définie graphiquement par un périmètre restreint autour des entrées de ville, reporté dans le document graphique annexé au RLP.

Le règlement graphique tend donc à apporter une réponse claire et ciblée limitant le nombre de zones.

3. UNE MOBILISATION DE L'ARMATURE TERRITORIALE DU PLU

Dans ce cadre, le zonage s'est appuyé en partie sur l'armature territoriale définie par le PLU de la commune d'Ambérieu-en-Bugey, et en y apportant des compléments nécessaires au traitement de la thématique de l'affichage extérieur :

- La ZP1 (Centres-bourgs) est délimitée d'après les zones UAp, UCp du PLU. Pour le quartier de la gare, ce sont les « premières parcelles » sur l'avenue Roger Salengro qui ont été mobilisées pour constituer la ZP1 du secteur.
- La ZP2 (Axes structurants) a été délimitée spécifiquement pour le RLP en y intégrant les premières parcelles sur les rues concernées ainsi que deux ensembles commerciaux ;
- La ZP3 (Zones d'activités économiques et commerciales) est délimitée d'après les zones UX, UXb, UXc, UXn du PLU, complétées de l'extension d'En Pragnat (au sud de l'hôpital) ;
- La ZP4 (Espaces résidentiels en agglomération et espaces hors agglomération) a été délimitée spécifiquement pour le RLP pour intégrer l'ensemble des espaces qui ne sont pas inclus dans une des zones précitées et ainsi couvrir en réglementation de l'affichage extérieur tout le territoire communal ;
- La trame « Espaces sensibles » est délimitée d'après les périmètres de protection des Monuments Historiques ainsi que des zones indicées j au PLU et enfin les zones N localisées dans les limites de l'agglomération définie ;
- La trame « Entrées de ville » a été délimitée spécifiquement pour le RLP et concerne des périmètres délimités autour des 5 entrées de ville communales identifiées dans les orientations. A l'exception du rond-point de « la locomotive », puisque ce dernier est déjà intégré dans la trame « Espaces sensibles » qui permet pour ce lieu l'atteinte d'objectifs identiques.

4. UN DECOUPAGE TERRITORIAL JUSTIFIE PAR LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DU RLP

ZP1 – Centres-bourgs	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les noyaux historiques (centre-ville ancien, quartiers de Saint-Germain, de Tiret, de Vareilles, des Allymes et de Breydevent) où le patrimoine bâti occupe une place d'envergure, affirmer et mettre en valeur ce patrimoine en proposant des restrictions fortes et uniformisées quant à l'affichage extérieur qui y siège (particulièrement pour les enseignes)
ZP2 – Axes structurants	<ul style="list-style-type: none"> - Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs et des axes commerciaux en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées pour rythmer de manière qualitative le parcours urbain - Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville)
ZP3 – Zones d'activités économiques et commerciales	<ul style="list-style-type: none"> - Apaiser les zones d'activités économiques pour améliorer la lisibilité des paysages et la visibilité des activités en recherchant l'intégration et l'esthétisme des enseignes et

	<p>en promouvant la mutualisation des supports par le biais de matériel signalétique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville)
ZP4 – Espaces résidentiels en agglomération et espaces hors agglomération	<ul style="list-style-type: none"> - Conforter les ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidiens en maintenant une faible densité de dispositifs dans les secteurs à vocation principale d'habitat
Trame « Espaces sensibles »	<ul style="list-style-type: none"> - Préserver les vues emblématiques sur la vallée de l'Albarine et les coteaux du Bugey, ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité (Château des Allymes, Château de Saint-Germain, Tour de Gy, Eglise Saint-Symphorien, et Eglise Saint Jean-Marie Viannay) en réduisant l'impact des dispositifs qui viennent perturber ces perceptions - Pérenniser les aménités paysagères qui siègent au sein d'espaces urbains (les parcs urbains, cônes de vue interne à la ville) en y maintenant une faible densité de dispositifs
Trame « Entrées de ville »	<ul style="list-style-type: none"> - Requalifier les entrées de ville en veillant aux premières impressions - Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville)
Ensemble des zones et des trames	<ul style="list-style-type: none"> - Conforter l'organisation du territoire définie dans le Plan Local d'Urbanisme (PLU) - Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré

5. JUSTIFICATION DE LA ZP1 – CENTRES-BOURGS

La préservation du patrimoine bâti et l'affirmation de la participation de l'affichage extérieur aux ambiances et au dynamisme des activités et des espaces de vie constituent des orientations fortes du RLP. Le respect des ambiances de chacun des noyaux historiques de la commune polycentrique qu'est Ambérieu-en-Bugey (quartier de Saint-Germain, de Tiret, des Allymes, de Vareilles, de Breydevent, centre-ville ancien et quartier de la gare) où se mêlent des architectures caractéristiques témoignant du

développement historique et un tissu commerçant propice aux déambulations piétonnes et usages des modes actifs nécessite de traiter la publicité et les enseignes de manière spécifique et restrictive. Ces espaces revêtent une importance paysagère, patrimoniale et historique cruciale en concentrant des motifs identitaires du territoire. A ce titre, cette zone ZP1 est considérée comme celle où à l'échelle du RLP l'emprise des dispositifs doit être la plus limitée.

Délimitée sur la base des zones UAp, UCp du PLU et des « premières parcelles » sur la rue Roger Salengro pour le quartier de la gare, des ajustements ont pu être apportés à la marge dans la délimitation de la ZP1 afin de garantir une cohérence du zonage avec les enjeux identifiés.

6. JUSTIFICATION DE LA ZP2 – AXES STRUCTURANTS

Les axes routiers communaux stratégiques, supports de flux quotidiens, accueillent une densité plus conséquente de dispositifs au regard de l'audience offerte au sein de ces espaces. De plus, ils traversent les pôles de vie du territoire et concentrent dans ce sens un lieu phare de localisation des activités commerciales de la commune.

Le choix a été fait de traiter ces infrastructures par une zone spécifique puisque les morphologies et fonctions urbaines traversées sont similaires. Il s'agit d'y prendre en compte les paysages urbains tout en prenant en considération les besoins de maintien d'espaces d'expression pour l'affichage extérieur et les exigences liées à la sécurité routière.

La ZP2 est alors délimitée par les premières parcelles adjacentes à l'axe concerné, complétées de deux ensembles commerciaux exerçant aux abords des axes repérés. Des ajustements ont pu être apportés à la marge afin de garantir une cohérence du zonage avec les enjeux identifiés.

7. JUSTIFICATION DE LA ZP3 – ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Cette zone regroupe l'ensemble des zones économiques du territoire, au sein desquelles les dispositions réglementaires vont être les plus souples au regard de la vocation économique de la zone et donc des besoins identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes.

Des sous-zones ont été instaurées puisque les zones d'activités demandent des besoins d'affichage différents en fonction de leur nature, et que la commune souhaite des perspectives d'évolution de l'affichage extérieur différentes pour chacune des zones suivantes :

- **ZP3.1** : La zone commerciale de Porte du Bugey. Zone strictement commerciale, il s'agit d'y conforter les pratiques d'affichage actuelles où les formats mobilisés sont petits (2m²). Ce choix semble pertinent au regard de la localisation en entrée de ville de la zone.
- **ZP3.2** : Les zones industrielles et artisanales du Triangle d'activité (avenue Léon Blum) et d'En Point-Boeuf. Secteurs importants d'affichage car pôles économiques majeurs de la commune, il s'agit de qualifier les pratiques d'affichage à l'œuvre en diminuant les formats dans ces deux zones.
- **ZP3.3** : La zone tertiaire d'En Pragnat. Les caractéristiques tertiaires des activités qui occupent cette zone ne nécessitent que très peu d'affichage. La commune souhaite maintenir cette dynamique, en y rendant seulement possible l'apposition de mobilier urbain petit format, support de communications locales d'intérêt.

La délimitation de la zone s'est faite sur la base des zones d'activités économiques du PLU à savoir les zones UX, UXb, UXc, UXn du PLU, complétées de l'extension de la zone d'En Pragnat (au sud de l'hôpital). Des ajustements ont pu être apportés à la marge dans la délimitation de la ZP3 afin de garantir une cohérence du zonage avec les enjeux identifiés.

8. JUSTIFICATION DE LA ZP4 – ESPACES RESIDENTIELS EN AGGLOMERATION ET ESPACES HORS AGGLOMERATION

Cette zone est dédiée aux zones résidentielles et tissus urbains mixtes, qui présentent des enjeux spécifiques en matière de publicité, préenseignes, enseignes, en leur qualité « d'espaces du quotidien », supports d'échanges sociaux. Cette délimitation est complétée par les espaces hors agglomération, qui ne sont ainsi concernés que par les règles relatives aux enseignes. Ces secteurs constituent des espaces de vie privilégiés au sein desquels la qualité du cadre de vie apparaît la plus importante pour la population.

La volonté d'une interdiction de publicité dans ces secteurs et d'un encadrement des enseignes permettant l'expression d'activités de proximité, permet d'assurer d'une part, une réglementation de l'affichage extérieur adaptée à ce profil de territoire, et d'autre part une couverture totale du territoire en matière d'affichage extérieur local pour limiter les « effets de seuils » (passage d'une zone couverte par le RLP à une zone sous RNP).

9. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ESPACES SENSIBLES »

La trame « Espaces sensibles » comprend :

- Les périmètres de protection autour des Monuments Historiques de la commune (Château des Allymes, Château de Saint-Germain, et Tour de Gy). Ces périmètres de protection spécifiques font l'objet d'une trame dans la mesure où le choix a été fait de ne pas réintroduire la publicité (y compris supportée par le mobilier urbain) dans ces secteurs d'interdiction relative (art. L581-8 du Code de l'Environnement). Ce parti pris est justifié par la nature de l'occupation des sols dans ces secteurs qui correspondent majoritairement à des espaces peu habités/résidentiels et des espaces naturels, où la publicité n'est pas souhaitée par la ville, conformément aux orientations (Cf. 8.1.4) ;
- Les zones indicées « j » ou classées en « N » par le document d'urbanisme local (PLU) et localisées dans les limites agglomérées. En effet, la place de la nature dans la ville connaît aujourd'hui une importante reconnaissance pour les services écologiques et sociaux qu'elle rend aux habitants : adaptation au changement climatique, qualité du tissu urbain vécu, diversité biologique des espèces, traitement des pollutions, gestion des eaux, performance énergétique de l'habitat, lien social, développement de la convivialité, etc., autant de sujets que la nature permet d'appréhender et de renouveler. Il s'agit à travers cette trame de contribuer au maintien de la fonctionnalité de ces espaces et des services écosystémiques qu'ils rendent en s'appuyant sur le réseau existant de parcs et jardins publics et d'éléments de nature en ville identifiés dans le document d'urbanisme local et en y adaptant le règlement de l'affichage extérieur de façon à ce qu'il ne nuise pas à l'équilibre de ces espaces. La préservation de la trame noire y est notamment assurée par une interdiction totale de publicité et une interdiction des enseignes lumineuses (dont numériques).

Une identification en tant que trame dans le règlement graphique permet ainsi de renforcer le règlement des zones couvertes également par la trame « Espaces sensibles » avec des dispositions supplémentaires assurant une protection plus stricte au sein des « servitudes patrimoniales et naturelles ».

10. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ENTREES DE VILLE »

Réels espaces vitrines du territoire les entrées de ville sont également des lieux privilégiés d'implantation pour l'affichage extérieur. Traversant fréquemment des zones commerciales et d'activités qui se sont développées en périphérie et qui ont par la suite été rattrapées par l'urbanisation, les entrées de ville

peuvent ainsi offrir une image banalisée du territoire renforcée par un traitement davantage fonctionnel qu'esthétique des enseignes ou encore l'accumulation d'information de type préenseignes cherchant à canaliser les flux de potentiels consommateurs vers les lieux de vente ou de service et venant s'ajouter aux autres éléments verticaux du paysage (lampadaire, signalisation routière, etc.). Les entrées de ville peuvent aussi parfois constituer des espaces où l'interface ville/espaces agro-naturels fait l'objet de transition brutale et où l'affichage extérieur joue un rôle « aggravant », cachant notamment les fronts bâtis ou créant un corridor publicitaire et générant de fait des ruptures dans ces paysages aux ambiances plutôt rurales.

Les entrées de ville sont des espaces stratégiques alors même qu'ils constituent un enjeu important pour la qualité de l'image de la ville. L'idée est de saisir le RLP afin d'œuvrer à la requalification de ces espaces.

Il s'agit pour le RLP de couvrir les cinq entrées de ville de la commune, recensées dans les orientations et délimitées à la parcelle dans le zonage. La délimitation des secteurs d'encadrement de l'affichage extérieur à proximité des entrées de ville comprend l'axe concerné ainsi que les parcelles immédiatement adjacentes. Des ajustements ont pu être apportés à la marge dans la délimitation de la trame afin de garantir une cohérence du zonage avec les enjeux identifiés.

Ces choix en matière de zonage induisent des faisceaux autour des axes repérés, où les perceptions d'ensemble et ainsi le cadre de vie sont protégés.

II. JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX PUBLICITES ET PREENSEIGNES

Le règlement local de publicité est établi conformément aux dispositions du code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et préenseignes, et notamment des articles L 581-1 à L 581-45 et aux dispositions des articles R 581-1 à R 581-88.

1. PRINCIPE GENERAL DE CONCEPTION DU REGLEMENT

Le règlement a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre valorisation des paysages et liberté d'expression, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes* ».

Le principe général du règlement vise également à trouver un équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de la publicité scellée au sol. En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer les formats maximums autorisés et limiter dans une certaine mesure la densité via les dispositions générales.

2. PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES

Correspondance avec les orientations

Les choix généraux s'appliquant à l'ensemble des zones de publicité sont justifiés par l'orientation générale visant à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages, et particulièrement l'objectif suivant :

- Limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant notamment un format d'affichage maximal pour s'adapter aux enjeux paysagers du territoire et limiter les ruptures entre les espaces agglomérés et non agglomérés (cas de la RD1075).

Ces choix généraux s'inscrivent également dans l'orientation thématique visant à prendre en compte les évolutions urbaines, technologiques et réglementaires, et particulièrement les objectifs suivants :

- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité (trame noire) et la réduction des consommations énergétiques ;
- Prendre en compte le développement du territoire et la nécessaire adaptation des dispositions du RLP de 1985 pour encadrer notamment le mobilier urbain et les enseignes.

Article P0.0 – Dérogation à certaines interdictions légales de publicité

Sans volonté de réintroduire des possibilités d'affichage publicitaire au sein des périmètre d'interdiction relative de publicité institués par le Code de l'Environnement, le RLP d'Amérieu-en-Bugey réintroduit toutefois la possibilité d'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif dans les périmètres de monument historiques. Il s'agit pour la commune d'anticiper d'éventuels nouveaux besoin de communication, notamment à proximité du Château des Allymes.

Article P0.1 – Interdiction de publicité

Deux typologies de dispositifs sont interdites sur l'ensemble du territoire au regard du fort impact paysager qu'elles peuvent générer :

- La publicité sur clôture, que cette dernière soit aveugle ou non. Il s'agit ici de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, souvent opéré de manière « sauvage » le long des

rues et grands axes. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments, moins nombreux ;

- La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Aujourd'hui absente sur la commune, ce type de publicité peut engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important. Le RLP anticipe le développement de ce type de dispositif en l'interdisant.

Article P0.2 – Dimensions

Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des surfaces « hors tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement. La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que l'épaisseur des dispositifs soit limitée à 50cm en tout et que « dans le cas d'une structure double face, les publicités doivent être de même dimension, alignées et placées dos à dos ». Ces paramètres permettent la dissimulation des éléments techniques et ainsi la qualité du parc d'affichage extérieur.

Par ailleurs, la hauteur des dispositifs, qu'ils soient au sol, muraux ou de mobilier urbain, ne doit pas excéder 6m par rapport au sol : il s'agit ainsi d'éviter que des dispositifs ne soient trop haut et entrent « en compétition » avec les vues sur les éléments de paysages lointain, que tout usager perçoit en levant le regard.

Enfin, pour des raisons d'esthétique, tout dispositif mural ne doit pas être apposé à moins de 0,50m de toute arête du mur : une disposition du RNP est ici reprécisée et étendue à toutes les arêtes du mur (non pas uniquement par rapport au sol).

Article P0.3 – Format

Afin de limiter la présence des dispositifs dans les paysages urbains, le règlement stipule qu'un dispositif ne peut excéder deux faces, interdisant de fait les trièdres fermés.

Dans cette même optique de désencombrement du champ visuel, aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre du dispositif. L'implantation en saillie des dispositifs d'éclairage demeure néanmoins envisageable, et ces derniers ne doivent pas excéder 20cm en saillie.



Schématisme de la saillie autorisée pour l'implantation de l'éclairage sur les dispositifs publicitaires (schéma indicatif et non opposable)

Article P0.4 – Accessoires annexes à la publicité

Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLP précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter (habillage du dos des faces non utilisées des dispositifs, passerelles interdites sauf si amovibles).

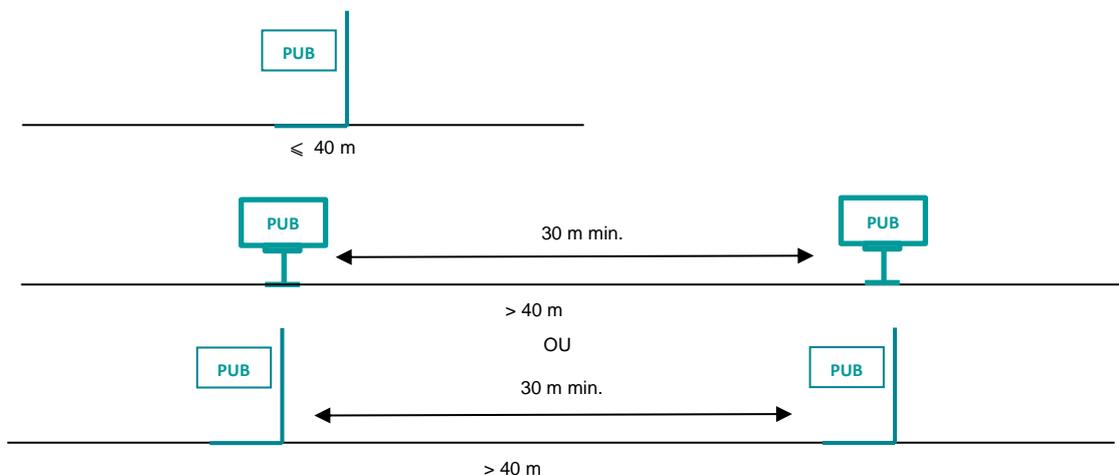
Article P0.5 – Couleur

La vigilance quant à la couleur des dispositifs constitue un levier tout particulier pour traduire l'ambition de promouvoir des dispositifs de qualité : ainsi, ces derniers devront respecter une couleur neutre ou respectant le caractère des lieux.

Article P0.6 – Contrôle de densité

Toujours en vue du désencombrement du champ visuel, le règlement du RLP souhaite simplifier la règle nationale de densité, pour assurer sa meilleure compréhension et ainsi son application. La règle de densité est ainsi simplifiée mais aussi « durcie » par rapport à la règle de densité du Règlement National de Publicité (RNP) en :

- Imposant sur le domaine privé la longueur de 40m d'unité foncière pour ouvrir la possibilité d'accueil sur l'unité foncière d'un seul dispositif mural. Si l'unité foncière fait plus de 40m, deux dispositifs publicitaires muraux ou au sol peuvent être installés, et doivent respecter une interdistance sur la même unité foncière de 30m minimum. De cette manière, deux dispositifs publicitaires maximum peuvent siéger par unité foncière et ils ne peuvent être « collés » ;



- Interdisant les « double-dispositifs ». Cette prescription interdit la superposition ou la juxtaposition de dispositifs sur un même support, que celui-ci soit mural ou fixé au sol. A noter que dès lors que deux dispositifs au sol partagent un élément structurel, il est considéré qu'il s'agit d'un seul et même support accueillant deux dispositifs. Ainsi, par exemple, pour une unité foncière de plus de 40m et si les dispositifs publicitaires sont muraux, ceux-ci devront être apposés sur deux murs distincts. Si ce n'est pas possible, seul un dispositif mural sera autorisé, ou bien deux dispositifs au sol.



Exemple d'un mur, ici considéré comme support, qui accueille deux dispositifs (schéma indicatif et non opposable)



Exemple d'un support unique pour deux dispositifs scellés au sol (schéma indicatif et non opposable)

L'objectif recherché est de rendre cohérent les rapports d'échelles entre les supports, les dispositifs et les usages de l'espace tout en offrant l'opportunité de limiter le nombre de publicité dans les paysages urbains.

Article P0.7 – Contrôle de l'éclairage

L'élargissement de la plage d'extinction nocturne (portée à 22h-7h) des publicités lumineuses, dont numériques, ainsi que les publicités supportées par le mobilier urbain, vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Ces dispositions permettent également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse) et répond plus généralement aux sujets liés au développement durable. Toutefois, le champ de compétences du RLP dans la réduction de la luminance des dispositifs est limité, dans l'attente d'un arrêté ministériel qui doit se prononcer sur les seuils de luminance tolérés pour les dispositifs.

Article P0.8 – Dispositifs temporaires

Les dispositifs temporaires sont liés à des manifestations culturelles, touristiques, des opérations de moins de 3 mois ou des opérations immobilières. Ces dispositifs peuvent être installés 3 semaines avant la manifestation et doivent être déposés 1 semaine après (disposition du Code de l'Environnement).

Le RLP fait le choix d'encadrer davantage ces dispositifs en termes de format en agglomération : en effet, la succession de telles manifestations sur la commune pourrait nuire à la qualité paysagère des espaces concernés par ces types d'affichage. De plus, ces affichages relèvent souvent de pratiques « sauvages » (dans le sens d'une absence de contrôle). Toutefois, ils sont importants et même fondamentaux pour la vie de la commune et le souhait est de trouver un compromis acceptable. Ainsi, imposer un format maximum de 4m² unitaire par dispositif permet la bonne lisibilité des informations annoncées tout en assurant une intégration paysagère plus optimale.

Hors agglomération, les préenseignes temporaires sont soumises aux dispositions du Code de l'Environnement à savoir : des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol de format 1*1,5m² maximum, dans la limite de 4 dispositifs par manifestation.

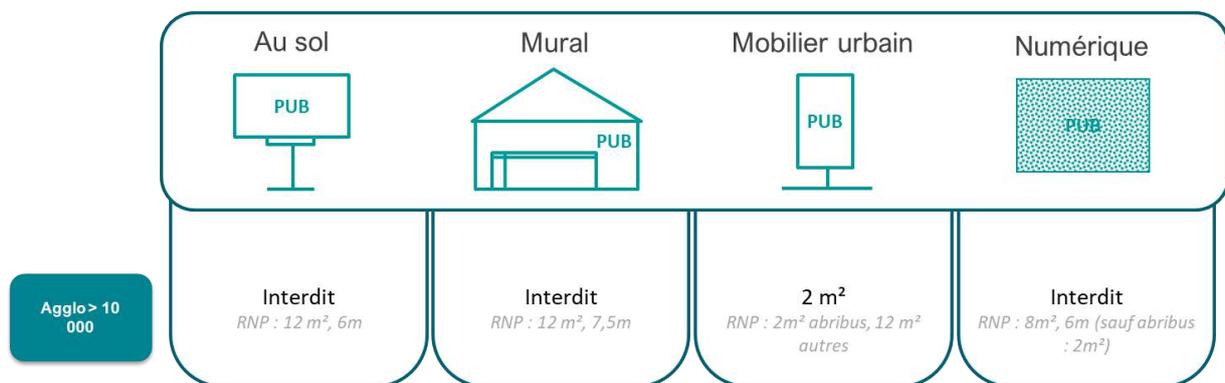
3. JUSTIFICATION DE LA ZP1 – CENTRES-BOURGS

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d’affichage cohérent avec l’usage des espaces (espaces habités, zones d’activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d’échelle induits et la qualité de l’affichage opéré ;
- Dans les noyaux historiques (centre-ville ancien, quartiers de Saint-Germain, de Tiret, de Vareilles, des Allymes et de Breydevent) où le patrimoine bâti occupe une place d’envergure, affirmer et mettre en valeur ce patrimoine en proposant des restrictions fortes et uniformisées quant à l’affichage extérieur qui y siège (particulièrement pour les enseignes).

Justification des choix règlementaires



Afin de répondre aux enjeux de préservation des noyaux historiques, d’assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLP limite de façon stricte les typologies de publicité autorisées et les formats dans cette zone.

Ainsi, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (non numérique) est autorisée dans les conditions fixées aux articles R581-42 à 47 du Code de l’Environnement.

Conformément au Code de l’Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abribus) ou à la diffusion d’informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l’objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l’ensemble de ces prestations. De plus, le format de 2m² apparaît plus adapté au contexte urbain (tissu commerçant et patrimonial propice aux déambulations piétonnes et l’usage des modes actifs).

4. JUSTIFICATION DE LA ZP2 – AXES STRUCTURANTS

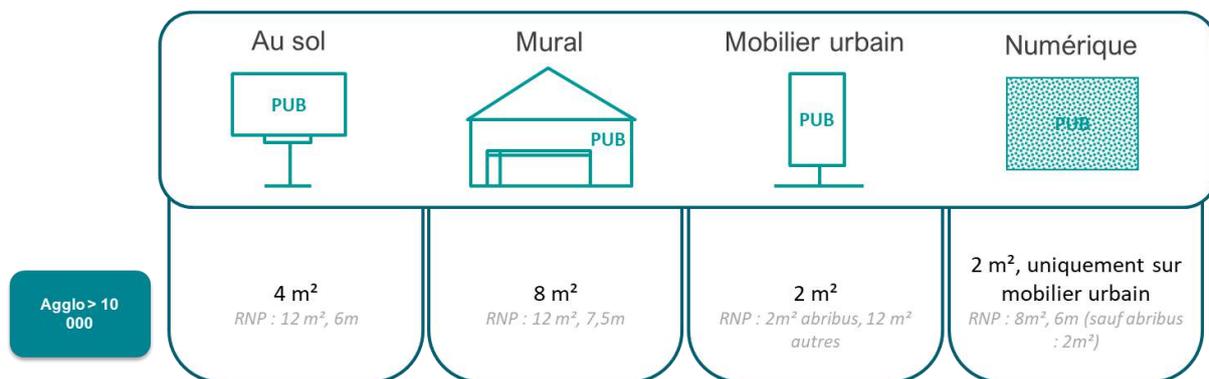
Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d’affichage cohérent avec l’usage des espaces (espaces habités, zones d’activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d’échelle induits et la qualité de l’affichage opéré ;

- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs et des axes commerciaux en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées pour rythmer de manière qualitative le parcours urbain ;
- Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix réglementaires



Cette zone regroupe des espaces à enjeux pour l'affichage extérieur puisque les axes supportent des flux quotidiens d'usagers et sont donc supports d'audience. Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique des élus de la Ville relatif à la dé-densification et à la qualification des affichages opérés. C'est pourquoi sont autorisées toutes les typologies de dispositifs publicitaires en réduisant les formats par rapport au formats actuels d'une part (en dispositions spécifiques à cette ZP), et la densité des dispositifs d'autre part (en dispositions générales).

Les formats de dispositifs au sol sont de 4 m² maximum (face à des formats qui tendent plutôt vers 12 m² actuellement) pour limiter leur emprise dans le champ visuel d'un usager au profit de la découverte des paysages naturels et bâtis communaux. Les murs peuvent toutefois accueillir des formats plus grands (8 m²) considérant que le support du mur est déjà existant, et qu'y apposer un dispositif n'ajoute pas de volume supplémentaire dans le champ visuel d'un usager. Ensuite, le mobilier urbain y est autorisé dans la limite d'un format de 2 m², dont mobilier urbain supportant de la publicité numérique, puisque ce format s'adapte bien aux ambiances et aux morphologies urbaines plutôt denses traversées.

Cette zone est la seule à autoriser l'accueil de publicités numériques. L'autorisation des dispositifs dans un format de 2 m² maximum et uniquement sur mobilier urbain a pour objectif de ne pas « priver » la collectivité d'affichages interactifs qui pourraient s'avérer intéressants, tout en permettant à cette dernière une parfaite maîtrise de ces développements. De plus, les dispositions générales imposent une extinction nocturne (22h-7h) de ces dispositifs (justification de l'article P0.7) permettant à la collectivité de concilier des enjeux d'accueil d'innovations technologiques et de transition écologique et énergétique.

En complément de ces dispositions, les dispositions générales s'appliquant dans cette zone viennent imposer une règle de densité pour limiter la succession de dispositifs, hors mobilier urbain (voir avant justification de l'article P0.6). Dans tous les cas, deux dispositifs maximum soit au mur soit au sol pourront être apposés par unité foncière (abaissé à un dispositif si l'unité foncière mesure moins de 40m linéaire) et devront respecter une interdistance de 30m minimum. Ces règles ont vocation à dé-densifier le champ visuel des usagers empruntant ces axes majeurs de la commune.

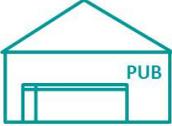
5. JUSTIFICATION DE LA ZP3 – ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Apaiser les zones d'activités économiques pour améliorer la lisibilité des paysages et la visibilité des activités en recherchant l'intégration et l'esthétisme des enseignes et en promouvant la mutualisation des supports par le biais de matériel signalétique ;
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs et des axes commerciaux en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées pour rythmer de manière qualitative le parcours urbain ;
- Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix règlementaires

	Au sol	Mural	Mobilier urbain	Numérique
Agglo > 10 000				
3.1 Commerciale <i>Porte du Bugey : hors agglomération (L581-7)</i>	2 m ² RNP : 12 m ² , 6m	Interdit RNP : 12 m ² , 7,5m	2m ² RNP : 2m ² abribus, 12 m ² autres	Interdit RNP : 8m ² , 6m (sauf abribus : 2m ²)
3.2 Industrielle et artisanale <i>Triangle activités Point Boeuf</i>	8 m ² RNP : 12 m ² , 6m	8 m ² RNP : 12 m ² , 7,5m	2 m ² RNP : 2m ² abribus, 12 m ² autres	Interdit RNP : 8m ² , 6m (sauf abribus : 2m ²)
3.3 Tertiaire <i>Pragnat</i>	Interdit RNP : 12 m ² , 6m	Interdit RNP : 12 m ² , 7,5m	2 m ² RNP : 2m ² abribus, 12 m ² autres	Interdit RNP : 8m ² , 6m (sauf abribus : 2m ²)

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur puisqu'elles drainent une part importante de la population et concentrent une partie non négligeable de l'affichage du territoire du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant.

De plus, les zones d'activités économiques et commerciales sont souvent localisées en entrée de territoire et sont ainsi associées à la première et dernière image perçue du territoire. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d'entrée de zone commerciale), aussi bien que la

disproportion du rapport d'échelle entre le dispositif et le public visé, nuit à la bonne visibilité de chaque activité et complique l'orientation de l'utilisateur, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton.

Ce constat mène à conclure que les zones d'activités et commerciales souffrent d'un problème d'image : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc. Face à ce constat, la micro-signalétique (Signalétique d'Intérêt Local SIL et Relais d'Information Service RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Bien qu'hors champ de compétence du RLP, ces dispositifs, lorsqu'ils sont bien conçus et implantés, s'intègrent dans le paysage, qu'il soit urbain ou rural. Ils permettent notamment de compenser le nombre et la diversité des préenseignes. Ainsi, le RLP ne peut qu'encourager le recours à ces pratiques, et tout particulièrement en zone d'activités économiques et commerciales (ZP3).

A Ambérieu-en-Bugey, la diversité des activités et services proposés dans les trois zones d'activités a conduit à des choix de sous-zonages : ZP3.1, ZP3.2 et ZP3.3, comme expliqué en partie 8.1.7.

Dans la zone commerciale « Porte du Bugey » (ZP3.1), le choix de « petits formats » de publicité a été fait : seuls les dispositifs au sol et la publicité supportée par le mobilier urbain de format 2m² sont autorisés. Ces choix sont en cohérence avec les pratiques actuelles d'affichage opérées sur la zone, elles-mêmes cohérentes avec les objectifs de protection des paysages et du cadre de vie que s'est fixé la commune (« petits formats », uniformisation des pratiques). Les formats mobilisés correspondent aussi à une localisation en entrée de ville où un équilibre entre le besoin de visibilité du dynamisme économique communal et l'image qualitative et sobre du territoire doit être recherché.

En ZP3.2 (zones industrielles et artisanales du Triangle d'activités et d'En Point Bœuf), au regard de l'envergure des espaces concernés et de l'importance économique communale qu'ils occupent, en prenant en compte le nécessaire besoin de « dé-densification du champ visuel » et pour garantir l'expression de l'ensemble des acteurs économiques concernés, les choix effectués conduisent à autoriser toutes les typologies de dispositifs (au sol, au mur, sur mobilier urbain). Le RLP encadre toutefois les formats des dispositifs pour optimiser la lisibilité des activités et des informations sur ces espaces à enjeux. Le choix d'un format de 8m² pour les dispositifs au sol et au mur permet une bonne lisibilité des messages publicitaires au regard des pratiques modales privilégiant la voiture dans ces secteurs d'activités tout en permettant une réduction du format d'affichage maximal autorisé de plus de 30% par rapport aux pratiques actuelles (passage de 12m² à 8m²), voire plus en considérant les dispositifs hors-tout (les format de 12m² dit 4X3 faisant en réalité 13,5m² environ en prenant en compte le cadre du dispositif).

Dans la zone tertiaire d'En Pragnat (ZP3.3), les activités accueillies nécessitent très peu d'affichage, mais au regard du nombre d'usagers qui y transitent, la collectivité souhaite disposer d'espaces où effectuer une communication locale. Ainsi, seul le mobilier urbain format 2m² peut accueillir de la publicité. L'impact visuel du mobilier urbain est en outre maîtrisable du fait de la recherche de qualité esthétique souvent accrue pour ces dispositifs qui offrent une ligne graphique plutôt épurée.

L'interdiction du numérique sur toute typologie de dispositifs au sein des zones d'activités ancre le territoire dans un réel positionnement de maîtrise du développement de ces espaces :

- Considérant d'une part que la multiplication et les « nouveautés technologiques » relatives aux publicités ou préenseignes n'y est pas nécessaire et que la visibilité prioritaire doit plutôt s'orienter vers les enseignes ;
- Considérant que les zones d'activités économiques et commerciales constituent déjà des obstacles à la circulation des espèces (forte anthropisation et quasi absence d'éléments naturels), qui n'ont pas besoin d'être amplifiés par la présence de dispositifs numériques qui

induisent une pollution lumineuse supplémentaire par rapport aux dispositifs simplement lumineux, nuisant à la fonctionnalité de la trame noire.

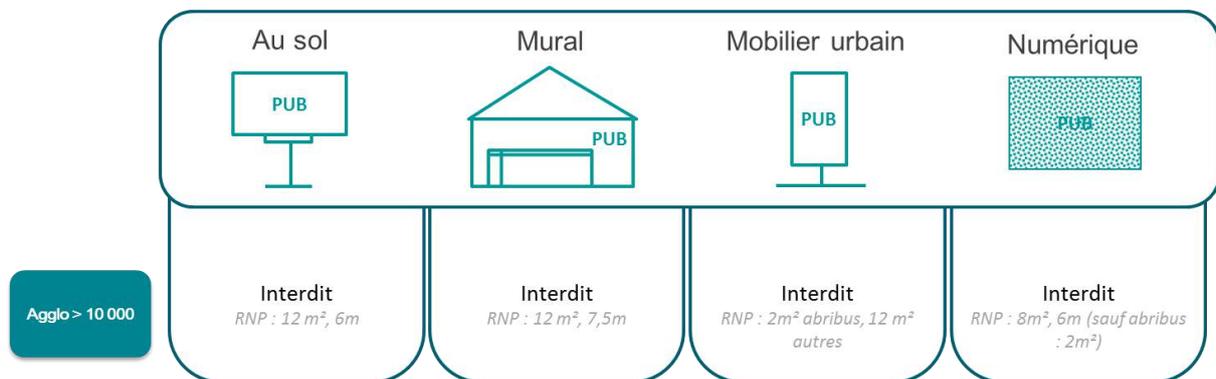
6. JUSTIFICATION DE LA ZP4 – ESPACES RESIDENTIELS EN AGGLOMERATION ET ESPACES HORS AGGLOMERATION

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d’affichage cohérent avec l’usage des espaces (espaces habités, zones d’activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d’échelle induits et la qualité de l’affichage opéré ;
- Garantir la visibilité et l’attractivité des activités touristiques/culturelles et participer à la valorisation des productions du terroir.
- Conforter les ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidiens en maintenant une faible densité de dispositifs dans les secteurs à vocation principale d’habitat.

Justification des choix règlementaires



L’interdiction totale de publicités et de préenseignes dans ces zones s’inscrit dans une véritable volonté d’apaiser le champ visuel des espaces de vie du quotidien où le dynamisme économique du territoire n’a pas lieu d’être opéré. Cette volonté confirme aussi une tendance actuelle : l’affichage publicitaire est peu présent dans ces portions de territoire.

Ces choix ne nuisent pas à la visibilité des activités culturelles/touristiques et de productions du terroir, au contraire : en supprimant les dispositifs, ils laissent la micro-signalétique (Signalétique d’Intérêt Local SIL) s’implanter (la micro-signalétique est hors champ de compétence du RLP mais permet grâce à un système qualitatif de réglettes de compenser l’affichage opéré par les préenseignes). Par ailleurs, les préenseignes dérogatoires ne sont pas interdites et peuvent être implantées hors agglomération.

7. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ESPACES SENSIBLES »

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d’affichage cohérent avec l’usage des espaces (espaces habités, zones d’activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d’échelle induits et la qualité de l’affichage opéré ;
- Préserver les vues emblématiques sur la vallée de l’Albarine et les coteaux du Bugey, ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité (Château des Allymes, Château de Saint-

Germain, Tour de Gy, Eglise Saint-Symphorien, Eglise Saint Jean-Marie Viannay) en réduisant l'impact des dispositifs qui viennent perturber ces perceptions ;

- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité (trame noire) et la réduction des consommations énergétiques ;
- Pérenniser les aménités paysagères qui siègent au sein d'espaces urbains (les parcs urbains, cônes de vue interne à la ville) en y maintenant une faible densité de dispositifs.

Justification des choix réglementaires

L'interdiction totale de tout dispositif publicitaire, y compris de la publicité supportée par le mobilier urbain, correspond au maintien des zones d'interdiction relatives de publicité fixées par l'article L581-8 du Code de l'Environnement dans les alinéas I. 1° (« Dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés ») et II.3° (« Dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager »).

Ces dispositions réglementaires s'appliquant également aux zones indicées « j » (trame jardin) dans le document d'urbanisme local s'inscrit dans une dynamique de cohérence des choix réglementaires effectués avec une volonté de protection identique pour tous les « espaces de nature en ville » situés au sein du tissu aggloméré.

8. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ENTREES DE VILLE »

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Requalifier les entrées de ville en veillant aux premières impressions ;
- Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix réglementaires

En raison de l'effet vitrine du territoire véhiculé par ces espaces, seule la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée dans cette trame, dans les conditions fixées par chacune des ZP concernée par la trame « Entrées de ville ». Ainsi, la publicité supportée par le mobilier urbain ne peut y être admise que dans la limite d'une surface unitaire de 2m². De cette manière, les équipements publics destinés à desservir ces secteurs peuvent être assurés (abribus), mais le champ visuel des utilisateurs est largement préservé.

III. JUSTIFICATION DES CHOIX REGLEMENTAIRES RELATIFS AUX ENSEIGNES

1. PRINCIPE GENERAL DE LA CONCEPTION DU REGLEMENT

Les enseignes étant soumises à autorisation du maire et de l'architecte des bâtiments de France dans les zones protégées, le règlement a été conçu de façon à limiter le nombre de prescriptions : cibler les critères qualitatifs incontournables tout en laissant de manière globale une marge de manœuvre. Il s'agit de construire un cadre réglementaire qui permette l'intégration de dispositifs amenés à évoluer régulièrement en termes de standards esthétiques ou d'intégration paysagère.

2. PRESCRIPTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES ZONES

Correspondance avec les orientations

Les choix généraux s'appliquant à l'ensemble des zones de publicité sont justifiés par l'orientation générale visant à préserver la qualité du cadre de vie et des paysages, et particulièrement l'objectif suivant :

- Limiter l'impact visuel des dispositifs en définissant notamment un format d'affichage maximal pour s'adapter aux enjeux paysagers du territoire et limiter les ruptures entre les espaces agglomérés et non agglomérés (cas de la RD1075).

Ces choix généraux s'inscrivent également dans l'orientation thématique visant à prendre en compte les évolutions urbaines, technologiques et réglementaires, et particulièrement les objectifs suivants :

- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité (trame noire) et la réduction des consommations énergétiques ;
- Prendre en compte le développement du territoire et la nécessaire adaptation des dispositions du RLP de 1985 pour encadrer notamment le mobilier urbain et les enseignes.

Article E0.1 – Interdiction d'enseignes

Le RLP interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti :

- Les enseignes sur clôture non aveugle ;
- Les enseignes sur des éléments d'architecture de façade s'agissant notamment des garde-corps, encadrements de baies, des corbeaux en pierre soutenant les étages, des décors en reliefs et tout autre motif décoratif. Il s'agit ici de laisser visibles ces éléments de patrimoine ;
- Les enseignes apposées directement sur le sol ou scellées au sol lorsque celles-ci sont localisées devant une ouverture.

Article E0.2 – Intégration architecturale des dispositifs

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne. Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que :

- L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ;
- L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ;

- Le choix des matériaux et couleurs des enseignes apposées sur façade se fassent en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

Un rappel est également fait à propos de l'entretien et de l'obligation de retrait de l'enseigne en cas de cessation d'activité, l'objectif étant de lutter contre le risque de véhiculer une image dévitalisée et dépréciative des secteurs où d'anciennes enseignes auraient demeurées ou seraient mal entretenues.

Article E0.3 – Enseignes en façade (apposées sur un mur, parallèlement à un mur ou perpendiculaires)

Le choix a été fait de ne pas préciser les règles de surface des dispositifs édictées dans le Règlement National de Publicité dans la mesure où cela permet déjà d'avoir une surface cumulée d'enseignes proportionnelle à la surface de la façade commerciale appréhendée et donc une cohérence entre présence des dispositifs et paysages urbains.

Par ailleurs, pour appuyer les objectifs d'intégration paysagère des dispositifs que s'est fixé le territoire, il est précisé que les dispositifs apposés sur une même façade doivent présenter une harmonie d'ensemble.

Article E0.4 – Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Cette typologie d'enseigne fait l'objet de dispositions spécifiques tendant à maîtriser leur esthétique en cohérence avec les choix opérés en ce domaine pour les publicités également implantées au sol, partant du principe que l'impact dans les paysages est sensiblement identique. L'objectif est bien d'assurer une intégration de ces dispositifs dans le paysage et de limiter la perception d'éléments techniques pouvant être disgracieux et générer une banalisation des paysages.

Le règlement aborde aussi la question des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de format inférieur ou égal à 1m². Ces dispositifs, non encadrés par le Règlement National de Publicité, peuvent, selon les utilisations, avoir un impact très fort sur le paysage en multipliant notamment les supports visibles. Le territoire se positionne alors de manière plus restrictive sur ces dispositifs et les autorise, uniquement en ZP2 et ZP3 (c'est-à-dire lorsque les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans les dispositions spécifiques relatives à chaque zone de publicité, et en cohérence avec la vocation de la ZP délimitée), dans la limite de trois dispositifs par activité. Ce nombre est considéré comme cohérent avec les besoins de visibilité que permettent ces supports, et « protecteur » pour les paysages.

Article E0.5 – Enseignes lumineuses et enseignes numériques

Conscient que les enseignes lumineuses sont garantes d'une visibilité de l'activité économique, la commune d'Ambérieu-en-Bugey ne s'est pas positionnée en faveur d'une interdiction de ces dispositifs (à l'exception de la ZP', voir justification spécifique après). Toutefois, une plage horaire élargie d'extinction nocturne a été actée imposant une extinction entre 22 heures et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé.

De même que pour la publicité l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses (dont numériques) vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse) et répond plus généralement aux sujets liés au développement durable. Toutefois, le champ de compétences du RLP dans la réduction de la luminance des dispositifs est limité, dans l'attente d'un arrêté ministériel qui doit se prononcer sur les seuils de luminance tolérés pour les dispositifs.

A noter enfin que comme toutes les enseignes installées sur un territoire couvert par un RLP, les enseignes lumineuses et numériques sont soumises à un régime d'autorisation préalable. L'autorité compétente (le maire) peut ainsi refuser l'apposition de ces dispositifs.

Article E0.6 – Dispositifs apposés au sol de type « chevalets »

Participant à l'activité économique et au dynamisme des espaces de vie, les dispositifs de type chevalets sont autorisés dans toutes les zones de publicité du territoire dès lors que l'activité concernée dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public s'ils sont implantés sur ce domaine public.

Chaque activité ne peut apposer qu'un seul dispositif, qui ne doit excéder les dimensions d'1 m en hauteur et de 0,8 mètre en largeur. Ils sont apposés à condition de ne pas nuire à la sécurité et à l'usage normal de la voirie.

Article E0.7 – Dispositifs temporaires

Les dispositifs temporaires sont liés à des manifestations culturelles, touristiques, des opérations de moins de 3 mois ou des opérations immobilières. Ces dispositifs peuvent être installés 3 semaines avant la manifestation et doivent être déposés 1 semaine après (disposition du Code de l'Environnement).

Le RLP fait le choix d'encadrer davantage ces dispositifs en termes de format et de typologie de manière différenciée pour les deux catégories prévues :

- Les dispositifs relatifs à des manifestations culturelles, touristiques ou des opérations de moins de trois mois : le RLP fait le choix de ne pas réglementer ces dispositifs de manière autre que celle prévue par le RNP (et les règles imposées sont alors celle des enseignes permanentes des dispositions générales et des dispositions spécifiques à chaque zone). En effet, la diversité des affichages qui pourraient être opérés est telle qu'il est difficile de la prévoir, et que la commune ne souhaite pas « bloquer » des initiatives, très bénéfiques au dynamisme et à l'attractivité du territoire ;
- Les dispositifs relatifs à des opérations immobilières (enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, y compris location et vente de fonds de commerce) sont en revanche encadrées de manière plus restrictive que le RNP. Là où le RNP n'impose que le format maximal de 12 m² pour ces dispositifs, le RLP fait un choix plus territorialisé, qui s'inscrit en cohérence avec les autres choix effectués (dé-densification, qualification) : seuls deux dispositifs sont autorisés par opération, dans la limite d'un format unitaire de 8 m² et à condition que les dispositifs ne soient que au sol ou au mur. Toutefois, le choix des dispositifs devra se faire dans le respect des dispositions du Code de l'Environnement concernant la densité des enseignes au sol et se limiter à « un dispositif par activité et par voie ouverte à la circulation ». C'est ainsi les options suivantes d'affichage qui pourront être envisagées : deux dispositifs muraux, un dispositif mural et un dispositif au sol, deux dispositifs au sol à condition que l'opération soit signalée sur deux voies ouvertes à la circulation différentes (cas d'une opération à l'angle de deux rues par exemple).

3. JUSTIFICATION DE LA ZP1 – CENTRES-BOURGS

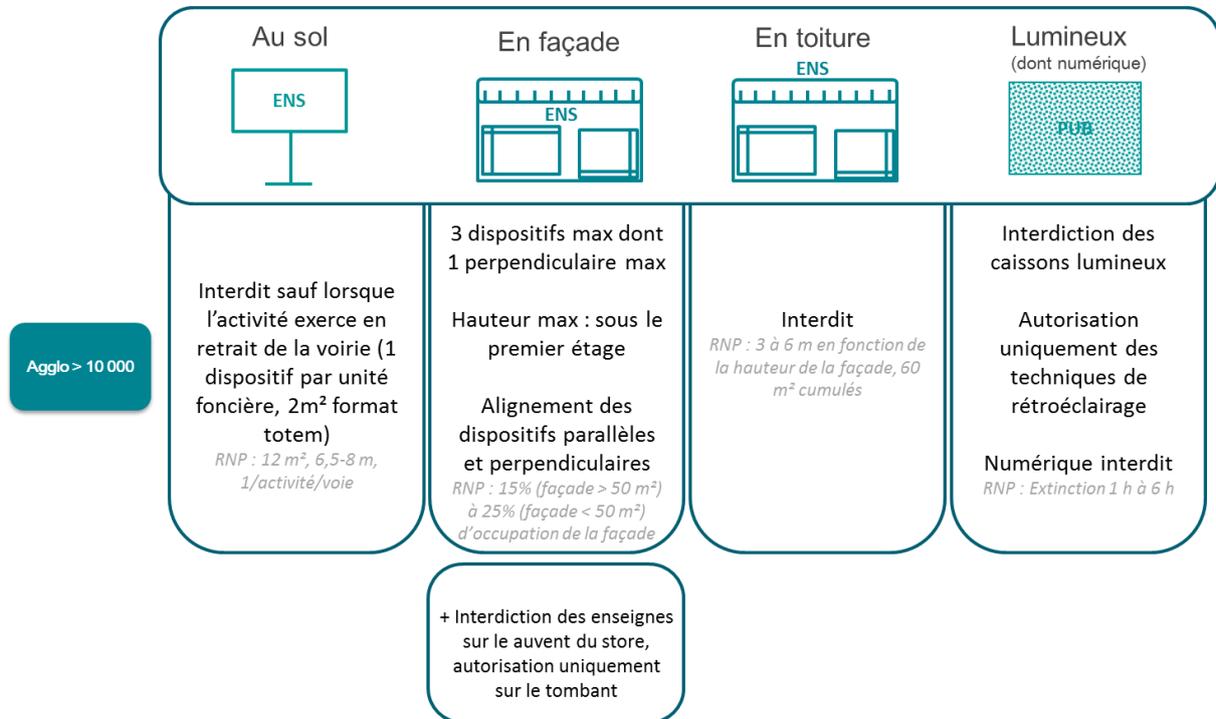
Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Dans les noyaux historiques (centre-ville ancien, quartiers de Saint-Germain, de Tiret, de Vareilles, des Allymes et de Breydevent) où le patrimoine bâti occupe une place d'envergure,

affirmer et mettre en valeur ce patrimoine en proposant des restrictions fortes et uniformisées quant à l’affichage extérieur qui y siège (particulièrement pour les enseignes).

Justification des choix règlementaires



Concernant les enseignes, une vigilance particulière est portée sur l'intégration des enseignes au sein de ce tissu de centres-bourgs denses doté souvent de qualités patrimoniales.

Les enseignes scellées au sol ou apposées au sol dont la surface est supérieure à 1m² sont interdites dans la mesure où la densité du tissu urbain ne permettrait pas une implantation harmonieuse et des rapports d'échelle cohérents avec les bâtis. De surcroît l'alignement des façades et la mitoyenneté des immeubles implantés dans les divers centres-bourgs n'offrent pas de réelles opportunités d'implantation de tels dispositifs. Toutefois, si la visibilité de certaines activités était conditionnée par ce type de dispositif et lorsque le tissu urbain, c'est-à-dire dans le cas d'une activité exerçant en retrait de la voirie, le RLP prévoit la possibilité d'implantation d'un seul dispositif au sol de format 2m². Ce nombre et ce format restreint ne devrait pas nuire à la qualité des centres-bourgs.

Afin de limiter l'accumulation de petits dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments bien que respectant les règles de surface cumulée, les enseignes en façade sont limitées à trois dispositifs par façade commerciale, dont un dispositif perpendiculaire maximum. Ces mesures combinées au pourcentage maximal d'occupation de la façade fixé par le Règlement national de Publicité devraient assurer une harmonie entre les qualités du bâtiment et le besoin de visibilité qui conditionne son attractivité. Enfin, de façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné (dans les limites du plancher bas du premier étage, alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat, inscription dans les limites des baies et surface maximum de 0,8 m² pour les enseignes perpendiculaires).

Les enseignes apposées sur store ou parasol ne sont autorisées que sur les tombants des dispositifs (et non pas sur les auvents) ou favoriser la sobriété des équipements installés dans des contextes historiques et/ou patrimoniaux.

Les enseignes lumineuses (hors numériques) sont autorisées, avec des conditions permettant la qualité des dispositifs : interdiction des caissons lumineux, rétroéclairage imposé et ainsi interdiction des dispositifs d'éclairage en saillie.

Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que les enseignes numériques sont interdites, dans la mesure où leur impact visuel (localisation ou typologie du dispositif) peut déprécier l'ambiance paysagère, urbaine et historique des lieux.



Exemple de répartition des enseignes en ZP1 (schéma indicatif et non opposable)

4. JUSTIFICATION DE LA ZP2 – AXES STRUCTURANTS

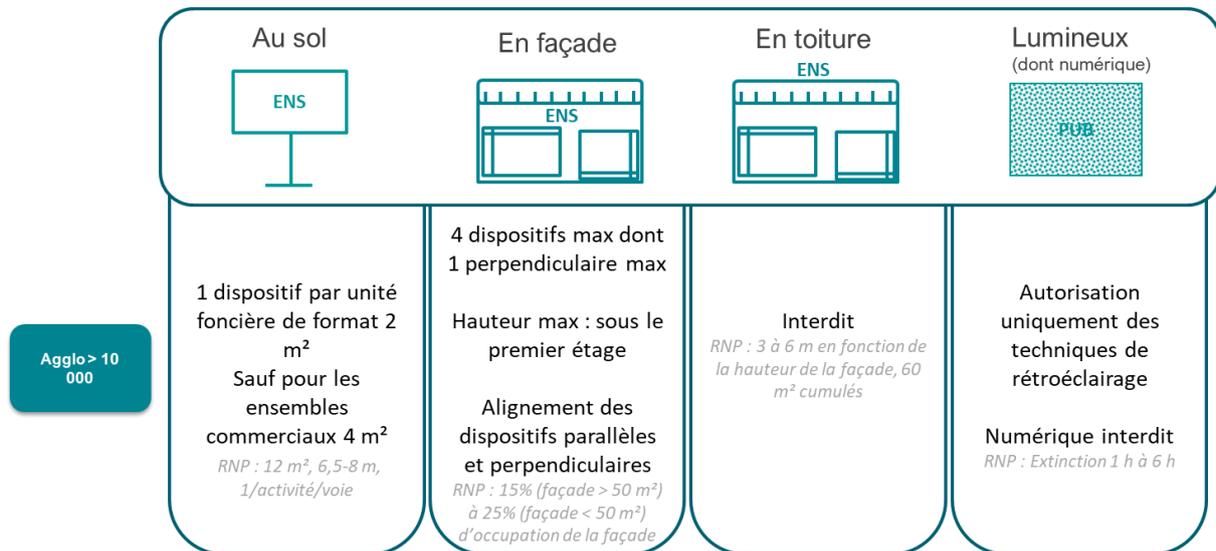
Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs et des axes commerciaux en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées pour rythmer de manière qualitative le parcours urbain ;
- Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones

d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix règlementaires



La qualité architecturale plus hétérogène de cette zone ainsi que la présence d'espaces mixtes mêlant habitats et activités commerciales justifient un élargissement des typologies de dispositifs autorisées mais sous conditions de respect de mesures liées à l'esthétique des enseignes et de nombre restreint de celles-ci. Les dispositions sont édictées sur le même principe que celles de la ZP1, mais des souplesses sont apportées. Toutefois, ces dispositions demeurent plus strictes qu'en zone publicitaire 3 (ZP3) « zones d'activités économiques et commerciales » où se concentre une seule fonction territoriale.

Par conséquent, le règlement autorise l'implantation d'une enseigne au sol de plus de 1 m² par unité foncière dans une limite de 2m². Le règlement aborde le cas des deux ensembles commerciaux intégrés dans la ZP2 : leur typologie où se concentrent plusieurs activités induit nécessairement des besoins de visibilité plus importants en surface. Ainsi, et pour s'inscrire toujours dans une dynamique de dédensification du champ visuel tout en garantissant la visibilité et la lisibilité des messages, la surface du dispositif peut être portée à 4m², et les enseignes apposées doivent être affichées en proportions égales entre les activités.

Les enseignes en façade sont régies de manière globalement similaire à la ZP1. Cela s'explique par la présence dans le tissu urbain concerné de commerces de proximité où pour des raisons évidentes de cohérence avec la morphologie urbaine (faubourgs principalement), il convient de maîtriser la densité de dispositif afin d'offrir un traitement des enseignes cohérents avec le cadre de vie globalement à la fois commercial et résidentiel. L'encadrement des enseignes étant toutefois relativement moins strict qu'en ZP1 en raison de la moindre présence d'enjeux patrimoniaux. La différence avec la ZP1 réside dans le nombre de dispositifs, les enseignes en façade sont limitées à quatre dispositifs par façade commerciale, dont un dispositif perpendiculaire maximum ; et l'absence de cadre spécifique (le respect des dispositions générales est toutefois obligatoire) pour les enseignes sur store ou parasol.

Les enseignes lumineuses (hors numériques) sont autorisées, avec des conditions permettant la qualité des dispositifs, mais toutefois plus souples qu'en ZP1 : interdiction des dispositifs d'éclairage en saillie.

Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que les enseignes numériques demeurent interdites, dans la mesure où leur impact visuel (localisation ou typologie du dispositif) peut déprécier l'ambiance paysagère, urbaine et historique des lieux.



Exemple de répartition des enseignes en ZP2 (schéma indicatif et non opposable)

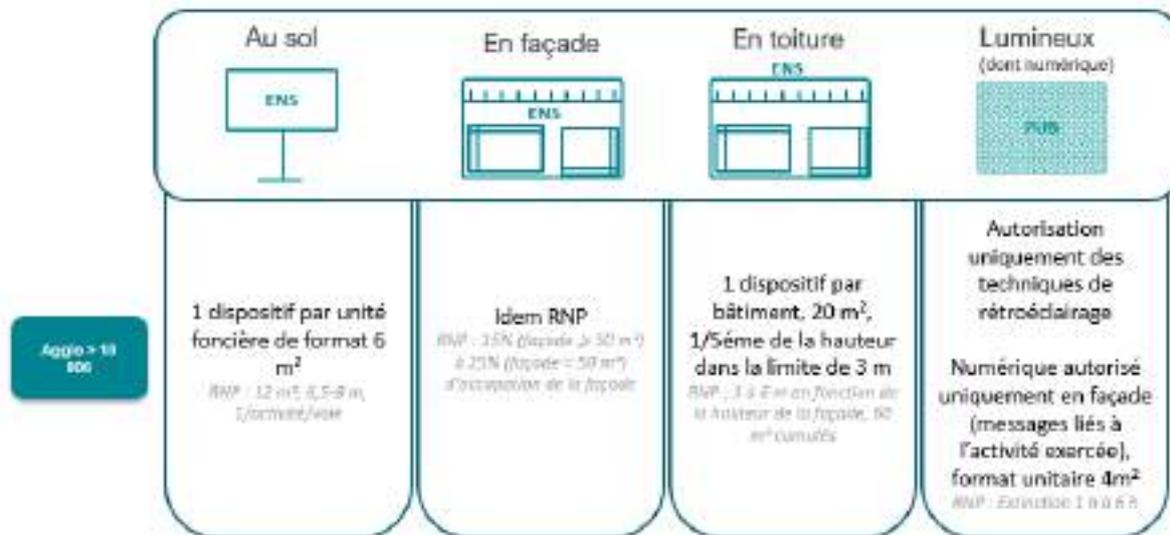
5. JUSTIFICATION DE LA ZP3 – ZONES D'ACTIVITES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Apaiser les zones d'activités économiques pour améliorer la lisibilité des paysages et la visibilité des activités en recherchant l'intégration et l'esthétisme des enseignes et en promouvant la mutualisation des supports par le biais de matériel signalétique ;
- Lutter contre la banalisation paysagère des axes majeurs et des axes commerciaux en recherchant une cohérence dans les enseignes et dans les typologies de dispositifs publicitaires mobilisées pour rythmer de manière qualitative le parcours urbain ;
- Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix règlementaires



Au sein des zones d'activités économiques et commerciales, les enseignes des activités se conforment à une charte graphique, souvent imposée à l'échelle nationale. Les enseignes observées sont alors très diverses, sans nécessairement respecter l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives visuelles autour du lieu. Ainsi, dans les zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLP d'Ambérieu-en-Bugey affiche une orientation spécifique sur l'apaisement des paysages des zones d'activités économiques et commerciales pour assurer autant que faire se peut une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes au sein d'une même zone.

Concernant la réglementation des enseignes, aucune distinction réglementaire n'est faite selon la sous-zone concernée.

La réglementation des enseignes au sol autorise un dispositif au sol par unité foncière, dont la surface maximale autorisée est de 8m². Ce plus grand format autorisé par rapport aux zones précédentes s'inscrit en cohérence avec la vocation des zones d'activités économiques et commerciales : informer un usager sur la présence de services. Ainsi, ce format permet une bonne visibilité des activités au regard des pratiques modales privilégiant la voiture dans ces secteurs d'activités tout en permettant une réduction du format d'affichage maximal autorisé de plus de 30% par rapport à ce qui est opéré aujourd'hui (enseignes au sol atteignant jusqu'à 12m²).

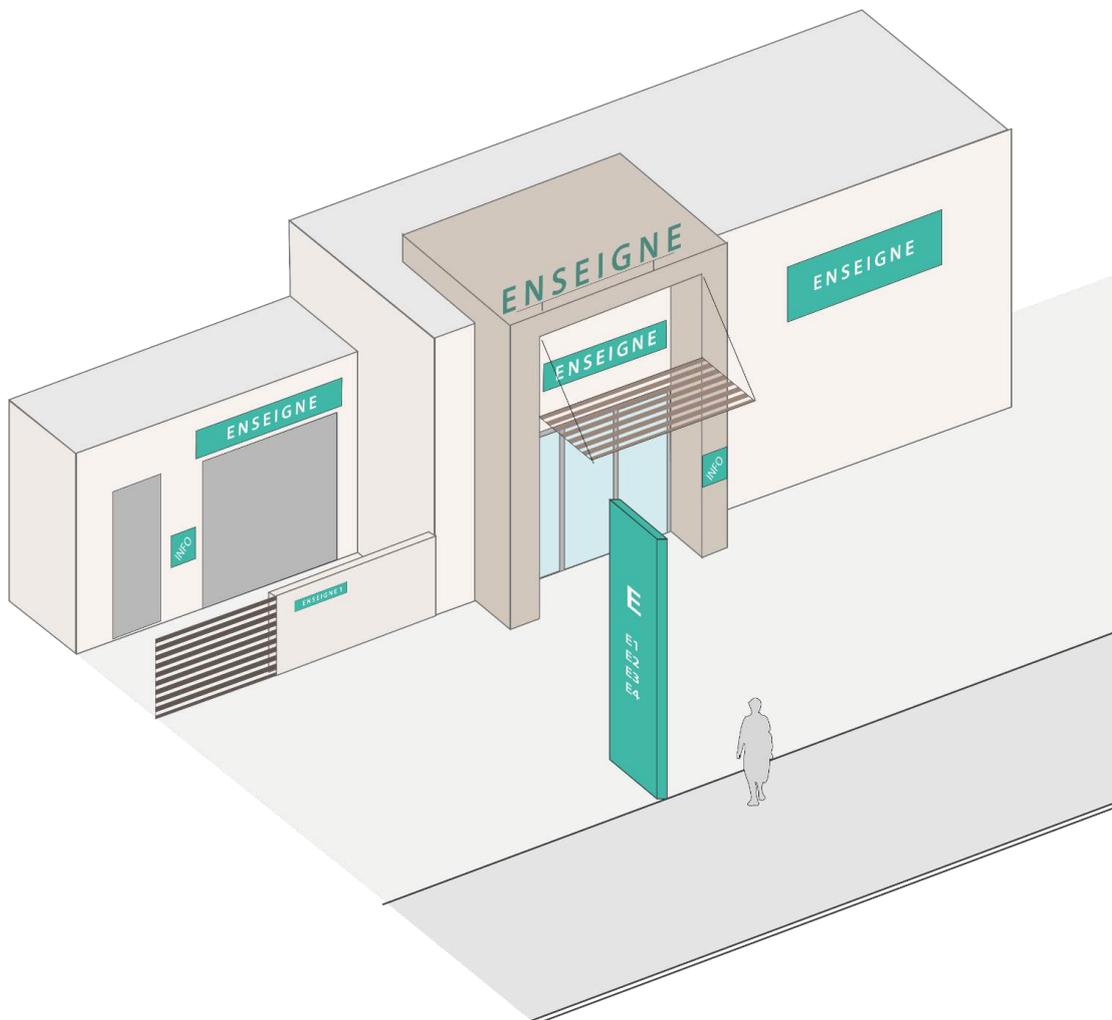
Les enseignes en façade étant très représentées au sein des zones d'activités économiques et commerciales et les gabarits des bâtiments étant divers, le nombre d'enseignes en façade n'est pas précisé par le RLP et les règles du RNP s'appliquent. Celles-ci permettent de maîtriser la surface cumulée des enseignes en façade via un pourcentage d'occupation maximal de la surface de la façade commerciale concernée (15% ou 25%). Par ailleurs, les dispositions générales portant sur l'encadrement esthétique des enseignes tendent à maîtriser l'intégration des enseignes dans leur environnement et dans les bâtis. Par conséquent, bien que le nombre et les surfaces autorisées soient plus souples que pour les autres zones de publicité, les secteurs d'activités économiques et commerciales bénéficient de la dynamique globale du RLP veillant à la qualité du traitement de l'affichage extérieur de façon à lutter contre la banalisation des paysages.

Les enseignes apposées sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont autorisées, mais dans la limite d'un dispositif par bâtiment d'activité d'une surface de 20 m² maximum, et de hauteur proportionnée à la

hauteur du bâtiment. Cette disposition s'inscrit dans la volonté de préservation de l'effet vitrine du territoire et de préservation du grand paysage perçu en entrée de ville où sont implantées les zones d'activités économiques et commerciales. Il est également rappelé les dispositions du RNP qui imposent le lettrage découpé et la dissimulation des supports de fixation de ces dispositifs.

Les enseignes lumineuses (hors numériques) sont autorisées, dans des conditions permettant la qualité des dispositifs c'est-à-dire avec une interdiction des dispositifs d'éclairage en saillie.

La ZP3 est la seule zone du RLP où les dispositifs numériques sont autorisés pour les enseignes : cette exception se justifie par la spécificité des tissus économiques et commerciaux concernés. Y autoriser ces innovations technologiques permet aux activités de réfléchir à une limitation du nombre de dispositifs en mobilisant les caractéristiques « défilantes » de ces affichages. D'autre part, les dispositifs numériques dans ces zones ne seront pas démultipliés : pour rappel, les publicités numériques y sont interdites (y compris sur mobilier urbain) ; et pour les enseignes numériques, un format de 4 m² maximum est imposé ainsi qu'une installation uniquement en façade (interdiction au sol et en toiture). De plus, les règles d'extinction nocturne des dispositions générales s'appliquent dans ces zones pour conforter l'engagement du territoire dans la transition écologique et énergétique.



Exemple de répartition des enseignes en ZP3 (schéma indicatif et non opposable)

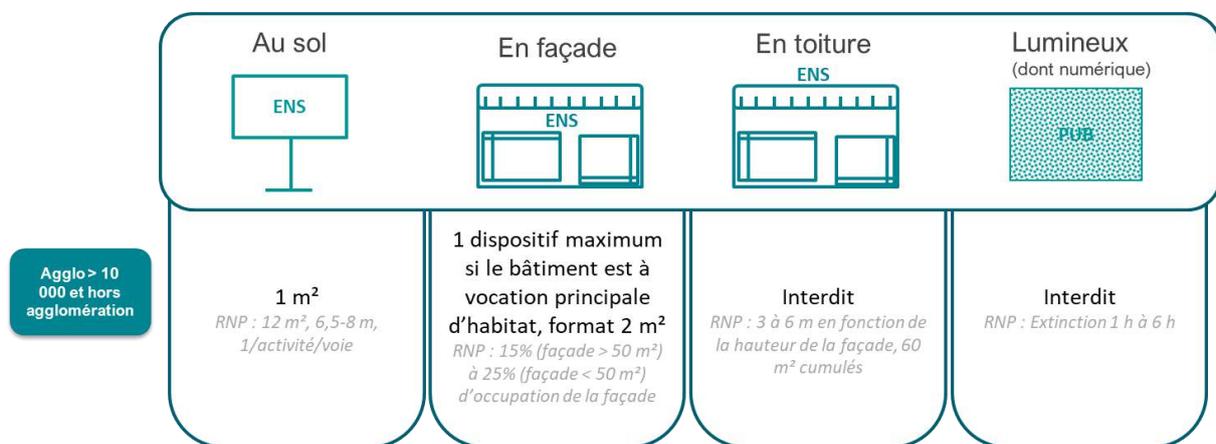
6. JUSTIFICATION DE LA ZP4 – ESPACES RESIDENTIELS EN AGGLOMERATION ET ESPACES HORS AGGLOMERATION

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d’affichage cohérent avec l’usage des espaces (espaces habités, zones d’activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d’échelle induits et la qualité de l’affichage opéré ;
- Garantir la visibilité et l’attractivité des activités touristiques/culturelles et participer à la valorisation des productions du terroir ;
- Conforter les ambiances apaisées dans les espaces de vie quotidiens en maintenant une faible densité de dispositifs dans les secteurs à vocation principale d’habitat.

Justification des choix règlementaires



Cette zone recense l’ensemble des espaces strictement résidentiels du territoire et les secteurs agro-naturels. Bien que ces espaces ne soient pas des lieux privilégiés d’affichage, des activités liées au tourisme ou aux services de proximité, des activités artisanales ou libérales exerçant à domicile peuvent siéger et présenter un besoin de visibilité.

L’objectif du RLP est de permettre un traitement des enseignes œuvrant au maintien de l’attractivité et de la vie économique locale tout en garantissant une intégration cohérente avec le paysage habité ou naturel à proximité. C’est pourquoi le choix a été fait de ne pas laisser au RNP ces secteurs afin de leur faire bénéficier de la dynamique globale du RLP de maîtrise de la typologie, de l’esthétique et des formats des enseignes.

Dans ce cadre, les dispositions règlementaires précisent :

- Que les dispositifs au sol sont autorisés dans la limite d’un seul dispositif par activité de format maximal 1m² ;
- Que les dispositifs en façade sont autorisés dans la limite d’un seul dispositif de surface maximale 2m² par façade si le bâtiment est à vocation principale d’habitat. L’encadrement prévu est celui du RNP si le bâtiment n’est pas à vocation principale d’habitat.

Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu ainsi que les enseignes lumineuses, dont les enseignes numériques, sont interdites dans un souci de préservation des vues du grand paysage et de ses composantes agro-naturelles, mais aussi des fonctions écologiques des espaces.



Exemple de répartition des enseignes en ZP4 (schéma indicatif et non opposable)

7. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ESPACES SENSIBLES »

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Préserver les vues emblématiques sur la vallée de l'Albarine et les coteaux du Bugey, ainsi que sur les éléments de patrimoine bâti qui font identité (Château des Allymes, Château de Saint-Germain, Tour de Gy, Eglise Saint-Symphorien et Eglise Saint Jean-Marie Viannay) en réduisant l'impact des dispositifs qui viennent perturber ces perceptions ;
- Prendre en compte les nouvelles technologies d'affichage pour conforter l'image d'un territoire engagé dans la préservation de la biodiversité (trame noire) et la réduction des consommations énergétiques ;
- Pérenniser les aménités paysagères qui siègent au sein d'espaces urbains (les parcs urbains, cônes de vue interne à la ville) en y maintenant une faible densité de dispositifs.

Justification des choix règlementaires

Comme expliqué dans la justification du zonage, cette trame est délimitée d'après les périmètres de protection des Monuments Historiques ainsi que des zones indicées j au PLU et enfin les zones N localisées dans les limites de l'agglomération définie.

Dans la mesure où les enseignes sont soumises à autorisation préalable, et sont en outre conditionnées en partie dans cette trame « Espaces sensibles » par l'avis de L'Architecte des Bâtiments de France et dans un souci de cohérence avec les politiques patrimoniales menées sur le territoire, le choix a été fait d'interdire toute enseigne lumineuse, y compris numérique.

Ces choix se justifient également au regard de la naturalité des espaces inclus dans cette trame (zones N et zones indicées « j ») et de leurs fonctions. Cette interdiction de tout dispositif lumineux tend ainsi à minimiser les dérangements de la biodiversité et de leurs cycles diurnes et nocturnes. Ces éléments s'inscrivent dans le sens d'une préservation importante de la trame noire.

8. JUSTIFICATION DE LA TRAME « ENTREES DE VILLE »

Correspondance avec les orientations

Cette zone et le règlement qui lui est associé traduisent les orientations suivantes :

- Proposer un cadre d'affichage cohérent avec l'usage des espaces (espaces habités, zones d'activités économiques, espaces de détente, espaces patrimoniaux, etc.) et les formes urbaines en étant vigilant sur les rapports d'échelle induits et la qualité de l'affichage opéré ;
- Requalifier les entrées de ville en veillant aux premières impressions ; Anticiper les évolutions urbaines du territoire en amont pour assurer une pertinence dans l'application du RLP (mutation du Triangle d'activités en futur front bâti et extensions des zones d'activités d'En Pragnat et de Porte du Bugey, futurs axes commerciaux à créer, requalification d'axes et entrées de ville).

Justification des choix règlementaires

Les entrées de ville identifiées dans la trame « Entrées de ville » correspondent à des espaces vitrines pouvant offrir de véritables ouvertures dans le tissu urbain et des percées visuelles sur le grand paysage ou encore des éléments patrimoniaux identitaires à l'échelle du territoire. Par conséquent, en sus des règles propres à chacune des zones, la trame vient interdire le recours aux dispositifs localisés en toiture ou terrasse pour préserver ces perceptions. L'objectif est ainsi d'encourager la valorisation des aménités paysagères et du patrimoine perceptible depuis ces lieux en limitant les sollicitations visuelles des usagers.

9. GLOSSAIRE

Accessoire de publicité

Tout élément technique permettant l'accès au dispositif pour assurer son entretien ou le changement des affiches (échelles, plateformes, etc.).

Activités culturelles

Sont qualifiées comme telles les spectacles cinématographiques, les spectacles vivants ainsi que l'enseignement et l'exposition des arts plastiques.

Agglomération

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

Auvent

Petit toit en surplomb, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture, soutenu ou non par des poteaux, dont l'objet est de protéger des intempéries.

Bâche de chantier

Bâche comportant de la publicité installée sur les échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux. Le chantier est la période qui court de la déclaration d'ouverture de chantier au dépôt de la déclaration d'achèvement de travaux.

Bâche publicitaire

Une bâche publicitaire se compose d'une toile publicitaire, généralement de très grandes dimensions, apposée directement sur la façade d'un immeuble. C'est une bâche comportant de la publicité et qui n'est pas une bâche de chantier.

Baie (synonyme : Ouverture)

Surface de l'enveloppe d'un bâtiment laissée libre ou fermée par une fenêtre ou une porte (exemple : porte, vitrine, fenêtre, etc.).

Balcon

Plate-forme accessible située en avancée par rapport au corps principal de la construction.

Balconnet

Balcon dont la plate-forme est de superficie réduite.

Barre d'appui

Pièce horizontale en bois ou en métal placée entre les tableaux d'une fenêtre, à une hauteur d'un mètre environ par rapport au plancher, de manière à éviter les risques de chute.

Bandeau (enseigne en)

Également appelée enseigne à plat, ce dispositif sert de support de fond sur lequel est apposé ou peint le lettrage de l'enseigne, et qui est accroché à la façade.

Cadre

Partie du dispositif publicitaire qui entoure l'affiche (dit également « moulure »).

Caisson lumineux

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

Chevalet

Dispositif posé sur le sol devant un commerce (presse, restaurant, photographe, etc.). Généralement installé sur le domaine public (trottoir), il fait l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public.

Clôture

Terme désignant toute construction destinée à séparer une propriété privée du domaine public ou deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété.

Clôture aveugle

Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ouverte.

Clôture non aveugle

Se dit d'une clôture comportant des parties ouvertes, elle est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Devanture commerciale

Ouvrage qui revêt la façade d'une boutique pour mettre son étalage en valeur. Elle est constituée d'un bandeau de façade, de piliers d'encadrement et d'une vitrine.

Dispositif publicitaire

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

Document d'urbanisme

Un document d'urbanisme est établi à l'échelle d'une commune ou d'un groupement de communes (EPCI) et a pour objectif d'étudier le fonctionnement et les enjeux du territoire, de construire un projet de développement respectueux de l'environnement, et de formaliser ces éléments dans des règles d'utilisation du sol. Le document d'urbanisme doit permettre l'émergence d'un projet de territoire

partagé, consolidant les politiques nationales et territoriales d'aménagement avec les spécificités du territoire.

Drapeau (enseigne en)

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le côté du dispositif parallèle au mur. Cf. Schéma ci-contre.

Egout du toit

Limite ou ligne basse d'un pan de couverture, vers laquelle ruissellent les eaux de pluie. La ligne d'égout correspond, dans la plupart des cas, à la partie basse d'une gouttière ou d'un chéneau.

Encadrement

Cadre entourant une publicité, appartenant au support publicitaire sur lequel est collée l'affiche.

Enseigne

Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Est appelé dans le présent règlement enseigne principale, l'enseigne dont la surface est la plus importante et portant le nom de l'activité. Les enseignes secondaires constituent toutes autres enseignes relatives à l'activité.

Enseigne lumineuse

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

Enseigne en façade

Est considérée en façade l'ensemble des enseignes apposées sur un mur, que ce soit parallèlement (bandeau principal ou secondaire, vitrophanie, store-banne) ou perpendiculairement (potence, drapeau)

Enseigne temporaire

Enseigne signalant :

- Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- Pour plus de trois mois, des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que la location ou la vente de fonds de commerce.



Façade ou mur aveugle

Se dit d'un mur ou d'une façade d'un bâtiment ne comportant aucune ouverture d'une surface supérieure à 0,5 m².

Façade commerciale

Façade d'un immeuble comportant habituellement des vitrines et l'entrée principale d'un commerce. Les faces latérales d'un immeuble sont considérées comme des façades commerciales dès lors qu'elles accueillent des enseignes.

Garde-corps

Barrière à hauteur d'appui, formant protection devant un vide.

Immeuble

Terme désignant le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

Jambage

Élément vertical s'élevant de part et d'autre d'une baie et qui assure l'étanchéité avec le mur.

Marquise

Terme désignant l'auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Mobilier urbain

Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire au sein du présent RLP.

Le mobilier urbain est une installation sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité par les usagers (poubelles, bancs publics, abris bus, ...). Le code de l'Environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :

- Les abris destinés au public ;
- Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- Les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles ;
- Les mats porte-affiches ;
- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont la publicité commerciale ne peut excéder la surface totale réservée à ces informations et œuvres.

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.

Pilier (synonyme de piedroit)

Terme désignant les montants verticaux en maçonnerie situés de part et d'autre d'une ouverture (baie ou porte).

Panneau déroulant

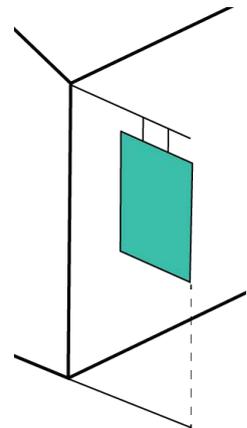
Dispositif constitué d'un caisson vitré à l'intérieur duquel tourne, sur un axe horizontal ou vertical, un train de plusieurs affiches visibles successivement.

Porche

Galerie se trouvant à l'avant d'un édifice et abritant généralement l'entrée de celui-ci.

Potence (enseigne en)

Dispositif scellé au mur, appliqué perpendiculairement à celui-ci et dont l'accroche se fait sur le haut du dispositif. Cf. schéma ci-contre.



Préenseigne

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

Préenseigne temporaire

Voir enseigne temporaire.

Publicité

Terme désignant 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 lumineuse

Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Publicité de petit format

Publicité d'une surface unitaire inférieure à 1 m², généralement apposée sur les murs ou vitrines des commerces.

Retrait de la voirie (activité exerçant en)

Marge de recul imposée par un document d'urbanisme à une construction à édifier en bordure d'une voie publique ou privée.

Rétroéclairage

Procédé permettant d'éclairer une affiche par transparence en plaçant la source lumineuse (par exemple : néons, led, etc.) derrière elle.

Saillie

Partie de construction qui dépasse le plan de façade ou de toiture d'une construction.

Scellé au sol

Se dit d'une publicité, d'une enseigne ou d'une pré-enseigne ancrée dans le sol au moyen d'un scellement durable (béton par exemple).

Spot-pelle

Système d'éclairage installé en saillie d'un dispositif et qui projette une source lumineuse sur ce dispositif. Cf. Photographie ci-contre.



Store-banne

Toile tendue qui permet de procurer de l'ombre.

Support publicitaire

Terme désignant toutes les constructions (bâtiment, clôture, ouvrage, etc.) susceptibles de recevoir un dispositif publicitaire.

Surface d'un mur

Terme désignant la face externe, apparente du mur.

Surface hors-tout

Surface d'un dispositif publicitaire comprenant l'encadrement.

Surface utile/Surface d'affiche

Surface d'un dispositif publicitaire ou d'une enseigne exploitée.

Totem

Dispositif vertical, simple ou à double face, d'aspect monolithique, scellé ou posé au sol destiné à recevoir une ou plusieurs enseignes ou préenseignes.

Toiture-terrasse

Couverture quasiment plate ne comportant que de légères pentes qui permettent l'écoulement des eaux. Pente souvent inférieure à 15 %.

Unité foncière

Terme désignant un ensemble continu de parcelles cadastrales constituant une même propriété.

Unité commerciale

Lieu nécessitant un déplacement du client pour qu'il soit mis au contact d'une offre de produits ou de services. Un même commerce pouvant regrouper plusieurs activités/services (dépôt colis, bar-tabac-presse etc.)

Vitrophanie

Procédé spécial qui permet de coller sur une vitrine un adhésif valant enseigne.

P.S : La vitrophanie ne vaut enseigne que lorsque le dispositif est collé sur l'extérieur de la vitrine.

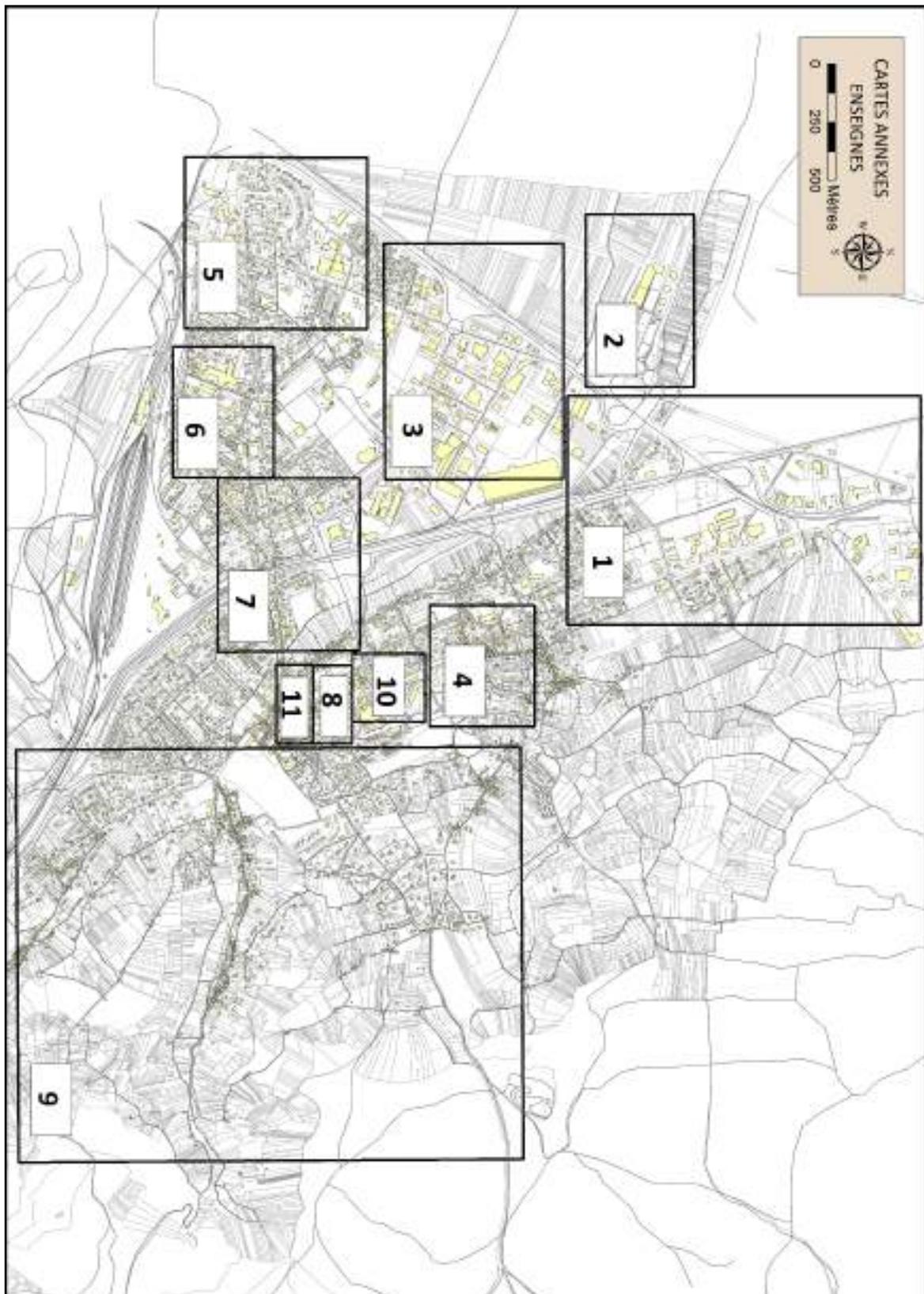
Voie ouverte à la circulation publique

Au sens de l'article R 581-1 du Code de l'Environnement, il s'agit d'une voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

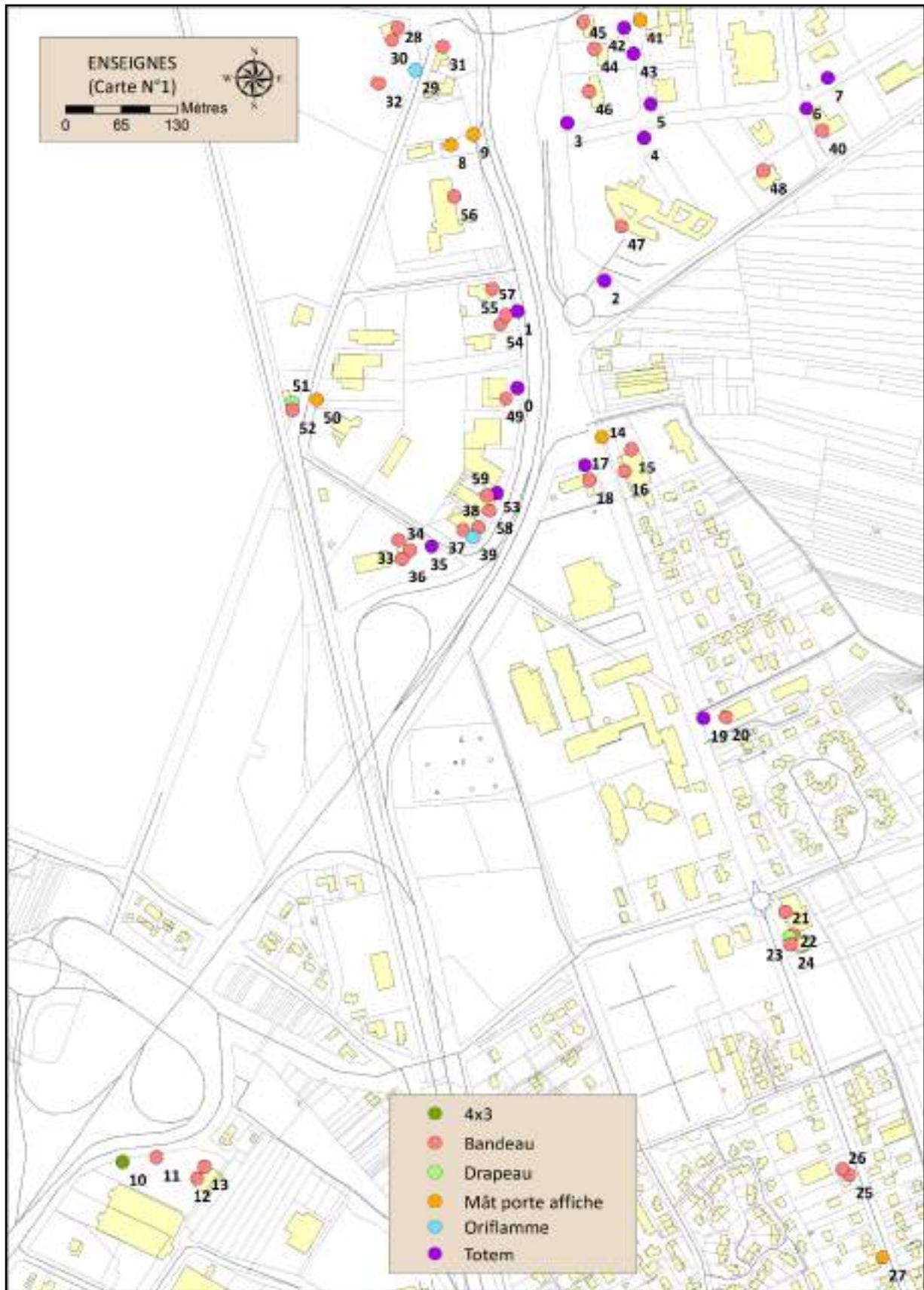
10. ANNEXE CARTOGRAPHIQUE

1. CARTES DETAILLEES DES ENSEIGNES

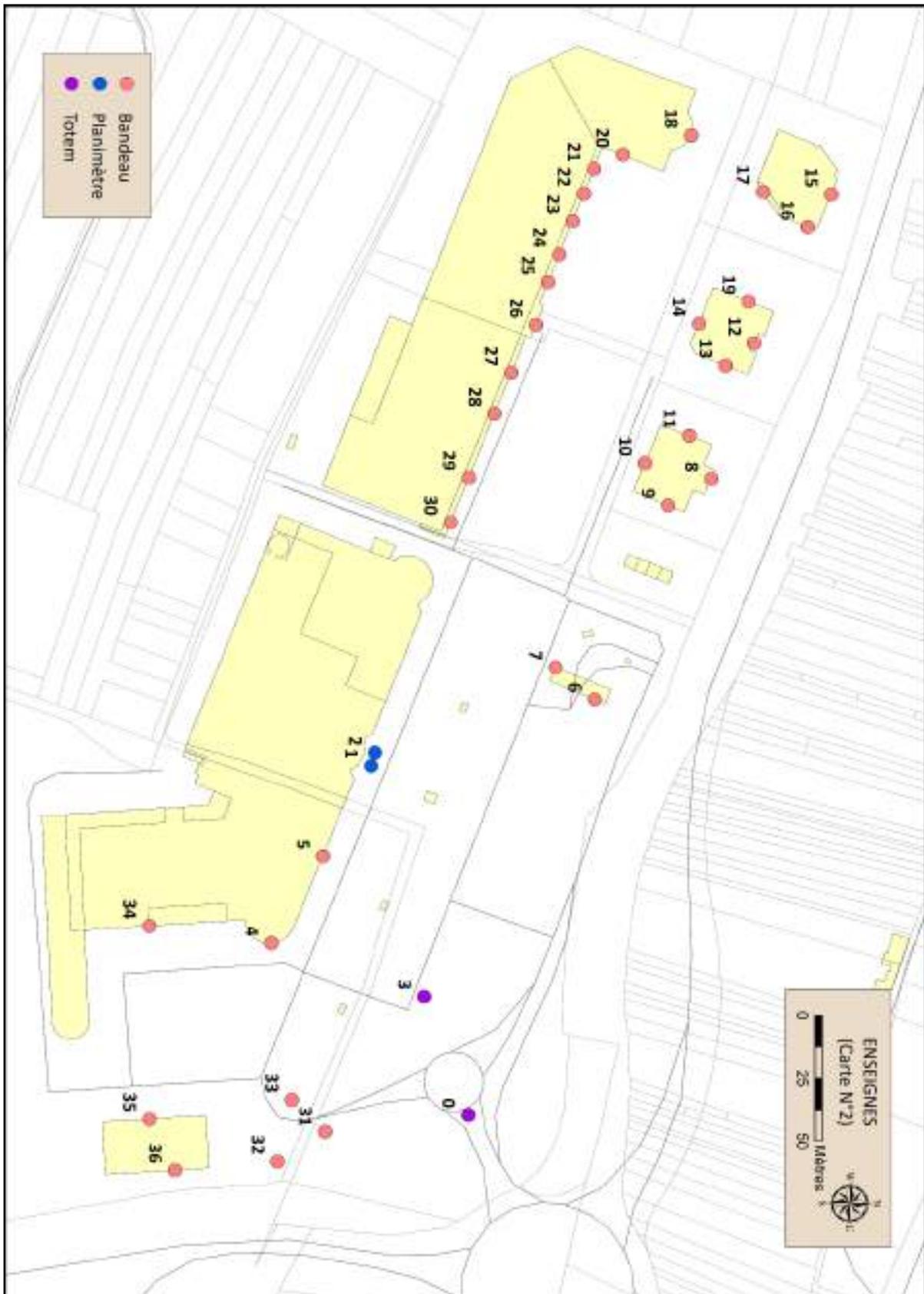
- Enseignes (Carte 8.1)
- Enseignes (Carte 8.2)
- Enseignes (Carte 8.3)
- Enseignes (Carte 8.4)
- Enseignes (Carte 8.5)
- Enseignes (Carte 8.6)
- Enseignes (Carte 8.7)
- Enseignes (Carte 8.8)
- Enseignes (Carte 8.9)
- Enseignes (Carte 8.10)
- Enseignes (Carte 8.11)



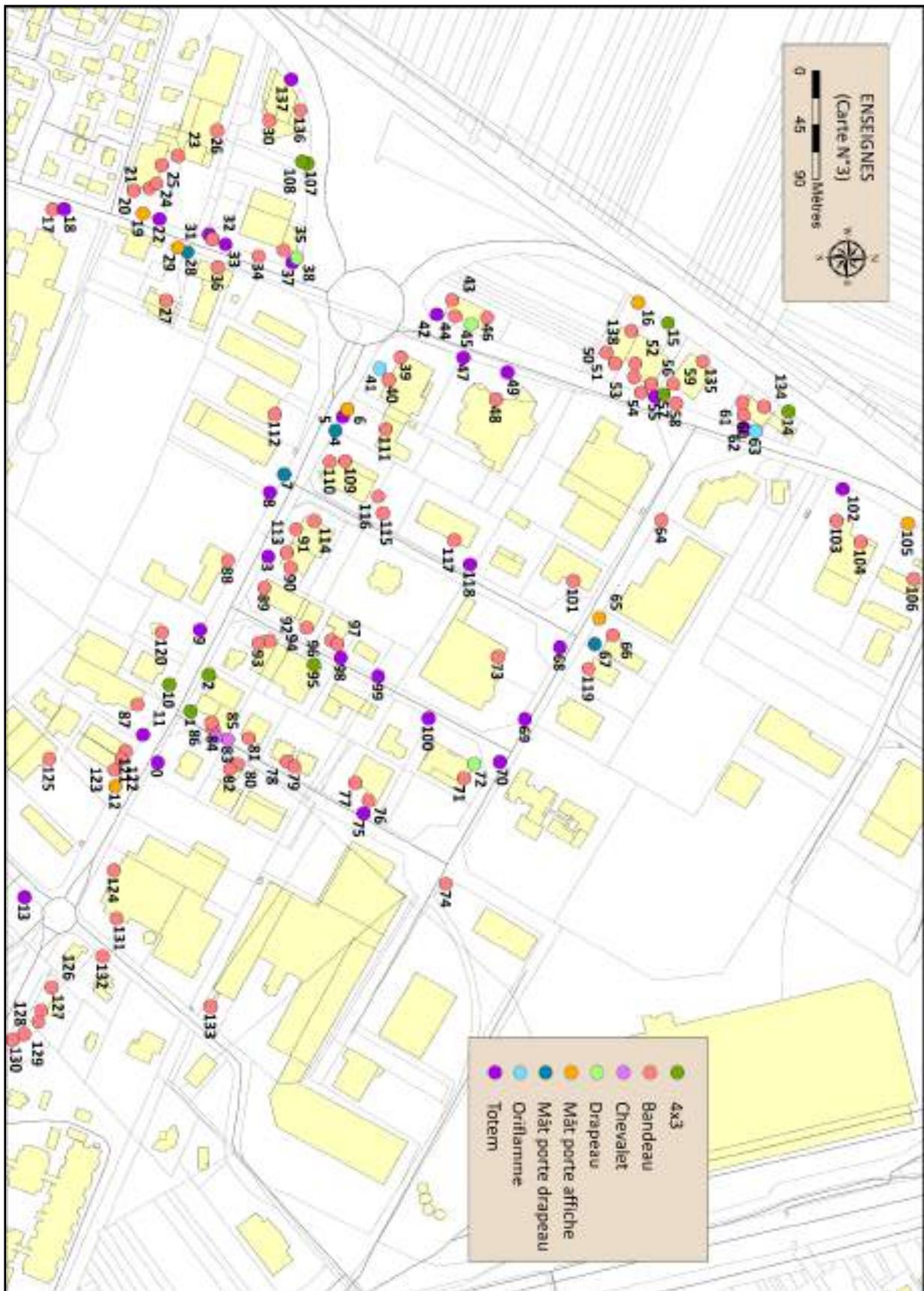
Carte 8 : Enseignes



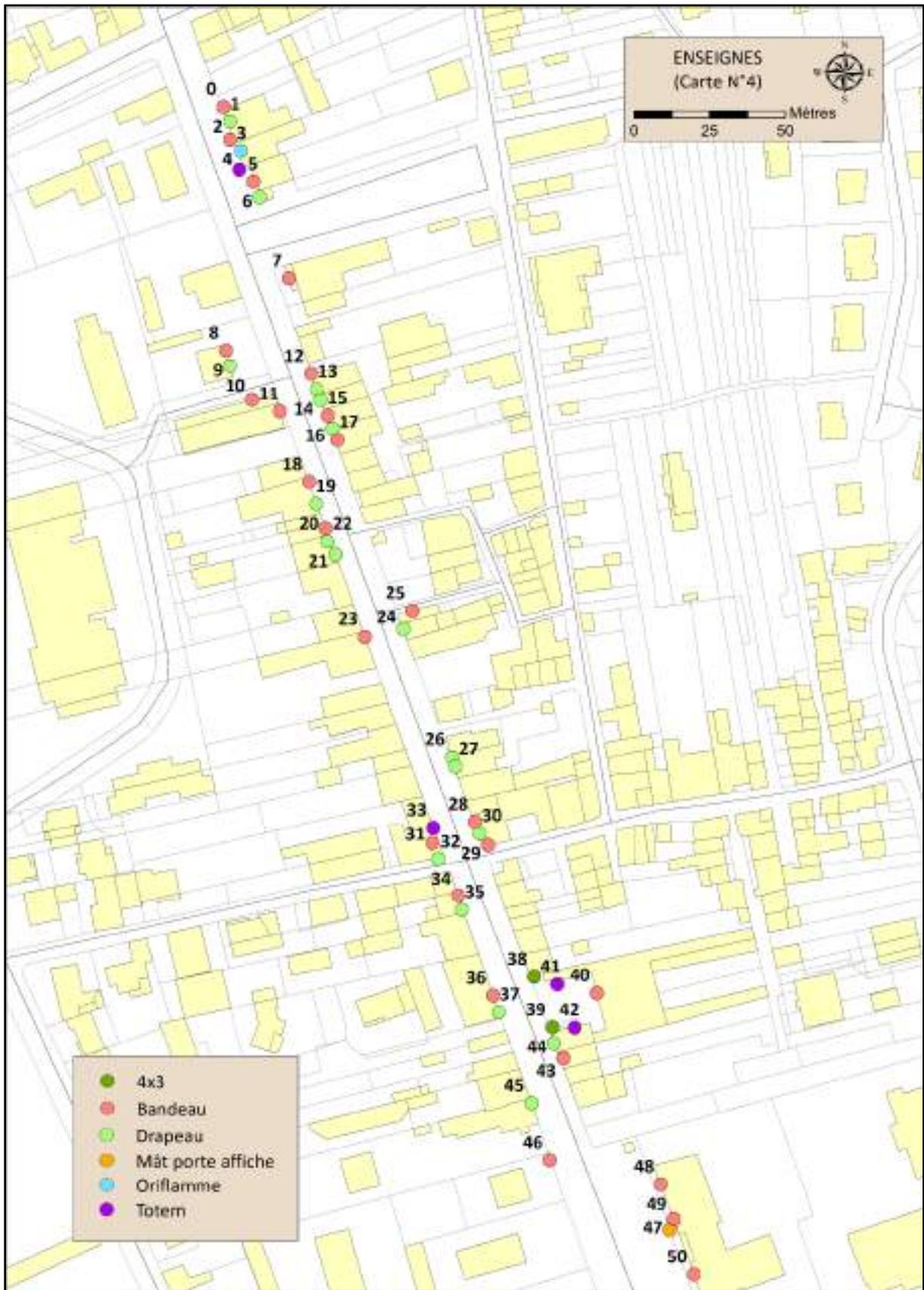
Carte 8.1 : Enseignes



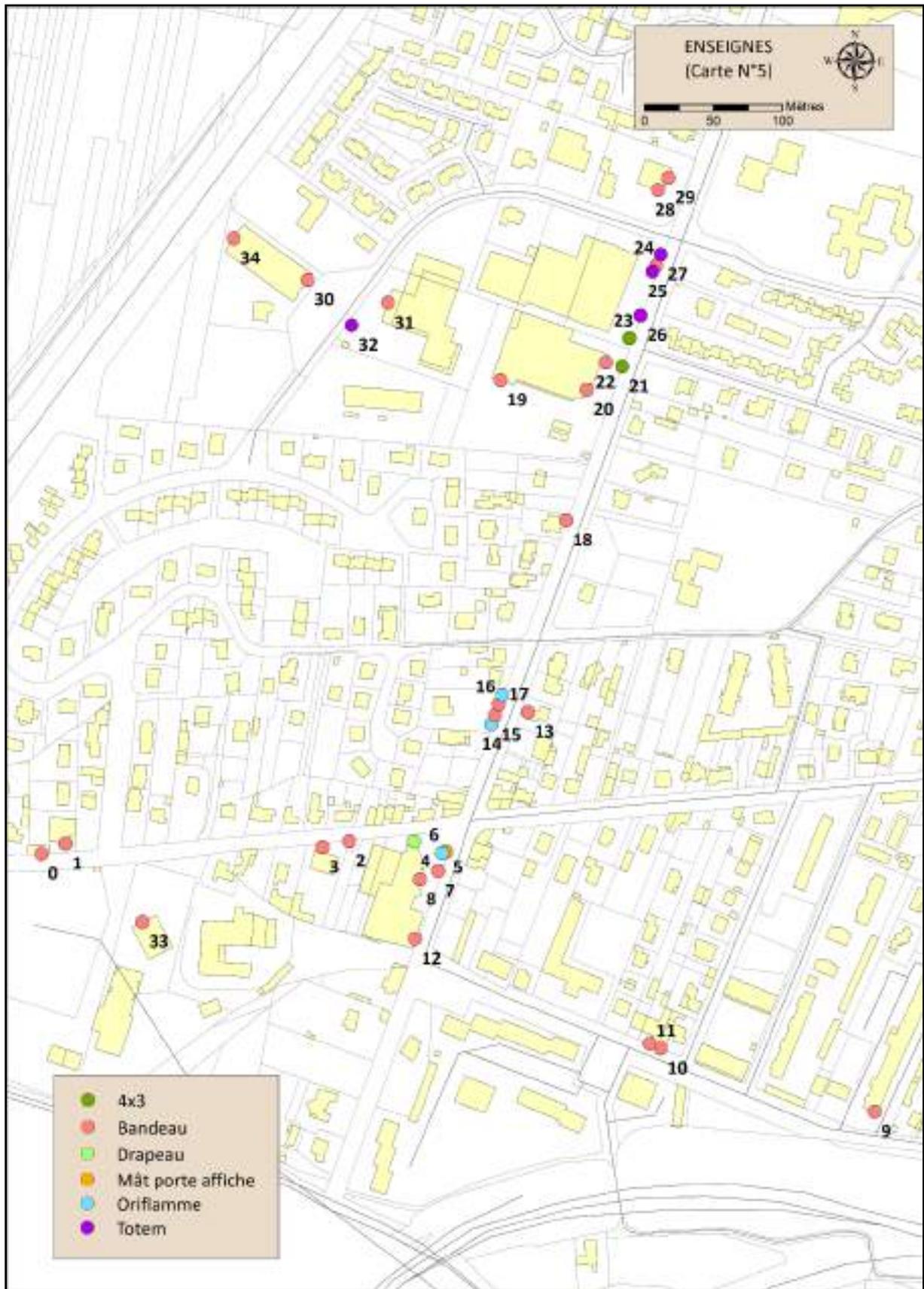
Carte 8.2 : Enseignes



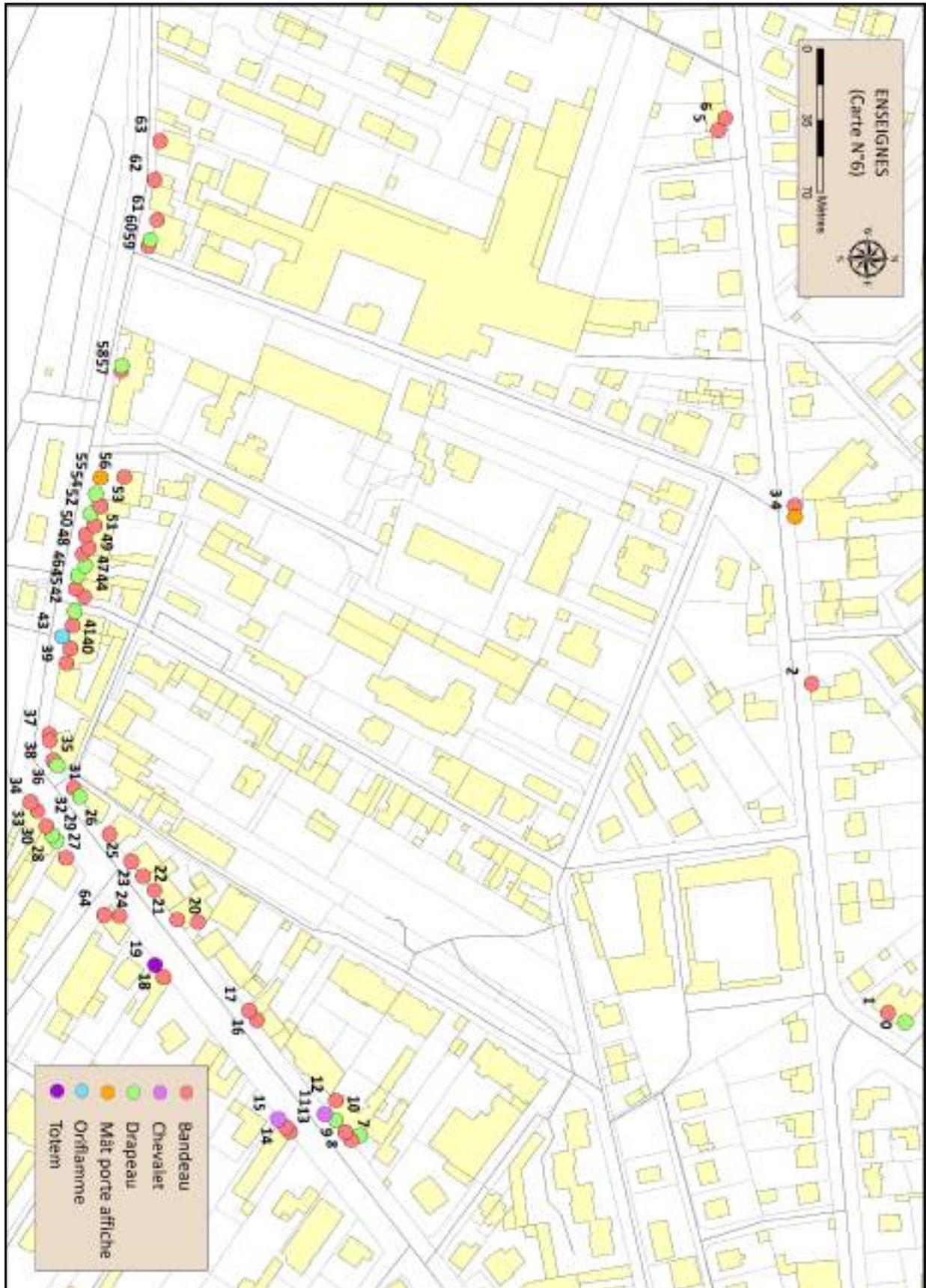
Carte 8.3 : Enseignes



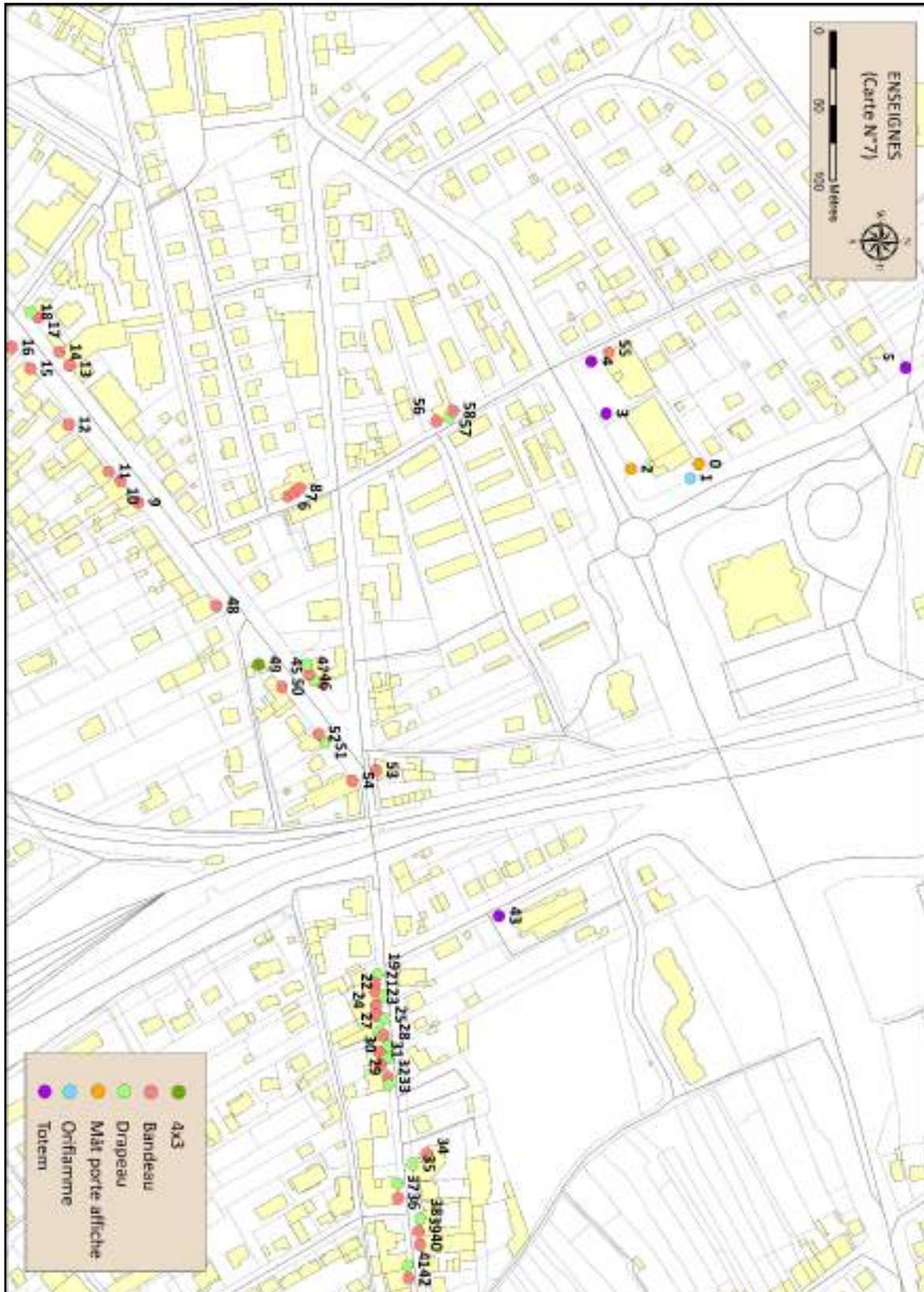
Carte 8.4 : Enseignes



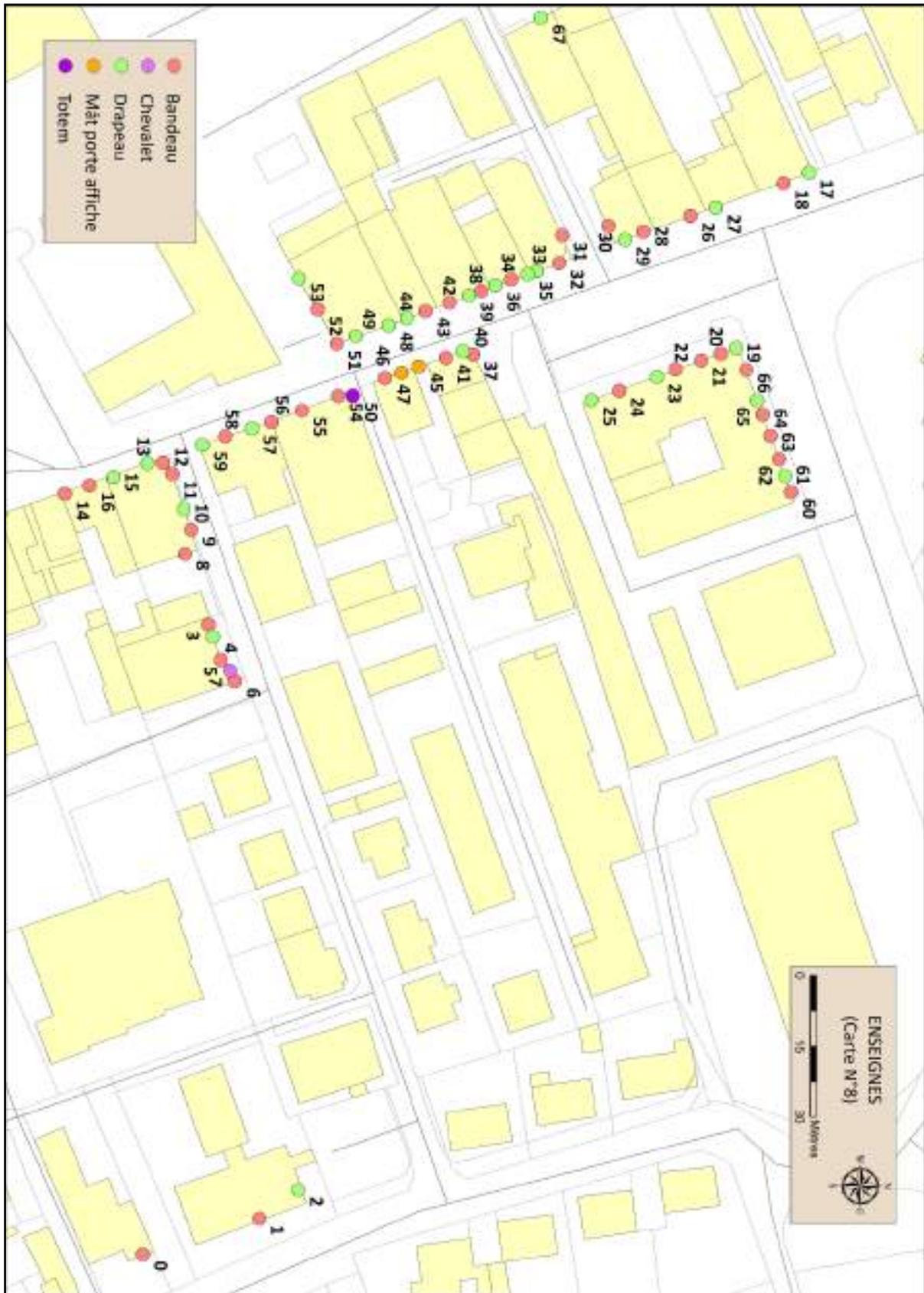
Carte 8.5 : Enseignes



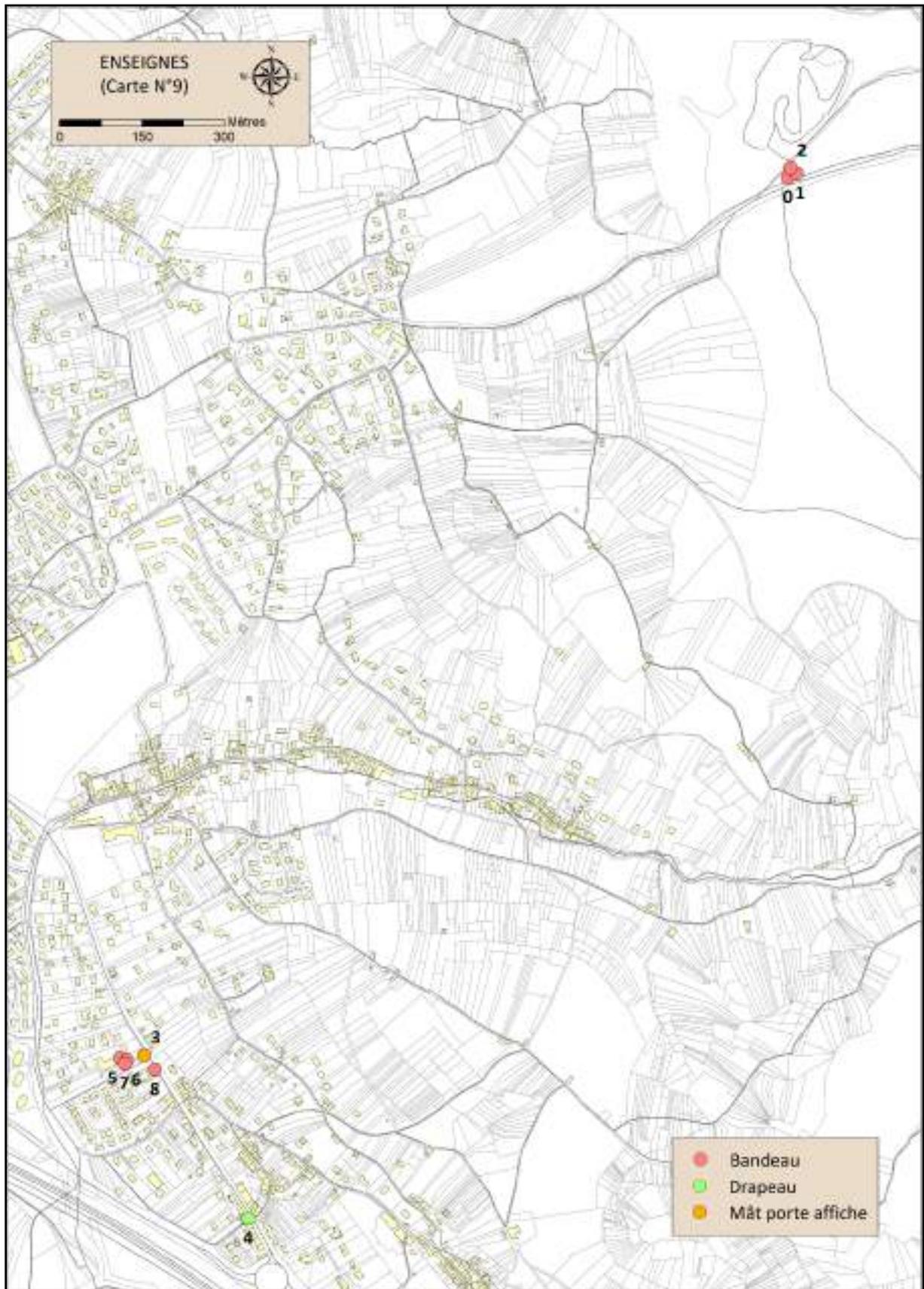
Carte 8.6 : Enseignes



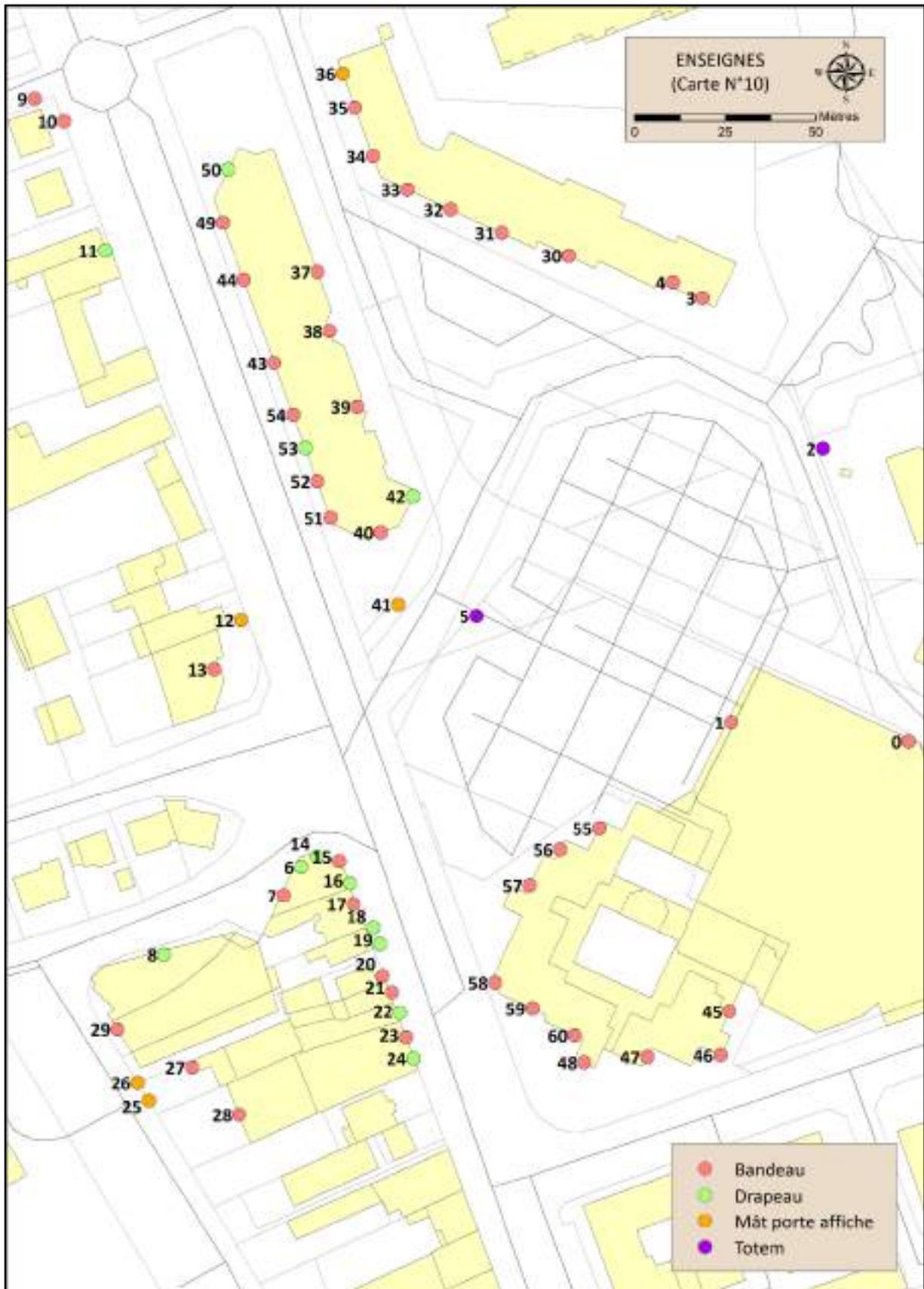
Carte 8.7 : Enseignes



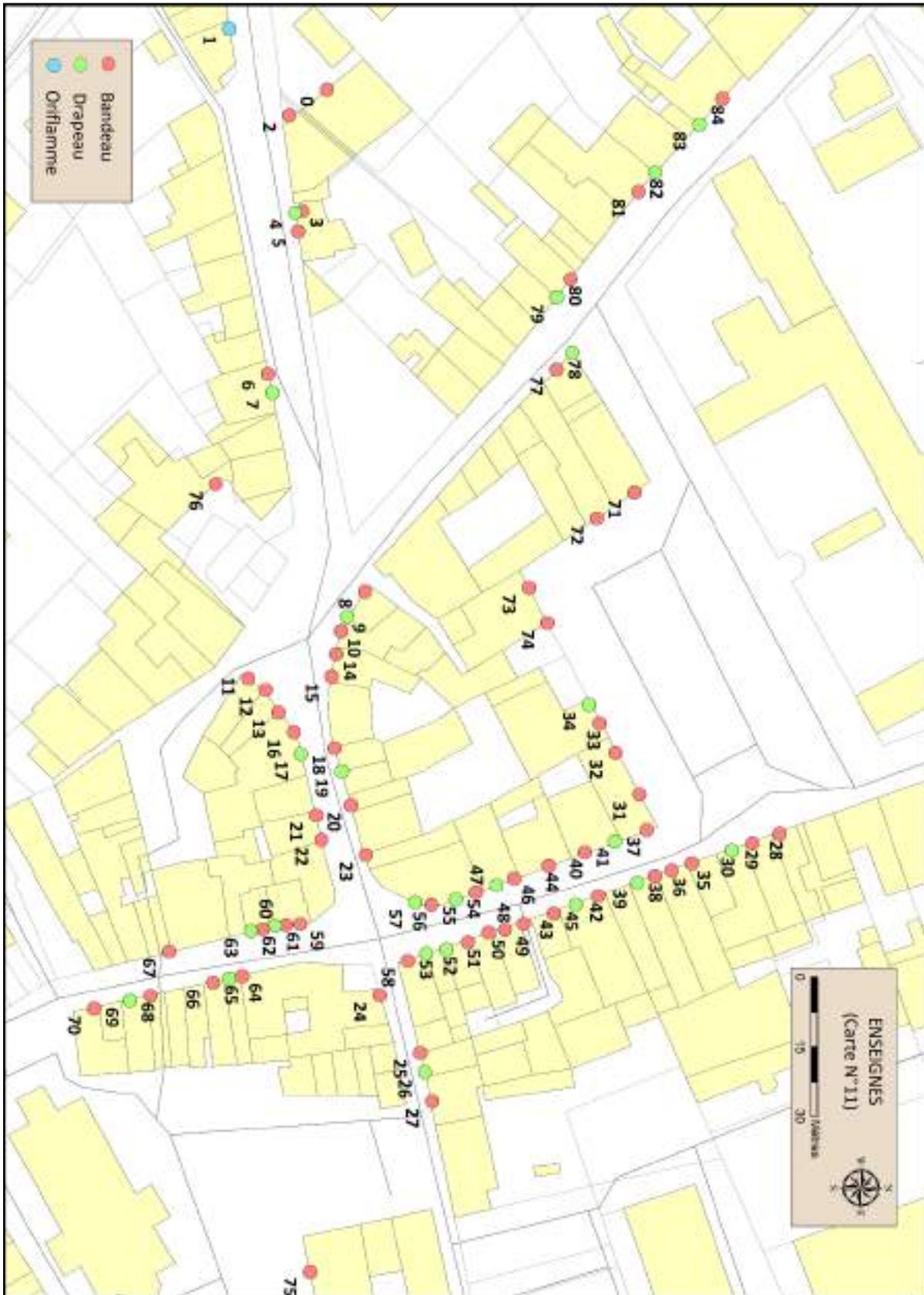
Carte 8.8 : Enseignes



Carte 8.9 : Enseignes



Carte 8.10 : Enseignes



Carte 8.11 : Enseignes

2. TABLEAU DETAILLE DES DISPOSITIFS INVENTORIES

N°	Emplacement	Type de support	Contenu de l'affiche	Dispositif autorisé
Publicités et préenseignes en régime général (Carte 3)				
0	Sol	4x3	But – Apricom	Oui
1	Sol	4x3	Netto	Oui
2	Sol	Totem	Netto	Oui
3	Sol	Micro-signalétique	Poste - Secours populaire	Oui
4	Sol	Sur pieds	Chauss' – Ludispace	Oui
5	Sol	4x3	Villa Verde – But	Non
6	Sol	Planimètre (Concession)	30 ans Espace 1500 - Mc Donald's	Oui
7	Sol	4x3 Défilant	Bricocash - Aubade – But	Oui
8	Sol	Planimètre (Concession)	Plan d'Ambérieu – Krys	Oui
9	Sol	Micro-signalétique	Market - MexiKebab - Auto Ecole ADL - Hôpital privé Ambérieu	Oui
10	Sol	4x3	Brossette	Oui
11	Sol	Mât porte affiche	Beauvellet Restauration	Oui
12	Sol	Mât porte affiche	B Pneus	Oui
13	Sol	Mât porte affiche	Clinique Vétérinaire	Oui
14	Sol	4x3	Archipolis	Oui
15	Eclairage public	Affiche	Laser Game	Non
16	Sol	4x3	Lilo Kids	Oui
17	Sol	Planimètre (Concession)	Festival Sous les Etoiles La Place – HPA	Oui
18	Sol	4x3	Aubade - Comptoir des fers	Non
19	Sol	4x3	Walibi	Oui
20	Sol	4x3	Sport 2000	Oui
21	Sol	4x3	Gémo	Oui
22	Sol	Mât porte affiche numérique	MMA – Macif	Oui
23	Sol	4x3	Walibi	Oui
24	Mural	Bandeau	Institut de beauté	Oui
Publicités et préenseignes en ZPA (Carte 4)				
0	Sol	4x3	Sport 2000 – Gémo	Non
1	Sol	4x3	Poivre rouge - Walibi	Non
2	Sol	4x3	Sport 2000 – Gémo	Non
3	Sol	4x3	Locameca	Non
4	Sol	Micro-signalétique	Centre funéraire Ain Bugey	Oui
5	Sol	Planimètre	Plan de la ville - Aubade	Oui
6	Sol	4x3	Biocoop	Oui
7	Sol	4x3	But – Villaverde	Non

8	Sol	4x3	But – Vilaverde	Oui
9	Sol	4x3	Foirefouille	Non
10	Sol	4x3	Stihl – Castorama	Oui
11	Sol	4x3	Ain Karting - Biocoop	Oui
12	Sol	4x3	Laser Game - LiloKids - Mexi Kebab	Oui
13	Sol	4x3	Sport 2000 - Game vert	Oui
14	Sol	4x3	Sport 2000 - La Dress'	Non
15	Sol	4x3	Walibi - Intermarché	Oui
16	Clôture	Micro-signalétique	STVA	Oui
17	Sol	4x3	Netto	Oui
18	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Oui
19	Sol	Mât porte affiche	Poivre rouge	Oui
20	Sol	Mât porte affiche	Market	Oui
21	Sol	Mât porte affiche	Peugeot	Oui
Publicités et préenseignes en ZPI (Carte 5)				
0	Sol	Planimètre	Cuisinella	Non
1	Mural	Sur clôture	Intermarché	Non
2	Mural	4x3	Villaverde	Non
3	Mural	4x3	But	Non
4	Sol	Sur pieds	Le Saint Germ'ain	Non
5	Sol	Mât porte affiche	Le Relais du Bugey	Non
6	Sol	Mât porte affiche		Non
7	Sol	Mât porte affiche	First Stop	Non
8	Sol	Mât porte affiche	Best Drive	Non
9	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
10	Sol	Mât porte affiche	Peugeot	Non
11	Eclairage public	Affiche	Roseaie du Jardind'Or	Non
Publicités et préenseignes en ZPR 1 (Carte 6.1)				
0	Sol	Planimètre (Concession)	La Vie Claire - Market	Oui
1	Sol	4x3	Sport 2000	Oui
2	Sol	4x3	ADbb	Oui
3	Sol	Abribus	Disponible- But	Oui
4	Sol	Totem	Ambrotel	Oui
5	Sol	Abribus	Disponible- But	Oui
6	Sol	Micro-signalétique	Centre funéraire Ambérieu	Oui
7	Sol	Abribus	Mc Donalds - MexiKabab	Oui
8	Sol	Totem	Pro&Cie	Oui
9	Sol	Micro-signalétique	Mexikebab - Market	Oui
10	Sol	Planimètre (Concession)	30 ans Espace 1500 - Ronzat	Oui
11	Sol	Abribus	Mc Donalds – Krys	Oui

12	Mural	4x3	AdBB	Oui
13	Mural	4x3	Agence Piazza	Oui
Publicités et préenseignes en ZPR 2 (Carte 6.2)				
0	Sol	Micro-signalétique	Hôpital privé Ambérieu – Market	Oui
1	Sol	Planimètre (Concession)	Festival théâtral – Mexikebab	Oui
2	Sol	Micro-signalétique	MexiKebab	Oui
3	Sol	4x3	But	Oui
4	Mural	4x3	Walibi	Non
5	Mural	Mât porte affiche	Dynacité	Oui
6	Sol	Mât porte affiche doublé	L'Ambaroise	Oui
7	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
8	Sol	Mât porte affiche	Etap Hôtel	Non
9	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Oui
10	Sol	Sur pieds	Charpente Couverture PACCLOUD	Oui
11	Mural	Bandeau	But	Non
12	Sol	Planimètre (Concession)	Plan d'Ambérieu – But	Oui
13	Sol	Micro-signalétique	Market	Oui
14	Sol	Micro-signalétique	DDT	Oui
15	Sol	Abribus	Municipal – But	Oui
16	Mural	4x3	Intermarché - Roady - Bricocash - Poivre Rouge	Oui
17	Sol	Micro-signalétique	Phoenix	Oui
18	Sol	Abribus	But – Krys	Oui
19	Sol	Abribus	But – But	Oui
20	Sol	Totem	Avia	Oui
21	Sol	Micro-signalétique	Auto Ecole ADL	Oui
22	Sol	Mât porte affiche	ACFER	Oui
23	Mural	4x3	Walibi	Non
24	Mural	4x3	Netto	Oui
25	Sol	4x3	Punch	Oui
26	Sol	4x3	Walibi	Oui
27	Sol	Planimètre (Concession)	Festival Sous les Etoiles La Palce - Secours populaire	Oui
28	Mural	4x3	Biocoop	?
29	Mural	4x3	BBE	?
30	Sol	Planimètre (Concession)	Don Giovanni – But	Oui
31	Sol	Abribus	But – But	Oui
32	Sol	Abribus	But – Krys	Oui
33	Sol	Mât porte affiche	OOGarden	Oui
34	Mural	4x3	Villaverde	Non

35	Mural	4x3	Cuisinella	Non
Publicités et préenseignes en ZPR 3 (Carte 6.3)				
0	Sol	Mât porte affiche	Crêperie des Allymes	Non
1	Sol	Mât porte affiche	Carrefour drive	Oui
2	Sol	Totem	Carrefour drive	Oui
3	Sol	Planimètre (Concession)	Krys - Mc Donald's	Oui
4	Sol	Micro-signalétique	Agence Maguimmo - Mexikebab - Auto Ecole ADL - Papeterie Tout pour le bureau	Oui
5	Sol	Planimètre (Concession)	Festi'Summer – But	Oui
6	Sol	Micro-signalétique	Agence Maguimmo - Papeterie Tout pour le bureau - Market	Oui
7	Sol	Chevalet	Yummi	Oui
8	Sol	Micro-signalétique	Coordonnerie clefs Martin - Réveil et Harmonie des sens	Oui
9	Sol	Micro-signalétique	Cordonnerie Clefs Martin	Oui
10	Sol	Micro-signalétique	Agence Maguimmo - Dietplus - Réveil et harmonie des sens	Oui
11	Circulation	Micro-signalétique	Floriot	Non
12	Sol	Planimètre (Concession)	Plan d'Ambérieu - Mc Donald's	Oui
13	Mural	4x3	Intermarché	Non
14	Mural	4x3	Casino	Oui
15	Sol	Planimètre (Concession)	30 ans Espace 1500 – HPA	Oui
16	Sol	Micro-signalétique	Mexi Kebab - Auto Ecole ADL - Papeterie - Cache Cache - Dietplus - Réveil et harmonie des sens	Oui
17	Sol	Abribus	Mc Donalds – Krys	Oui
18	Sol	Abribus	Mc Donalds – Maguimmo	Oui
19	Mural	4x3	Intermarché	?
20	Mural	4x3	La Foir'Fouille	?
21	Sol	Abribus	Mc Donald's – HPA	Oui
22	Mural	Micro-signalétique	Club de peche à la mouche - CA retraite sportive - Hand Ball club - Ski-Club Régional de l'Ain	Oui
23	Mural	4x3	Villaverde	Oui
24	Clôture	Micro-signalétique	Parc Aventure - Branche Evasion	Non
25	Sol	Abribus	Mc Donald - Secours populaire	Oui
26	Mural	4x3	Bricocash	Oui
27	Mural	4x3	Hyper Cuisine	Non
28	Sol	Planimètre	30 ans Espace 1500 – MexiKebab	Oui
29	Sol	4x3	Vitrines Ambérieu	Non
Publicités et préenseignes non encadrées par RLP (Carte 7)				
0	Sol	Oriflamme	Bricocash	Non

1	Sol	Planimètre	Ludispace - ETS PAGE	Non
2	Sol	Planimètre	Food N' Break	Non
3	Sol	Planimètre	Filformation - Ludispace	Non
4	Sol	Planimètre	Exygym – Caprisun	Non
5	Sol	Planimètre	O2 Ambérieu-En-Bugey – Caprisun	Non
6	Sol	Planimètre	Orchifaçade	Non
7	Sol	Planimètre	Caprisun - Mc Donald's	Non
8	Sol	Planimètre	Bugey Maintenance Chaudière	Non
9	Sol	Planimètre	Priay Paysage - Le Snack	Non
10	Sol	Planimètre	Ausccar	Non
11	Sol	Totem	Confort Habitat - Le loft - Optical Center - Picard - Subway - Shop Coiffure - MDA	Non
12	Sol	Planimètre	CNSPA	Non
13	Sol	Planimètre	Caprisun	Non
14	Sol	Planimètre	Optical Center	Non
15	Sol	Mât porte affiche	Intermarché	Non
16	Sol	Planimètre	CNSPA	Non
17	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
18	Sol	Planimètre	CNSPA	Non
19	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
20	Sol	Micro-affichage	Cache Cache - Bonobo - Bréal – MexiKebab	Oui
21	Sol	Micro-affichage	MexiKebab - Hôpital privé Ambérieu	Oui
22	Sol	Planimètre	30 ans Espace 1500 - Mc Donald's	Oui
Enseignes (Carte 8.1)				
0	Sol	Totem	Gobillot	Oui
1	Sol	Totem	Europacar	Oui
2	Sol	Totem	Hôpital privé Ambérieu	Oui
3	Sol	Totem	Ambrotel	Oui
4	Sol	Totem	Hôpital privé Ambérieu	Oui
5	Sol	Totem	Centre Kinéo	Oui
6	Sol	Totem	Espace médical	Oui
7	Sol	Totem	Cabinet IES	Oui
8	Sol	Mât porte affiche	Auto 01	Oui
9	Sol	Mât porte affiche	Auto 01	Oui
10	Sol	4x3	Philibert	Oui
11	Mural	Bandeau	Philibert	Oui
12	Mural	Bandeau	Scania	Oui
13	Mural	Bandeau	Philibert	Oui
14	Sol	Mât porte affiche	Carrefour contact	Oui
15	Mural	Bandeau	Carrefour contact	Oui

16	Mural	Bandeau	Carrefour contact	Oui
17	Sol	Totem	Mc Donald's	Oui
18	Toiture	Bandeau	Mc Donald's	Oui
19	Sol	Sur pieds	Phoenix	Oui
20	Mural	Bandeau	Phoenix	Oui
21	Mural	Bandeau	Biocoop	Oui
22	Mural	Bandeau	BioT	Oui
23	Mural	Drapeau	BioT	Oui
24	Mural	Bandeau	Boulangerie Tatup	Oui
25	Mural	Bandeau	Notaire	Oui
26	Mural	Bandeau	Notaire	Oui
27	Sol	Mât porte affiche	Taxi Abbes	Oui
28	Mural	Bandeau	PRSCT	Oui
29	Sol	Oriflamme quadruplé	PRSCT	Oui
30	Mural	Bandeau	PRSCT	Oui
31	Mural	Bandeau	La vie claire	Oui
32	Mural	Bandeau	STVA	Oui
33	Mural	Bandeau	Corbioli	Oui
34	Mural	Bandeau	Corbioli	Oui
35	Sol	Totem	Corbioli	Oui
36	Toiture	Peinture	Corbioli	Oui
37	Mural	Bandeau	Art&Fenêtre	Oui
38	Mural	Bandeau	Art&Fenêtre	Oui
39	Toiture	Oriflamme quintuplé	Art&Fenêtre	Non
40	Mural	Bandeau	Matériel médical vente location	Oui
41	Sol	Mât porte affiche	Maison de l'enfance	Oui
42	Sol	Totem	Cosinus Enerpol	Oui
43	Sol	Totem	Fiducial	Oui
44	Mural	Bandeau	Fiducial	Oui
45	Mural	Bandeau	Cosinus Enerpol	Oui
46	Mural	Bandeau	Ambotel	Oui
47	Mural	Bandeau	HPA	Oui
48	Mural	Bandeau	Laboratoire	Oui
49	Sol	Bandeau	Gobillot	Oui
50	Sol	Mât porte affiche	MAUM	Oui
51	Mural	Drapeau	Café de l'Aviation	Oui
52	Mural	Bandeau	Café de l'Aviation	Oui
53	Sol	Sur pieds	Biomaterre	Oui
54	Mural	Bandeau	Europacar	Oui
55	Mural	Bandeau	Europacar	Oui

56	Mural	Bandeau	Kart'ingliss	Oui
57	Mural	Bandeau	Richardson	Oui
58	Mural	Bandeau	Ambarock	Oui
59	Mural	Bandeau	Ambarock	Oui
Enseignes (Carte 8.2)				
0	Sol	Totem	Inter - Brico Marché - Roady	Oui
1	Sol	Planimètre	Intermarché	Oui
2	Sol	Planimètre	Intermarché	Oui
3	Sol	Totem	Intermarché	Oui
4	Mural	Bandeau triplé	Bar Restaurant B52	Oui
5	Mural	Bandeau	Intermarché	Oui
6	Mural	Bandeau	Intermarché	Oui
7	Mural	Bandeau	Intermarché	Oui
8	Mural	Bandeau	Firststop	Oui
9	Mural	Bandeau	Firststop	Oui
10	Mural	Bandeau	Firststop	Oui
11	Mural	Bandeau	Firststop	Oui
12	Mural	Bandeau	Picard	Oui
13	Mural	Bandeau	Picard	Oui
14	Mural	Bandeau	Picard	Oui
15	Mural	Bandeau	Optical Center	Oui
16	Mural	Bandeau	Optical Center	Oui
17	Mural	Bandeau groupé	Shop Coiffure - Le Lotf Fitness - Le Jardin Zen	Oui
18	Mural	Bandeau	Subway	Oui
19	Mural	Bandeau	MDA	Oui
20	Mural	Bandeau	Maxi Toys	Oui
21	Mural	Bandeau	La Foir'fouille	Oui
22	Mural	Bandeau	La Maison d'Ursule	Oui
23	Mural	Bandeau	Orchestra	Oui
24	Mural	Bandeau	Camaïeu	Oui
25	Mural	Bandeau	La Dress	Oui
26	Mural	Bandeau	Jennyfer – Moa	Oui
27	Mural	Bandeau	La Halle aux chaussures	Oui
28	Mural	Bandeau	Casa	Oui
29	Mural	Bandeau	Sport 2000	Oui
30	Mural	Bandeau	Gémo	Oui
31	Toiture	Bandeau	Poivre Rouge	Oui
32	Toiture	Bandeau	Poivre Rouge	Oui
33	Toiture	Bandeau	Poivre Rouge	Oui
34	Mural	Bandeau	Bricocash	Oui
35	Mural	Bandeau	Roady	Oui

36	Mural	Bandeau	Roady	Oui
Enseignes (Carte 8.3)				
0	Sol	Sur pieds	Chez Doudou	Oui
1	Sol	4x3	Intercaves	Oui
2	Sol	4x3	Dmark&Vous	Oui
3	Sol	Sur pieds	Schmidt	Oui
4	Sol	Mât porte drapeau	Ford	Oui
5	Sol	Sur pieds	Garage DDM	Oui
6	Sol	Mât porte affiche	Ford	Oui
7	Sol	Mât porte drapeau triplé	Point P	Oui
8	Sol	Totem doublé	Point P	Oui
9	Sol	Totem	Brunet TP	Oui
10	Sol	4x3	Biocoop	Oui
11	Sol	Sur pieds	Beauvellet Restauration - Les caves du Mistral	Oui
12	Sol	Mât porte affiche	Pharmacie	Oui
13	Sol	Sur pieds	Centre nautique	Oui
14	Sol	4x3	Best Drive	Oui
15	Sol	4x3	Stihl – Castorama	Oui
16	Sol	Mât porte affiche	Grosdidier	Oui
17	Clôture	Affiche	Région	Non
18	Toiture	Sur pieds	CECOF	Non
19	Sol	Mât porte affiche	Yesss électrique - New fashion's - Punch – CEF	Oui
20	Mural	Bandeau	Punch	Oui
21	Mural	Bandeau	Yesss électrique	Oui
22	Sol	Sur pieds	ANADOLU Super marché	Oui
23	Mural	Bandeau	ANADOLU Super marché	Oui
24	Mural	Bandeau	CEF	Oui
25	Mural	Bandeau	New fashion's	Oui
26	Toiture	Bandeau	Comptoir des fers – Aubade	Non
27	Mural	Bandeau	Auto Lindi	Oui
28	Sol	Mât porte drapeau nonuplé	Auto Lindi	Non
29	Sol	Mât porte affiche quadruplé	Auto Lindi	Non
30	Toiture	Bandeau	Cycle Di Lullo	Non
31	Sol	Totem	Cycle Di Lullo	Oui
32	Clôture	Banderole	Peugeot	Non
33	Sol	Sur pieds	Labrador Auto Wash	Non
34	Clôture	Banderole	Peugeot	Non
35	Mural	Bandeau	Peugeot	Oui
36	Mural	Bandeau	Comptoir Lyonnais d'électricité	Oui

37	Sol	Totem	Peugeot	Oui
38	Mural	Drapeau	Peugeot	Oui
39	Mural	Bandeau	Garry Verts Loisirs	Oui
40	Mural	Bandeau	Honda	Oui
41	Sol	Oriflamme	Honda	Oui
42	Sol	Totem	AUSCCAR	Oui
43	Mural	Bandeau	AUSCCAR	Oui
44	Mural	Bandeau	AUSCCAR	Oui
45	Mural	Drapeau	AUSCCAR	Oui
46	Mural	Bandeau	AUSCCAR	Oui
47	Sol	Totem	LIDL	Oui
48	Mural	Bandeau	LIDL	Oui
49	Sol	Totem	LIDL	Oui
50	Mural	Bandeau	WiNEA	Oui
51	Mural	Bandeau	Grosdidier	Oui
52	Mural	Bandeau	Marquant Jean-Louis	Oui
53	Mural	Bandeau	Marquant Jean-Louis	Oui
54	Clôture	Banderole	Stihl	Non
55	Sol	Totem	Stihl	Oui
56	Mural	Bandeau	Stihl	Oui
57	Sol	4x3	Archipel	Oui
58	Clôture	Affiche	Archipel	Non
59	Mural	Bandeau	Archipel	Oui
60	Mural	Bandeau	Best Drive	Oui
61	Toiture	Bandeau	Best Drive	Non
62	Sol	Totem	Best Drive	Oui
63	Sol	Oriflamme	Best Drive	Oui
64	Clôture	Affiche	Transport Thévenin	Non
65	Sol	Mât porte affiche	Citröen	Oui
66	Mural	Bandeau	Citröen	Oui
67	Sol	Mât porte drapeau triplé	Citröen	Oui
68	Sol	Totem	Gamvert	Oui
69	Sol	Totem	Gamvert	Oui
70	Sol	Totem	La Poste	Oui
71	Mural	Bandeau	La Poste	Oui
72	Mural	Drapeau	La Poste	Oui
73	Mural	Bandeau	Gamvert	Oui
74	Mural	Bandeau	Transport Galy	Non
75	Sol	Totem	Steasa - ELO - Perfect à dom	Oui
76	Mural	Bandeau	Steasa - ELO - Perfect à dom	Oui
77	Mural	Bandeau	Néoénergie	Oui

78	Mural	Bandeau	Secours populaire	Oui
79	Mural	Bandeau	Chau Clim	Oui
80	Mural	Bandeau	Rhône Orthopédie	Oui
81	Mural	Bandeau	AS Auto Sécurité	Oui
82	Mural	Bandeau	Rhône Orthopédie	Oui
83	Sol	Chevalet	AS Auto Sécurité	Oui
84	Mural	Bandeau	Inter Caves	Oui
85	Sol	Chevalet	Inter Caves	Oui
86	Mural	Bandeau	Inter Caves	Oui
87	Mural	Bandeau	Beauvallet Restauration	Oui
88	Mural	Bandeau	Brunet	Oui
89	Mural	Bandeau	Point Frais	Oui
90	Mural	Bandeau	Schimdt	Oui
91	Mural	Bandeau	Schimdt	Oui
92	Mural	Bandeau	Chauss'	Oui
93	Mural	Bandeau	Chauss'	Oui
94	Mural	Bandeau	Ludispace	Oui
95	Sol	4x3	Monsieur Discount	Non
96	Mural	Bandeau	Proxi	Non
97	Mural	Bandeau	Adiac	Oui
98	Sol	Sur pieds	Adiac	Oui
99	Sol	Totem	Gamvert	Oui
100	Sol	Totem	Clair de Lune	Oui
101	Mural	Bandeau	Noz	Oui
102	Sol	Sur pieds	Acmet	Oui
103	Mural	Bandeau	Acmet	Oui
104	Mural	Bandeau	Marcelpoil	Oui
105	Sol	Mât porte affiche	Labrador	Oui
106	Mural	Bandeau	Bugey-Informatique	Oui
107	Sol	4x3	Cycle Di Lullo	Oui
108	Sol	4x3	Gémo	Oui
109	Mural	Bandeau	Servignat	Oui
110	Mural	Bandeau	Servignat	Oui
111	Mural	Bandeau	Ford	Oui
112	Mural	Bandeau	Brossette	Oui
113	Mural	Bandeau	Auba distribution	Oui
114	Mural	Bandeau	Auba distribution	Oui
115	Mural	Bandeau	Thermic Services	Oui
116	Mural	Bandeau	Thermic Services	Oui
117	Mural	Bandeau	Discount Electroménager	Oui
118	Sol	Totem	Discount Electroménager	Oui

119	Mural	Bandeau	Minand déménagement	Oui
120	Mural	Bandeau	Zest	Oui
121	Mural	Bandeau	Maison Blandon	Oui
122	Mural	Bandeau	Imprimerie Fontaine	Oui
123	Mural	Bandeau	Pharmacie	Oui
124	Mural	Bandeau	Monsieur Bricolage	Oui
125	Mural	Bandeau	Netto	Oui
126	Mural	Bandeau	Plazza Pizza	Oui
127	Mural	Bandeau	Mexi Kebab	Oui
128	Mural	Bandeau	Orchel	Oui
129	Mural	Bandeau	Cuisinella	Oui
130	Mural	Bandeau	Cuisinella	Oui
131	Mural	Bandeau	Monsieur Bricolage	Oui
132	Clôture	Bandeau	L'eau bleue	Oui
133	Clôture	Bandeau	Guy Noël	Oui
134	Toiture	Bandeau	BestDrive	Non
135	Mural	Bandeau	Archipel	Oui
136	Mural	Bandeau	Cycle Di Bullo	Oui
137	Sol	Totem	Cycle Di Bullo	Oui
138	Mural	Bandeau	WiNEA – Grosdidier	Oui
Enseignes (Carte 8.4)				
0	Mural	Bandeau	Coum Architectes	Oui
1	Mural	Drapeau	My Pizza	Oui
2	Mural	Bandeau	My Pizza	Oui
3	Sol	Oriflamme doublé	My Pizza	Oui
4	Sol	Totem	My Pizza	Oui
5	Mural	Bandeau	Amicale Boule Tiret	Oui
6	Mural	Drapeau	Amicale Boule Tiret	Oui
7	Mural	Bandeau	Manpower	Oui
8	Mural	Bandeau	Effcience Construction	Oui
9	Mural	Drapeau	Effcience Construction	Oui
10	Mural	Bandeau	Dojat Primeurs	Oui
11	Mural	Bandeau	Dojat Primeurs	Oui
12	Mural	Bandeau	Fromagerie de Marion	Oui
13	Mural	Drapeau	Fromagerie de Marion	Oui
14	Mural	Drapeau	La Criée du Bugey	Oui
15	Mural	Bandeau	La Criée du Bugey	Oui
16	Mural	Drapeau	Tabac du Tiret	Oui
17	Mural	Bandeau	Tabac du Tiret	Oui
18	Mural	Bandeau	P.Riqueline Boulangerie Pâtisserie	Oui
19	Mural	Drapeau quintuplé	P.Riqueline Boulangerie Pâtisserie	Oui

20	Mural	Bandeau doublé	Century 21	Oui
21	Mural	Drapeau	Century 21	Oui
22	Mural	Drapeau	Serrurerie Métallerie	Oui
23	Mural	Bandeau	Pôle Platine	Oui
24	Mural	Drapeau	Crèmerie des Alpes	Oui
25	Mural	Bandeau	Crèmerie des Alpes	Oui
26	Mural	Drapeau	Restaurant Le Tiret	Oui
27	Mural	Drapeau	Restaurant Le Tiret	Oui
28	Mural	Bandeau	Côté Pizza	Oui
29	Mural	Bandeau	Côté Pizza	Oui
30	Mural	Drapeau	Côté Pizza	Oui
31	Mural	Bandeau	Charcuterie Artisanale Josiane & Didier	Oui
32	Mural	Drapeau	Charcuterie Artisanale Josiane & Didier	Oui
33	Sol	Totem	Charcuterie Artisanale Josiane & Didier	Oui
34	Mural	Bandeau	Ma Beauté	Oui
35	Mural	Drapeau	Ma Beauté	Oui
36	Mural	Bandeau	ECF	Oui
37	Mural	Drapeau	ECF	Oui
38	Mural	4x3	AYME	Oui
39	Mural	4x3	AYME	Oui
40	Mural	Bandeau	AYME	Oui
41	Sol	Totem	AYME	Oui
42	Sol	Totem	AYME	Oui
43	Mural	Bandeau	Macromike Photo	Oui
44	Mural	Drapeau	Macromike Photo	Oui
45	Mural	Drapeau	Restaurant	Oui
46	Clôture	Affiche	Deleaz	Non
47	Sol	Mât porte affiche	Marbrerie le Millier - Angora - BNP Paribas	Oui
48	Mural	Bandeau	Amicalement votre	Oui
49	Mural	Bandeau	BNP Paribas	Oui
50	Mural	Bandeau	Assurance	Oui
Enseignes (Carte 8.5)				
0	Mural	Bandeau	Carglass	Oui
1	Mural	Bandeau	Carglass	Oui
2	Mural	Sur clôture	Charcuterie Boucherie Artisanale	Oui
3	Mural	Bandeau	Charcuterie Boucherie Artisanale	Oui
4	Mural	Drapeau	Michelin	Oui
5	Sol	Mât porte affiche	Avia	Oui
6	Sol	Oriflamme	Avia	Oui

7	Mural	Bandeau	Avia	Oui
8	Mural	Bandeau	Avia	Oui
9	Mural	Bandeau	Phoenix	Oui
10	Mural	Bandeau	Kashmir Tandoori	Oui
11	Mural	Bandeau	Primeurs - Alimentation générale	Oui
12	Mural	Bandeau	Ambérieu Frais	Oui
13	Mural	Bandeau	ACFER	Oui
14	Sol	Oriflamme	Five	Oui
15	Mural	Bandeau	Five	Oui
16	Mural	Bandeau	Chez Daker	Oui
17	Sol	Oriflamme	Chez Daker	Oui
18	Mural	Bandeau	Côté Pizza	Oui
19	Mural	Bandeau	Laser Game	Oui
20	Mural	Bandeau	Place d'Asie	Oui
21	Sol	4x3	Le Discounter	Oui
22	Mural	Bandeau	Le Discounter	Oui
23	Sol	4x3	But	Oui
24	Sol	Banderole	But	Oui
25	Sol	Totem	But	Oui
26	Sol	Totem triplé	But	Oui
27	Sol	Totem	But	Oui
28	Mural	Bandeau	Centre électrique Auto CLERC	Oui
29	Mural	Bandeau	Centre électrique Auto CLERC	Oui
30	Mural	Bandeau	Soquet	Oui
31	Mural	Bandeau	Pôle Emploi	Oui
32	Sol	Totem	Pôle Emploi	Oui
33	Mural	Bandeau	Ateliers municipaux	Oui
34	Mural	Bandeau	Soquet	Oui
Enseignes (Carte 8.6)				
0	Mural	Drapeau	AG	Oui
1	Mural	Bandeau	AG	Oui
2	Mural	Bandeau	Cheveux d'Ange'L	Oui
3	Mural	Sur clôture	L'Ambaroise	Oui
4	Sol	Mât porte drapeau doublé	L'Ambaroise	Oui
5	Mural	Peinte	Le P'tit Resto	Oui
6	Mural	Bandeau	Le P'tit Resto	Oui
7	Mural	Drapeau	Vedette	Oui
8	Mural	Bandeau	Vedette	Oui
9	Mural	Bandeau	Copra	Oui
10	Mural	Drapeau	Copra	Oui
11	Sol	Chevalet	Goldfish Pêche	Oui

12	Mural	Bandeau	Goldfish Pêche	Oui
13	Mural	Bandeau	Casino	Oui
14	Mural	Bandeau	King press pressing	Oui
15	Sol	Chevalet	King press pressing	Oui
16	Mural	Bandeau	Auto Ecole 1500	Oui
17	Mural	Bandeau	Déménagement Minand	Oui
18	Mural	Bandeau	CIGI Concept	Oui
19	Sol	Sur pieds	CIGI Concept	Oui
20	Mural	Bandeau	Orthopédie	Oui
21	Mural	Bandeau	Pharmacie Gustin	Oui
22	Mural	Bandeau	Cabinet médical	Oui
23	Mural	Bandeau	Laboratoire de biologie médicale	Oui
24	Mural	Bandeau	Savet Mossier	Oui
25	Mural	Bandeau	Square habitat	Oui
26	Mural	Bandeau	Modern Bar	Oui
27	Mural	Bandeau	La Poste	Oui
28	Mural	Drapeau	La Poste	Oui
29	Mural	Drapeau	Le Lodyvane's	Oui
30	Mural	Bandeau	Le Lodyvane's	Oui
31	Mural	Bandeau	La Forêt	Oui
32	Mural	Drapeau	La Forêt	Oui
33	Mural	Bandeau	Pâtisserie Tournier Pain	Oui
34	Mural	Bandeau	Coiffure Vanessance	Oui
35	Mural	Bandeau	Food N' Break	Oui
36	Mural	Drapeau	Food N' Break	Oui
37	Mural	Bandeau	Western Coiffure	Oui
38	Mural	Bandeau	Hôtel Terminus	Oui
39	Mural	Bandeau	Marie Laure Coiffure	Oui
40	Mural	Bandeau	La Mie dorée	Oui
41	Mural	Bandeau	Tabac Press Loto	Oui
42	Mural	Drapeau	Tabac Press Loto	Oui
43	Sol	Oriflamme	Tabac Press Loto	Oui
44	Mural	Bandeau	Auto Ecole	Oui
45	Mural	Bandeau	Etap Kebab	Oui
46	Mural	Drapeau	Etap Kebab	Oui
47	Mural	Drapeau	Bar du Midi	Oui
48	Mural	Bandeau	Le Café de la gare	Oui
49	Mural	Bandeau	La Food box	Oui
50	Mural	Bandeau	Le P'tit Bistrot de Val	Oui
51	Mural	Bandeau	Boulangerie Bala	Oui
52	Mural	Drapeau	Boulangerie Bala	Oui

53	Mural	Bandeau	Au chien chic	Oui
54	Mural	Drapeau	Au chien chic	Oui
55	Sol	Mât porte affiche	Texto Papeterie Imprimerie	Oui
56	Mural	Bandeau	Texto Papeterie Imprimerie	Oui
57	Mural	Bandeau	La Poste	Oui
58	Mural	Drapeau	La Poste	Oui
59	Mural	Bandeau	Le Caméléon rose	Oui
60	Mural	Drapeau	Le Caméléon rose	Oui
61	Mural	Bandeau	Cabinet d'Etioopathie	Oui
62	Mural	Bandeau	Restaurant	Oui
63	Mural	Bandeau	Décor émoi	Oui
64	Mural	Bandeau	Avis	Oui
Enseignes (Carte 8.7)				
0	Sol	Mât porte affiche	Lidl	Oui
1	Sol	Oriflamme	Miam	Oui
2	Sol	Mât porte affiche	Lidl	Oui
3	Sol	Totem	Yamaha	Oui
4	Sol	Totem	Honda	Oui
5	Sol	Sur pieds	Cabinet FB et associés Expertise comptable	Non
6	Mural	Bandeau	Société Blandon Gilles	Oui
7	Mural	Bandeau	Société Blandon Gilles	Oui
8	Mural	Bandeau	Société Blandon Gilles	Oui
9	Mural	Bandeau	Auto Ecole Reflex	Oui
10	Mural	Bandeau	ASM	Oui
11	Mural	Bandeau	Amandine Mirand Photographe	Oui
12	Mural	Bandeau	Marand	Oui
13	Mural	Bandeau		Oui
14	Mural	Bandeau	Miroiterie Vitrierie	Oui
15	Mural	Bandeau	Boulangerie de la Gare	Oui
16	Mural	Bandeau	Glam Attaway	Oui
17	Mural	Bandeau	38th Avenue Coiffure mixte	Oui
18	Mural	Drapeau	38th Avenue Coiffure mixte	Oui
19	Mural	Drapeau	People	Oui
20	Mural	Bandeau	Tout pour plaire	Oui
21	Mural	Bandeau	Swiss Life	Oui
22	Mural	Drapeau	Swiss Life	Oui
23	Mural	Bandeau	Le jardin du Bugey	Oui
24	Mural	Bandeau	Auto Ecole du Bugey	Oui
25	Mural	Drapeau	Auto Ecole du Bugey	Oui
26	Mural	Drapeau	Maguimmo	Oui
27	Mural	Bandeau	Maguimmo	Oui

28	Mural	Drapeau	René Coiffure	Oui
29	Mural	Bandeau	René Coiffure	Oui
30	Mural	Drapeau	Star Kebab	Oui
31	Mural	Bandeau	Star Kebab	Oui
32	Mural	Bandeau	Côtière Habitat	Oui
33	Mural	Drapeau	Côtière Habitat	Oui
34	Mural	Bandeau	Assurance Maladie	Oui
35	Mural	Drapeau	Assurance Maladie	Oui
36	Mural	Bandeau	Jouets Sajou	Oui
37	Mural	Drapeau	Ambaprix	Oui
38	Mural	Drapeau	Bugey Immobilier	Oui
39	Mural	Bandeau	Bugey Immobilier	Oui
40	Mural	Bandeau	Rock Ink Chair	Oui
41	Mural	Drapeau	Cofa Immobilier	Oui
42	Mural	Bandeau	Cofa Immobilier	Oui
43	Sol	Totem	Maison de la petite enfance	Oui
44	Mural	Bandeau	Barrio	Oui
45	Mural	Drapeau	Barrio	Oui
46	Mural	Bandeau	Auto Ecole Dominique	Oui
47	Mural	Drapeau	Auto Ecole Dominique	Oui
48	Mural	Bandeau	ACC	Oui
49	Mural	4x3	Darty	Oui
50	Mural	Bandeau	Centre de planification et d'éducation familiale	Oui
51	Mural	Drapeau	L'Atelier d'Amandine	Oui
52	Mural	Bandeau	L'Atelier d'Amandine	Oui
53	Mural	Bandeau	Galaxy Tacos	Oui
54	Mural	Bandeau	Au Journal du Bugey	Oui
55	Mural	Bandeau	Honda	Oui
56	Mural	Bandeau	L'Amalgame	Oui
57	Mural	Drapeau	L'Amalgame	Oui
58	Mural	Bandeau	L'Amalgame	Oui
Enseignes (Carte 8.8)				
0	Mural	Bandeau	Siera	Oui
1	Mural	Bandeau	Centre des finances publiques	Oui
2	Mural	Drapeau	Centre des finances publiques	Oui
3	Mural	Bandeau	Odi Son	Oui
4	Mural	Drapeau	Odi Son	Oui
5	Mural	Bandeau	Yummi	Oui
6	Mural	Bandeau	Yummi	Oui
7	Sol	Chevalet	Yummi	Oui
8	Mural	Bandeau	Les Rondes de la Mode	Oui

9	Mural	Bandeau	Les Rondes de la Mode	Oui
10	Mural	Drapeau	Les Rondes de la Mode	Oui
11	Mural	Bandeau	Bijoutier Horloger S.Favre	Oui
12	Mural	Bandeau	Bijoutier Horloger S.Favre	Oui
13	Mural	Drapeau	Bijoutier Horloger S.Favre	Oui
14	Mural	Bandeau	Optic 2000	Oui
15	Mural	Drapeau	Optic 2000	Oui
16	Mural	Bandeau sextuplé	Optic 2000	Oui
17	Mural	Drapeau	Etoffe et Décor	Oui
18	Mural	Bandeau	Etoffe et Décor	Oui
19	Mural	Drapeau	Groupama	Oui
20	Mural	Bandeau	Groupama	Oui
21	Mural	Bandeau	Matmut	Oui
22	Mural	Bandeau	Artisan Boulanger	Oui
23	Mural	Drapeau	Artisan Boulanger	Oui
24	Mural	Bandeau	Crédit agricole	Oui
25	Mural	Drapeau	Crédit agricole	Oui
26	Mural	Bandeau	Renault	Oui
27	Mural	Drapeau	Renault	Oui
28	Mural	Bandeau	Brasserie l'Edelwiss	Oui
29	Mural	Drapeau	Brasserie l'Edelwiss	Oui
30	Mural	Bandeau	Brasserie l'Edelwiss	Oui
31	Mural	Bandeau	Caisse d'épargne	Oui
32	Mural	Bandeau	Caisse d'épargne	Oui
33	Mural	Drapeau	Caisse d'épargne	Oui
34	Mural	Bandeau	La Casaque d'Or	Oui
35	Mural	Drapeau	La Casaque d'Or	Oui
36	Mural	Drapeau doublé	La Casaque d'Or	Oui
37	Mural	Bandeau	Le panier du gourmet	Oui
38	Mural	Bandeau	MAAF	Oui
39	Mural	Drapeau	MAAF	Oui
40	Mural	Drapeau	Le panier du gourmet	Oui
41	Mural	Bandeau doublé	Le panier du gourmet	Oui
42	Mural	Bandeau	Bréal	Oui
43	Mural	Bandeau	La Pause goût T	Oui
44	Mural	Drapeau	La Pause goût T	Oui
45	Toiture	Mât porte affiche	Vétérinaire	Non
46	Toiture	Mât porte affiche	Seytier Optique	Non
47	Mural	Bandeau	Seytier Optique	Oui
48	Mural	Drapeau	CIC	Oui
49	Mural	Drapeau	CIC	Oui

50	Sol	Totem	Vétérinaire	Oui
51	Mural	Bandeau	CIC	Oui
52	Mural	Bandeau	CIC	Oui
53	Mural	Drapeau	CIC	Oui
54	Mural	Bandeau	Bonobo	Oui
55	Mural	Bandeau	Cache Cache	Oui
56	Mural	Bandeau	La Banque postale	Oui
57	Mural	Drapeau	La Banque postale	Oui
58	Mural	Bandeau	La Poste	Oui
59	Mural	Drapeau	La Poste	Oui
60	Mural	Bandeau	Verrine Line	Oui
61	Mural	Drapeau	Le Bugiste	Oui
62	Mural	Bandeau	Le Bugiste	Oui
63	Mural	Bandeau	Meilleurtaux.com	Oui
64	Mural	Bandeau	Allianz	Oui
65	Mural	Drapeau	Allianz	Oui
66	Mural	Bandeau	Centre Commerciale Dame Louise	Oui
67	Mural	Drapeau	Renault	Oui
Enseignes (Carte 8.9)				
0	Arbres - Poteau électrique	Banderole	Branche Evasion	Non
1	Arbres	Banderole	Branche Evasion	Non
2	Arbres	Banderole	Laser Evasion	Non
3	Sol	Mât porte affiche	Fiat	Oui
4	Mural	Drapeau	Le Saint Germ'ain	Oui
5	Mural	Bandeau	Fiat	Oui
6	Mural	Bandeau	Fiat	Oui
7	Mural	Bandeau	Fiat	Oui
8	Clôture	Affiche	Rodriguez	Oui
Enseignes (Carte 8.10)				
0	Mural	Bandeau	Carrefour	Oui
1	Mural	Bandeau	Carrefour	Oui
2	Sol	Totem	Carrefour station essence	Oui
3	Mural	Bandeau	Vidéo gamers	Oui
4	Mural	Bandeau	Assurances	Oui
5	Sol	Totem	Carrefour	Oui
6	Mural	Drapeau	Société générale	Oui
7	Mural	Bandeau	Société générale	Oui
8	Mural	Drapeau	Ciné festival	Oui
9	Clôture	Affiche	Ronzat	Oui
10	Clôture	Affiche	Ronzat	Oui
11	Mural	Drapeau	Bugey Electricité	Oui

12	Sol	Mât porte drapeau	Banque populaire	Oui
13	Mural	Bandeau	Banque populaire	Oui
14	Mural	Drapeau	Société générale	Oui
15	Mural	Bandeau doublé	Best Kebab	Oui
16	Mural	Drapeau	Best Kebab	Oui
17	Mural	Bandeau	MMA	Oui
18	Mural	Drapeau	MMA	Oui
19	Mural	Drapeau	Alain Afflelou	Oui
20	Mural	Bandeau	Alain Afflelou	Oui
21	Mural	Bandeau doublé	Pharmacie Orthopédie	Oui
22	Mural	Drapeau	Pharmacie Orthopédie	Oui
23	Mural	Bandeau doublé	Styleco	Oui
24	Mural	Drapeau	Styleco	Oui
25	Sol	Mât porte affiche	Papeterie tout pour le bureau	Oui
26	Sol	Sur pieds	Papeterie tout pour le bureau	Oui
27	Mural	Bandeau	Papeterie tout pour le bureau	Oui
28	Mural	Bandeau	Styleco	Oui
29	Mural	Bandeau	CinéFestival	Oui
30	Mural	Bandeau	Ellipse informatique	Oui
31	Mural	Bandeau	Achat Or	Oui
32	Mural	Bandeau	Orange	Oui
33	Mural	Bandeau	Müller conseils immobilier	Oui
34	Mural	Bandeau doublé	Virtua	Oui
35	Mural	Bandeau octuplé	Crédit Mutuel	Oui
36	Sol	Mât porte affiche	Crédit Mutuel	Oui
37	Mural	Bandeau	Morice Méloné	Oui
38	Mural	Bandeau	Le Progrès	Oui
39	Mural	Bandeau	Auto Ecole les Arcades	Oui
40	Mural	Bandeau doublé	Krys	Oui
41	Sol	Mât porte affiche	Allianz - Le Progrès - Sornay - LCL - Ambérieu Habitat - Krys - Morice Méloné - Mutuelle Assurance	Oui
42	Mural	Drapeau	Krys	Oui
43	Mural	Bandeau	Le Progrès	Oui
44	Mural	Bandeau	Radiographie - Ecographie	Oui
45	Mural	Bandeau	12 Commerces à découvrir	Oui
46	Mural	Bandeau doublé	Bimba	Oui
47	Mural	Bandeau	Lady Belle	Oui
48	Mural	Bandeau	GDM	Oui
49	Mural	Bandeau doublé	LCL	Oui
50	Mural	Drapeau	LCL	Oui
51	Mural	Bandeau doublé	Bijoutier Horloger	Oui

52	Mural	Bandeau triplé	Aviva	Oui
53	Mural	Drapeau	Aviva	Oui
54	Mural	Bandeau	Allianz	Oui
55	Mural	Bandeau	Papeterie - Librairie	Oui
56	Mural	Bandeau	Nocibé	Oui
57	Mural	Bandeau	Macif	Oui
58	Mural	Bandeau	Brasserie le Bar'occ	Oui
59	Mural	Bandeau	Rougeot	Oui
60	Mural	Bandeau	Salon Berdone	Oui
Enseignes (Carte 8.11)				
0	Mural	Bandeau	France Pare-Brise	Oui
1	Sol	Oriflamme	France Pare-Brise	Oui
2	Mural	Bandeau	Maison Valtréa	Oui
3	Mural	Bandeau	Ozgul	Oui
4	Mural	Drapeau	Ozgul	Oui
5	Mural	Bandeau	Ozgul	Oui
6	Mural	Bandeau	Studio 2007	Oui
7	Mural	Drapeau	Studio 2007	Oui
8	Mural	Bandeau	L'Ecole de loisir By DIY'ART	Oui
9	Mural	Drapeau	AG	Oui
10	Mural	Bandeau	Men Coiffure Express	Oui
11	Mural	Bandeau	La Fourchette du Père Vincent	Oui
12	Mural	Bandeau	L'EnK Snack	Oui
13	Mural	Bandeau	Attractive Body	Oui
14	Mural	Bandeau	Weevape	Oui
15	Mural	Bandeau	Maison de la Presse	Oui
16	Mural	Bandeau	Le Garde Manger	Oui
17	Mural	Drapeau	Le Garde Manger	Oui
18	Mural	Bandeau	Erka	Oui
19	Mural	Drapeau	Erka	Oui
20	Mural	Bandeau	Talent d'Aiguilles	Oui
21	Mural	Bandeau	Coeur d'ongles	Oui
22	Mural	Bandeau	Musicos	Oui
23	Mural	Bandeau	Encadreur Herubel	Oui
24	Mural	Bandeau	Arlequin	Oui
25	Mural	Bandeau	Cordonnerie	Oui
26	Mural	Drapeau	Cordonnerie	Oui
27	Mural	Bandeau	D'coiffure	Oui
28	Mural	Bandeau	Pier'Ange	Oui
29	Mural	Bandeau	Zanardi	Oui
30	Mural	Drapeau	Zanardi	Oui

31	Mural	Bandeau	Barel	Oui
32	Mural	Bandeau	Barel	Oui
33	Mural	Bandeau triplé	Les Opticiens mutualistes	Oui
34	Mural	Drapeau	Les Opticiens mutualistes	Oui
35	Mural	Bandeau	La cage au chocolat	Oui
36	Mural	Bandeau	GwendOline	Oui
37	Mural	Bandeau	Barel	Oui
38	Mural	Bandeau	Amplifon	Oui
39	Mural	Drapeau	Amplifon	Oui
40	Mural	Bandeau	Pharmacie et Para	Oui
41	Mural	Drapeau doublé	Pharmacie et Para	Oui
42	Mural	Bandeau	Insolence	Oui
43	Mural	Bandeau	Maison de la Presse	Oui
44	Mural	Bandeau	Spirit	Oui
45	Mural	Drapeau triplé	Maison de la Presse	Oui
46	Mural	Bandeau	Yves Rocher	Oui
47	Mural	Drapeau	Yves Rocher	Oui
48	Mural	Bandeau	Remy Kids shoes	Oui
49	Mural	Bandeau	Remy Kids shoes	Oui
50	Mural	Bandeau	Remy chausseur	Oui
51	Mural	Bandeau	Agence Desbenoît	Oui
52	Mural	Drapeau doublé	Agence Desbenoît	Oui
53	Mural	Drapeau	Ametis Coiffure	Oui
54	Mural	Bandeau	Sorel	Oui
55	Mural	Drapeau	Sorel	Oui
56	Mural	Bandeau	Pizza Océane	Oui
57	Mural	Drapeau	Pizza Océane	Oui
58	Mural	Bandeau	Charcutier traiteur Géret	Oui
59	Mural	Bandeau	L'Atelier de l'étoile de Coton	Oui
60	Mural	Bandeau	Ange 'Immobilier	Oui
61	Mural	Drapeau	Ange-Immobilier	Oui
62	Mural	Bandeau	Happy Dogs	Oui
63	Mural	Drapeau	Royal Canin	Oui
64	Mural	Bandeau	Fast Food LD	Oui
65	Mural	Drapeau	Fast Food LD	Oui
66	Mural	Bandeau	Andiamo Pizza	Oui
67	Mural	Bandeau	Bibliothèque municipale	Oui
68	Mural	Bandeau	Dé' Coiffe	Oui
69	Mural	Drapeau	Dé' Coiffe	Oui
70	Mural	Bandeau	Comptoir des Mariés	Oui
71	Mural	Bandeau	Les Artisans Bouchers	Oui

72	Mural	Bandeau doublé	AXA Banque	Oui
73	Mural	Bandeau	Mille et une nuits	Oui
74	Mural	Bandeau	Pascal Coste	Oui
75	Mural	Bandeau	Hôtel de Ville	Oui
76	Mural	Bandeau	Mission locale	Oui
77	Mural	Bandeau	Cordonnerie	Oui
78	Mural	Drapeau	Cordonnerie	Oui
79	Mural	Drapeau	GMF	Oui
80	Mural	Bandeau	GMF	Oui
81	Mural	Bandeau	Philippe Barbieu Audition	Oui
82	Mural	Drapeau	Philippe Barbieu Audition	Oui
83	Mural	Drapeau	Adrea	Oui
84	Mural	Bandeau	Adrea	Oui
Préenseignes dérogatoires (Carte 11)				
0	Sol	Mât porte affiche	Musée du cheminot	Oui
1	Sol	Mât porte affiche	Château des Allymes	Oui
2	Sol	Mât porte affiche	Abbaye Ambonay	Oui
3	Sol	Sur pieds	Château des Allymes	Oui
4	Sol	Sur pieds	Château des Allymes	Oui
5	Mural	Affiche	Château des Allymes	Oui
6	Mural	Affiche	Musée du cheminot	Oui
Publicités et préenseignes non conformes au RNP (Carte 12.1)				
0	Sol	4x3	Villa Verde - But	Non H/2
1	Mural	4x3	Walibi	Non Mur non aveugle
2	Mural	Bandeau	But	Non Clôture non aveugle
3	Mural	4x3	Walibi	Non Mur non aveugle
4	Eclairage public	Affiche	Laser Game	Non Eclairage public
5	Sol	4x3	Aubade - Comptoir des fers	Non Double face non parallèle
6	Sol	Mât porte affiche numérique	MMA - Macif	Non hauteur trop élevée
7	Circulation	Micro-signalétique	Floriot	Non Panneau circulation
8	Eclairage public	Affiche	Roseaie du Jardind'Or	Non Eclairage public
9	Mural	4x3	Intermarché	Non Mur non aveugle
10	Mural	4x3	Intermarché	?
11	Mural	4x3	La Foir'Fouille	?
12	Clôture	Micro-signalétique	Parc Aventure - Branche Evasion	Non Clôture non aveugle
13	Mural	4x3	BBE	?
14	Mural	4x3	Villaverde	Non Hauteur trop élevée
15	Mural	4x3	Cuisinella	Non Mur non aveugle
16	Mural	4x3	Hyper Cuisine	Non Mur non aveugle
Publicités et préenseignes non conformes au RLP (Carte 12.2)				

0	Sol	Planimètre	Cuisinella	Non ZPI
1	Mural	Sur clôture	Intermarché	Non ZPI
2	Mural	4x3	Villaverde	Non ZPI
3	Mural	4x3	But	Non ZPI
4	Sol	Sur pieds	Le Saint Germ'ain	Non ZPI
5	Sol	Mât porte affiche	Le Relais du Bugey	Non ZPI
6	Sol	Mât porte affiche		Non ZPI
7	Sol	Mât porte affiche	First Stop	Non ZPI
8	Sol	Mât porte affiche	Best Drive	Non ZPI
9	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non ZPI
10	Sol	Mât porte affiche	Peugeot	Non ZPI
11	Sol	4x3	Sport 2000 - Gémo	Non Distance de la limite séparative < 15m
12	Sol	4x3	Poivre rouge - Walibi	Non Distance de la limite séparative < 15m
13	Sol	4x3	Sport 2000 - Gémo	Non Distance de la limite séparative < 15m
14	Sol	4x3	Locameca	Non Distance de la limite séparative < 15m
15	Sol	4x3	But - Villaverde	Non Distance de la limite séparative < 15m
16	Sol	4x3	Foirefouille	Non Distance de la limite séparative < 15m
17	Sol	4x3	Sport 2000 - La Dress'	Non Distance de la limite séparative < 15m
Publicités et préenseignes hors agglomération (Carte 12.3)				
0	Sol	Oriflamme	Bricocash	Non
1	Sol	Planimètre	Ludispace - ETS PAGE	Non
2	Sol	Planimètre	Food N' Break	Non
3	Sol	Planimètre	Filformation - Ludispace	Non
4	Sol	Planimètre	Exygy - Caprisun	Non
5	Sol	Planimètre	O2 Ambérieu-En-Bugey - Caprisun	Non
6	Sol	Planimètre	Orchifaçade	Non
7	Sol	Planimètre	Caprisun - Mc Donald's	Non
8	Sol	Planimètre	Bugey Maintenance Chaudière	Non
9	Sol	Planimètre	Priay Paysage - Le Snack	Non
10	Sol	Planimètre	Ausccar	Non
11	Sol	Totem	Confort Habitat - Le loft - Optical Center - Picard - Subway - Shop Coiffure - MDA	Non
12	Sol	Planimètre	CNSPA	Non
13	Sol	Planimètre	Caprisun	Non
14	Sol	Planimètre	Optical Center	Non
15	Sol	Mât porte affiche	Intermarché	Non
16	Sol	Planimètre	CNSPA	Non

17	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
18	Sol	Planimètre	CNSPA	Non
19	Sol	Mât porte affiche	Crêperie des Allymes	Non
20	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
21	Sol	Mât porte affiche	Etap Hôtel	Non
22	Sol	Mât porte affiche	Mc Donald's	Non
Enseignes illégales (Carte 13)				
0	Arbres - Poteau électrique	Banderole	Branche Evasion	Non Arbre
1	Arbres	Banderole	Branche Evasion	Non Arbre
2	Arbres	Banderole	Laser Evasion	Non Arbre
3	Sol	Sur pieds	Cabinet FB et associés Expertise comptable	Non Double face non parallèle
4	Clôture	Affiche	Région	Non Clôture
5	Toiture	Sur pieds	CECOF	Non Toiture
6	Toiture	Bandeau	Comptoir des fers - Aubade	Non Toiture
7	Sol	Mât porte drapeau nonuplé	Auto Lindi	Non Clôture
8	Sol	Mât porte affiche quadruplé	Auto Lindi	Non Clôture
9	Toiture	Bandeau	Cycle Di Lullo	Non Toiture
10	Clôture	Banderole	Peugeot	Non Clôture
11	Sol	Sur pieds	Labrador Auto Wash	Non Double face non parallèle
12	Clôture	Banderole	Peugeot	Non Clôture
13	Clôture	Banderole	Stihl	Non Clôture
14	Clôture	Affiche	Archipel	Non Clôture
15	Toiture	Bandeau	Best Drive	Non Toiture
16	Clôture	Affiche	Transport Thévenin	Non Clôture
17	Mural	Bandeau	Transport Galy	Non Clôture
18	Sol	4x3	Monsieur Discount	Non Double face non parallèle
19	Mural	Bandeau	Proxi	Non Clôture
20	Clôture	Affiche	Deleaz	Non Clôture
21	Toiture	Mât porte affiche	Vétérinaire	Non Toiture
22	Toiture	Mât porte affiche	Seytier Optique	Non Toiture
23	Toiture	Oriflamme quintuplé	Art&Fenêtre	Non Toiture
24	Toiture	Bandeau	BestDrive	Non Toiture