BRIANÇON

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS N°33 DU CONSEIL MUNICIPAL DU 09 DÉCEMBRE 2020

REÇU LE
15 DEC. 2020
SOUS-PREFECTURE
DE BRIANÇON

6-1 papier
N° DEL 2020.12.09/200

Thème : AFFAIRES GÉNÉRALES

Objet : Approbation du règlement local de publicité.

Convocation :

Date : 03/12/2020

Affichage : 03/12/2020

Nombre de membres du conseil municipal

En exercice :	33
Présents :	30
Nombre de suffrages exprimés :	33

Le **mercredi 9 décembre 2020** à 18h00 le conseil municipal légalement convoqué, s'est réuni en séance publique dans la salle du conseil au 1er étage de la communauté de communes du Briançonnais, sous la présidence du Maire, **Monsieur Arnaud MURGIA.**

Étaient Présents :
Richard NUSSBAUM, Catherine VALDENAIRE, Éric PEYTHIEU, Annie ASTIER-CONVERSET, Christian JULLIEN, Émilie DESMOULINS, Jean-Marc CHIAPPONI, Élisa FAURE, André MARTIN, Claire BARNÉOUD, Michèle SKRIPNIKOFF, Patrick MICHEL, Corinne ASCHETTINO, Christian FERRUS, Corinne FAURE-BRAC, René MICHEL, Christophe OSTI, Monique OLLAGNIER, Renaud PONS, Marie SOUBRANE, Hervé BOULAIS, Yoann LAGIER, Maryse XAUSA FRANÇOIS, Natalia SERTOUR, Solange MICHEL, Thomas SCHWARZ, Aurélie POYAU, Gabriel LÉON, Francine DAERDEN.

Étaient représentés :
Brigitte LASSERRE donne pouvoir à Catherine VALDENAIRE ;
Sandrine CORDIER donne pouvoir à Catherine VALDENAIRE ;
Florian DAZIN donne pouvoir à Thomas SCHWARZ ;

Absents excusés :
Brigitte LASSERRE, Sandrine CORDIER, Florian DAZIN.

Secrétaire de séance : Émilie DESMOULINS

Rapporteur : Richard NUSSBAUM

Par délibération n° DEL 2017.01.25/011 du 25 janvier 2017, le conseil municipal s'est engagé dans la procédure de révision de son règlement local de publicité (RLP) ;

Par délibération n° DEL 2019.07.03/100 du 3 juillet 2019 le conseil municipal a arrêté le projet de règlement locale de publicité ;

- Vu le Code de l'Environnement, notamment ses articles L 581-14 et suivants,
- Vu le Code de l'Urbanisme, notamment ses articles L153-8 et suivants, L103-3 et R153-1 et suivants,
- Vu la délibération n° DEL 2017.01.25/011 du 25 janvier 2017, prescrivant la révision du règlement local de publicité,
- Vu la délibération n° DEL 2019.07.03/100 du 3 juillet 2019 arrêtant le projet de règlement local de publicité
- Vu le dossier d'enquête publique, les observations exprimées, le rapport et les conclusions du commissaire-enquêteur,
- Considérant qu'un règlement local de publicité permet de définir les conditions d'installation des publicités, enseignes et pré enseignes,
- Considérant que le projet de règlement de publicité poursuit l'effet protecteur du règlement local de publicité de 2006,
- Considérant que le règlement local de publicité (RLP) en vigueur devait être révisé,
- Considérant que les personnes publiques associées ont été consultées sur le projet de règlement arrêté, et ont émis un avis favorable avec quelques réserves,
- Considérant que la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites réunie le 10 décembre 2019, a émis un avis favorable,
- Considérant que le commissaire-enquêteur a rendu un avis favorable
- Considérant que la phase de concertation est aujourd'hui terminée
- Considérant qu'afin de prendre en compte l'une des observations formulées lors de l'enquête publique, il est proposé d'apporter les ajustements suivants, au projet de RLP arrêté le 3 juillet 2019 :

L'article 5.1 : Publicités numériques, est modifié comme suit :

Elles sont autorisées sur le mobilier urbain en zone agglomérée.

Elles sont autorisées sur le domaine privé sous réserve de l'avis de M le Maire.

Ceci exposé,

Après en avoir délibéré, le conseil municipal décide :

- D'approuver le règlement local de publicité sur le territoire communal tel qu'il est annexé ;
- D'autoriser Monsieur le Maire, ou, en cas d'empêchement, son représentant à signer, au nom et pour le compte de la ville, toute pièce de nature administrative, technique ou financière

POUR : 33
CONTRE : 0
ABSTENTION : 0
NE PREND PAS PART AU VOTE : 0

Et les membres présents ont signé au registre après lecture.

AFFAIRES GÉNÉRALES DEL 2020.12.09/200

PUBLIÉ LE 14 DEC. 2020

POUR EXTRAIT CERTIFIÉ CONFORME.

Le Maire,
Arnaud MURGIA.

REÇU LE
15 DEC. 2020
SOUS-PRÉFECTURE
DE BRIANÇON

BRIANÇON

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Conseil municipal du 9/12/2020
Pièce à la délibération
AFFAIRES GÉNÉRALES 1

SOMMAIRE

Partie1 – Rapport de présentation 5
Introduction 7
Préambule 9
Définition 9
Autorisations et déclarations préalables 10
Diagnostic et analyse 11
Présentation du projet 17
Objectifs et orientations 17
Choix retenus 17
Les zones 17
Partie 2 – Partie réglementaire 21
Préambule 23
Définitions utiles à la compréhension du document 23
Titre 1 : Règles générales communes à toutes les zones 25
Article 1 : Protection des espaces naturels et aménagés 25
Article 1.1 : Protection des espaces naturels 25
Article 1.2 : Protection des arbres 25
Article 2 : Les matériels 25
Article 2.1 : Pérennité et qualité esthétique 25
Article 2.2 : Entretien 25
Article 2.3 : Accessoires 25
Article 2.4 : Nuisances sonores et lumineuses 26
Article 3 : Les publicités sur supports existants 26
Article 3.1 : Nombre 26
Article 3.2 : Hauteur 26
Article 3.3 : Murs de clôture, clôtures et murs de soutènements 26
Article 3.4 : Palissades de chantier 26
Article 3.5 : Publicité promotionnelle relative aux constructions 26
Article 3.6 : Inter distance entre dispositifs installés sur domaine privé et public 26
Article 4 : Les publicités scellées au sol 26
Article 4.1 : Nombre 26
Article 4.2 : Caractéristiques 27
Article 4.3 : Hauteur 27
Article 4.4 : Inter distance entre dispositifs installés sur domaine privé et public 27
Article 5 : Les publicités lumineuses, publicité numérique 27
Article 5.1 : Les publicités numériques 27
Article 5.2 : Les publicités lumineuses 27
Article 6 : Publicité sur mobilier urbain 27
Article 7 : Les Enseignes 27
Article 7.1 : Interdictions 27
Article 7.2 : Enseignes scellées au sol 28
Article 7.3 : Enseignes lumineuses 28
Article 7.4 : Enseignes numériques 28
Article 7.5 : Enseignes et publicités temporaires 28
Article 7.6 : Les pré enseignes 28
Article 8 : Instruction des demandes d'autorisation 28
Article 8.1 : Protection des vues panoramiques 28
Article 8.2 : Protection de l'architecture 28
Article 8.3 : La lisibilité 28
Article 8.4 : La qualité de vie des habitants 29

Titre II : Règles des zones **29**
Article 9 : Dispositions applicables à la ZONE 1 29
Article 9.1 : Définition de la zone 29
Article 9.2 : Publicité lumineuse, éclairées par projection ou non 29
Article 9.3 : Enseignes murales 29
Article 9.4 : Enseignes scellées ou posées au sol 29
Article 9.5 : Publicités ou pré enseignes posées au sol 29
Article 9.6 : Enseignes en toitures 29
Article 10 : Dispositions applicables à la ZONE 2 29
Article 10.1 : Définition de la zone 29
Article 10.2 : Publicités non lumineuses murales ou scellées au sol 29
Article 10.3 : Publicités lumineuses murales et scellées au sol 30
Article 10.4 : Dispositions applicables aux enseignes 30
Article 10.5 : Dispositions applicables aux enseignes scellées ou posées au sol 30
Article 11 : Dispositions applicables à la ZONE 3 30
Article 11.1 : Définition de la zone. 30
Article 11.2 : Format des publicités. 30
Article 11.3 : Règle de densité 30
Article 11.4 : Enseignes sur support 31
Article 11.5 : Enseignes en toiture. 31
Article 11.6 : Enseignes scellées ou posées au sol. 31
Article 12 : Dispositions applicables à la ZONE 4 31
Article 12.1 : Définition de la zone 31
Article 12.2 : Formats des publicités. 31
Article 12.3 : Règle de densité. 31
Article 12.4 : Enseignes sur support. 32
Article 12.5 : Enseignes en toiture 32
Article 12.6 : Enseignes scellées ou posées au sol 32
Article 13 : Disposition applicables à la ZONE 5 32
Article 13.1 : Définition de la zone : 32
Article 13.2 : Publicité scellée au sol et/ou murale 32
Article 13.3 : Enseignes sur support 33
Article 13.4 : Enseignes scellées ou posées au sol 33
Article 13.5 : Publicité numérique 33
Article 14 : Disposition applicables à la ZONE 6 33
Article 14.1 : Définition de la zone : 33
Article 14.2 : Publicité scellée au sol et/ou murale 33
Article 14.3 : Dispositions applicables aux enseignes 34
Article 15 : Application/sanctions 34
Article 16 : Liste des annexes 34
Partie 3 – Annexes **35**

BRIANÇON

PARTIE 1

RAPPORT DE PRÉSENTATION

INTRODUCTION

BRIANCON Site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO

Les fortifications de Vauban à Briançon sont inscrites depuis juillet 2008 sur la prestigieuse liste du Patrimoine mondial de l'humanité aux côtés de onze autres sites français regroupés au sein du Réseau des Sites Majeurs de Vauban.

Occupant une position stratégique à 1326 mètres d'altitude, la ville haute de Briançon, juchée sur un piton rocheux, s'impose comme un site unique de fortification de montagne. Enserrée dans des remparts projetés par Vauban, elle est, elle-même, couronnée par des forts d'altitude la rendant imprenable.

Située au carrefour de cinq vallées alpines aux portes de l'Italie, Briançon est l'une des villes fortifiées les plus spectaculaires de France. Le complexe défensif, construit par Sébastien Le Prestre de Vauban au 17ème et 18ème siècle, est composé de 7 ouvrages (les forts du Randouillet, Dauphin, Trois Têtes, Salettes, du pont d'Asfeld et de la communication Y) et de remparts qui s'étendent sur plus de 3 km ainsi que l'enceinte urbaine et ses aménagements intra-muros (la collégiale, la place d'Armes et deux poudrières). Une zone dite « zone tampon » a été créée afin de préserver l'intégrité du site inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco. Cette zone fera l'objet d'une règlementation spécifique.

Briançon et son site patrimonial remarquable :

Un plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) a été instauré, instauré comme un outil de gestion du site patrimonial remarquable afin de préserver l'intégrité de la cité Vauban.

Ce plan constitue une démarche qualitative qui vise à concilier préservation et mise en valeur du patrimoine tout en prenant en compte les contraintes du présent et les besoins et modes de vies actuels.

1. AFFICHAGE ET PUBLICITÉ

La loi Grenelle II du 12 juillet 2010 et son décret d'application du 30 janvier 2012 viennent réformer les règles relatives à l'affichage publicitaire et la procédure d'établissement et de révision des règlements locaux de publicité (RLP).

La police de la publicité est exercée par le Maire si la commune possède un règlement local de publicité ce qui est le cas, à Briançon, depuis 2006.

Le préfet peut toutefois se substituer au Maire au cas où celui-ci viendrait à manquer à ses obligations dans le cadre de ses pouvoirs de police.

2. QU'EST-CE QU'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ ?

C'est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal ou intercommunal. Un règlement local de publicité permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales.

Le RLP est pris à l'initiative du Maire.

3. POURQUOI LE RÉVISER ?

Les RLP en vigueur avant le 13 juillet 2010 restent en vigueur jusqu'à leur révision ou modification ou, au plus tard, jusqu'au 13 juillet 2020.

Il est important de réviser le RLP actuellement en vigueur sur Briançon pour pouvoir adapter l'affichage au contexte actuel et aux nouvelles technologies notamment en ce qui concerne la publicité numérique.

Cette révision a pour objectif d'allier qualité de vie et affichage commercial.

4. RÔLE DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal) où s'applique une règlementation plus restrictive que les prescriptions de la règlementation nationale, tout en conciliant liberté d'expression et protection du cadre de vie.

5. COMMENT EST-IL ÉLABORÉ ?

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies par le Code de l'urbanisme.

6. CONTENU DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le règlement local de publicité comprend un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

PRÉAMBULE

Au regard de l'évolution des supports publicitaires, de l'émergence de nouvelles constructions, de l'importance de garantir les perspectives architecturales et paysagères des entrées de la ville, et de l'intérêt de valoriser le site membre du réseau Vauban inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco, il apparaît aujourd'hui nécessaire de redéfinir les prescriptions relatives à la publicité, les zones définies et l'ensemble du règlement local de publicité.

La ville de Briançon a entrepris de règlementer l'impact de la publicité sur son territoire, d'en limiter les nuisances, tout en permettant aux activités commerciales de signaler leur présence.

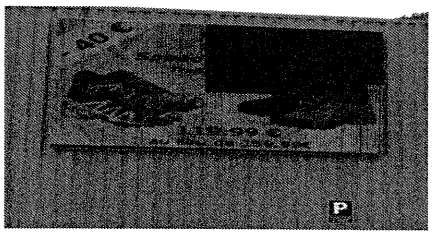
Conformément aux prescriptions du Code de l'environnement la totalité des pré enseignes dérogatoires implantées hors agglomération ont été retirées au 13 juillet 2015.

Un travail important a également été réalisé sur la commune pour que tous les dispositifs soient en conformité avec le règlement local en vigueur.

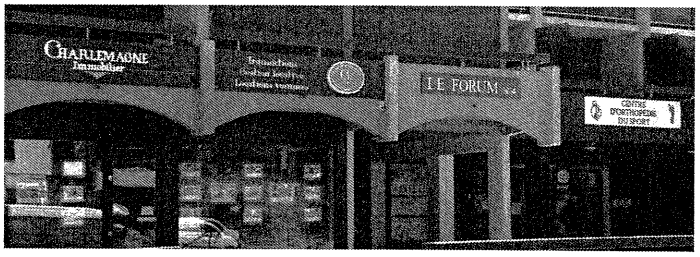
DÉFINITIONS :

Publicité : Constitue une publicité, à l'exception des enseignes et des pré enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

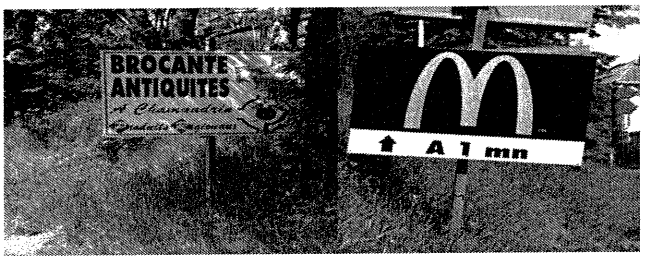
La publicité lumineuse numérique : la publicité numérique définit essentiellement les "écrans numériques", composés de diodes, leds etc. téléviseurs géants qui peuvent présenter des images fixes, des images animées (faisant apparaitre un slogan, prix, faisant évoluer une forme ou un pictogramme...) ou une vidéo. Elle constitue une forme particulière de publicité lumineuse.



Enseignes : Constitue un enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.



Pré enseigne : Constitue une pré enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Les enseignes perpendiculaires dite "en drapeau"

AUTORISATIONS ET DÉCLARATIONS PRÉALABLES :

Selon le type de dispositif qui sera installé, il sera soumis soit à autorisation ou déclaration préalable. Le pétitionnaire devra remplir un CERFA n° 14798*01 pour les demandes d'autorisation et le CERFA n°14799*01 en ce qui concerne les déclarations.

Les demandes sont traitées par les services de la mairie. Elle a deux mois pour les instruire. Passé ce délai et sans réponse de sa part, la demande est réputée comme acceptée.

L'autorisation est formalisée par arrêté municipal.

- **Types de dispositifs soumis à déclaration préalable :**
  - Dispositifs muraux (murs, clôtures, bâtiments) ;
  - Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
  - Dispositifs de petits formats.

- **Types de dispositifs soumis à autorisation préalable :**
  - Dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires
  - Publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou transparence qu'elles soient ou non apposées sur du mobilier urbain
  - Emplacements de bâches comportant de la publicité
  - Dispositif publicitaire ;
  - Enseignes ;
  - Pré enseigne.

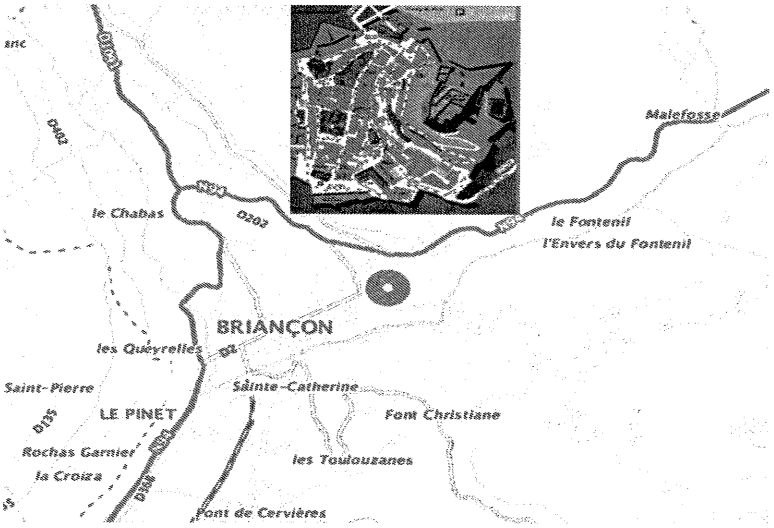
DIAGNOSTIC ET ANALYSE

CONTEXTE GÉOPGRAPHIQUE

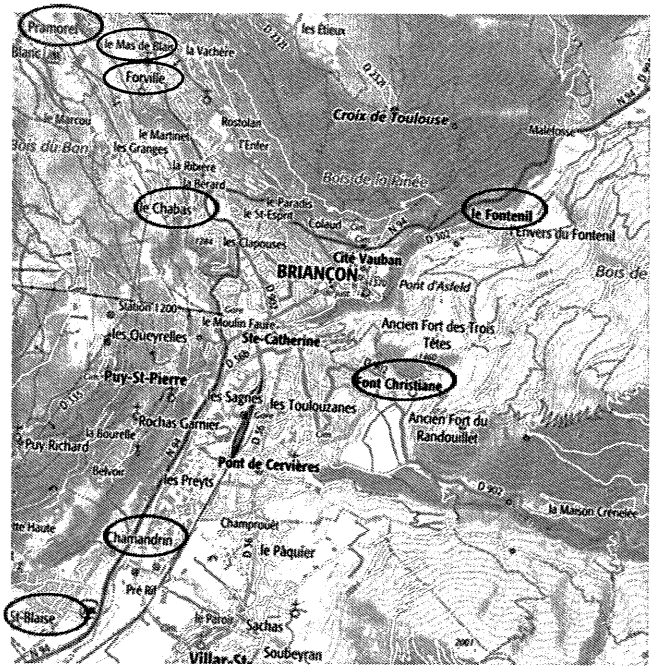
Briançon a une superficie de 28 km² et compte 12757 habitants. Située au carrefour de l'Italie, du Sud, de l'Isère, la Savoie et la vallée du Queyras Briançon est traversée par d'important axes routiers

- La RN 94 (l'Italie et Sud).
- La D 1091 en direction de Grenoble par le col du Lautaret et la Savoie par le col du Galibier ;
- La D 902 en direction de la vallée du Queyras par le Col de l'Izoard.

La commune est divisée en deux pôles qui sont la ville basse ou quartier de Sainte-Catherine et la ville haute nommée Briançon-Vauban (site inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO).

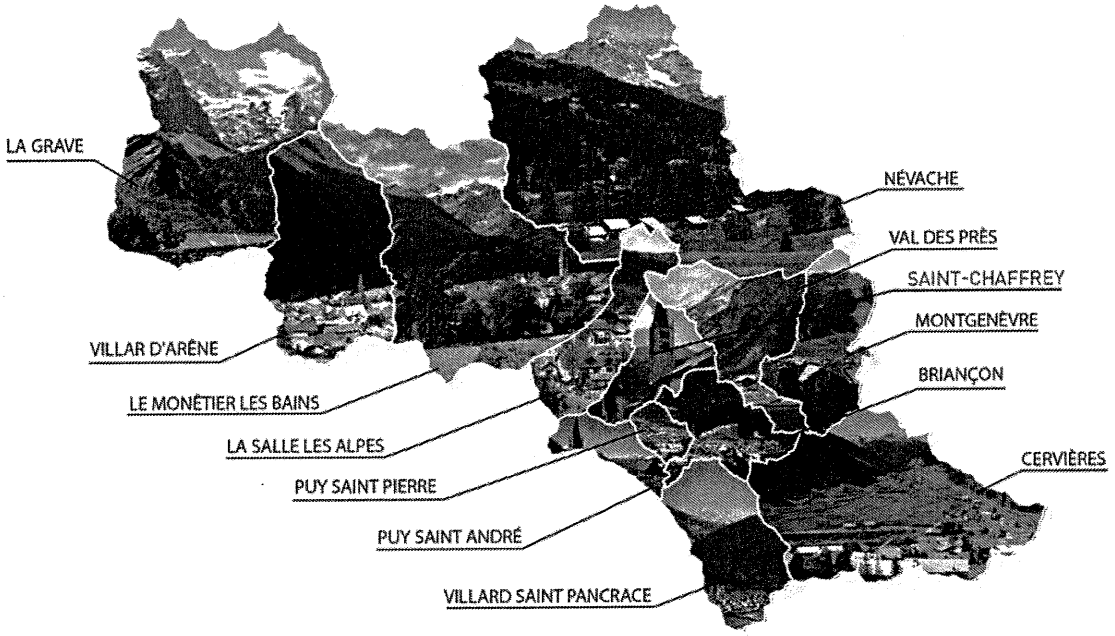


Huit hameaux font partie de la commune : Le Chabas, Pramorel, Forville, Mas-de-Blais, Fontchristiane, St-Blaise, Chamandrin, Fontenil.



Briançon fait partie d'une communauté de communes constituée de 13 communes.

Située au cœur de cet ensemble, elle est la première force économique du haut du département des Hautes -Alpes.



Actuellement 3 zones de publicités restreintes (ZPR) sont instituées dans l'ensemble des lieux qualifiés « agglomération » par arrêté du Maire de Briançon :

- **Zone 1 : Le secteur sauvegardé,**
  Cité Vauban

- **Zone 2 : Les centres commerciaux et les grands axes,**
  Cette zone recouvre les 2 centres commerciaux, Grand'Boucle et Espace Sud ainsi que les axes suivants (voir annexe):
  - Avenue de Savoie,
  - Avenue du Dauphiné,
  - Avenue de Provence,
  - Route de Gap,
  - Avenue du Général de Gaulle,
  - Avenue Professeur Forgues,
  - Avenue Baldenberger,
  - Avenue Jean Moulin,
  - Rue Bermond-Gonnet,
  - Avenue Maurice Pestche.

- **Zone 3 : Les parties agglomérées,**
  Toutes les zones non comprises dans la ZPR 1 ou ZPR 2.

La commune compte 51 panneaux d'une surface de 8 m²dits de « grand format ». La règlementation nationale autorise une surface maximale de 12 m². La commune de Briançon, afin de préserver le cadre de vie et la qualité paysagère sur le territoire de la commune, a opté dans son règlement actuel pour des dimensions plus réduites. La surface utile étant limitée à 8 m² et la totalité du dispositif ne devant pas dépasser 10 m². L'inter distance entre 2 dispositifs est de 90 mètres pour la ZPR 2 et 60 mètres pour la ZPR 3.

Ces dispositifs sont essentiellement implantés sur les deux centres commerciaux et les axes suivants (voir annexe) :

- Avenue de Savoie
- Avenue du Dauphiné
- Avenue de Provence
- Route de Gap
- Avenue du Général de Gaulle
- Avenue Professeur Forgues
- Avenue Baldenberger
- Route d'Italie
- Rue Jean Moulin
- Rue Bermond-Gonnet
- Rue Pasteur
- Avenue Maurice Pestche

Publicité lumineuse - Publicité éclairée par projection ou transparence – Publicité numérique

La règlementation nationale prévoit une extinction entre 1h00 et 6h00 du matin. En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité.

C'est pour cette raison que toutes les publicités lumineuses devront être éteintes entre 22h00 et 6h00.

Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22h00 et 6h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes

Leurs dimensions ont été fixées selon la zone où elles sont implantées.

Les oriflammes :

Depuis quelques temps sont apparues, en nombre assez important, les oriflammes.

Certains commerces les ayant implantés en plus d'enseignes posées au sol.

Les pré enseignes

Elles sont en nombre très limité sur la commune. Les pré enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité.

Dans un souci d'harmonisation et d'esthétique, celles-ci prendront la forme de totem lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière.

Le diagnostic a permis de faire apparaitre quelques points sur lesquels une attention particulière doit être portée :

BRIANCON-VAUBAN

Briançon et son territoire constituent un paysage culturel évolutif vivant. L'activité économique et commerciale doit donc s'y exercer et s'y développer mais elle doit le faire dans le respect des valeurs identitaires qui font l'attractivité de ce territoire et sont des atouts majeurs pour son économie.

PLAN DE GESTION

Rappel du rôle du plan de gestion :

Le plan de gestion, dans la perspective d'un développement durable, permet de prévoir toutes les composantes nécessaires à la préservation et à la valorisation du bien patrimonial dans un cadre de développement territorial.

C'est un instrument cohérent qui prend en considération les caractéristiques propres d'un site et de son territoire, ainsi que l'ensemble des acteurs et des instruments qui y interviennent. Ce plan sert d'élément coordinateur pour la planification et le développement intégré et durable. C'est avant tout un outil de travail et d'orientations destiné aux acteurs et aux partenaires de chaque site.

Le plan de gestion de Briançon 2013-2018 propose six orientations thématiques visant la préservation et la valorisation de la valeur exceptionnelle universelle (VUE) du site « Fortification de Vauban » inscrit au Patrimoine Mondial par l'UNESCO.

Chacune de ces orientations recense des objectifs à atteindre, dans la thématique concernée, déclinés en actions.

Celle qui prend toute sa place dans la révision du RLP est l'orientation n°4 : Valoriser les entrées et axes de découverte du site.

Cette orientation est déclinée en 2 objectifs :

1.1 : Requalifier les grands axes :

- Préserver les cônes de vues
- Aménagement du Champ de Mars et de la Route Nationale

1.2 Gérer et maîtrise la publicité extérieure

- Mettre en œuvre une politique territoriale en matière de publicité

La multiplication des enseignes et pré enseignes de publicité a un impact très négatif sur le paysage de Briançon. Le patrimoine remarquable, les espaces naturels et surtout les entrées de villes sont dégradées par des panneaux dont l'implantation semble difficile à contrôler.
Or les panneaux publicitaires ne sont aucunement indispensables à l'usager de la route contrairement à la signalétique.

PROPOSITION D'ACTIONS :

- Mettre en œuvre une politique territoriale partagée et portée de façon volontariste par tous les acteurs, en matière de publicité extérieure pour le Briançonnais ;
- Rappeler et appliquer la réglementation dans les espaces protégés (monuments historiques, sites inscrits et classés).

Pour rappel zone tampon

La zone tampon du bien inscrit est limitée aux abords des monuments historiques protégés au titre du code du patrimoine et au site inscrit. Il a été défini suivant les cônes de visibilité majeurs du paysage et les liens historiques entre les espaces. Lors de l'inscription, il a été proposé une modification du périmètre de la zone tampon. La limite

nord-est pourrait s'étendre à la limite communale afin de suivre un tracé existant et établi. La DREAL a été saisie afin de mener à bien le dossier.

Au cours de l'actualisation, en 2018, des nouveaux plans de gestion pour la période 2019-2024, l'évolution de la zone tampon apparaitra comme un nouvel objectif à atteindre.

Il est possible de mentionner que le patrimoine mondial de l'Unesco et la zone tampon apparaissent désormais dans le droit français (code du patrimoine) et la nouvelle loi LCAP du 7 juillet 2016 (cf. extrait du décret ci-dessous).

Patrimoine mondial et zone tampon
Le décret du 29 mars 2017 consacre aussi plusieurs dispositions aux biens inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco. Le texte précise notamment que "pour assurer la préservation de la valeur universelle exceptionnelle des biens reconnus en tant que biens du patrimoine mondial, l'Etat et les collectivités territoriales ou leurs groupements protègent ces biens et, le cas échéant, tout ou partie de leur zone tampon par l'application des dispositions du présent livre, du livre III du Code de l'environnement ou du livre Ier du Code de l'urbanisme". Le décret intègre également la notion de zone tampon, fortement recommandée - mais non obligatoire - par l'Unesco. Le périmètre et le plan de gestion de cette zone tampon sont définis par un arrêté du préfet de région. Curieusement, la consultation de la commission nationale et de la commission régionale du patrimoine et de l'architecture est prévue, mais non obligatoire.

Cette loi, uniformise également les périmètres de protection dont les secteurs sauvegardés en sites patrimoniaux remarquables. Le PSMV reste cependant toujours l'outil de gestion de cet espace.

Dans les deux cas (Zone tampon et site patrimonial remarquable) : **la publicité est interdite** aux abords des MH et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (article 100 de la loi).

CÔNES DE VUE
Il est important de préserver les cônes de vue. A ce titre, la route d'Italie et l'avenue Baldenberger doivent faire l'objet d'un attention toute particulière car lorsque nous empruntons ces axes, la vue sur la Cité Historique est perturbée par la présence de panneaux situé dans son champ de visibilité. Pour préserver cet espace de toute pollution visuelle causée par la présence de panneaux, il est nécessaire d'interdire toute implantation sur la route d'Italie dans sa partie comprise entre le panneau d'entrée d'agglomération et le rond-point des Escartons ainsi que sur l'avenue Baldenberger.

LES PANNEAUX "GRAND FORMAT"
Ceux-ci seront uniquement autorisés dans les zones commerciales ainsi que sur les grands axes.

LES ORIFLAMMES :
Jusqu'à 5 oriflammes ont été comptabilisés auprès de certains établissements. Ces dispositifs sont soumis aux mêmes règles que les enseignes de plus de 1m², scellées ou posées au sol. Leur nombre est limité à un seul dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble d'activité.
En conséquence, de nombreux dispositifs devront être déposés.

Au vu de ce diagnostic, il apparait nécessaire d'apporter les modifications nécessaires et les intégrer au nouveau règlement.

PRÉSENTATION DU PROJET

A OBJECTIFS, ORIENTATIONS ET CHOIX RETENUS.

A-1 OBJECTIFS ET ORIENTATIONS :

Le nouveau règlement local de publicité a pour objectifs de limiter le nombre de dispositifs publicitaires et de s'adapter aux nouvelles technologies notamment en matière de publicité sur support numérique. Il doit également être plus restrictif que la réglementation nationale. Il est, par rapport à l'ancien, plus précis et plus affiné, afin d'adapter les règles d'affichage aux zones concernées.

Le règlement local de publicité de 2006 ne compte que trois zones nommées « zones de publicité restreinte ou ZPR » :

- ZPR 1 : Secteur sauvegardé,
- ZPR2 : Les centres commerciaux et les grands axes,
- ZPR 3 : Parties agglomérées.

Le nouveau règlement de publicité comportera six zones :

- Zone 1 : Le secteur sauvegardé,
- Zone 2 : La zone tampon,
- Zone 3 : Les grands axes,
- Zone 4 : Le centre commercial " Espace Commercial Sud" et le centre commercial "Grand'Boucle",
- Zone 5 : Les parties agglomérées,
- Zone 6 : Les hameaux isolés.

Celles-ci ont été créées pour pouvoir adapter la règlementation et optimiser l'affichage publicitaire tout en préservant l'environnement.

A-2 CHOIX RETENUS :

A-2-1 Création de six zones ;

A-2-2 Suppression des panneaux "grand format" implantés dans les cônes de vue de la cité Vauban et le secteur sauvegardé. (Route d'Italie, avenue Baldenberger...) ;

A-2-3 Règle de densité fondée sur la longueur de l'unité foncière ;

A-2-4 Réduction de la durée d'éclairage pour les publicités lumineuses et numériques ;

A-2-5 Publicité interdite sur domaine privé dans la zone agglomérée ;

A-2-6 Publicité numérique uniquement autorisée sur mobilier urbain dans la zone agglomérée ;

B LES ZONES

B-1 ZONE 1 : Cette zone recouvre la ville haute (secteur sauvegardé)

Les enseignes en toiture sont interdites. Les chevalets sont autorisés à concurrence d'un dispositif par établissement installé au droit de celui-ci.

B-2 ZONE 2

Cette zone appelée zone tampon recouvre un périmètre situé autour de la cité Vauban.

Toute publicité est interdite à l'exception des enseignes dont la surface est limitée à 15% de la surface totale de la façade commerciale.

B-3 ZONE 3 : Cette zone recouvre les grands axes.

- Avenue de Savoie
- Avenue du Dauphiné
- Avenue de Provence
- Route de Gap
- Avenue Professeur Forgues
- Avenue Jean Moulin

Ces routes passant sur Briançon ont une forte densité de circulation. De nombreux véhicules empruntent chaque jour ces axes et, plus particulièrement des camions en transit pour le sud de la France, l'Italie ou encore en direction de Grenoble.

Beaucoup de panneaux "grand format" sont implantés sur ces axes.

La surface utile des publicités est fixée à 8 m^2 et la surface totale du dispositif ne peut excéder 10 m^2.

Cette zone s'étend sur une profondeur de 20 mètres à partir du bord extérieur de la chaussée.

La surface des enseignes est limitée à 15% de la surface totale de la façade commerciale.

La surface maximale des enseignes en saillie est fixée à 1,2 m^2.

Les enseignes en toiture sont interdites.

Les enseignes scellées ou posées au sol prennent obligatoirement la forme d'un totem si plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière.

B-4 ZONE 4 : Cette zone recouvre les centres commerciaux Grande Boucle et espace commercial sud.

Ce sont deux pôles commerciaux de grande importance en termes de surface et de fréquentation.

De nombreux panneaux "grand format" sont présents sur ces deux secteurs.

La gestion de la voirie de l'espace commercial sud est gérée par la communauté de communes du briançonnais, mais la police de la publicité reste à la charge du Maire.

La surface utile des publicités est fixée à 8 m^2 et la surface totale du dispositif ne peut excéder 10 m^2.

La référence de la règle de densité est fondée sur la longueur de l'unité foncière.

Dans cette zone, l'accent est également mis sur les enseignes en toiture, scellées ou posées au sol :

- En toiture : celles-ci devront être obligatoirement réalisées en lettres découpées et elles seront limitées en nombre à savoir une par établissement.
- Scellés ou posées au sol : elles prendront obligatoirement la forme d'un totem si plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière.

La hauteur des oriflammes n'excèdera pas 6 mètres.

B-5 ZONE 5 : Cette zone est constituée des parties du territoire aggloméré qui ne sont pas comprises en zone 1, zone 2, zone 3, zone 4 et zone 6.

La surface totale des enseignes est fixée à 15% de la surface totale de la façade commerciale et limitée à 10 m².

Toute publicité est interdite à l'exception de la publicité numérique qui est autorisée sur le mobilier urbain.

B-6 ZONE 6 : CETTE ZONE EST CONSTITUÉE PAR LES HAMEAUX ISOLÉS.

- Chamandrin
- St-Blaise
- Le Chabas
- Fontenil
- Fonchristiane
- Pramorel

Il était nécessaire de créer une zone constituée uniquement par les hameaux et de limiter l'affichage publicitaire dans cette zone. Seules les enseignes sont autorisées. Leur surface et leur nombre sont limités.

Toute publicité est interdite, à l'exception des enseignes dont la taille maximale est fixée à 15% de la surface totale de la façade commerciale et limitée à 8 m².

C ANNEXES :

- Arrêté fixant les limites d'agglomération ;
- Plan global des zones ;
- Plan espace centre commercial la Grand'boucle ;
- Plan espace centre commercial sud ;
- Zone Tampon.

BRIANÇON

PARTIE 2

PARTIE RÈGLEMENTAIRE

Le Maire de la commune de Briançon,
Vu le code général des collectivités territoriales,
Vu le code de l'environnement,
Vu le code de l'urbanisme,
Vu le code de la Route,
Vu l'arrêté municipal de 9 mars 1987 fixant les limites d'agglomération,

PRÉAMBULE

Dotée d'un patrimoine architectural prestigieux, Briançon, membre du réseau Vauban est inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO. Dans un souci d'harmonisation du commerce local et de valorisation du cadre de vie, la municipalité fixe les objectifs suivants au présent règlement :

- Amélioration du cadre de vie ;
- Harmonisation des dispositifs ;
- Adaptation des dispositifs aux zones concernées ;
- Valorisation du commerce local ;
- Réguler la densité des publicités ;

Des zones de publicités sont instituées dans l'ensemble des lieux qualifiés « agglomération » par arrêté du Maire de Briançon :

- Zone 1. : Le secteur sauvegardé ;
- Zone 2 : La zone tampon ;
- Zone 3 : Les grands axes ;
- Zone 4 : Le centre commercial Espace Sud et le centre commercial Grand'boucle ;
- Zone 5 : Les parties agglomérées ;
- Zone 6 : Les hameaux isolés.

Les dispositions des textes législatifs ou règlementaires en vigueur qui ne sont pas modifiées par le présent arrêté demeurent opposables aux tiers.

Indépendamment du Code de l'environnement et des décrets pris pour son application, publicités et enseignes sont soumises à d'autres règlementations (Code de la route, Code du patrimoine ...).

Les pré enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

DÉFINITIONS UTILES À LA COMPRÉHENSION DU DOCUMENT :

Publicité :
À l'exclusion des enseignes et pré enseignes, constitue une publicité toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Enseigne :
Constitue une enseigne toute inscription, image ou forme apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Pré enseigne :
Constitue une pré enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Mobilier urbain :
Le mobilier urbain participe à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers :

- Abri-voyageurs : service public des transports (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs
- Mobiliers d'information locale : service public de l'information (ce 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606).

TITRE I :
RÈGLES GÉNÉRALES COMMUNES À TOUTES LES ZONES

ARTICLE 1 : PROTECTION DES ESPACES NATURELS ET AMÉNAGÉS.

Article 1.1 : Protection des espaces naturels
Toute publicité est interdite dans les espaces boisés classés et hors des zones urbaines.

Article 1.2 : Protection des arbres
Il est interdit de procéder à l'abattage d'arbres ou à des élagages injustifiés, dans le but d'installer un dispositif publicitaire ou d'améliorer sa lisibilité.

ARTICLE 2 : LES MATÉRIELS.

Article 2.1 : Pérennité et qualité esthétique.
Les matériels destinés à recevoir des publicités, enseignes et pré enseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation, dans le temps de leurs qualités techniques.

En outre, ces dispositifs, résistant aux phénomènes météorologiques compris dans les limites des règles et normes en vigueur, garantissent la sécurité des personnes et des biens.

Toute publicité devra être implantée de manière à ne pas être visible d'un immeuble protégé au titre des monuments historiques et qu'elle ne soit également pas visible de cet immeuble.

Article 2.2 : Entretien
Les matériels sont régulièrement inspectés et entretenus par leurs exploitants.

Chaque intervention sur l'installation donne lieu à une vérification complète, au remplacement des pièces défectueuses, au nettoyage du matériel et de ses abords. Les dispositifs destinés à recevoir des affiches ne peuvent demeurer nus plus de 48 heures. Passé ce délai, les faces grattées, neuves ou inutilisées sont recouvertes d'un papier de fond ou d'une affiche neuve.

Tout défaut d'entretien ou de maintenance devient une infraction au présent règlement si la remise en état n'intervient pas dans les quinze jours suivant le constat.

Article 2.3 : Accessoires
Dans un souci d'esthétique et de préservation de l'environnement, les accessoires suivants sont interdits : jambes de force, haubans, pieds-échelle, gouttières à colle ainsi que tout élément rapporté ne figurant pas sur la demande d'autorisation ou de déclaration légale. Les fondations et scellements en béton ne dépassent pas le niveau du sol, sauf en cas de réalisation d'un aménagement spécial, réalisé en matériaux traditionnels locaux. La publicité ne devra néanmoins pas dépasser les limites de hauteur définies dans le présent règlement.

Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Toutefois, les passerelles intégralement repliables sont admises ; elles demeurent pliées en l'absence des personnels chargés de les utiliser.

Article 2.4 : Nuisances sonores et lumineuses
Les opérateurs de publicité extérieure sont responsables des nuisances sonores ou lumineuses causées par leurs dispositifs. Les publicités lumineuses, à l'exception 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, sont éteintes entre 22 heures et 6 heures.

ARTICLE 3 : LES PUBLICITÉS SUR SUPPORTS EXISTANTS (MURS, PIGNONS, FAÇADES, PALISSADES...)

Article 3.1 : Nombre
Un support (façade ou pignon) ne peut accueillir qu'un seul dispositif publicitaire.

Article 3.2 : Hauteur
Une publicité ne peut s'élever à plus de 6 mètres du sol (mesurés au pied du mur), ni à plus de 7,5 mètres du point le plus haut de la chaussée voisine (mesure effectuée au droit du dispositif).

Article 3.3 : Murs de clôture, clôtures et murs de soutènements.
Les publicités sont interdites sur ces supports, aveugles ou non.

Article 3.4 : Palissades de chantier
Sur ces supports, la publicité se conforme aux règles de hauteur et de format applicables dans la zone où ils se trouvent et aux règles relatives aux dispositifs publicitaires scellés au sol. Le linéaire total du dispositif publicitaire n'excèdera pas 50% du linéaire total de la palissade.

Utilisant des matériels identiques, alignés en hauteur, ces publicités sont séparées par un intervalle minimum égal au double de leur plus grande dimension.

Article 3.5 : Publicité promotionnelle relative aux constructions.
Durée d'installation : Date du dépôt du permis de construire jusqu'à un an après la fin de la construction.

La surface utile du dispositif ne peut excéder 8 m^2. La surface totale du dispositif ne peut excéder 10 m^2.

Un seul dispositif autorisé sur l'unité foncière où sera implantée la construction.

Permis de construire : L'affichage du permis de construire sera effectué deux mois avant le début de la construction. Dimensions du panneau sur lequel seront affichées les informations conformément aux articles A424-16, A424-17 et A424-18 du code de l'urbanisme : 80 cm x 120 cm. Le panneau sera enlevé dès le début de la construction.

Article 3.6 : Inter distance entre dispositifs installés sur domaine privé et public
L'inter distance effective entre un dispositif implanté sur le domaine public et un dispositif implanté sur le domaine privé est de 80 mètres au minimum.

ARTICLE 4 : LES PUBLICITÉS SCELLÉES AU SOL.

Article 4.1 : Nombre
La juxtaposition de plusieurs dispositifs de type « doublons », « trièdres », dispositifs implantés en « V », etc est interdite. La juxtaposition recto/verso est autorisée.

Article 4.2 : Caractéristiques
Un dispositif scellé au sol est obligatoirement de type « mono pied ». Ce pied est vertical, sa largeur n'excède pas 0,70 mètre. Lorsque le dispositif est exploité recto-verso, les deux faces ne doivent pas présenter de séparations visibles : la juxtaposition de plateaux, à « flancs ouverts » est interdite.

Article 4.3 : Hauteur
Une publicité d'un format supérieur à 2 m² ne peut s'élever à plus de 6 mètres du sol, ni à plus de 7,5 mètres du point le plus haut de la chaussée voisine (mesure effectuée au droit du dispositif).

Une publicité d'un format inférieur ou égal à 2 m² ne peut s'élever à plus de 3 mètres du sol, ni à plus de 3 mètres du point le plus haut de la chaussée voisine (mesure effectuée au droit du dispositif).

Article 4.4 : Inter distance entre dispositifs installés sur domaine privé et public
L'inter distance effective entre un dispositif implanté sur le domaine public et un dispositif implanté sur le domaine privé est de 80 mètres au minimum.

ARTICLE 5 : PUBLICITE LUMINEUSE – PUBLICITE ECLAIREE PAR PROJECTION OU TRANSPARENCE – PUBLICITE NUMERIQUE.

Article 5.1 : Publicités numériques.
Elles sont autorisées sur le mobilier urbain en zone agglomérée.
Elles sont autorisées sur le domaine privé sous réserve de l'avis de M le Maire.
Elles sont éteintes entre 22h00 et 6h00.

Article 5.2 : Publicités lumineuses
Elles sont éteintes entre 22h00 et 6h00.

ARTICLE 6 : PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN
La publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les conditions prévues aux articles R581-42 à R.581-47 du Code de l'Environnement.

ARTICLE 7 : LES ENSEIGNES.
Les enseignes sont fabriquées en matériaux durables ; l'usage du carton et du papier est interdit pour leur réalisation.

Article 7.1 : Interdictions
Les enseignes sont interdites sur les clôtures, aveugles ou non.

Les enseignes fixées sur les arbres ou plantations sont interdites.

Les structures gonflables sont interdites.

Article 7.2 : Enseignes scellées au sol
Dans les zones où elles sont autorisées les enseignes de plus de 2m² prennent obligatoirement la forme d'un totem, polyèdre dont la largeur et l'épaisseur sont au minimum de 2,5 fois plus faibles que la hauteur.

Chaque établissement ne peut installer qu'une enseigne du type « totem » sur chaque voie le bordant. Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité

foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique totem le long de chaque voie. Une seule enseigne au sol est autorisée le long de chaque voie bordant l'activité.

Les dimensions maximales des totems sont précisées dans les chapitres consacrés à chaque zone.

Article 7.3 : Les enseignes lumineuses
Elles sont éteintes entre 22h00 et 6h00.

Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22h00 et 6h00, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Article 7.4 : Les enseignes numériques.
Elles peuvent être installées sous réserve d'autorisation.

Elles sont éteintes entre 22h00 et 6h00

Article 7.5 Enseignes et publicités temporaires
L'emploi de banderoles, de calicots, fanions, structures gonflables est admis pour l'annonce de manifestations exceptionnelles.

Article 7.6 : Les pré enseignes.
Le nombre de pré enseignes autorisées par établissement est de deux. Leur implantation ne doit pas excéder 1 km du lieu où s'exerce l'activité.

ARTICLE 8 : INSTRUCTION DES DEMANDES D'AUTORISATION.

L'autorisation est délivrée ou refusée après vérification de la conformité du projet aux dispositions du Code de l'environnement, du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 et du présent règlement au regard des critères ci-après.

Article 8.1 : Protection des vues panoramiques.
Les dispositifs ne doivent pas altérer les vues remarquables sur la silhouette urbaine ou les paysages naturels.

Article 8.2 : Protection de l'architecture.
Les dispositifs muraux s'inscrivent harmonieusement dans la construction qui les supporte. Leurs formes, couleurs et dimensions, leurs modalités d'implantation sont étudiées en fonction des lignes directrices de l'architecture sans jamais les masquer. La demande d'autorisation est instruite dans un esprit de cohérence avec les dispositions du plan local d'urbanisme et des règlements applicables à l'architecture.

Article 8.3 : La lisibilité
L'instruction de la demande prend en compte les risques de brouillage visuel, de confusion avec des messages prioritaires ou de sollicitation excessive de l'attention des usagers.

Article 8.4 : La qualité de vie des habitants.
Tout dispositif susceptible de troubler la quiétude des riverains ou des passants (bruit, éclairage violent, masquage des vues, etc.) est interdit.

Le demandeur d'une autorisation joindra à son dossier tous les éléments utiles à l'instruction du dossier conformément au Code de l'environnement.

TITRE II :
RÈGLES DES ZONES

ARTICLE 9 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 1

Article 9.1 : Définition de la zone
Cette zone recouvre la ville haute, classée secteur sauvegardé.

Article 9.2 : Publicités lumineuses, éclairées par projection ou transparence ou non.
Elles sont interdites.

Article 9.3 : Enseignes murales.
Les enseignes ne sont implantées que dans la hauteur du rez-de-chaussée des immeubles.

Aucun dispositif : portatif extérieur, porte enseigne, ne sera autorisé sur la voie publique.

Article 9.4 : Enseignes scellées ou posées au sol.
Les enseignes scellées au sol sont interdites.

Article 9.5 : Publicités ou pré enseignes posées au sol.
Seuls les chevalets sont autorisés selon la réglementation suivante :

Un seul dispositif posé sur le sol peut être autorisé par établissement. Utilisable au recto et au verso, chacune de ses faces présente une surface de 0,80 m2 maximum.

Ce dispositif est installé au droit de l'immeuble où s'exerce l'activité, au plus près de la façade commerciale. Sa mise en place n'est autorisée que pendant les heures d'ouverture de l'établissement.

L'autorisation prévue par le Code de l'environnement ne doit pas être confondue avec les autorisations de voirie ou de stationnement relevant du Code de la voirie routière. Ces dispositifs ne doivent pas nuire à la sécurité et à l'usage normal des voies.

Article 9.6 : Enseignes en toiture.
Elles sont interdites.

ARTICLE 10 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 2

Article 10.1 : Définition de la zone.
Cette zone recouvre la zone « tampon », constituée du périmètre du site inscrit et des 500 mètres autour des monuments historiques.

Article 10.2 : Publicité non lumineuse murale ou scellée au sol.
Elle est interdite

Article 10.3 : Publicités lumineuses, éclairées par projection ou transparence murales et scellées au sol.
Toute publicité lumineuse est interdite.

Article 10.4 : Dispositions applicables aux enseignes.
Les enseignes situées sur façade commerciale sont autorisées dans la limite des 15% de la surface totale de la façade et limitée à 8m².

En dehors de ce dispositif, les enseignes sur support (balcon, auvent, mur de soutènement, etc.) sont interdites.

Article 10.5 : Dispositions applicables aux enseignes scellées ou posées au sol.
Un seul dispositif posé sur le sol peut être autorisé par établissement (enseigne, chevalet ou oriflamme). Utilisable au recto et au verso, chacune de ses faces présente une surface de 1 m² maximum.

L'autorisation prévue par le Code de l'environnement ne doit pas être confondue avec les autorisations de voirie ou de stationnement relevant du Code de la voirie routière. Ces dispositifs ne doivent pas nuire à la sécurité et à l'usage normal des voies.

ARTICLE 11 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 3

Article 11.1 : Définition de la zone.
Cette zone recouvre les axes suivants :

- Avenue de Savoie,
- Avenue du Dauphiné,
- Avenue de Provence,
- Route de Gap,
- Avenue Professeur Forgues,
- Avenue Jean Moulin

La zone 3 s'étend sur une profondeur de 20 mètres à partir du bord extérieur de la chaussée.

Article 11.2 : Formats des publicités.
La surface utile ne peut excéder 8 m²

La surface totale du dispositif ne peut excéder 10 m²

Article 11.3 : Règle de densité.
La référence de la règle de densité est fondée sur la longueur de l'unité foncière.

Les règles suivantes s'appliquent aux dispositifs situés dans un même champ de visibilité, indépendamment de la nature du propriétaire (public ou privé) des unités foncières considérées.

Sont concernées, les publicités apposées sur le sol, sur un mur aveugle, sur un mur comportant des ouvertures d'une surface inférieure à 0.50 m², et sur une clôture aveugle.

Sont assimilés à des dispositifs muraux, les publicités implantées ou peintes sur les murs aveugles des immeubles et les publicités implantées ou peintes sur les murs de clôtures aveugles.

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise entre 60 et 120 mètres.

Aucun dispositif ne peut être installé sur les unités foncières dont la longueur est inférieure à 60 mètres.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 120 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 100 mètres au-delà de la première.

Article 11.4 : Enseignes sur support
La surface totale des enseignes ne doit pas excéder 15% de la surface de la façade commerciale. Toutefois cette surface peut être portée à 20% si la surface totale de la façade commerciale est inférieure à 50 m².

Une enseigne perpendiculaire (dite « en drapeau ») ne peut former une saillie supérieure à 1 mètre par rapport à la façade, et devra s'élever entre 2,50 et 5,50 mètres au-dessus du niveau du sol. Sa surface maximale est de 1,2 m².

Article 11.5 : Enseignes en toiture.
Les enseignes en toiture sont interdites.

Article 11.6 : Enseignes scellées ou posées au sol.
Le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité, les enseignes scellées au sol ou installées directement dans le sol sont limitées à un dispositif.

Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique « totem » le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, elles s'inscrivent obligatoirement dans un volume présentant les caractéristiques suivantes :

- Hauteur maximum : 2 mètres,
- Largeur maximum : 0,85 mètre,
- Epaisseur maximum : 0,40 mètre.

En outre, les mâts supportant des drapeaux ou oriflammes peuvent être autorisés pour la réalisation d'enseignes permanentes mais ils se substituent alors aux totems. Leur hauteur est limitée à 6 mètres.

ARTICLE 12 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 4

Article 12.1 : Définition de la zone.
Cette zone recouvre les espaces commerciaux « ESPACE SUD » et « GRAND'BOUCLE ».

Article 12.2 : Format des publicités.
La surface utile ne peut excéder 8 m²

La surface totale du dispositif ne peut excéder 10 m²

Article 12.3 : Règle de densité.
La référence de la règle de densité est fondée sur la longueur de l'unité foncière.

Les règles suivantes s'appliquent aux dispositifs situés dans un même champ de visibilité, qu'ils soient muraux ou scellés au sol, indépendamment de la nature du propriétaire (public ou privé) des unités foncières considérées.

Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur comprise

entre 60 et 120 mètres. Aucun dispositif ne peut être installé sur les unités foncières dont la longueur est inférieure à 60 mètres.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 120 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 100 mètres au-delà de la première.

Article 12.4 : Enseignes sur support
Le total des enseignes à plat ne doit pas excéder 15% de la surface de la façade commerciale. Toutefois cette surface peut être portée à 20% si la surface totale de la façade commerciale est inférieure à 50 m^2.

Une enseigne perpendiculaire (dite « en drapeau ») ne peut former une saillie supérieure à 1 mètre par rapport à la façade, et devra s'élever entre 2,50 et 5,50 mètres au-dessus du niveau du sol. Sa surface maximale est de 1,20 m2.

Article 12.5 : Enseignes en toiture.
Un bâtiment ne peut supporter qu'une seule enseigne en toiture. Sa hauteur ne peut excéder le cinquième de la hauteur du bâtiment sur lequel il est apposé. Les 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. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,5 mètre de haut. La hauteur des enseignes ne peut excéder 3 mètres lorsque la hauteur de la façade qui les supporte est inférieure ou égale à 15 mètres ni le cinquième de la hauteur de la façade, dans la limite de 6 mètres, lorsque cette hauteur est supérieure à 15 mètres.

Article 12.6 : Enseignes scellées ou posées au sol.
Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique « totem » le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, elles s'inscrivent obligatoirement dans un volume présentant les caractéristiques suivantes :

- Hauteur maximum : 5,5 mètres,
- Largeur maximum : 1,50 mètre,
- Epaisseur maximum : 0,6 mètre.

Sur chaque voie bordant l'établissement, leur nombre est limité à un par tranche de 20 mètres de façade.

ARTICLE 13 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 5

Article 13.1 : Définition de la zone
Elle est constituée par les parties du territoire communal aggloméré qui ne sont pas comprises en ZONE 1, ZONE 2, ZONE 3, ZONE 4, ZONE 6.

Article 13.2 : Publicité scellée au sol et/ou murale, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain et promotionnelle (constructions).
Toute publicité est interdite sur le domaine privé à l'exception de la publicité numérique qui est autorisée sur le mobilier urbain.

Article 13.3 : Enseignes sur support.
Les enseignes situées sur façade commerciale sont autorisées dans la limite de 15% de la surface totale de la façade et limitée à 10 m2.

Une enseigne perpendiculaire (dite « en drapeau ») ne peut former une saillie supérieure à 0,80 mètre par rapport à la façade, ni s'élever à plus de 3,5 mètres du sol. Sa surface maximale est de 0,80 m². Les enseignes en toiture sont interdites.

Article 13.4 : Les enseignes scellées ou posées au sol
Dans cette zone les enseignes scellées au sol sont réservées aux activités situées en retrait de la voie publique.

Dans les zones où elles sont autorisées les enseignes de plus de 2m² prennent obligatoirement la forme d'un totem, polyèdre dont la largeur et l'épaisseur sont au minimum de 2,5 fois plus faibles que la hauteur.

Le long de chaque voie bordant l'unité foncière où est installée l'activité, les enseignes scellées au sol ou directement installée sur le sol sont limitées à un dispositif.

Pour une ou plusieurs activités implantées sur une même unité foncière, leurs messages doivent être regroupés sur un seul et unique totem le long de chaque voie bordant l'unité foncière.

De forme libre, elles s'inscrivent obligatoirement dans un volume présentant les caractéristiques suivantes :

- Hauteur maximum : 3 mètres,
- Largeur maximum : 1 mètre,
- Epaisseur maximum : 0,50 mètre.

Article 13.5 : Publicité numérique
Elle est uniquement autorisée sur le mobilier urbain.

ARTICLE 14 : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA ZONE 6

Article 14.1 Définition de la zone :
Cette zone est constituée par les hameaux isolés :

- Chamandrin,
- St-Blaise,
- Le Chabas,
- Fontenil,
- Fontchristiane,
- Pramorel.

Article 14.2 : Publicité scellée au sol et/ou murale, à l'exception de la publicité sur mobilier urbain et promotionnelle (constructions).
Toute publicité est interdite.

Article 14.3 : Dispositions applicables aux enseignes
Les enseignes situées sur façade commerciale sont autorisées dans la limite de 15% de la surface totale de la façade et limitée à 8m2. Toutefois cette surface peut être portée à 20% si la surface totale de la façade commerciale est inférieure à 50 m².

En dehors de ce dispositif, les enseignes sur support (balcon, auvent, mur de soutènement, etc.) sont interdites.

ARTICLE 15 : APPLICATION/SANCTIONS

Les infractions au présent règlement seront sanctionnées conformément aux dispositions des articles L 581-26 et suivants du Code de l'environnement.

ARTICLE 16 : LISTE DES ANNEXES

Arrêté du Maire n°73.87 fixant les limites de l'agglomération
Plan global
Plan espace commercial sud
Plan espace centre commercial Grand'boucle
Zone tampon

BRIANÇON

PARTIE 3

ANNEXES

Annexe 1 : Arrêté du Maire n°73.87 fixant les limites de l'agglomération

Annexe 2 : Plan global

Annexe 3 : Plan espace commercial sud

Annexe 4 : Plan espace centre commercial Grand'boucle

Annexe 5 : Zone tampon

DEPARTEMENT DES HAUTES-ALPES

COMMUNE DE BRIANCON

·73.87..

ARRETE

REÇU LE
- 9. MAR. 1987
SOUS-PREFECTURE
DE BRIANCON

Le Maire de la Commune de BRIANCON,

- Vu le Code de la Route notamment l'article R 44,
- Vu le Code des Communes notamment les articles L 131-1 et L 131-3,
- Vu l'avis des Services de l'Equipement,
- Vu l'avis de la Commission de circulation,

Considérant l'accroissement des constructions de part et d'autre des voies d'accès,

Considérant que pour des raisons de sécurité, il convient de redéfinir les limites de l'agglomération de la Commune de BRIANCON.

A R R E T E

ARTICLE 1 - Les limites d'agglomération de la Commune de BRIANCON seront positionnées comme suit :

ARTICLE 2 - Sur la RN 91 : à proximité Sud du pont du torrent de Réguinier: PR 44.400.

ARTICLE 3 - Sur le chemin communal de Mas de Blais : à proximité de la limite de Commune

ARTICLE 4 - Sur chemin départemental N° 402 de Pramorel à BRIANCON : à proximité du pont sur la Guisane: PR - 1,200

ARTICLE 5 - Sur le chemin départemental N° 35 de Puy-Saint-Pierre à BRIANCON : à 300 ml du carrefour du Moulin Faure: PR - 0,300

ARTICLE 6 - Sur la RN 94 : à 220 ml du carrefour du Moulin Faure en direction de GAP: PR - 158,850

ARTICLE 7 - Sur le CD 36 A, immédiatement après le carrefour du CD 136 avec CD 36 A, côté Zone Industrielle : PR - 1,840

ARTICLE 8 - Sur le CD 36 reliant Villard-Saint-Pancrace à BRIANCON : sur la Rue Joseph Silvestre à la limite de la Commune: PR 1,430

ARTICLE 9 - Sur la Route du Col d'Izoard CD 902 : à 180 ml en amont de l'école de Fontchristianne : PR 11,100

ARTICLE 10 - Route d'Italie N 94 : dans l'axe du virage situé avant les premières maisons de la Route d'Italie: PR - 262,760

ARTICLE 11 - Route de Fontenil CD 302 : à 30 ml en aval des constructions garage "DEGONON": PR - 0,360

ARTICLE 12 - Route du Poët Ollagnier - CD N°232 : à 50 ml en amont du Bois de l'Ours : PR - 0,500

.../...

ARTICLE 13 - Chemin de Fontchristianne en amont du village immédiatement après le carrefour avec voie militaire du Fort des Têtes

ARTICLE 14 - Chemin des Salettes - au départ amont de la voie PR - 0,280

ARTICLE 15 - Ces limites seront matérialisées par la pose de panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération (EB 10 et EB 20)

ARTICLE 16 - Le Directeur Départemental de l'Equipement, le Secrétaire Général de la Mairie, le Commandant de Gendarmerie, l'Inspecteur Divisionnaire de Police, le Responsable du Service Municipal de Police, le Directeur des Services Techniques, et les Agents placés sous leurs ordres sont chargés, chacun en ce qui le concerne de l'exécution du présent arrêté.

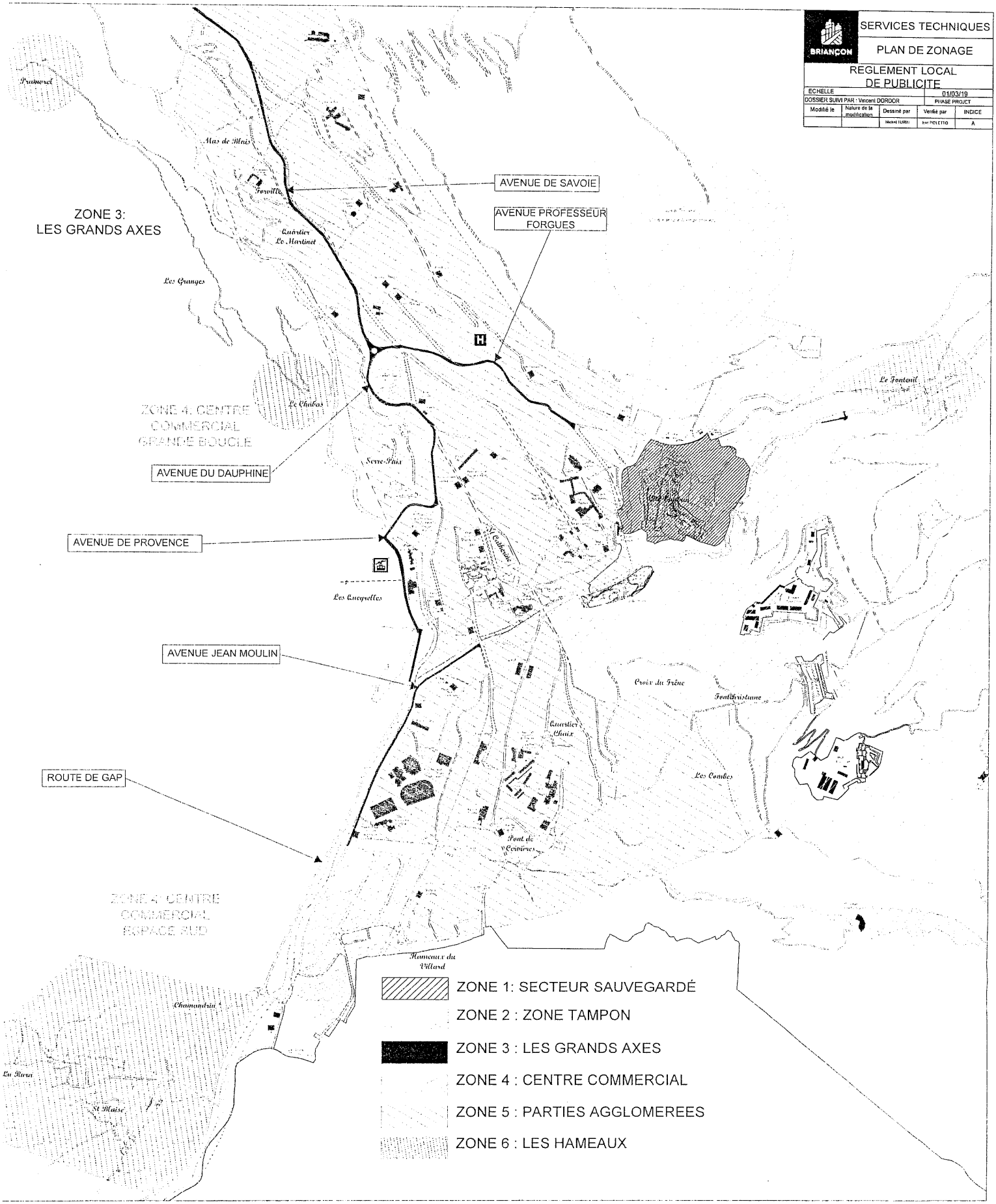
0 9 MARS 1987

FAIT A BRIANCON, Le 0 9 MARS 1987

Le Maire,
Conseiller régional

MAIRIE de BRIANÇON HAUTES ALPES

Robert DE CAUMONT


SERVICES TECHNIQUES
BRIANÇON
PLAN DE ZONAGE
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
ECHELLE
01/03/19
DOSSIER SUIVI PAR : Vincent DORDOR
PHASE PROJET
Modifié le
Nature de la modification
Dessiné par
Vérifié par
INDICE
Mickaël TURRI
Eric POLETTO
A
ZONE 3:
LES GRANDS AXES
AVENUE DE SAVOIE
AVENUE PROFESSEUR FORGUES
AVENUE DU DAUPHINE
AVENUE DE PROVENCE
AVENUE JEAN MOULIN
ROUTE DE GAP
ZONE 4: CENTRE COMMERCIAL GRANDE BOUCLE
ZONE 4: CENTRE COMMERCIAL ESPACE SUD
Prabonnet
Mas de Blais
Quartier Le Martinet
Les Granges
Le Chabas
Serre-Pais
Les Cucquelles
Le Fontenil
Croix du Frêne
Fontchristiane
Quartier Chaix
Les Combes
Pont de Cervières
Hameaux du Villard
Chamandrin
La Rura
St Blaise
ZONE 1: SECTEUR SAUVEGARDÉ
ZONE 2 : ZONE TAMPON
ZONE 3 : LES GRANDS AXES
ZONE 4 : CENTRE COMMERCIAL
ZONE 5 : PARTIES AGGLOMEREES
ZONE 6 : LES HAMEAUX

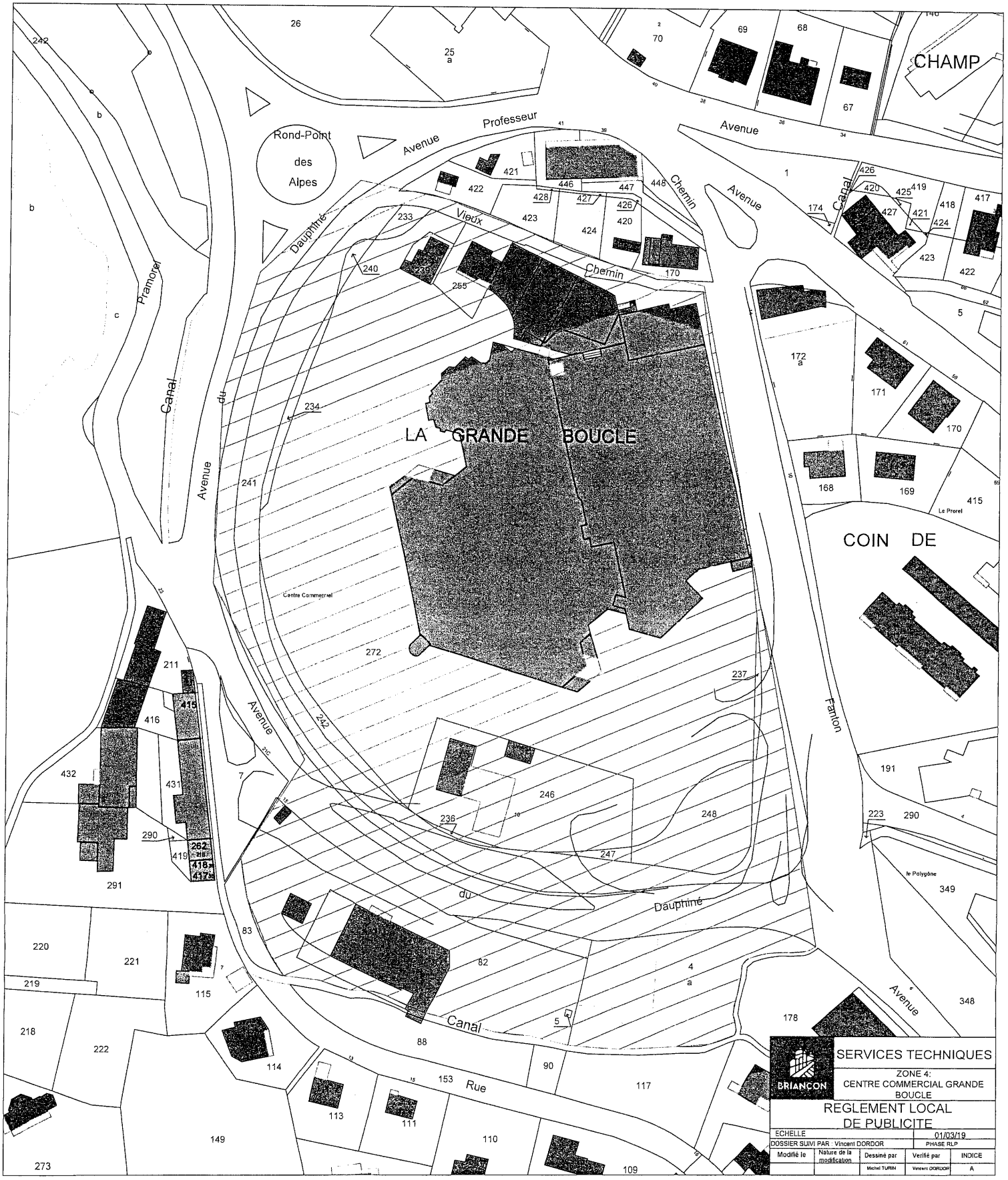
BRIANÇON

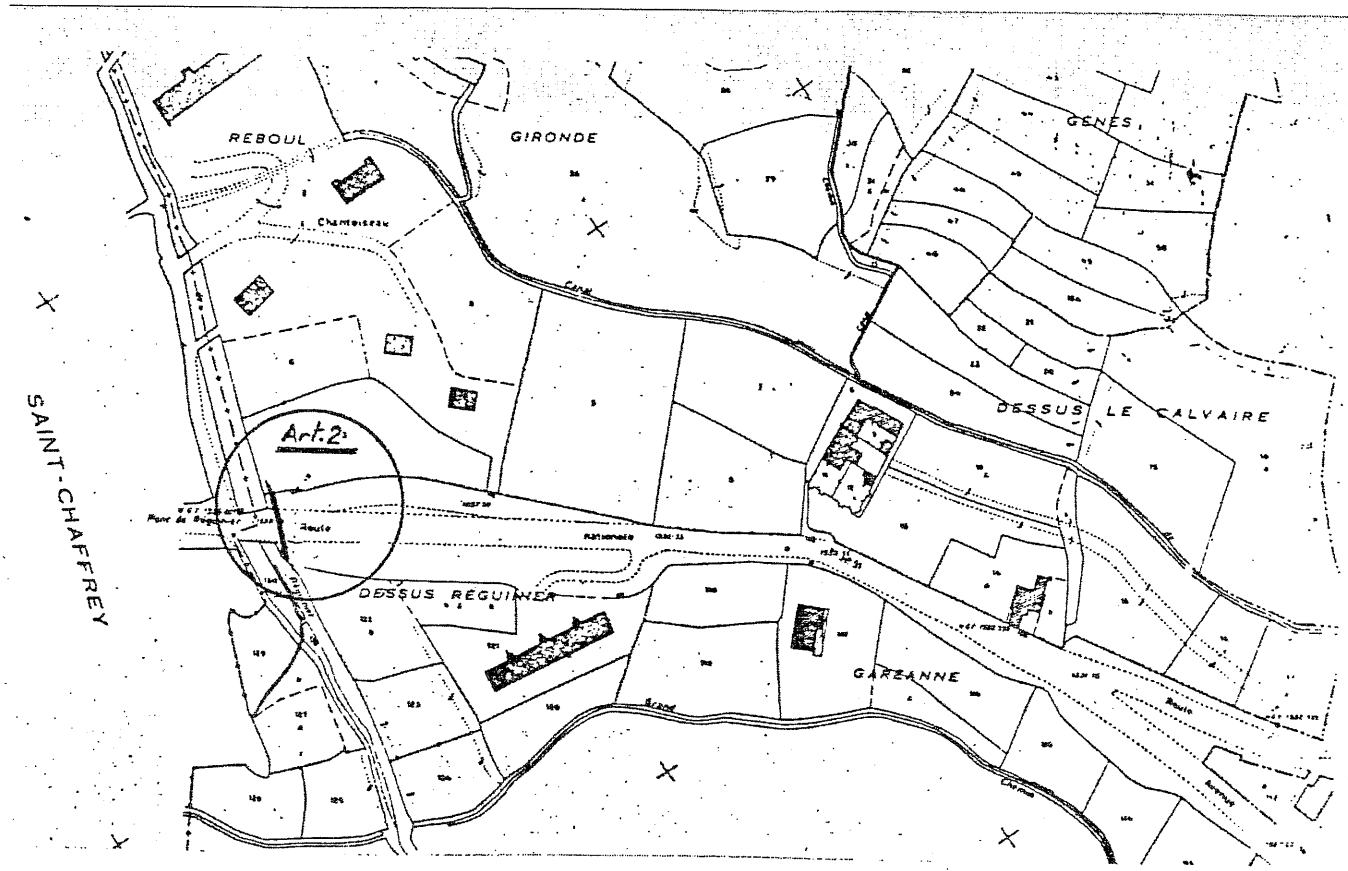
SERVICES TECHNIQUES

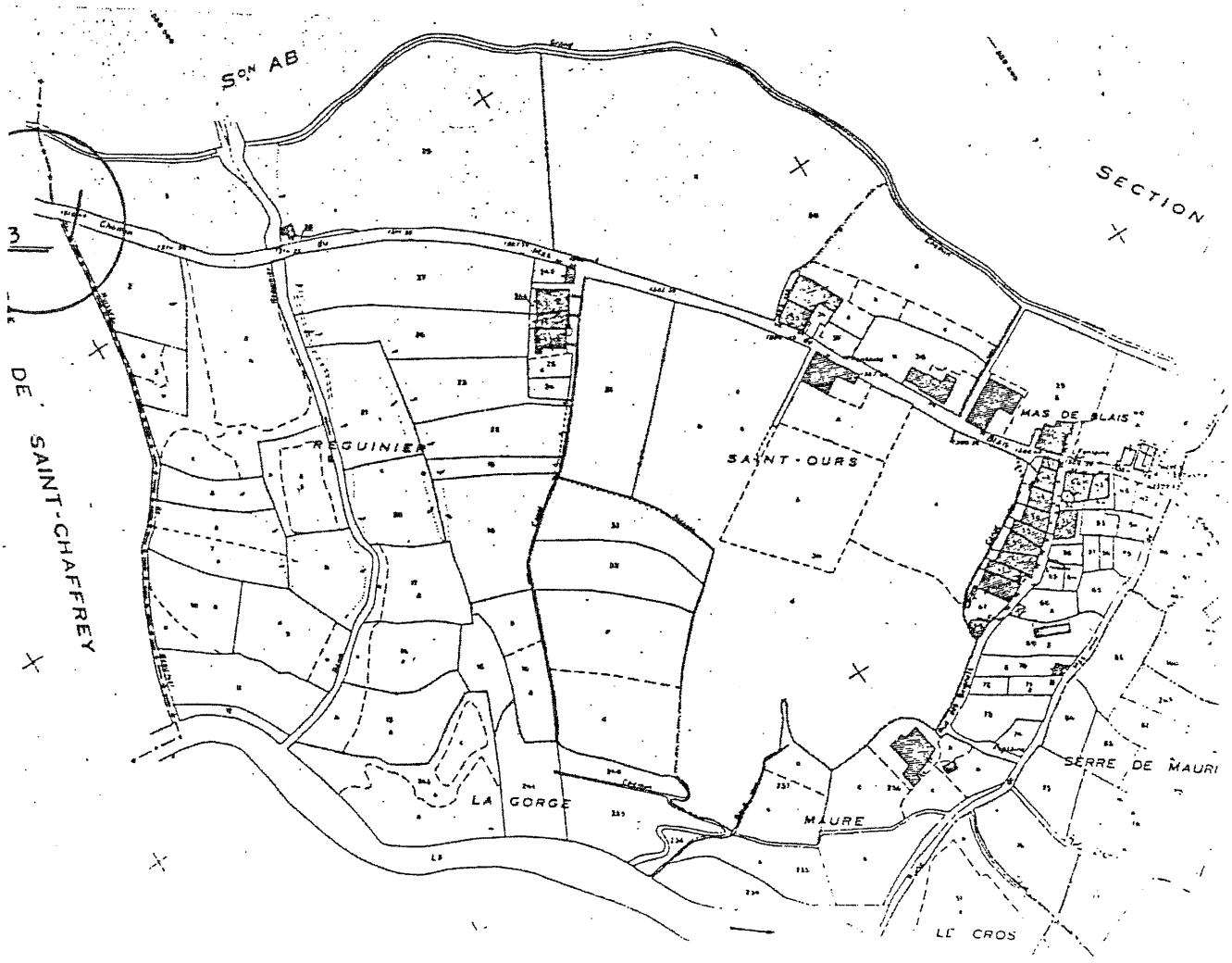
ZONE 4:
CENTRE COMMERCIAL
ESPACE SUD

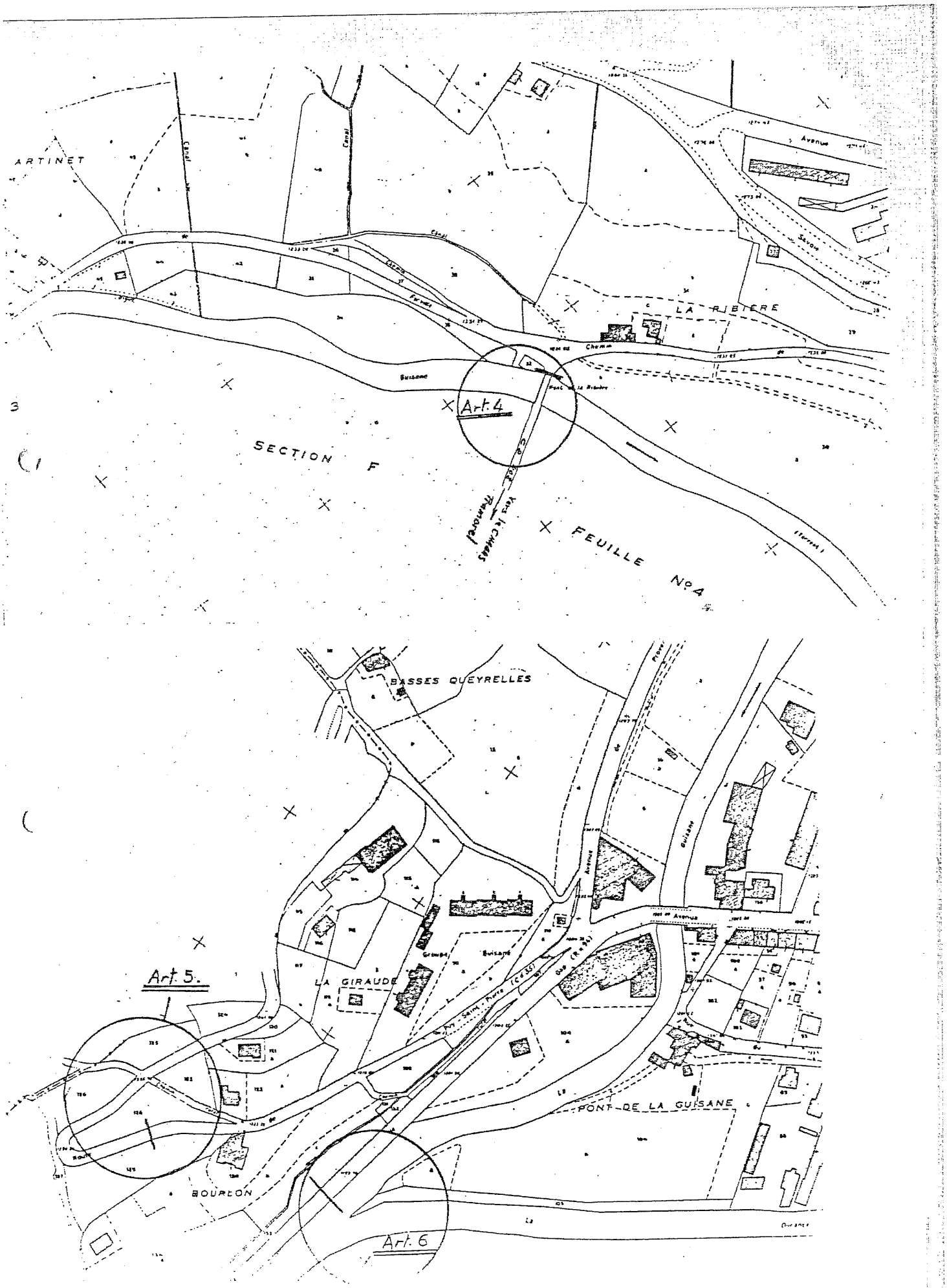
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

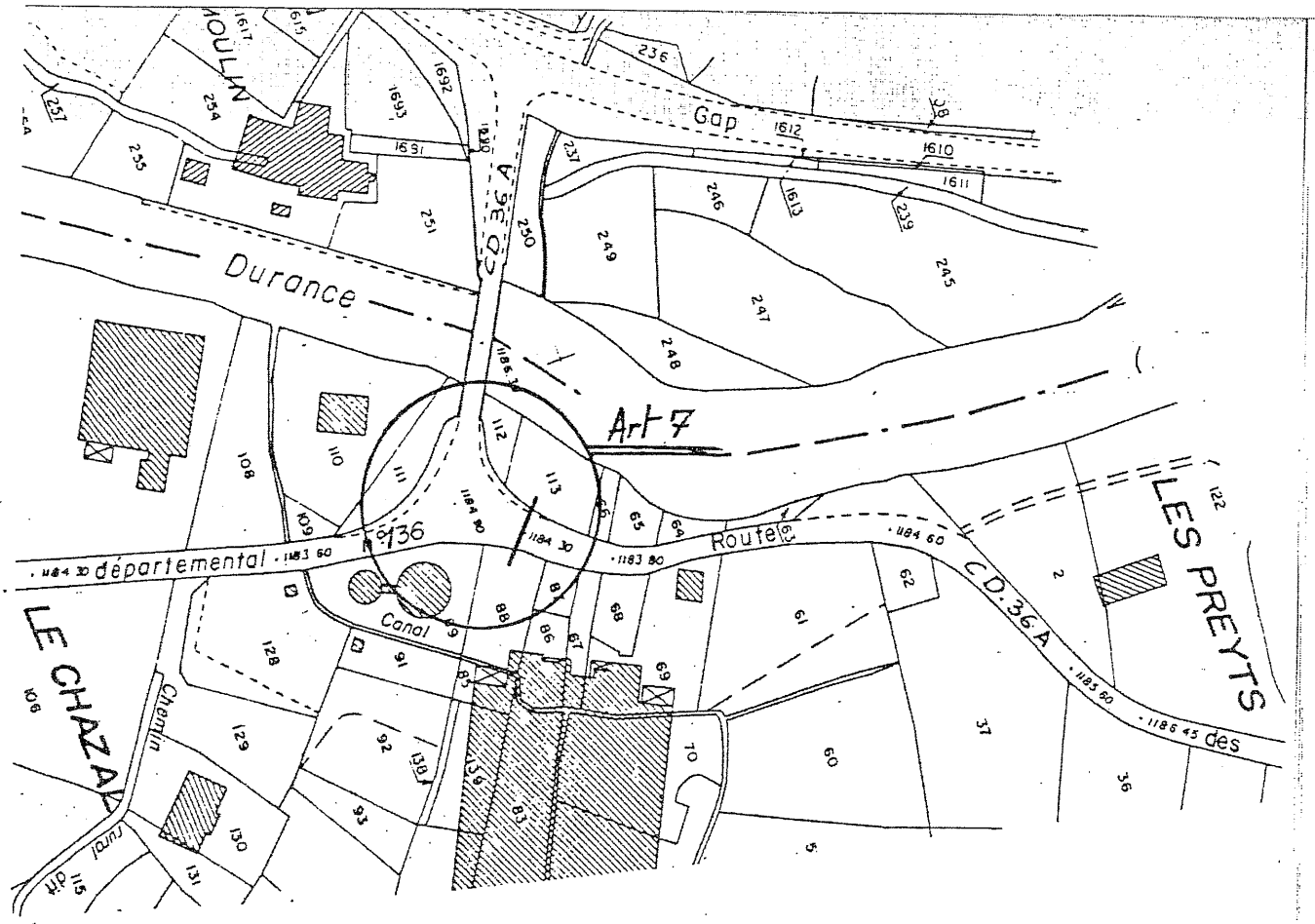
ECHELLE				01/03/19
DOSSIER SUIVI PAR : Vincent DORDOR				PHASE RLP
Modifié le	Nature de la modification	Dessiné par	Verifié par	INDICE
		Michel TURIN	Vincent DORDOR	A

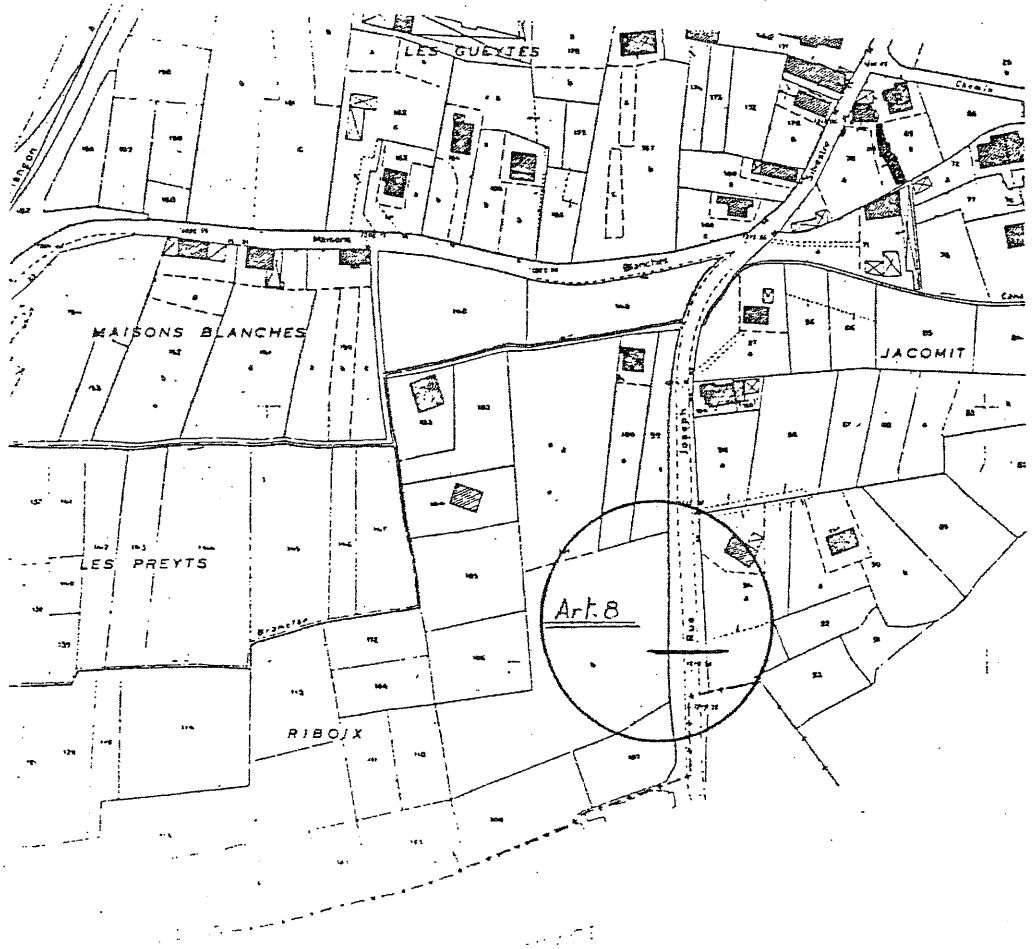

LA GRANDE BOUCLE
COIN DE
CHAMP
Rond-Point des Alpes
Avenue Professeur
Avenue du Dauphiné
Chemin Vieux
Chemin
Avenue
Canal
Pramorel
Avenue du Dauphiné
Centre Commercial
Avenue
Canal
Rue
Avenue
Famlon
Le Prorel
le Polygône
242
26
25 a
70
69
68
67
421
422
446
447
448
428
427
426
420
423
424
233
240
230
255
170
174
425
419
418
417
427
421
424
423
422
5
172 a
171
170
168
169
415
234
241
272
237
211
416
415
432
431
290
282
419
418
417
291
7
246
236
248
247
223
290
191
349
220
221
219
218
222
115
114
83
82
4 a
88
90
117
153
113
111
110
149
273
109
178
348
SERVICES TECHNIQUES
ZONE 4:
CENTRE COMMERCIAL GRANDE BOUCLE
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
BRIANÇON
ECHELLE
01/03/19
DOSSIER SUIVI PAR : Vincent DORDOR
PHASE RLP
Modifié le
Nature de la modification
Dessiné par
Vérifié par
INDICE
Michel TURIN
Vincent DORDOR
A


REBOUL
GIRONDE
GENES
Chamboiseau
Canal
DESSUS LE CALVAIRE
Art. 2
Route
Nationale
DESSUS REGUINIER
GARZANNE
Bassé
Route
Avenue
SAINT-CHAFFREY

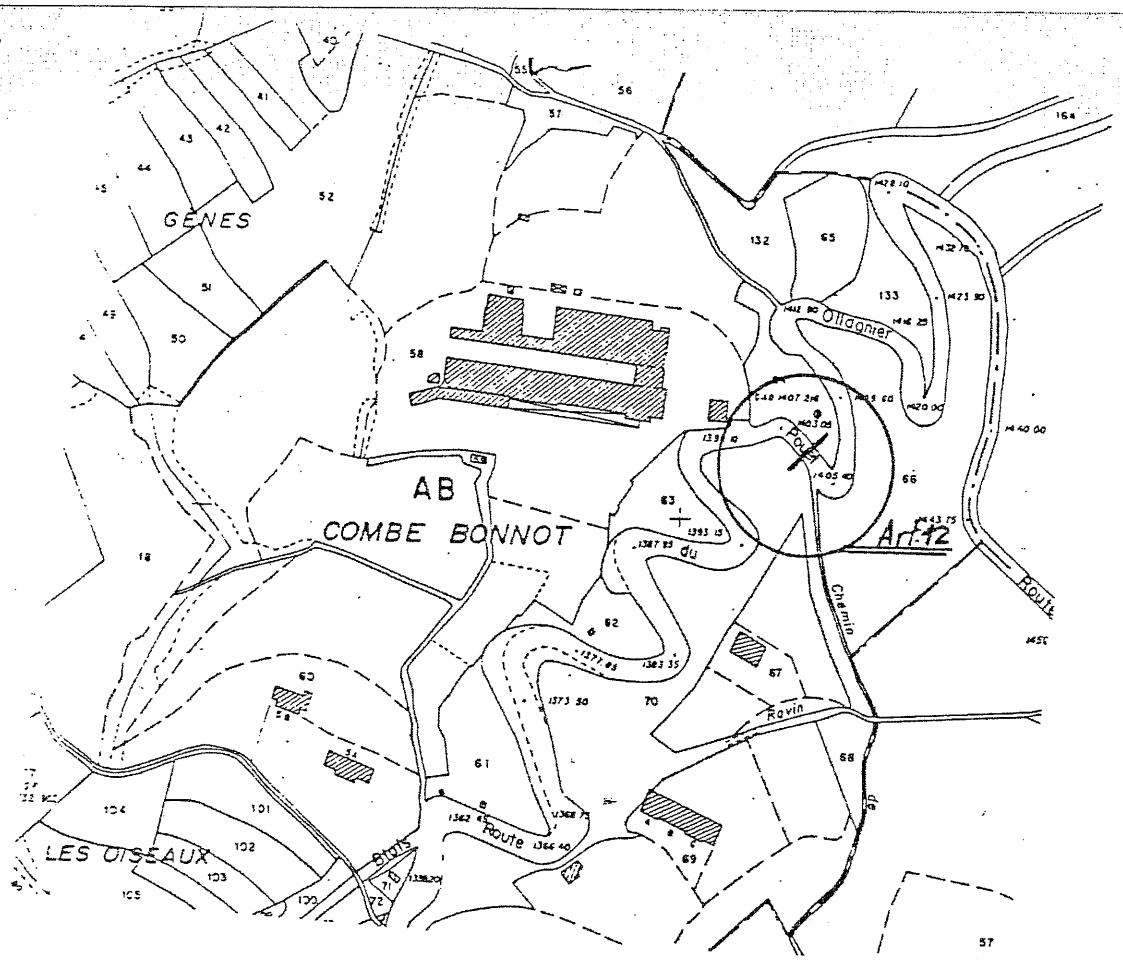

Sion AB
SECTION
3
Chemin
REGUINIER
SAINT-OURS
MAS DE BLAIS
DE SAINT-CHAFFREY
LA GORGE
MAURE
SERRE DE MAURI
LE CROS

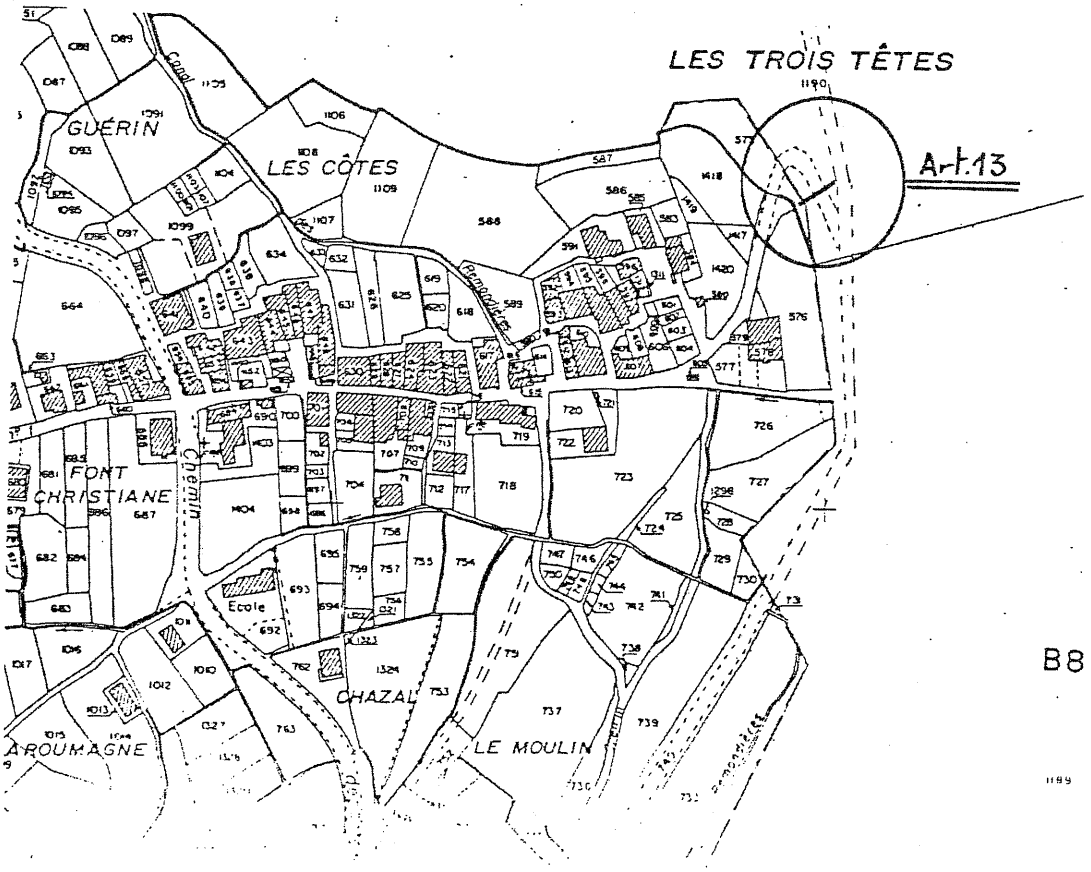

ARTINET
Canal
Avenue
Servon
LA RIBIERE
Chemin
Art. 4
SECTION F
FEUILLE No 4
BASSES QUEYRELLES
Art. 5.
LA GIRAUDE
PONT-DE-LA GUISANE
BOURLON
Art. 6

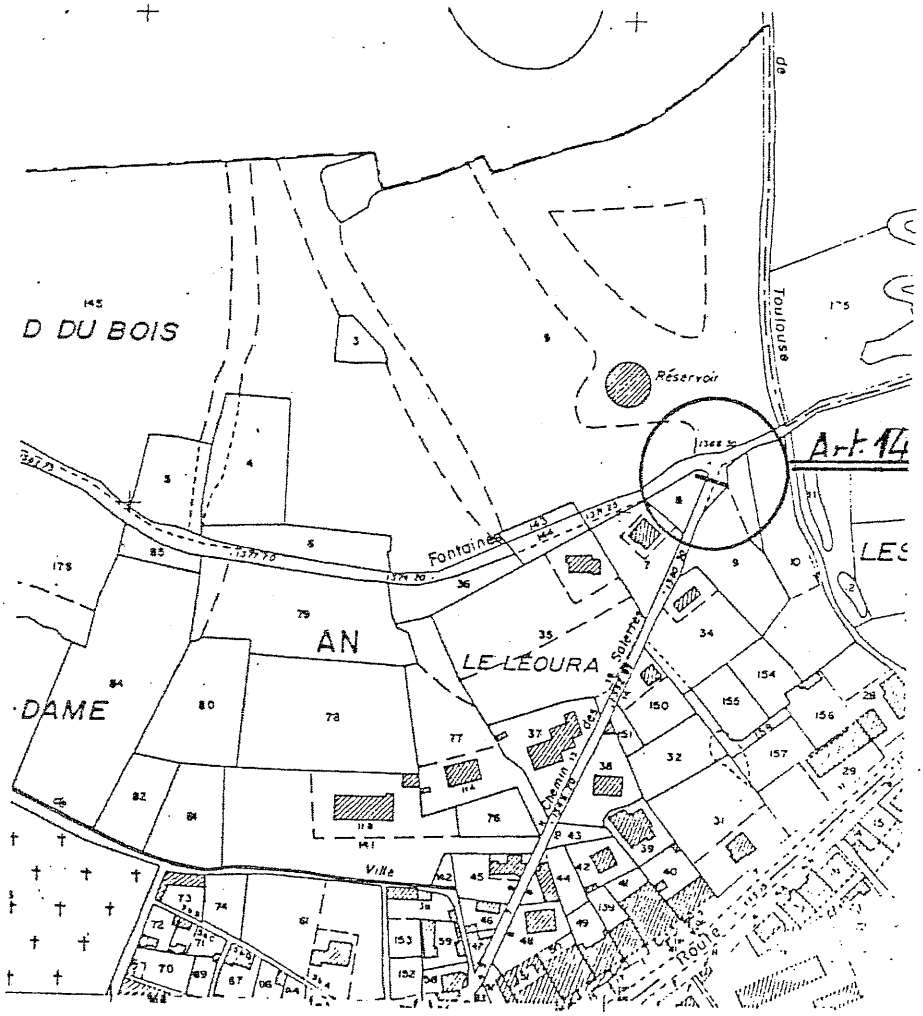

MOULIN
Durance
CD 36 A
Gap
1612
1610
1611
1613
1692
1693
1691
1617
1615
236
237
246
249
250
251
247
248
245
239
254
255
257
Art 7
136
départemental
Route
Canal
Chemin
LE CHAZAL
LES PREYTS
CD.36.A
des
108
109
110
111
112
113
114
115
122
2
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
83
84
85
86
88
91
92
93
128
129
130
131
37
60
36
5


LES GUEYTES
MAISONS BLANCHES
JACOMIT
LES PREYTS
RIBOUX
Art. 8
Canal
Chemin
Branches

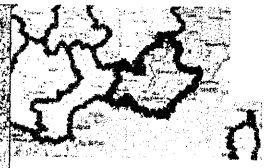
LES CÔTES
Remondières
CHAZAL
LE MOULIN
ROCHASSON
LE RAND
Chemin
départemental n° 902
Art. 9
Chemin
FONT CHRISTIANE
SERRE DE LA ROUMAGNE
communale
CLAUX
Chemin
Les Salettes
Art. 10
LES SALETTES
Route
nationale n° 96
L'ADRECH
B3
Canal
Chemin
GARNIER
Barrage du Fontenil
la Durance
B4
AO
Fontenil


GÊNES
AB
COMBE BONNOT
Art.12
Oliagnier
Chemin
Ravin
Route
LES OISEAUX
Sentier


LES TROIS TÊTES
Art.13
GUÉRIN
LES CÔTES
FONT CHRISTIANE
Chemin
Ecole
CHAZAL
LE MOULIN
AROUMAGNE
B8

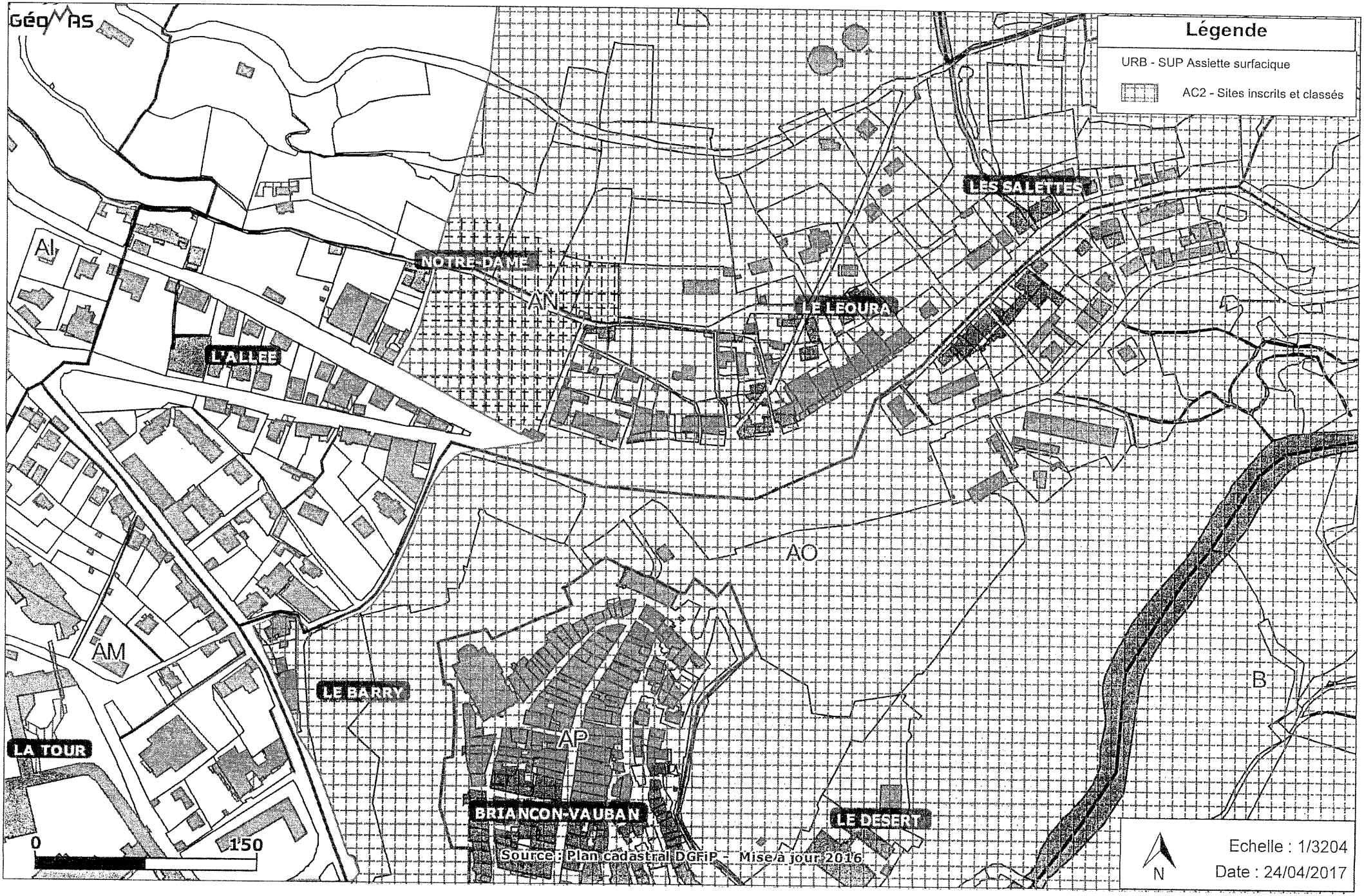

D DU BOIS
Réservoir
Toulouse
Art. 14
Fontaines
LE LÉOURA
DAME
AN
Ville
Route

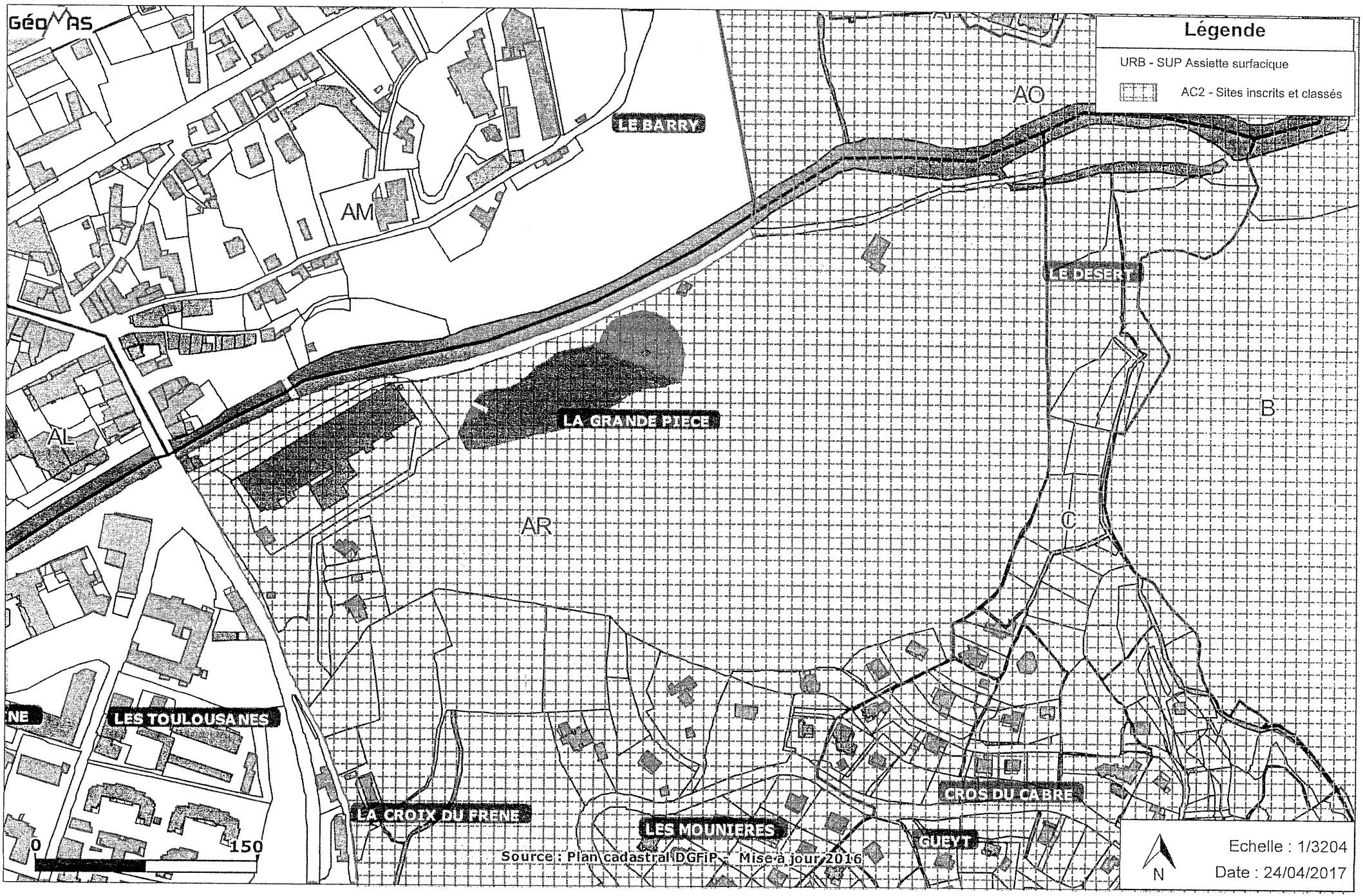
ENVIRONNEMENT, INDUSTRIE et RISQUES en région PACA

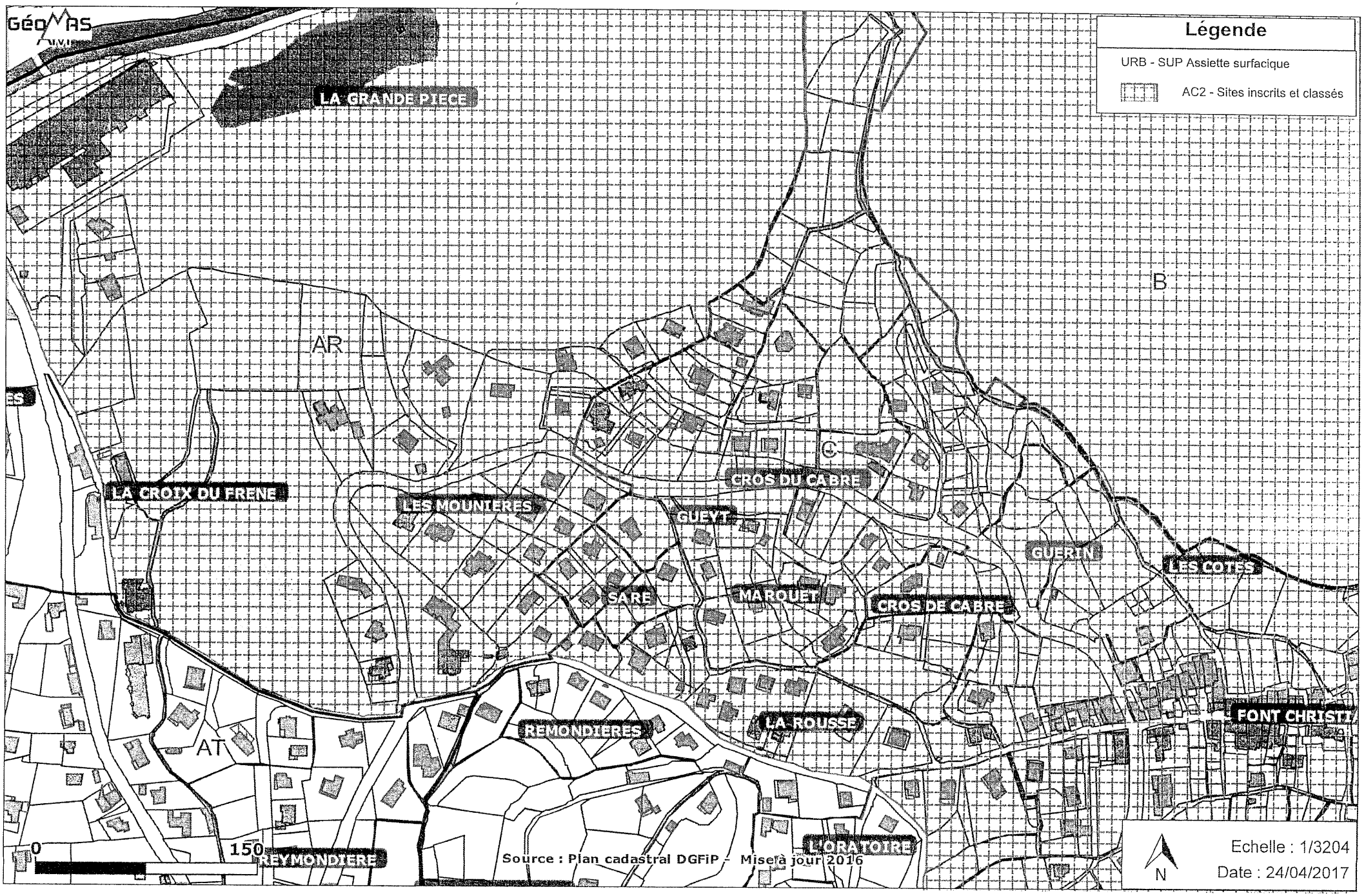


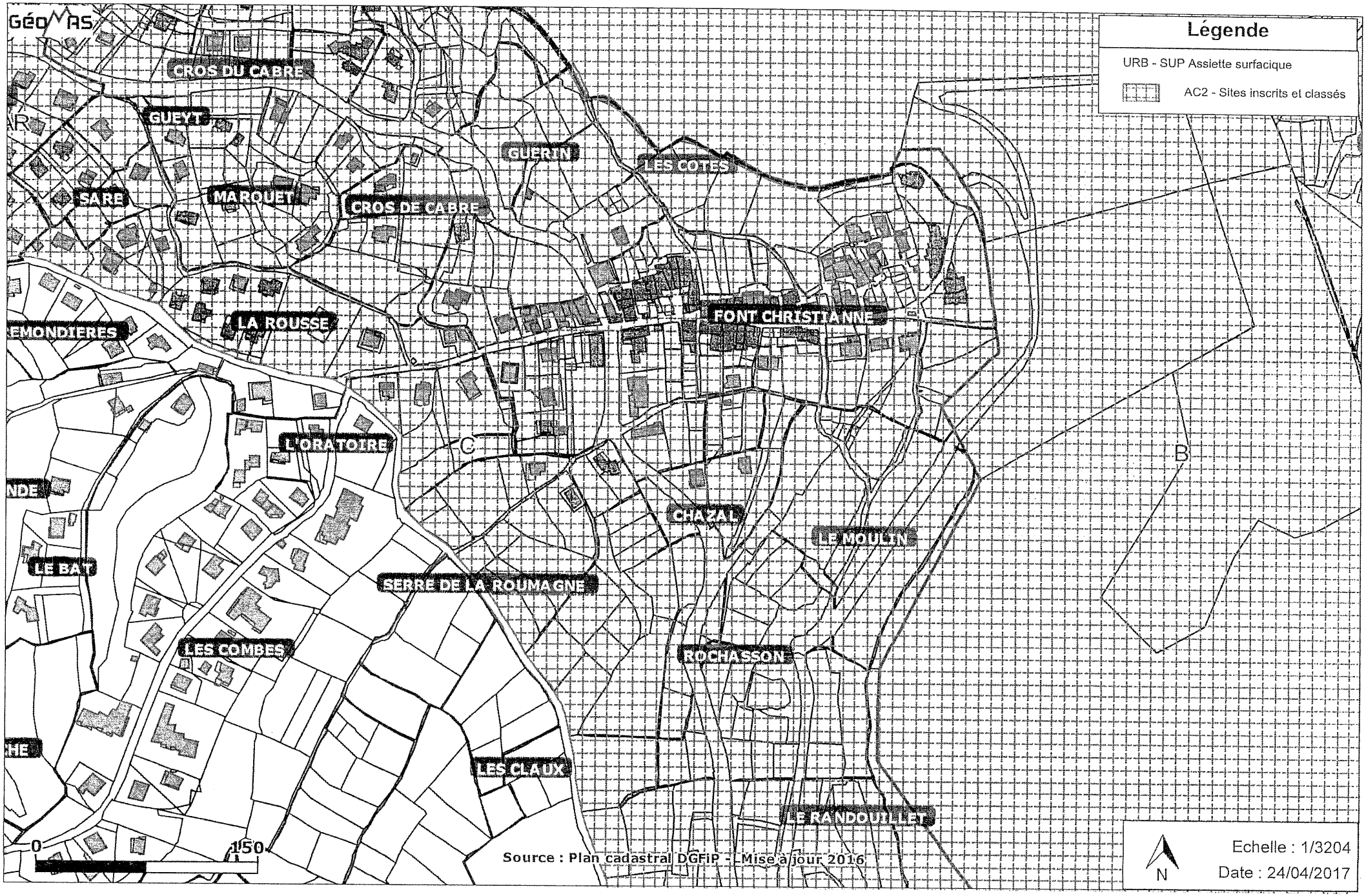
Contenu de la carte
- Annotations
- Sites et paysages
  - Protection réglementaire
    - Site inscrit
- Eléments administratifs
  - Région
- Fond de plan
  - Ortho et Scan couleur
    - © IGN-scan25 ®
    - © IGN-scan 100, 250 (Reg) ou 1000 ®

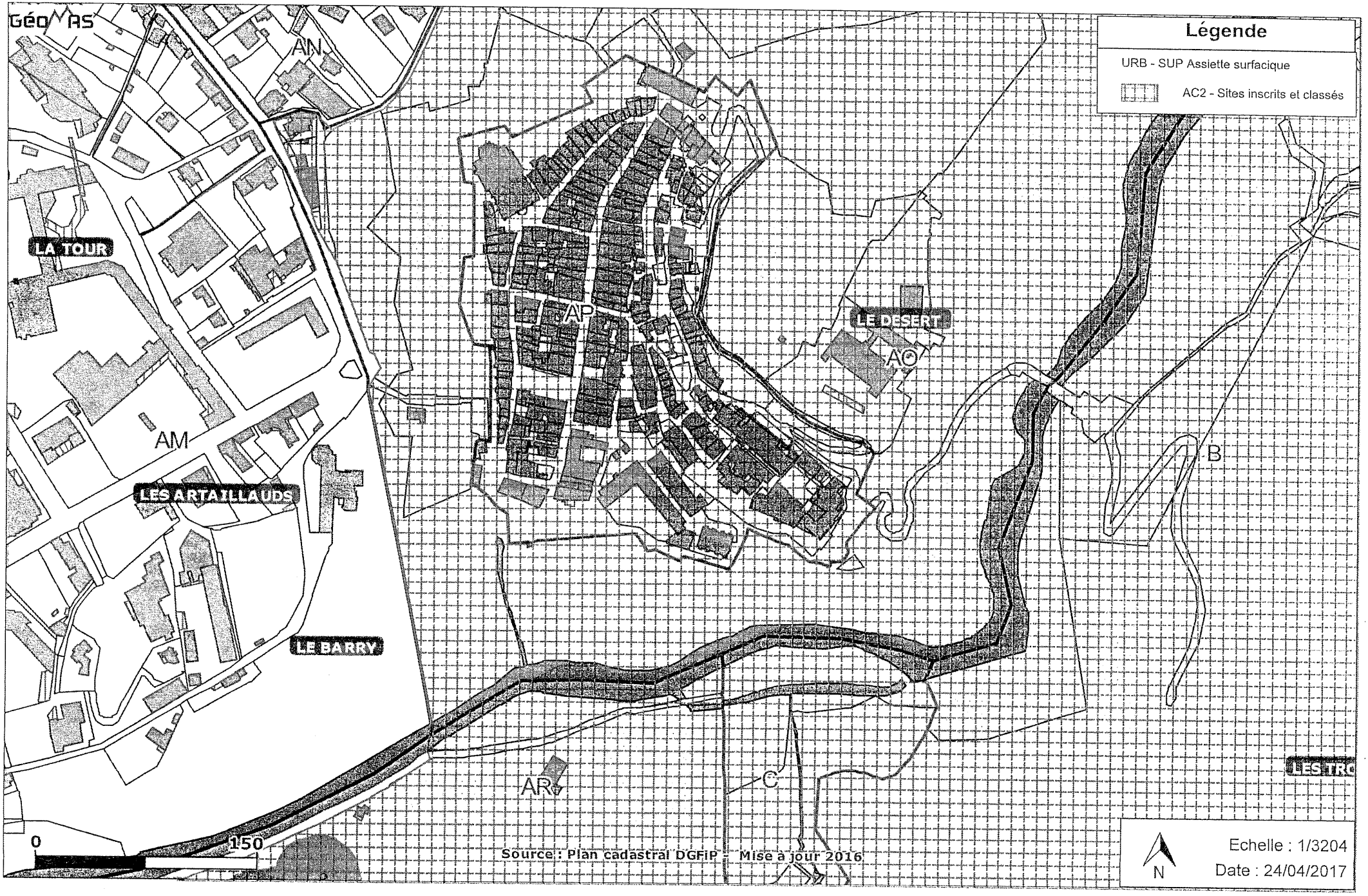
Tous droits réservés.
Document imprimé le 2 Août 2016, serveur Carmen v2.2, http:// carmen.developpement- durable.gouv.fr, Service: DREAL Provence- Alpes- Côte- d \'Azur.


GéoMAS
Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
LES SALETTES
NOTRE-DAME
LE LEOURA
L'ALLEE
LE BARRY
LA TOUR
BRIANCON-VAUBAN
LE DESERT
AI
AN
AO
AM
AP
B
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP - Mise à jour 2016
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017


GéoMAS
Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
LE BARRY
AM
AO
LE DESERT
B
AL
LA GRANDE PIECE
AR
C
LES TOULOUSANES
LA CROIX DU FRENE
LES MOUNIERES
CROS DU CABRE
GUEYT
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP - Mise à jour 2016
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017


GéoMAS
Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
LA GRANDE PIECE
LA CROIX DU FRENE
LES MOUNIERES
GUEYT
CROS DU CABRE
GUERIN
LES COTES
SARE
MARQUET
CROS DE CABRE
REMONDIERES
LA ROUSSE
FONT CHRIST
L'ORATOIRE
REYMONDIERE
AR
AT
B
C
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP - Mise à jour 2016
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017


Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
CROS DU CABRE
GUEYT
GUERIN
LES COTES
SARE
MARQUET
CROS DE CABRE
LA ROUSSE
FONT CHRISTIANNE
L'ORATOIRE
CHAZAL
LE MOULIN
LE BAT
SERRE DE LA ROUMAGNE
LES COMBES
ROCHASSON
LES CLAUX
LE RANDOUILLET
B
C
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP - Mise à jour 2016
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017


Géo AS
AN
LA TOUR
AM
LES ARTAILLAUDS
LE BARRY
AP
LE DESERT
AO
B
AR
C
LES TR
Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP - Mise à jour 2016
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017

GéoMAS
CHAZAL
LE MOULIN
ROUMAGNE
ROCHASSON
B
S CLAUX
LE RANDOUILLET
C
BALPIN
RE DU ROY
LA GAPIERE
0
150
Source : Plan cadastral DGFiP – Mise à jour 2016
Légende
URB - SUP Assiette surfacique
AC2 - Sites inscrits et classés
N
Echelle : 1/3204
Date : 24/04/2017