



Règlement local de publicité

RLP

Rapport de présentation

Projet

Sommaire

Introduction	4
1. Contexte géographique et administratif	6
1.1. Localisation.....	6
1.2. Population.....	7
1.3. Axes de communication	7
1.4. Activités économiques et industrielles.....	7
1.5. Sites protégés.....	7
1.6. Contexte géographique et paysager.....	7
2. Historique de la démarche.....	9
2.1. Chronologie :	9
1- Diagnostic de la publicité extérieure	9
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.....	9
3. Diagnostic	10
3.1. Objet du diagnostic.....	10
3.2. Problèmes identifiés	10
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	10
3.4. Synthèse statistique	12
4. Objectifs.....	13
5. Orientations	14
5.1. Les grandes orientations :	14
5.2. Orientations pour les publicités et préenseignes.....	15
5.3. Orientations pour les enseignes.....	17
Conclusion	19
Synthèse des orientations du RLP.....	20

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune, peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLP, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la mairie.

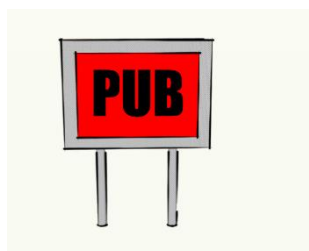
Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (*Article R.581-79 du Code de l'Environnement*)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

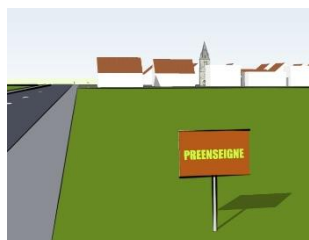
Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à **informer** le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



Enseigne : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble*** et relative à une activité qui s'y exerce. *L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



Préenseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée.

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

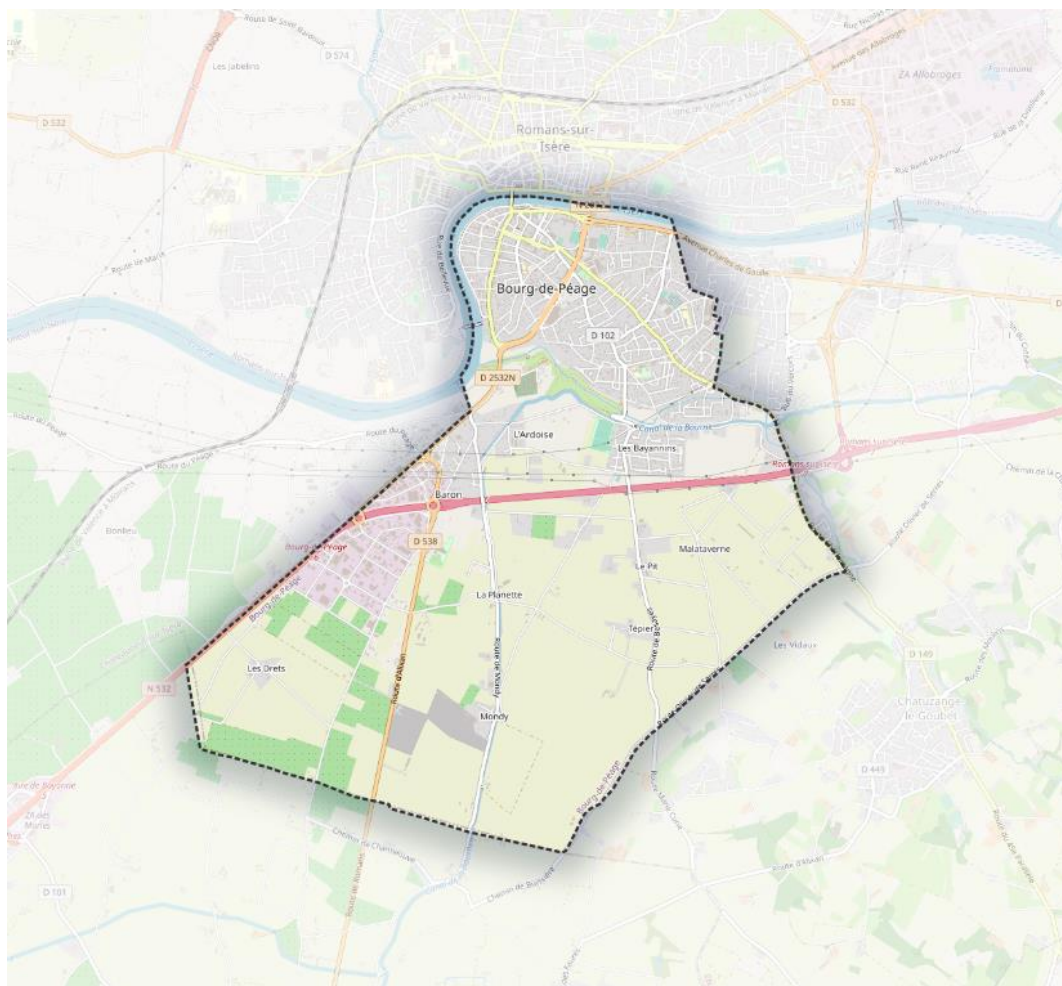
Bourg-de-Péage est une commune française située dans le département de la Drôme, en région Auvergne-Rhône-Alpes. La ville est un chef-lieu de canton situé sur la rive gauche de l'Isère à 20 km au nord-est de Valence (la préfecture de la Drôme).

La commune appartient à la communauté d'agglomération Valence Romans Agglo qui regroupe 54 communes.

La commune est dans le périmètre du Schéma de Cohérence Territorial (SCOT) du Grand Rovaltain Drôme Ardèche

Le territoire de Bourg-de-Péage est bordé par les 4 communes suivantes :

- à l'ouest, par la commune de Châteauneuf-sur-Isère ;
- à l'est par la commune de Chatuzange-le-Goubet ;
- au nord par la commune de Romans-sur-Isère ;
- au sud par la commune d'Alixan



Fond de Carte « Open Street Map »

1.2. Population

La commune de Bourg-de-Péage compte une population légèrement inférieure à 10 000 habitants en 2023. Bourg-de-Péage est donc soumise aux dispositions du code de l'environnement qui s'appliquent aux agglomérations de moins de 10 000 habitants. Avec la ville voisine de Romans-sur-Isère, établie de l'autre côté de l'Isère, elle forme une agglomération d'une cinquantaine de milliers d'habitants.

La superficie communale est de 13.71 km², ce qui donne une densité de population en 2018 de 737 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Le territoire de la commune de Bourg-de-Péage est traversé par trois axes routiers principaux :

- L'Autoroute A 49 qui traverse la commune sur un axe est-ouest.
- La route départementale D 538.
- La route départementale D 2532N

1.4. Activités économiques et industrielles

La commune de Bourg-de-Péage compte 642 entreprises d'après la seule chambre de commerce et d'industrie.

Elle compte une zone industrielle et commerciale au sud de son territoire.

La commune compte également une grande densité de commerces en centre-ville et des activités commerciales en bordure de l'avenue Alpes Provence (D 2532N).

1.5. Sites protégés

La commune de Bourg-de-Péage compte sur son territoire deux monuments historiques dont 1 classé et 1 inscrit.

Il s'agit de la Maison Favor et de l'ancienne Chapellerie Mossant. Le périmètre de protection des abords de ces monuments historiques a été adapté et couvre le centre historique.

La commune est également concernée par les périmètres de protections de monuments historiques situés dans la commune voisine de Romans-sur-Isère.

La liste exhaustive et la cartographie des sites protégés figure en annexes du présent RLP.

Dans ces secteurs, la publicité est interdite par défaut. Elle peut cependant être réintroduite dans le périmètre de protection d'un monument historique (pas dessus) par l'instauration d'un RLP.

L'installation des enseignes est soumise à autorisation après accord de l'architecte des bâtiments de France à moins de 500 m ou dans le périmètre adapté des abords d'un monument historique classé ou inscrit.

1.6. Contexte géographique et paysager

La commune se situe sur la rive gauche de l'Isère, à 155 mètres d'altitude, elle est indissociable de la commune voisine de Romans-sur-Isère.

Sa situation à la confluence de plusieurs entités géographiques (l'Isère et sa plaine agricole, les collines du bas Dauphiné...) est à l'origine d'une importante diversité paysagère.

Le paysage urbain, quant à lui, présente dans la partie centre-ville un bâti de grande qualité architecturale.



Vue sur le pont Vieux reliant Romans-sur-Isère à Bourg-de-Péage

2. Historique de la démarche

2.1. Chronologie :

La commune étant dotée d'un règlement local de publicité ante Grenelle (datant de 1994) aujourd'hui obsolète et devenu caduc en janvier 2021, elle a souhaité engager une révision de ce dernier. D'une part, afin de mettre en œuvre une politique environnementale plus qualitative en matière de publicité et d'enseignes et d'autre part, pour maintenir le maire comme autorité de police compétente au-delà de la caducité du RLP de 1994.

Le conseil municipal de Bourg-de-Péage a donc délibéré le **5 février 2021 pour prescrire la révision de son règlement local de publicité** et adapter la réglementation nationale à son territoire.

Les élus ont également décidé de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration du RLP. La mission qui a débuté en septembre 2021 est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé d'octobre à décembre 2021, établit un état des lieux de l'existant. Il a permis le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation nationale. La phase de diagnostic du territoire s'est achevée par sa restitution en comité de pilotage regroupant les élus concernés le 20 janvier 2022.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil municipal s'est réuni pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP le 8 février 2022.

Comme annoncé dans la délibération de prescription, trois ateliers de concertation (le 22 novembre 2021 et le 11 avril 2022) et une réunion publique (le 28 mars 2022) ont été organisés afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux, des associations et des représentants des sociétés d'affichage.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure de révision du RLP. Ils ont notamment été invités par la commune à s'exprimer sur le projet de RLP lors d'une réunion « personnes publiques associées » le 9 juin 2022.

Une nouvelle réunion des PPA s'est tenue le 12 septembre 2023 pour acter le passage de l'agglomération communale sous le seuil des 10 000 habitants, avec les modifications qui s'imposent au projet de RLP pour respecter les dispositions du code de l'environnement.

3. Diagnostic

3.1. *Objet du diagnostic*

Le diagnostic a été réalisé à partir d'une analyse de données et du cadre réglementaire applicable sur le territoire et d'un relevé de terrain.

Le relevé de terrain a permis d'identifier de manière exhaustive les publicités et préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement et du RLP en vigueur.

En ce qui concerne les enseignes, une sélection de dispositifs non conformes vis-à-vis du régime général a également été relevée.

Ont en outre été photographiés des dispositifs conformes portant cependant un préjudice à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent et pouvant justifier une adaptation des règles locales.

Le diagnostic identifie en outre les secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes.

3.2. *Problèmes identifiés*

- **Les points noirs paysagers se situent le long des principaux axes du territoire, les entrées de ville et les zones commerciales qui les bordent** du fait en particulier du surnombre et des formats des publicités scellées au sol, des enseignes et, accessoirement, des préenseignes.
- De la **publicité commerciale très présente sur les principaux axes de la ville, et non conforme dans la plupart des cas.**
- Des **enseignes scellées au sol** en bordure des principaux axes routiers hors ou en agglomération **portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.**
- Des **enseignes de centre-ville parfois de qualité médiocre.**
- A noter que le **mobilier urbain** en place support de publicité, ne respecte pas dans l'ensemble sa fonction accessoirement publicitaire et ne remplit pas sa fonction d'information.

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune et en tenant compte de la présence de sites protégés à forte qualité paysagère et architecturale.

3.3. *Cartographie des secteurs à enjeu*

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les **secteurs à enjeux** importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



Remarque : diagnostic réalisé lorsque la population agglomérée était considérée supérieure à 10 000 habitants. Ainsi, tous les dispositifs publicitaires scellés au sol ou apposés sur un mur d'un format supérieur à 4 m² sont donc maintenant non conformes.

▪ Entrées de villes et zones d'activité

Les principaux points noirs paysagers de Bourg-de-Péage se situent au niveau des entrées de ville et des zones d'activité commerciales et industrielles qui les bordent parfois.

En particulier, la zone industrielle et commerciale Sud, la D2532N au niveau du lieu-dit « la Maladière », et son prolongement par le boulevard des Alpes et la zone commerciale qui le borde.

L'enjeu de maîtrise de la publicité extérieure et donc de la qualité et de la lisibilité de ces secteurs est d'autant plus fort qu'ils constituent des entrées de ville et influent sur l'image donnée par le territoire dans son ensemble. La lisibilité des entreprises qui les composent en dépend également.

▪ Le centre-ville

Le centre-ville de Bourg-de-Péage est un important pôle commercial. L'immense majorité des commerces de type centre bourg s'y concentrent.

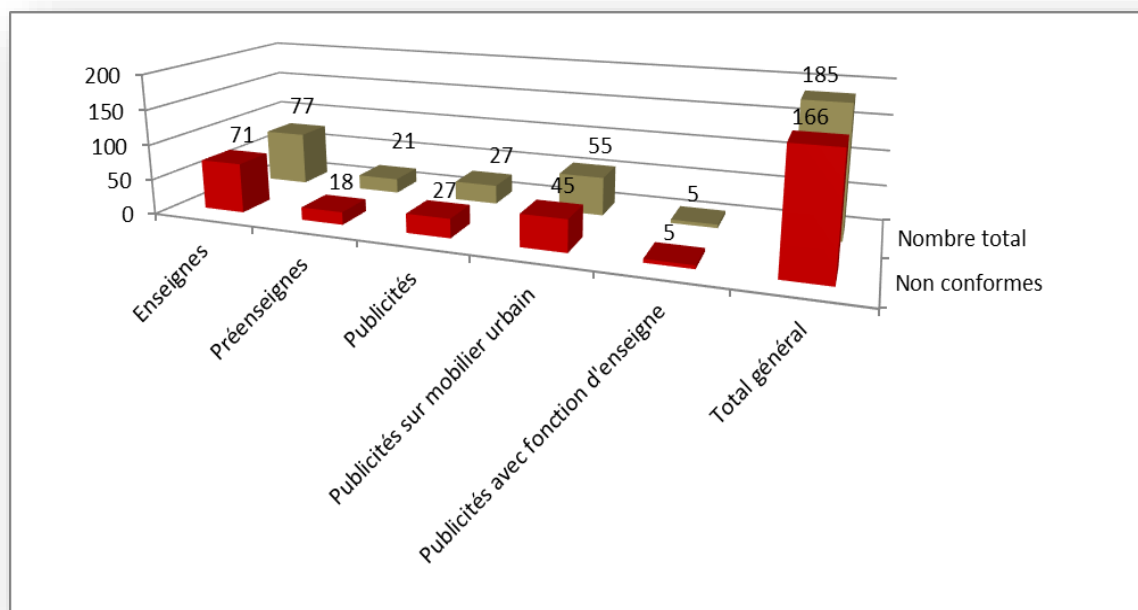
L'enjeu est d'améliorer la qualité et l'efficacité de la signalisation des commerces pour renforcer l'attractivité de ce pôle et améliorer la mise en valeur architecturale du centre-ville, compris dans le périmètre de protection adapté autour de monuments historiques protégés.

▪ Reste du territoire, grands axes routiers, coulée verte et plaine agricole

L'enjeu sur le reste du territoire est de maintenir l'état de préservation actuel, voire, même, de l'améliorer, en réduisant les préenseignes non conformes le long des principaux axes routiers hors agglomération (D538 en particulier).

3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, 185 **dispositifs de publicité extérieure, enseigne et pré enseignes ont été recensés** (dont 7 dispositifs d'affichage libre). **166** d'entre eux ne sont pas conformes avec les réglementations nationale et/ou locale, soit près des trois quarts des dispositifs.



Les publicités représentent 44 % des dispositifs recensés (dont 30 % pour le seul mobilier urbain).

Les enseignes (relevé non exhaustif), représentent 41,6 % du total.

Les préenseignes fixes (en excluant les chevalets amovibles) représentent 11,4 % des dispositifs relevés.

Les publicités représentent plus de la moitié des dispositifs en infraction (54,2 %) des dispositifs en infraction quand préenseignes et enseignes représentent respectivement 10,8 % et 46,4 % des infractions.

La totalité des publicités (87,8 % avec le mobilier urbain) et 85,7 % des préenseignes sont non conformes !



Exemple de dispositifs publicitaires non conformes

4. Objectifs

Aujourd'hui, la réglementation nationale applicable contient des dispositions qui ne sont plus adaptées aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de Bourg-de-Péage.

Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération initiale prescrivant le RLP :

- Mettre en place un règlement local de publicité (RLP) en tenant compte du nouveau cadre législatif et réglementaire inscrit dans le Code de l'Environnement, en adéquation avec les enjeux territoriaux de la commune ;
- Lutter contre la pollution visuelle et encourager la réalisation d'économies d'énergie, en maîtrisant l'implantation des dispositifs publicitaires et en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux ;
- Maîtriser la densité des publicités et harmoniser les préenseignes ;
- Concilier les intérêts économiques de la ville et les objectifs de cadre de vie et de paysage ;
- Réglementer les enseignes afin d'harmoniser le tissu commercial et économique du territoire ;
- Maintenir des zones préservées de toute publicité extérieure et conserver certaines particularités paysagères de la ville ;
- Adapter les densités aux enjeux de développement des activités ;
- Assurer la cohérence de traitement de la publicité, des préenseignes et des enseignes sur les voies structurantes de la commune ;
- Maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et préenseignes sur le territoire communal ;
- Valoriser le centre historique en réglementant les enseignes ;
- Participer à l'amélioration paysagère des abords des centres commerciaux ;
- Affiner et clarifier la réglementation des dispositifs publicitaires aux abords des équipements sportifs ;
- Tenir compte de l'affichage libre et du mobilier urbain de la ville dans la future réglementation ;
- Prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage, telles que les publicités, enseignes et préenseignes numériques ;
- Créer des indicateurs de suivi et d'évaluation de ce futur règlement.

5. Orientations

Afin de mettre en œuvre les objectifs définis précédemment, la commune de Bourg-de-Péage a défini les orientations permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son nouveau Règlement Local de Publicité.

5.1. Les grandes orientations :

Grandes orientations :

- Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes sur l'ensemble du territoire, avec un effort qualitatif supplémentaire dans le centre-ville ;
- Diminuer la présence de la publicité en limitant les surfaces, la densité et en jouant sur les catégories de support, en particulier dans le centre historique et le long des axes sensibles du territoire (entrées de ville ...) ;
- Limiter les supports numériques et les périodes d'éclairage des publicités et enseignes lumineuses

Cinq niveaux de proposition :

- Zone réglementée n°1a (ZR1a) : Cœur de ville

Cette zone concerne le cœur de ville à vocation principale d'habitat et de commerce concentrant l'essentiel du patrimoine architectural de Bourg-de-Péage. Elle est intégralement comprise dans le périmètre des abords d'un monument historique.

- Zone réglementée n°1b (ZR1b) : Activité en secteurs protégés

Cette zone concerne les secteurs à vocation d'activité commerciale situés en bordure du Boulevard Alpes Provence. Elle est intégralement comprise dans le périmètre des abords d'un monument historique.

- Zone réglementée n°2 (ZR2) : Habitations, équipements et activités isolées

Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat hors ZR1, les équipements culturels et sportifs et les bâtiments d'activité isolés.

- Zone réglementée n°3 (ZR3) : Secteur d'activité

Cette zone regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle dont les bâtiments ont, en majorité, une architecture adaptée à ce type d'activités (Zone d'activités).

- Zone réglementée n°4 (ZR4) : Secteurs hors agglomération

Zone comprenant des activités isolées ou en projet, ainsi que les secteurs naturels et ruraux.

5.2. Orientations pour les publicités et préenseignes

▪ ZR1 : Secteur patrimonial (dont centre ancien et secteur commercial)

- Pas de publicité ou préenseignes hors mobilier urbain de type mupi et hors abris voyageurs qui pourra comporter des publicités de 2 m² maximum.
- Pas de publicité numérique.

Justification : Le maintien de l'interdiction de la publicité dans le périmètre des abords des monuments historiques permet de protéger le cœur de ville des excès de la publicité extérieure.

La seule réintroduction effectuée par la commune concerne la publicité sur mobilier urbain en secteur protégé avec une limitation à 2m² maximum et une interdiction stricte à moins de 100 m des monuments inscrits ou classés.

Cette réintroduction ne remet pas en question la préservation du patrimoine d'autant que la gestion des mobiliers urbains se fera exclusivement avec l'approbation des collectivités publiques ou établissements assimilés.

Par ces décisions, la commune de Bourg de Péage renforce la préservation de son centre historique et de ses abords.

▪ ZR2 : Habitations, équipements, entrées de ville

- Publicités et préenseignes maîtrisées dans les supports, les formats et la densité. Pas de dispositif scellé au sol et format mural limité à 4,7 m².
- Publicités sur mobilier urbain et abris voyageurs de 2m² maximum.
- Pas de publicité numérique.



Justification : Il s'agit du meilleur moyen de protéger les entrées de villes, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).

▪ ZR3 : Activités en agglomération

- Publicités et préenseignes maîtrisées dans les supports, les formats et la densité. Pas de dispositif scellé au sol et format mural limité à 4,7 m².
- Publicités sur mobilier urbain et abris voyageurs de 2m² maximum.
- Pas de publicité numérique.

Justification Il s'agit du meilleur moyen de protéger les entrées de villes, de préserver les perspectives paysagères et de favoriser la lisibilité des enseignes commerciales (moins de concurrence).

- **ZR4 : Hors agglomération**

Interdiction totale de la publicité (hors préenseignes dérogatoires).

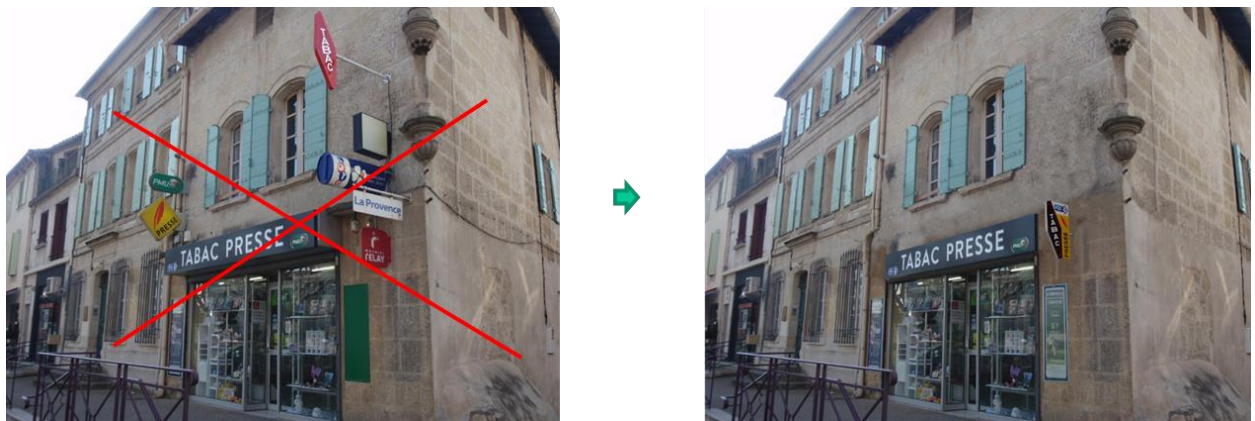
- **Toutes zones**

Interdiction totale de la publicité numérique.

5.3. Orientations pour les enseignes

- Enseignes sur façade en ZR1 et ZR2

Favoriser la qualité esthétique et la lisibilité des façades commerciales en limitant le nombre et en favorisant la qualité des enseignes sur façade et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement et la qualité architecturale du bâtiment support.



- Enseignes sur façade sur bâtiment à vocation d'activité (ZR1b et ZR3 en particulier)

Favoriser la qualité esthétique et la lisibilité des façades commerciales en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade) et en limitant le nombre d'enseignes.

Limitation en nombre des enseignes sur façade.



- **Enseignes scellées au sol**

Améliorer la lisibilité des activités en limitant le nombre de dispositifs, comme le prévoit la réglementation nationale.

Réduire les formats et favoriser la qualité des dispositifs.



- **Enseignes sur toiture**

Proscrire les enseignes sur toiture terrasse au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants et favoriser la qualité des secteurs commerciaux. En ZR3, limitation des enseignes sur toiture à 0,6 m de haut.



▪ Enseignes numériques

Sauf exceptions, (croix de pharmacies, affichage numérique du prix des carburants par exemple), les enseignes numériques scellées au sol ou en drapeau sont interdites dans toutes les zones au même titre que les publicités numériques, pour éviter une pollution lumineuse forte et favoriser les économies d'énergie.

Seules les enseignes numériques derrière vitrine de 1 m² maximum sont admises. En ZR3, une enseigne numérique à plat sur façade et par établissement peut être admise, sans dépasser 4 m².



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, et pour protéger son patrimoine paysager et architectural, la commune de Bourg-de-Péage a défini les objectifs et les orientations en matière de publicité extérieure.

L'élaboration du RLP vise à mettre en œuvre une politique environnementale plus qualitative en matière de publicité extérieure tout en préservant la visibilité et donc l'attractivité des commerces, notamment de centre-ville.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixés la commune, un document réglementaire plus adapté que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.

Synthèse des orientations du RLP

(Toutes les prescriptions présentées sont des maximum)

Publicité et préenseignes	Réglementation nationale		Prescriptions RLP Bourg de Péage		
	Hors agglomération et sites protégés	Régime général en agglomération	ZR1 a ZR1 b	ZR2	ZR3
Scellée ou posée au sol	Interdit	Interdite en aggro < 10 000 habitants	Interdit	Interdit	Interdit
Murale	Interdit	4,7 m ²	Interdit	4,7 m ² 1 par façade	4,7 m ² 1 par façade
Sur mobilier urbain MUPI	Interdit	2 m ²	2 m ²	2 m ²	2 m ²
Sur abris voyageurs	Interdit	2 m ²	2 m ²	2 m ²	2 m ²
Numérique	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit

Enseignes	Régime général	Toutes zones RLP Bourg de Péage	ZR1 a	ZR2	ZR1 b ZR3 ZR4
Scellée ou posée au sol	1 par voie bordant l'établissement (si 1m ² ou +) 6 m ² maximum 6,5 m à 8 m de haut	1 par voie comportant une entrée destinée au public (y compris < 1m ²)	3m ² /3m de haut/1,2m de large Ou 1,65m ² /5m de haut/1,1m de large Ou Chevalet de 1m ² sur terrasse commerciale		Mono pied 6m ² /6m de haut/1,85m de large 1 seul dispositif si plusieurs établissements sur une même unité foncière
A plat sur façades	15% du support (25% si < 50 m ²)	15% du support (y compris clôture) Surface unitaire 20m ² max	Bâtiment habitation : 1 bandeau par vitrine de 0,7m de haut Hauteur des lettres bandeau : 0,3m+1 ou 2 appliques de 0,25m ² (si symétrique) Bâtiment d'activité : 1 enseigne en bandeau par vitrine de 1m de haut + 1 applique de 2m ²	Bâtiment habitation : 1 bandeau par vitrine de 0,7m de haut Hauteur des lettres bandeau : 0,4m+1 ou 2 appliques de 0,5m ² (si symétrique) Bâtiment d'activité : 1 enseigne en bandeau par vitrine de 1m de haut + 1 applique de 2m ²	Bâtiment d'activité : 3 enseignes en bandeau + 1 enseigne tous les 40m linéaires
En drapeau			1 enseigne par façade Bâtiment d'habitation : 0,36m ² /0,6m de haut/0,7m de saillie Bâtiment d'activité : 1m ² /1,1m de saillie	1 enseigne par façade Bâtiment d'habitation : 0,65m ² /0,8m de haut/0,85m de saillie Bâtiment d'activité : 1m ² /1,1m de saillie	Bâtiment d'activité : 1m ² /1,1m de saillie
Sur toiture ou auvent	60 m ² 3m de haut	Interdit sur toit terrasse	Interdit	Interdit	Sur toit incliné sans dépasser le faitage 0,6m de haut
Numérique	Oui	Interdit sauf exceptions (croix pharmacie, prix carburants, vitrine, ZR3...)	1 enseigne lumineuse ou numérique non animée derrière la vitrine de 1m ²		ZR3 uniquement : 1 dispositif sur façade par établissement de 4m ²