

Règlement Local de Publicité



Pièce n°1 : Rapport de présentation

COMMUNE DE TALANGE

Département de la Moselle



Prescription par DCM en date du

Arrêt-projet par DCM en date du

Mis à l'enquête publique par arrêté municipal en date du

Approuvé par DCM en date du

SOMMAIRE

Préambule	3
Diagnostic.....	5
Situation géographique	5
Réseau routier	7
Éléments naturels.....	8
Éléments bâtis	9
Les zones d'activités artisanales et commerciales	10
Recensement non-exhaustif des dispositifs publicitaires sur la commune	12
Le long de la RD 953	12
Centre-ville	13
Zone d'activité : Talange-nord et zone du Triangle.....	14
Zone d'activité Talange - Hauconcourt	14
Le reste de la commune	15
Cartographie des enjeux liées aux publicités, enseignes et pré-enseignes	17
Potentielles infractions au Règlement National de Publicité ou à encadrer	19
Recensement exhaustif des dispositifs publicitaires et infractions potentielles	21
Orientations et objectifs du RLP.....	31
Justification du règlement vis-à-vis des orientations et objectifs.....	32
Justification du découpage réglementaire de la commune	32
Prescriptions supplémentaires au RNP	32
Application du RNP dans le reste des cas.....	32

Préambule

La réglementation nationale concernant les publicités, enseignes, pré enseignes et dispositifs associés est régie par les articles **L581-1** et suivant ainsi que les **R581-1** et suivants du Code de l'environnement. Ces articles constituent le Règlement National de la Publicité (RNP).

Le Règlement Local de la Publicité quant à lui est un document planificateur venant compléter cette réglementation nationale en étant plus restrictif et plus adapté au contexte communal.

Article L581-14 du Code de l'environnement

Modifié par LOI n°2016-1087 du 8 août 2016

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon 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 qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10.

Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

La procédure d'élaboration de ce document est la même que pour Plan Local d'Urbanisme comprenant entre autres une phase d'élaboration avant l'arrêt pour présentation aux Personnes Publiques Associées et en enquête publique avant d'être approuvé.

Article L581-14-1 du Code de l'environnement

Modifié par LOI n°2019-1461 du 27 décembre 2019

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 au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.

Le RLP est composé à minima de 3 pièces :

- Un rapport de présentation faisant office de diagnostic et de justification des prescriptions réglementaire du projet. Il doit également fixer des orientations et objectifs directeurs en matière de publicité extérieure.
- Une partie réglementaire prenant la forme d'un règlement avec représentation graphique si besoin.
- Des annexes.

Article R581-72 du Code de l'environnement

Modifié par Décret n°2012-118 du 30 janvier 2012

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

Le Code de l'environnement définit la publicité, enseigne, pré enseignes comme suit :

Article L581-3 du Code de l'environnement

Modifié par Ordonnance 2004-1199 2004-11-12 art.1 1°

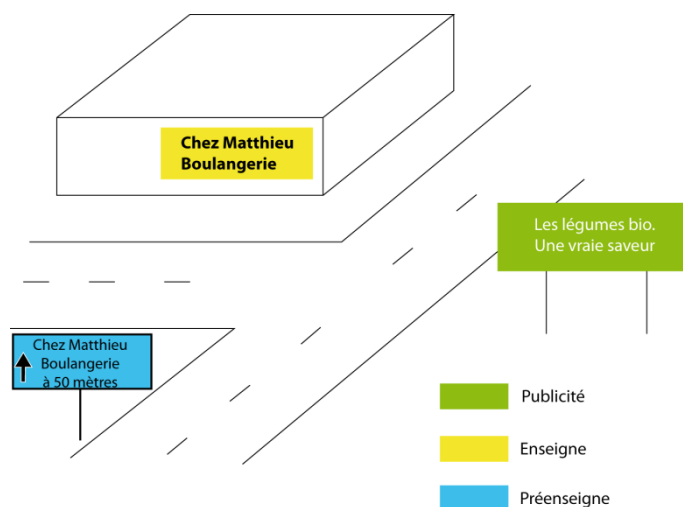
1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;

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

3° Constitue une pré enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Le RLP s'applique donc à l'ensemble des dispositifs rentrant dans ces définitions comprenant les dispositifs publicitaires commerciaux, mais également l'affichage associatif, d'opinion, évènementiel, etc...

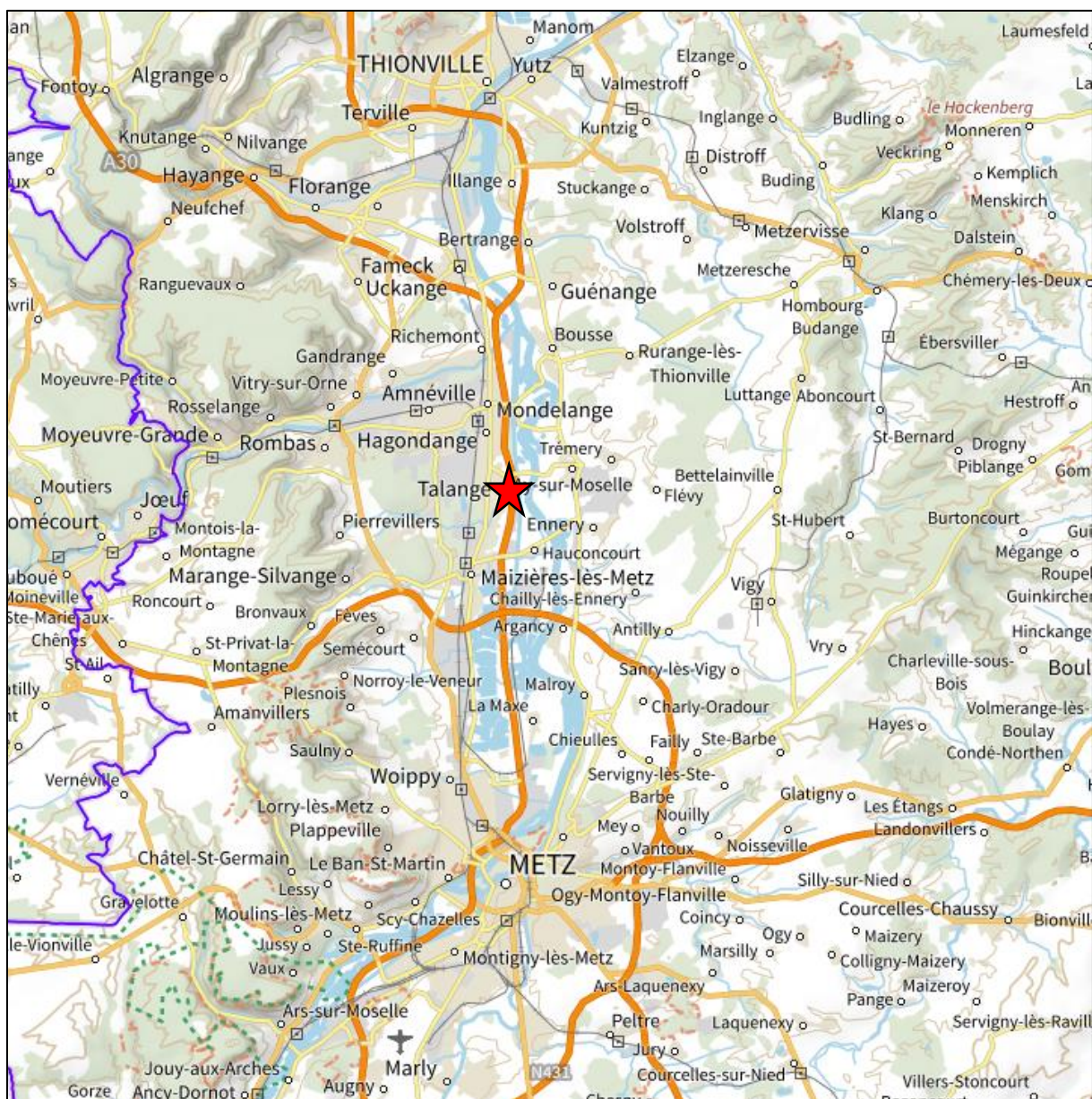
Schéma d'illustration des différents dispositifs visés :



Diagnostic

Situation géographique

La commune Talange est localisée dans la région Grand Est, dans le département de la Moselle. Elle est limitrophe de la commune de Hagondange et se situe à proximité de la commune d'Amnéville, vaste secteur d'activité. Cette proximité lui garantit un excellent niveau de desserte et une importante activité économique. De plus, Talange se situe à moins de 20 minutes des communes de Thionville et de Metz, du fait que le territoire soit traversé par l'autoroute A31.



Carte 1 : Repérage de la commune de Talange (source : Géoportail)

Cette proximité de zones économiques de taille importante et tout particulièrement du zoo d'Amneville, fait de Talange une aire géographique propice et attractive pour les dispositifs publicitaires. Une attention particulière est à observer pour tous les dispositifs publicitaires volumineux qu'ils soient scellés au sol ou sur des façades de bâtiments.

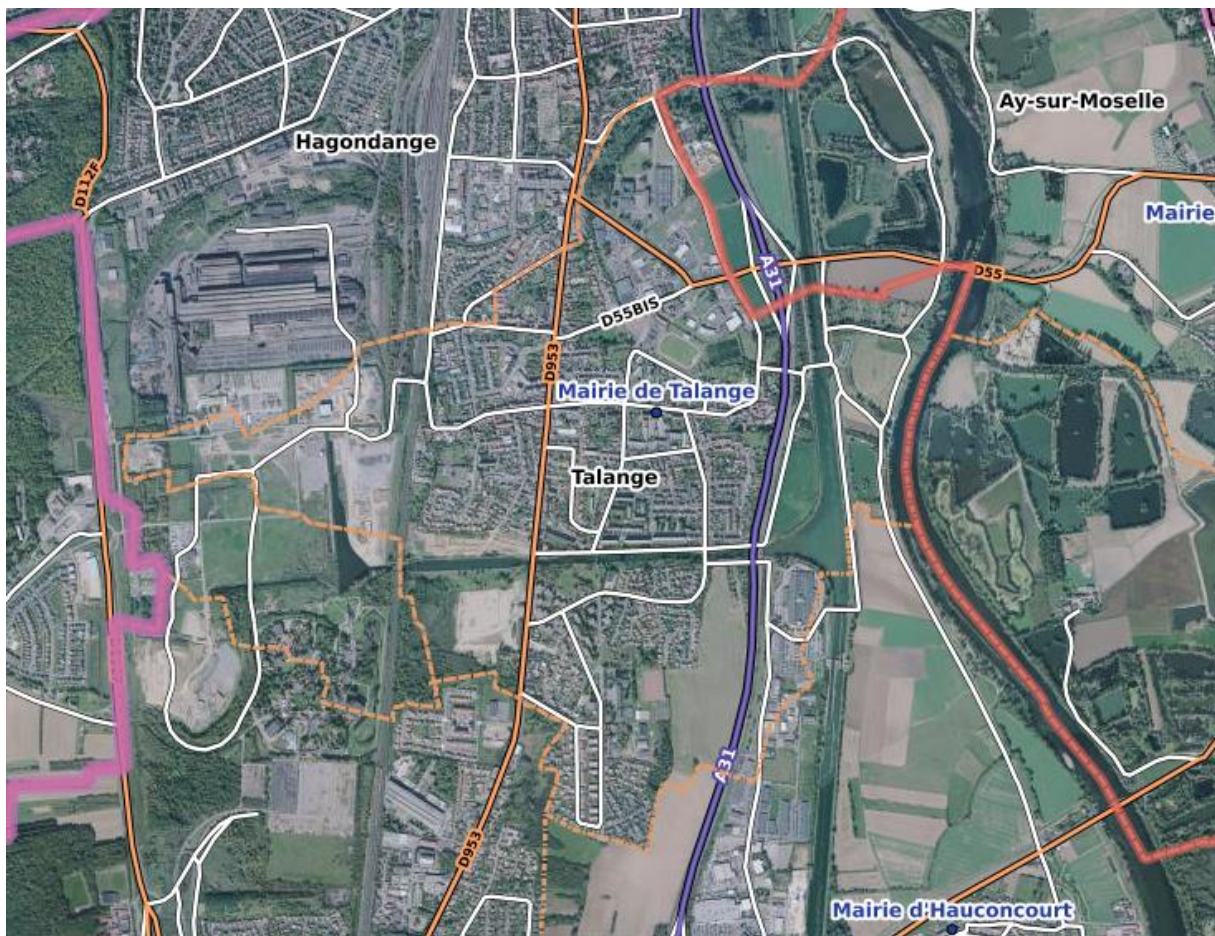
La commune comptait 7731 habitants en 2018¹, elle doit donc être considérée comme une agglomération de moins de 10 000 habitants au sens de la définition du RNP, en revanche, elle fait partie de l'aire urbaine de Metz. Les dispositifs publicitaires autorisés via la réglementation nationale sur Talange sont donc ceux des agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

¹ Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-57663>

Réseau routier

D'une manière générale, le maillage viaire de Talange est dense et assure la bonne desserte de l'ensemble du territoire, qu'il s'agisse des aménagements de type pavillonnaire linéaire, en impasse, ou bien les secteurs de logements collectifs ainsi que les zones d'activités.

Le territoire communal est notamment traversé par la RD 953, reliant Talange aux communes limitrophes au nord et au sud (Hagondange, Maizières-lès-Metz), ainsi que la RD 55, qui permet d'accéder à l'autoroute A31 en direction de Metz et de Thionville, mais également à la zone d'activités « Talange-Nord » et du « Triangle ». Les voies communales, comme expliqué précédemment, assurent la desserte de l'ensemble du territoire, notamment l'accès à la zone d'activité « Talange-Hauconcourt » au sud-est du territoire.



Les axes traversant Talange sont donc très utilisés, dénotant un trafic important. D'après la carte des comptages sur RD de la période 2015/2019, ce sont près de 26 000 véhicules par jour qui empruntaient l'axe de la RD 55, et environ 14 000 pour la RD 953.

Si l'on réfère également au recensement de 2018 du trafic moyen journalier annuel de 2018, c'est environ 100000 véhicules qui empruntent chaque jour l'autoroute A31.

Ces axes disposent d'une forte visibilité, ce qui les rend particulièrement attractifs d'un pont de vu publicitaire. Le RLP devra s'efforcer de veiller à assurer la préservation du paysage adjacent tout en s'assurant de garantir de bonnes conditions de circulation. Une attention particulière à la densité sur ces grands axes de transport est donc à observer.

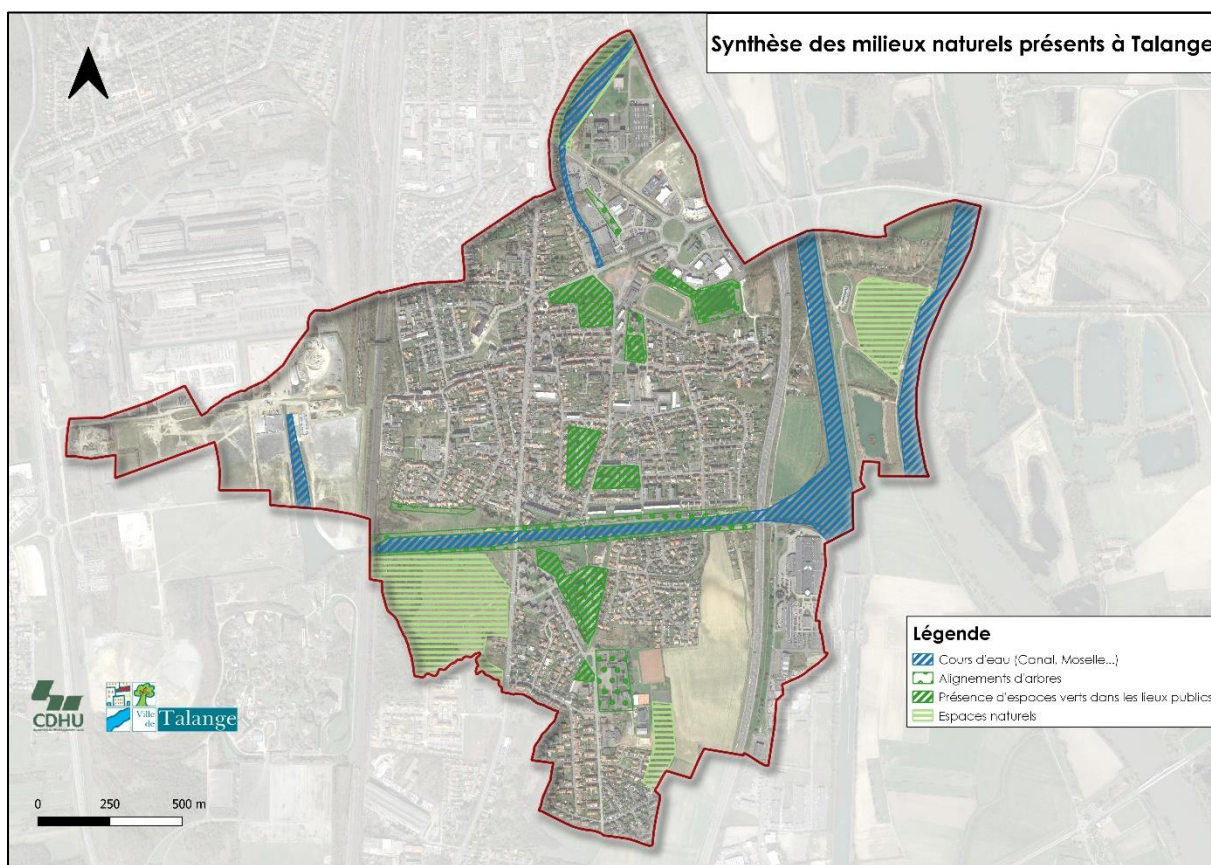
L'A31 dispose d'un statut particulier en tant qu'autoroute, **les dispositifs publicitaires** sont interdits dans le champ de visibilité de cet axe, pour des raisons sécuritaires.

Éléments naturels

La commune de Talange ne compte pas de zone écologique particulière protégée (Natura 2000) ou remarquable (ZNIEFF 1 et 2).

Territoire fortement urbanisé, il dispose cependant de quelques espaces verts présents au sein de la ville (parcs, alignements d'arbres...), ainsi que des espaces boisés fermés en particulier au nord. De plus, le réseau hydrographique de la commune avec la Moselle passant à l'est du territoire, ainsi que le canal des Mines de Fer de la Moselle, bordant également l'est et le centre de la commune.

Ces enjeux ont été traduits graphiquement dans le rapport de présentation du PLU de Talange, ainsi que sur le règlement graphique, protégeant ainsi ces espaces de tout dispositif publicitaire.

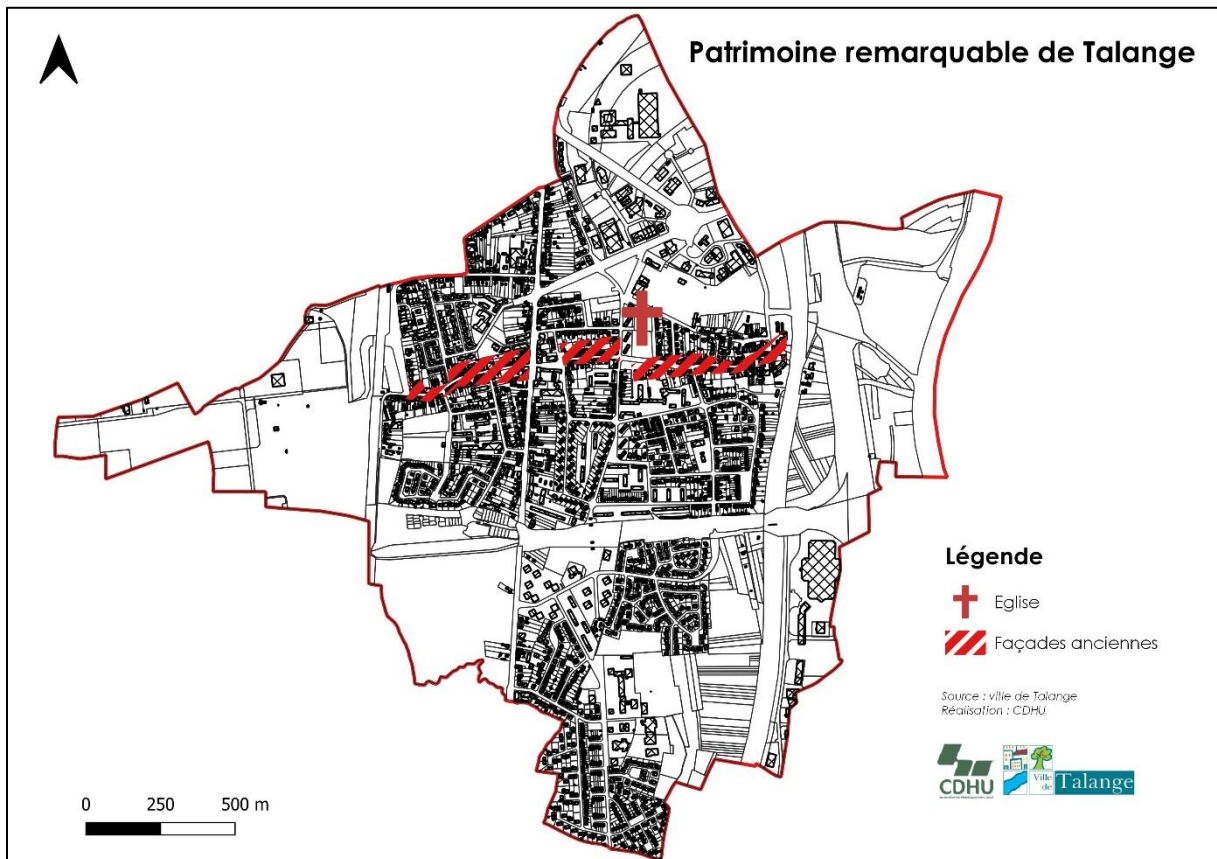


Etant donné la rareté de ces éléments naturels sur la commune, leur préservation visuelle paraît être un enjeu de taille à prendre en compte dans l'élaboration du RLP.

Eléments bâtis

Le centre ancien de Talange possède plusieurs bâtisses ayant des façades remarquables. Ce bâti remarquable nécessite des restrictions en matière de dispositif publicitaire afin de le préserver. La typologie du bâti correspond principalement à des maisons de villes et des maisons de village.

Autre élément bâti emblématique, l'Eglise Jésus Ouvrier et son parc constitue un patrimoine non-négligeable à protéger. Construite vers la fin des années 1930, elle arbore un style architectural plus moderne et néanmoins intéressant.



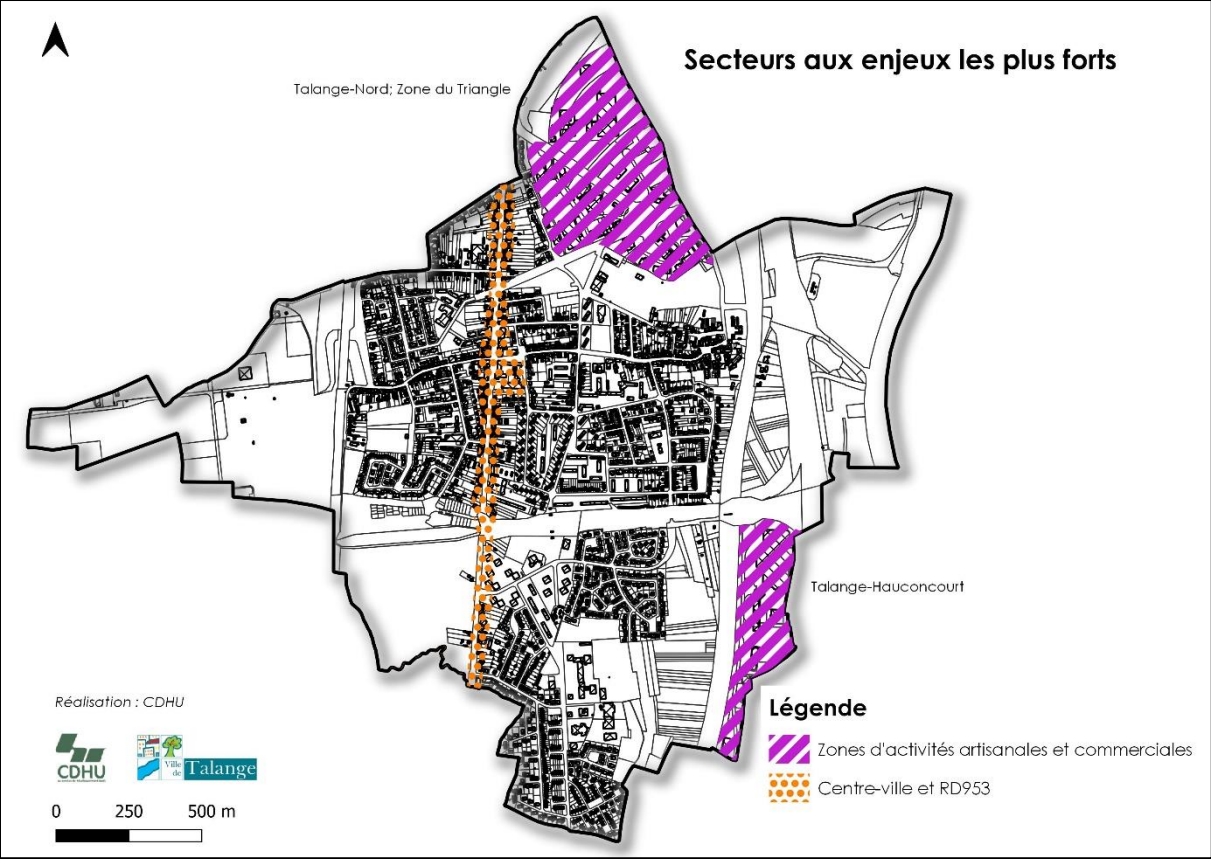
Si la réglementation nationale interdit la pose de dispositifs publicitaires sur les monuments classés, le RLP peut prolonger cette interdiction à certains bâtiments qu'elle estime nécessaire de protéger en raison de leur aspect esthétique et historique.

Les zones d'activités artisanales et commerciales

Les zones d'activités et commerciales concentrent les bâtiments marchands, vient ainsi s'ajouter dispositifs publicitaires, les enseignes et pré-enseignes pouvant donner un paysage urbain saturé. Ces espaces concentrent ainsi les enjeux en matière de densité et de respect de la réglementation nationale. Une analyse accentuée y est donc souvent pertinente.

Le diagnostic de terrain a permis de relever deux zones d'activités où le dispositif publicitaire est important :

- La zone d'activités au nord-est du territoire regroupant les secteurs « du Triangle » et « Talange-Nord », composée de grandes enseignes, restaurants, hôtels et services divers. Sa proximité vis-à-vis d'un axe routier majeur de la région en fait une zone publicitaire attractive étant donné sa visibilité. Il est donc important de veiller à la bonne intégration et à une implantation cohérente des publicités, enseignes et pré-enseignes dans cette zone d'activité. La partie Ouest de cette zone est également bordée par des zones résidentielles ; une attention particulière est à privilégier dans cette partie pour limiter l'impact paysager des éventuels dispositifs publicitaires mis en place.
- La zone d'activités « Talange-Hauconcourt », au sud-est du territoire, se compose principalement de magasins d'usines, avec notamment le centre commercial « Marque Avenue », entraînant ainsi la présence d'enseignes de grandes tailles pouvant être visibles depuis l'autoroute A31. Cette mise en évidence de ces enseignes publicitaires est clairement une volonté d'attirer d'éventuels automobilistes qui pourraient sortir à Hauconcourt et venir dans ces commerces.
- Centre-ville et RD953 : le centre-ville et le long de la RD953 se distinguent par la présence de nombreux commerces et services. De ce fait, on remarque la présence d'enseignes et pré-enseignes des locaux de ces derniers. La densité publicitaire y est là aussi très riche mais sous une forme différente des zones d'activités. Les surfaces d'affichage sont plus réduites et les dispositifs utilisés pour la publicité sont davantage variés. On retrouve ainsi des publicités sur kiosque, sur du mobilier urbain, ainsi que de nombreuses petites enseignes apposées en façade ou verticalement par rapport au bâti.



Recensement non-exhaustif des dispositifs publicitaires sur la commune

Le long de la RD 953

En tant que l'une des voies de desserte principales de la commune, plusieurs publicités ou pré enseignes sont présentes à proximité de la RD 953.

La densité de ces dispositifs est relativement importante, surtout si l'on se rend en centre-ville.



Ces enseignes peuvent représenter un enjeu en matière de paysage urbain, en effet, certaines enseignes ont une taille relativement importante et peuvent avoir un impact négatif sur la visibilité du bâti le long de la RD.



On recense également de la publicité sur mobilier urbain, que ce soit sur des panneaux d'affichage ou bien des abribus.

Centre-ville

Principalement implantés le long de la RD953, les commerces présents en centre-ville présentent le plus souvent des enseignes publicitaires classiques, que ce soit pour les commerces de type « café-restaurant », ou bien les entreprises du tertiaire (agences, bureau etc...). Ces enseignes respectent en général la réglementation nationale.

On retrouve également de la publicité sur mobilier urbain, ainsi que des pré enseignes.



Un des enjeux en centre-ville est la publicité murale et les affiches publicitaires 4x3 qui y sont présentes qui ont un fort impact visuel étant donné leur surface d'affichage par rapport au bâti peu élevé. La limitation de leur densité ou de leur surface d'affichage est une possibilité à travers le RLP.





Zone d'activité : Talange-nord et zone du Triangle

Cette zone d'activités présente un intérêt important sur le plan commercial, la publicité y est dense et l'on retrouve un ensemble d'enseignes et de pré enseignes pour chaque commerce présent.

On retrouve sur cette zone des enseignes aux emplacements divers, en façade du bâtiment d'activité majoritairement, mais également sur le toit.



Au niveau des photos ci-dessus, la bâche sur la clôture non-aveugle est une infraction par exemple.

Zone d'activité Talange - Hauconcourt

L'affichage publicitaire de cette zone commerciale est beaucoup plus important en termes de dimension et de visibilité. En effet, la zone d'activité contient l'enseigne Marque Avenue. Les affichages publicitaires sont donc de grandes tailles et placés parfois assez haut afin d'attirer le regard des automobilistes.



Le reste de la commune

La publicité sur le reste de la commune est assez présente, notamment à proximité des grands axes où quelques entreprises et enseignes sont implantées.



Certaines artères principales de la commune comptent tout de même quelques publicités, enseignes et pré enseignes sur l'espace public, comme ici le long de la Grand Rue.

Certaines enseignes s'insèrent sans problème dans le paysage urbain, à l'image de la photographie ci-dessus (enseigne bleue sur bâtiment bleu). La plupart des enseignes se fondent dans leur environnement urbain.



On retrouve également sur la RD55 bis quelques pré enseignes à proximité de la zone d'activité.



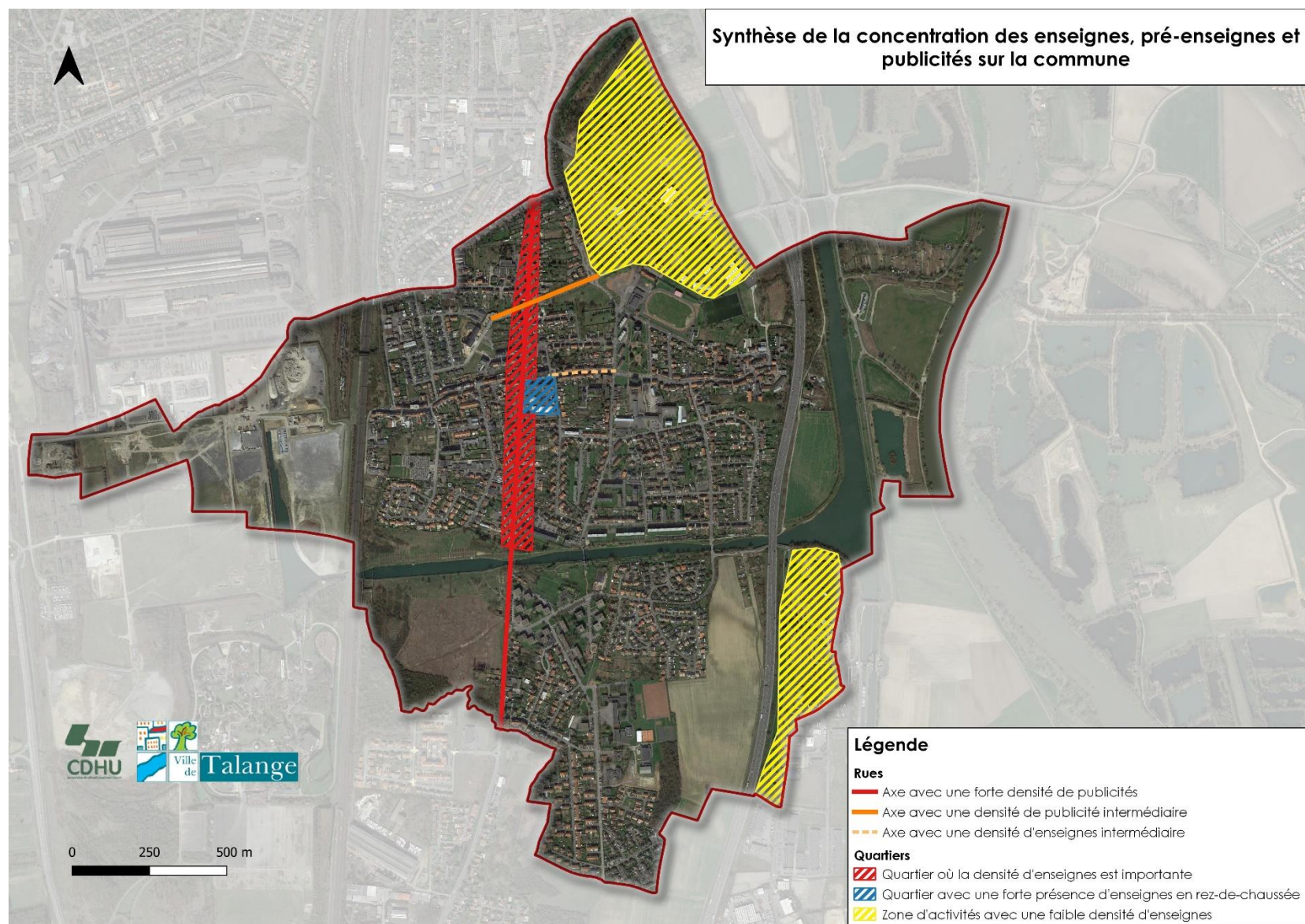
Cartographie des enjeux liées aux publicités, enseignes et pré-enseignes

La carte suivante n'est qu'une synthèse des éléments cités plus haut et du travail de terrain réalisé, elle ne se veut pas exhaustive mais cherche à retranscrire les principaux enjeux recensés sur Talange en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes.

La carte fait ressortir :

- Les axes de circulation où la densité de publicité peut être particulièrement importante ;
- Les quartiers et zones d'activités avec une présence de publicités ou d'enseignes davantage marquée que dans le reste de la commune.

Les autres quartiers et axes de circulation non relevés comportent tout de même des enseignes ou de la publicité, mais de manière moins prononcée, la densité y étant faible et ponctuelle.



Potentielles infractions au Règlement National de Publicité ou à encadrer

L'objectif de cette partie n'est pas de lister l'ensemble des dispositifs en infraction sur la commune dans l'optique de les sanctionner, mais de mettre en exergue les profils récurrents des erreurs d'affichage rencontrés, afin d'adapter le RLP en conséquence.

Sur l'ensemble du terrain étudié, le RNP est globalement bien appliqué dans la majorité des cas. Cependant, cette conformité avec la loi peut tout de même impliquer des nuisances réelles sur certains secteurs.

Les publicités scellées au sol ou apposées sur des façades aveugles sont les dispositifs les plus rencontrés dans les secteurs avec une forte densité. Ces dispositifs faisant l'objet d'une exploitation de professionnels, aucune infraction au RNP n'a été relevée. En revanche, l'affichage pour des commerces aux activités plus locales que ce soit sur façade aveugle ou via des bâches se fait parfois au détriment des règles de densité autorisées.

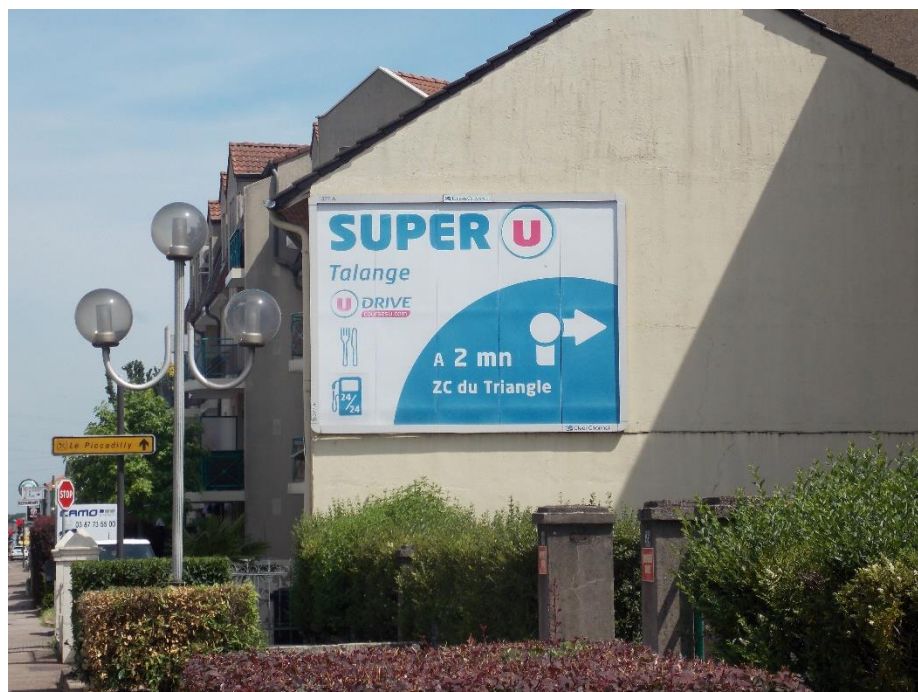


Par exemple, sur l'image, les publicités sur bâche sont accrochées sur une clôture non aveugle (la clôture n'est qu'un grillage n'empêchant pas de voir au travers), ce qui est interdit par l'article R581-22 du Code de l'environnement.

Un autre dispositif publicité est à encadrer : la publicité murale ou scellée au sol. Bien que dans l'ensemble, l'impact visuel reste réel et entache la qualité de vie des habitants adjacents. Cette impression de saturation visuelle est renforcée par la superficie des publicités qui se rapproche du maximum de 12 m² autorisé par le RNP. Une utilisation de supports plus petits permettrait de réduire l'emprise visuelle de la publicité notamment le long des axes de transports.

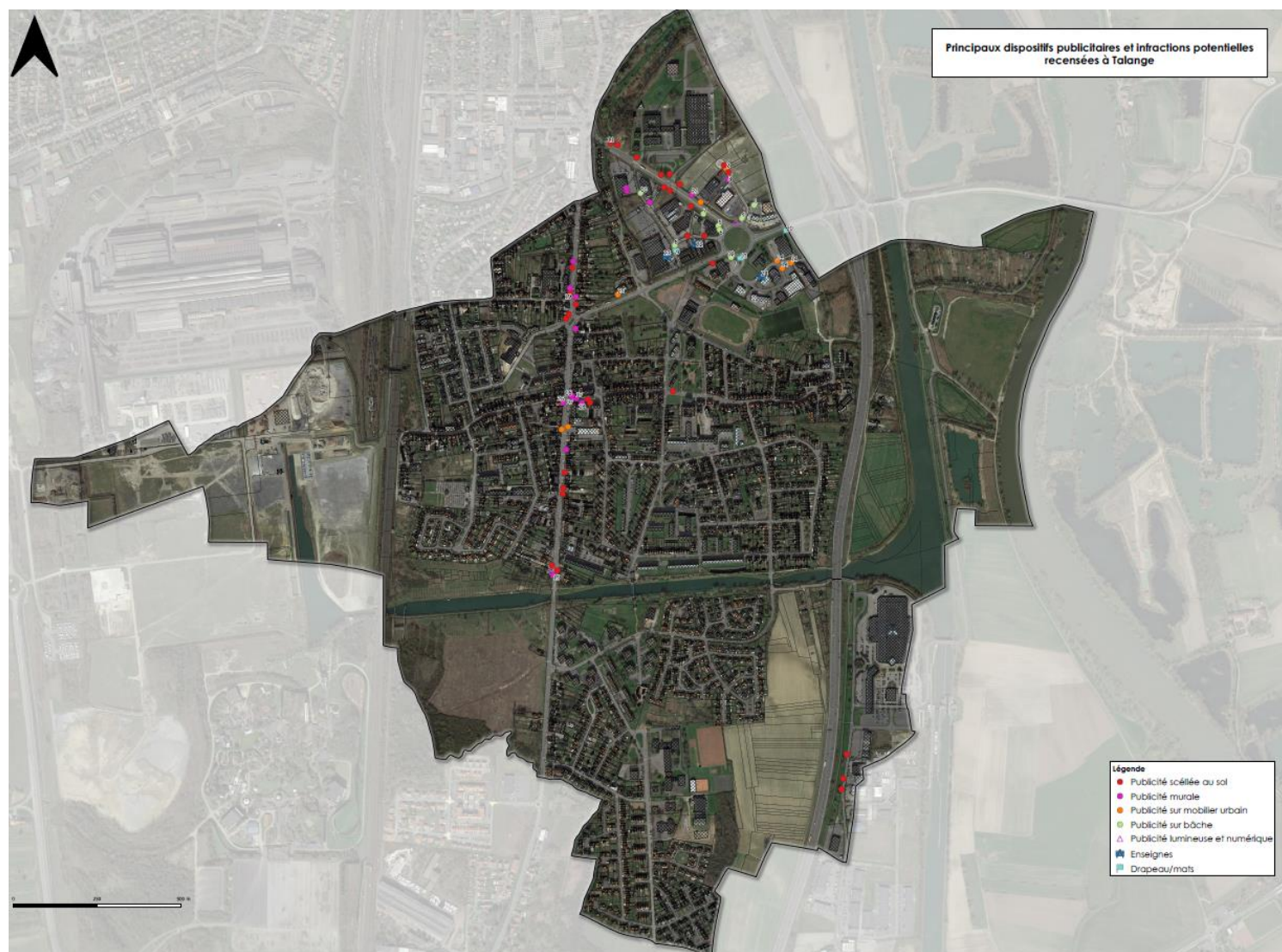


Certains dispositifs scellés au sol ou sur des façades sont également recensés en centre-ville où la concentration d'activités et de commerces est importante. Cela peut conduire à une exagération de l'usage de ces dispositifs et augmenter l'impact visuel de ces derniers où l'on risque de retrouver une densité trop importante de publicité au sol ou murale dans ces quartiers.





Une attention particulière est donc à observer sur la proportion des enseignes par rapport aux façades commerciales qui les accueillent, dans un souci de cohérence et de mise en valeur des bâtiments.

Recensement exhaustif des dispositifs publicitaires et infractions potentielles



Numéro	Photographie	Type	Motif de l'infraction
1		Publicité sur bâche	L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.
2		Publicité sur mobilier urbain	L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les équipements publics concernant la circulation routière.
3		Publicité sur murale	L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.
4		Publicité sur bâche	L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.



<p>5</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.</p>
<p>6</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.</p>
<p>7</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.</p>
<p>8</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.</p>



<p>9</p>		<p>Drapeau/Mas</p>	<p>L'article R581-46 du Code de l'environnement indique que la publicité sur drapeaux ou porte mas est possible uniquement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, ce qui n'est pas le cas ici.</p>
<p>10</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.</p>
<p>11</p>		<p>Publicité scellée au sol</p>	<p>L'article R581-24 du Code de l'environnement indique que les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. Ici la publicité est très dégradée et doit être retirée.</p>


<p>12</p>		<p>Publicité sur bâche</p>	<p>L'article R581-53 du Code de l'environnement interdit la publicité sur bâche dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.</p>
<p>13</p>		<p>Drapeau/Mas</p>	<p>L'article R581-46 du Code de l'environnement indique que la publicité sur drapeaux ou porte mas est possible uniquement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, ce qui n'est pas le cas ici.</p>
<p>14</p>		<p>Publicité sur mobilier urbain</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les équipements publics concernant la circulation routière.</p>

<p>15</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.</p>
<p>16</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés. Ici le mur comprend plusieurs ouvertures qui font chacune plus de 0,50 mètres, la publicité y est donc interdite.</p>
<p>17</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés. Ici le mur comprend plusieurs ouvertures qui font chacune plus de 0,50 mètres, la publicité y est donc interdite.</p>

<p>18</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés. Ici le mur comprend plusieurs ouvertures qui font chacune plus de 0,50 mètres, la publicité y est donc interdite.</p>
<p>19</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.</p>
<p>20</p>		<p>Drapeau/Mas</p>	<p>L'article R581-46 du Code de l'environnement indique que la publicité sur drapeaux ou porte mas est possible uniquement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, ce qui n'est pas le cas ici.</p>

<p>21</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.</p>
<p>22</p>		<p>Enseigne</p>	<p>Selon l'article R581-60 du Code de l'environnement, les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur. Ici l'enseigne dépasse la hauteur du mur du bâtiment.</p>
<p>23</p>		<p>Enseigne</p>	<p>Selon l'article R581-60 du Code de l'environnement, les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur. Ici l'enseigne dépasse la hauteur du mur du bâtiment.</p>

<p>24</p>		<p>Enseigne</p>	<p>Selon l'article R581-60 du Code de l'environnement, les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser les limites de ce mur. Ici l'enseigne dépasse la hauteur du mur du bâtiment.</p>
<p>25</p>		<p>Publicité murale</p>	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les clôtures qui ne sont pas aveugles.</p>

26		Publicité murale	<p>L'article R581-22 du Code de l'environnement interdit les publicités sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètres carrés. Ici le mur comprend plusieurs ouvertures qui font chacune plus de 0,50 mètres, la publicité y est donc interdite.</p>
----	---	------------------	---

Orientations et objectifs du RLP

La commune dispose d'un paysage urbain qualitatif qu'il apparait important de protéger. Ce paysage s'articule autour d'espaces naturels proches ou internes au tissu bâti. Les dispositifs publicitaires sont nombreux et variés au sein du territoire. Réglementer la publicité devient donc un enjeu important pour la préservation du paysage et du cadre de vie.

Le développement des zones d'activité implique la possible recrudescence d'installations publicitaires dans ces secteurs. Etant donné leur proximité visuelle vis-à-vis des principaux axes, ainsi que l'implantation de dispositifs au sein du centre-ville, il est nécessaire d'instaurer dès à présent une réglementation veillant à faciliter leur intégration paysagère, le tout en cohérence avec les objectifs fixés dans le PADD et le PLU.

Le RLP fixe donc les orientations suivantes concernant les dispositifs publicitaires sur la commune :

- Préserver la qualité du cadre de vie sur le territoire communal en adoptant une réglementation locale harmonisant tout dispositif sur la publicité extérieure ;
- Préserver l'image du centre-ville et réduire les nuisances visuelles ;
- Garder une certaine cohérence en matière de densité des dispositifs publicitaires selon la vocation des différents secteurs ;
- Améliorer la qualité des zones commerciales, zone du triangle et zone de la ponte ;
- Définir un zonage publicitaire.

Justification du règlement vis-à-vis des orientations et objectifs

Justification du découpage réglementaire de la commune

Prescriptions supplémentaires au RNP

Application du RNP dans le reste des cas