

**LE GRAND  
BORNAND**



# Rapport de présentation

-----

## Règlement local de publicité

Vu pour être annexé  
à l'arrêté municipal  
ARR2019/393 du  
2 décembre 2019  
Le Maire, André Perrillat Amédé



# Sommaire

Introduction.....	3
1.La commune du Grand-Bornand et la publicité : enjeux du territoire.....	4
1.1. Les enjeux liés aux activités économiques.....	5
1.1.1.Le tourisme, facteur majeur de développement local.....	5
1.1.2.L'agriculture : une activité dynamique dans la commune.....	6
1.2. Les enjeux liés au patrimoine naturel et architectural.....	7
1.2.1.Des sites naturels de grande qualité.....	7
1.2.2.Un patrimoine architectural riche.....	8
1.2.3.Des impacts environnementaux à gérer.....	10
2.Une réglementation actuelle qui n'englobe pas l'ensemble des enjeux identifiés.....	11
2.1. Le règlement local de publicité actuel.....	11
2.1.1.Présentation du RLP de 1999.....	11
2.1.2.Le RLP de 1999 face aux enjeux identifiés pour la commune.....	12
2.1.3.Conformité du RLP de 1999 au RNP.....	13
2.2. Le règlement national de publicité.....	14
3.Le RLP : adaptation aux caractéristiques de la commune.....	16
3.1. Justification des orientations.....	16
3.1.1.Orientation n°1 : Garantir la cohérence globale des enseignes, selon un respect et une identification aux caractéristiques du territoire dans lequel elles s'inscrivent.....	16
3.1.2.Orientation n°2 : Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural bornandin, notamment les chalets traditionnels.....	18
3.1.3.Orientation n°3 : Préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains, agraires, montagnards environnants, y compris dans les domaines skiabiles alpin et nordique, en luttant contre la prolifération des dispositifs publicitaires.....	19
3.1.4.Orientation n°4 : Garantir la cohérence des réglementations en matière de publicité avec les règles d'urbanisme en vigueur.....	20
3.1.5.Orientations n°5 : Adapter le règlement à l'évolution des matériaux, du graphisme et de l'éclairage notamment des enseignes et pré-enseignes.....	20
3.1.6.Conclusions.....	21
3.2. Justification des dispositions particulières.....	21
3.2.1.Bâtiments ou ensembles anciens présentant une grande qualité architecturale.....	21
3.2.2.Place de la Grenette et Place de l'Eglise (zone PEPG).....	22
3.3. Justifications des dispositions réglementaires du projet de RLP.....	22
3.4. Conséquences pour le parc publicitaire de l'entrée en vigueur du projet de RLP.....	28
Conclusion.....	28

## Introduction

La commune du Grand-Bornand dispose d'un règlement local de publicité (RLP) commun avec les communes de La Clusaz et Saint Jean de Sixt depuis le 30 décembre 1999. Suite à la réforme du règlement national de publicité (RNP) en 2012 et à la révision du plan d'organisation des sols (POS) en plan local d'urbanisme (PLU) lancée la même année dans la commune, le conseil municipal a adopté, par délibération du 20 mars 2013, la révision du RLP de manière conjointe au PLU.

Le RLP doit en effet être révisé pour se mettre en conformité avec le nouveau RNP et pour intégrer certaines évolutions apparues depuis son élaboration. Le tourisme étant un moteur primordial de développement local dans la commune, le RLP est de fait un outil majeur permettant de gérer l'attractivité du territoire en conciliant deux de ses vecteurs que sont la communication et le paysage. Le conseil municipal a identifié cinq orientations que le RLP devra prendre en compte :

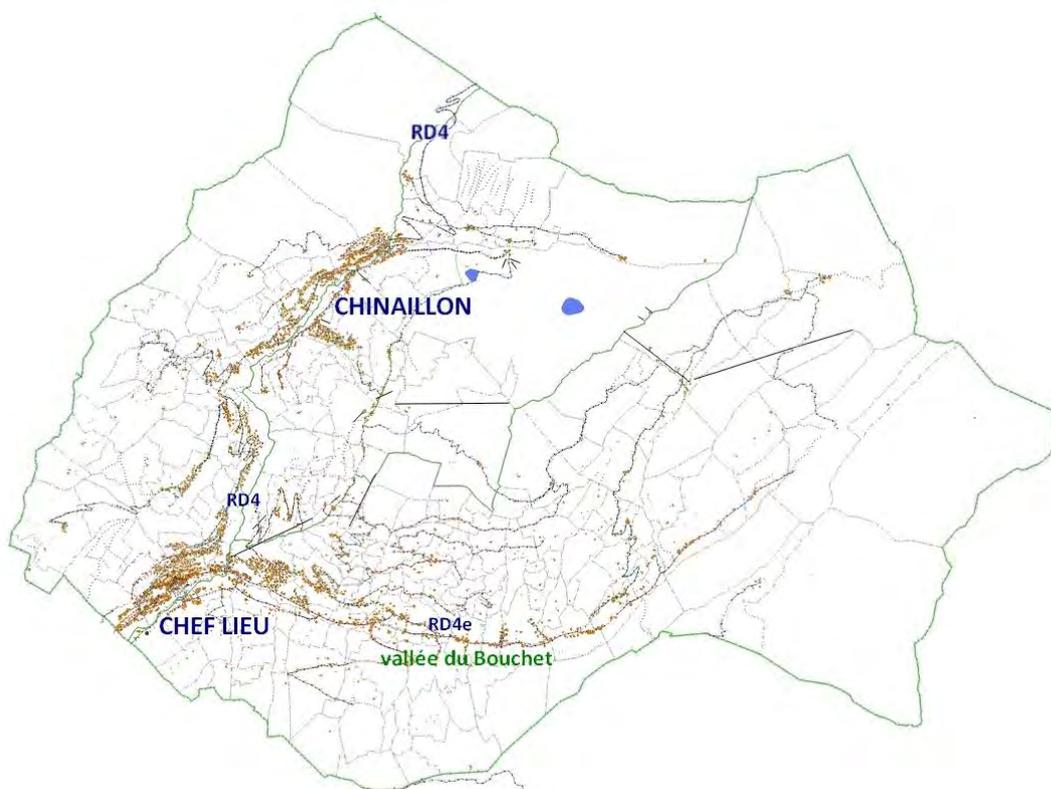
- garantir la cohérence globale des enseignes, selon un respect et une identification aux caractéristiques du territoire dans lequel elles s'inscrivent ;
- protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural bornandin, notamment les chalets traditionnels ;
- préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains, agraires, montagnards environnants, y compris dans les domaines skiabiles alpin et nordique, en luttant contre la prolifération des dispositifs publicitaires ;
- garantir la cohérence des réglementations en matière de publicité avec les règles d'urbanisme en vigueur ;
- adapter le Règlement à l'évolution des matériaux, du graphisme et de l'éclairage notamment des enseignes et pré-enseignes.

Le rapport de présentation s'organise en trois grandes parties. Dans un premier temps, les enjeux du territoire en lien avec la publicité sont mis en évidence. Puis l'adéquation entre ces enjeux et le RLP de 1999 puis le RNP de 2012 est discutée pour aboutir à la justification de la révision du RLP et de son contenu. Les conséquences concrètes de l'adoption du projet de RLP sur le parc publicitaire sont également évaluées.

# 1. La commune du Grand-Bornand et la publicité : enjeux du territoire

La commune du Grand-Bornand compte 2250 habitants (recensement de 2010) et constitue une unité urbaine de moins de 50 000 habitants. Au regard de la publicité, elle est ainsi concernée par le règlement s'appliquant aux communes de moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Traversée par deux axes principaux, la RD4 et la RD4E, la commune s'organise autour de deux vallées : la vallée du Bouchet et la vallée du Chinailon. Le centre Chef-lieu se trouve à l'intersection des deux vallées. Un second centre, Le Chinailon, regroupe avec le chef-lieu, l'essentiel des fonctions urbaines (équipements, commerces, services, habitat). Le reste du territoire s'organise autour de plusieurs hameaux groupés ou linéaires le long de la voirie et d'un habitat de type diffus caractérisé par une localisation liée à l'activité agricole et un nombre important d'annexes et greniers.



La commune ne dispose pas de zone uniquement dédiée aux activités. Si les centres regroupent la grande majorité des services et des commerces (en rez de chaussée des rues principales), ils sont néanmoins compatibles avec les structures d'habitat et d'hébergement. Dans les autres secteurs, activités et habitat se combinent également.

Néanmoins, quelques lieux sont prévus au PLU actuel pour l'accueil d'activités jugées incompatibles avec la fonction d'habitat/hébergement, tels que les zones artisanales. Des zones dédiées à l'accueil d'activités touristiques et hôtelières sont localisées au chef-lieu et au Chinailon.

Le Grand-Bornand est par ailleurs une commune de tradition agropastorale qui dès le début du XXème siècle s'est fortement orientée vers le tourisme, à l'origine essentiellement d'hiver. L'agriculture et le tourisme sont donc des activités majeures, piliers de l'identité de la commune et qui font du Grand-Bornand un village-station de sport d'hiver et d'été doté d'un terroir riche. Elles font partie des enjeux que la publicité doit permettre de valoriser, au même titre que le paysage naturel



## Bilan des enjeux

**Enjeu n°1 : Information des visiteurs sur les activités, commerces et services à leur disposition**

**Enjeu n°2 : Préservation du caractère authentique du village, source d'attractivité**

**Enjeu n°2.1 : Encadrement de l'affichage temporaire**

**Enjeu n°2.2 : Encadrement de la communication sur le domaine skiable**

### 1.1.2. L'agriculture : une activité dynamique dans la commune

Le territoire du Grand-Bornand est fortement marqué par l'activité agricole, tant par l'héritage du passé que par son dynamisme actuel. Le secteur génère environ 9% des emplois de la commune.



Source : Synthèse du diagnostic territorial – Révision générale du PLU du Grand-Bornand

Cette agriculture, de type agro-pastorale, entretient des alpages par le pâturage et produit plusieurs fromages typiques de la région tel le Reblochon. La qualité de ces produits est par ailleurs reconnue par plusieurs signes d'identification de la qualité et de l'origine dont l'AOP Reblochon. Avec le développement des circuits courts et l'importance du tourisme, le Grand-Bornand est donc particulièrement concerné par l'activité de vente directe à la ferme, autorisée à se signaler par des préenseignes dérogatoires.



Source : Commune du Grand-Bornand

Au delà de ces aspects, l'activité agricole entretient la lisibilité, la qualité et le caractère identitaire du paysage communal, avec notamment les alpages et chalets d'alpage, objet de nombreuses promenades touristiques. Ces chalets d'alpage, quand ils sont desservis et viabilisés, sont vecteurs d'attractivité et demandent à être signalés.

### **Bilan des enjeux**

**Enjeu n°3 : Promotion des produits de la ferme et de la vente directe**

**Enjeu n°4 : Préservation de la qualité du paysage agro-pastoral**

**Enjeu n°4.1 : Encadrement de l'affichage dérogatoire**

## ***1.2. Les enjeux liés au patrimoine naturel et architectural***

Le territoire du Grand-Bornand est d'une grande qualité paysagère, notamment grâce à la combinaison de plusieurs atouts :

- la qualité des vues ;
- la topographie qui offre des ambiances variées : fond de vallon, belvédère, sommet, alpage ;
- le dynamisme de l'activité agricole entretenant le paysage et le respect de la trame bocagère ;
- la qualité architecturale du bâti ancien et la silhouette emblématique du village, du vieux village du Chinaillon et de plusieurs hameaux (Les Bouts, Col des Annes).

### **1.2.1. Des sites naturels de grande qualité**

La qualité du patrimoine naturel résulte tant de l'équilibre entre les différentes activités qui façonnent et entretiennent le paysage que de la présence de sites remarquables. Cette qualité est reconnue par de nombreuses zones de protections et d'inventaires :

#### Protections réglementaires

- Sites inscrits : Montagne et Lac de Lessy
- Arrêté préfectoral de protection de biotope : Marais de La Cour



Lac de Lessy

Source : Site legrandbornand.com

### Engagements européens

- Natura 2000 (directive Habitats faune-flore et Oiseaux) : Massif des Aravis et Massif du Bargy

### Inventaire du patrimoine naturel et paysager

- Zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique :  
de type 1 : Montagne de Lachat, des Auges – Le Sappey, Chaîne Bargy, Jallouvre incluant les lacs de Lessy et Bénit, Chaîne des Aravis  
de type 2 : Centre du massif des Bornes, Bargy, Chaîne des Aravis

- Unités paysagères :

Paysages ruraux patrimoniaux : Pays de Thônes, La Clusaz, Le Grand-Bornand et massif des Aravis

Paysages naturels : Versant est des Aravis

Des réservoirs complémentaires de biodiversité s'ajoutent à ces périmètres : boisements de versant, cours d'eau (le Borne et ses affluents, le torrent du Chinaillon et de La Duche), zones humides, prairies agricoles.

Ces sites présentent des contraintes réglementaires plus ou moins fortes selon leur nature, notamment en terme d'encadrement des activités, qui doivent permettre de préserver la biodiversité de ces milieux, offrant par ailleurs des vues remarquables vers le grand paysage.



Source : Synthèse du diagnostic territorial – Révision générale du PLU du Grand-Bornand

Plus globalement, les parcours automobiles, pédestres et VTT de la commune proposent plusieurs séquences d'ouverture vers le grand paysage de qualité et vectrices d'attractivité.

### **Bilan des enjeux**

**Enjeu n°5 : Préservation de la qualité des paysages naturels**

## **1.2.2. Un patrimoine architectural riche**

Le patrimoine architectural du Grand-Bornand est constitué de :

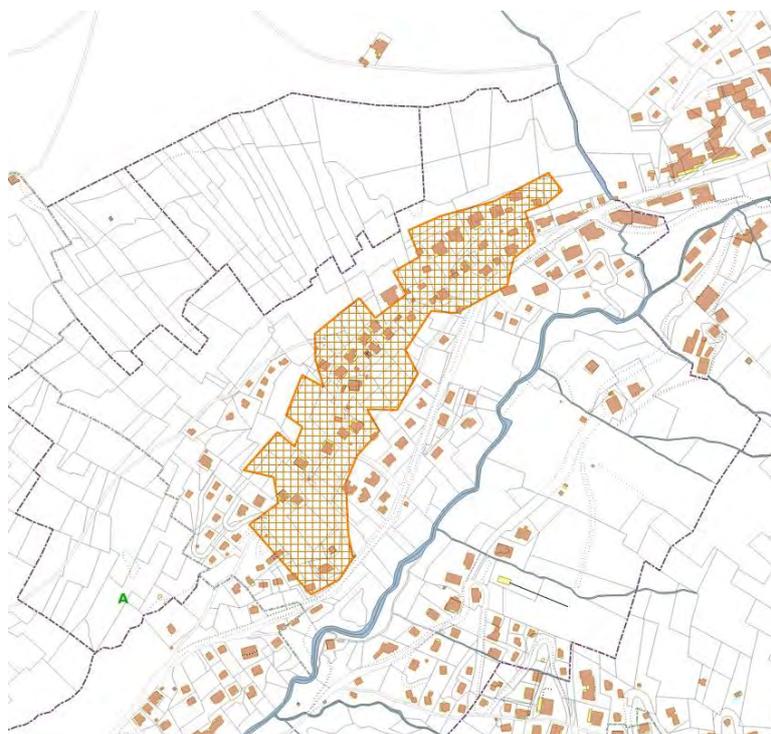
- sites inscrits : Hameau du Chinaillon, Les trésors du hameau de Bois-Bercher, Chalet à l'entrée du hameau de Villavit, grenier au Nord-Est du chalet, chalets à proximité de l'oratoire du Clos du Pin et pré sur lequel se trouve cet oratoire

- monuments historiques classés : Croix de chemin « Hameau de Lormay »
- monuments historiques inscrits : Ferme du patrimoine bornandin (ferme, grenier, parcelle, chemin d'accès sis lieu-dit Envers de Villeneuve)



Source : CAUE Haute-Savoie

Le bâti ancien est également porteur de spécificités architecturales avec des éléments comme les linteaux, solarets, coches, garde-corps de balcon, bardage d'angle, héritage d'un savoir-faire local traditionnel. Ce bâti ancien, comme les sites ou monuments inscrits ou classés, participent à l'identité de la commune du Grand-Bornand et à son attractivité.



Le site inscrit du Vieux Village du Chinailon Source : Commune du Grand Bornand

### **Bilan des enjeux**

**Enjeu n°6 : Préservation de la qualité du patrimoine architectural : sites et monuments classés ou inscrits, bâti ancien**

### **1.2.3. Des impacts environnementaux à gérer**

Les dispositifs d'affichage sont concernés par l'enjeu du développement durable, tant par la durabilité et l'impact environnemental des matériaux les composant que par la consommation énergétique des dispositifs d'éclairage quand ils existent. Il s'agit notamment de suivre les évolutions techniques dans ce domaine.

### **Bilan des enjeux**

**Enjeu n°7 : Réduction de l'impact environnemental des dispositifs d'affichage**

## 2. Une réglementation actuelle qui n'englobe pas l'ensemble des enjeux identifiés

### 2.1. Le règlement local de publicité actuel

#### 2.1.1. Présentation du RLP de 1999

Les principales dispositions du règlement local de publicité actuellement en vigueur et commun aux communes de La Clusaz et Saint Jean de Sixt sont présentées ci-dessous :

	<b>RLP de 1999</b>
<b>Dispositions générales</b>	aménagement des dispositifs d'affichage dans un souci d'esthétique général
<b>Règles applicables aux publicités</b>	publicité lumineuse interdite, affichage de publicité limitée au mobilier urbain (surface < 2m <sup>2</sup> ), aux palissades de chantier (2 par chantiers, 1 par linéaire de palissade, surface < 4m <sup>2</sup> ), parasols et stores (unité de fond et de message)
<b>Règles applicables aux enseignes</b>	<p><u>type</u> : interdiction des enseignes clignotantes ou animées (hors pharmacie), interdiction des enseignes publicitaires</p> <p><u>localisation</u> : autorisées en rez de chaussée ou à l'étage du commerce dans une limite d'1m au dessus du plafond (dérogation possible sous conditions), interdites sur les toitures, enseignes perpendiculaires interdites devant fenêtre ou balcon ou sur toiture</p> <p><u>densité</u> : 4 par établissement et 2 par façade et entité commerciale dont 1 enseigne perpendiculaire au mur maximum et 1 enseigne scellée au sol par immeuble</p> <p><u>format</u> : taille du support pour les enseignes à plat avec une saillie &lt; 25cm, 1m<sup>2</sup> pour les enseignes perpendiculaires, hauteur limitée à 3m pour les enseignes scellées au sol</p> <p><u>esthétique</u> : privilégier les lettres découpées, le matériau bois, les couleurs pastel, l'éclairage par projection ou transparence, interdiction fond plexiglass éclairé par transparence, hauteur des lettres limitée à 0,5m +50% pour lettres logo (dérogation possible sous conditions)</p> <p>enseigne temporaire signalant des travaux publics et opérations immobilières &gt; 3 mois : 1 dispositif double face de 6m<sup>2</sup> sur le terrain de l'opération</p> <p>enseigne pour location saisonnière ou vente de produits du terroir : 1 par immeuble, &lt; 1m<sup>2</sup>, en bois ou aspect bois, interdite sur les palines de balcon</p> <p>domaine skiable : enseigne scellée au sol interdite</p>

<b>Règles applicables aux pré-enseignes</b>	interdites dans l'agglomération sauf sur mobilier urbain
---	--

L'ensemble de ces dispositions relève d'une démarche qualitative déjà bien affirmée. Il illustre une volonté politique de freiner la prolifération des dispositifs d'affichage, associée à un souci d'intégration paysagère avec plusieurs prescriptions de type esthétique. L'application de cette réglementation pionnière d'initiative locale depuis bientôt vingt ans a permis d'aboutir à une situation constatée comme étant relativement bonne sur le territoire.

### 2.1.2. Le RLP de 1999 face aux enjeux identifiés pour la commune

Le tableau ci-dessous détaille la prise en compte par le RLP de 1999 des enjeux identifiés pour la commune du Grand-Bornand.

<b>Enjeu identifié (enjeu n°.. = E..)</b>	<b>Prise en compte dans le RLP</b>	<b>Limites</b>
E1 : Informer les visiteurs	oui	/
E2 : Préserver le caractère authentique du village	oui	Les prescriptions esthétiques n'ont pas de caractère obligatoire
E2.1 : Encadrer l'affichage temporaire	oui	Certains types d'affichage temporaire ne sont pas encadrés
E2.2 : Encadrer la communication sur le domaine skiable	oui	/
E3 : Promouvoir les produits de la ferme et la vente directe	non	Pré-enseignes interdites hors mobilier urbain. Or la plupart des fermes sont en retrait des axes principaux.
E4 : Préserver la qualité du paysage agro-pastoral	oui	Pas de prescriptions particulières pour les chalets d'alpage anciens
E4.1 : Encadrer l'affichage dérogatoire	/	/
E5 : Préserver la qualité des paysages naturels	oui	/
E6 : Préserver la qualité du patrimoine architectural	oui	Pas de prescriptions particulières pour le bâti ancien
E7 : Réduire l'impact environnemental des dispositifs publicitaires	non	Pas de prescriptions quant à l'efficacité environnementale des dispositifs publicitaires

Le RLP actuel permet de prendre en compte quatre des sept enjeux identifiés sur la commune, avec les limites suivantes :

- le caractère facultatif des prescriptions d'ordre esthétique ne permet pas de garantir l'harmonisation des enseignes, notamment dans les lieux où elles se concentrent (Chef-lieu, centre Chinailon), avec un impact visuel nuisant à l'image authentique du village ;

- la préservation de certaines composantes emblématiques du paysage tels le bâti ancien n'est pas prévue par le RLP ;
- l'affichage temporaire n'est pas encadré (format, densité, esthétique) pour tout autre type d'activité que les travaux public ou opérations immobilières de plus de 3 mois. Or, étant donné son caractère touristique, le territoire est particulièrement concerné par la prolifération et l'impact visuel de l'affichage temporaire, en lien avec les événements faisant vivre la commune.

La promotion des produits de la ferme et de la vente directe, activité économique majeure dans la commune, est un enjeu non couvert par le RLP. Le règlement ne permet pas de signaler efficacement ces activités souvent en retrait des axes principaux.

De même, l'efficience environnementale des dispositifs publicitaires n'est pas encadrée.

### 2.1.3. Conformité du RLP de 1999 au RNP

Un nouveau règlement national de publicité est entré en vigueur en 2012, règlement auquel le RLP de 1999 doit être conforme. Une étude comparative des deux réglementations permet de relever les dispositions non conformes au RNP.

Dispositions non conformes au RNP	Explication
La publicité est autorisée sur les parasols et stores, sous réserve d'une unité de fond et de message	Les publicités scellées au sol sont interdites dans les communes de moins de 10 000 habitants
La densité des enseignes est limitée à 4 par établissement et 2 par façade et entité commerciale	Les termes sont imprécis, notamment la notion d'établissement à remplacer par activité
Les enseignes temporaires de plus de 3 mois sont uniquement admises sur un support double face	Il n'y a pas lieu d'admettre les enseignes temporaires uniquement sur des supports double face
La surface des enseignes à plat est limitée à la surface du mur support	La surface des enseignes à plat ne doit pas dépasser 15% de la surface de la façade support, 25% si la façade est inférieure à 25m <sup>2</sup>

La comparaison des deux réglementations met également en évidence les dispositions de l'actuel RLP qui sont plus restrictives que celles du RNP :

#### Restrictions liées à la densité et à l'emprise des dispositifs

- la densité de la publicité sur les chantiers est limitée à 2 dispositifs dont 1 maximum par linéaire de palissade
- les enseignes en toiture sont interdites
- les enseignes publicitaires sont interdites
- la surface des enseignes perpendiculaires est limitée à 1m<sup>2</sup>
- la hauteur des enseignes scellées au sol est limitée à 3m
- la surface des enseignes temporaires de plus de 3 mois est limitée à 6m<sup>2</sup>

#### Restrictions de type esthétique

- les fonds plexiglass éclairés par transparence sont interdits
- les fonds en matériau bois ou de couleur pastel sont préconisés

## Conclusion

L'application du RLP de 1999 a abouti à une situation plutôt bonne sur le territoire. Cette efficacité traduit la pertinence d'un positionnement qualitatif pionnier, au delà de la lutte contre la prolifération des dispositifs publicitaires. D'ailleurs, le RLP de 1999 est globalement plus restrictif que le RNP de 2012. Néanmoins, cette réglementation doit être révisée car certaines de ses dispositions ne sont plus conformes au regard du RNP, de nouveaux types de dispositifs sont apparus et elle n'offre plus une réponse suffisamment élaborée à l'ensemble des enjeux identifiés sur la commune, notamment en terme d'harmonie et d'intégration paysagère.

### 2.2. *Le règlement national de publicité*

Le tableau ci-dessous détaille la prise en compte par le RNP des enjeux identifiés pour la commune du Grand-Bornand.

<b>Enjeu identifié (enjeu n°.. = E..)</b>	<b>Prise en compte dans le RNP</b>	<b>Limites</b>
E1 : Informer les visiteurs	oui	/
E2 : Préserver le caractère authentique du village	oui	Pas de prescriptions d'ordre esthétique
E2.1 : Encadrer l'affichage temporaire	oui	/ (le nombre et le format sont réglementés)
E2.2 : Encadrer la communication sur le domaine skiable	non	Pas de prescriptions
E3 : Promouvoir les produits de la ferme et la vente directe	oui	/
E4 : Préserver la qualité du paysage agro-pastoral	non	Pas de prescriptions
E4.1 : Encadrer l'affichage dérogatoire		Pas de dispositions pour le format des dispositifs
E5 : Préserver la qualité des paysages naturels	oui	/
E6 : Préserver la qualité du patrimoine architectural	oui	Pas de prescriptions particulières pour le bâti ancien local
E7 : Réduire l'impact environnemental des dispositifs publicitaires	non	Pas de prescriptions quant à l'efficacité environnementale des dispositifs publicitaires

Le règlement national de publicité répond aux enjeux liés aux besoins en communication des différents acteurs du territoire (vente directe, événementiel, affichage temporaire). Il permet également de préserver les sites et monuments majeurs. Il ne permet par contre pas, du fait du caractère général de ses dispositions, de préserver certaines spécificités du Grand-Bornand : le

caractère authentique d'un village de montagne touristique, le domaine skiable, le bâti ancien, en lien avec le paysage agro-pastoral pour les chalets d'alpage. Il en est de même de l'efficacité environnementale des dispositifs d'affichage.

La révision de l'actuel RLP est ainsi justifiée par :

- la non conformité de certaines dispositions du RLP de 1999 avec le nouveau RNP ;
- la nécessité de prendre en compte des spécificités que le RNP n'englobe pas ;
- les limites du RLP de 1999. La non conformité du RLP de 1999 avec le RNP offre ainsi une opportunité d'ajuster les dispositions aux évolutions survenues depuis 20 ans et de poursuivre l'effort en faveur de la qualité des dispositifs.

### **3. Le RLP : adaptation aux caractéristiques de la commune**

Pour rappel, la révision du RLP du Grand-Bornand résulte de plusieurs évènements :

- l'entrée en vigueur de la loi ENE impose aux communes disposant d'un RLP de les transformer en RLP 2G avant le 20 juillet 2020, auquel cas il deviendra caduque ;
- les limites du RLP 1999, qui s'il s'est révélé être un outil efficace, n'est aujourd'hui plus conforme au RNP de 2012 et ne permet pas de couvrir l'ensemble des enjeux de valorisation et préservation du patrimoine naturel et architectural de la commune du Grand-Bornand ;
- le lancement de la révision du POS en PLU le 16 mai 2012.

Par délibération du 20 mars 2013, le conseil municipal a adopté la révision du RLP du Grand-Bornand pour la mener conjointement au PLU. Il a défini cinq orientations :

- garantir la cohérence globale des enseignes, selon un respect et une identification aux caractéristiques du territoire dans lequel elles s'inscrivent
- protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural bornandin, notamment les chalets traditionnels
- préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains, agraires, montagnards environnants, y compris dans les domaines skiabiles alpin et nordique, en luttant contre la prolifération des dispositifs publicitaires
- garantir la cohérence des réglementations en matière de publicité avec les règles d'urbanisme en vigueur
- adapter le Règlement à l'évolution des matériaux, du graphisme et de l'éclairage notamment des enseignes et pré-enseignes

Ces orientations s'inscrivent en cohérence et dans la continuité des dispositions de l'actuelle réglementation locale. Elles correspondent au souhait de la commune de maintenir une activité commerciale dynamique tout en préservant son patrimoine naturel et architectural et son caractère de village authentique car le tourisme est le principal vecteur de développement local. Le RLP représente ainsi un outil majeur à disposition de la commune pour encadrer la publicité et de fait réduire son impact paysager et renforcer son efficacité.

#### ***3.1. Justification des orientations***

##### **3.1.1. Orientation n°1 : Garantir la cohérence globale des enseignes, selon un respect et une identification aux caractéristiques du territoire dans lequel elles s'inscrivent**

L'actuel RLP propose des dispositions encadrant l'esthétique des enseignes. Si elles en ont considérablement orienté la qualité, elles n'ont pas permis, du fait du manque de précision de certains contenus, d'atteindre un niveau jugé satisfaisant pour un territoire dont l'identité s'appuie en grande

partie sur son architecture (matériaux bois et minéral, bâtiment ancien). Certaines enseignes, tant par les matériaux, les couleurs, l'éclairage continu de générer un manque de cohérence visuelle portant préjudice à l'image du village. L'agressivité visuelle de certains dispositifs lumineux ou présentant des couleurs particulièrement vives ou fluorescentes contribue par ailleurs à banaliser ou occulter certains éléments architecturaux d'intérêt.



Source : Commune du Grand-Bornand

Afin de limiter ces impacts négatifs pour l'image d'authenticité de la commune et poursuivre l'inscription de l'aménagement du territoire dans une approche qualitative, un ensemble de prescriptions esthétiques prévu dans le projet de RLP assure une cohérence globale, une harmonie entre les enseignes. Cette cohérence s'entend entre supports, avec le bâtiment et en lien avec l'identité du territoire. Ces prescriptions concourent à :

- objectif n°1 (commun à l'orientation n°5) : harmonisation et intégration des dispositifs d'affichage. Il s'agit notamment de déterminer un panel de matériaux utilisables (aspect bois ou métal), adaptés aux façades souvent de type bois et minéral, de préconiser l'utilisation de système d'éclairage non apparent, d'éviter la surimposition de fond bois.
- objectif n°2 : limitation de l'agressivité visuelle, ici en encadrant l'utilisation des couleurs pour que le rendu visuel ne soit pas trop détonant, que ce soit pour une enseigne ou un ensemble d'enseignes du champ de vision.

La recherche de cette intégration et harmonie paysagère s'inscrit dans la continuité des dispositions prévues par l'actuel RLP : les préconisations de l'actuel RLP deviennent des obligations et des précisions sont ajoutées.

Cette orientation concourt à la réalisation des enjeux suivants :

Enjeu pris en compte	Explication
E1 : Information des visiteurs	Prescriptions de type esthétique sans impact sur la possibilité d'informer
E2 : Préservation du caractère authentique du village	Limitation de l'impact visuel en recherchant une meilleure intégration des enseignes dans le paysage et une plus grande harmonie entre dispositifs
E6 : Préservation de la qualité du patrimoine architectural	Choix de matériaux en harmonie avec le bâti ancien

### 3.1.2. Orientation n°2 : Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural bornandin, notamment les chalets traditionnels

Le PLU distingue les éléments du patrimoine présentant des spécificités architecturales de grande qualité : les sites inscrits, les monuments historiques classés ou inscrits, les chalets d'alpage et le bâti ancien (en bois et construit avant 1950). Les prescriptions générales applicables aux enseignes et pré-enseignes ne permettent pas de garantir la valorisation des spécificités architecturales présentes sur ces bâtiments, notamment sur le bâti ancien. La commune souhaite donc adopter une réglementation plus exigeante pour que ces détails architecturaux spécifiques soit visibles et cohérents (objectif n°3), participant ainsi à la promotion du patrimoine, à la préservation du caractère identitaire de la commune et à l'attractivité du territoire.



Source : Commune du Grand-Bornand

Dans le respect des prescriptions du Règlement National de Publicité, la commune du Grand-Bornand autorise la présence de pré-enseignes à moins de 100 mètres et dans le champ de vision d'un site ou monument classé ou inscrit, pour optimiser le signalement de ces lieux car la valorisation du patrimoine architectural passe également par la fréquentation des sites et monuments et donc par l'efficacité de leur signalement (objectif n°4 commun à l'orientation n°3).

Enjeu pris en compte	Explication
E1 : Information des visiteurs	Prescriptions de type esthétique sans impact sur la possibilité d'informer
E4.1 : Encadrement de l'affichage dérogatoire	Pertinence de l'affichage dérogatoire pour signaler un site ou monument classé ou inscrit
E6 : Préservation de la qualité du patrimoine architectural	Valorisation des détails architecturaux

### 3.1.3. Orientation n°3 : Préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains, agraires, montagnards environnants, y compris dans les domaines skiabls alpin et nordique, en luttant contre la prolifération des

## dispositifs publicitaires

Cette orientation vise à poursuivre les efforts entrepris avec le RLP de 1999 ayant abouti à une situation relativement saine sur le territoire pour ce qui concerne la prolifération des dispositifs publicitaires. Elle se justifie surtout par le souhait de la commune de préserver les séquences d'ouverture vers le grand paysage présentes le long des parcours du Grand-Bornand (pédestre, automobile, VTT, ski). Ces séquences participent en effet à la qualité du cadre de vie des habitants et à l'attractivité du territoire.

Etant donné le caractère touristique et agricole de la commune, une attention particulière doit également être portée à l'affichage temporaire et dérogatoire pour limiter leur impact paysager.

Concrètement, il s'agit d'encadrer la densité et l'emprise des dispositifs d'affichage et d'en améliorer l'efficacité.

- Objectif n°5 : limitation du nombre de dispositifs possible par le plafonnement de la densité et l'interdiction de certains types. Cet objectif vise principalement à supprimer toute publicité en dehors du mobilier urbain et à supprimer les enseignes perpendiculaires des places piétonnes.
- Objectif n°6 : limitation de l'emprise des dispositifs en encadrant les formats et l'éclairage. Un dispositif plus petit et non éclairé conserve sa fonction de communication avec un impact moindre sur le cadre de vie. Indirectement, cet objectif concourt également à limiter l'impact environnemental des dispositifs d'affichage en consommant moins d'énergie du fait de l'absence d'éclairage.
- Objectif n°4 (commun à l'orientation n°2) : optimisation de l'efficacité des dispositifs d'affichage grâce à une localisation pertinente.

Enjeu pris en compte	Explication
E1 : Information des visiteurs	La possibilité d'informer est réduite mais réelle
E2 : Préservation du caractère authentique du village	Limitation de l'impact visuel en réduisant la densité et l'emprise des dispositifs d'affichage
E2.1 : Encadrement de l'affichage temporaire	Limitation de l'impact visuel en réduisant la densité et l'emprise des dispositifs d'affichage
E2.2 : Encadrement de la communication sur le domaine skiable	Limitation de l'impact visuel en réduisant la densité et l'emprise des dispositifs d'affichage
E4 : Préservation de la qualité du paysage agropastoral	Limitation de l'impact visuel en réduisant l'emprise des dispositifs d'affichage
E4.1 : Encadrement de l'affichage dérogatoire	Respect de la réglementation nationale
E5 : Préserver la qualité des paysages naturels	Limitation de l'impact visuel en réduisant l'emprise des dispositifs d'affichage
E7 : Réduction de l'impact environnemental des dispositifs publicitaires	Réduction de la consommation énergétique en limitant certains types de dispositifs d'affichage

### 3.1.4. Orientation n°4 : Garantir la cohérence des réglementations en matière de

## publicité avec les règles d'urbanisme en vigueur

Les règles d'urbanisme en vigueur dans la commune pour l'architecture sont exigeantes. Elles encadrent par exemple la proportion des bâtiments, la nature des matériaux, afin de garantir la bonne intégration des constructions dans leur environnement. Les dispositions du RLP doivent s'élaborer en cohérence avec ces règles d'urbanisme exigeantes et ainsi les compléter pour permettre davantage d'harmonie paysagère et de préservation des spécificités du territoire.

### 3.1.5. Orientations n°5 : Adapter le règlement à l'évolution des matériaux, du graphisme et de l'éclairage notamment des enseignes et pré-enseignes

Les innovations techniques relatives aux matériaux, graphisme et éclairage offrent de nouvelles possibilités en terme d'affichage (éclairage non apparent, autocollant). Elles participent à une meilleure intégration paysagère des dispositifs d'affichage. La commune souhaite intégrer ces nouvelles possibilités pour concourir à la réalisation des autres orientations, tout en insufflant de la modernité dans ces dispositifs d'affichage.

Elles permettent également de limiter leur impact environnemental en proposant des matériaux davantage durables et recyclables, ainsi que des dispositifs d'éclairage moins énergivores.



Source : Commune du Grand-Bornand

Sur la photo ci dessus, l'enseigne est éclairé par un dispositif de type halogène. Ce dispositif est assez fréquent sur le territoire communal étant couramment appliqué depuis la mise en œuvre du règlement local de publicité de 1999. Or il est énergivore, et présente un réel impact visuel (augmente l'emprise de l'enseigne). Dans le projet de RLP, ce type de dispositif n'est plus autorisé.

Enjeu pris en compte	Explication
E1 : Information des visiteurs	Prescriptions de type esthétique et qualitatif sans impact quantitatif sur la possibilité d'informer
E2 : Préservation du caractère authentique du village	Limitation de l'impact visuel en recherchant une meilleure intégration des enseignes dans le paysage

### 3.1.6. Conclusions

Les enjeux du territoire liés à la publicité ont permis de définir des orientations et objectifs y

répondant, dans le but de produire un RLP approprié aux spécificités de la commune du Grand-Bornand. Ces orientations se déclinent en six objectifs :

- Objectif n°1 : Harmonisation et intégration paysagère des dispositifs d'affichage
- Objectif n°2 : Limitation de l'agressivité visuelle
- Objectif n°3 : Valorisation des spécificités architecturales bornandines
- Objectif n°4 : Optimisation de l'efficacité des dispositifs d'affichage
- Objectif n°5 : Limitation du nombre de dispositifs d'affichage possible
- Objectif n°6 : Limitation de l'emprise des dispositifs d'affichage

L'enjeu de promotion des produits locaux et de vente directe n'est pas explicitement cité dans les orientations mais le RLP est conçu de façon à concilier le besoin en communication des activités économiques et la préservation du cadre de vie, ces deux facteurs servant l'attractivité du territoire et donc le dynamisme des activités qui s'y développent.

A travers ces orientations, le projet de RLP s'inscrit en cohérence et dans le prolongement de l'actuel RLP en maintenant des dispositions permettant de lutter contre la prolifération des dispositifs d'affichage et en renforçant l'encadrement esthétique des enseignes et pré-enseignes.

### ***3.2. Justification des dispositions particulières***

Le projet de RLP ne prévoit pas la création de zones avec une réglementation particulière. La commune a souhaité appliquer la même réglementation sur l'ensemble de son territoire pour une bonne homogénéisation de l'affichage extérieur. Elle n'a pas jugé judicieux d'instaurer un zonage spécifique sur des secteurs touristiques ou commerciaux. Seules des dispositions particulières sur les bâtiments de grande qualité architecturale et sur des places à vocation piétonnière sont prévues.

#### **3.2.1. Bâtiments ou ensembles anciens présentant une grande qualité architecturale**

Le PLU permet l'identification de ces bâtiments ou ensembles anciens présentant une grande qualité architecturale. Afin de préserver ces spécificités, au cœur de l'identité du territoire, la commune a pris des dispositions supplémentaires pour ce type de bâti :

- surimposition de fond bois interdite. Un fond bois sur bois surcharge la façade, souvent pour un résultat visuel peu qualitatif quand les tonalités entre les deux fonds bois ne s'accordent pas. Il est préférable de poser directement les lettres sur la façade, dans un souci d'aération mais également de plus grande visibilité du bâti.
- visibilité et respect de l'unité de style des détails architecturaux. Aucun dispositif d'affichage ne doit occulter ces éléments qui font le caractère et l'authenticité du bâti bornandin.

L'interdiction de surimposition de fond bois n'a pas été imposée que pour les bâtiments présentant une grande qualité architecturale. Si elle est fortement recommandée pour les autres bâtiments, la commune a souhaité laissé une marge de manœuvre pour les cas ne présentant pas de forts enjeux architecturaux.

Les bâtiments présentant une grande qualité architecturale sont identifiés par l'intermédiaire du plan local d'urbanisme auquel le règlement local de publicité est annexé.

### 3.2.2. Place de la Grenette et Place de l'Eglise (zone PEPG)

Le PLU prévoit un projet de contournement du centre chef-lieu qui aura pour conséquence de transformer les places de la Grenette et de l'Eglise en une zone à vocation exclusivement piétonne. Les enseignes perpendiculaires au mur étant essentiellement pertinentes dans le cadre d'un flux de véhicules, car facilement observables en roulant, la commune a décidé de les interdire sur ces deux places, ce qui permettra également d'aérer l'espace et d'améliorer la qualité visuelle sur cette zone centrale.



Source : Commune du Grand-Bornand

### 3.3. *Justifications des dispositions réglementaires du projet de RLP*

Le tableau ci-dessous présente les dispositions réglementaires prévues dans le projet de RLP du Grand-Bornand. Afin de les justifier, une correspondance est faite entre ces dispositions et les objectifs et orientations précédemment détaillés. Une comparaison des prescriptions du projet de RLP avec celle de l'actuelle réglementation locale et celles du RNP est également proposée.

Orientation	Objectif	Type de publicité	Dispositions locales	Critères	Comparaison RLP 1999	Comparaison RNP 2012
OR1 : garantir la cohérence globale des enseignes, selon un respect et une identification aux caractéristiques du territoire dans lequel elles s'inscrivent	OB1 : harmonisation et intégration paysagère	Enseignes et pré-enseignes	emploi obligatoire de matériaux d'aspect bois ou métal (interdiction des fonds en aspect plastique)	Esthétique	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
			interdiction de surimposition de fond bois sur bois en zone PEPG et fortement déconseillée sur une façade avec une grande qualité architecturale	Esthétique	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
			utilisation du bois ou matériaux de teinte RAL gris sablé pour les poteaux/montants	Esthétique	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
			vérification de l'harmonie d'un nouveau dispositif d'affichage avec les dispositifs conformes pré-existants	Esthétique	Conforme à l'actuel RLP	
	OB2 : limitation de l'agressivité visuelle	Enseignes et pré-enseignes	interdiction des couleurs vives, agressives, fluorescentes	Esthétique	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
OR2: protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural bornandin, notamment les chalets traditionnels	OB3 : valorisation des spécificités architecturales bornandines	Enseignes sur bâti ancien	obligation de visibilité des détails architecturaux et de respect de l'unité de style	Esthétique	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
	OB4 : optimisation de l'efficacité des dispositifs d'affichage	Pré-enseignes dérogatoires	autorisation de 2 pré-enseignes à moins de 100m d'un monument inscrit ou classé	Densité	Moins restrictif que l'actuel RLP	Conforme au RNP (possibilité de déroger)
OR3 : Préserver les perspectives paysagères sur les espaces urbains, agraires,	OB5: limitation du nombre de dispositifs d'affichage possible	Publicité	interdite (y compris sur le domaine skiable), à l'exception d'un dispositif sur mobilier urbain	Lieu/support d'implantation	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
		Enseignes	enseignes à faisceau de rayonnement laser interdites	Type de dispositifs	Plus restrictif que l'actuel RLP	Plus restrictif que le RNP
			enseignes clignotantes interdites (à l'exception pharmacie ou service d'urgences)	Types de dispositifs	Conforme à l'actuel RLP	Conforme au RNP

montagnards environnants, y compris dans les domaines skiables alpin et nordique, en luttant contre la prolifération des dispositifs publicitaires		interdites sur toitures, terrasses en tenant lieu, terrasses, marquise, avancée de toit, toiture secondaire, clôtures (sauf activités en lien direct avec le domaine skiable)	Lieu/support d'implantation	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
		enseignes perpendiculaires au mur également interdites devant fenêtre, balcon, balconnet, baie, garde-corps ou barre d'appui d'une fenêtre/balcon/balconnet/baie et interdites en zone PEPG	Lieu/support d'implantation	<b>Conforme à l'actuel RLP (avec précisions)</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
		4 par activité dont 1 maximum sur store et 1 porte menu	Densité	<b>Conforme à l'actuel RLP (avec précisions)</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
		2 par façade commerciale dont 1 maximum pour enseigne perpendiculaire au mur	Densité	<b>Conforme à l'actuel RLP (avec précisions)</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
		scellées au sol : 1 de surface unitaire <1m2 et 1 de surface unitaire >1m2	Densité	<b>Moins restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
	Pré-enseignes	interdites à l'exception des pré-enseignes temporaires et dérogatoires	Types de dispositifs	<b>Moins restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Conforme au RNP</b>	
		temporaires : 4 pour opérations culturelles ou touristiques et 2 pour les autres opérations	Densité		<b>Plus restrictif que le RNP</b>	
		dérogatoires : 4 pour le signalement d'un monument historique inscrit ou classé et 2 pour les autres activités	Densité	Non pris en compte	<b>Conforme au RNP</b>	
	OB6 : limitation de l'emprise des dispositifs d'affichage	Publicité	surface unitaire de 2m2 par tranche de 4,5m2 limitation de la saillie à 0,25m	Format	<b>Conforme à l'actuel RLP</b>	<b>Conforme au RNP</b>
		Enseignes	sur façade : 15% maximum de la surface de la façade commerciale et 60% de la surface du bandeau d'un auvent/store + saillie limitée à 0,2m	Format	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>
perpendiculaires au mur : épaisseur de la tranche limitée à 0,1m et 0,15m double face ; surface unitaire			Format	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>	

			limitée à 1m <sup>2</sup> , hauteur maximum 1m			
			scellées au sol >1m <sup>2</sup> / $<1m^2$ : surface unitaire limitée à 3m <sup>2</sup> /1m <sup>2</sup> , hauteur à 2,5m/1,5m, largeur à 2m/1,5m et hauteur d'implantation à 3m/1,5m	Format	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>
			hauteur des lettres plafonnée à 0,5m et 0,75 pour les lettres logo	Format	<b>Conforme à l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>
			temporaires : surface unitaire limitée à 6m <sup>2</sup> pour scellées au sol et 1m <sup>2</sup> sur bâtiment par opération	Format	<b>Moins restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>
			éteintes entre 1h et 6h sauf dérogation ou activité et avec la possibilité d'éclairer 1h avant ouverture et 1h après fermeture	Eclairage	Non précisé	<b>Conforme au RNP</b>
			interdiction des dispositifs d'éclairage pour les enseignes temporaires	Eclairage	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>
		Pré-enseignes	hauteur limitée à 1m et largeur à 1,5m	Format	<b>Conforme à l'actuel RLP</b> à l'exception de celles relatives aux enseignes temporaires non autorisées dans le RLP de 1999	<b>Conforme au RNP</b>
			interdiction des dispositifs d'éclairage pour les pré-enseignes temporaires	Eclairage		<b>Plus restrictif que le RNP</b>
			4 semaines maximum (3 avant et 1 après) pour une pré-enseigne temporaire signalant un événement	Durée d'affichage		<b>Conforme au RNP</b>
	<u>OB4</u> : optimisation de l'efficacité des dispositifs d'affichage	Pré-enseignes dérogatoires et temporaires	distance d'implantation dans un rayon de 10km pour monument historique, classé ou inscrit et 5km pour les enseignes temporaires signalant une opération immobilière et pour les enseignes dérogatoires signalant une activité culturelle ou produits du terroir	Lieu/support d'implantation	non prévu	<b>Conforme au RNP</b>
<u>OR5</u> : adapter le règlement à l'évolution des matériaux, du graphisme et de	<u>OB1</u> : harmonisation et intégration paysagère	Enseignes lumineuses	obligation d'utiliser un dispositif d'éclairage non apparent en particulier, interdiction des potences et rampes d'éclairage déportées	Esthétique	<b>Plus restrictif que l'actuel RLP</b>	<b>Plus restrictif que le RNP</b>

l'éclairage notamment des enseignes et pré-enseignes						
---	--	--	--	--	--	--

Les dispositions en lien avec la lutte contre la prolifération des enseignes sont conformes avec l'actuel RLP et ne diffèrent que lorsqu'elles encadrent de nouvelles formes de dispositifs, inexistantes ou peu développées en 1999. L'apport de la révision du RLP se situe davantage sur le plan esthétique avec des dispositions qui mettent l'accent sur la cohérence des enseignes et la préservation des spécificités architecturales. Elles permettent de poursuivre les efforts déjà entrepris par la commune en faveur de la qualité visuelle des dispositifs et de leur intégration, au service de la valorisation du territoire.

### ***3.4. Conséquences pour le parc publicitaire de l'entrée en vigueur du projet de RLP***

L'entrée en vigueur du règlement local de publicité n'apportera pas de changement significatif par rapport aux dispositions déjà en vigueur dans le règlement local de publicité de 1999.

En effet, ce dernier restreint de manière très significative les possibilités d'installation de publicité. Celle-ci n'est autorisée que de manière non lumineuse sur le mobilier urbain, les palissades de chantier et les emplacements sur le domaine public réservés à l'affichage d'opinion et de publicité.

L'emplacement réservé à l'affichage d'opinion et d'annonces de la commune se trouve sous la Grenette, au niveau de la place de l'église au cœur du chef-lieu.

Dans l'ensemble, les dispositions du règlement local de publicité de 1999 ont été bien respectées. Le présent règlement local de publicité s'inscrit donc dans la continuité des politiques déjà menées en la matière.

## **4. Conclusion**

L'application de l'actuel règlement local de publicité a permis d'aboutir à une situation plutôt bonne sur le territoire, tant en termes de prolifération que d'harmonie paysagère. Ses dispositions sont d'ailleurs plus restrictives que la nouvelle réglementation nationale, signe d'un positionnement pionnier de l'actuel RLP. Pour autant, certains points du règlement ne sont plus conformes au RNP et leur révision s'impose. Au-delà de cette mise en conformité, la commune a souhaité renforcer son action en faveur de l'harmonie et de l'intégration paysagère des enseignes et pré-enseignes présentes sur son territoire. Le paysage est en effet une composante capitale de la qualité du cadre de vie et représente un facteur majeur d'attractivité pour une commune touristique de montagne. C'est enfin l'identité du territoire que la commune cherche à préserver grâce à l'outil du RLP, une identité qui repose sur le caractère agro-pastoral du paysage et une architecture spécifique. Le projet de révision du RLP s'inscrit à la convergence de toutes ces préoccupations et dans la continuité des réalisations passées, dans le but d'optimiser la valorisation du territoire en conciliant les vecteurs d'attractivité que sont la communication et le paysage.