

## Règlement Local de Publicité intercommunal

Elaboration prescrite le 8 décembre 2017  
Projet arrêté le 6 décembre 2019

# **1 – Pièces administratives**

Conseil Communautaire du	8 décembre 2017
--------------------------	-----------------

à	16h00
---	-------

N°ordre	71
N° identifiant	2017-0624

Titre	011 - Charges à caractère général - Prescription de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Grand Poitiers Communauté urbaine - Objectifs et modalités de la concertation
-------	---

Rapporteur(s)	Dominique CLEMENT
Date de la convocation	10/11/2017

Président de séance	Monsieur Alain CLAEYS
Secrétaire(s) de séance	Mme GUERINEAU et M. BLANCHARD

PJ.	
-----	--

Membres en exercice	91	
Quorum		

Présents	73	<p>M. Alain CLAEYS - <b>Président</b></p> <p>M. Claude EIDELSTEIN - M. Francis CHALARD - M. Guy ANDRAULT - M. Jean-Claude BOUTET - M. Philippe BROTTIER - Mme Christine BURGERES - M. Jean-Louis CHARDONNEAU - M. Dominique CLEMENT - M. Bernard CORNU - M. Patrick CORONAS - Mme Anne GERARD - Mme Pascale GUITTET - M. Gérard HERBERT - M. Daniel HOFNUNG - Mme Florence JARDIN - M. Laurent LUCAUD - M. Gilles MORISSEAU - M. Jérôme NEVEUX - Mme Joëlle PELTIER - M. Fredy POIRIER - Mme Eliane ROUSSEAU - Mme Corine SAUVAGE - M. Gérard SOL - M. Aurélien TRICOT <b>Membres du bureau</b></p> <p>M. Daniel AMILIEN - M. Jacques ARFEUILLERE - Mme Martine BATAILLE - M. François BLANCHARD - M. Gérald BLANCHARD - M. Jean-Daniel BLUSSEAU - Mme Nicole BORDES - Mme Coralie BREUILLE - Mme Ghislaine BRINGER - M. Dominique BROCAS - M. Christophe CHAPPET - M. Jacky CHAUVIN - M. Jean-Michel CHOISY - M. Jean-Marie COMPTE - M. Gérard DELIS - M. Hervé GARCIA - Mme Nelly GARDA-FLIP - Mme Jacqueline GAUBERT - Mme Diane GUERINEAU - M. Abderrazak HALLOUMI - M. Yves JEAN - M. Jean-François JOLIVET - M. Olivier KIRCH - M. Serge LEBOND - Mme Véronique LEY - M. Claude LITT - M. Maguy LUMINEAU - M. Jean-Luc MAERTEN - Mme Francette MORCEAU - M. Bernard PERRIN - Mme Patricia PERSICO - M. Bernard PETERLONGO - M. Christian PETIT - Mme Marie-Thérèse PINTUREAU - Mme Marie-Dolorès PROST - Mme Nathalie RIMBAULT-HERIGAULT - M. Edouard ROBLOT - Mme Véronique ROCHAIS-CHEMINEE - Mme Cécile RUY-CARPENTIER - Mme Christine SARRAZIN-BAUDOUX - M. Daniel SIRAUT - M. Alain VERDIN - M. Olivier BROSSARD - M. Dominique ELOY - Mme Christiane FRAYSSE - M. Nicolas REVEILLAULT - Mme Peggy TOMASINI <b>les conseillers communautaires</b></p> <p>M. Christian GIRARD <b>le conseiller communautaire suppléant</b></p>
----------	----	--

Absents	10	<p>M. Alain TANGUY - M. Michel BERTHIER <b>Membres du bureau</b></p> <p>M. Patrick BOUFFARD - Mme Jacqueline DAIGRE - Mme Stéphanie DELHUMEAU-DIDELOT - Mme Catherine FORESTIER - M. Claude FOUCHER - M. Philippe PALISSE - M. Christian RICHARD - M. Michel SAUMONNEAU <b>les conseillers communautaires</b></p>
---------	----	---

Mandats	8	<u>Mandants</u>	<u>Mandataires</u>
		Monsieur BELGSIR El Mustapha	Monsieur ANDRAULT Guy
		Monsieur FRANCOIS Michel	Monsieur BROTTIER Philippe
		Monsieur GIBault René	Monsieur HERBERT Gérard
		Monsieur BIZARD Joël	Monsieur NEVEUX Jérôme
		Madame MARCINIak Marie-Christine	Monsieur CHARDONNEAU Jean-Louis
		Monsieur POTHIER-LEROUX Sylvain	Monsieur ROBLOT Edouard
		Madame VALLOIS-ROUET Laurence	Madame GUERINEAU Diane
Madame FAURY-CHARTIER Michèle	Monsieur JEAN Yves		

Observations	<p>L'ordre de passage des délibérations est le suivant : de 78 à 82, 31, 52, puis retour à l'ordre initial</p> <p>Départ de M. TANGUY et M. HERBERT sort de la salle.</p>
--------------	---

Projet de délibération étudié par:	03-Commission aménagement de l'espace communautaire et équilibre social de l'habitat 01- Commission Générale et des Finances
------------------------------------	---

Service référent	Direction Générale Développement urbain - Construction Direction Urbanisme - Mixité sociale
------------------	--

Ce sujet fait plus particulièrement l'objet de l'engagement « développer les solidarités » de l'Agenda 21 en définissant les relations entre Intercommunalité et Communes de manière plus large que les attendus législatifs. En effet, ce document fait l'objet d'une élaboration et d'une concertation tout au long de la procédure. Il fait également l'objet de l'engagement « lutter contre le changement climatique » en particulier au travers d'une approche paysagère et une esthétique urbaine de qualité.

**VU** le Code Général des Collectivités Territoriales

**VU** le Code de l'Environnement, notamment l'article L.581-14 et suivants

**VU** le Code de l'Urbanisme, notamment les articles L.153-8 et suivants, L.103-3 et R.153-1 et suivants

**VU** l'arrêté préfectoral n° 2016-D2-B1-036 du 6 décembre 2016 portant création au 1<sup>er</sup> janvier 2017 de la Communauté d'agglomération Grand Poitiers, Etablissement Public à fiscalité propre issu de la fusion de la Communauté d'Agglomération Grand Poitiers avec les communautés de communes du Pays Mélusin, du Val Vert du Clain, de Vienne et Moulière et de l'extension aux communes de Chauvigny, Jardres, la Puye et Sainte-Radegonde

**VU** l'arrêté préfectoral n° 2017-D2/B1-010 en date du 30 juin 2017 portant transformation de Grand Poitiers Communauté d'agglomération en communauté urbaine, à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2017.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) permet, sur le territoire de la collectivité qui l'élabore, de restreindre, en fonction des spécificités locales, les conditions d'installation des publicités, enseignes et pré-enseignes (format, densité, installation...), telles qu'elles résultent de la réglementation nationale fixée par le Code de l'Environnement. La finalité de cette réglementation spéciale est environnementale : il s'agit de protéger les paysages et améliorer le cadre de vie, sans porter atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté d'expression.

Le Règlement Local de Publicité peut aussi, le cas échéant, lever certaines interdictions légales de publicité et admettre, selon des conditions qu'il définit la présence de certaines formes de publicité dans des secteurs où elles sont en principe interdites.

La loi du 12 juillet 2010 dite "Grenelle II" a opéré une réforme profonde du droit de l'affichage en transférant la compétence pour élaborer un RLP à l'autorité compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU), et en calquant de manière générale la procédure d'élaboration du RLP sur celle du PLU selon les principales étapes suivantes :

- prescription de l'élaboration du RLPi : définition des objectifs poursuivis, des modalités de la concertation avec les habitants et l'ensemble des personnes concernées et des modalités de collaboration avec les communes membres ;
- débat sur les orientations générales du RLPi ;
- bilan de la concertation et arrêt du projet du règlement ;
- consultation des personnes publiques associées et de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites ;
- enquête publique ;
- approbation du RLPi.

Un état des lieux a été réalisé fin 2016 sur les 13 communes alors membres de Grand Poitiers Communauté d'agglomération, qui a été complété en juillet 2017 par un pré-diagnostic sur les 27 autres communes qui ont intégré Grand Poitiers Communauté urbaine.

Ces premiers éléments d'étude ont permis d'identifier les spécificités du territoire communautaire, s'agissant notamment de :

- la diversité des régimes juridiques applicables : 14 communes appartenant à l'unité urbaine de Poitiers, 26 communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers et 5 RLP communaux qui seront caducs le 13 juillet 2020 en l'absence d'un RLPi opposable à cette date (Poitiers, Migné-Auxances, Saint-Benoît, Chasseneuil-du-Poitou et Jaunay-Marigny)
- l'existence de communes à fort enjeu patrimonial (Poitiers, Lusignan, Chauvigny...) comportant de nombreux lieux protégés (abords de monuments historiques, site patrimonial remarquable de Poitiers, sites classés ou inscrits...) où toute publicité est interdite en l'absence de RLPi
- la présence de très nombreux dispositifs publicitaires le long des axes structurants traversant plusieurs communes (notamment la RD 910)
- la concentration des dispositifs publicitaires sur les secteurs en agglomération de Poitiers, Chasseneuil-du-Poitou, Buxerolles, Saint-Benoît et Biard, tant sur les propriétés privées que sur le domaine public
- des enseignes plus ou moins bien intégrées, selon leur lieu d'implantation : des grands formats et une forte densité d'enseignes scellées au sol dans les zones commerciales (Poitiers, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny), des enseignes traditionnelles dans les centralités et notamment en abords de monuments historiques.

Au vu de ces éléments, les grands axes portés par l'élaboration d'un RLP sur l'ensemble du territoire intercommunal, sont les suivants.

#### 1. Les objectifs poursuivis :

En matière de publicité :

- Donner une cohérence d'ensemble au traitement de la publicité sur le territoire communautaire (problématique d'entrée de ville, des axes structurants, des lieux patrimoniaux...) et adapter les règles nationales aux caractéristiques du territoire intercommunal.

Par exemple, en dehors des lieux « protégés », dans les communes appartenant à l'« unité urbaine » de Poitiers, dans la mesure où le Règlement Local de Publicité ne peut que « restreindre » les possibilités résultant des règles nationales, le RLPi pourra, en fonction des zones, renforcer les règles nationales en les adaptant au contexte local, en interdisant certains types de publicité, en limitant la règle de densité par unité foncière...

- Assurer la qualité visuelle et paysagère des principaux axes structurants de la Communauté urbaine.

Des règles adaptées seront proposées notamment le long des axes structurants (RD 910 et RD162 principalement) après examen de celles déjà mises en place dans le cadre des RLP communaux existants.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers, seule la publicité murale de 4 m<sup>2</sup> est admise (sur clôture ou façade aveugle). Dans cette situation, qui est la plus fréquente sur le territoire communautaire, le RLPi peut renforcer la règle de densité nationale qui encadre le nombre de dispositifs admis en fonction de la longueur de « façade » sur rue du terrain d'assiette des dispositifs publicitaires.

Dans les zones commerciales situées en agglomération, il faut examiner l'opportunité du maintien des règles nationales, sans restriction apportée par le RLP, ou bien leur renforcement.

- Valoriser les principaux sites patrimoniaux notamment dans les lieux sensibles (sites inscrits, site patrimonial remarquable de Poitiers, abords de monuments historiques), où sera examinée la possibilité de déroger à l'interdiction totale de publicité en introduisant, certaines possibilités, limitées et encadrées, d'affichage publicitaire.

- Prendre en compte l'arrivée de nouvelles technologies en matière d'affichage, en encadrant les nouvelles formes de publicité admises par la loi dite Grenelle II (la publicité numérique, les bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles).

#### En matière d'enseignes :

- Contribuer à la mise en valeur des centralités et sites protégés : il sera examiné l'opportunité d'un renforcement des règles nationales dans ces secteurs (règles de positionnement des enseignes en façade, restrictions des enseignes scellées au sol et en toiture, limitation des enseignes numériques...).

Par ailleurs, une réflexion sera portée sur la nécessité de limiter les règles nationales relatives aux enseignes dans les zones commerciales et d'activités.

#### 2. Les modalités de concertation mises en œuvre tout au long de l'élaboration du projet de RLPi

Les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées seront informées et pourront s'exprimer sur le projet de RLPi, tout au long de la procédure, jusqu'au bilan de la concertation. Cette concertation comprendra :

- une information sur le site Internet de Grand Poitiers Communauté urbaine ;
- la mise à disposition du public d'un registre au siège de Grand Poitiers Communauté urbaine et d'un registre dématérialisé sur le site Internet de Grand Poitiers Communauté urbaine permettant l'expression d'observations ou de propositions relatives au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal
- la possibilité pour les représentants de tout organisme compétent en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement, de participer à des réunions qui seront organisées, d'une part pour débattre du diagnostic de la situation puis d'autre part des orientations du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal;
- la tenue d'une réunion publique.

#### 3. Les modalités de collaboration avec les communes membres :

Conformément à l'article L.153-8 du Code de l'Urbanisme, le Conseil communautaire doit également arrêter les modalités de collaboration avec les communes membres dans le cadre de l'élaboration du projet de RLPi.

Ces modalités de collaboration ont été débattues en Conférence des Maires qui s'est réunie le 30 novembre 2017. Lors de cette réunion, il a été prévu que la collaboration entre Grand Poitiers Communauté urbaine et les communes membres doit être constante pendant toute la procédure de l'élaboration du RLPi. La Conférence des Maires pourra ainsi émettre un avis sur les orientations du RLPi et sur le projet d'arrêt et le projet d'approbation du RLPi.

Il sera également demandé aux 40 conseils municipaux un avis lors du débat des orientations du RLPi et lors de l'arrêt projet.

Il vous est proposé :

- de prescrire l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal dont les objectifs sont exposés ci-dessus,
- de définir les modalités de concertation qui seront mises en œuvre durant l'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal, telles que présentées ci-dessus,
- d'arrêter les modalités de collaboration avec les communes membres pour l'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité correspondant aux modalités exposées ci-dessus,
- de décider de lancer une consultation pour recruter un bureau d'étude en vue de l'élaboration du RLPi
- d'autoriser Monsieur le Président ou son représentant à signer tout document à intervenir.

La présente délibération sera transmise à Mme la Préfète de la Vienne et aux Personnes Publiques Associées mentionnées à l'article L.132-7 et L.132-9 du Code de l'Urbanisme.

Conformément aux articles R.153-20 et R.153-21 du Code l'Urbanisme, la présente délibération fera l'objet d'un affichage au siège de Grand Poitiers Communauté urbaine et dans chacune des mairies des communes membres durant un mois et d'une mention en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département ainsi qu'une publication au recueil des actes administratifs de la communauté urbaine.

Les dépenses seront imputées sur les crédits figurant à l'imputation 820/617/3400 du budget principal de Grand Poitiers.

POUR	80	
CONTRE	0	
Abstention	0	
Ne prend pas part au vote	1	M. Gérard HERBERT

Pour le Président,



<b>RESULTAT DU VOTE</b>	Adopte
-------------------------	--------

<b>Affichée le</b>	15 décembre 2017
Date de publication au Recueil des Actes Administratifs	
Date de réception en préfecture	15 décembre 2017
Identifiant de télétransmission	86-200069854-20171208-lmc168724-DE-1-1

Nomenclature Préfecture	2.1
Nomenclature Préfecture	Documents d'urbanisme

Conseil Communautaire du	27 septembre 2019
--------------------------	-------------------

à	16h00
---	-------

N°ordre	92
N° identifiant	2019-0462

Titre	Débat sur les orientations générales du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Grand Poitiers Communauté urbaine
-------	---

Rapporteur(s)	M. Dominique CLÉMENT
Date de la convocation	06/09/2019

Président de séance	M. Alain CLAEYS
Secrétaire(s) de séance	Mme Coralie BREUILLÉ et M. Gérald BLANCHARD

PJ.	Orientations générales du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi)
-----	---

Membres en exercice	91	
Quorum		

Présents	54	<p>M. Alain CLAEYS - <b>Président</b></p> <p>M. Guy ANDRAULT - M. El Mustapha BELGSIR - M. Jean-Claude BOUTET - M. Francis CHALARD - M. Jean-Louis CHARDONNEAU - M. Dominique CLÉMENT - M. Bernard CORNU - M. Patrick CORONAS - M. Claude EIDELSTEIN - M. Michel FRANÇOIS - Mme Anne GÉRARD - M. Gérard HERBERT - M. Daniel HOFNUNG - Mme Florence JARDIN - M. Jérôme NEVEUX - Mme Eliane ROUSSEAU - M. Gérard SOL - <b>Membres du bureau</b></p> <p>M. Daniel AMILIEN - M. Jacques ARFEUILLÈRE - Mme Martine BATAILLE - M. Gérald BLANCHARD - Mme Nicole BORDES - M. Patrick BOUFFARD - Mme Coralie BREUILLÉ - Mme Ghislaine BRINGER - M. Dominique BROCAS - M. Olivier BROSSARD - M. Christophe CHAPPET - M. Jacky CHAUVIN - M. Jean-Marie COMPTE - Mme Jacqueline DAIGRE - M. Gérard DELIS - M. Dominique ÉLOY - Mme Christiane FRAYSSE - Mme Nelly GARDA-FLIP - Mme Jacqueline GAUBERT - Mme Diane GUÉRINEAU - M. Abderrazak HALLOUMI - M. Olivier KIRCH - M. Claude LITT - M. Maguy LUMINEAU - M. Bernard PERRIN - M. Bernard PETERLONGO - M. Christian PETIT - Mme Marie-Thérèse PINTUREAU - M. Nicolas REVEILLAULT - Mme Nathalie RIMBAULT-HÉRIGAULT - Mme Christine SARRAZIN-BAUDOIX - Mme Peggy TOMASINI - Mme Laurence VALLOIS-ROUET <b>les conseillers communautaires</b></p> <p>M. Christian GIRARD - M. Jean-Marie MAGNAN - M. Louis-Marie CHALLET <b>les conseillers communautaires suppléants</b></p>
----------	----	--

Absents	24	<p>M. François BLANCHARD - M. Philippe BROTTIER - Mme Pascale GUITTET - M. Gilles MORISSEAU - Mme Joëlle PELTIER - M. Fredy POIRIER <b>Membres du bureau</b></p> <p>M. Joël BIZARD - M. Jean-Michel CHOISY - Mme Stéphanie DELHUMEAU-DIDELOT - Mme Catherine FORESTIER - M. Claude FOUCHER - M. Hervé GARCIA - M. Yves JEAN - M. Jean-François JOLIVET - M. Serge LEBOND - Mme Véronique LEY - M. Philippe PALISSE - M. Sylvain POTHIER-LEROUX - M. Christian RICHARD - Mme Cécile RUY-CARPENTIER - M. Michel SAUMONNEAU - M. Daniel SIRAUT - M. Aurélien TRICOT - M. Alain VERDIN <b>les conseillers communautaires</b></p>
---------	----	--



Mandats	13	<u>Mandants</u> M. Michel BERTHIER M. Jean-Daniel BLUSSEAU Mme Christine BURGÈRES Mme Michèle FAURY-CHARTIER M. René GIBAUT M. Laurent LUCAUD M. Jean-Luc MAERTEN Mme Marie-Christine MARCINIAK Mme Francette MORCEAU Mme Patricia PERSICO Mme Marie-Dolorès PROST M. Édouard ROBLOT M. Alain TANGUY	<u>Mandataires</u> M. Francis CHALARD Mme Nicole BORDES Mme Coralie BREUILLÉ Mme Jacqueline GAUBERT M. Gérard HERBERT M. Patrick CORONAS M. Olivier BROSSARD M. Bernard PERRIN Mme Peggy TOMASINI M. Christian PETIT M. Gérald BLANCHARD Mme Jacqueline DAIGRE Mme Anne GÉRARD
---------	----	---	---

Observations	L'ordre de passage des délibérations : 1 à 20, 22 à 27, 29 à 31, 33, 32, 34, 119, 101 à 103, 35, 37 à 40, 116 à 117, 41 à 51, 60 à 80, 104 à 106, 81 à 100, 107 à 115, 53 à 59 et 28. Les 21, 36, 52 et 118 sont retirées.  Départ de M. François BLANCHARD.
--------------	--

Projet de délibération étudié par:	03-Commission aménagement de l'espace communautaire et équilibre social de l'habitat
------------------------------------	--

Service référent	Direction Générale Développement urbain - Construction Direction Urbanisme - Habitat - Projets urbains
------------------	---

**VU** le Code Général des Collectivités Territoriales

**VU** le Code de l'Environnement, notamment l'article L.581-14 et suivants

**VU** le Code de l'Urbanisme, notamment les articles L.153-8 et suivants, L.103-3 et R.153-1 et suivants

**VU** l'arrêté préfectoral n°2016-D2-B1-036 portant création au 1<sup>er</sup> janvier 2017 de Grand Poitiers Communauté d'agglomération, Etablissement Public à fiscalité propre issu de la fusion de la Communauté d'Agglomération Grand Poitiers avec les communautés de communes du Pays Mélusin, du Val Vert du Clain, de Vienne et Moulière et de l'extension aux communes de Chauvigny, Jardres, la Puye et Sainte-Radegonde

**VU** l'arrêté préfectoral n° 2017-D2/B1-010 en date du 30 juin 2017 portant transformation de Grand Poitiers Communauté d'agglomération en communauté urbaine, à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2017

**VU** la délibération du 8 décembre 2017 du Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal et définissant les modalités de collaboration avec les communes et les modalités de concertation mises en œuvre tout au long de la procédure.

## **UN OUTIL AU SERVICE DU PROJET DE TERRITOIRE DE GRAND POITIERS COMMUNAUTE URBAINE**

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) s'inscrit dans une vision stratégique du territoire en matière de réglementation de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes et contribue à valoriser la qualité paysagère du territoire. Il précise et décline les défis du projet de territoire en étant soucieux du cadre de vie, du quotidien des habitants de Grand Poitiers Communauté urbaine et des personnes souhaitant le fréquenter. En particulier, le RLPi participe à la construction d'un territoire audacieux et bienveillant en s'inscrivant parfaitement dans les défis suivants :

- le défi de l'image et de la notoriété
- le défi de l'écosystème de Grands Poitiers : la dynamique rural-urbain sur les questions de patrimoine, de paysage, de valorisation des centres bourgs et des espaces économiques
- le défi de l'urgence climatique et de la transition énergétique par l'encadrement des pollutions publicitaires.

## **CONTEXTE DU TERRITOIRE**

### **• Un riche patrimoine naturel et paysager**

Le territoire de Grand Poitiers Communauté urbaine se situe sur le plateau calcaire du Seuil du Poitou, sur les bassins versants du Clain et de la Vienne. Ses paysages sont composés d'une plaine agricole ouverte au nord, de plateaux bocagers à l'ouest et au sud-est ponctués de boisements (dont les massifs forestiers de Vouillé Saint Hilaire et de Moulière), de vallées humides et sèches (au caractère boisé pour certaines : Boivre, Feuillante, Menuse), d'un continuum urbanisé séquencé d'espaces naturels et agricoles dans l'axe Poitiers-Châtelleraut. La lecture de ces paysages se perd dans la proche périphérie de la ville de Poitiers, marquée par la présence des activités économiques et des axes structurants.

Le réseau hydrographique (plus dense à l'ouest et au sud), constitue un élément prégnant des paysages du territoire : le Clain, la Vienne et leurs affluents (Auxance, Boivre, Feuillante, Menuse, Miosson, Vonne, Palu, Palais...) ont dessiné des vallées plus ou moins encaissées qui ont sculpté les paysages de plaines et de plateaux, générant en certains lieux des reliefs marqués (coteaux abrupts, affleurements rocheux, falaises).

Végétation, voies et éléments bâtis épousent ou croisent ces événements du relief et les mettent quelquefois en scène, offrant alors une lecture de la géographie par leurs implantations ou permettant des échappées visuelles voire des vues panoramiques sur la silhouette urbaine et les éléments de paysage (fond de vallée, coteaux boisés...).

Ces vallées dont le caractère naturel a été globalement bien préservé et dont la perception reste souvent discrète (présence de boisement de rives ou sur les coteaux, berges jardinées privatives...) ont néanmoins un rôle identitaire fort sur le territoire.

Un certain nombre de sites inscrits ou classés au titre du grand paysage sont localisés dans ces vallées (site classé de la Vienne à Bonnes, site classé des Rochers du Porteau et site inscrit rive gauche du Clain à Poitiers, site inscrit du Puy Mire à Buxerolles, site inscrit de la Casette à Poitiers et de la Boivre à Béruges et Biard, site inscrit du Cirque de la Vonne à Lusignan...).

L'ensemble des espaces naturels protégés et inventoriés illustrent aussi la richesse écologique de Grand Poitiers Communauté urbaine. Certains de leurs périmètres se chevauchent. Ils se concentrent principalement le long des vallées humides et sèches et sont en majorité situés hors zone agglomérée :

- 5 sites appartenant au réseau Natura 2000 (forêt de Moulière, lande du Pinail, bois du Défens, du fou et de la Roche de Bran, plaine du Mirabelais et du Neuvilleois, plaine de la Mothe-saint-Héray-Lezay)
- 2 sites faisant l'objet d'un arrêté Préfectoral de Protection de Biotope (côteaux et carrières d'Ensoulesse à Montamisé, Les Lourdines et les côteaux de Chaussac à Migné-Auxances)
- 37 Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF)
- 28 sites appartenant aux Espaces Naturels Sensibles du département
- 6 sites gérés par le Conservatoire Régional des Espaces Naturels.

#### • **Un patrimoine bâti abondant et d'une grande diversité**

Le patrimoine architectural présent dans les centres villes et leurs faubourgs, les bourgs, les villages, les hameaux, témoignent de la richesse de l'histoire du territoire et constitue un atout majeur pour celui-ci (châteaux, belles demeures, manoirs, corps de ferme, patrimoine religieux...) : sur l'ensemble du territoire, 172 constructions sont ainsi recensées au titre des Monuments Historiques, une vingtaine de sites sont inscrits ou classés pour leur patrimoine historique et bâti, des ensembles urbains anciens ou des constructions remarquables sont répertoriés dans les PLU.

Certaines communes (Chauvigny, Lusignan, Poitiers) revêtent un fort enjeu patrimonial du fait de la concentration des constructions et sites protégés (abords de monuments historiques, site patrimonial remarquable de Poitiers, sites classés ou inscrits...).

#### • **Une concentration des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes le long des axes structurants et des zones commerciales**

Le territoire de Grand Poitiers est contrasté : les problématiques en matière de publicité extérieure, d'enseignes et de pré-enseignes sont différentes et plus ou moins prégnantes selon la nature des espaces (urbains, péri-urbains ou ruraux) et la présence ou non d'axes structurants. Elles se focalisent dans les communes rurales ou les espaces péri-urbains de l'aire urbaine (Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Saint-Benoît, Poitiers) traversés par des axes à fort trafic (RN147, RN10, RD910, RD951, RD741, RD3, RD4) et dans lesquels se concentrent les activités économiques et commerciales.

Le reste du territoire est moins impacté par la présence de publicité et de pré-enseignes, les dispositifs dans les centres villes notamment sont moins nombreux.

#### • **Synthèse de l'état des lieux des dispositifs publicitaires, des pré-enseignes et des enseignes et conclusion du diagnostic**

Le recensement des publicités et pré-enseignes dans le cadre du diagnostic a permis d'identifier à l'échelle de la Communauté urbaine 450 dispositifs. La majorité de ceux-ci (387) se situent sur l'aire urbaine de Poitiers (communes de Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Poitiers, Saint-

Benoît).

Sur l'ensemble des dispositifs recensés sur le territoire, 72 dispositifs (soit 16 %) ne sont pas conformes aux dispositions du Grenelle II et doivent évoluer. Le long des rocades notamment, on note des implantations irrégulières dans des secteurs non bâti.

Cette situation est globalement encourageante et résulte de l'application des cinq Règlement Locaux de Publicité en vigueur et aux actions menées qui ont produit leurs effets de protection et qu'il convient de poursuivre et renforcer à travers l'élaboration du RLPi.

L'état des lieux relève aussi un phénomène de concentration sur les grands axes et à proximité des zones commerciales, l'apparition marquée des dispositifs numériques (publicité ou enseignes), des matériels de qualité parfois médiocre pour la publicité, une maîtrise globale des enseignes dans les centralités, quelques irrégularités pour les enseignes liées aux nouvelles dispositions du Code de l'environnement (surface, hauteur, nombre) et un positionnement des enseignes perpendiculaires ne respectant pas toujours l'architecture.

Au regard de ces éléments, il s'avère que les enjeux varient fortement selon la situation géographique. Certains territoires sont peu sujets aux pressions en matière de publicité et de pré-enseigne : l'application du Règlement National de Publicité peut alors suffire dans la majorité des cas sur le territoire. Toutefois, pour l'ensemble du territoire, les questions d'insertion et de qualité des dispositifs au regard de leur environnement doivent être prises en compte. L'apparition des nouvelles technologies doit également être anticipée et être rigoureusement encadrée en proposant un cadre cohérent à leur évolution.

Quelques secteurs géographiques présentant des enjeux spécifiques méritent une attention particulière :

- les vallées, porteuses d'identité où se mêlent à la fois patrimoine naturel, paysager et urbanisation
- les espaces urbanisés présentant des liens étroits entre espaces patrimoniaux et cœur de vallées (Béruges, Biard, Chasseneuil-du-Poitou, Dissay, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Ligugé, Poitiers, Saint-Benoît, Vouneuil-sous-Biard)
- le Site Patrimonial Remarquable de Poitiers et les territoires offrant une densité conséquente de Monuments Historiques (Lusignan, Chauvigny)
- les zones d'activités économiques et commerciales et les axes structurants.

## **PRESENTATION DES ORIENTATIONS GENERALES DU RLPi**

L'élaboration d'un RLPi a été engagée pour prendre en compte les nouvelles évolutions législatives et réglementaires en matière de publicité extérieure, adapter la réglementation nationale et la renforcer. Grand Poitiers Communauté urbaine est compétente pour son élaboration. Il se substituera aux règlements communaux en vigueur une fois approuvé.

Le RLPi est élaboré conformément à la procédure d'élaboration d'un PLU(i) et suit les grandes étapes suivantes :

- prescription de l'élaboration
- débat sur les orientations du RLPi
- bilan de la concertation et arrêt du projet de règlement
- consultation des Personnes Publiques Associées et de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites
- enquête publique
- approbation du RLPi.

Les orientations générales du RLPi constituent l'assise du règlement. Elles ont été élaborées à partir du diagnostic établi sur l'ensemble du territoire, partagé avec le grand public via le site Internet de Grand Poitiers Communauté urbaine, des acteurs ciblés (professionnels de l'affichage, associations d'entrepreneurs et de commerçants, associations Paysage de France et Vienne Nature Environnement), et les Personnes Publiques Associées le 24 octobre 2018.

Les orientations générales du RLPi sont les suivantes :

- accompagner les spécificités du territoire en définissant un zonage et des règles adaptées aux enjeux et aux lieux
- s'inscrire dans la mise en valeur et la protection du patrimoine naturel et paysager garant de l'identité du territoire
- participer à la mise en valeur des sites historiques emblématiques, du patrimoine bâti remarquable et des centres bourgs des communes présentant un caractère patrimonial
- maintenir des moyens nécessaires de communication pour assurer la visibilité commerciale et en particulier celle du petit commerce
- améliorer la qualité des paysages d'entrées de ville tout en assurant la lisibilité des activités économiques le long des grands axes et dans les zones d'activités commerciales et
- favoriser un cadre de vie de qualité en étant attentif aux questions de format et de densité afin que la publicité extérieure ne prenne pas une place dominante dans la perception des lieux et des paysages
- tendre vers une esthétique des dispositifs visant une insertion au contexte de qualité, évitant le sentiment d'espaces de vie du quotidien dévalorisés au profit de lieux de passage
- encadrer rigoureusement l'implantation des dispositifs numériques (enseignes et publicité).

**Après examen de ce dossier, il vous est proposé de débattre des orientations générales du projet de Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Grand Poitiers Communauté urbaine telles que présentées ci-dessus et détaillées dans le document joint en annexe.**

POUR	65	
CONTRE	2	M. Jacques ARFEUILLÈRE, Mme Christiane FRAYSSE.
Abstention	0	
Ne prend pas part au vote	0	

Pour le Président,



**RESULTAT DU VOTE**

Adopté

<b>Affichée le</b>	4 octobre 2019
Date de publication au Recueil des Actes Administratifs	
Date de réception en préfecture	4 octobre 2019
Identifiant de télétransmission	086-200069854-20190927-114924-DE-1-1

Nomenclature Préfecture	2.1
Nomenclature Préfecture	Documents d urbanisme

# Règlement Local de Publicité intercommunal

## Orientations Générales



**GRAND POITIERS**  
Communauté urbaine

---

L'élaboration du RLPi relève d'une diversité de thématiques (esthétique et lisibilité de l'espace public, sécurité, attractivité commerciale, etc...), de la prise en compte des particularités et de la variété des situations territoriales, de visions singulières qu'il faut savoir concilier dans un juste équilibre pour répondre aux besoins spécifiques du territoire en visant l'intérêt commun et une cohérence d'ensemble.

Les 8 orientations suivantes concernent la publicité, les pré-enseignes et les enseignes.

## **1- Accompagner les spécificités du territoire en définissant un zonage et des règles adaptées aux enjeux et aux lieux**

En matière de publicité, de pré-enseignes et d'enseignes, le diagnostic fait ressortir que le territoire n'est pas uniformément soumis aux mêmes pressions : les problématiques sont différentes et plus ou moins prégnantes selon la nature des espaces (urbains, péri-urbains ou ruraux). La définition des règles du RLPi doit tenir compte de ces réalités. Sur l'ensemble du territoire il s'avère nécessaire d'adapter les règles nationales et de les nuancer au regard des enjeux en conciliant préservation du patrimoine et du cadre de vie et besoin de communication des acteurs économiques locaux sur les secteurs fortement fréquentés.

La publicité est interdite hors agglomération alors que les enseignes y trouvent leur place, les règles diffèrent selon la population et/ ou l'appartenance à l'unité urbaine. L'organisation du territoire et les règles fondamentales s'appliquant à la publicité ou aux enseignes qui en découlent conduisent à prévoir deux zonages distincts : l'un pour la publicité et l'autre pour les enseignes.

Ces 2 zonages distincts permettent une prise en compte facilitée du document pour tout public et une mise en œuvre plus aisée pour les services en charge de l'application.

## **2- S'inscrire dans la mise en valeur et la protection du patrimoine naturel et paysager garant de l'identité du territoire.**

La définition des espaces paysagers d'intérêt ne se limite pas aux seuls espaces périphériques de l'agglomération ou du tissu urbain. Ils sont étroitement imbriqués dans la tache urbaine et participent aux paysages du quotidien. La publicité et les enseignes doivent y trouver leur juste place et leurs conditions d'insertion se doivent d'être soignées.

Cette orientation se traduit de la façon suivante :

- Proscrire la publicité dans les sites dotés d'un paysage ou d'une valeur écologique d'intérêt et/ou reconnu : sites Natura 2000, zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique, espaces naturels sensibles, espaces gérés par le conservatoire d'espaces naturels ;
- Proscrire la publicité dans les espaces paysagers d'intérêt situés dans les parties agglomérées du tissu urbain en étant soucieux des points de vue et des perspectives : dans les parties non urbanisées des vallées dotées d'un caractère naturel dominant en ville, dans les unités foncières présentant un caractère boisé, dans les sites inscrits au titre du paysage, en limite des grands parcs urbains et espaces verts publics, le long des axes et leurs proches abords dès lors qu'ils offrent des perspectives paysagères de qualité ;

- Limiter la publicité au domaine public sur mobilier urbain le long des axes et leurs proches abords dès lors qu'ils proposent un caractère arboré régulier ou des espaces verts structurés et de qualité ;
- Garantir une insertion paysagère de qualité pour les dispositifs publicitaires autorisés (normes en matière de format et de densité, intégration des dispositifs au regard des supports l'accueillant...);
- Limiter la pollution lumineuse en étendant la plage horaire d'extinction nocturne des dispositifs lumineux et en encadrant l'affichage numérique ;
- Étendre la politique de qualité d'intégration des enseignes dans leur environnement ;
- Proscrire les enseignes sur les arbres et les haies.

### **3- Participer à la mise en valeur des sites historiques emblématiques, du patrimoine bâti remarquable et des centres bourgs des communes présentant un caractère patrimonial :**

Grand Poitiers Communauté urbaine présente un patrimoine bâti riche et diversifié. Dans les lieux présentant une qualité architecturale remarquable (site patrimonial remarquable, abords des monuments historiques) la publicité sera autorisée sous conditions et ses possibilités d'implantation seront limitées. Des mesures visant à préserver les ensembles urbains et/ou constructions remarquables seront proposées.

- Limiter la présence de la publicité extérieure en la circonscrivant au domaine public et en prenant appui uniquement sur le mobilier urbain et dans un format approprié : dans le site patrimonial remarquable, aux abords des MH, dans les sites inscrits ou bien dans les secteurs urbanisés offrant des vues, une lecture de la silhouette urbaine ou de la géomorphologie particulière du territoire ;
- Maintenir la qualité architecturale et les abords immédiats du patrimoine bâti considéré comme remarquable et recensé dans les PLU : afin de préserver ce patrimoine, les éléments publicitaires ne doivent pas être implantés sur ce dernier ;
- Poursuivre la politique de qualité d'intégration des enseignes dans l'architecture de la construction et l'environnement urbain : l'enjeu relève plus de la définition d'une règle d'harmonie d'ensemble et d'une adaptation à la façade du bâtiment et à l'environnement urbain immédiat que de critères techniques particuliers qui pourrait conduire à l'uniformisation et qui n'est pas toujours gage de qualité.

### **4- Maintenir des moyens nécessaires de communication pour assurer la visibilité commerciale et en particulier celle du petit commerce**

L'objectif est de trouver un cortège de règles adapté aux pressions réelles constatées sur le territoire et de concilier protection du patrimoine et dynamique économique. Cette dernière question est notamment prégnante dans les centres bourgs.

L'attractivité des petits commerces et le développement touristique sont essentiels pour assurer la vitalité des centre-bourgs considérés comme des espaces privilégiés du développement culturel et commercial. Concernant les enseignes, le RLPi doit à cette fin proposer des dispositions adaptées permettant de contrôler la bonne insertion aux façades et à l'environnement immédiat en laissant une certaine souplesse dans l'expression.



## **5- Améliorer la qualité des paysages d'entrées de ville tout en assurant la lisibilité des activités économiques le long des grands axes et dans les zones d'activités commerciales et :**

La visibilité des activités économiques est sous tendue par un encadrement du nombre des dispositifs présents. Cela se matérialise par les principes suivants :

- Encadrer l'implantation des publicités, des pré-enseignes et des enseignes, le long des grands axes et des zones commerciales en définissant des règles de surfaces et de densité pour éviter la prolifération des dispositifs ;
- Définir une règle de densité sur la publicité pour le domaine ferroviaire ;
- Favoriser la mutualisation des enseignes sur une même unité foncière.

## **6- Favoriser un cadre de vie de qualité en étant attentif aux questions de format et de densité afin que la publicité extérieure ne prenne pas une place dominante dans la perception des lieux et des paysages.**

## **7- Tendre vers une esthétique des dispositifs visant une insertion au contexte de qualité et évitant le sentiment d'espaces de vie du quotidien dévalorisés au profit de lieux de passage.**

Les orientations 6 et 7 se traduisent de la façon suivante :

- Adapter les formats à la typologie des quartiers pour une meilleure insertion au contexte ;
- Limiter le nombre de dispositifs pour réduire leur emprise visuelle en interdisant certains dispositifs selon la typologie des quartiers, en réglementant les inter-distances entre dispositifs ou leur nombre par unité foncière ou établissement. Les règles pourront s'appliquer de façon différenciée selon les zones ou les objets règlementés ;
- Exiger la qualité esthétique des matériels employés ;
- Respecter l'architecture de la construction ;
- Interdire les dispositifs publicitaires sur les murs de clôtures et les voies arborées ;
- Limiter les possibilités d'implantation des enseignes en toiture.

## **8- Encadrer rigoureusement l'implantation des dispositifs numériques (enseignes et publicité)**

La Communauté urbaine de Grand Poitiers doit s'adapter et anticiper ces nouvelles technologies en développement et souhaite encadrer très rigoureusement les dispositifs numériques en mettant en œuvre les principes suivants :

- Fixer des règles de format et de support autorisé ;
- Définir les lieux d'implantation autorisés ou interdits pour les enseignes et les publicités ;
- Etendre les plages horaires d'extinction nocturne.