

Règlement Local de Publicité intercommunal

Elaboration prescrite le 8 décembre 2017
Bilan de la concertation le 6 décembre 2019
Projet arrêté le 24 septembre 2021
Approbation le 24 juin 2022

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 - Président</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 Membres du bureau</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 les conseillers communautaires</p> <p>M. Christian GIRARD le conseiller communautaire suppléant</p>
----------	----	--

Absents	10	<p>M. Alain TANGUY - M. Michel BERTHIER Membres du bureau</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 les conseillers communautaires</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^{er} 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^{er} 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 m² 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,



RESULTAT DU VOTE	Adopte
-------------------------	--------

Affichée le	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. Gérard BLANCHARD

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

Membres en exercice	91	
Quorum		

Présents	54	<p>M. Alain CLAEYS - Président</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 - Membres du bureau</p> <p>M. Daniel AMILIEN - M. Jacques ARFEUILLÈRE - Mme Martine BATAILLE - M. Gérard 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-BAUDOUX - Mme Peggy TOMASINI - Mme Laurence VALLOIS-ROUET les conseillers communautaires</p> <p>M. Christian GIRARD - M. Jean-Marie MAGNAN - M. Louis-Marie CHALLET les conseillers communautaires suppléants</p>
----------	----	--

Absents	24	<p>M. François BLANCHARD - M. Philippe BROTTIER - Mme Pascale GUITTET - M. Gilles MORISSEAU - Mme Joëlle PELTIER - M. Fredy POIRIER Membres du bureau</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 les conseillers communautaires</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^{er} 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^{er} 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-Châtellerault. 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 Neuillois, 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 roclades 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

Affichée le	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)

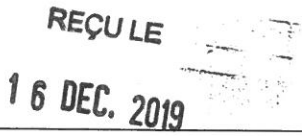
La Communauté urbaine de Grand Poitiers doit s'adapter et anticiper ces nouvelles technologies en développement et souhaite encadrer très rigoureusement les dispositifs numériques en mettant en œuvre les principes suivants :

- 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.

Conseil Communautaire du	6 décembre 2019
--------------------------	-----------------

à	16h00
---	-------

N°ordre	72
N° identifiant	2019-0627

Titre	Règlement local de publicité intercommunal de Grand Poitiers Communauté urbaine - Arrêt du projet de Règlement local de publicité intercommunal
	

Rapporteur(s)	M. Dominique CLÉMENT
Date de la convocation	08/11/2019

Président de séance	M. Alain CLAEYS
Secrétaire(s) de séance	Madame Coralie BREUILLÉ et Monsieur François BLANCHARD.

PJ.	<p style="text-align: center;">PREFECTURE DE LA VIENNE</p> <p>Liste des pièces</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Pièces administratives 2 - Rapport de présentation 3 - Règlement et glossaire 4 - Zonage publicité 5 - Zonage enseignes 6 - Annexes
-----	---

Membres en exercice	91	
Quorum	46	

Présents	66	<p>M. Alain CLAEYS - Président</p> <p>M. Guy ANDRAULT - M. El Mustapha BELGSIR - M. Michel BERTHIER - M. François BLANCHARD - M. Jean-Claude BOUTET - Mme Christine BURGÈRES - M. Francis CHALARD - M. Jean-Louis CHARDONNEAU - M. Dominique CLÉMENT - M. Bernard CORNU - M. Patrick CORONAS - M. Claude EIDELSTEIN - M. Michel FRANÇOIS - Mme Pascale GUITTET - M. Daniel HOFNUNG - Mme Florence JARDIN - M. Laurent LUCAUD - M. Gilles MORISSEAU - M. Jérôme NEVEUX - M. Fredy POIRIER - Mme Eliane ROUSSEAU - M. Gérard SOL - M. Alain TANGUY - Membres du bureau</p> <p>M. Daniel AMILIEN - M. Jacques ARFEUILLÈRE - Mme Martine BATAILLE - M. Gérald BLANCHARD - Mme Nicole BORDES - Mme Coralie BREUILLÉ - Mme Ghislaine BRINGER - M. Dominique BROCAS - M. Christophe CHAPPET - M. Jacky CHAUVIN - M. Jean-Michel CHOISY - Mme Jacqueline DAIGRE - M. Gérard DELIS - M. Dominique ÉLOY - M. Claude FOUCHER - Mme Christiane FRAYSSE - M. Hervé GARCIA - Mme Nelly GARDA-FLIP - Mme Jacqueline GAUBERT - M. Abderrazak HALLOUMI - M. Jean-François JOLIVET - M. Olivier KIRCH - M. Serge LEBOND - Mme Véronique LEY - M. Claude LITT - M. Maguy LUMINEAU - 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-HÉRIGAULT - Mme Véronique ROCHAIS-CHEMINÉE - Mme Cécile RUY-CARPENTIER - Mme Christine SARRAZIN-BAUDOUX - M. Daniel SIRAUT - Mme Peggy TOMASINI les conseillers communautaires</p> <p>M. Christian GIRARD - M. Jean BRILLAUD - M. Louis-Marie CHALLET les conseillers communautaires suppléants</p>
----------	----	--

Absents	16	<p>M. Philippe BROTTIER - M. René GIBAUT Membres du bureau</p> <p>M. Joël BIZARD - M. Jean-Daniel BLUSSEAU - M. Patrick BOUFFARD - M. Olivier BROSSARD - Mme Stéphanie DELHUMEAU-DIDELOT - Mme Catherine FORESTIER - M. Yves JEAN - M. Jean-Luc MAERTEN - M. Philippe PALISSE - M. Nicolas REVEILLAUT - M. Christian RICHARD - M. Michel SAUMONNEAU - M. Alain VERDIN - M. Aurélien TRICOT les conseillers communautaires</p>
---------	----	---

Mandats	9	<u>Mandants</u> M. Jean-Marie COMPTE Mme Michèle FAURY-CHARTIER Mme Anne GÉRARD Mme Diane GUÉRINEAU M. Gérard HERBERT Mme Marie-Christine MARCINIAK M. Sylvain POTHIER-LEROUX M. Édouard ROBLOT Mme Laurence VALLOIS-ROUET	<u>Mandataires</u> M. Bernard CORNU Mme Peggy TOMASINI M. François BLANCHARD Mme Francette MORCEAU Mme Nelly GARDA-FLIP M. Jean-Louis CHARDONNEAU M. Gérald BLANCHARD Mme Jacqueline DAIGRE Mme Christine BURGÈRES
Observations	L'ordre de passage des délibérations : 153 à 161, 1 à 23, 25 à 44, 170, 173 à 175, 72 à 107, 171, 150 à 152, 172, 162 à 169, 127 à 137, 141, 138 à 140, 142 à 148, 176, 108 à 111, 113 à 126, 45 à 71. Les 24, 112 et 149 sont retirées. Arrivées de Mmes Véronique ROCHAIS-CHEMINÉE et Cécile RUY-CARPENTIER.		

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 du 6 décembre 2016 portant création au 1^{er} 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 le procès-verbal d'installation de Grand Poitiers Communauté d'agglomération du 16 février 2017

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^{er} juillet 2017.

Vu l'arrêté préfectoral n°2018-D2/B1-027 du 21 décembre 2018 portant modification des statuts de Grand Poitiers Communauté urbaine

Vu le Code des Relations entre le Public et l'Administration

Vu la conférence intercommunale du 30 novembre 2017 définissant les modalités de collaboration avec les communes membres.

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.

Considérant les rencontres organisées avec chacune des communes à l'automne 2018 et la réunion intercommunale du 11 septembre 2019 qui a été l'occasion de partager le diagnostic et d'échanger sur les orientations générales du RLPi et leurs traductions réglementaires.

Vu la délibération du 27 septembre 2019 du Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine relative au débat sur les orientations générales du Règlement local de publicité intercommunale

Vu les débats sur les orientations générales du RLPi conduits dans certains conseils municipaux.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) offre la possibilité de réguler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs de publicité extérieure en adoptant des règles plus restrictives que celles fixées par le Code de l'Environnement afin de préserver le cadre de vie, les paysages et l'environnement dans le respect de la liberté d'expression et du développement économique.

Le RLPi est mis en place conformément à la procédure d'élaboration des documents d'urbanisme. Une fois approuvé, il deviendra une annexe du Plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) de Grand Poitiers et des Plans locaux d'urbanisme communaux. C'est dans ce cadre que la concertation sur l'élaboration du RLPi de Grand Poitiers Communauté urbaine a été mise en œuvre.

Bilan de la concertation

Par délibération du 8 décembre 2017, le Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine a décidé de prescrire l'élaboration de son Règlement local de publicité intercommunal. Cette délibération détaille les modalités de concertation mises en œuvre tout au long de l'élaboration du projet de RLPi. La délibération d'engagement de la procédure d'élaboration du projet de RLPi a été affichée pendant un mois au siège de Grand Poitiers Communauté urbaine.

Un registre a été mis à la disposition du public au siège de la Communauté urbaine de Grand Poitiers. Une adresse mail dédiée a également été créée (concertation.rlp@grandpoitiers.fr) afin que chacun puisse déposer des observations ou des questions. Le processus d'élaboration du RLPi a fait l'objet d'une information régulière sur le site Internet de Grand Poitiers Communauté urbaine tout au long du déroulé de la procédure. Une réunion publique de présentation du projet a été organisée le 30 septembre 2019 pour présenter le diagnostic, les orientations générales du RLPi et les premiers principes règlementaires.

Le registre mis à disposition du public pendant toute la phase de concertation n'a reçu aucune observation. Des observations ou demandes concernant l'association aux réflexions, la prise d'information sur le calendrier de la procédure ou les modalités de la concertation ont été formulées par mail ou courrier. Les contributions du grand public ont été minimales tout au long de cette période.

À leurs demandes, les associations Paysage de France et Vienne nature environnement ont été intégrées à la procédure en tant que personnes consultées. Après rencontre et échanges officiels en date du 13 mai 2019 et du 2 juillet 2019, ces deux associations ont transmis des contributions écrites à Grand Poitiers Communauté urbaine sur le projet de RLPi.

En parallèle, en 2019, un processus de concertation spécifique a été mis en place afin d'associer à la démarche les représentants des organismes compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme et d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement. Il a pris la forme de plusieurs réunions organisées dans l'objectif d'échanger et de recueillir les observations et remarques des partenaires suivants sur les deux principales phases :

- Le diagnostic :
 - le 13 mai : association Paysage de France
 - le 17 mai : représentants des professionnels de la publicité
 - le 27 mai : Architectes des bâtiments de France (ABF - DRAC Vienne)
 - le 19 juin : représentants des associations de zones d'activités et de commerçants
 - le 2 juillet : association Vienne nature environnement.

- Les orientations et les principes règlementaires :
 - le 1er octobre : représentants des professionnels de la publicité et des associations de zones d'activités et de commerçants
 - le 1er octobre : Associations Paysage de France, Vienne nature environnement et Architectes des bâtiments de France

Les 8 orientations générales du RLPi ont fait l'objet d'un débat au sein du Conseil communautaire du 27 septembre 2019 :

- 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 représentant 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
- 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 et 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).

Les différentes observations, demandes et contributions ont été analysées et ont alimentées les réflexions sur les orientations et les outils règlementaires du RLPi.

Arrêt du projet de Règlement local de publicité intercommunal

Conformément au Code de l'Environnement, le projet arrêté comprend un rapport de présentation s'appuyant sur un diagnostic, définissant des orientations et expliquant les choix retenus, une partie règlementaire et des annexes (les documents graphiques faisant apparaître les différentes zones du RLPi, les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et les plans les matérialisant).

L'objectif recherché dans le cadre de l'élaboration du RLPi est à la fois de proposer un projet plus ambitieux que le Règlement national de publicité (limitation des formats, de la densité des dispositifs, protection des sites) et de mettre en œuvre une démarche globale, cohérente, conciliant les différents enjeux du territoire (protection du paysage, du patrimoine bâti, de l'environnement, intégration des questions de transition écologique, respect de la liberté d'expression et du développement économique, prise en compte des pressions spatiales réelles constatées).

Sur la base du diagnostic réalisé en 2018 et dont les principaux éléments sont présentés dans le rapport de présentation, des secteurs à enjeux spécifiques ont été identifiés :

- 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 cœurs de vallées
- le Site patrimonial remarquable de Poitiers et les territoires offrant une densité conséquente de Monuments Historiques (Chauvigny, Lusignan)
- les zones d'activités économiques et commerciales et les axes structurants.

Le projet arrêté s'articule autour des 8 orientations générales qui ont guidé l'élaboration des propositions règlementaires et de zonage et de leur croisement avec les secteurs à enjeux repérés. Il s'adapte à la typologie des lieux dans une cohérence d'ensemble à l'échelle du territoire.

Le zonage a été défini de manière à adapter la réglementation le plus finement possible au regard des enjeux soulevés par les différents secteurs et au regard du cadre légal fixé par le Code de l'Environnement. Afin de faciliter l'appréhension et l'application du règlement par une cartographie claire et sans ambiguïté, le règlement est articulé en deux parties : l'une consacrée au régime de la publicité et des pré-enseignes, l'autre à celui des enseignes. Chacun est assorti d'un plan de zonage distinct. Chacune de ces parties du règlement s'organise de la façon suivante :

- une première sous-partie relative aux règles communes applicables aux dispositifs visés sur l'ensemble du territoire, quel que soit la zone. Ces dispositions générales visent à répondre à certains objectifs du RLPi, notamment ceux de la protection du patrimoine naturel et paysager et du patrimoine bâti remarquable
- une seconde sous-partie traite des règles spécifiques applicables aux dispositifs visés à chaque zone.

Le règlement délimite 7 zones en matière de publicité et 4 zones en matière d'enseignes.

Pour la publicité, la définition des zones tient compte des différences de régime applicable selon le nombre d'habitants de l'agglomération et son appartenance ou non à l'unité urbaine. Le zonage de la publicité couvre uniquement la partie agglomérée du territoire, la publicité étant interdite par le Code de l'Environnement hors agglomération. Les règles édictées dans les différentes zones obéissent à un principe de gradation depuis la

zone 1 (espaces de nature en milieu aggloméré) qui couvre les secteurs devant bénéficier d'une protection renforcée et où les règles sont les plus strictes (toute forme de publicité y est proscrite) jusqu'à la zone 7 (zones d'activités économiques et commerciales) dans lesquelles les règles sont moins strictes en étant toutefois plus contraignantes que la réglementation nationale.

Le projet de RLPi prévoit deux zones dédiées aux bâtiments et espaces urbains patrimoniaux (abords des Monuments Historiques, SPR de Poitiers), à certaines voies proposant un caractère arboré ou végétalisé significatif et de qualité, aux secteurs urbanisés offrant des points de vues pittoresques ou remarquables. Deux autres zones correspondent aux espaces résidentiels ou mixtes. Une zone identifie les abords de certaines voies structurantes.

Pour les enseignes aucune distinction n'est faite dans le Code de l'Environnement en matière de règles entre les territoires situés dans ou en dehors de l'agglomération. Le RLPi réglemente donc l'ensemble du territoire. Pour les enseignes, le même principe de gradation s'applique : la zone 1 correspond aux secteurs protégés (naturels et bâtis) et aux centres des communes rurales, la zone 2 correspond au Site patrimonial de Poitiers. Les règles de ces deux zones y sont plus strictes. La zone 3 correspond aux secteurs d'activités économiques ou commerciales et aux voies structurantes (les règles sont plus souples que dans les 3 autres zones). La zone 4 englobe le reste du territoire.

Après examen de ce dossier, il vous est proposé

- de tirer le bilan de la concertation et d'arrêter le projet de Règlement local de publicité intercommunal
- d'afficher la présente délibération, conformément à l'article R.153-3 du Code de l'Urbanisme, pendant un mois au siège de Grand Poitiers Communauté urbaine
- d'autoriser Monsieur le Président ou son représentant à signer tout document à intervenir dans cette affaire
- d'imputer les dépenses correspondantes à l'opération 1706, « Plan Local d'Urbanisme », article 202 du budget Principal.

POUR	62	
CONTRE	2	M. Jacques ARFEUILLÈRE, Mme Christiane FRAYSSE.
Abstention	11	Mme Coralie BREUILLÉ, M. Jacky CHAUVIN, M. Patrick CORONAS, Mme Jacqueline DAIGRE, M. Olivier KIRCH, M. Laurent LUCAUD, M. Sylvain POTHIER-LEROUX, Mme Marie-Dolorès PROST, Mme Nathalie RIMBAULT-HÉRIGAULT, M. Édouard ROBLLOT, M. Gérard SOL
Ne prend pas part au vote	0	

Pour le Président,

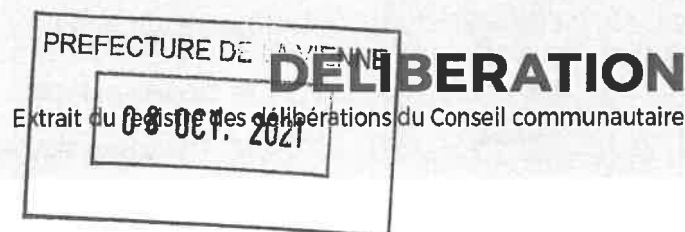


Francis CHALARD
Le Vice-Président

RESULTAT DU VOTE Adopté

Affichée le	13 décembre 2019
Date de publication au Recueil des Actes Administratifs	
Date de réception en préfecture	
Identifiant de télétransmission	

Nomenclature Préfecture	2.1
Nomenclature Préfecture	Documents d urbanisme



Conseil Communautaire du 24 septembre 2021

à 14h00

N°ordre 12
N° identifiant 2021-0375

Titre Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Grand Poitiers Communauté urbaine - Arrêt du projet de RLPi

Rapporteur(s) M. Bernard PÉTERLONGO
Date de la convocation 17/09/2021

Président de séance Mme Florence JARDIN
Secrétaire(s) de séance MM. Maxime PÉDEBOSCQ & Kentin PLINGUET

PJ.
0 - Sommaire
1- Pièces administratives
2 - Rapport de présentation
3 - Règlement et glossaire
4 - Zonage publicité
5 - Zonage enseignes
6 - Annexes

Membres en exercice 86
Quorum 29

Présents 50
Mme Florence JARDIN - **Présidente**
M. Stéphane ALLOUCH - M. Frankie ANGEBAULT - Mme Sylvie AUBERT - M. Jean-Charles AUZANNEAU - Mme Lisa BELLUCO - M. Bastien BERNELA - Mme Alexandra DUVAL - M. Jean-Louis FOURCAUD - M. Michel FRANÇOIS - M. Éric GHIRLANDA - M. Laurent LUCAUD - M. Romain MIGNOT - Mme Léonore MONCOND'HUY - Mme Isabelle MOPIN - M. Gilles MORISSEAU - Mme Élisabeth NAVEAU DIOP - M. Maxime PÉDEBOSCQ - M. Bernard PÉTERLONGO - M. Fredy POIRIER - M. Charles REVERCHON-BILLOT - M. Robert ROCHAUD - M. Jean-Luc SOULARD - **Membres du bureau**
Mme Martine BATAILLE - M. Gérard BENOIST - M. François BLANCHARD - Mme Coralie BREUILLÉ-JEAN - M. Anthony BROTTIER - M. Christophe CHAPPET - M. Vincent CHENU - M. Alain CLAEYS - Mme Ombelyne DAGICOUR - M. Pascal FAIDEAU - M. Kévin GOMEZ - Mme Monique HERNANDEZ - M. Frédéric JARRY - M. Jean-Louis LEDEUX - M. Frédéric LÉONET - Mme Maguy LUMINEAU - M. Jean-Luc MAERTEN - M. Bernard MAUZÉ - M. Jérôme NEVEUX - M. Kentin PLINGUET - M. Nicolas RÉVEILLAULT - Mme Julie REYNARD - Mme Nathalie RIMBAULT-HÉRIGAULT - Mme Claude THIBAULT - Mme Béatrice VANNESTE - M. Bruno VIVIER **les conseillers communautaires**
Mme Roseline BEAUCHAMPS-CONTREPAS **la conseillère communautaire suppléante**

Absents 17
Mme Dany COINEAU - M. Claude EIDELSTEIN - Mme Corine SAUVAGE **Membres du bureau**
Mme Béatrice BEJANIN - Mme Sonia BENNANI - M. Joël BLAUD - Mme Élodie BONNAFOUS - M. Bernard CHAUVET - M. Jean-Michel CHOISY - M. Serge COUSIN - M. Ludovic DEVERGNE - Mme Nelly GARDA-FLIP - Mme Pascale GUITTET - M. Gérard HERBERT - M. Christian RICHARD - M. Arnaud ROUSSEAU - Mme Sylvie SAP **les conseillers communautaires**

Mandats	19	<u>Mandants</u> Mme Samira BARRO-KONATÉ M. Emmanuel BAZILE Mme Alexandra BESNARD M. Gérald BLANCHARD M. Aurélien BOURDIER Mme Karine DANGRÉAUX-HENIN M. Guy DAVIGNON Mme Nathalie DESJARDINS M. Rafael DOS SANTOS CRUZ Mme Julie FONTAINE M. Aloïs GABORIT Mme Carine GILLES M. Olivier KIRCH Mme Solange LAOUDJAMAÏ M. Sébastien LÉONARD Mme Zoé LORIOUX - - CHEVALIER M. Pierre-Étienne ROUET M. Théo SAGET M. Antoine SUREAUD	<u>Mandataires</u> Mme Coralie BREUILLÉ-JEAN M. Jean-Luc SOULARD M. Charles REVERCHON-BILLOT M. Jean-Charles AUZANNEAU Mme Monique HERNANDEZ M. Éric GHIRLANDA M. Jérôme NEVEUX M. Bruno VIVIER M. Robert ROCHAUD M. Charles REVERCHON-BILLOT M. Bastien BERNELA M. François BLANCHARD M. Gilles MORISSEAU M. Anthony BROTTIER Mme Florence JARDIN Mme Julie REYNARD M. Anthony BROTTIER M. Frankie ANGEBAULT M. Maxime PÉDEBOSCQ
---------	----	---	--

Observations	L'ordre des délibérations : 1-10, 100, 15-17, 29-30, 38-39, 79, 82, 92, 98, 41, 101-102, 105, 11-14, 18-21, 23, 28, 22, 24-27, 31-37, 42-44, 40, 45-48, 52, 54, 53, 49-51, 55-78, 80-81, 83-91, 93-97, 99, 103-104, 106-108. Sont sorties Mmes Coralie BREUILLÉ-JEAN (mandataire de Mme Samira BARRO-KONATÉ) et Claude THIBAUT. Départs de Mme Dany COINEAU et M. Serge COUSIN.
--------------	---

Projet de délibération étudié par:	Commission Générale et des finances Commission Voirie, espaces publics - Mobilités - Urbanisme - Foncier
------------------------------------	---

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

Vu le Code général des collectivités territoriales (CGCT),

Vu les statuts de Grand Poitiers Communauté urbaine,

Vu le procès-verbal d'installation de Grand Poitiers Communauté urbaine en date 24 juillet 2020 intitulé Procès-verbal de l'élection de la Présidente, des Vice-présidents et des Délégués de la Présidente membres du bureau de Grand Poitiers Communauté urbaine,

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 le Code des relations entre le public et l'administration,

Vu la conférence intercommunale du 30 novembre 2017 définissant les modalités de collaboration avec les communes membres,

Vu la délibération du 8 décembre 2017 du Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine prescrivant l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) et définissant les modalités de collaboration avec les communes et les modalités de concertation mises en œuvre tout au long de la procédure.

Considérant les rencontres organisées avec chacune des communes à l'automne 2018 et la réunion intercommunale du 11 septembre 2019 qui a été l'occasion de partager le diagnostic et d'échanger sur les orientations générales du RLPi et leurs traductions réglementaires.

Vu la délibération du 27 septembre 2019 du Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine relative au débat sur les orientations générales du RLPi,

Vu les débats sur les orientations générales du RLPi conduits dans certains conseils municipaux,

Vu la délibération du 6 décembre 2019 du Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de RLPi de Grand Poitiers Communauté urbaine.

Considérant la consultation des Personnes publiques associées qui s'est tenue au cours du premier semestre 2020 et les avis formulés sur le projet arrêté par le Conseil de Grand Poitiers Communauté urbaine

Considérant les rencontres organisées avec les communes pour informer et partager sur les attendus des collectivités en matière d'enseignes et de publicité extérieure au cours du second semestre 2020 et premier trimestre 2021.

Le Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) offre la possibilité de réguler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs de publicité extérieure et des enseignes en adoptant des règles plus restrictives que celles fixées par le Code de l'environnement afin de préserver le cadre de vie, les paysages et l'environnement dans le respect de la liberté d'expression et du développement économique.

Le RLPi est mis en place conformément à la procédure d'élaboration des documents d'urbanisme. Une fois approuvé, il deviendra une annexe du Plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) de Grand Poitiers et des Plans locaux d'urbanisme (PLU) communaux et du Plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) de Poitiers. C'est dans ce cadre que la concertation sur l'élaboration du RLPi de Grand Poitiers Communauté urbaine a été mise en œuvre.

Par délibération du Conseil en date du 6 décembre 2019, le bilan de la concertation concernant le projet de RLPi a été tiré et le projet a été confirmé permettant de poursuivre la procédure visant son approbation avant l'échéance retenue par le Grenelle de l'environnement telle que connue à cette date (caducité des Règlements locaux de publicité communaux au 13 juillet 2020).

Afin de tenir compte du contexte particulier de l'année 2020, marquée par plusieurs événements, dont :

- la loi Engagement de proximité du 27 décembre 2019 qui a induit que le délai de caducité des Règlements locaux de publicité communaux, initialement prévue au 13 juillet 2020 a été repoussé au 13 juillet 2022
- les différentes ordonnances successives relatives à l'état de crise sanitaire qui ont fait évoluer les délais en matière de décisions sur certains plans, programmes et actes administratifs, ajoutant ainsi un délai de trois mois et 12 jours et conduisant à retenir la date du 25 octobre 2022 pour l'adoption d'un RLPi venant se substituer aux RLP communaux en vigueur devenant caducs à cette nouvelle échéance
- le renouvellement partiel des équipes municipales au cours de l'année 2020 et le choix réalisé par Grand Poitiers et les 40 communes de prendre le temps d'apporter une information et une acculturation appropriées, sur ces thèmes et cette procédure complexes (enseignes et publicité extérieure), aux élus communautaires et municipaux en responsabilité sur ce sujet
- l'expertise technique et politique des avis formulés par les personnes publiques associées dans le cadre de la consultation conduite sur le projet arrêté en Conseil début 2020. Cette dernière a mis en avant le besoin d'amender plusieurs prescriptions envisagées initialement afin d'enrichir la pertinence et la cohérence du projet et permettre ainsi une transcription plus fine des grandes orientations arrêtées
- d'actualiser la cartographie réglementaire proposée pour la publicité extérieure et les enseignes en lien avec des arrêtés municipaux définissant les limites des parties agglomérées de plusieurs communes qui ont été amendés au cours des années 2020 et au premier semestre 2021.

Il est proposé de réaliser un nouvel arrêt du projet de RLPi de Grand Poitiers amendé en Conseil communautaire qui se substituera au précédent projet annexé à la délibération du 6 décembre 2019.

Conformément au Code de l'environnement, le projet arrêté comprend un rapport de présentation s'appuyant sur un diagnostic, définissant des orientations et expliquant les choix retenus, une partie réglementaire et des annexes (les documents graphiques faisant apparaître les différentes zones du RLPi, les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et les plans les matérialisant).

L'objectif recherché dans le cadre de l'élaboration du RLPi est à la fois de proposer un projet plus ambitieux que le Règlement national de publicité (RNP) (limitation des formats, de la densité des dispositifs, protection des sites) et de mettre en œuvre une démarche globale, cohérente, conciliant les différents enjeux du territoire (protection du paysage, du patrimoine bâti, de l'environnement, intégration des questions de transition écologique, respect de la liberté d'expression et du développement économique, prise en compte des pressions spatiales réelles constatées).

Sur la base du diagnostic réalisé en 2018 et dont les principaux éléments sont présentés dans le rapport de présentation, des secteurs à enjeux spécifiques ont été identifiés :

- 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 cœurs de vallées
- le Site patrimonial remarquable (SPR) de Poitiers et les territoires offrant une densité conséquente de Monuments Historiques (Chauvigny, Lusignan)
- les zones d'activités économiques et commerciales et les axes structurants.

Le nouveau projet arrêté s'articule toujours autour des huit orientations générales qui ont guidé l'élaboration des propositions réglementaires et de zonage et de leur croisement avec les secteurs à enjeux repérés. Il s'adapte à la typologie des lieux dans une cohérence d'ensemble à l'échelle du territoire.

Le zonage a été défini de manière à adapter la réglementation le plus finement possible au regard des enjeux soulevés par les différents secteurs et au regard du cadre légal fixé par le Code de l'environnement. Afin de faciliter l'appréhension et l'application du règlement par une cartographie claire et sans ambiguïté, le règlement est articulé en deux parties : l'une consacrée au régime de la publicité et des pré-enseignes, l'autre à celui des enseignes. Chacun est assorti d'un plan de zonage distinct. Chacune de ces parties du règlement s'organise de la façon suivante :

- une première sous-partie relative aux règles communes applicables aux dispositifs visés sur l'ensemble

du territoire, quel que soit la zone. Ces dispositions générales visent à répondre à certains objectifs du RLPi, notamment ceux de la protection du patrimoine naturel et paysager et du patrimoine bâti remarquable

- une seconde sous-partie traite des règles spécifiques applicables aux dispositifs visés à chaque zone.

Le règlement délimite sept zones en matière de publicité et quatre zones en matière d'enseignes.

Pour la publicité, la définition des zones tient compte des différences de régime applicable selon le nombre d'habitants de l'agglomération et son appartenance ou non à l'unité urbaine. Le zonage de la publicité couvre uniquement la partie agglomérée du territoire, la publicité étant interdite par le Code de l'environnement hors agglomération. Les règles édictées dans les différentes zones obéissent à un principe de gradation depuis la zone un (espaces de nature en milieu aggloméré) qui couvre les secteurs devant bénéficier d'une protection renforcée et où les règles sont les plus strictes (toute forme de publicité y est proscrite) jusqu'à la zone sept (zones d'activités économiques (ZAE) et commerciales) dans lesquelles les règles sont moins strictes en étant toutefois plus contraignantes que la réglementation nationale.

Le projet de RLPi prévoit deux zones dédiées aux bâtiments et espaces urbains patrimoniaux (abords des Monuments Historiques, SPR de Poitiers), à certaines voies proposant un caractère arboré ou végétalisé significatif et de qualité, aux secteurs urbanisés offrant des points de vues pittoresques ou remarquables. Deux autres zones correspondent aux espaces résidentiels ou mixtes. Une zone identifie les abords de certaines voies structurantes.

Pour les enseignes aucune distinction n'est faite dans le Code de l'environnement en matière de règles entre les territoires situés dans ou en dehors de l'agglomération. Le RLPi réglemente donc l'ensemble du territoire. Pour les enseignes, le même principe de gradation s'applique : la zone un correspond aux secteurs protégés (naturels et bâtis) et aux centres des communes rurales, la zone deux correspond au SPR de Poitiers. Les règles de ces deux zones y sont plus strictes. La zone trois correspond aux secteurs d'activités économiques ou commerciales et aux voies structurantes (les règles sont plus souples que dans les trois autres zones). La zone quatre englobe le reste du territoire.

Après examen de ce dossier, il vous est proposé :

- suite au bilan de la concertation tiré par délibération du 6 décembre 2019, d'arrêter le projet de Règlement local de publicité intercommunal tel qu'annexé à la présente délibération
- d'afficher la présente délibération, conformément à l'article R. 153-3 du Code de l'urbanisme, pendant un mois au siège de Grand Poitiers Communauté urbaine (Hôtel de Ville de Poitiers) et dans les mairies des communes de Grand Poitiers Communauté urbaine.
- d'autoriser Madame la Présidente ou son représentant à signer tout document à intervenir dans cette affaire
- d'imputer les dépenses correspondantes à l'opération 1706, « Plan Local d'Urbanisme », article 202 du budget Principal.

POUR	66	
CONTRE	0	
Abstention	0	
Ne prend pas part au vote	3	Mme Samira BARRO-KONATÉ, Mme Coralie BREUILLÉ-JEAN, Mme Claude THIBAUT.

Pour la Présidente,



Charles REVERCHON-BILLOT
Vice-Président

RESULTAT DU VOTE

Adopté

Affichée le

1 octobre 2021

Date de publication au Recueil des Actes Administratifs

Date de réception en préfecture	
Identifiant de télétransmission	

Nomenclature Préfecture	2.1
Nomenclature Préfecture	Documents d urbanisme