

Règlement Local de Publicité intercommunal

Élaboration prescrite le 8 décembre 2017

## **2- Rapport de présentation**

Bilan de la concertation le 6 décembre 2019

Projet arrêté le 24 septembre 2021

**Approbation par Grand Poitiers Communauté Urbaine le 24 juin 2022**

## Table des matières

<b>PREAMBULE</b> .....	<b>5</b>
<b>Chapitre 1 DONNEES GENERALES</b> .....	<b>7</b>
1.1. Présentation de Grand Poitiers Communauté urbaine .....	7
1.2. Données démographique.....	10
1.3 Réseau viaire et ferré .....	12
1.4 La situation économique.....	15
2.1 Occupation du sol.....	17
2.2 Le patrimoine naturel .....	18
2.2.1 Géographie et entités paysagères .....	18
2.2.2 Le patrimoine naturel protégé.....	23
2.2.3 Le patrimoine bâti.....	24
<b>Chapitre 3 : ANALYSE DES DISPOSITIONS APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND POITIERS COMMUNAUTE URBAINE</b> .....	<b>27</b>
3.1. Le champ d'application matériel.....	27
3.1.1 La publicité .....	27
3.1.2 Les enseignes.....	29
3.1.3 Les préenseignes.....	32
3.1.4 Les préenseignes dérogatoires.....	33
3.1.5 L'affichage d'opinion .....	35
3.1.6 Les bâches .....	37
3.1.7 La publicité de petit format .....	38
3.1.8 La publicité sur les véhicules terrestres .....	38
3.1.9 Publicité sur les eaux intérieures (art. R.581-49 et suivants).....	39
3.1.10 Les dispositifs exclus du champ d'application du code de l'environnement .....	40

3.2. Le champ d'application géographique.....	44
3.3. La nécessité de fixer les limites d'agglomération.....	47
3.4. Les dispositions du Règlement National Publicité (RNP) applicables sur le territoire du Grand Poitiers.....	51
3.4.1 Publicité (densité, formats, extinction nocturne).....	51
3.4.2 Les principales règles de format et de hauteur applicables à la publicité murale .....	51
3.4.3 Les règles de format et de hauteur applicables à la publicité scellée au sol .....	52
3.4.4 Le régime applicable à la publicité lumineuse numérique .....	54
3.4.5 Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire .....	56
3.4.6 La règle nationale de densité.....	59
3.4.7 L'obligation d'extinction nocturne .....	61
3.4.8 Les règles applicables à l'enseigne murale.....	61
3.4.9 Les règles applicables à l'enseigne scellée au sol.....	62
3.4.10 Les règles applicables à l'enseigne en toiture.....	64
3.4.11 Les règles d'extinction nocturne.....	65
3.5 L'exercice du pouvoir de police.....	66
3.6. Analyse des Règlements Locaux de Publicité communaux en vigueur .....	69
3.6.1. Typologies présentes dans les Règlements Locaux de Publicité (RLP) communaux en vigueur.....	70
3.6.2 L'analyse des Règlements Locaux de Publicité en vigueur.....	70
3.6.3 Conclusions .....	71
3.7. Situation de la publicité extérieure sur le territoire du Grand Poitiers .....	72
3.7.1. La situation de la publicité et des préenseignes .....	72
3.7.2 La situation des enseignes .....	103
<b>Chapitre 4 : SYNTHESE DES CONSTATS .....</b>	<b>118</b>
<b>Chapitre 5 : ORIENTATIONS GENERALES .....</b>	<b>122</b>

5.1 Accompagner les spécificités du territoire en définissant un zonage et des règles adaptées aux enjeux et aux lieux .....	122
5.2 S’inscrire dans la mise en valeur et la protection du patrimoine naturel et paysager garant de l’identité du territoire .....	122
5.3 Participer à la mise en valeur des sites historiques emblématiques, du patrimoine bâti remarquable et des centres bourgs des communes présentant un caractère patrimonial.....	123
5.4 Maintenir les moyens nécessaires de communication pour assurer la dynamique commerciale et en particulier celle du petit commerce .....	123
5.5 Assurer la lisibilité des activités économiques le long des grands axes et dans les zones d’activités commerciales et améliorer la qualité des paysages d’entrées de ville.....	123
5.6 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.....	124
5.7 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.....	124
5.8 Encadrer l’implantation des dispositifs numériques (enseignes et publicité).....	124
<b>Chapitre 6 : EXPLICATION DES CHOIX DU PROJET.....</b>	<b>125</b>

## PREAMBULE

Depuis la réforme de la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (dite Loi ENE), les règlements locaux de publicité (RLP) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

Les RLP s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Élaborés sur une procédure identique à celle des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU), adoptant des règles plus restrictives que celles fixées par le régime général, ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie ; ils renforcent l'identité du territoire.

### **Les pièces constitutives du dossier de RLP :**

Conformément à l'article R.581-72 du code de l'environnement, un RLP(i) comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que schémas explicatifs, glossaire, etc.

#### Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état de l'affichage publicitaire sur le territoire du RLPi. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie, analyse leur conformité aux dispositions du Règlement National de Publicité (RNP) et, le cas échéant, des RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux, c'est-à-dire les secteurs nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

Le rapport précise les objectifs et définit les orientations en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il explique enfin les choix des règles instituées dans le règlement.

#### Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLP(i) à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP(i), comme il a été indiqué plus haut, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

## Les annexes

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres<sup>1</sup> identifiés dans le rapport de présentation et le règlement, ainsi que des arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes et du document graphique les matérialisant.

En application de l'article L581-14 du code de l'environnement, l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de PLU ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un RLP.

Grand Poitiers Communauté urbaine disposant de la compétence PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient. Le règlement local de publicité est donc intercommunal (RLPi).

### **Les objectifs du règlement local de publicité intercommunal de Grand Poitiers Communauté urbaine**

#### **Méthodologie**

Afin de définir des stratégies visant à rendre les dispositifs d'information commerciale harmonieux et intégrés, il convient de définir des espaces en fonction de leurs caractéristiques urbaines et au regard des enjeux paysagers, architecturaux et patrimoniaux. Pour ce faire la méthodologie mise en oeuvre s'est appuyée sur:

- la définition d'enjeux théoriques sur l'impact visuel et fonctionnel des panneaux publicitaires et des enseignes sur le cadre urbain et les ambiances paysagères, ainsi que sur leur stratégie de localisation ;
- la lecture analytique des documents mis à disposition (PLUi approuvé en juin 2013 et PLU communaux), volet paysager des PLU, état initial de l'environnement, chiffres clés du territoire) ;
- le repérage sur le terrain des entités territoriales et urbaines ayant des enjeux singuliers ;
- l'analyse et un reportage photographique de l'impact de l'implantation de la publicité et des enseignes dans ces entités territoriales et urbaines ;
- la cartographie et le traitement géomatique des enjeux par entités ;
- la mise en œuvre d'un travail collaboratif avec les communes sous formes de réunions de travail ;
- la fixation de la zone agglomérée sur la base des espaces agglomérés au sens du code de la route, de la zone urbaine et à urbaniser construite du PLUi, des PLU communaux et Cartes Communales en vigueur.

---

<sup>1</sup> Les périmètres sont des secteurs identifiés hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du code de l'environnement).

# Chapitre 1 DONNEES GENERALES

## 1.1. Présentation de Grand Poitiers Communauté urbaine

Localisé dans la région Nouvelle Aquitaine et dans le département de la Vienne, le territoire du Grand Poitiers se situe sur les bassins versants du Clain et de la Vienne. Le réseau hydrographique constitue un élément qui caractérise le territoire.

L'unité territoriale de mesure qu'est l'aire urbaine est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle urbain, et par des communes rurales ou unités urbaines (couronne périurbaine) dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci.

La Vienne compte actuellement deux aires urbaines, celle de Poitiers et celle de Châtelleraut et 7 Etablissements Publics de Coopération Intercommunal (EPCI) dont Grand Poitiers Communauté urbaine.

Grand Poitiers Communauté urbaine, autrefois District puis Communauté d'Agglomération de Poitiers, s'est constituée en 1965 à la demande de 6 communes que sont Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Poitiers et Saint-Benoît. Le 1<sup>er</sup> juillet 2017, la nouvelle communauté d'agglomération devenue communauté urbaine résulte de la fusion de :

- la Communauté d'Agglomération du Grand Poitiers (13 communes) ;
- la Communauté de Communes de Vienne et Moulière (10 communes) ;
- la Communauté de Communes du Val Vert du Clain (6 communes) ;
- la Communauté de Communes du Pays Mélusin (9 communes) ;
- les communes de Chauvigny, Jardres, La Puye et Sainte-Radegonde

Aujourd'hui, Grand Poitiers Communauté urbaine se compose de 40 communes au lieu de 42 communes initiales suite à la fusion de Jaunay-Clan et de Marigny-Brizay (Jaunay-Marigny) ainsi que de Beaumont et Saint-Cyr (Beaumont Saint-Cyr).

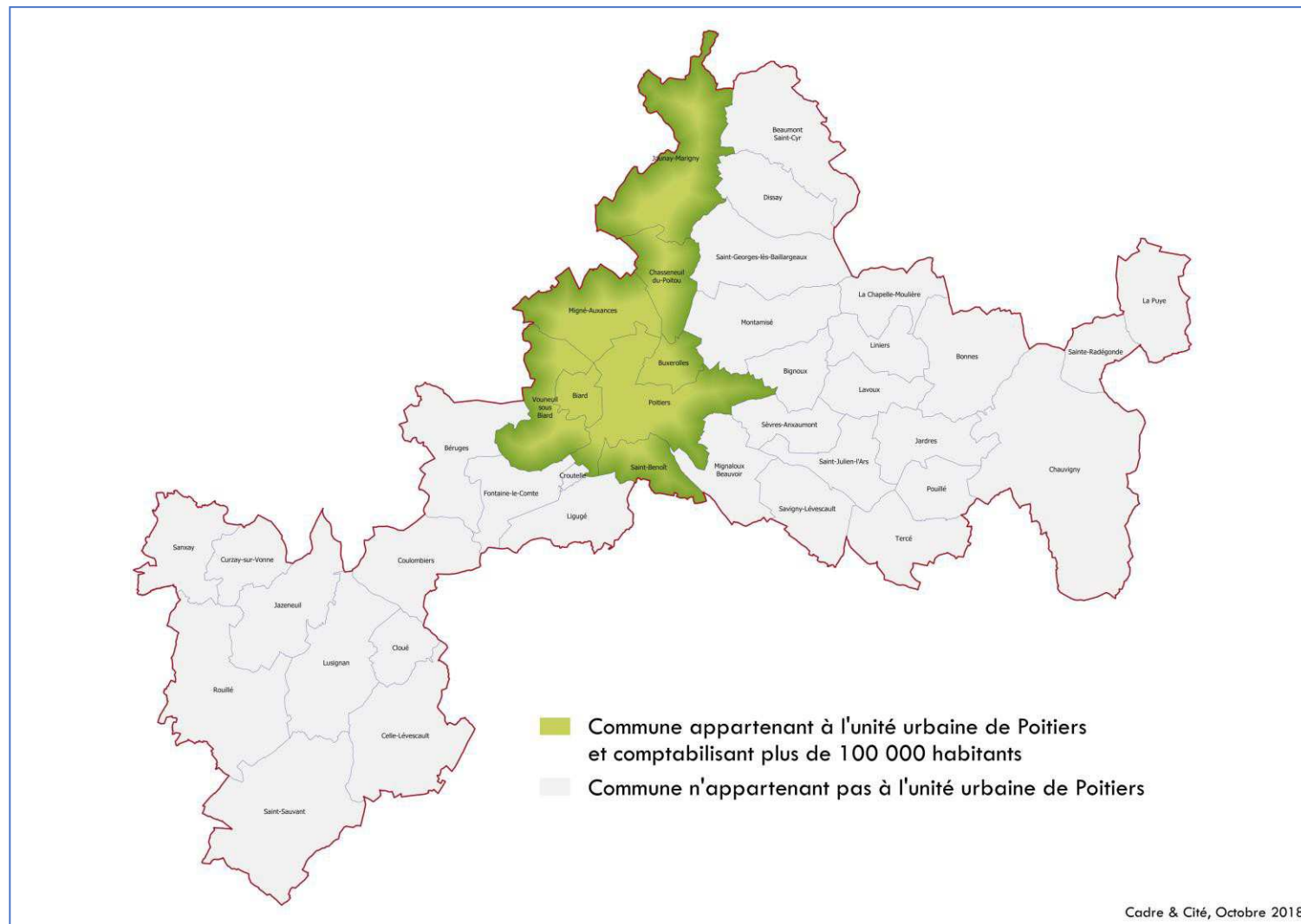
L'intercommunalité couvre une superficie de 1071 km<sup>2</sup> et constitue l'un des pôles les plus compétitifs à l'échelle de la région.





Les 8 communes appartenant à l'unité urbaine de Poitiers sont comprises dans la communauté urbaine :

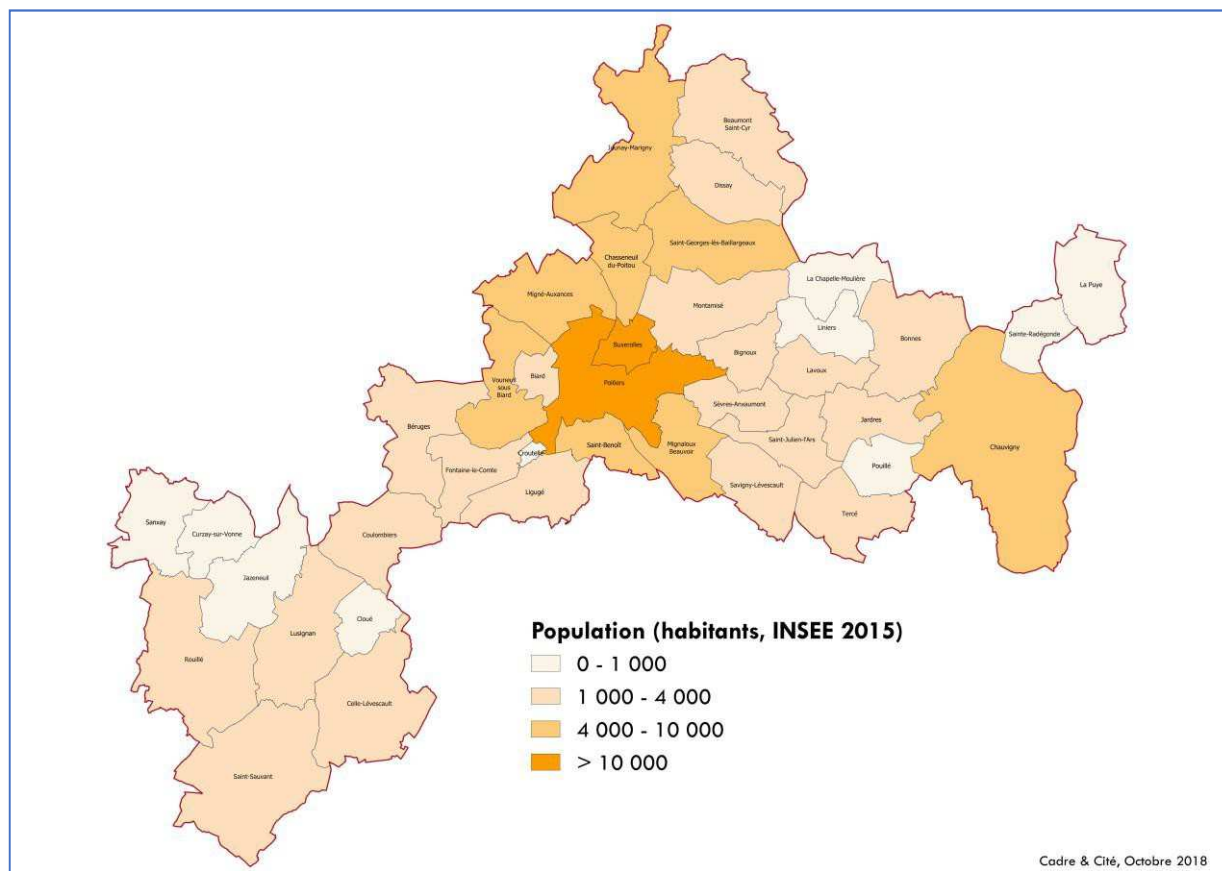
- Poitiers ;
- Buxerolles ;
- Chasseneuil-du-Poitou ;
- Jaunay-Marigny ;
- Migné-Auxances ;
- Biard ;
- Vouneuil-sous-Biard ;
- Saint-Benoît.



## 1.2. Données démographique

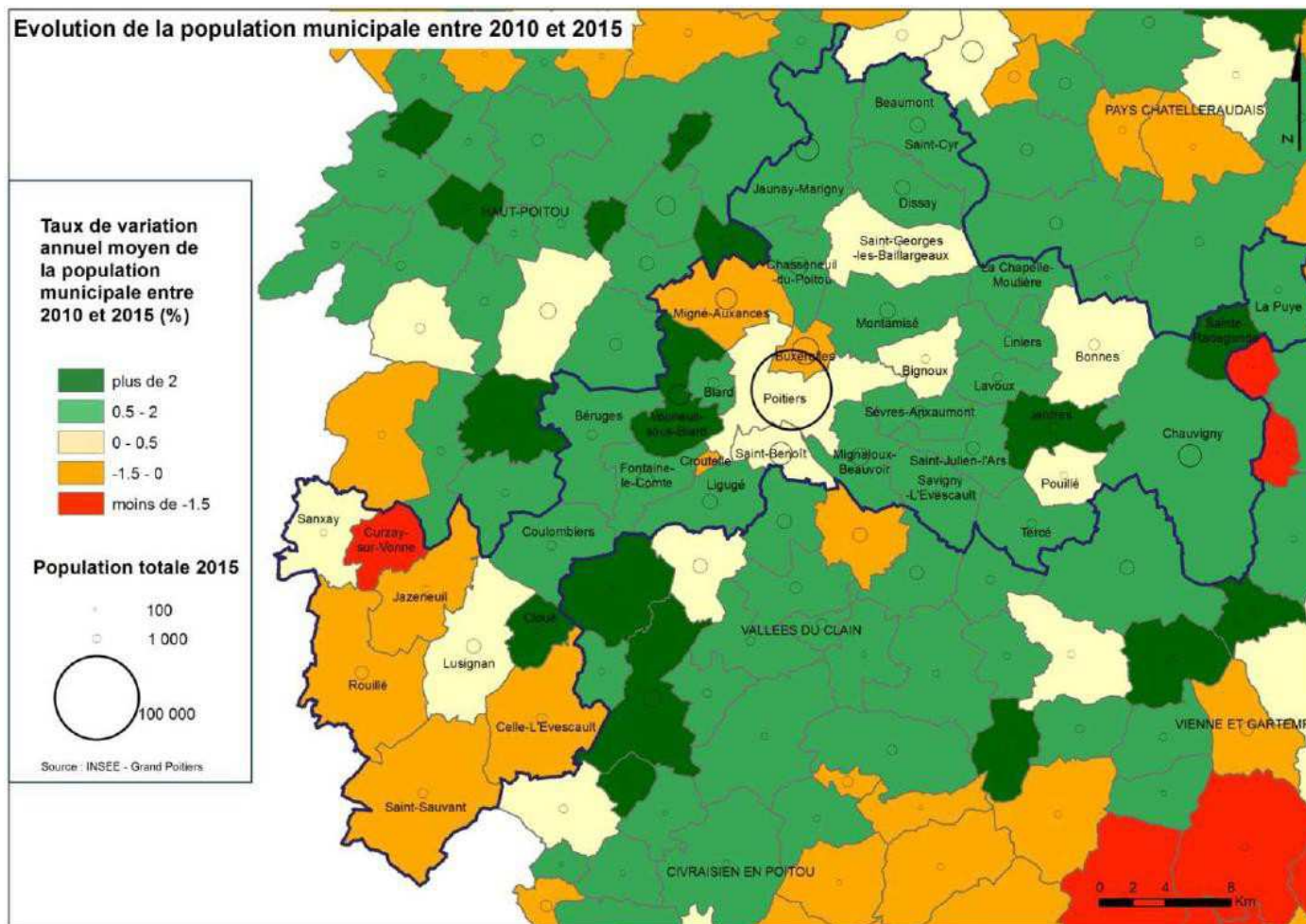
La population totale de la communauté urbaine fait état de 196 155 habitants au 1<sup>er</sup> janvier 2015 (*source : INSEE, populations légales des communes en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2018*). C'est une population en évolution positive : entre 2010 et 2015 elle a augmenté de 0,4%.

La répartition de la population par commune est très hétérogène. Seules deux d'entre-elles possèdent plus de 10 000 habitants (90 559 habitants pour Poitiers et 10 206 habitants pour Buxerolles).



Communes	Population 2015
Beaumont Saint-Cyr	3 079
Béruges	1 406
Biard	1 803
Bignoux	1 071
Bonnes	1 754
Buxerolles	10 206
Celle-l'Evescault	1 367
Chasseneuil-du-Poitou	4 799
Chauvigny	7 223
Cloué	522
Coulombiers	1 163
Croutelle	840
Curzay-sur-Vonne	429
Dissay	3 264
Fontaine-le-Comte	3 934
Jardres	1 304
Jaunay-Marigny	7 611
Jazeneuil	839
La Chapelle-Moulière	696
La Puye	630
Lavoux	1 177
Ligugé	3 365
Liniers	576
Lusignan	2 695
Mignaloux-Beauvoir	4 449
Migné-Auxances	6 087
Montamisé	3 604
Poitiers	90 559
Pouillé	652
Rouillé	2 655
Sainte-Radegonde	170
Saint-Benoit	7 311
Saint-Georges-lès-Baillargeaux	4 110
Saint-Julien-l'Ars	2 623
Saint-Savant	1 309
Sanxay	564
Savigny-l'Evescault	1 184
Sèvres-Anxaumont	2 186
Tercé	1 137
Vouneuil-sous-Biard	5 802

Depuis 1968, la croissance urbaine est toujours positive dans l'aire urbaine de Poitiers. Cependant, la communauté urbaine de Grand Poitiers connaît depuis ce jour une croissance nettement plus mouvementée, alternant hausse et stabilité. Entre 2010 et 2015, la population de la communauté urbaine a poursuivi sa progression +2,3% avec des situations différentes selon les espaces géographiques considérés.



## 1.3 Réseau viaire et ferré

La position centrale de l'agglomération, en limite des aires d'influence de Paris, de Nantes et de Bordeaux, entraîne de grands flux de déplacement entrant, sortant et en transit. L'A10, la LGV Sud-Europe-Atlantique et l'aéroport offrent une connexion régionale, nationale et européenne.

### Le réseau ferroviaire

La gare SNCF de Poitiers, située en cœur de Ville, accueille plus de 2 millions de voyageurs à l'année. Elle représente une des principales gares intermédiaires de l'axe Paris - Bordeaux, avec celle de Saint-Pierre des Corps. De ce fait, Poitiers accueille une grande majorité des trains en transit et rarement en terminus. La gare de Poitiers occupe une position de carrefour ferroviaire dont les principales directions sont Paris, Bordeaux, La Rochelle et Limoges. Elle dispose d'une vocation multimodale affirmée, assurant les liens entre réseaux ferroviaires et routiers nationaux, locaux (TER, cars) et urbains.

### Le transport aérien

L'aéroport de Poitiers – Biard connaît un développement de trafic soutenu lié à l'augmentation générale du transport aérien mais aussi, plus localement à la présence de la technopole du Futuroscope pour lequel il assure un point d'échange important. Cependant, les destinations sont relativement peu diversifiées. Seules les villes de Londres, Lyon et Ajaccio sont directement desservies en 2019.

### Le réseau viaire

Le réseau viaire du Grand Poitiers se caractérise par un système de voirie et de boulevard en « escargot » internes à la ville centre et un système de grand contournement incomplet au sud. Trois axes majeurs sont d'intérêt inter-régional : l'A10, la RN10 et l'axe est-ouest (RN149 et RN 147). La circulation est-ouest est plus importante que la circulation nord-sud.

Les données de comptage obtenues par l'État et le conseil départemental de la Vienne donnent les résultats suivants :

#### **RN147 :**

Buxerolles : 34 594 véhicules/jours ;

Migné-Auxances : 22 651 véhicules/jours ;

Mignaloux-Beauvoir : 18 379 véhicules/jours ;

Poitiers, voie André Malraux : 24 549 véhicules/jours.

#### **RN10 :**

Croutelle : 33 341 véhicules/jours.

#### **RD910 :**

Chasseneuil-du-Poitou : + de 33 000 véhicules/jours à la sortie sud de la ville ;

Au nord de Poitiers : 17 030 véhicules/jours ;

A l'ouest de Poitiers : 21 955 véhicules/jours.

#### **RD951 :**

Mignaloux-Beauvoir (Breuil-l'Abesse) : 12 770 véhicules/jours.

#### **RD741 :**

Saint-Benoît : 7 220 véhicules/jours.

**RD3 :**

A l'est de Poitiers : 7 820 véhicules/jours ;

Montamisé : 3 820 véhicules/jours.

**RD4 :**

Porte de Paris : 3 000 véhicules/jours ;

Entre la RN147 et Chasseneuil-du-Poitou : 5 500 véhicules/jours ;

Centre-ville de Poitiers : + de 5 500 mouvements de véhicules par jour ;

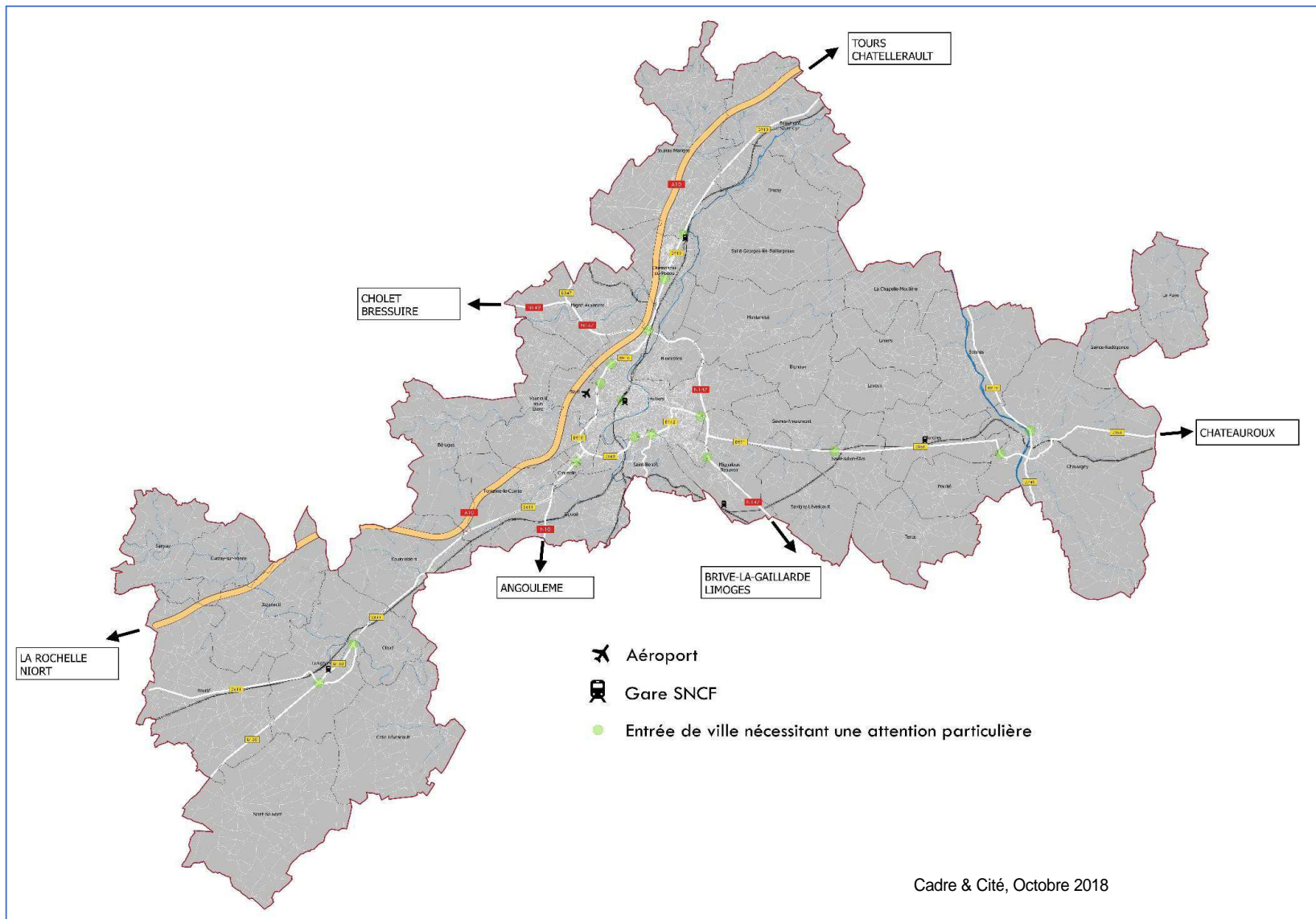
Saint-Benoît : + 3 000 véhicules/jours.

Le nombre d'axes routiers dépassant les 10 000 véhicules/jours est restreint dans le territoire de Grand Poitiers. Ils correspondent à des axes de transit (RN10, RD910, RD 951, RN147, RN149) qui cumulent avec des fonctions de desserte locale et se placent pour certains tronçons dans la position de boulevard urbain ou entrée de ville. Ces axes communiquent généralement avec certaines avenues qui permettent par la suite d'irriguer le cœur urbain de Poitiers et assurent des fonctions d'entrées de Ville (Voie André Malraux, Avenue Jacques Cœur, Avenue de du Recteur Pineau, Avenue de la Libération, Avenue de Nantes sur Poitiers).

Les entrées de villes

Les axes structurants permettant l'entrée dans une agglomération sont marqués par un flux important de circulation automobile. Ils sont devenus une préoccupation majeure des acteurs de l'aménagement du territoire car ils sont souvent très peu gérés et organisés. Les conséquences sont assez similaires d'une ville à une autre. En effet, les paysages très hétérogènes et fermés agressent les automobilistes. La banalisation de ces paysages est aujourd'hui un phénomène à enrayer sur l'ensemble du territoire national.

Un certain nombre de points sensibles ont été repérés sur la carte ci-après (Certains tronçons de la RD910, de la RD162, de la RN147...). Ils représentent des entrées d'agglomération au paysage dégradé ou susceptible de l'être selon les caractéristiques actuelles (positionnement géographique, flux de véhicules, ...).



## 1.4 La situation économique

Malgré un dynamisme d'emploi constaté depuis 1999, en 2006, seulement 58,6 % de la population du Grand Poitiers âgée de 15 ans à 64 ans était active et occupée. Ce taux d'emploi était assez faible comparé aux 3 principales communautés d'agglomération de la région et également comparé au niveau national où l'on compte 63,6 % d'actifs.

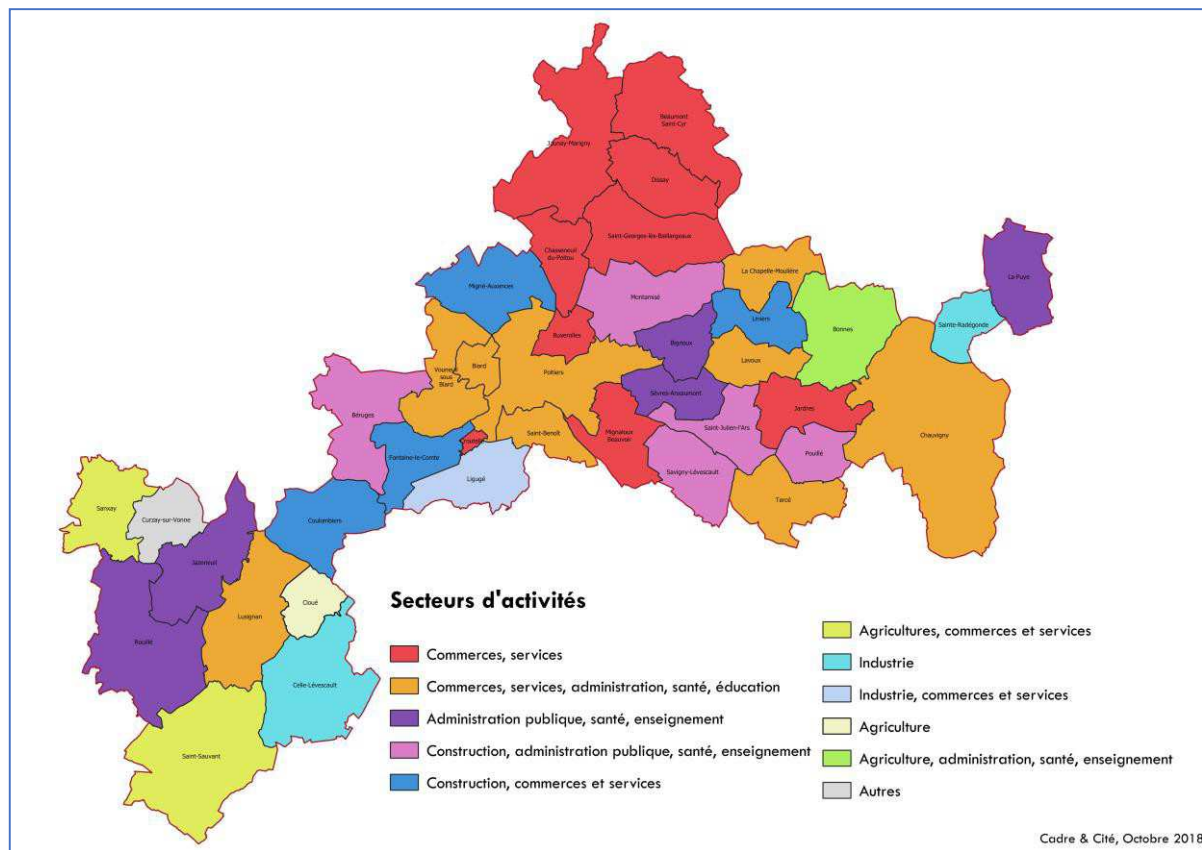
Source : Insee, RP 1999 et RP 2006 exploitations principales

	2006	1999
Ensemble	95 632	90 305
Actifs en %	63,8	60,4
dont :		
actifs ayant un emploi en %	56,8	52,7
chômeurs en %	7,0	7,4
Inactifs en %	36,2	39,6
dont :		
élèves, étudiants et stagiaires non rémunérés en %	23,6	27,8
retraités ou préretraités en %	6,4	5,6
autres inactifs en %	6,2	6,2

L'intercommunalité voit ensuite sa situation s'améliorer ; en 2015, le taux d'activité des 15 à 64 ans de l'ensemble de l'intercommunalité, passe à 69,8 % contre 73,7 % à l'échelle nationale.

En 2013, Poitiers et le pôle Jaunay-Chasseneuil concentrent près des 3/4 des emplois salariés du Grand Poitiers (54 100 salariés pour la ville de Poitiers).

Cette importante disparité à l'échelle du territoire est aussi marquée par des secteurs d'activités attachés aux zones géographiques. En effet, la zone nord du Grand Poitiers concentre principalement les activités tertiaires (commerces et services, activités financières et immobilières, services aux entreprises, logistique, activités récréatives). Le sud est plus orienté vers une typologie administration publique, santé, éducation ou agriculture



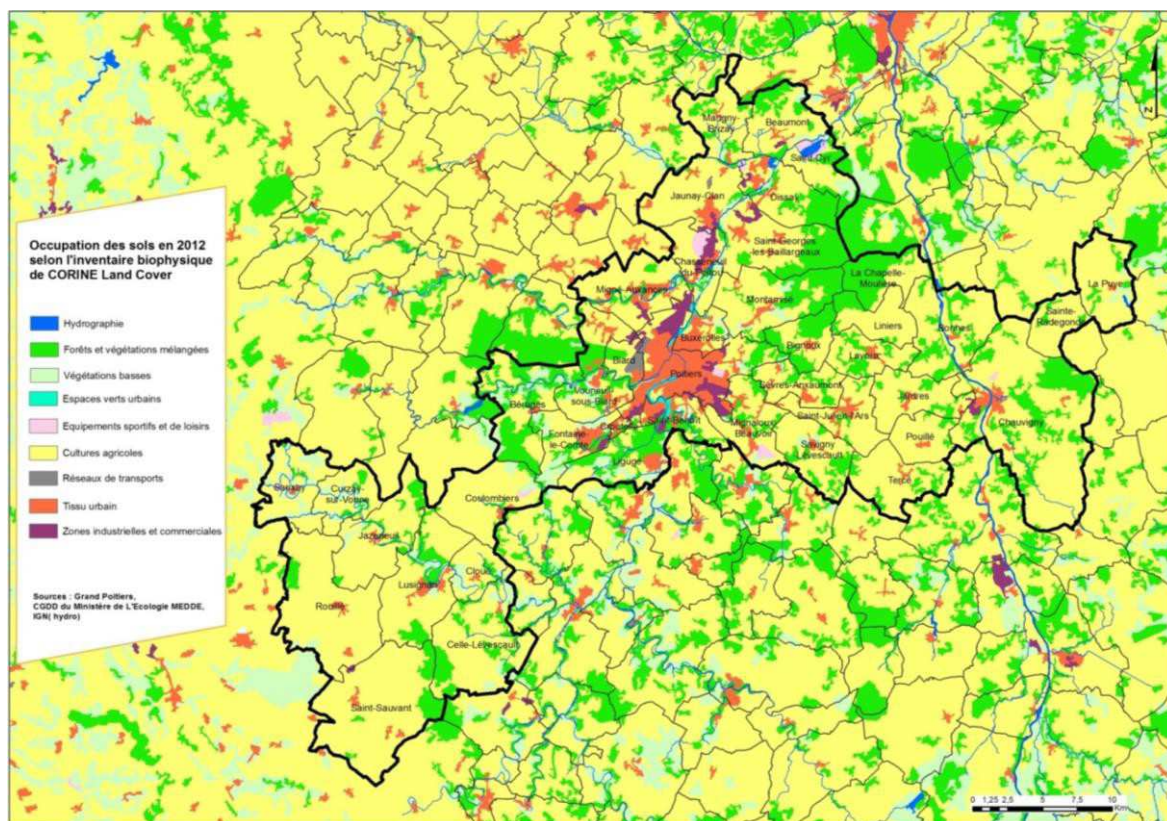
La carte ci-dessus propose une analyse de la surreprésentation de certains secteurs par rapports aux autres pour chaque commune (Source : INSEE-CLAP et Grand Poitiers)



## Chapitre 2 CARACTÉRISTIQUES PAYSAGÈRES

### 2.1 Occupation du sol

Les espaces agricoles sont très présents sur le territoire de GPCu. Ils représentent 71,5 % de la superficie totale. Le territoire reste relativement faiblement artificialisé (7,5 %) par rapport à la moyenne nationale (9,3 %). Ces surfaces artificialisées comprennent les espaces urbanisés, l'emprise des infrastructures de transports, les terrains de sport,... Les espaces semi-naturels (bois, forêts, rivières et zones humides) représentent 21 % du territoire.



Carte Corine Land Cover 2012

## 2.2 Le patrimoine naturel

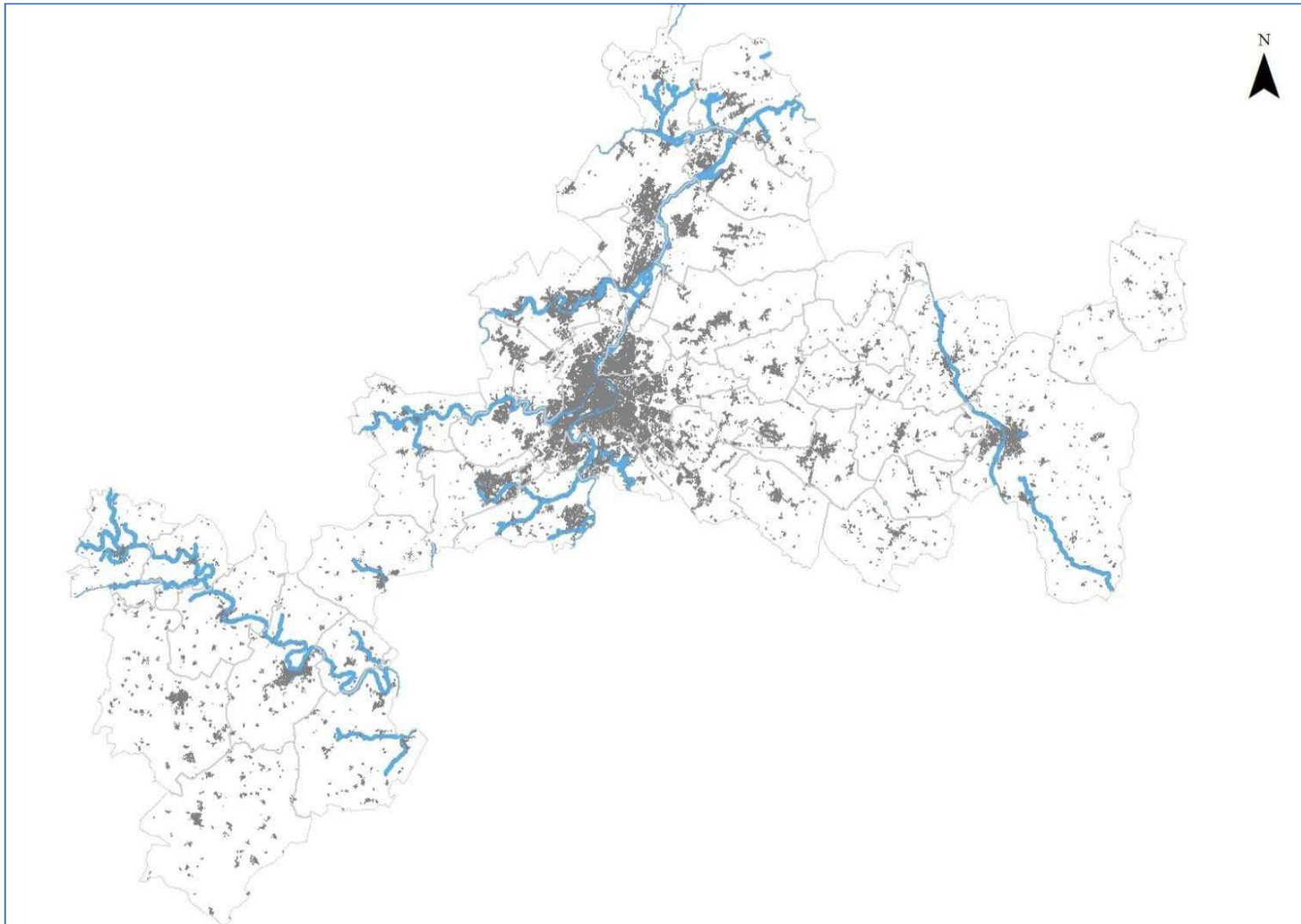
### 2.2.1 Géographie et entités paysagères

Le territoire de GPCu 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 ponctués de boisements (dont les massifs forestiers de Vouillé Saint Hilaire au sud-est et de Moulière au nord-est), d'un continuum urbanisé séquencé d'espace 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 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).





*Vallée de la Vonne à Lusignan*



*Réseau hydrographique de Grand Poitiers Communauté urbaine*

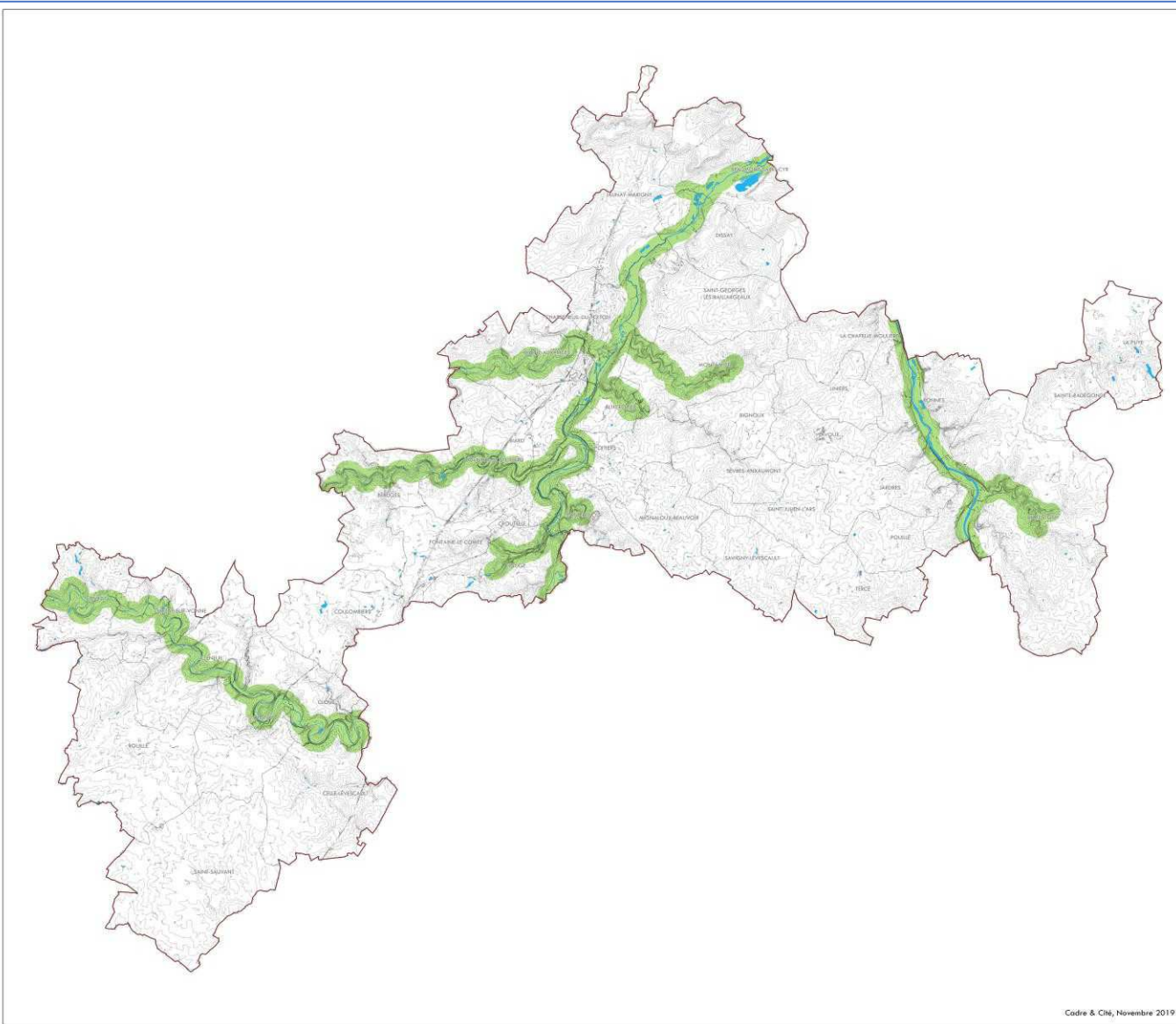
-  Vallée offrant une richesse paysagère
-  Hydrographie

**Autres éléments**

-  Limite communale
-  Limite du territoire de Grand Poitiers



0 250 500 m



Cadre & Ché, Novembre 2019

Carte des vallées

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.

L'imbrication du tissu urbain bâti et des vallées qui marquent le territoire est une caractéristique que partagent de nombreuses communes dans le territoire. Les situations induisent 3 grandes caractéristiques

- Des noyaux urbains « nichés » dans la vallée (Bonnes, Chasseneuil-du-Poitou, Celle l'Evescault...)
- Des situations majoritairement en promontoire (Beaumont-Saint Cyr, Béruges, Montamisé, Saint-Georges-lès Baillargeaux...)
- Les deux situations cumulées (Biard, Chauvigny, Ligugé, Lusignan Migné-Auxances, Poitiers, Saint-Benoît,...)

Chaque situation est différente. Toutefois, elle présente des caractéristiques communes en matière de silhouette de la vue, de vue portée, de point de vue...).

Un certain nombre de sites inscrits ou classés au titre du grand paysage est localisé 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...).



*Vallée et coteaux du Clain à Poitiers (google maps)*



*Vallée et coteaux du Clain à Poitiers (google maps)*



*Vallée de la Vienne à Bonnes (google maps)*

Le territoire de Grand Poitiers Communauté urbaine compte 18 sites classés. 32 sites inscrits naturels et 6 sites inscrits urbains y sont également présents.

<b>Sites Classés</b>	<b>Date</b>	<b>Communes concernées</b>	<b>Sites Classés</b>	<b>Date</b>	<b>Communes concernées</b>
Abbaye du Pin	13/09/1945	Béruges	Parc du Château	14/12/1943	Dissay
Château de Béruges	13/09/1945	Béruges	Point de vue vers le château	15/03/1948	Dissay
Château de la Raudières et son parc	13/09/1945	Béruges	Promenade Blossac	30/12/1935	Lusignan
Tour de Guyenne	13/09/1945	Béruges	Plateau des Dunes	18/06/1937	Poitiers
Le Rocher	13/09/1945	Béruges	Rocher du Porteau	06/12/1938	Poitiers
Grotte de la Norée	30/04/1934	Biard	Parc de Blossac	24/06/1912	Poitiers
Vallée de la Vienne	06/05/2004	Bonnes – La Chapelle Moulière	Terrains communaux de Sainte-Radegonde	31/08/1939	Poitiers
Cimetière Saint-Pierre	30/07/1934	Chauvigny			
Place des Châteaux	17/08/1937	Chauvigny			
<b>Sites inscrits</b>	<b>Date</b>	<b>Communes concernées</b>	<b>Sites inscrits</b>	<b>Date</b>	<b>Communes concernées</b>
Abbaye du Pin	13/09/1945	Béruges	Cassette – Vallée de la Boivre	28/07/1931	Poitiers
Site Jean Moulin	13/09/1945	Béruges	Grotte à Calvin	02/06/1932	Poitiers
Prés et côteaux	30/05/1979	Béruges	Les Doves	16/04/1934	Poitiers
Vallée de la Boivre	21/03/1996	Béruges	Plateau des Grandes Dunes	25/10/1937	Poitiers
Vallée de la Boivre	21/03/1996	Biard	Promenade des Cours	31/05/1932	Poitiers
La Butte du Theil	24/10/1944	Bonnes			
Lieu-dit Puy-Mire	19/07/1972	Buxerolles	Rocher de Coligny	31/05/1932	Poitiers
Ville Basse	02/05/1968	Chauvigny	Rive gauche du Clain	26/07/1937	Poitiers
Ville Haute	01/04/1963	Chauvigny	Rocher du Porteau	26/04/1932	Poitiers
Doves du Château	14/12/1943	Dissay	Sentier des Grandes Dunes	25/10/1937	Poitiers
Orme de Sully	31/05/1932	Dissay	Terrain de la Madeleine	07/12/1931	Poitiers
Fontaine de la Gassouillette	19/10/1931	Fontaine-le-Comte	Place Sainte-Radegonde	16/04/1934	Poitiers
La Grotte des Fées	12/03/1932	Jazeneuil	Square Maréchal Foch	25/05/1934	Poitiers
Allée de l'Eglise et chêne vert	14/03/1932	Ligugé	Eglise Saint-Hilaire de Cenan	12/09/2002	La Puye
Grotte Saint-Jean	19/03/1934	Ligugé	Grotte de Passe Lourdin	31/05/1932	Saint-Benoît
Cirque de la Vonne	08/03/1937	Lusignan	Roc qui boit à Midi	03/06/1932	Saint-Benoît

La carte est consultable sur le site Géoportail de l'urbanisme à l'adresse suivante : [geoportail-urbanisme.gouv.fr](http://geoportail-urbanisme.gouv.fr) .

## 2.2.2 Le patrimoine naturel protégé

Les articles L341-1 à 22 du Code de l'environnement établissent une liste des monuments naturels et des sites par département, dont la conservation ou la préservation présente, au point de vue artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, un intérêt général, ainsi que leurs modalités de classement.

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 et Plateau de Bellefonds à Bonnes) ;
- 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.

### Aux abords de Lusignan

Les paysages se répartissent en deux grandes entités : les plaines vallonnées (terres de brandes, terres rouges à taillis) et le bocage (terres froides à l'extrême sud-est et terres rouges au nord-ouest). Pays d'élevage il y a encore quelques décennies, les haies et les bosquets sont progressivement remplacés en terre de cultures et les plaines céréalières.



### Aux abords de Chauvigny

Principalement constitué de terres de brandes, le paysage chauvinois est façonné en partie par la rivière de la Vienne qui entaille le territoire du sud vers le nord, produisant une belle diversité d'habitats naturels : forêts alluviales et prairies humides sur les bords de la Vienne et de ses affluents, pelouses calcaires sur les flancs des vallées.



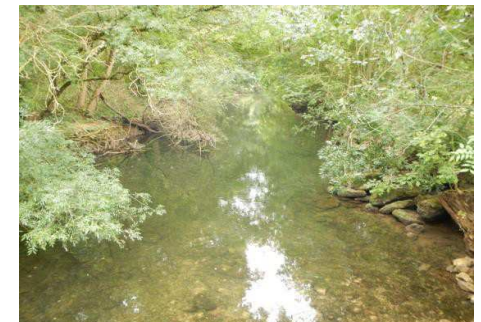
### Aux abords de Jaunay-Marigny et Saint-Georges-les-Baillargeaux

Les spécificités paysagères sont : les vastes plaines sans relief, buttes et bosquets de la région du tuffeau, creusés de cavités utilisées comme carrières de pierres de taille puis comme champignonnières.



### Autour de Poitiers

Les vallées alluviales et les vallées sèches abritent bon nombre d'espèces patrimoniales. Autour du Clain, un réseau de plus petits cours d'eau s'organise (Boivre, Auxance, Miosson...) et s'étoffe de vallées boisées. Dans plusieurs coteaux s'ouvrent des cavités naturelles ainsi que des carrières.



### 2.2.3 Le patrimoine bâti

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...).



*Cité médiévale à Chauvigny*



*Abbaye de Béruges*





*Château de Blossac à Lusignan*



*Château de Marconnay à Sanxay*



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture



Chemins de Saint-Jacques-  
de-Compostelle en France  
inscrits sur la Liste du  
patrimoine mondial en 1998



Le 2 décembre 1998, l'UNESCO inscrivait les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France sur la liste du patrimoine mondial sous la forme d'une sélection de 71 monuments et 7 tronçons de sentier témoignant des aspects spirituels et matériels du pèlerinage.

Localisée au cœur de Poitiers, l'église Saint-Hilaire-le-Grand est inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France, au cours de la réunion du comité du patrimoine mondial de Kyoto en 1998.

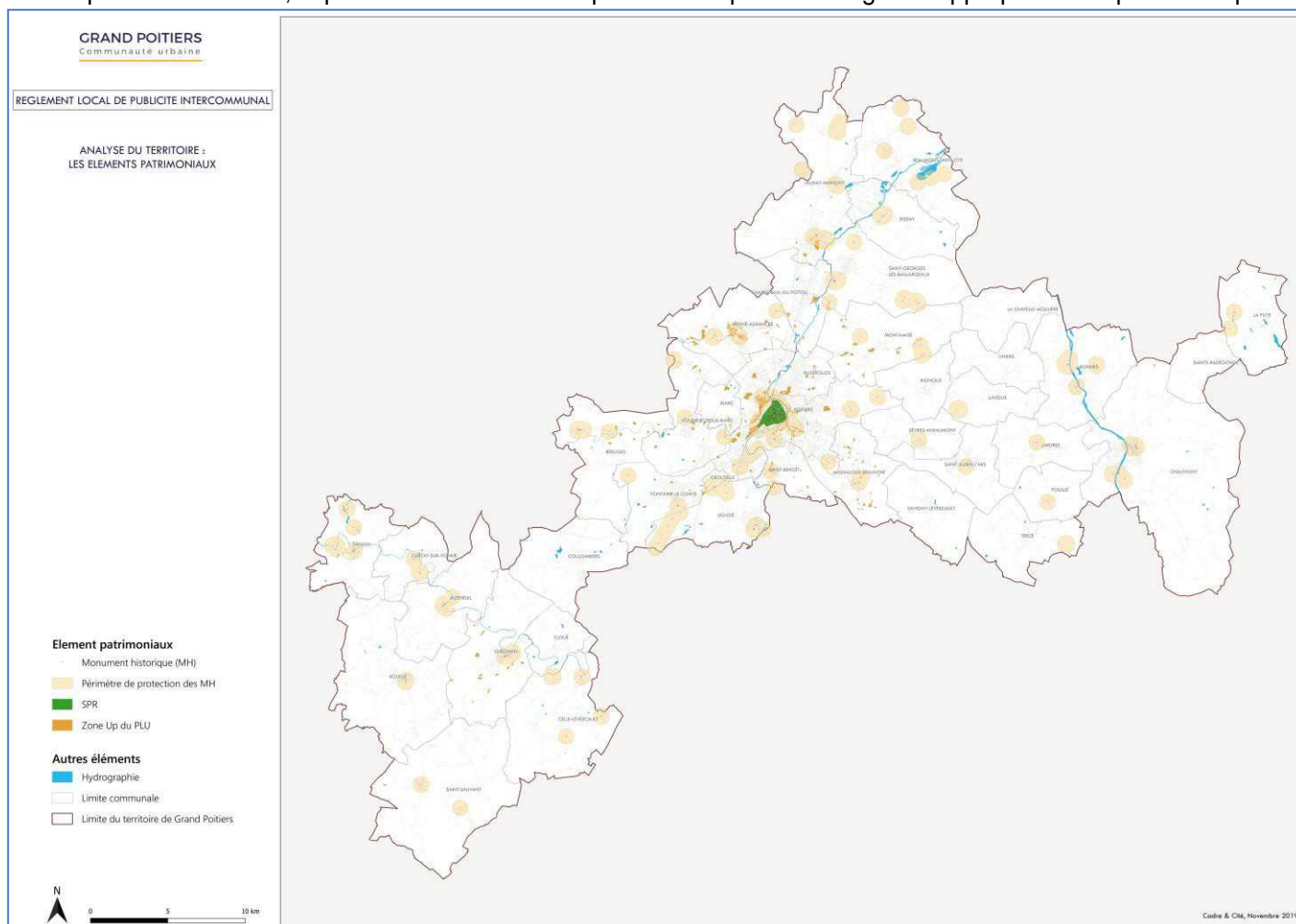
*Eglise Saint-Hilaire-le-Grand (source poitiers.fr)*



Vue du chevet, église Saint-Hilaire-le-Grand

Au regard des sites classés et inscrits présents dans le territoire de Grand Poitiers, un certain nombre d'entre eux comprennent, soulignent ou relèvent le caractère patrimonial bâti. Au regard de la réglementation en vigueur au titre du code de l'environnement, il est rappelé :

- qu'en site classé, la publicité est interdite (art.L.581-4).
- qu'en site inscrit, la publicité est interdite (art. L.581-8 alinéa 4). Cette interdiction peut être levée lors de l'élaboration d'un règlement local de publicité. Dès lors, le processus visant son implantation répond aux régimes appropriés tels que définis par le code de l'environnement.



Carte des éléments patrimoniaux

## Chapitre 3 : ANALYSE DES DISPOSITIONS APPLICABLES SUR LE TERRITOIRE DE GRAND POITIERS COMMUNAUTE URBAINE

### 3.1. Le champ d'application matériel

Les dispositifs soumis à la réglementation appartiennent à trois catégories définies par l'article L.581-3 du code de l'environnement : la publicité, les enseignes et les préenseignes. Les préenseignes dérogatoires, sous-catégorie des préenseignes, font l'objet d'un paragraphe particulier.

#### 3.1.1 La publicité

**La publicité** se définit comme étant toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention.

Les dispositifs et matériels principalement destinés à recevoir les publicités sont également considérés comme de la publicité. Ils sont donc à considérer comme de la publicité même s'ils ne comportent aucune affiche publicitaire.

Les dispositions réglementaires nationales fixent les règles d'implantation des publicités en fonction des procédés, des dispositifs utilisés, des caractéristiques des supports et de l'importance des agglomérations concernées.

Est ainsi régie :

- *la publicité murale*
- *la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol*
- *la publicité éclairée par projection ou par transparence*
- *la publicité numérique*
- *la publicité sur le mobilier urbain*

*Exemple de matériel à considérer comme de la publicité*



Exemple de publicité murale



Exemple de publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol



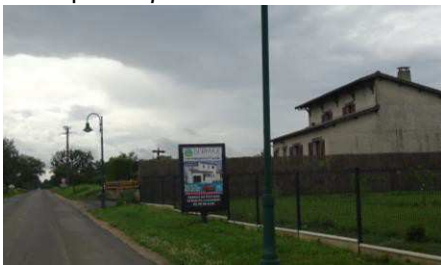
Exemple de publicités éclairées par projection ou par transparence



Exemple de publicité numérique



Exemple de publicité sur le mobilier urbain



### 3.1.2 Les enseignes

**L'enseigne** se définit comme étant toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Des dispositions réglementaires déterminent les prescriptions applicables à son installation et à son entretien en fonction des procédés utilisés, de la nature des activités, des caractéristiques des immeubles où ces activités s'exercent, du caractère des lieux, ainsi que des conditions d'éclairage lorsqu'elle est lumineuse. Sont ainsi régies :

*Les enseignes murales parallèles*



*Les enseignes murales perpendiculaires*



*Les enseignes lumineuses, y compris numériques*



*Les enseignes sur toiture*



*Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol*



*Les enseignes temporaires*



### 3.1.3 Les préenseignes

**La préenseigne** se définit comme étant toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Hormis les préenseignes dites dérogatoires, les préenseignes sont soumises au même régime que la publicité (Art. L.581-19 du code de l'environnement).

Comme pour les publicités, les préenseignes peuvent être éclairées par projection, par transparence, ou numériques.



*Préenseigne murale*



*Préenseigne scellée au sol*



*Préenseigne sur mobilier urbain*



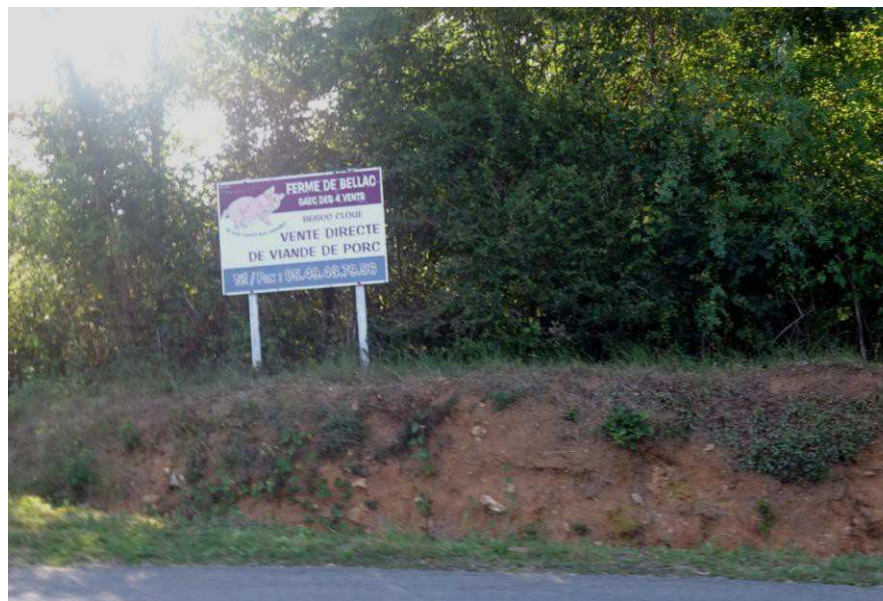
### 3.1.4 Les préenseignes dérogatoires

Depuis le 13 juillet 2015, sont qualifiées de préenseigne dérogatoire les préenseignes signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir, la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, ainsi que les activités culturelles (spectacles cinématographiques, spectacles vivants, expositions d'arts plastiques, ...).

Catégorie particulière de préenseigne, la préenseigne dérogatoire a son régime propre. Toujours scellée au sol, elle peut être implantée hors agglomération où toute forme de publicité est interdite selon le code de l'environnement. Elle est soumise à des conditions maximales de format (1 m en hauteur et 1,5 m en largeur), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km), de nombre (2 ou 4).

#### Les préenseignes dérogatoires sont interdites en site classé.

Le tableau ci-dessous reprend, selon la nature de l'activité ou de l'objet, les caractéristiques des préenseignes définies par le code de l'environnement (format, nombre et distance par rapport au lieu).



*Préenseigne répondant aux critères de format et d'activité signalée*

Activité signalée	Format	Nombre	Distance
Produits du terroir	1 m X 1,50 m	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monument Historique (MH)		4	10 km

Par exemple, un établissement hors agglomération vendant des produits du terroir peut se signaler au moyen de 2 préenseignes uniquement, implantées à une distance de moins de 5 km de l'établissement. Les 2 préenseignes devront être en format paysage et respecter les dimensions définies dans le tableau précédent.

Compte tenu du nombre et des distances limitées, l'implantation de ces préenseignes est stratégique dans l'espace et le territoire. Au regard de la diversité des monuments historiques présents et des activités culturelles proposées dans le territoire, associée aux ambitions en matière de développement du tourisme portée par Grand Poitiers Communauté urbaine, une réflexion concertée et globale sur la qualité des préenseignes concernant cette nature d'établissement pourrait être conduite dans le RLPi.

A titre d'illustration, les préenseignes ci-contre sont illégales depuis le 13 juillet 2015. Cette disposition entrée en vigueur depuis cette date s'applique sur le territoire national que les communes soient ou non couvertes par un RLP.

Dans les communes ne disposant pas d'un RLP, la mise en conformité de ces préenseignes est de la compétence de l'État.

Dans les communes disposant d'un RLP en vigueur, la mise en conformité de ces préenseignes est de la compétence du Maire.

Une discussion entre Etat, collectivités et établissements concernés afin d'entrer dans un cycle d'évolution cohérent avec la réglementation nationale et le futur règlement local de publicité intercommunal pourrait être initiée.

Pour certaines activités, notamment l'hôtellerie ou la restauration, il est possible de les signaler en utilisant la signalisation d'information locale, sur le domaine public routier avec l'accord préalable du gestionnaire de voirie.



Le parcours du territoire de la communauté urbaine laisse apparaître une application assez satisfaisante de la loi en matière des préenseignes dérogatoires. Un certain nombre de dispositifs signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir et respectant les dimensions requises



*Activités signalées en dehors des activités pouvant disposer de préenseignes hors milieu aggloméré et dimension non conforme*

ont été repérés. Par contre, 16 préenseignes ont été relevées et sont interdites depuis le 13 juillet 2015 de par la nature des activités qu'elles signalent. Au regard de la superficie de la communauté urbaine et du maillage routier qui la jalonne, ce nombre est très faible.

Elles sont localisées dans les communes suivantes :

Commune	Nombre	Exemples présents dans le territoire	
Béruges	1		
Coulombiers	2		
Fontaine-le-Comte	1		
Jardres	1		
Lusignan	1		
Mignaloux-Beauvoir	2		
Montamisé	2		
Rouillé	5		
Saint-Sauvant	1		
Tercé	1		

### 3.1.5 L'affichage d'opinion

Conformément à l'article L.581-13 du code de l'environnement, les communes ont l'obligation de réserver des surfaces minimales à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, appelé communément « affichage libre ». L'article R.581-2 du code de l'environnement fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune :

- 4 mètres carrés pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 mètres carrés plus 2 mètres carrés par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 mètres carrés plus 5 mètres carrés par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

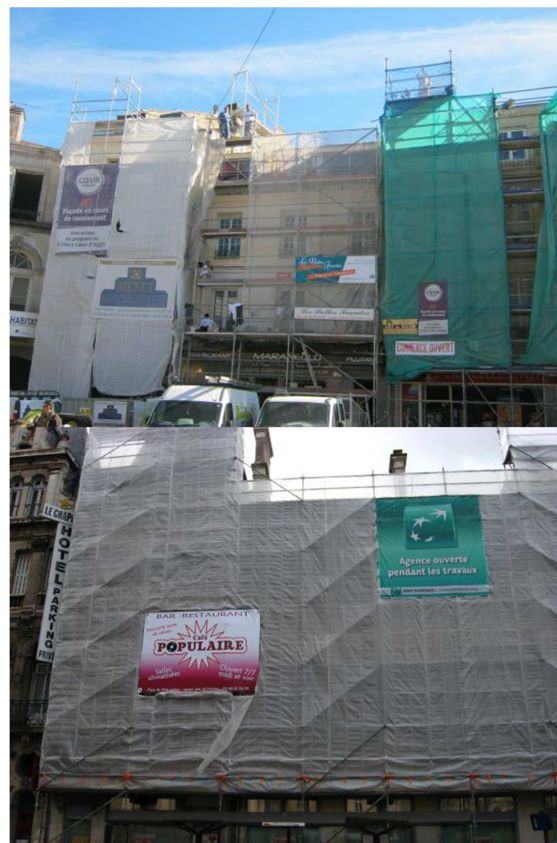
L'application sur le Grand Poitiers correspond pour chacune des communes à la surface reprise dans le tableau ci-dessous :



Commune de moins de 2 000 habitants	Surface	Commune entre 2 000 et 10 000 habitants	Surface	Commune de plus de 10 000 habitants	Surface
Béruges	4 m <sup>2</sup>	Beaumont Saint-Cyr	6 m <sup>2</sup>	Buxerolles	15 m <sup>2</sup>
Biard	4 m <sup>2</sup>	Chasseneuil-du-Poitou	8 m <sup>2</sup>	Poitiers	62 m <sup>2</sup>
Bignoux	4 m <sup>2</sup>	Chauvigny	10 m <sup>2</sup>		
Bonnes	4 m <sup>2</sup>	Dissay	6 m <sup>2</sup>		
Celle-l'Évescault	4 m <sup>2</sup>	Fontaine-le-Comte	6 m <sup>2</sup>		
Cloué	4 m <sup>2</sup>	Jaunay-Marigny	10 m <sup>2</sup>		
Coulombiers	4 m <sup>2</sup>	Ligugé	6 m <sup>2</sup>		
Croutelle	4 m <sup>2</sup>	Lusignan	6 m <sup>2</sup>		
Curzay-sur-Vonne	4 m <sup>2</sup>	Mignaloux-Beauvoir	8 m <sup>2</sup>		
Jardres	4 m <sup>2</sup>	Migné-Auxances	10 m <sup>2</sup>		
Jazeneuil	4 m <sup>2</sup>	Montamisé	6 m <sup>2</sup>		
La Chapelle-Moulière	4 m <sup>2</sup>	Rouillé	6 m <sup>2</sup>		
La Puye	4 m <sup>2</sup>	Saint-Benoit	10 m <sup>2</sup>		
Lavoux	4 m <sup>2</sup>	Saint-Georges-lès-Baillargeaux	6 m <sup>2</sup>		
Liniers	4 m <sup>2</sup>	Saint-Julien-l'Ars	6 m <sup>2</sup>		
Pouillé	4 m <sup>2</sup>	Sèvres-Anxaumont	6 m <sup>2</sup>		
Sainte-Radegonde	4 m <sup>2</sup>	Vouneuil-sous-Biard	8 m <sup>2</sup>		
Saint-Sauvant	4 m <sup>2</sup>				
Sanxay	4 m <sup>2</sup>				
Savigny- l'Évescault	4 m <sup>2</sup>				
Tercé	4 m <sup>2</sup>				

### 3.1.6 Les bâches

Les bâches publicitaires (sur échafaudage ou autres) peuvent également être autorisées par le maire, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (Poitiers et Buxerolles), tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mais après avis, pour ces derniers, de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites. (CDNPS).



*Exemples de bâches de chantiers installées dans le centre de Poitiers comprenant de la publicité ou reprenant les enseignes des magasins recouverts pendant le ravalement.*

### 3.1.7 La publicité de petit format

L'article L.581-8 du code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale.

Selon l'article R.581-57 du code de l'environnement, il s'agit de dispositifs dont la surface unitaire est inférieure à 1 m<sup>2</sup>. La surface cumulée des dispositifs de petit format ne peut conduire à recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale, dans la limite de 2 m<sup>2</sup>.



### 3.1.8 La publicité sur les véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils tombent sous le coup de la réglementation. C'est ainsi qu'ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation du publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite, c'est-à-dire à une vitesse moindre que le trafic. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup> (*article R581-48 du Code de l'Environnement*).

Ils sont interdits de stationner et de circuler en sites sauf dérogation à titre exceptionnel à l'occasion d'une manifestation temporaire. De même, que les bâtiments sur l'eau support de publicité, ne peuvent stationner ou séjourner dans les sites.

*Les deux exemples ci-contre illustrent que ces pratiques existent dans Grand Poitiers Communauté urbaine. Les véhicules répondent aux règles de superficie maximale, mais sont en stationnement et visible depuis une voie publique. Pour cette raison, ils sont en infraction avec la réglementation au titre du code de l'environnement.*



### 3.1.9 Publicité sur les eaux intérieures (art. R.581-49 et suivants)

La publicité sur les eaux intérieures, telles qu'elles sont définies par l'article L.4000-1 du code des transports, est, sauf dans le cas prévu au deuxième alinéa de l'article L.581-15, soumise aux dispositions du présent paragraphe.

La publicité n'est admise que sur les bâtiments motorisés au sens du b de l'article 1.01 du règlement général de police de la navigation intérieure et à condition que ces bâtiments ne soient ni équipés, ni utilisés à des fins essentiellement publicitaires.

I. - Les seuls dispositifs publicitaires admis sont constitués de panneaux plats.

II. - Chaque dispositif ne peut excéder :

1° 5 mètres dans le sens horizontal, sans pouvoir dépasser un dixième de la longueur hors tout du bâtiment ;

2° 0,75 mètre dans le sens vertical, sans pouvoir s'élever à plus d'un mètre au-dessus du niveau du point le plus bas du plat-bord ou, à défaut de plat-bord, du point le plus bas du bordé fixe.

III. - En outre, la surface totale des publicités apposées ou installées sur un bâtiment ne peut excéder 8 mètres carrés.

IV. - Les dispositifs publicitaires ne doivent être ni lumineux, ni luminescents, ni réfléchissants, ni éclairés par projection ou par transparence.

Les bâtiments supportant de la publicité ne peuvent stationner ou séjourner dans des lieux mentionnés aux 2° et 3° de l'article L.581-4 et à l'article L.581-8 ou sur les plans d'eau ou parties de plans d'eau situés à moins de 100 mètres de ces lieux.

De même, ces bâtiments ne peuvent stationner ou séjourner à moins de 40 mètres du bord extérieur de la chaussée d'une voie routière ouverte à la circulation publique s'ils sont visibles de cette voie.

Ils ne peuvent circuler à moins de trois cents mètres les uns des autres, ni circuler à vitesse anormalement réduite.

### 3.1.10 Les dispositifs exclus du champ d'application du code de l'environnement

Malgré leur parenté avec les publicités, enseignes et préenseignes, certains dispositifs sont exclus du champ d'application de la réglementation issue du code de l'environnement.

Tel est le cas des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations de caractère général ou de service public à la population. Les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain sont concernés.



*Journal électronique d'information - Jazeneuil*



*Ecran vidéo d'information - Chasseneuil-du-Poitou*



Sont également exclus de la réglementation les mobiliers urbains ne comportant aucune publicité, ainsi que les œuvres artistiques ou les décorations. Enfin, la signalisation d'information locale est régie par le code de la route.



L'article R.581-29 dispose que *"Aucune publicité non lumineuse ne peut être apposée sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées.*

*Il est toutefois dérogé à cette disposition lorsqu'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque".*

L'article R.581-58 dispose que *"Une enseigne doit être constituée par des matériaux durables.*

*Elle doit être maintenue en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.*

*Elle est supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité, sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque".*



*Enseigne et publicité à caractère historique - dans le PSMV - Poitiers*



1.



2.



3.

*Publicités à caractère historique - Avenue de la Libération (1 et 2) et Avenue de Nantes (3) - hors PSMV - Poitiers*



*Publicité « historique » - rue de Bellevue - Chauvigny*

## 3.2. Le champ d'application géographique

Population, agglomération et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter le code de l'environnement en matière de publicité, d'enseigne et de préenseigne.

- La publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- Le code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.

Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

### La population de référence pour définir l'unité urbaine

C'est l'INSEE qui définit la population de référence. La population communale est la population sans double compte. Pour les communes comportant des parties agglomérées séparées, c'est la population de chaque partie agglomérée qui fait référence. Les règles applicables à la publicité, aux enseignes et préenseignes dépendent en grande partie du nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont installées.

### Définition de l'agglomération

L'agglomération selon l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du code de la route est « *un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* ». Ce même code prévoit que les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire.

### Définition de la communauté urbaine (INSEE)

La communauté urbaine est un Établissement public de coopération intercommunal (EPCI) regroupant plusieurs communes qui s'associent au sein d'un espace de solidarité, pour élaborer et conduire ensemble un projet commun de développement urbain et d'aménagement de leur territoire.

### Définition de l'unité urbaine (INSEE)

La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants et ne tient pas compte du périmètre des EPCI. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de zone non bâtie de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

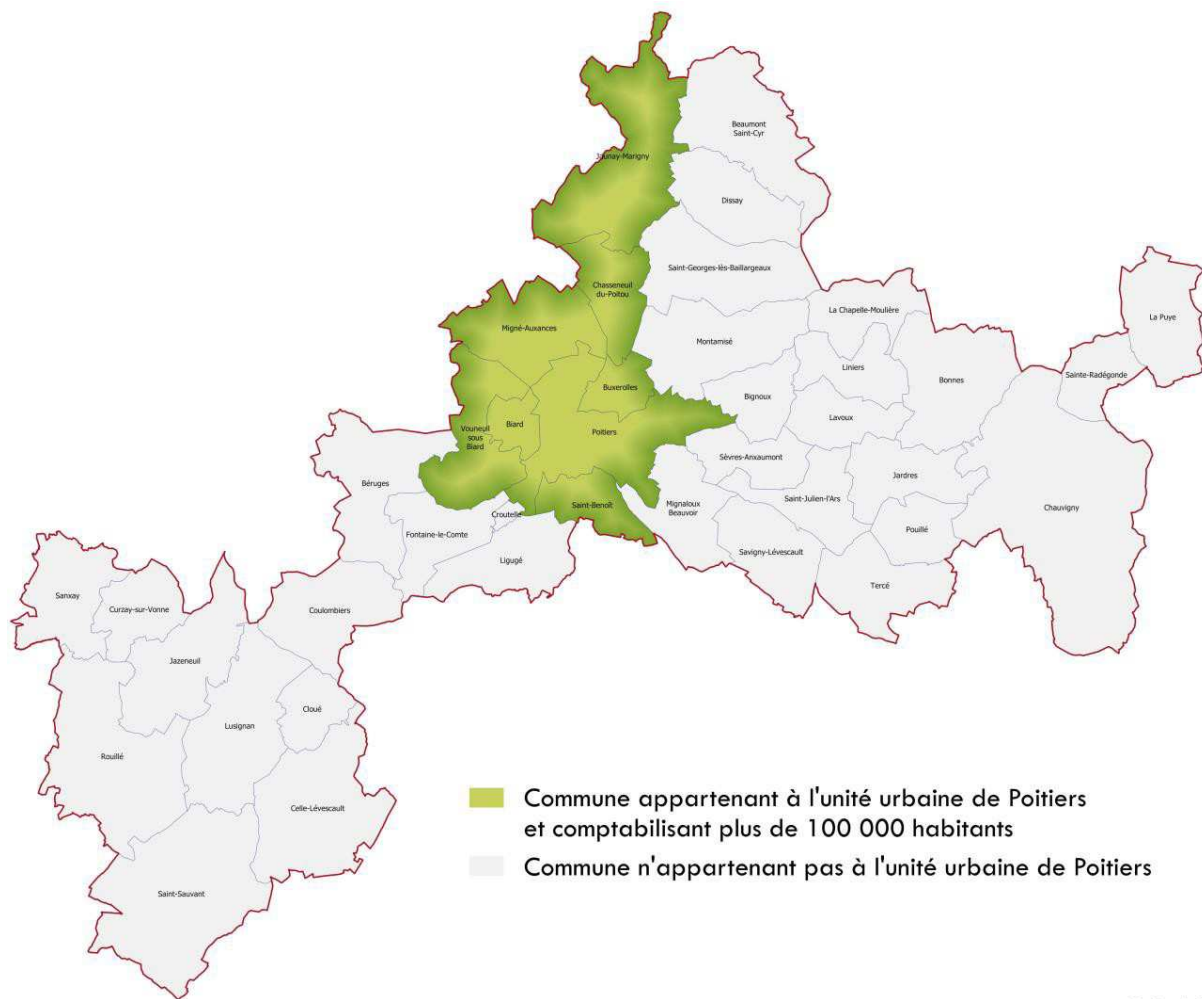
Communes appartenant à l'unité urbaine de Poitiers (population)	Biard	1 803
	Buxerolles	10 206
	Chasseneuil-du-Poitou	4 799
	Jaunay-Marigny	7 611
	Migné-Auxances	6 087
	Poitiers	90 559
	Saint-Benoît	7 311
	Vouneuil-sous-Biard	5 802

Commune appartenant à l'unité urbaine de Chauvigny (population)	Chauvigny	7 223
---	-----------	-------

Communes n'appartenant pas à une unité urbaine au sens de la définition de l'INSEE

Commune	Population	Commune	Population
Beaumont Saint-Cyr	3 079	Lavoux	1 177
Béruges	1 406	Ligugé	3 365
Bignoux	1 071	Liniers	576
Bonnes	1 754	Lusignan	2 695
Celle-l'Evescault	1 367	Mignaloux-Beauvoir	4 449
Cloué	522	Montamisé	3 604
Coulombiers	1 163	Pouillé	652
Croutelle	840	Rouillé	2 655
Curzay-sur-Vonne	429	Sainte-Radegonde	170
Dissay	3 264	Saint-Georges-lès-Baillargeaux	4 110
Fontaine-le-Comte	3 934	Saint-Julien-l'Ars	2 623
Jardres	1 304	Saint-Sauvant	1 309
Jazeneuil	839	Sanxay	564
La Chapelle-Moulière	696	Savigny-l'Evescault	1 184
La Puye	630	Sèvres-Anxaumont	2 186
		Tercé	1 137

La commune de Chauvigny est définie comme une unité urbaine par l'INSEE. Toutefois, sa population étant inférieure à 100 000 habitants, les mêmes règles que dans les communes hors unité urbaine de Poitiers s'y appliquent.



Cadre & Cité, Octobre 2018

Carte illustrant la différence de territoire entre unité urbaine et communauté urbaine

### 3.3. La nécessité de fixer les limites d'agglomération

Par principe, la publicité est interdite hors agglomération sur le territoire national (Art. L.581-7 du code de l'environnement).

Les panneaux d'entrée et de sortie font l'objet d'une implantation conformément à un arrêté municipal (Art. R.411-2 du code de la route).

Toutefois dans certains cas, ils sont mal implantés :

- soit les panneaux sont trop en amont (ou en aval) des zones bâties, notamment pour signifier aux usagers de la route qu'ils doivent adapter leur vitesse au contexte un peu avant ou un peu après les lieux habités ;
- soit que la zone bâtie a progressivement été étendue sans que les panneaux n'aient été déplacés ;
- soit que la signalisation est absente pour des motifs divers (oubli, accidentel...).



*Exemple de rapport adéquat entre signalisation (EB10) et espace bâti*



*Exemple de rapport non adéquat entre signalisation (EB20) et espace bâti*

En cas de contentieux en matière de publicité, s'il n'existe pas une exacte concordance entre l'élément matériel (secteur où sont situés des immeubles bâtis rapprochés) et l'élément fonctionnel (panneaux EB 10 et EB 20), le juge administratif fait prévaloir la matérialité de l'agglomération. Le bâti prime donc sur l'implantation effective des panneaux.

Les communes de Grand Poitiers Communauté urbaine doivent veiller à définir les limites de leur enveloppe urbaine actuelle conformément aux principes exposés ci-dessous.

*Les espaces entre les panneaux et les implantations bâtis ne sont pas en parfaite correspondance dans les illustrations ci-contre*

*Au sens du code de la route, les espaces dessinés imposent une limitation de vitesse des véhicules en concordance avec leur position. Pour la publicité au sens du code de l'environnement :*

- *l'espace entre le panneau ville et la première maison dans l'illustration du haut ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré*
- *l'espace de part et d'autre du panneau ville dans l'illustration du bas peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré, même si les règles en matière de circulation routière sont différentes.*

Selon l'article L.581-2 du code de l'environnement, les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique sont soumises à la réglementation, qu'elles soient implantées sur une dépendance du domaine public ou sur une unité foncière privée.



Illustrations ci-dessus extraites du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la Transition écologique et solidaire



Les arrêtés municipaux, accompagnés d'un document graphique où apparaissent les limites d'agglomération, constituent des annexes obligatoires du RLPi (Art. R581-78 du code de l'environnement).

Bien qu'annexe au PLUi ou au PLU de chaque commune en vigueur, le territoire aggloméré du RLPi n'est pas en correspondance avec le classement en zone urbaine ou à urbaniser des documents d'urbanisme. En effet, l'évolution des documents d'urbanisme (PLUi, PLU, Carte communale...) conduit à redéfinir les enveloppes classées en zone urbaine en application des lois ENE et ALUR. Globalement, les zones urbaines diminuent dans leurs emprises. Par conséquent, des villages, hameaux ou écarts bâtis sont reclassés en zone naturelle ou en zone agricole bâties. Au sens du code de la route, ces espaces restent agglomérés avec des limitations de vitesse et une signalisation en entrée ou en sortie adéquate. Le renvoi de règles du RLPi en fonction du classement en zones urbaines, agricoles ou naturelles d'un Plan Local d'Urbanisme sera de moins en moins pertinent, ces dernières n'étant plus représentatives du contexte réel d'occupation du sol en application du code de l'urbanisme.

Pour la publicité au sens du code de l'environnement, ces villages, hameaux et écarts conservent leur statut de milieu urbain aggloméré. C'est pourquoi, le RLPi doit comporter un rapport étroit avec l'occupation bâtie réelle du territoire qui s'exprime dans les arrêtés municipaux qui doivent être les plus à jour possible.


Le territoire aggloméré présenté dans la carte ci-après s'appuie sur le traitement cartographique suivant :

- la base cartographie d'assise de cette représentation s'appuie sur les arrêtés municipaux et donc la localisation des panneaux d'entrée et de sortie des milieux agglomérés au sens du code de la voirie routière
- les unités foncières incluses entre les panneaux et desservies par le réseau viaire constitué, en cours de construction et d'aménagement dans les opérations de lotissements ou de Zone d'Aménagement Concerté (ZAC)

LES TERRITOIRES AGGLOMERES

 Territoire aggloméré

**Autres éléments**

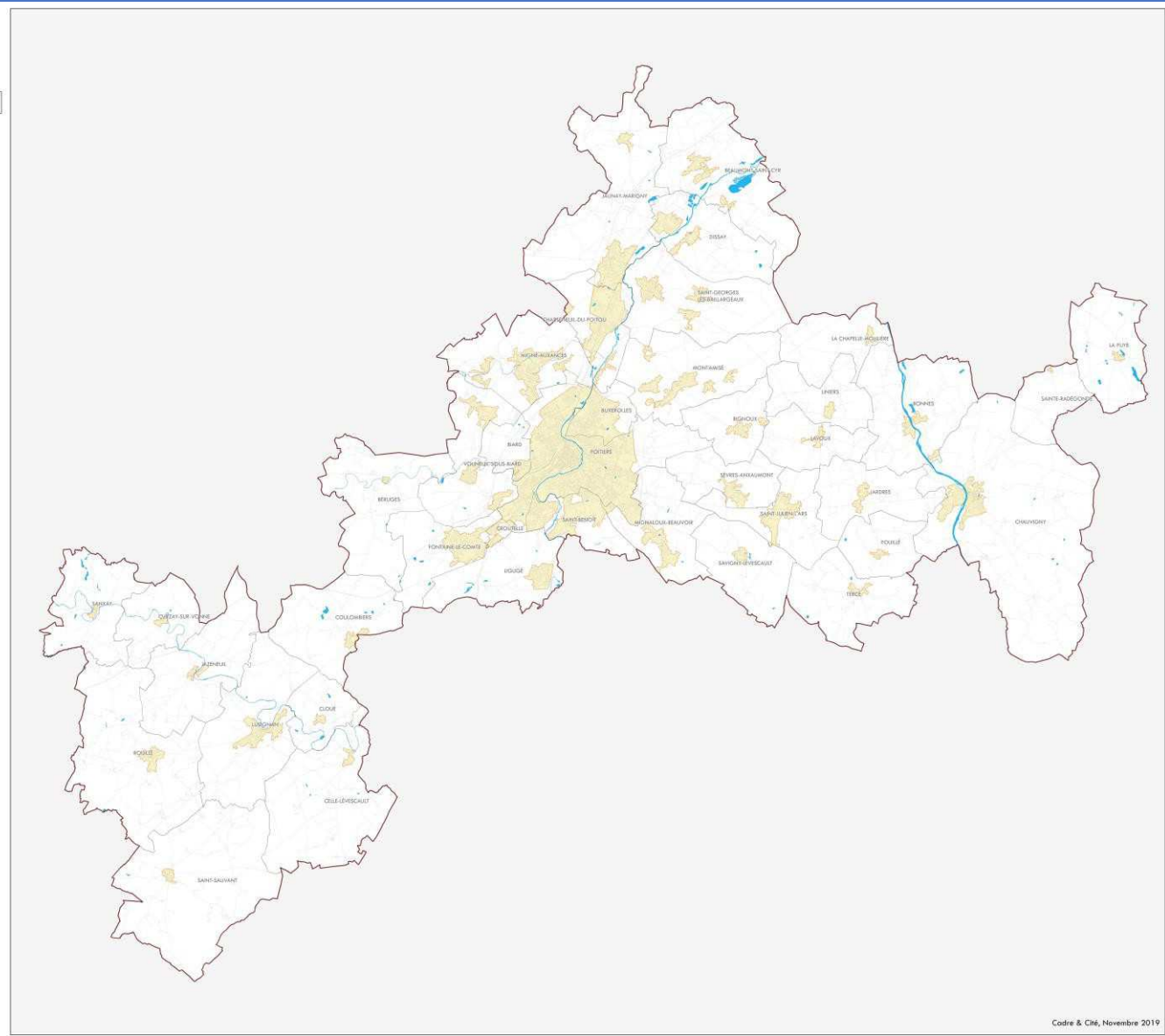
 Hydrographie

 Limite communale

 Limite du territoire de Grand Poitiers



0 5 10 km



Carte des territoires agglomérés

### 3.4. Les dispositions du Règlement National Publicité (RNP) applicables sur le territoire du Grand Poitiers

Le décret du 30 janvier 2012 est applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012 aux publicités et aux enseignes nouvellement implantées. Les publicités installées avant cette date ont dû s'y conformer au plus tard le 13 juillet 2015. Les enseignes disposaient d'un délai supplémentaire puisqu'elles doivent s'y conformer depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2018.

Au regard du diagnostic du territoire réalisé, Grand Poitiers Communauté urbaine comporte des publicités, des enseignes et des préenseignes non conformes avec les RNP.

La situation observée ne montre pas de situations très alarmantes comparativement à d'autres agglomérations. Pour bonne partie, cette situation est liée à la présence de RLP communaux qui sont globalement bien appliqués et qui ont produit leurs effets de protection. Il est cependant nécessaire de porter une attention particulière sur ce sujet pour garantir une bonne préservation des paysages et des lieux urbanisés.

#### 3.4.1 Publicité (densité, formats, extinction nocturne)

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique et à la publicité sur bâche. Une règle nationale de densité a également été instituée et une obligation d'extinction nocturne pour la publicité lumineuse. La surface est différente selon le support :

- publicité hors mobilier urbain : la surface comprend le message et l'encadrement. Lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le(s) pied(s) n'est (ne sont) pas pris en compte.
- publicité supportée par le mobilier urbain : la surface est celle du message.

#### 3.4.2 Les principales règles de format et de hauteur applicables à la publicité murale

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi que dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (*Art. R581-26 du code de l'environnement*).

- Les communes de Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Poitiers, Saint-Benoît et Vouneuil-sous-Biard entrent dans cette catégorie.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité murale ne peut avoir une surface unitaire excédant 4 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol.

- Les communes de Beaumont Saint-Cyr, Béruges, Bignoux, Bonnes, Celle- l'Evescault , Chauvigny, Cloué, Coulombiers, Croutelle, Curzay-sur-Vonne, Dissay, Fontaine-le-Comte, Jardres, Jazeneuil, La Chapelle-Moulière, La Puye, Lāvoux, Ligugé, Liniers, Lusignan, Mignaloux-Beauvoir,
- 
-

- Montamisé, Pouillé, Rouillé, Sainte Radegonde, Saint-Georges-lès-Baillargeaux, Saint-Julien-l'Ars, Saint-Sauvant, Sanxay, Savigny-l'Evescault, Sèvres-Anxaumont et Tercé appartiennent à cette catégorie . Par conséquent, elles ne peuvent accueillir que de la publicité murale de surface limitée à 4 m<sup>2</sup> et à moins de 6 m de haut.

Agglomération de - de 10 000 hab		Agglomération de + de 10 000 hab ou faisant partie d'une UU de + de 100 000 hab	
Surface	Hauteur	Surface	Hauteur
4 m <sup>2</sup>	6 m	12 m <sup>2</sup>	7,5 m

### 3.4.3 Les règles de format et de hauteur applicables à la publicité scellée au sol

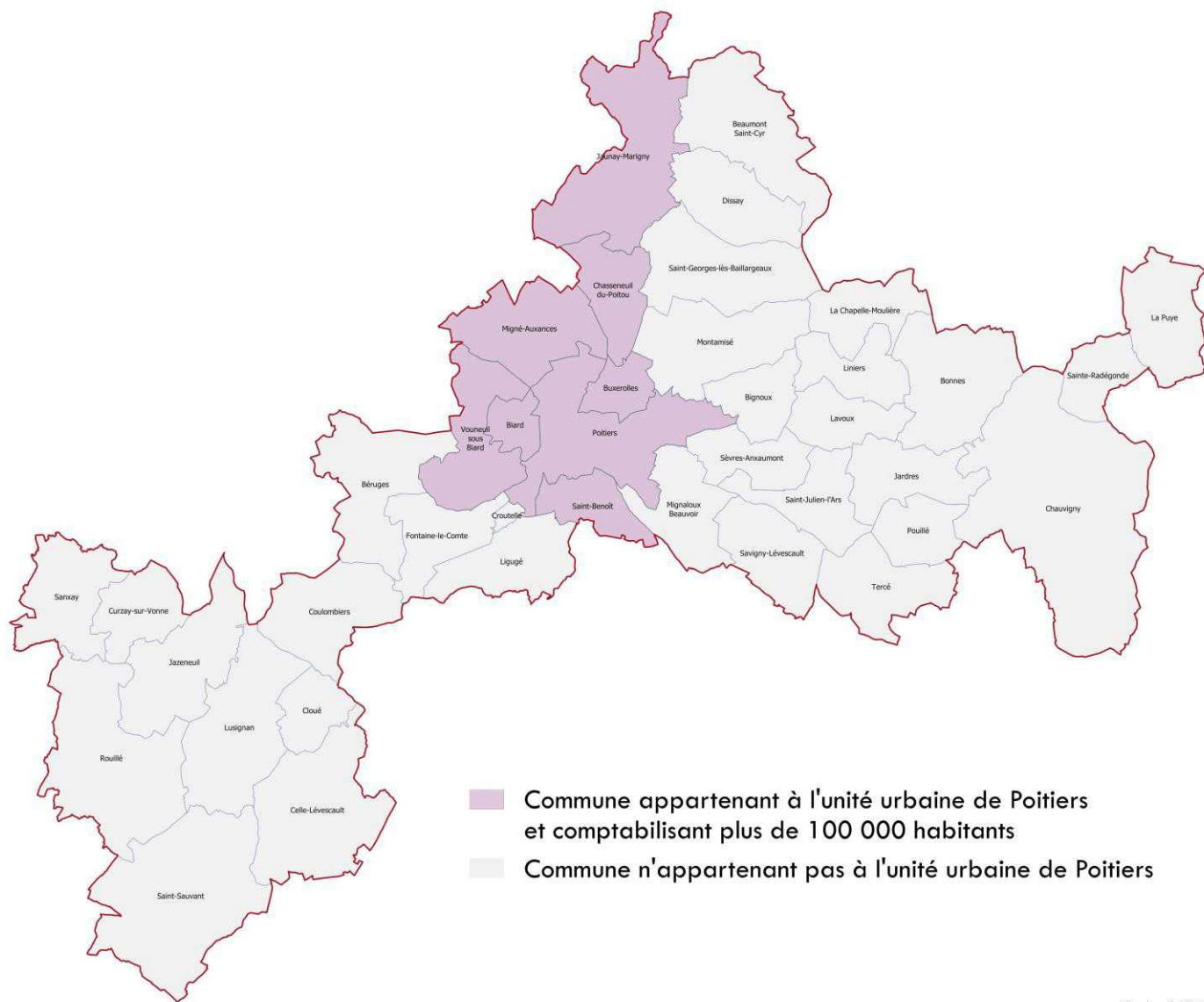
Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants ou dans l'emprise des gares ferroviaires et des aéroports situés hors agglomération, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup> (Art. R581-32 du code de l'environnement).

- Les communes de Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Poitiers, Saint-Benoît et Vouneuil- sous-Biard entrent dans cette catégorie.

La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-31 du code de l'environnement).

- Les communes de Beaumont Saint-Cyr, Béruges, Bignoux, Bonnes, Celle-l'Evescault, Chauvigny, Cloué, Coulombiers, Crutelle, Curzay-sur-Vonne, Dissay, Fontaine-le-Comte, Jardres, Jazeneuil, La Chapelle-Moulière, La Puye, Lavoux, Ligugé, Liniers, Lusignan, Mignaloux-Beauvoir, Montamisé, Pouillé, Rouillé, Sainte Radegonde, Saint-Georges-lès-Baillargeaux, Saint-Julien-l'Ars, Saint-Sauvant, Sanxay, Savigny-l'Evescault, Sèvres-Anxaumont et Tercé ne peuvent donc pas accueillir de publicités scellées au sol.

Agglomération de - de 10 000 hab		Agglomération de + de 10 000 hab ou faisant partie d'une UU de + de 100 000 hab	
Surface	Hauteur	Surface	Hauteur
Interdite		12 m <sup>2</sup>	6 m



### 3.4.4 Le régime applicable à la publicité lumineuse numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. La surface unitaire de la publicité numérique ne peut pas dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut pas s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (Art. R581-34 du code de l'environnement) et elle est soumise à autorisation.

Elle est autorisée dans les communes de Poitiers et Buxerolles qui ont plus de 10 000 habitants ou les communes situées dans l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

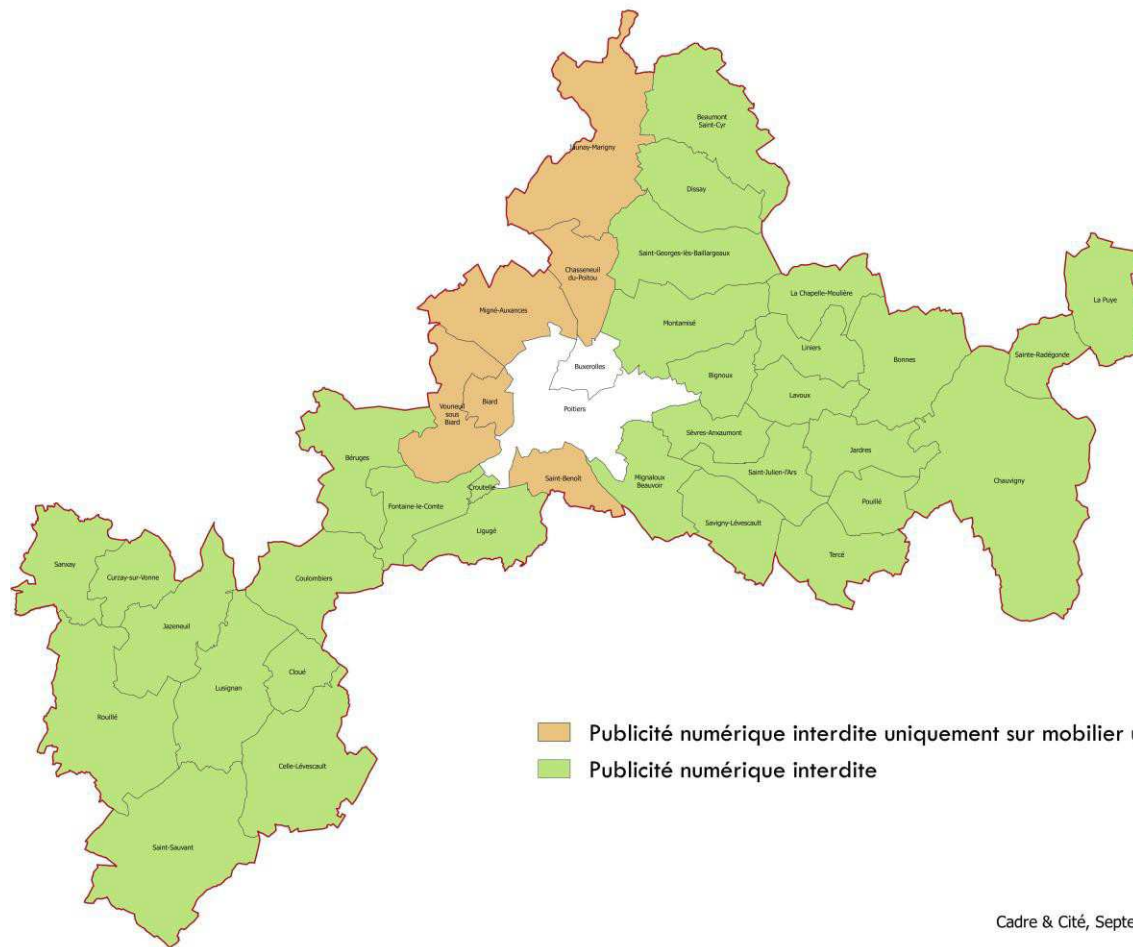
Elle est interdite sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (Art. R581-42 du code de l'environnement).

- Les communes de Biard, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Saint-Benoît et Vouneuil-sous-Biard, bien que faisant partie de l'unité urbaine de Grand Poitiers Communauté urbaine ne peuvent donc pas accueillir des publicités numériques sur le mobilier urbain.

Elle est interdite dans les parties agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

- Les communes de Beaumont Saint-Cyr, Béruges, Bignoux, Bonnes, Celle-l'Evescault, Chauvigny, Cloué, Coulombiers, Croutelle, Curzay-sur-Vonne, Dissay, Fontaine-le-Comte, Jardres, Jazeneuil, La Chapelle-Moulière, La Puye, Lavoux, Ligugé, Liniers, Lusignan, Mignaloux-Beauvoir, Montamisé, Pouillé, Rouillé, Sainte Radegonde, Saint-Georges-lès-Baillargeaux, Saint-Julien-l'Ars, Saint-Sauvant, Sanxay, Savigny-l'Evescault, Sèvres-Anxaumont et Tercé ne peuvent pas accueillir des publicités numériques.

Agglomération de - de 10 000 hab		Agglomération de + de 10 000 hab ou faisant partie d'une UU de + de 100 000 hab	
Surface	Hauteur	Surface	Hauteur
Interdite		8 m <sup>2</sup>	6 m
		Interdite sur mobilier urbain dans les communes de - de 10 000 h	



Cadre & Cité, Septembre 2018

### 3.4.5 Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

#### **Article R.581-42,**

*Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies par la présente sous-section, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence.*

*Il ne peut pas supporter de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et dans les espaces définis aux 3°, 7° et 8° de l'article L.581-8.*

*Il respecte les conditions applicables aux dispositifs publicitaires prévues par les articles R.581-30, R.581-31, R.581-34, R.581-35 et R.581-41.*

*Lorsqu'il supporte de la publicité numérique il ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.*

*Dans les autres cas, il est placé conformément aux prescriptions du règlement local de publicité, ou, à défaut, celles de l'autorité compétente en matière de police.*

#### **Article R.581-43**

*Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite.*



Bonnes



**Article R.581-44**

*Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifîés sur le domaine public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de la publicité puisse excéder 6 mètres carrés. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces kiosques est interdite.*



*Photo prise sur un autre territoire que Poitiers*

**Article R.581-45**

*Les colonnes porte-affiches ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.*



*Poitiers*

**Article R.581-46**

*Les mâts porte-affiches ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 mètres carrés utilisable exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives.*



*Chauvigny*

**Article R.581-47**

*Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres. Lorsque ce mobilier urbain supporte une publicité d'une surface unitaire supérieure à 2 mètres carrés et qu'il s'élève à plus de 3 mètres au-dessus du sol, il doit être conforme aux dispositions des articles R.581-31 et R.581-32 et du premier alinéa de l'article R.581-33.*



*Jaunay-Marigny*



*Poitiers*

### 3.4.6 La règle nationale de densité

Indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol, la règle nationale de densité limite le nombre de dispositifs publicitaires sur un territoire donné. Elle se calcule en fonction de la longueur de la façade d'une unité foncière bordant une voie publique. Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 m, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il ne peut y avoir qu'une publicité murale voire deux si elles sont juxtaposées ou superposées.



Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure, publié par le ministère de la Transition écologique et solidaire.



Lusignan



Beaumont-Saint-Cyr

En l'absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de la façade est inférieure à 40 m. Le nombre est porté à deux publicités si la longueur est comprise entre 40 m et 80 m. Au-delà de 80 m, il ne peut y avoir qu'un seul dispositif publicitaire (mural ou scellé au sol) par tranche de 80 m entamée.



*Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la Transition écologique et solidaire.*



*Poitiers*



*Biard*

### 3.4.7 L'obligation d'extinction nocturne

La publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence, est soumise à une obligation d'extinction nocturne : la publicité lumineuse doit être éteinte entre 1 h et 6 h du matin. Seule la publicité sur mobilier urbain bénéficie d'une dérogation, ainsi que les publicités situées dans l'emprise des aéroports.

Actuellement, toutes les communes de Grand Poitiers Communauté urbaine sont soumises aux règles d'extinction nocturnes du RNP. Elles peuvent être rendues plus restrictives par le RLPi selon des conditions qu'il détermine.

Pour les enseignes lumineuses, le RNP s'applique également. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.



Poitiers

### 3.4.8 Les règles applicables à l'enseigne murale

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.

Les enseignes installées sur auvent ou marquise ne peuvent dépasser 1 m de haut.

Les enseignes installées devant un balconnet, une baie ou sur un balcon ne doivent pas dépasser les limites du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet, du balcon ou de la baie. Elles ne peuvent constituer une saillie de plus de 0,25 m par rapport au balcon.

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.



Enseigne murale conforme avec les dispositions nationales Commune de La Chapelle-Moulière

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



E  
Benôit

### 3.4.9 Les règles applicables à l'enseigne scellée au sol

L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Enseignes scellées au sol sur les communes de Buxerolles et Fontaine-le-Comte

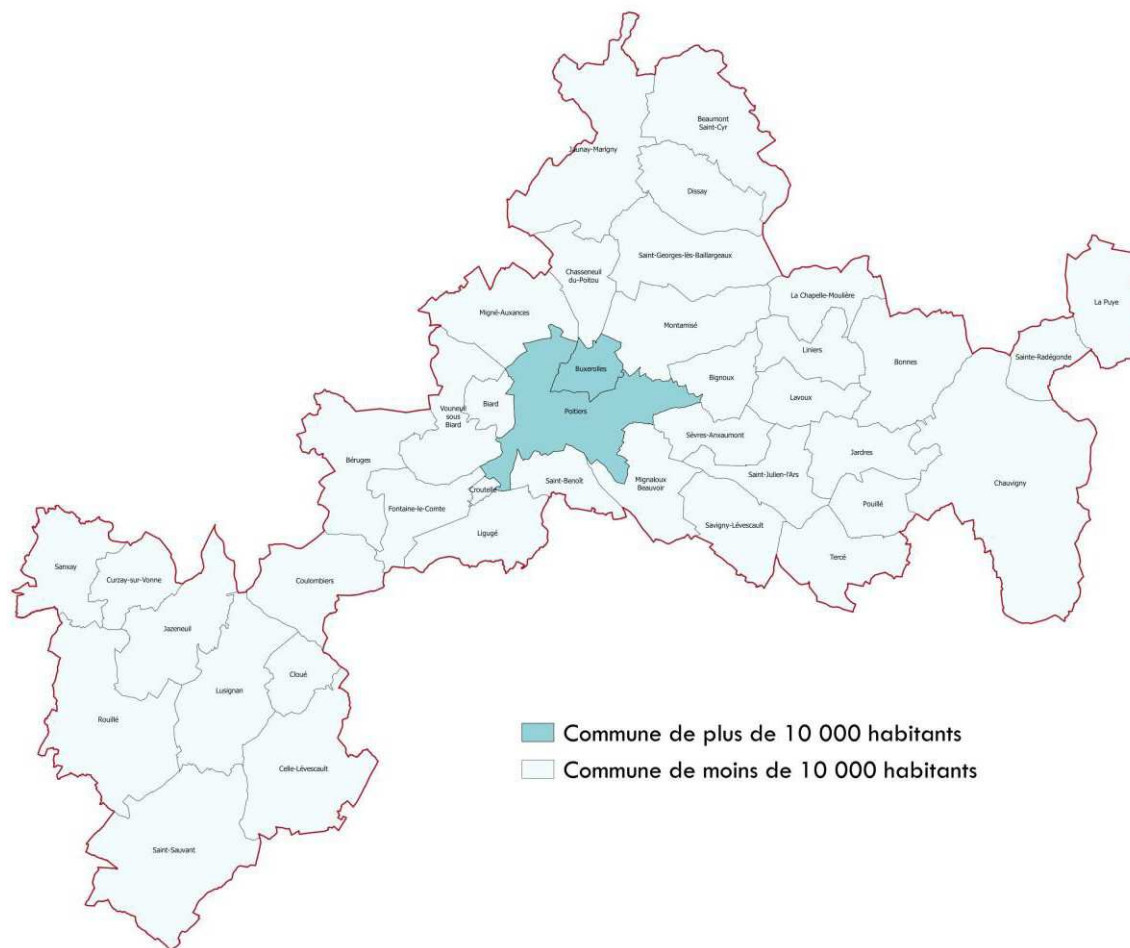
Lorsqu'elle fait plus de 1 m<sup>2</sup>, l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Dans les parties agglomérées des communes de plus de 10 000 habitants, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est de 12 m<sup>2</sup>. Les communes de Buxerolles et Poitiers sont uniquement concernées dans Grand Poitiers Communauté urbaine.

Dans les parties agglomérées des communes de moins de 10 000 habitants, appartenant ou non à l'unité urbaine du Grand Poitiers, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est de 6 m<sup>2</sup>. Par conséquent, toutes les communes de Grand Poitiers Communauté urbaine sont concernées sauf Buxerolles et Poitiers.

Remarque : Le code de l'environnement ne fait pas ici référence aux unités urbaines de plus de 100 000 habitants.



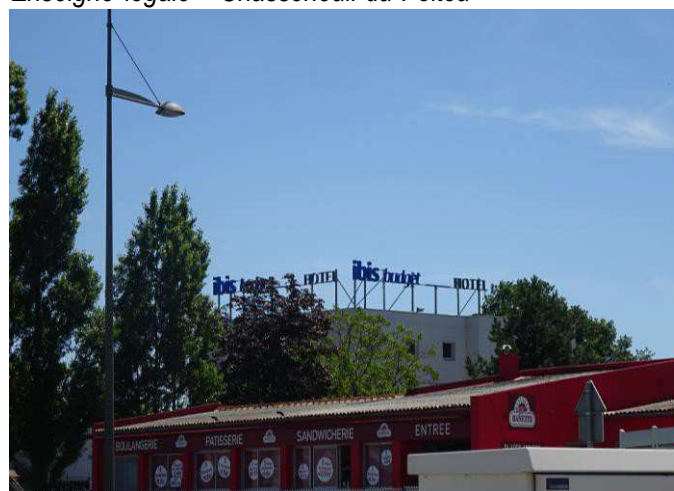
### 3.4.10 Les règles applicables à l'enseigne en toiture

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fonds autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 0,50 mètre de haut.

La surface cumulée des enseignes en toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m<sup>2</sup>.



*Enseigne légale - Chasseneuil-du-Poitou*



*Enseigne illégale (structures apparentes) - Poitiers*



#### 3.4.11 Les règles d'extinction nocturne

Comme pour la publicité lumineuse, l'enseigne lumineuse, c'est-à-dire une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h à 6 h du matin lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

### 3.5 L'exercice du pouvoir de police

Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité. Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones qui ne sont pas couvertes par le RLPi, et même si le RLPi ne comporte pas de règles spécifiques pour sa commune.

Cette règle évolue avec la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 qui exclut désormais le préfet.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au maire ou au président de l'EPCI. Les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2024. Si un ou plusieurs maires s'y opposent, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF) ou du préfet de région dans certains cas. L'avis conforme de l'ABF est nécessaire pour les Sites Patrimoniaux Remarquable (SPR), les périmètres délimités des abords des monuments historiques et les sites inscrits au titre des monuments naturels. En site classé et uniquement pour les enseignes, car la publicité et les pré-enseignes y sont interdites, l'autorisation du préfet de région est demandée après avis conforme de l'ABF.

	Site Classé	Site inscrit	SPR	Périmètres de protection des Monuments Historiques	Zone Natura 2000
	Publicité et pré-enseignes interdites	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi
		Autorisation de l'ABF			
Beaumont Saint-Cyr				X	X
Béruges	X	X		X	
Biard	X	X		X	
Bignoux					X
Bonnes	X	X		X	X
Buxerolles		X		X (monuments situés Poitiers)	
Celle-l'Evescault				X	
Chasseneuil-du-Poitou				X (monument situé sur Saint-Georges-lès-Baillargeaux)	X
Chauvigny	X	X		X	
Cloué				X (monument situé sur Celles-L'Evescault)	

	Site Classé	Site inscrit	SPR	Périmètres de protection des Monuments Historiques	Zone Natura 2000
	Publicité et pré-enseignes interdites	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi
		Autorisation de l'ABF			
Coulombiers					
Croutelle				X	
Curzay-sur-Vonne				X	
Dissay	X	X		X	X
Fontaine-le-Comte		X		X	
Jardres				X	
Jaunay-Marigny				X (+ monument situé sur Vendevre-du-Poitou)	X
Jazeneuil		X		X	
La Chapelle-Moulière	X				X
La Puye				X	
Lavoux				X	
Ligugé		X		X	
Liniers					X
Lusignan	X	X		X	
Mignaloux-Beauvoir				X	
Migné-Auxances				X	X
Montamisé					X
Poitiers	X	X	X	X (+ monument situé sur Saint-Benoît)	
Pouillé				X	
Rouillé				X	

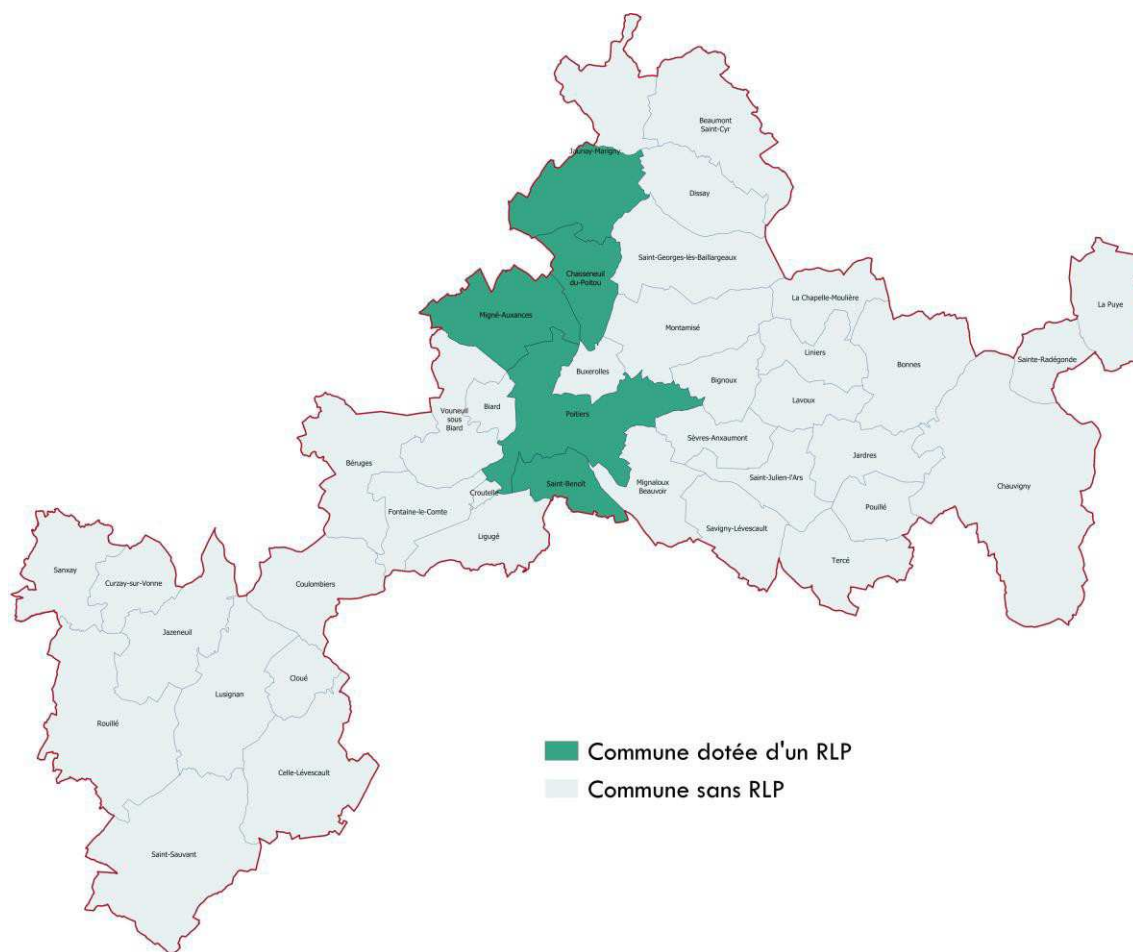
	Site Classé	Site inscrit	SPR	Périmètres de protection des Monuments Historiques	Zone Natura 2000
	Publicité et pré-enseignes interdites	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi	Publicité interdite sauf réintroduction par le RLPi
		Autorisation de l'ABF			
Saint-Benoît		X		X (+ monument situé sur Poitiers)	
Saint-Georges-lès-Baillargeaux				X (+ monument situé sur Jaunay-Marigny)	X
Saint-Julien-l'Ars				X	
Saint-Sauvant				X	X
Sainte-Radegonde				X (+ monument situé sur La Puye)	
Sanxay				X	
Savigny-l'Évescault					
Sèvres-Anxaumont				X	
Tercé				X	
Vouneuil-sous-Biard				X (monument situé sur la commune de Quinçay)	

### 3.6. Analyse des Règlements Locaux de Publicité communaux en vigueur

5 communes sur les 40 sont dotées d'un RLP. Il s'agit de Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny pour le territoire concernant l'ancienne commune de Jaunay-Clan, Migné-Auxances, Poitiers et Saint-Benoît.

Il s'agissait alors des communes les plus exposées à la présence de publicité sur leur territoire. En effet, la RN 10 les traverse toutes et cet axe à très grande circulation est un lieu prisé des annonceurs. Elles ont souhaité adapter la réglementation nationale aux spécificités de leur territoire. Tous les RLP ont été adoptés avant la réforme du code de l'environnement en 2010.

La particularité des règlements locaux de publicité communaux en vigueur est d'être très ancienne, comme le montre le tableau ci-dessous. Le premier règlement de Chasseneuil-du-Poitou date de 1985.



Cadre & Cité, Septembre 2018

Trois communes ont jugé nécessaire de faire évoluer leur réglementation au fil du temps.

Commune	Migné-Auxances	Chasseneuil-du-Poitou	Poitiers	Jaunay-clan	Saint-Benoît
Année d'évolution du RLP	1986 1995	1985 1998	1998	2005	1987 2001 2007

### 3.6.1. Typologies présentes dans les Règlements Locaux de Publicité (RLP) communaux en vigueur

Les RLP communaux ont utilisé les dispositions législatives en vigueur lors de leur période de création ou d'évolution. Cette situation a conduit à introduire différents types zones par communes visant ainsi à mieux maîtriser les implantations publicitaires ou les insertions d'enseignes en fonction du contexte propre à chaque zone.

Pour mémoire, il existait la possibilité de créer trois types de zones : Zone de Publicité Restreinte (ZPR), Zone de Publicité Autorisée (ZPA) Zone de Publicité Élargie (ZPE).

- une ZPR était plus restrictive que le code de l'environnement ;
- une ZPA autorisait la publicité hors agglomération ;
- une ZPE était moins restrictive que le code de l'environnement.

Depuis la réforme législative de 2010, il n'est plus possible de créer des ZPA ou des ZPE.

### 3.6.2 L'analyse des Règlements Locaux de Publicité en vigueur

Quatre des cinq règlements traitent tous de la publicité et des enseignes, celui de Migné-Auxances n'intervient que sur la publicité.

#### Publicité

Une logique commune de créer différentes zones dans le territoire :

- Le RLP de la commune de Poitiers a défini plusieurs zones différentes dans son territoire au regard de la typologie et de la morphologie de ses différentes périodes d'urbanisations afin d'adopter des niveaux de protection appropriée au regard de la réglementation applicable à ce domaine à la fin du siècle précédent. Les différents secteurs identifiés correspondent : au Secteur Sauvegardé, au centre-ville élargi incluant notamment les berges du Clain et de la Boivre, aux zones d'habitat développées aux 19<sup>èmes</sup> et 20<sup>èmes</sup> siècles et enfin aux zones d'activités économiques.

- Les RLP des communes de Chasseneuil-du-Poitou, de Saint Benoît, de Jaunay-Clan et de Migné-Auxances ont assis leurs zonages respectifs sur la présence des grands axes qui parcourent leur territoire : la RN 10 (devenue depuis RD910), la RN 147 ou encore la RD162 (rocade sud et sud-est).

Des enjeux et objectifs communs retranscrits dans des dispositions particulières propres à chaque document ou partagées par plusieurs :

- Les dispositions générales du RLP de Jaunay-Clan instaurent des règles intéressantes en matière de publicité afin d'en limiter le nombre et la localisation au regard du contexte environnant. Il s'agit notamment d'interdire les dispositifs sur les haies, de protéger les giratoires des grands axes, de limiter le nombre de dispositifs par unité foncière, ou d'interdire l'ajout d'appendices disgracieux (telles que passerelles ou Marie-Louise,...) sur les dispositifs
- Le RLP de Poitiers instaure notamment un coefficient d'occupation de surface du mur pour la pose de panneaux muraux permettant ainsi de limiter les emprises et donc d'être en mesure de qualifier l'insertion du dispositif dans l'espace mural qui l'accueille.
- Les RLP de Poitiers et Saint-Benoît qualifie l'écartement d'implantation du panneau par rapport aux arêtes du mur afin de rechercher une meilleure insertion vis-à-vis du bâti.
- Les RLP de Jaunay-Clan, Chasseneuil-du-Poitou, Saint-Benoît et Poitiers définissent des règles de densité sous diverses formes, mais toutes sont liées à l'unité foncière.
- Le RLP de Chasseneuil-du-Poitou interdit les dispositifs scellés au sol superposés, en V ou multiples.
- Les RLP de 4 communes, sauf celui de Migné-Auxances, caractérisent le mobilier urbain qui est soumis à des règles de surface, voire de densité. Le règlement de Chasseneuil-du-Poitou impose une règle de densité mélangeant enseignes et préenseignes.
- Enfin, les RLP communaux comprennent également des dispositions qui ne sont pas conformes au code de l'environnement aujourd'hui. Par exemple, les préenseignes réservées pour le commerce local dans les 3 zones du RLP de Saint-Benoît ne répondent aux attendus de Code sur les préenseignes en milieu urbain ou les préenseignes dérogatoires en milieu hors agglomération

### Enseignes

Les RLP des quatre communes qui traitent les enseignes réduisent tous la surface et le nombre d'enseignes scellées au sol, voire imposent une forme dans laquelle doit s'inscrire le dispositif.

Les enseignes sur bâtiment ne sont réglementées que dans les RLP des communes de Jaunay-Clan et de Saint-Benoît avec certaines dispositions qui, aujourd'hui ne sont plus jugées conformes par le code de l'environnement.

Les enseignes lumineuses ne font pas l'objet de règles spécifiques, ces dernières étant peu répandues lors de l'élaboration des RLP des communes.

### 3.6.3 Conclusions

Les RLP de chacune des communes présentent une diversité de règles adaptées au contexte et aux enjeux politiques définis lors de leur création ou de leur évolution. Ils présentent l'intérêt de s'inscrire dans une logique territoriale continue organisée autour des axes majeurs de circulation. Ils s'intéressent généralement aux mêmes sujets en explorant des pistes réglementaires intéressantes ou particulières, dont certaines peuvent être reprises et adaptées au nouveau contexte législatif.



### 3.7. Situation de la publicité extérieure sur le territoire du Grand Poitiers

La présente partie a pour objet d'examiner la situation respective de la publicité, y compris des préenseignes et des enseignes, sur le territoire de Grand Poitiers Communauté urbaine.

Il est nécessaire, en préambule, de rappeler que le champ d'application du RNP s'exerce sur le territoire aggloméré tel que défini au chapitre 5.3 L'analyse développée dans le cadre du présent diagnostic est basée sur la totalité du territoire pour une meilleure évaluation de la situation adaptée à la diversité des contextes que propose le territoire.

#### 3.7.1. La situation de la publicité et des préenseignes

Le diagnostic de 2016, complété par un recensement en 2018, permet de dénombrer environ 450 dispositifs publicitaires (hors mobilier urbain) sur le territoire qui adoptent les formes variées décrites ci-dessus. La majorité des dispositifs sont implantés dans les communes qui composent l'unité urbaine de Poitiers où 387 dispositifs ont été recensés. (450-63)

	12 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	< 4 m <sup>2</sup>	Total	PE hors agglo
Beaumont Saint-Cyr	0	0	10	1	11	
Béruget	0	0	3	0	3	1
Biard	5	2	5	0	12	
Bignoux	0	0	0	0	0	
Bonnes	0	0	12	1	13	
Buxerolles	25	0	11	0	36	
Celle-l'Évescault	0	0	0	0	0	
Chasseneuil-du-Poitou	0	24	9	0	33	
Chauvigny	0	0	1	0	1	
Cloué	0	0	0	0	0	
Coulombiers	0	0	4	0	4	2
Croutelle	3	1	0	0	4	
Curzay-sur-Vonne	0	0	0	0	0	
Dissay	0	0	0	1	1	
Fontaine-le-Comte	0	0	0	0	0	1
Jardres	0	0	5	0	5	1

	12 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	< 4 m <sup>2</sup>	Total	PE hors agglo
Lavoux	0	0	3	1	4	
Ligugé	0	0	2	1	3	
Liniers	0	0	0	0	0	
Lusignan	0	0	5	0	5	1
Mignaloux-Beauvoir	2	0	1	5	8	2
Migné-Auxances	23	6	4	0	33	
Montamisé	0	0	1	3	4	2
Poitiers	120	32	16	0	168	
Pouillé	0	0	1	0	1	
Rouillé	0	0	1	0	1	5
Saint-Benoît	23	7	0	0	30	
Saint-Georges-lès-Baillargeaux	0	0	5	1	6	
Saint-Julien-l'Ars	0	0	4	0	4	
Saint-Sauvant	0	0	2	0	2	1
Sainte-Radegonde	0	0	0	0	0	
Sanxay	0	0	2	0	2	

Jaunay-Marigny	0	11	4	0	15		Savigny-l'Evescault	0	0	2	0	2	
Jazeneuil	0	0	0	0	0		Sèvres-Anxaumont	0	0	0	3	3	
La Chapelle-Moulière	0	0	2	1	3		Tercé	0	0	5	2	7	1
La Puye	0	0	2	1	3		Vouneuil-sous-Biard	1	0	0	0	1	

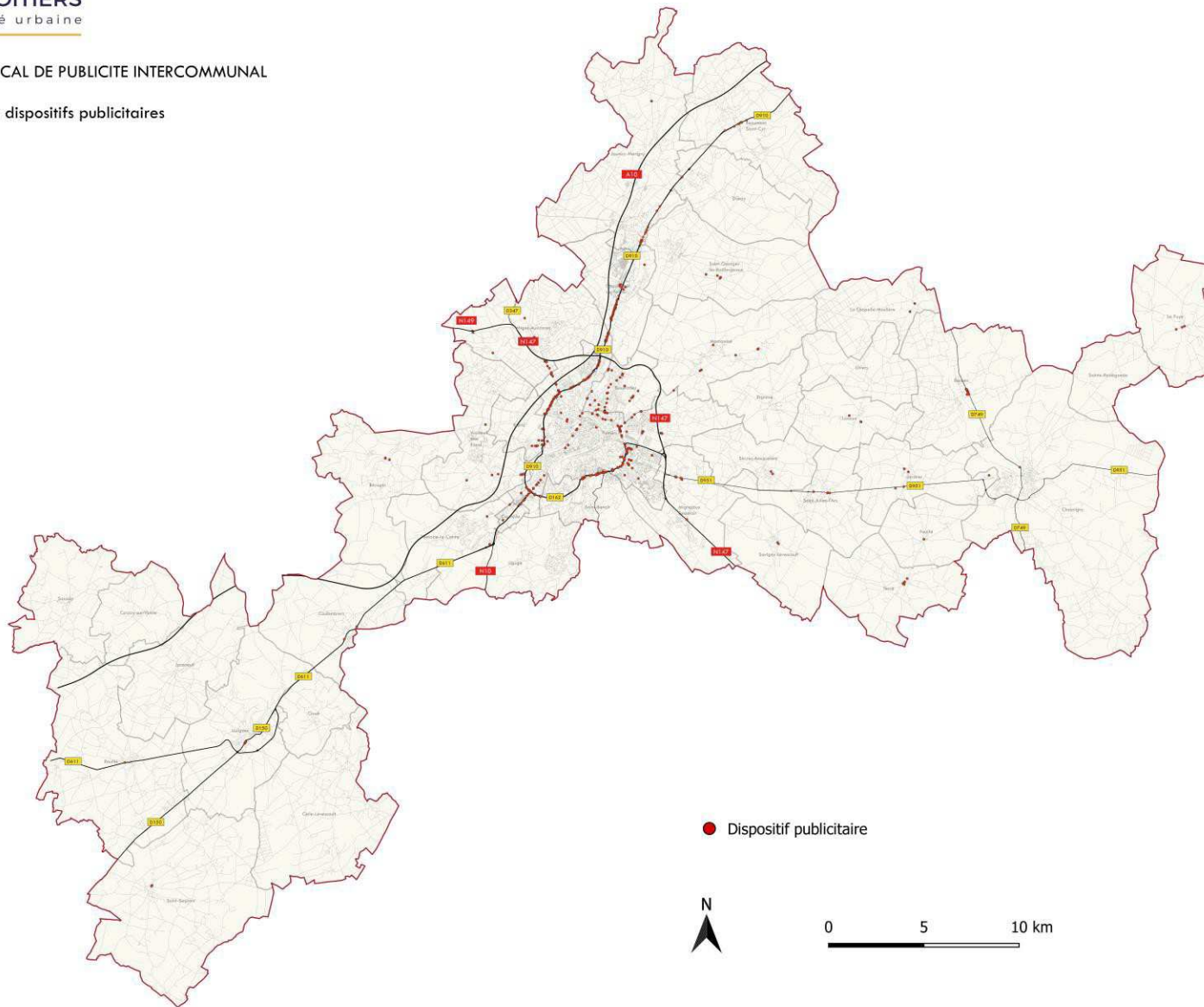
La répartition par commune des publicités et préenseignes présentes sur le territoire de Grand Poitiers montre une concentration plus importante dans les communes composant l'unité urbaine de Poitiers et celles accueillant un ou plusieurs axes majeurs en matière de circulation ou des espaces commerciaux d'envergure.

Les infractions relevées en 2016 et 2018 sont d'environ au nombre 72 et se répartissent ainsi :

	Dispositifs en agglomération	PE hors agglo		Dispositifs en agglomération	PE hors agglo
Beaumont Saint-Cyr			Lavoux	1	
Béruges		1	Ligugé	1	
Biard			Liniers		
Bignoux			Lusignan	2	1
Bonnes			Mignaloux-Beauvoir	7	2
Buxerolles			Migné-Auxances		
Celle-l'Evescault			Montamisé	3	2
Chasseneuil-du-Poitou			Poitiers	30	
Chauvigny			Pouillé		
Cloué			Rouillé	1	5
Coulombiers		2	Saint-Benoît		
Croutelle			Saint-Georges-lès-Baillargeaux	2	
Curzay-sur-Vonne			Saint-Julien-l'Ars	1	
Dissay	1		Saint-Sauvant		1
Fontaine-le-Comte		1	Sainte-Radegonde		
Jardres	2	1	Sanxay		
Jaunay-Marigny	1		Savigny-l'Evescault		
Jazeneuil			Sèvres-Anxaumont	2	
La Chapelle-Moulière			Tercé	1	1
La Puye	1		Vouneuil-sous-Biard		

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

Localisation des dispositifs publicitaires



Dès lors que les axes principaux de circulation croisent ou côtoient des espaces urbains agglomérés sur un linéaire plus ou moins conséquent, la publicité ou les préenseignes font leur apparition en plus grand nombre tout en étant peu nombreuses. Ainsi, le nombre de publicités est légèrement plus important sur l'axe RD910 hors unité urbaine (commune de Beaumont Saint-Cyr), le long de la RN147 (commune de Mignaloux-Beauvoir), le long de la RD951 (Sèvres-Anxaumont, Saint-Julien-l'Ars, Jardres) et de la RD611 (Lusignan, Coulombiers).

On recense 14 dispositifs sur la commune de Bonnes. Leur implantation se trouve uniquement sur la portion de la RD 749 située en agglomération. Le trafic généré sur cet axe reliant Chauvigny à Châtellerault suscite l'intérêt des annonceurs et explique cette forte présence de la publicité. Autre commune recevant plus de dispositifs publicitaires que la moyenne, Tercé compte 7 dispositifs publicitaires répartis sur quatre sites, dont trois avec des doublons. Ils sont situés sur les RD 89 devant la mairie, 3 sur la RD 2 et 2 à l'angle de la RD 2 et de la RD 18, axes principaux.

A noter que plusieurs dispositifs publicitaires sont implantés dans des espaces couverts par un site classé ou un site inscrit au titre des paysages dans des communes non couvertes par un Règlement de Publicité Communal. En conformité avec les attendus du code de l'environnement, ils ne devraient pas être présents.

#### 3.7.1 1 La publicité et les pré-enseignes vis-à-vis du patrimoine naturel et hydrographique

**Dans les limites de la ville telle que perçue par chaque individu, des secteurs non bâtis subsistent.** Ils peuvent correspondre :

- à des espaces naturels ou agricoles liés à une géographie particulière (cours d'eau, vallée, thalweg),
- à des espaces dont les usages sont reconnus (parc, espaces verts de grande ampleur, secteurs de vergers, vignes..., prairie ou parcelles agricoles accolées à une exploitation)
- à des espaces couverts par une ou plusieurs activités génératrices de nuisances imposant leur caractère inconstructible (proximité de grandes voies de circulation, aéroport,...) ou relevant d'un risque naturel ou technologique
- à des espaces où les choix locaux ont conduit à ne pas permettre la constructibilité dans les documents d'urbanisme pour des motifs de paysage, de biodiversité, de respiration entre espaces urbains denses et espaces plus lâches, de constitution de réserve foncière.

**Ces espaces à l'origine variée et à vocation diverse sont qualifiés d'espaces de nature dans le cadre de la présente étude.** Ils sont situés dans les parties agglomérées de la ville, du village, du hameau ou en limites immédiates de celles-ci.

Aujourd'hui, certains de ces espaces, localisés au droit des grands axes de circulation, accueillent des dispositifs publicitaires de grands formats comme le montrent les photos ci-contre dont certains ont été implantés en illégalité avec les règles nationales et locales en vigueur à l'époque de leur mise en place.

L'évolution récente de la jurisprudence amène à considérer aujourd'hui que ces dispositifs sont illégaux (cf. article 5.3 du présent diagnostic).

Au titre du paysage et des perspectives paysagères dans le milieu urbain, l'impact visuel de ces dispositifs n'est pas négligeable avec comme conséquences :

- de masquer des perspectives ouvertes en apportant un premier plan singulier dans un cadre ouvert et à dominante végétale, agricole ou arboré.
- d'interrompre une séquence peu marquée par les aménagements ou le bâti et donc une ambiance clairement affirmée d'éviter une trop grande occupation à des fins humaines.

Aux abords des voies longeant ou approchant le réseau hydrographique, la publicité est presque inexistante. Étant quasiment exemptés de dispositifs publicitaires, ces lieux bénéficient donc d'une qualité paysagère à souligner et à préserver.

Le maillage des vallées sèches et humides dresse des séquences paysagères d'intérêt dans Grand Poitiers Communauté urbaine.

Certaines portions de ces vallées accueillent un tissu urbain bâti plus ou moins lâche et un axe majeur de circulation. Ces lieux singuliers contribuent fortement à la perception paysagère du territoire (qualité de vie) et dans les perspectives paysagères du quotidien que le relief chahuté offre. A ce titre, ils méritent



RD910 – Commune de Poitiers



RD 910 et rocade Sud-Est - Poitiers



un cadrage approprié de la publicité et des pré-enseignes qu'elles entrent dans le régime dérogatoire ou non.

A titre d'exemple, les axes suivants peuvent être cités :

- la RD910 et la RD4 longeant la vallée du Clain au Nord de Poitiers,
- la RD757 et la RD87 avec la vallée de l'Auxances
- la RD6, la RD3 et la RD910 avec la vallée de la Boivre
- la RN10 et la RD611 avec la vallée de la Menuse et de la Feuillante
- la RD611 avec la vallée de la Vonne
- la RD162, la RD4, la RD88, la RD741 avec les vallées du Clain, du Miosson et de la Feuillante
- la RN 147, la RD951, la RD6 et la RD3 avec le réseau de vallées sèches,
- la RD6 et la RD749 et la RD951 avec la vallée de la Vienne

Certaines préenseignes illégales n'ont pas été supprimées depuis l'échéance réglementaire de juillet 2015 et émaillent encore le réseau secondaire des voies qui parcourent Grand Poitiers Communauté urbaine.

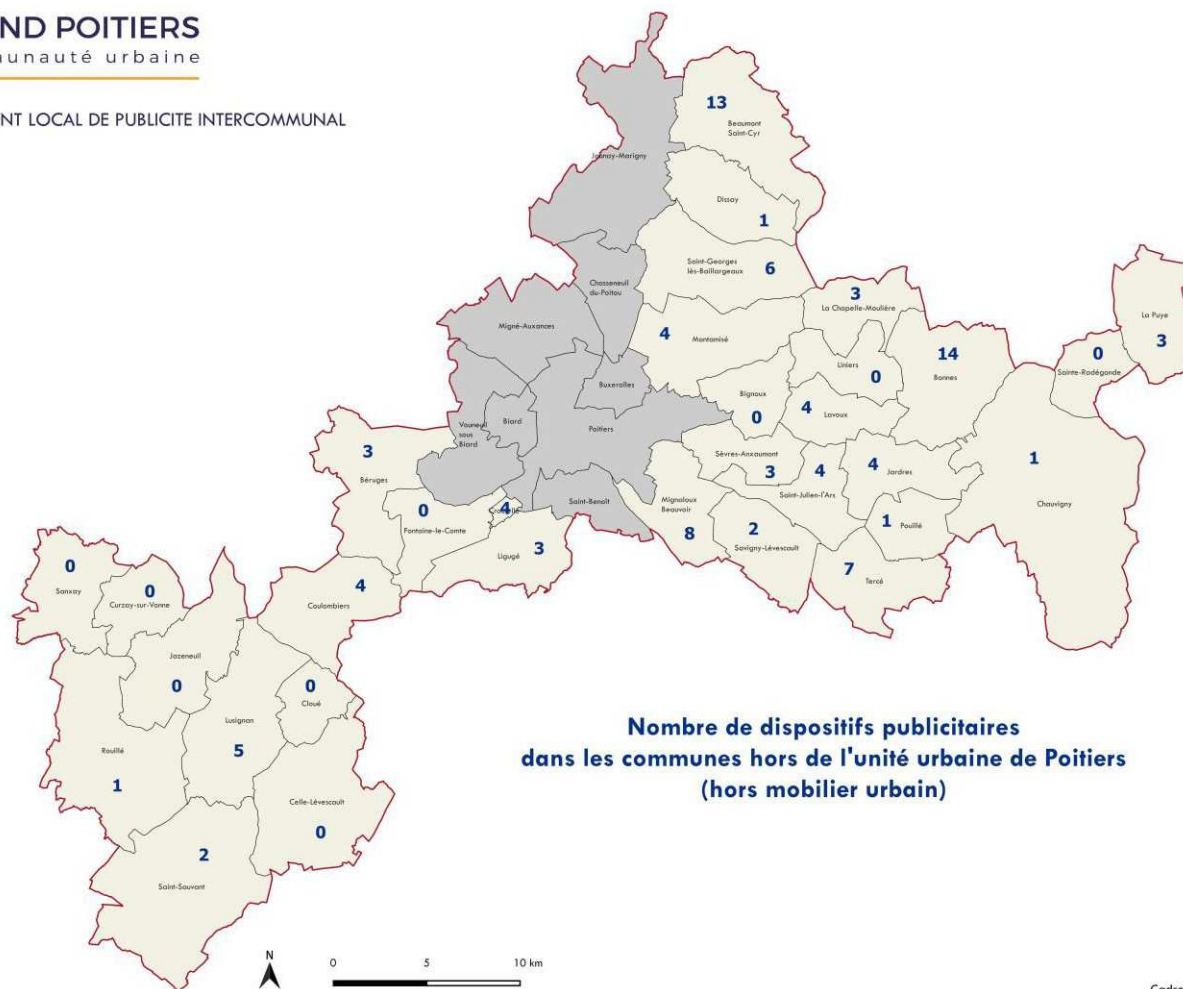
Toutefois, au regard du nombre recensé, de l'ordre de 16, le phénomène est limité mais devra trouver une solution pour répondre aux injonctions du code de l'environnement.

### 3.7.1.2 La publicité et les espaces urbains de centralité des communes hors unité urbaine de Poitiers

Le recensement à l'échelle du territoire montre que peu de dispositifs publicitaires sont présents dans les espaces urbains des secteurs à caractère rural (= communes hors unité urbaine du Grand Poitiers au sens de la réglementation en matière de publicité).

A l'échelle de Grand Poitiers Communauté urbaine, de l'ordre de 100 panneaux ont été recensés. La carte ci-dessous donne le nombre de dispositifs installés par commune en mars 2018.





Cadre & Cité, Novembre 2018

Proposant un nombre restreint et une diversité d'implantation (présents dans les communes avec ou sans monuments historiques, pas de phénomènes de concentration dès lors que l'on s'approche des polarités rurales ou urbaines présentant des espaces commerciaux conséquents), les panneaux publicitaires présents aujourd'hui n'influent que très faiblement sur la qualité paysagère, patrimoniale et esthétique des centre-bourgs et villages de Grand Poitiers Communauté urbaine et montrent globalement l'absence de « pression » qui pourrait conduire à multiplier les dispositifs.

Dans cette configuration, une adaptation locale de la réglementation nationale n'apparaît pas être un enjeu majeur pour le territoire.

Toutefois, à l'échelle de ce territoire local, il convient d'appréhender les reports éventuels qui pourraient résulter d'une action sur la régularisation des préenseignes – logique d'axes fréquentés (cf. chapitre précédent).

Enfin, comme l'atteste un certain nombre de dispositifs observés sur le territoire, la qualité de l'implantation n'est pas toujours en cohérence avec le support et le cadre environnant. Quelques principes généraux pourraient être partagés et retranscrits dans le RLPi pour optimiser l'insertion des dispositifs publicitaires au contexte bâti qui les accueille, notamment dans le cas de bâti présentant une qualité architecturale et patrimoniale d'intérêt.

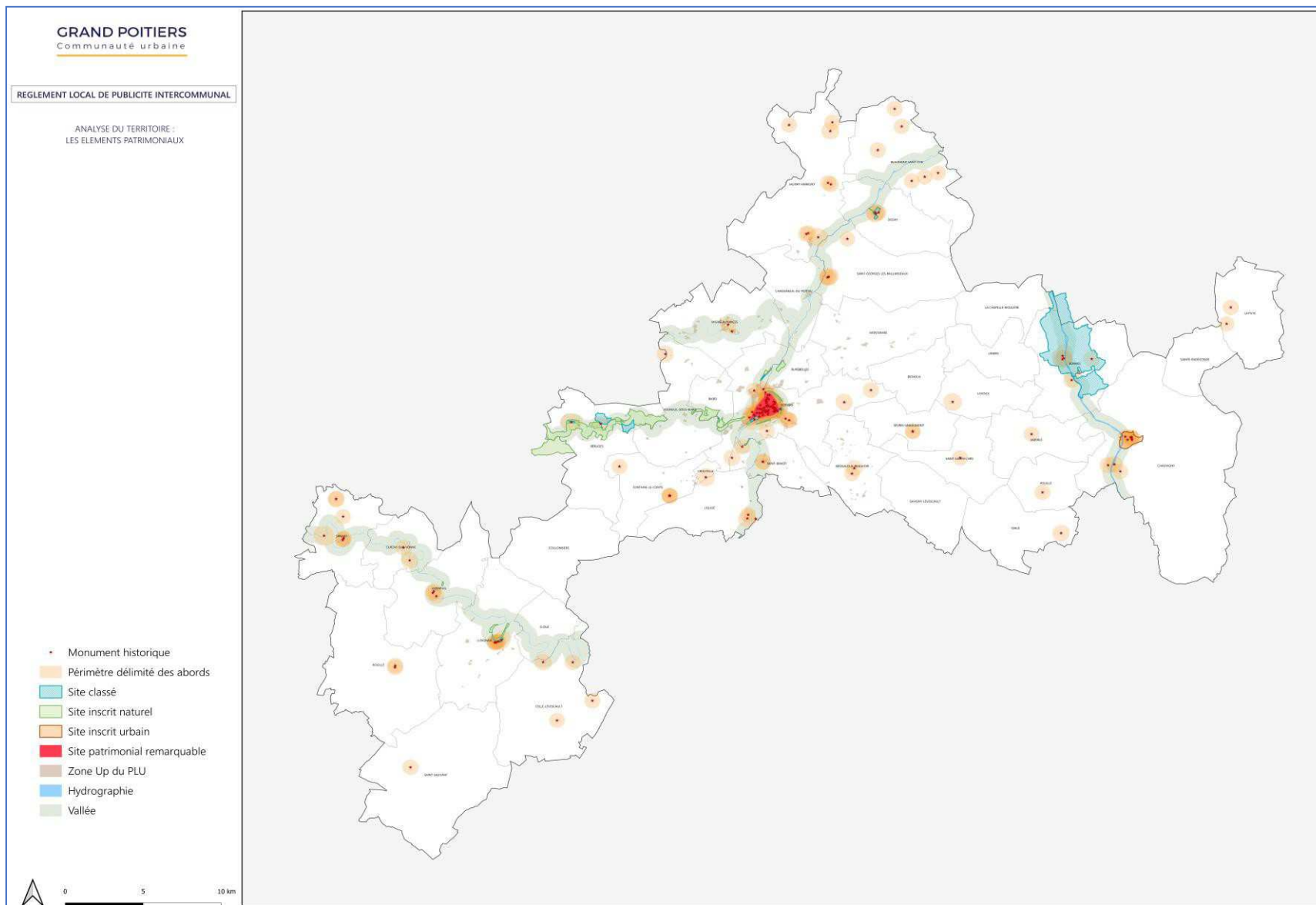
L'enjeu pourrait être de cadrer la qualité des implantations à hauteur des ambitions portées par les collectivités pour valoriser l'esthétique des espaces publics.

#### 3.7.1.3 La publicité et les espaces inventoriés et reconnus au titre du patrimoine (périmètres délimités des abords des MH)

La carte suivante représente les différents secteurs bénéficiant d'une protection conséquente en matière de patrimoine et/ou de paysage. À de rares exceptions, la majorité des Monuments Historiques classés ou inscrits couvrent une partie des centres urbains des communes.

Les sites classés ou inscrits au titre des monuments naturels (paysage), dès lors qu'ils présentent une emprise conséquente couvrent majoritairement des espaces de vallée (Vonne, Boivre, Clain ou Vienne) à l'exception des sites classés dans Poitiers, Lusignan ou Dissay (qui couvrent des parcs) et du site inscrit de Chauvigny qui recouvre une grande partie de la ville.





Carte des éléments patrimoniaux naturels et bâtis

Très peu de dispositifs sont en infraction avec l'interdiction liée à la présence de monuments historiques ou de sites classés ou inscrits. Les exemples ci-dessous illustrent des situations d'infractions à la réglementation nationale dont les conséquences sont plus ou moins fortes au regard de l'attrait patrimonial ou paysager des lieux considérés

A Chauvigny, du mobilier urbain publicitaire et de la publicité sont installés dans ces lieux de protection (site inscrit).



*Mobilier urbain - Rue de Bellevue et publicité - Boulevard des Châteaux*

A Jardres, deux publicités et un mobilier urbain sont en infraction avec les règles édictées sur l'implantation en façade (égout du toit).



A La Puye, ces deux dispositifs sont en infraction avec les règles édictées sur l'implantation en façade (égout du toit).



A Rouillé, trois publicités sont dans le périmètre de protection des monuments historiques et/ou ne respectent pas les règles d'implantation (égout du toit et sol).



A Saint-Sauvant, un panneau est présent dans le périmètre de protection des monuments historiques et propose une esthétique et un habillage peu travaillé au regard de la qualité potentielle du mur qui l'accueille.



A Sanxay, deux panneaux sont installés sur le même mur et présente une certaine hétérogénéité dans leur composition ne favorisant pas leur insertion dans le cadre bâti patrimonial.



Les photos ci-dessous illustrent des illégalités, qui peuvent être corrigées pour rendre les dispositifs légaux. En effet, les dispositifs publicitaires implantés ne respectent pas les dimensions minimales exigées par rapport au sol ou l'égout du toit. Il est à noter la faible qualité et la pauvreté esthétique des matériels utilisés au regard des supports, particulièrement sur les murs en pierre ou l'insertion en fonction du second plan

*Béruges - Illégalité bas des panneaux < à 0,50 m du sol*



*Tercé - Illégalité dépasse la ligne d'égout du toit*



Les photos suivantes exposent des dispositifs légaux, mais dont le positionnement nécessiterait d'être revu pour une meilleure insertion, notamment afin de ne pas masquer les éléments participant à l'esthétique patrimoniale des pignons ou murs aveugles en ne venant pas se superposer aux chaînages d'angle des murs



Savigny-L'Evescault



Lavoux

Les exemples ci-dessous mettent en évidence de bonnes insertions géométriques dans le mur support. La qualité esthétique des matériels, notamment le choix de la couleur mérite toutefois une attention plus poussée.



Ligugé - Positionnement respectant l'architecture. Il est cependant regrettable d'avoir adjoint à un matériel neuf de qualité des gouttières pour récupérer la colle à l'issue de l'intervention de l'afficheur.



Montamisé - Positionnement centré sur le pignon en cohérence avec le volume du bâti et ne masquant pas ses éléments principaux d'attrait

### 3.7.1.4 La publicité dans les espaces considérés comme remarquable pour le patrimoine bâti

Pour la commune de Poitiers, la préservation du patrimoine bâti est cadrée par un site patrimonial remarquable prenant la forme d'un secteur sauvegardé. La grande majorité des dispositifs publicitaires situés en agglomération sont localisés sur la ceinture extérieure de la ville de Poitiers. Le centre-ville est, quant à lui, épargné de la publicité, le mobilier urbain servant de support à son insertion dans les rues.



*Centre-Ville de Poitiers - Rue Gambetta – Publicité insérée dans le mobilier urbain*



*Centre-Ville de Poitiers - Rue Victor Hugo - Publicités insérées dans le mobilier urbain (abris voyageurs)*

Le soin en matière de positionnement dans le centre-ville de Poitiers n'est pas forcément reproduit à l'échelle de la ville. Tous les mobiliers urbains ne sont pas toujours judicieusement installés au regard de leur environnement patrimonial proche ou des perspectives paysagères offertes depuis le domaine public. Cette approche partielle implique alors que les perspectives sont coupées contribuant à tronquer l'ampleur du second plan direct ou limitant l'ambition des objets patrimoniaux proches.



*Petits formats masquant une perspective ou un mur patrimonial (Boulevard sous Blossac) ou grand format positionné dans un lieu paysager masquant la dynamique végétal et la qualité arborée des lieux (Boulevard du Maréchal de Lattre)*

Ce cadre entre premier plan et second plans patrimoniaux n'est pas uniquement propre à Poitiers. Les équilibres entre espaces de premiers plans accueillant des dispositifs publicitaires et arrières plans patrimoniaux ou paysagers sont à appréhender dans toutes les communes présentant cette configuration. La route de Poitiers à Chauvigny illustre ce propos avec un équilibre à trouver entre publicités, enseignes et préenseignes commerciales et vue lointaine sur la cité médiévale.



*Route de Poitiers à Chauvigny (google maps)*

Pour les espaces comportant du bâti patrimonial qui ne bénéficie pas d'une protection mais qui constitue un ensemble cohérent pouvant être ou non dans un périmètre des abords des monuments historiques, la publicité n'est pas un enjeu majeur quantitativement.

Toutefois, pour certains espaces présentant ce caractère, bordant des axes majeurs de circulation ou conduisant à des secteurs commerciaux, la publicité est plus présente. Les conséquences directes pour les habitants et les usagers de ces espaces sont une certaine forme d'incompréhension entre :

- un degré d'exigences plutôt conséquent en matière architecturale, patrimoniale ou paysagère souhaité dans le document d'urbanisme
- un impact fort des dispositifs publicitaires non soumis à ce type d'exigence.

La cité des Castors à Buxerolles le long de la Voie Romaine illustre cette situation où le travail fin pour conserver le caractère patrimonial de chaque maison et l'attrait de l'ensemble perd une grande part de son efficacité à cause de l'implantation des panneaux 4x3.





### 3.7.1.5 La publicité le long des voies structurantes et les entrées d'agglomération

Les entrées d'agglomération constituent les liaisons entre un espace globalement naturel au sens de la présente étude et un espace plus urbanisé, c'est-à-dire comportant une proportion bâtie et aménagée conséquente. Elles représentent une réelle lisière entre ces deux environnements au paysage très contrasté.

#### **En termes de quantité et de densité.**

Les plus nombreuses implantations se situent aux abords de la RD 910 sur les communes de Poitiers, de Migné-Auxances et de Chasseneuil-du-Poitou et sur la rocade sud à Saint-Benoît. Le tissu urbain étant plus diffus sur la RD910 sur le nord et le sud du territoire, la présence de panneaux diminue progressivement, se concentrant à nouveau sur les espaces urbains agglomérés (Jaunay-Marigny, Dissay et Beaumont-Saint-Cyr).

La RD162 (rocade intérieure sur Saint-Benoît et Poitiers) est le second axe présentant une concentration conséquente en matière de dispositifs publicitaires.

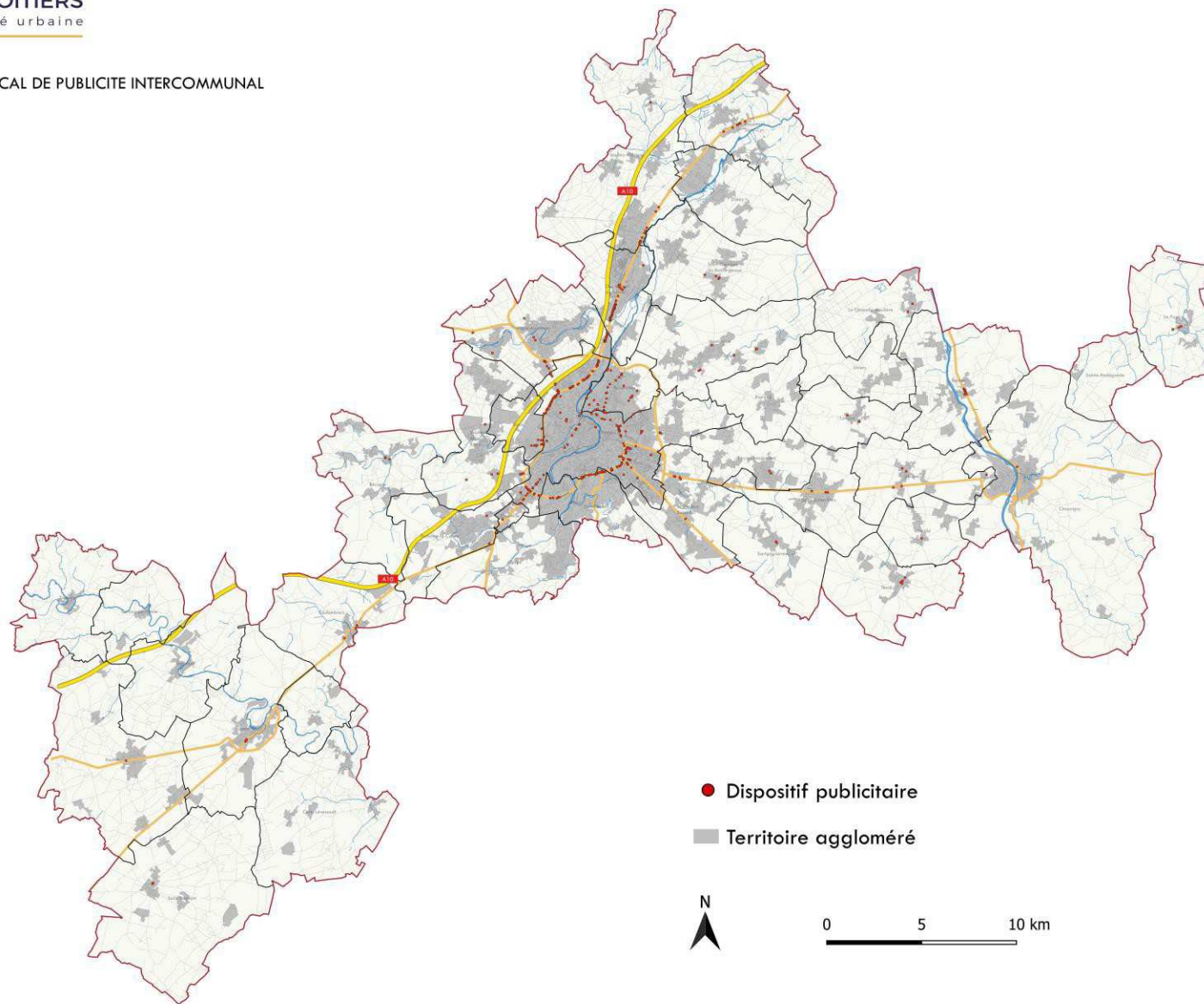
Enfin, les axes historiques d'entrées d'agglomération sur Poitiers concentrent également une forte proportion notamment dès lors que l'on se rapproche des carrefours majeurs avec la RD910, la RN147 ou la RD162.

Peuvent être citées, l'avenue Charles de Gaulle (RD6) à Biard, la Rue de Poitiers (RD757) à Migné-Auxances, la rue de la Vincenderie (RD4) à Buxerolles et Poitiers, les RD3 et la RD6 à Buxerolles, Montamisé et Poitiers, la RD951 à Mignaloux-Beauvoir...

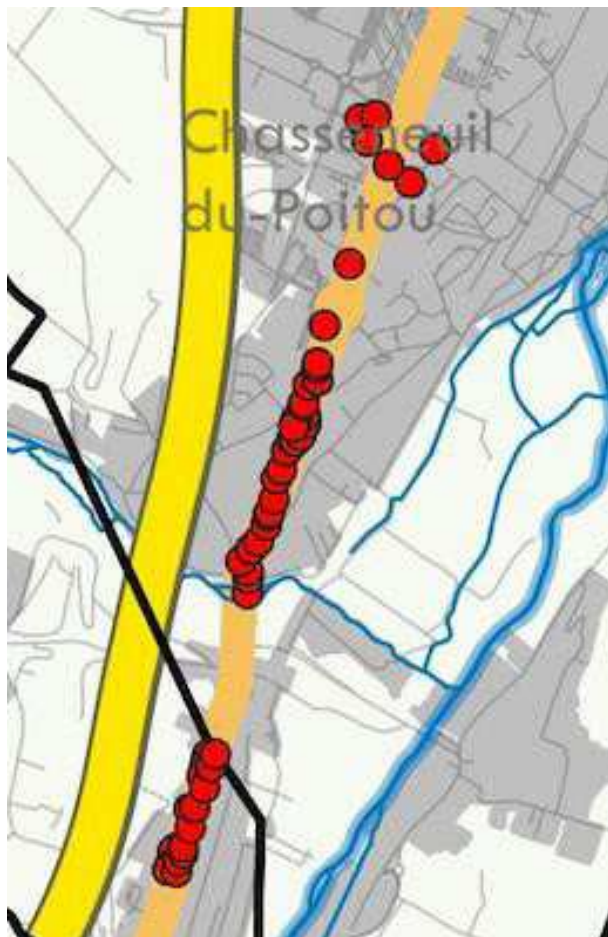
Ces secteurs sont privilégiés par les annonceurs car ils permettent d'informer très en amont le chaland de la présence d'établissements commerciaux ou de services dont les implantations répondent à cette logique d'axe ou au contraire pour affirmer leur présence de dehors et ainsi jouer sur les conditions de concurrence entre établissements.

Les autres centralités du territoire qui représentent des polarités d'équilibre telles que Chauvigny ou Lusignan ne sont pas dans une même dynamique, les dispositifs publicitaires étant moins nombreux.

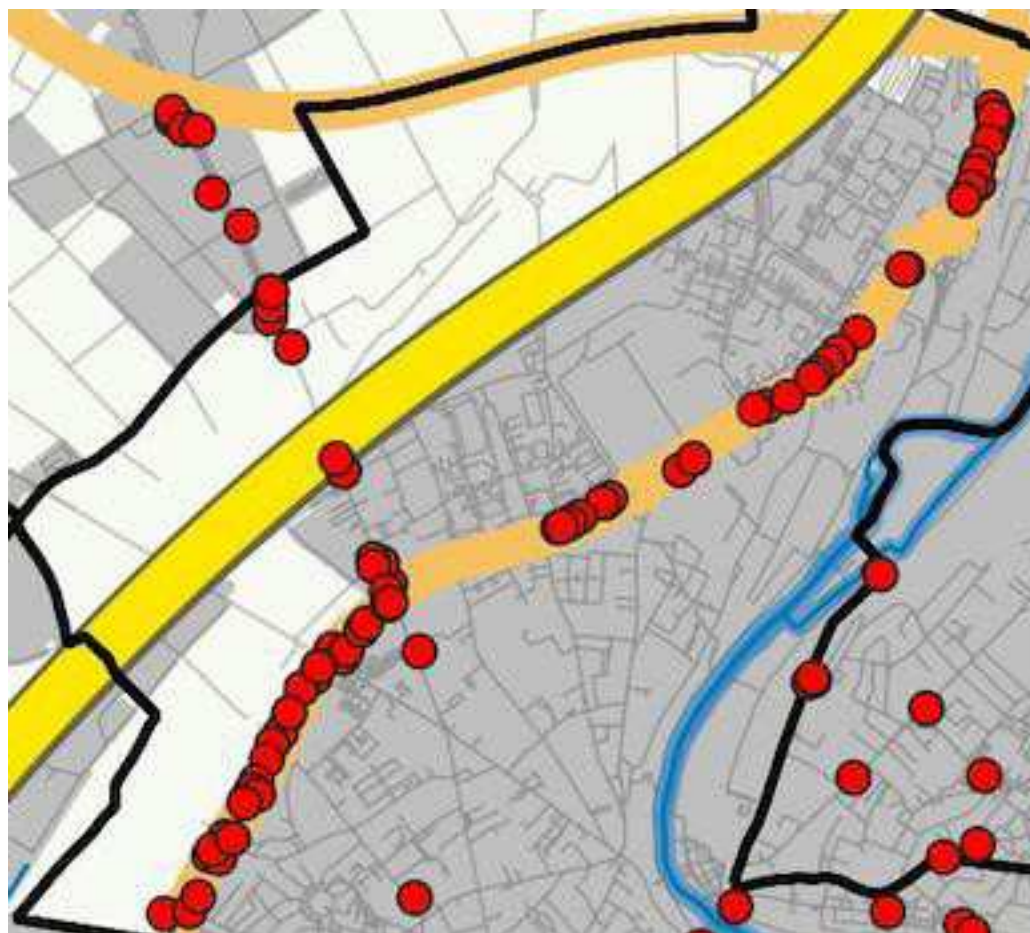
La carte suivante matérialise la superposition des axes majeurs les plus fréquentés sur le territoire, des taches urbaines et des dispositifs publicitaires.

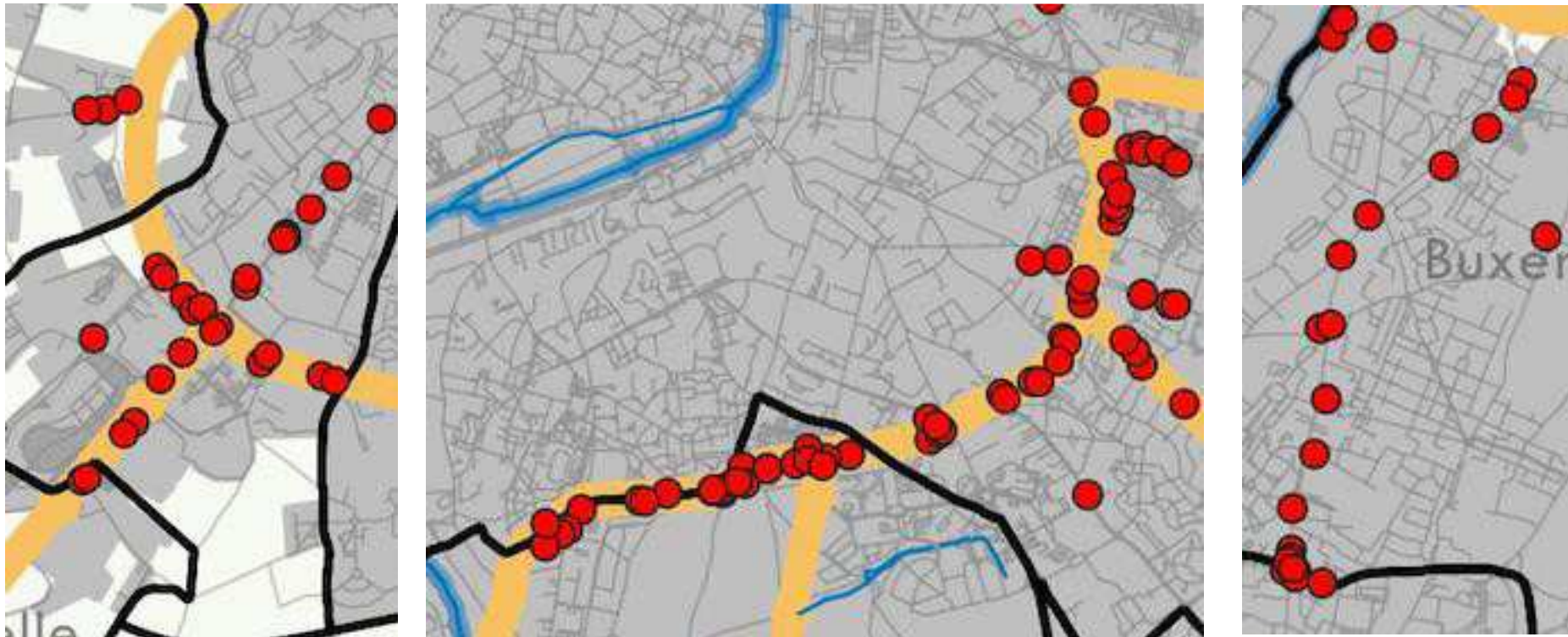


Les points de concentration sont les suivants :



*La RD 910 au nord et à l'ouest de Poitiers*





*Le centre commercial Sud et la rocade sud-est ou la voie romaine à Buxerolles*

**En termes de qualité d'implantation**

Des dispositifs publicitaires sont implantés derrière les rangées d'arbres. Leurs visibilitées ne sont que faiblement valorisées en période estivale et viennent perturber la qualité paysagère des alignements en toute saison. De tels dispositifs ont un impact fort dans le paysage et contribuent fortement à minimiser les efforts de valorisation esthétique et paysagère consentis sur le domaine public



*Avenue du 11 novembre – commune de Saint-Benoît et RD 910 – Poitiers*

Le choix a parfois été de les intégrer sur l'espace public afin notamment d'en limiter le nombre (1 dispositif sur terre-plein central plutôt que un de chaque côté...) Cette démarche a certainement permis de limiter le nombre de dispositif, son effet pervers est que leur présence fait « écran » et implique nécessairement de couper des perspectives paysagères de qualité.



*Avenue du 11 Novembre – Poitiers*

Plusieurs axes d'entrées de ville sont marqués par une profusion de dispositifs qui influent sur la perception du paysage par leur nombre et leurs dimensions. La quantité importante donne une sensation :

- d'espaces dégradés, peu flatteurs pour les espaces économiques ou urbains directement environnant,
- d'espaces délaissés qui a une action sur l'image de la ville et de l'agglomération, ces axes étant également fortement empruntés en matière de transit
- d'espaces où le message des annonceurs n'a plus aucune lisibilité. Les sollicitations visuelles étant multipliées, les usagers ne prêtent qu'une attention très partielle à chaque message présenté.



*RD 910 - Rue de l'Écorcerie - Croutelle*



*RD 910 - Migné-Auxances*



*Avenue de Paris- Poitiers - Bien que l'environnement ne soit pas qualitatif, les panneaux écrasent la lecture de l'axe.*



*Avenue Jacques Cœur - Poitiers- Présence d'un numérique illégal car situé hors agglomération*

La majorité des axes est couverte par des dispositifs supérieurs à 2 m<sup>2</sup>. Peu d'entre eux y échappent, l'avenue Jacques Cœur et la rue de Paris à Poitiers sont deux axes qui illustrent cette absence de dispositifs de grande ampleur tout en proposant de la publicité extérieure recentrée sur le mobilier urbain.



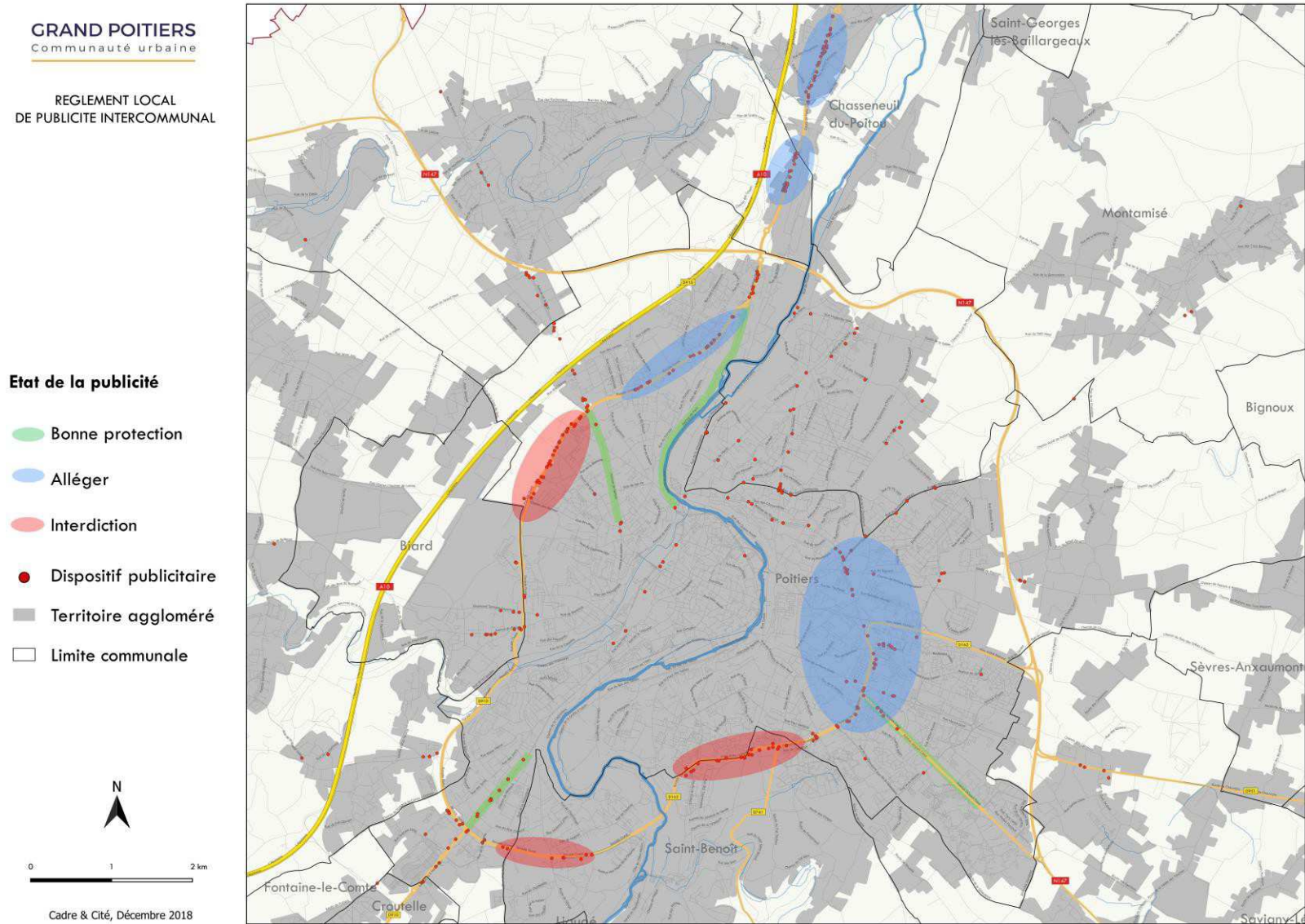
*Avenue Jacques Cœur - Poitiers*



*Rue de Paris - Poitiers*

A partir des éléments précédemment évoqués, il s'avère qu'une stratégie pour la publicité par axe et par tronçon est à envisager en adoptant une logique visant à définir des lieux où l'implantation n'est pas souhaitable, des lieux appropriés et des espaces où il conviendrait d'axer la réglementation pour alléger les dispositifs et/ou optimiser leurs conditions d'insertion.

La carte suivante présente un exemple de la logique par tronçons d'intervention et de réglementation.



Carte illustrant les principaux constats et premières préconisations



### 3.7.1.6 La Publicité et les zones d'activités économiques et commerciales

La publicité trouve sa plus large place dans ces lieux, d'une part du fait de la réglementation qui s'y applique et d'autre part par son attractivité commerciale pour les annonceurs. La position de la plupart des zones commerciales et d'activités d'ampleur le long des axes contribue à donner une sensation de continuum publicitaire plutôt que des tronçons équilibrés où les dispositifs peuvent trouver leur juste place (ce qui ne veut pas dire uniforme).

La profusion des dispositifs en zone d'activités économiques (ZAE), notamment sur les abords des grands axes peut également rendre moins lisibles les dispositifs mis en place par les collectivités (totems) et ainsi minimiser les efforts financiers d'harmonisation consentis pour rendre lisible la structure des ZAE.

Enfin, les dispositifs publicitaires de premier plan viennent en concurrence directe avec les enseignes des établissements et activités localement implantées en coupant ou limitant la durée des vues portées sur ces derniers.

Cette même remarque peut être appliquée avec les panneaux numériques dont la variété des informations a vocation à attirer le regard qui ne porte dès lors plus sur les enseignes en second plan ou le totem de la ZAE.



*Pôle logistique Grand Ouest (RD 910) – Poitiers*



*Centre commercial Sud – Poitiers*



*Avenue du 11 novembre - Saint-Benoît*

On y trouve de la publicité numérique, comme sur les grands axes et les entrées de ville.

Cette dernière est aujourd'hui très faiblement développée et répond uniquement à implantations ponctuelles. Toutefois, il convient de remarquer que ces implantations sont venues sur des programmes relativement récents ou qui ont connu des évolutions très conséquentes en matière d'enseigne.

Ce mouvement récent se doit d'être appréhendé dans le cadre du RLPi à mettre en place.



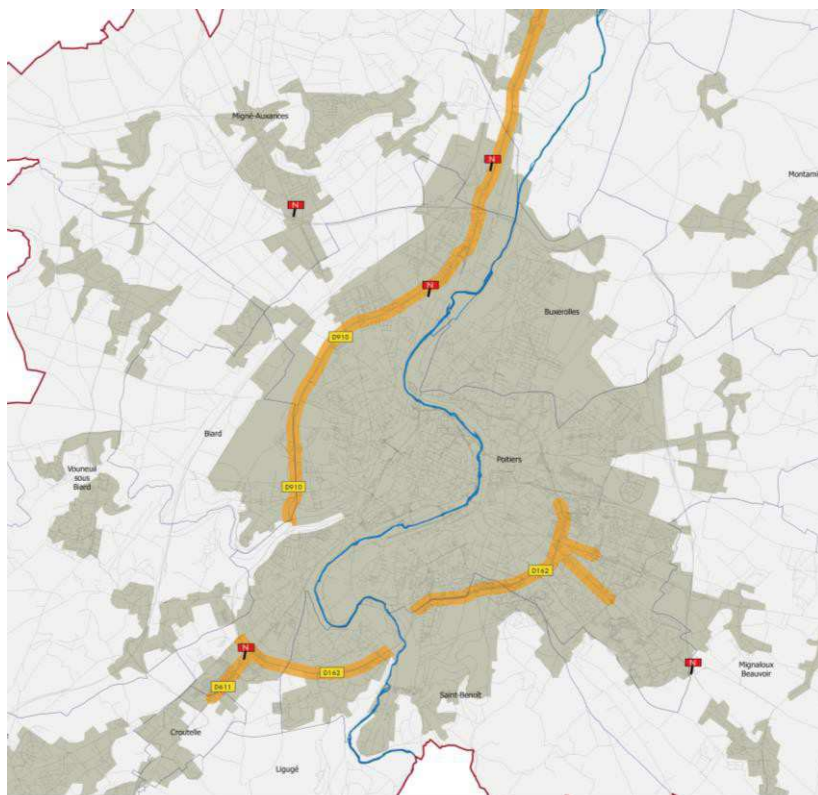
Rue du centre – Migné-Auxances



RD 910 - Poitiers

Tous les dispositifs publicitaires implantés ne sont pas en règle avec les attendus du code de l'environnement, notamment pour des questions de taille.

A titre d'illustration, le dispositif ci-contre ne respecte pas les dimensions requises qui sont limitées à 8m<sup>2</sup>.



*Présence des numériques sur l'agglomération*



*Centre commercial Sud - Poitiers - Illégale la surface du dispositif dépassant 8 m<sup>2</sup>*

Sur la totalité des espaces analysés, les matériels utilisés ont principalement une surface 12, 8 m<sup>2</sup> ou 4 m<sup>2</sup>.

Les 12 m<sup>2</sup> sont des mobiliers 4x3 exploités avec des moyens traditionnels (collage d'affiche, adhésif ou peinture pour les préenseignes). L'éclairage est réalisé par projection à l'aide de spots ou de rampes lumineuses.



*RD 910 – Commune de Poitiers et Centre Commercial Poitiers Sud – Commune de Poitiers*

Les 8 m<sup>2</sup> sont des mobiliers classiques ou avec affiche sous caisson et éclairage par rétroprojection.



*RD 910 - Jaunay-Marigny*

Quelques dispositifs 4 m<sup>2</sup> scellés au sol ou muraux sont installés, ainsi que des dispositifs 12 m<sup>2</sup> de format 6 x 2.



Commune de Chasseneuil-du-Poitou

Certains dispositifs scellés simple face ont l'arrière habillé, d'autres non. L'absence ou le défaut d'habillage de la face non utilisée présentent un impact fort en matière d'insertion esthétique et paysagère du dispositif.



L'entretien de certains panneaux laisse également à désirer.



Des installations intègrent des éléments rapportés sur la structure de type passerelles pour en permettre l'exploitation. Ces dispositifs contribuent à accroître l'impact visuel du dispositif dans son environnement proche. De même dans de nombreux cas, les intervalles entre les deux faces ne sont pas habillés. Ces dispositions contribuent à la sensation d'espace et d'environnement peu qualifiants, voire négligés.



Conclusion :

L'analyse des publicités et préenseignes, conduite à partir des investigations de terrain, apporte des cas limités de non-conformité avec les attendus du code de l'environnement. Cette situation est loin d'être généralisée à l'échelle du territoire et répond à une démarche :

- Soit ponctuelle en rapport avec un besoin d'annoncer la présence d'une activité ou d'un site à partir des axes principaux de communication par la publicité extérieure
- Soit de pression au droit des axes majeurs d'entrées d'agglomération ou d'entrées de ville dans une logique de concurrence entre activités pour les pré-enseignes ou de bénéficier des trafics quotidiens pour accroître le nombre de vues
- Soit d'opportunités plus ou moins anciennes ayant conduit à faire perdurer des dispositifs alors que le cadre réglementaire à évoluer, induisant leur absence de conformité actuelle

Au-delà du nombre, la question de l'implantation ciblée sur un nombre restreint de lieux induit des notions de concentration qui marquent en amplifiant et démultipliant les impacts visuels. La qualité des dispositifs et les éléments annexes ajoutés ne font pas toujours l'objet d'un soin suffisant, allant parfois jusqu'à dévaloriser l'objet et le message qu'il adresse.

### 3.7.2 La situation des enseignes

Les investigations de terrain démontrent que l'implantation de certaines enseignes n'est pas conforme avec les règles définies dans le Code de l'Environnement.

Compte tenu de la très grande rapidité en matière d'évolution des enseignes présentes et leur caractère versatile en fonction des changements d'activités, un recensement exhaustif n'est pas pertinent, ce dernier devenant rapidement caduc. Les réflexions portent donc principalement à partir d'exemples afin d'illustrer les constats qu'ils répondent à une logique de non-conformité, d'absence de qualité au regard du contexte environnant et/ou du soin apporté à la mise en place de ces objets.

#### 3.7.2.1 Les enseignes et le patrimoine naturel

A la différence de la publicité, les enseignes sont autorisées pour les établissements situés dans des zones reconnues au titre du patrimoine naturel.

Les dispositifs à réglementer se comptent en petit nombre.

Les sites classés ou inscrits au titre du Paysage (Blossac et Promenade des Cours sur la commune de Poitiers, Site Classé de la vallée de la Vienne sur les communes de Bonnes, Site classé sur la commune de Chauvigny (dont son centre-ville) doivent faire l'objet de protections particulières afin de garantir une bonne insertion des enseignes en rapport avec les attentes de chaque site.



### 3.7.2.2 Le patrimoine bâti en site patrimonial remarquable (Centre-Ville de Poitiers)

Le centre-ville de Poitiers représente un vaste espace commercial. La présence d'enseignes en façade de tous types est largement répandue. La qualité et l'harmonisation des enseignes dans l'architecture sont globalement de très bonne qualité.



*Bonne insertion dans l'architecture et respect des ouvertures - rue Sadi Carnot ou rue de la Marne*



*L'utilisation de lettres découpées ne perturbe pas la façade - Place du Maréchal Leclerc et rue des grandes écoles*



*La devanture respecte bien la façade - Rue Alsace Lorraine*

Toutefois, certaines enseignes présentes ne respectent pas le code de l'environnement, notamment le respect des surfaces autorisées. La photo ci-dessous illustre cette situation



*Les lambrequins en étage sont discrets - Rue Gambetta*



*Non-respect des 25 % de surface autorisés - Rue de la Marne*

Bien que les enseignes perpendiculaires soient de forme disparates et que leur positionnement sur les façades soit asymétrique, l'appréciation des paysages urbains n'est pas dégradée. Les dispositifs sont relativement discrets.



*Rue Gambetta*



*Rue Sadi Carnot*



Rue Gambetta



Rue des grandes Ecoles

### 3.7.2.3 Les enseignes dans les centralités urbaines

Le commerce de proximité est un élément d'animation indispensable à la diversité et l'animation des villes et des centres-bourgs qui maillent le territoire. Il doit être signalé correctement au moyen de l'enseigne. L'enseigne situe le commerce et en donne une première image. Elle contribue plus largement à l'image de la ville. Chaque commune ayant sa spécificité urbanistique travaille de manière indépendante pour les enseignes, souvent à l'occasion d'autorisation en matière d'urbanisme mais pas uniquement.

Le centre de plusieurs communes est situé dans un environnement patrimonial protégé. Ces secteurs doivent allier le besoin pour les commerces de s'exposer et la nécessité de raisonner avec la protection et la mise en valeur du patrimoine bâti qui accueille le commerce ou l'ambiance d'une rue, d'une place et plus généralement de l'espace public.



Exemples d'enseignes qualitatives dans les centralités des communes de Béruges, de Ligugé, de Saint-Benoît et de Lusignan  
Des efforts à titre individuel, ou s'inscrivant dans une ligne directrice commune, sont à fournir dans certains cas.



Bien que légale en surface, cette suite de pavés mettant en place un dispositif uniforme et sans relief n'est pas valorisante – Commune de Chauvigny



Le respect des lignes du bâtiment offre une belle visibilité à cet ensemble commercial mais s'inscrit dans une ligne clairement et uniquement fonctionnelle - Commune de Bonnes

Les enseignes perpendiculaires dans bien des cas sont en surnombre.



Beaumont Saint-Cyr



Bignoux

Des solutions existent pour améliorer ces situations.



*Rouillé*



*Saint-Julien-l'Ars*

Des perspectives paysagères ou patrimoniales en direction des centralités sont ponctuellement dégradées par la multiplicité des enseignes scellées au sol qui accompagnent une activité. La simple application du code de l'environnement suffira dans bien des situations à faire cesser cette gêne.

*Exemple : L'application du règlement national amènera la suppression de 4 enseignes sur les 5 présentes. Route de Poitiers -Chauvigny*



Les qualités des enseignes dans les centralités est à mettre en rapport avec les ambitions et l'attention portées aux espaces publics, la somme des deux constituant un écrin au bénéfice de la population fréquentant ces espaces, marquant l'identité et l'attrait des lieux considérés.

#### 3.7.2.4 Les voies structurantes et les entrées d'agglomération

Comme cela a été mis en évidence à travers l'analyse de la publicité, les enseignes des établissements bordant les entrées d'agglomération et les axes structurants sont relativement nombreuses.

La surface maximale admise pour les enseignes scellées au sol est directement liée à la population de la commune. Seules les communes de Poitiers et de Buxerolles, comprenant plus de 10 000 habitants, peuvent accueillir des enseignes scellées au sol dont la surface est de 12 m<sup>2</sup>.

De manière ponctuelle, plusieurs cas d'irrégularité ont été constatés avec généralement un dispositif de taille plus importante que les normes réglementaires admises en matière d'enseigne scellée au sol comme l'illustrent les deux photos ci-dessous.



*Rocade Sud-Est - Saint-Benoît (illégal car limitée à 6 m<sup>2</sup> commune de moins de 10 000 habitants)*

Globalement, les enseignes scellées au sol respectent la réglementation, à l'exception du nombre d'enseigne par voie bordant l'établissement. En effet, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2018, un seul dispositif est admis par voie bordant l'établissement.

Or, une très forte proportion d'établissements ne respecte pas cette injonction.

Ce phénomène est principalement lié :

- à la présence de drapeaux scellés au sol par série qui sont, pour chaque dispositif, une enseigne
- à la présence d'un totem associé à un ou plusieurs drapeaux
- à la présence de multiples panneaux implantés régulièrement sur une même voie, notamment pour les entreprises occupant un angle de rue



*Avenue des Loges - Migné-Auxances (illégal car limitées à 6 m<sup>2</sup> commune de moins de 10 000 habitants)*



En complément du nombre, il est également aisément perceptible que les dispositifs ne sont pas pérennes. Des mâts vides, des drapeaux déchirés... sont également assez souvent rencontrés.



*RD910 - Centre commercial Poitiers Sud - Poitiers*



*Centre commercial Poitiers Sud - Poitiers*

Certaines réalisations sont peu esthétiques et illégales car leur hauteur est supérieure à 6,5 m.



*Commune de Jardres*



*RD 910 – Poitiers*



*RD 910 - Poitiers*

L'image donnée des axes d'entrée d'agglomération, associée aux zones d'activités économiques et commerciales de l'agglomération implantées au droit de ces axe est aujourd'hui tronquée. La profusion d'enseignes scellées au sol, qui devraient être réduite en application des injonctions nationales définies par le code de l'environnement, déforme le standard qui devrait être en vigueur en matière de paysage. Ces espaces sont à enjeux et à cadrer dans le cadre du RLPi.

### 3.7.2.5 Les zones d'activités économiques et commerciales

Les zones d'activités économiques et commerciales se caractérisent par la multiplicité des enseignes et de leurs lieux d'implantation. Les enseignes en façades, les enseignes scellées au sol, les enseignes en toiture sont les principaux dispositifs installés sur les unités foncières de ces établissements.

Exemples d'enseignes scellées au sol :



Centre commercial Poitiers Sud - Poitiers



Avenue du 8 mai 1945 - Saint-Benoît

Exemples d'enseignes en façade :

Le critère réglementaire à respecter est un pourcentage de surface de la façade commerciale à ne pas dépasser.

Peu de débordements ont été relevés.



Belles réalisations aux abords du Centre commercial Auchan porte sud - Poitiers



Avenue des Grand Philambins – Chasseneuil-du-Poitou

Toutefois, certaines enseignes dépassent de la façade, se retrouvant donc à cheval entre les éléments pleins de la façade et le vide de la toiture.

Cet état, généralement en lien avec la volonté de rendre visible l'enseigne depuis un lieu fréquenté plus éloigné ou en passant au-dessus d'un premier plan constitue une infraction vis-à-vis de la réglementation.

Exemple d'enseignes numériques :

Les enseignes numériques, contrairement à la publicité, ne font pas l'objet de règles spécifiques, mais entrent dans la catégorie des enseignes lumineuses.

Elles sont soumises aux règles générales des enseignes. Leurs dimensions seront à encadrer.

On constate leur présence dans les grands centres commerciaux, mais également dans les zones commerciales de moindre importance.



*Exemples d'enseignes numériques intégrées à la façade du bâtiment – Commune de Chasseneuil-du-Poitou ou scellées au sol – Commune de Poitiers*



*Exemple d'enseigne numérique intégrée à la façade du bâtiment. A noter que l'enseigne sur toiture n'est pas réglementaire – Commune de Jardres*

### Exemples d'enseignes en toiture

Si de nombreux établissements respectent la règle en la matière, de nombreuses infractions sont également recensées. La règle la moins suivie correspond à l'obligation de mettre en place des lettres découpées et de dissimuler les structures d'accroche.



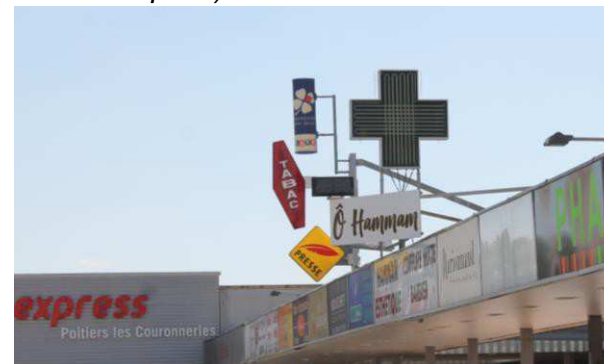
*Route de Paris – Chasseneuil-du-Poitou*



*Centre commercial Sud - Poitiers (illégal car lettres non découpées)*



*Route de Charbonchamp - Migné-Auxances (illégal car structures visibles et en partie sur la façade et au-dessus du débord de toit)*



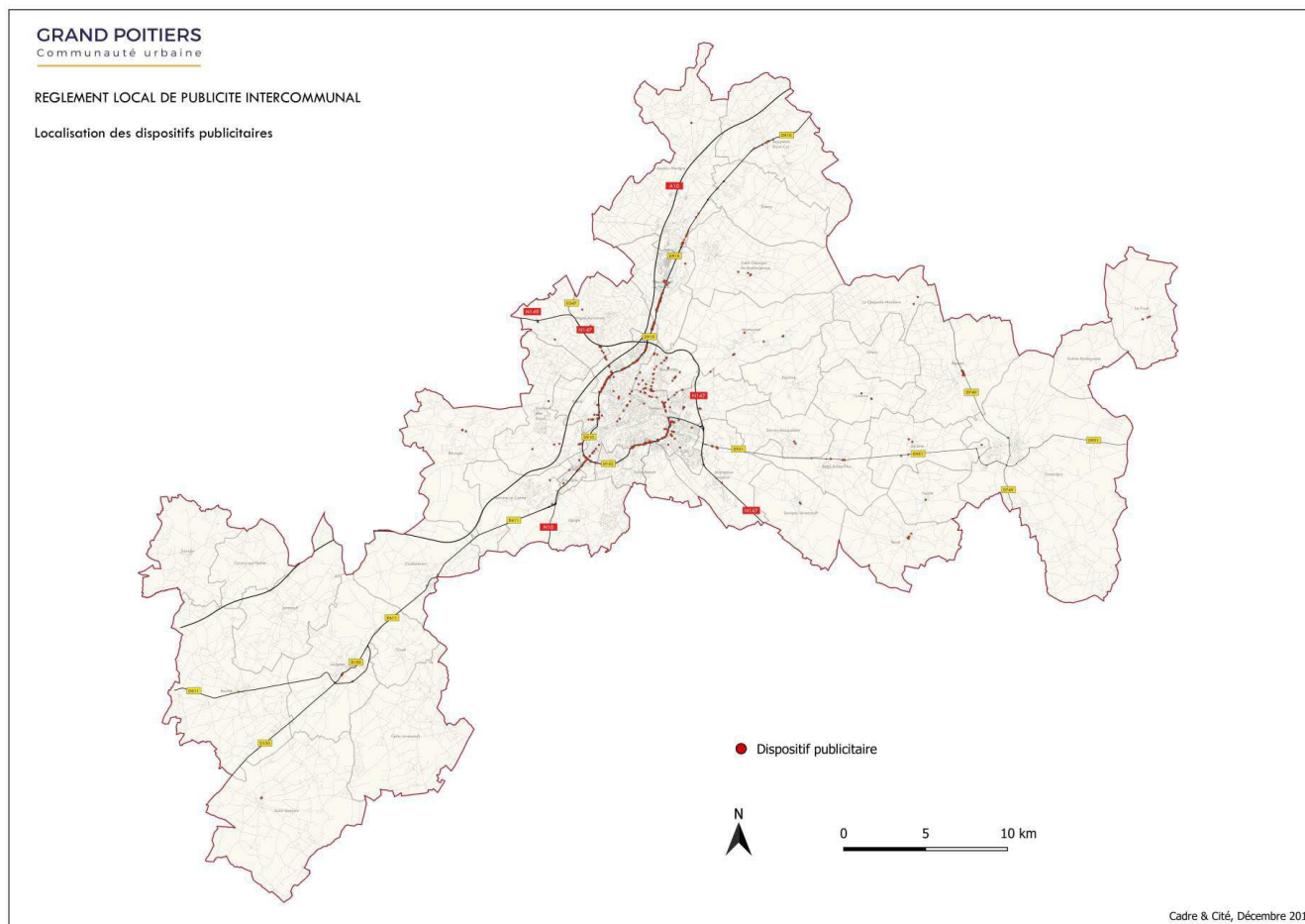
*Avenue Robert Schumann - Poitiers (illégal car structures visibles)*

L'image donnée des zones d'activités économiques et commerciales est liée à l'architecture des bâtiments, la qualité paysagère des espaces communs (espaces de stationnements notamment), et l'intégration des enseignes. Ces éléments permettent la mise en valeur des espaces avec comme ambition d'être vu, d'apporter une lisibilité pour guider la fréquentation. En ce sens et au-delà des quelques cas de non-conformité à régler, le RLPi peut cadrer l'ensemble afin de faire converger les acteurs concernés vers une ambition commune qui ne signifie pas une uniformité.

## Chapitre 4 : SYNTHÈSE DES CONSTATS

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 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 situe sur l'aire urbaine de Poitiers (communes de Biard, Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Poitiers, Saint-Benoît).

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.



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 rocadés notamment, on note des implantations irrégulières dans des secteurs non bâtis.

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 préenseigne : 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.

Le 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.

## Chapitre 5 : ORIENTATIONS GENERALES

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 préenseignes et les enseignes :

### 5.1 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 oeuvre plus aisée pour les services en charge de l'application.

### 5.2 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.

Dans les sites classés ou inscrits, les enseignes et les préenseignes sont régies par une réglementation propre avec dérogation possible par l'Architecte des bâtiments de France.

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.

### 5.3 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 : en 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. Afin de préserver le patrimoine bâti recensé dans les PLU, 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 pourraient conduire à l'uniformisation et qui ne sont pas toujours gage de qualité.

### 5.4 Maintenir les moyens nécessaires de communication pour assurer la dynamique 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 centres-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.

### 5.5 Assurer la lisibilité des activités économiques le long des grands axes et dans les zones d'activités commerciales et améliorer la qualité des paysages d'entrées de ville.

La visibilité des activités économiques est sous tendue par un encadrement du nombre de 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.

5.6 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.

5.7 Tendrer 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 réglementés ;
- 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.

5.8 Encadrer 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 ;
- Étendre les plages horaires d'extinction nocturne.

Sur la base des objectifs définis par le conseil communautaire, des enjeux se rapportant à chaque lieu et en regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, il a été établi un zonage qui se distingue selon qu'il concerne la publicité (7 zones) et les enseignes (4 zones). Chacune a ses règles propres en lien avec les enjeux qui ont été mis en lumière dans les parties précédentes du rapport de présentation. Des règles communes à toutes les zones ont également été instituées. C'est la raison pour laquelle le règlement comporte deux parties, l'une consacrée à la publicité, l'autre aux enseignes. Puis chacune de ces parties est scindée en deux selon la même articulation. Une partie est consacrée aux règles communes à toutes les zones, une seconde consacrée aux règles spécifiques à chacune des zones identifiées.

Le Code de l'environnement (art. L.581-4) interdit toute publicité :

- 1° Sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;
- 2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- 3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- 4° Sur les arbres.

La publicité n'étant admise qu'en agglomération, le zonage relatif à la publicité ne couvre que la partie agglomérée des territoires de Grand Poitiers Communauté urbaine. Les enseignes échappent à cette distinction, son zonage couvre donc la totalité du territoire de la Communauté urbaine.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article L.581-19 du Code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLPi, il n'est fait référence dans le corps du règlement qu'au terme « publicité », il regroupe en réalité publicités et préenseignes, étant précisé que les préenseignes dites dérogatoires sont soumises à des règles distinctes.

## 6.1. Publicité - Règles et zonage

### 6.1.1 Prescriptions communes à l'ensemble des zones

Quels que soient les lieux, les paysages du quotidien forgent l'image d'un territoire et marquent le ressenti des personnes qui les fréquentent. Ils présentent des singularités uniques, assises sur une perspective, un enchaînement de bâtis patrimoniaux, une ambiance de rue, de hameau ou de village, un espace public aux usages définis... Il convient, au travers de la possibilité ou non d'introduire de la publicité d'en conserver les qualités et d'éviter de les banaliser.

Afin de donner des repères communs, des ambiances aux tonalités similaires avec comme ambition de forger une identité propre au territoire, il convient d'introduire un cortège de règles applicables à toutes les zones définies au sein du RLPi de Grand Poitiers Communauté urbaine. Il vise :

- à offrir une lecture paysagère soucieuse de la géographie. Les « belles vues », les perspectives existent en tout lieu, d'un centre-ville historique aux quartiers résidentiels en passant par les espaces à dominante commerciale ;
- à conserver la richesse du patrimoine bâti remarquable, les espaces boisés classés en tant que témoignage riche, précieux et unique par définition où l'apport d'objets tiers paraîtrait incongru et viendrait déstructurer l'ambiance paysagère et patrimoniale des lieux considérés ;
- à limiter la création de dispositifs ou d'aménagements spécifiques dans les espaces reconnus en matière d'intérêt écologique ou de biodiversité afin de ne pas fragiliser les milieux et/ou les espèces dont l'intérêt est reconnu

Les spécificités en matière d'aménagement de l'espace et le maillage territorial conséquent induit par l'étoile ferroviaire locale offre un linéaire important de contact entre le domaine public ferroviaire et les parties agglomérées urbaines. Il est important que ses interfaces multiples et longues soient maîtrisées en matière de possibilités d'implantation de dispositifs publicitaires pour s'inscrire dans une relative équité avec les autres domaines fonciers qu'ils soient publics ou privés sur lesquels des règles de cette nature sont instaurées.

Face au défi de l'urgence climatique, la maîtrise des consommations d'énergie est portée par toutes les composantes du territoire de Grand Poitiers Communauté urbaine et s'adresse à tous les consommateurs potentiels. A ce titre, quelle que soit la zone considérée, les dispositifs publicitaires lumineux doivent s'inscrire et retranscrire cette ambition portée à l'échelle du territoire.

#### 6.1.1.1 Interdictions générales

L'article L581-8 du code de l'environnement définit des lieux d'interdiction relative de la publicité. Cette dernière peut être levée dans le cadre d'un RLPi en introduisant un régime d'admission sous condition. Le constat, pour les lieux entrant dans ce cadre législatif dans Grand Poitiers Communauté urbaine, étant qu'ils ne subissent pas une pression en matière de publicité et que la régulation des dispositifs dans les systèmes précédant apporte pleinement satisfaction, il a été décidé d'admettre la publicité avec un régime défini dans chaque zone (article P.A).

Pour répondre aux objectifs de protection définis dans les orientations générales et se placer dans un cadre plus restrictif que le RNP défini par le code de l'environnement, des interdictions sont établies :

- Dans le souci de présenter des interfaces entre espaces publics et espaces privés de qualité, l'interdiction d'apposer des publicités sur des clôtures non aveugle telle que définie par le RNP est confirmée et étendue aux murs des clôtures (article P.B). Dans ces espaces de limite, la publicité doit s'inscrire en tant que mobilier urbain ou entrer dans le cadre de la signalétique routière afin de favoriser une équité et une harmonie de traitement des messages délivrés répondant très majoritairement à une logique de jalonnement vers des activités du territoire. L'intérêt de cette interdiction est ainsi de privilégier une publicité mettant en avant les atouts et intérêt du territoire, notamment les pôles de centralité présentant des commerces et des services au bénéfice de tous les habitants et personnes fréquentant ces sites. Enfin, le choix réalisé vise à privilégier la possibilité de placer une enseigne sur les clôtures. Ainsi les entreprises, activités et services présents dans le territoire disposent d'une plus grande lisibilité auprès des consommateurs, usagers et habitants. Dès lors que le nom d'un établissement ou d'une activité est apposé sur une clôture, l'unité foncière accueille ce dernier.
- Pour préserver les espaces boisés protégés et les espaces libres aux abords de patrimoine bâti, il est interdit d'apposer de la publicité sur les unités foncières accueillant du patrimoine bâti remarquable identifié dans les documents d'urbanisme (article P.C) ou sur les éléments construits (murs, petites constructions) présents dans les parcelles protégées au titre des espaces boisés classés (article P.D). Cette interdiction permet la mise en valeur des éléments patrimoniaux bâtis ou des boisements en évitant qu'un premier plan qui ne soit pas en concordance avec la nature des objets protégés ne vienne masquer ou soit en concurrence visuelle avec ces derniers. Les unités boisées sont importantes dans le paysage, notamment dans les espaces à dominante urbaine. Les arbres qu'elles accueillent se doivent d'être préservés en évitant tout aménagement au sol qui pourrait fragiliser leur système racinaire. Par conséquent, les dispositifs publicitaires ne peuvent pas être implantés dans les parties boisées des unités foncières boisés (article P.E).

#### 6.1.1.2 Implantation et aspect des dispositifs publicitaires

Le bâti, qu'il présente ou non une qualité architecturale remarquable, ne doit pas être altéré par la présence d'une publicité murale. Les murs en pierre, caractéristiques du patrimoine bâti présent dans le territoire (carrières de pierre de Chauvigny, Lavoux, Tercé...), ne peuvent recevoir de publicité et des règles sont instituées afin d'assurer un retrait de la publicité de toute arête du mur (P.F). Dans le patrimoine bâti ancien, les arêtes des murs présentent généralement des éléments architecturaux particuliers contribuant fortement à l'attrait et l'intérêt de la construction. Cette mesure de retrait vise donc particulièrement à éviter tout processus d'occultation de ces derniers qui induirait nécessairement une dévalorisation architecturale de l'ensemble bâti. Cette interdiction est également mise en place pour préserver ou protéger tout élément de décors architectural patrimonial ou historique qui viendrait à être masqué par un dispositif fixé. Il en va de même pour la publicité de petit format qui ne peut être apposée sur les piédroits ou sur les murs en pierre naturelle (article P.N).

Afin d'être soucieux de la discrétion des dispositifs publicitaires, des règles sont instituées visant à garantir la qualité esthétique des dispositifs publicitaires, notamment sur la structure et l'interdiction de rapporter certains accessoires (articles P.G et P.H). En effet, l'intérêt visuel doit porter essentiellement sur le message publicitaire et non sur le cadre ou les éléments ajoutés pour la gestion du dispositif.

#### 6.1.1.3 Bâches

L'absence ou la rareté des bâches publicitaires dans Grand Poitiers communauté urbaine induisent que cette nature de dispositif n'est pas considérée comme un enjeu majeur pour le territoire et il n'a pas à le devenir. Il est donc possible de le considérer comme un élément « étranger » au territoire qui ne répond pas à une demande locale. Par leurs dimensions, créant un fort impact sur leur environnement proche, les bâches publicitaires, si elles venaient à être autorisées, apporteraient un bouleversement considérable dans le paysage. C'est pourquoi, le RLPi les interdit par précaution pour privilégier les dispositifs à taille humaine.

#### 6.1.1.4 Densité

Compte tenu des spécificités du domaine ferroviaire qui n'est pas constitué d'unités foncières mais de dépendances du domaine public, une règle d'interdistance est instituée (article P.M). Par l'espacement entre les dispositifs, ses effets sur le cadre de vie sont globalement comparables aux règles de densité qui sont établies sur les autres unités foncières.

#### 6.1.1.5 Extinction nocturne

En contribution à la lutte contre la facture énergétique, à la réduction de la pollution lumineuse nocturne, la publicité lumineuse est éteinte entre 23 heures et 7 heures du matin. Pour respecter une égalité de traitement, ces horaires s'appliquent également au mobilier urbain publicitaire.

Pour concourir au respect de la trame noire, la publicité lumineuse est interdite dans les lieux exempts d'éclairage public.

### 6.1.2 La zone P1

#### Définition de la zone

Sur le territoire aggloméré de toutes les communes du Grand Poitiers, cette zone regroupe les secteurs les plus sensibles au-delà de ceux prévus par le Code de l'environnement : sites classés, sites inscrits au titre des monuments naturels présentant un caractère naturel affirmé, zones Natura 2000, zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF), espaces naturels sensibles (ENS), espaces gérés par le Conservatoire régional d'espaces naturels (CREN), zones de protection de biotope fixées par arrêté préfectoral, abords immédiats des grands parcs et espaces verts publics, parties non urbanisées des vallées et les abords des voies offrant des perspectives paysagères.

#### Règles applicables

La qualité et l'intérêt en matière de paysage, de biodiversité, de nature en ville des sites et des lieux visent principalement à orienter les aménagements et occupation des sols en rapport avec ces atouts. Dès lors, ils justifient l'interdiction totale de la publicité.

### 6.1.3 La zone P2

#### Définition de la zone

Les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers (UU de plus de 100 000 habitants) sont majoritaires dans Grand Poitiers Communauté urbaine. Les dispositions du Règlement National de Publicité applicables sur leur territoire sont très contraignantes et s'appliquent de manière uniforme. Toutefois, les espaces agglomérés de ces communes ne présentent pas tous une uniformité bâtie. C'est pourquoi, la zone P2 a été créée afin de regrouper au sein d'une même catégorie les espaces les plus intéressants en matière de densité de patrimoine bâti ou d'espaces paysagers proposant une composition, une densité et une qualité végétale forte et travaillée.

Les compositions, les caractéristiques et les ambiances perçues dans ces espaces par les personnes les fréquentant s'appuient essentiellement sur leur intérêt patrimonial, structuré autour d'un monument historique, d'un paysage de vallée de qualité, de rues de villages ou de hameaux pittoresques et/ou historiques... C'est pourquoi, la zone P2 regroupe les espaces correspondant :

- aux abords des monuments historiques classés ou inscrits tels que définis en servitudes d'utilité publique (secteurs de co-visibilité ou cercle de 500 m de rayon) ;
- les cœurs historiques de certains bourgs ou certains hameaux où le patrimoine bâti antérieur aux années 1950 est majoritaire sans y être exclusif ;
- les secteurs urbains agglomérés présentant des ambiances pittoresques, des vues et perspectives vers des espaces géographiques limitrophes dotés d'une ambiance particulière (vallée, espaces forestiers, espaces de nature conséquents, méandres de rivière...) ;
- les secteurs urbains bâtis patrimoniaux marqués par des relations étroites entre espaces urbains et cœurs de vallée et / ou de nature dotés d'un juste équilibre entre volumes bâtis et foisonnement végétal et arboré ;



- les sites inscrits au titre de la loi paysage présentant une densité bâtie leur conférant un caractère urbain ;
- les abords des voies présentant des alignements arborés existant, en renouvellement ou récemment créés visant à apporter une structure et une qualité paysagères ordonnancées qui s'appuient sur le caractère arboré régulier et de qualité.

#### Règles applicables

Afin de préserver ou d'appuyer les singularités et les choix de composition précédemment évoqués, les règles applicables sont les suivantes. Les formes de publicité admises sont :

- la publicité de petit format, peu impactante, est admise. Afin qu'elle trouve une place appropriée et équitable quelle que soit la taille des devantures commerciales, seul 1 dispositif d'une surface inférieure à 0,5 mètre carré est accepté par devanture. Ainsi l'ensemble des devantures commerciales sont placées dans le même régime qu'elles disposent ou non de place pour pouvoir mettre ce type de dispositif ;
- le mobilier urbain doit respecter les règles suivantes. Des restrictions d'implantations sont imposées pour limiter les éventuels impacts et perturbation dans la lecture du paysage. Les dispositifs ne sont pas autorisés dans les lieux suivants : dans les cônes de vues ouverts permettant de percevoir la silhouette de la ville. Ils sont matérialisés sur le plan de zonage et décrit en annexe 1 au présent rapport de présentation. L'implantation de publicité au droit des espaces publics perturberait les perceptions de la morphologie urbaine et/ou des bâtiments remarquables (Monuments Historiques). Les dispositifs sont autorisés sous réserve qu'ils ne viennent pas s'inscrire et/ou perturber la lecture des continuités paysagères arborées et/ou végétalisées présentes sur l'axe considéré. Afin de les définir, des seuils sont retenus (alignement arboré de 5 sujets et plus et/ou continuité végétale de plus de 50 m). Ils sont autorisés sous réserve qu'ils ne viennent pas conduire à la suppression ou la réduction de l'ampleur des sujets arborés ou la réduction des espaces végétalisés en pleine terre sauf nécessité de service publics (notamment abri voyageurs). La nature et les conditions d'insertion du dispositif doivent éviter les perturbations pour l'avifaune, les chiroptères... notamment en cas de recours à des dispositifs lumineux ;
- pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite.

#### 6.1.4 La zone P3

##### Définition de la zone

Cette zone complète les zones P1 et zones P2 pour les communes de Grand Poitiers Communauté urbaine hors unité urbaine de Poitiers (seule unité urbaine de plus de 100 000 habitants). Elle correspond aux territoires urbains agglomérés qu'elle qu'en soit la composition (tissu résidentiel, zone d'activités économiques et/ou commerciales, espaces sportifs,...)

##### Règles applicables

- la présence des dispositifs publicitaires dans cette typologie de territoire n'est pas marquée dans Grand Poitiers Communauté urbaine et apparaît aujourd'hui raisonnable. C'est pourquoi, afin de faire perdurer cette situation et maintenir une implantation des dispositifs publicitaires fondus dans le tissu urbain et proposant ainsi une portée relativement neutre dans les espaces du quotidien, une règle de densité limitant à une par unité foncière la possibilité d'implantation de dispositifs muraux est mise en œuvre. Cette mesure permet ainsi d'éviter une trop grande concentration de dispositifs sur une même façade aveugle, ce qui traduit assez régulièrement par des motifs d'irrégularité constatés dans Grand Poitiers Communauté urbaine (non-respect des règles d'implantation par rapport à l'éégout du toit, aux arêtes verticales ou au sol) ;
- afin de ne pas créer de différences entre espaces de centralité des cœurs de ville accueillant des commerces et des services dotés de

devanture de faible longueur et les espaces plus périphériques (entrée de ville, de bourg ou espaces commerciaux périphériques de ces communes) où le linéaire des devantures commerciales est plus vaste, la publicité de petit format, peu impactante, est admise avec cependant la limitation à 1 dispositif par devanture d'une surface inférieure à 0,5 mètre carré ;

- pour le mobilier urbain, le RNP est applicable limitant ainsi la taille à 2 m<sup>2</sup>. Ils sont autorisés sous réserve qu'ils ne viennent pas s'inscrire et/ou perturber la lecture des continuités paysagères arborées et/ou végétalisées présentes sur l'axe considéré. Ils ne doivent pas conduire à la suppression ou la réduction de l'ampleur des sujets arborés ou la réduction des espaces végétalisés en pleine terre sauf nécessité de service publics (notamment abri voyageurs). La nature et les conditions d'insertion du dispositif doivent éviter les perturbations pour l'avifaune, les chiroptères... notamment en cas de recours à des dispositifs lumineux ;
- la publicité sur les palissades de chantier, du fait de leur présence provisoire, est admise ;
- pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite.

#### 6.1.5 La zone P4

##### Définition de la zone

Les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers (UU de plus de 100 000 habitants) sont majoritaires dans Grand Poitiers Communauté urbaine. Les dispositions du Règlement National de Publicité applicables sur leur territoire sont très contraignantes et s'appliquent de manière uniforme. Toutefois, les espaces agglomérés de ces communes ne présentent pas tous une uniformité bâtie. C'est pourquoi, la zone P4 a été créée afin de regrouper au sein d'une même catégorie les espaces les plus intéressants en matière de densité de patrimoine bâti ou d'espaces paysagers proposant une composition, une densité et une qualité végétale forte et travaillée. Les compositions, les caractéristiques et les ambiances perçues dans ces espaces par les personnes les fréquentant s'appuient essentiellement sur leur intérêt patrimonial, structuré autour d'un monument historique, d'un paysage de vallée de qualité, de rues de villages ou de hameaux pittoresques et/ou historiques...

Elle se complète du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Poitiers, couvert par un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV). Les abords des Monuments Historiques, les sites inscrits au titre des monuments naturels se voient appliquer des règles spécifiques contraignantes par le RNP, à savoir l'interdiction de toute forme de publicité. Dans une cohérence de protection, les constructions remarquables et secteurs patrimoniaux du PLUi (annexe patrimoniale et zones U«p»), les abords des voies proposant un caractère arboré ou végétalisé significatif et de qualité, les secteurs urbanisés offrant des points de vue pittoresques ou remarquables (annexe 1 du présent rapport de présentation) et les secteurs dans lesquels existe un lien étroit entre espaces patrimoniaux et cœur de vallée des communes de l'unité urbaine sont insérées dans cette zone.

Les téléports du Futuroscope, situés le long de la RD910 à Chasseneuil-du-Poitou et Jaunay-Marigny sont également compris dans cette zone. Ils bénéficiaient de règles propres dans les règlements locaux de Publicité en vigueur sur ces communes. Ce parc de loisirs, à thème technologique et scientifique, considéré comme une vitrine du département de la Vienne et dont les pavillons à l'aspect futuristes sont signés par l'architecte Denis Laming présente des usages et une urbanisation très particulière qu'il s'agit de préserver.

##### Règles applicables

Les lieux repris dans cette zone sont dotés d'une ambiance et d'une densité patrimoniales bâties et/ou paysagère importantes sur lesquelles sont fortement encadrées réglementairement les possibilités d'évolution en matière de construction et d'aménagement, en particulier afin de limiter les possibilités d'ajouts inesthétiques. La publicité extérieure doit également s'inscrire dans cette dynamique de protection afin de contribuer à la protection, la préservation et la mise en valeur de ces espaces pourvus de qualités paysagères et architecturales riches. C'est pourquoi, les caractéristiques des lieux justifient un fort niveau de protection.

- la prolifération des objets jalonnant le domaine public est à éviter de manière générale dans cette zone. Les chevalets comprenant de la publicité sur domaine public sont admis avec des prescriptions de nombre, de surface et de forme afin de limiter la place qu'ils pourraient tenir sur l'espace public et offrir une esthétique en cohérence avec les lieux qui les accueillent. Pour rappel, leur positionnement exact n'a pas à être défini dans le cadre du RLPi. L'obligation de ne pas être un obstacle en matière d'accessibilité, leur positionnement exact sur le domaine public relèvent du règlement de voirie et des permissions accordées pour l'occupation du domaine public ;
- des règles d'insertion paysagères sont adjointes aux possibilités d'implantation du mobilier urbain comprenant de la publicité. Ainsi, le mobilier urbain support de publicité ne devra pas s'implanter dans les cônes de vues ouverts permettant de percevoir la silhouette de la ville, sa morphologie urbaine, ses bâtiments remarquables (monuments historiques). Les dispositifs sont autorisés sous réserve qu'ils ne viennent pas s'inscrire et/ou perturber la lecture des continuités paysagères arborées et/ou végétalisées présentes sur l'axe considéré avec des seuils retenus pour les qualités (alignement arboré de 5 arbres et plus et/ou continuité végétale de 50 mètres et plus). Ils ne doivent en aucune manière conduire à la suppression ou la réduction de l'ampleur des sujets arborés ou la réduction des espaces végétalisés en pleine terre sauf nécessité de service publics (notamment abri voyageurs). La nature et les conditions d'insertion du dispositif doivent éviter les perturbations pour l'avifaune, les chiroptères... notamment en cas de recours à des dispositifs lumineux.
- Afin de se placer à l'échelle du piéton et de l'habitant, le mobilier urbain comprenant de la publicité se doit d'adopter une échelle cohérente avec les usagers et les lieux, C'est pourquoi sa taille est limitée à 2 m<sup>2</sup>. Seule exception possible les colonnes culturelles dès lors qu'elles se situent au droit des équipements sportifs et/ou culturels ou leurs proches abords.
- afin de ne pas créer de différences entre espaces de centralité des cœurs de ville accueillant des commerces et des services dotés de devanture de faible longueur et les espaces plus périphériques (entrée de ville, de bourg ou espaces commerciaux périphériques de ces communes) où le linéaire des devantures commerciales est plus vaste, la publicité de petit format, peu impactante, est admise avec cependant la limitation à 1 dispositif par devanture d'une surface inférieure à 0,5 mètre carré ;
- la publicité numérique est interdite afin de contribuer à polariser l'attention des usagers (habitants, usagers, personnes de passage...) sur la qualité des espaces qu'ils fréquentent, notamment le caractère pittoresque et/ou patrimonial des rues, des places, des espaces publics et privés extérieurs ainsi que l'attrait architectural des façades bâties.

Le site patrimonial remarquable de Poitiers constitue le cœur de ville enserré dans les boulevards... La question de la publicité extérieure a été définie lors de la révision du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur approuvée en avril 2012 après plusieurs années de procédure. Le choix réalisé, partagé et validé par les collectivités et l'Etat a été d'introduire la publicité extérieure sous forme de mobilier urbain. Le présent RLPi vise à maintenir ces choix qui ont démontré que la publicité extérieure pouvait trouver sa juste place dans ce contexte patrimonial de qualité.

La publicité sur bâches de chantier, présentes uniquement pendant la durée des travaux sont autorisées dans les conditions définies par le code de l'environnement.

Actuellement, la mise en place de publicité de grande taille ou impactant fortement le paysage et/ou la ville sur des bâches de chantier est un modèle

absent ou extrêmement limité sur le territoire donc sans enjeux. Les cœurs de villes et de villages peuvent voir de nombreux chantiers de rénovation et/ou réhabilitation d'édifices et bâtiments dans les prochaines années en lien et le soutien de politiques publiques en faveur du logement locatif social, des Opérations programmées d'amélioration de l'habitat renouvellement urbain ou de transition écologique des bâtiments publics et privé visant une plus grande sobriété énergétique. L'usage de bâches de chantier, comprenant des indications sur les politiques publiques conduites en faveur de cette transition, mettant en valeur les partenaires et les entreprises vertueuses qui y contribuent, ne se doivent pas d'être interdites.

Pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite dont la publicité numérique en vitrine orientée vers l'extérieur qui a été introduite par la Loi Résilience et Climat.

La Commune de Jaunay-Marigny disposait d'un règlement local de publicité à l'échelle de la commune dont les règles, établies depuis 2005, ont inscrit la commune et le territoire concerné dans une dynamique qu'il convient de ne pas bouleverser dans le cadre du présent RLPi. Par conséquent, les règles établis pour la publicité de petit format, les chevalets et la publicité sur les bâches de chantier sont reconduites et induisent une interdiction dans la zone P4 pour cette commune.

#### 6.1.6 La zone P5

##### Définition de la zone

Les quartiers résidentiels des communes de l'unité urbaine sont les lieux caractérisés par de l'habitat pavillonnaire ou collectif. Cette zone peut comprendre également des espaces économiques ou d'équipements constitutifs du tissu urbain (polycliniques, CHU, FAC...). Les voies les parcourant supportent un trafic automobile modéré et la publicité doit y avoir une place très réduite pour préserver le cadre de vie et s'assurer d'une insertion harmonieuse à taille humaine et en rapport avec les volumes bâtis tels que perceptibles aujourd'hui au fil des rues.

##### Règles applicables

Afin de ne pas créer de distorsions réglementaires entre communes composant l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants et communes limitrophes car cette distinction s'appuie uniquement sur un recensement statistique et non une réalité physique, l'objectif du RLPi est de soumettre la publicité à des règles s'approchant du régime des communes hors unité urbaine. Cette ambition s'appuie sur la dynamique des parcours du quotidien entre lieux résidentiels et lieux d'activités au cours desquels une transition douce est recherchée visant à porter l'ensemble du territoire dans une même dynamique et éviter les effets de seuil ou de frontière qui ne sont pas pertinents. C'est pourquoi :

- la publicité murale a une surface limitée à 4 mètres carrés. Cette règle permet d'intégrer des dispositifs publicitaires dans les normes de la majorité des constructions et volumes bâtis composant le tissu urbain du territoire et éviter les objets disproportionnés. Les dimensions hors normes constituent généralement des repères dans la ville. A ce titre, ils se doivent d'être réservés aux œuvres d'art, au fonctionnement des services publics (stations de transport en commun) ou aux édifices monumentaux bâtis ou végétaux (arbres majestueux).
- la publicité scellée au sol est interdite afin de privilégier les dispositifs muraux garantissant une meilleure insertion en s'accrochant aux volumes bâtis et permettant de laisser les emprises libres de construction pour des usages plus en rapport avec le tissu urbain et les usages liées aux constructions (stationnements, jardins, espaces verts privés, plantation d'arbres, nature en ville...)
- la règle de densité instituée y est plus contraignante que celle du RNP, avec limitation à un seul dispositif par unité foncière dont le linéaire de façade est supérieur ou égal à 20 mètres. Si ce linéaire fait moins de 20 mètres, il ne peut y avoir de dispositif.
- les règles de la zone P4, qui sont des levées d'interdiction et concernent la publicité de petit format, celle sur mobilier urbain, numérique,

palissades de chantier et sur bâches de chantier s'appliquent également à cette zone.

- pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite dont la publicité numérique en vitrine orientée vers l'extérieur.
- la Commune de Jaunay-Marigny disposait d'un règlement local de publicité à l'échelle de la commune dont les règles, établies depuis 2005, ont inscrit la commune et le territoire concerné dans une dynamique qu'il convient de ne pas bouleverser dans le cadre du présent RLPi. Par conséquent, les règles établis pour la publicité de petit format, les chevalets et la publicité sur les bâches de chantier sont reconduites et induisent une interdiction dans la zone P5 pour cette commune.

### 6.1.7 La zone P6

#### Définition de la zone

Les axes structurants des communes situées dans l'unité urbaine de Poitiers sont les lieux privilégiés pour l'implantation de la publicité en raison de leur forte fréquentation automobile. La pression publicitaire peut y être élevée. De par la reconnaissance par le SCoT du Seuil du Poitou en tant que comme pôle urbain d'équilibre, les grands axes de Lusignan et Chauvigny ont également vocation à y trouver leur place.

Ces axes sont aussi des portes d'entrée vers les agglomérations, et l'image d'une collectivité est un enjeu auquel le RLPi répond en les identifiant.

La représentation graphique prend les limites de l'axe considéré augmente de 20 mètres à compter de la limite du domaine public. Par conséquent, des dispositifs sur propriété privée peuvent être concernés.

#### Règles applicables

Ces axes englobent des continuités paysagères ou arborées et des règles de protection des espaces sensibles y sont inscrites. La présence de la publicité ne doit en aucune manière conduire à la suppression ou la réduction de l'ampleur des sujets arborés ou la réduction des espaces végétalisés en pleine terre. La nature et les conditions d'insertion du dispositif doivent s'inscrire avec un souci constant de sobriété et de simplicité des matériels, en évitant les perturbations pour l'avifaune, les chiroptères... notamment en cas de recours à des dispositifs lumineux.

Dans le zonage, dès lors que l'espace traversé par un axe ou en entrée de ville comportait un attrait paysager, un caractère patrimonial affirmé ou une ambiance urbaine de qualité, le choix a été de classer ce dernier dans une autre zone présentant un caractère de protection affirmé (zone P1, P4 ou P5). Par conséquent, la zone P6 ne couvre pas l'intégralité du linéaire des axes considérés.

Le tableau suivant reprend, pour chaque axe des communes de l'unité urbaine de Poitiers, les choix réalisés permettant d'expliquer le classement proposé.

Commune et voie considérées	Linéaire
Biard RD6	La principale entrée d'agglomération traversant la commune est la RD6. Cette voie étant avec un trafic de moins de 10 000 vh/jours, elle n'a pas à figurer en zone P6. De plus, cette dernière traversant le centre-bourg de Biard qui présente un tissu urbain continu mixte, elle a été classée en zone P1 au sortir de la vallée de la Boivre puis en zone P5 jusqu'à la RD910.
Biard RD910	Les parties situées en contact avec un tissu urbain économique (aéroport, Vignaud), elle a été classée en zone P6. Dès lors que son tracé plonge dans la vallée de la Boivre, cet axe a été classé en zone P1 compte tenu de son ambiance végétale prédominante.
Buxerolles	Les axes d'entrée de ville, en venant de la RN147 notamment (RD3, Avenue du Sentier...) ou la route de l'Essart ont des

	trafics inférieurs à 10 000 Véhicules jours et ne sont donc pas concernés par la zone P5
Chasseneuil-du-Poitou RD910	La RD910 est la seule voie classée pour partie en zone P6 du nord de la commune à Grand Pont. Lors de son passage dans la vallée de l'Auxances, elle est classée en zone P1 puis en zone P2 sur Grand Pont compte tenu de la composante végétale de la vallée puis de la densité bâtie ancienne. Elle retrouve une zone P6 en sortie de commune en lien avec la commune de Migné-Auxances compte tenu de l'occupation économique présente sur ces 2 rives. Les autres départementales, constitutives d'entrée d'agglomération depuis l'A10, Avanton ou Saint-Georges-Lès-Baillargeaux, sont classés en fonction de l'ambiance urbaine et paysagère qu'elle traverse (P4 sur les espaces des Téléports, tissus urbains mixtes pour les portions situés entre vallée et côteaux.
Jaunay-Marigny R910	L'entrée de ville nord propose une ambiance d'urbanisation linéaire plus ou moins ancienne constituée de tissu de faubourg, comme les abords de la gare. Ces espaces sont donc classés en zones P4 et P5. Seule la partie sud de la RD910, incluse dans la trame urbaine agglomérée au sens du code de la route, est reprise en zone P7 (entreprises implantées de part et d'autre de l'axe) puis P6.
Migné-Auxances RD910	Dès lors qu'elle est occupée de part et d'autre par des implantations économiques, la RD910 est classée en zone P6. A noter que le côté vallée du Clain propose immédiatement un classement en zone P1 afin de préserver le premier plan et ainsi assurer des vues dégagées sur la vallée et les coteaux situés en rive droite.
Migné-Auxances RN147 – RN 149	Une très faible partie de cet axe est classé en zone agglomérée au sens du code la route. Occupée de part et d'autre par des activités économiques, elle est classée en zone P6.3 Tout le reste de la RN147 est considéré hors milieu aggloméré comme l'ensemble de la RN 149
Migné-Auxances Avenue de la Loge	Présentant un système de contre-allées et d'entreprises implantées de part et d'autre, elle propose un classement en zone P6 entre la RN147 et la commune de Poitiers.
Poitiers Avenues d'entrées de ville en contact avec la RD910 à l'ouest	Les avenues de Paris, Nantes et du 8 mai 1945 constituent des artères urbaines occupées par les abords de la vallée de Clain, des espaces urbains patrimoniaux ou un tissu urbain mixte. Dès lors les zones P1, P4 ou P5 ont été retenues comme classement. Seuls quelques mètres linaires en contact direct avec la RD910 proposent un classement différent : En zone P7 car des entreprises occupent les 2 côtés de l'avenue au droit du carrefour de la Pointe à Miteau pour l'avenue du 8 mai 1945 et en zone P5 entre la maison de la formation et les entreprises présentes à l'est de l'avenue pour l'avenue de Poitiers
Poitiers RD910	Voie de plus de 10 000 véhicules jours et constituée majoritairement d'espaces économiques et commerciaux, la RD910 sur Poitiers présente un classement majoritaire en zone P5 du nord (La Folie / Tripode / République / Montgorges puis Pointe à Miteau et Entrée Sud). Dès lors qu'elle n'est plus dans le périmètre du tissu urbain aggloméré au sens du code de la voirie routière, aucune zone ne lui est attribuée. De même, dès lors qu'elle pénètre dans la vallée de la Boivre, le caractère accidenté et végétal dominant, la zone P1 l'intègre pleinement.
Poitiers Avenues depuis la RN147	Les avenues Jacques Cœur et du recteur Pineau présentent de longs tronçons végétalisés et des occupations spécifiques marquées notamment par le CHRU ou le campus. Afin de ne pas proposer des occupations diverses, un classement en zone P5 (tissu urbain mixte) a été retenu sur tout leur linéaire.
Poitiers Voie André Malraux	Depuis la RN147, la voie André Malraux ne présente aucun classement en zone P5. En effet depuis l'est, la présence dans un premier temps des espaces occupés le golf et les abords du quartier Beaulieu avec un traitement végétal conséquent

	<p>justifie pleinement un classement en zone P1 et en zone P5. La publicité n'a pas sa place dans ces espaces de contact fortement végétalisés sur domaine public et proches abords et aucune façade bâtie aveugle n'est orientée vers l'axe.</p> <p>Un linéaire limité présente une occupation économique de part et d'autre. Dès lors, l'axe a été classé en zone P7. Ces espaces présentent un premier plan accompagnant le domaine public largement arboré et/ou végétalisé ne pouvant supporter du mobilier urbain à des fins publicitaires. Dès lors que l'échangeur avec la RD162 (Rocade) est franchi, la voie Malraux correspond à un sillon dans les tissus urbains de faubourgs, puis en surplomb de la vallée du Clain avant d'atteindre le centre-ville. Dès lors, les zones correspondantes alternent en la zone P2 (patrimoine bâti) et la zone P1 (espace de nature).</p>
Poitiers RD162	<p>Aussi appelée Rocade, la voie présente une allure large de 2x2 voies en boulevard urbain fortement végétalisé. Traversant de nombreux quartiers différents (Couronneries, Pont-Neuf / Beaulieu, Gibauderie... sans pour autant croiser des espaces de vallée ou patrimoniaux, le classement proposé est la zone P5 ce qui permet d'offrir des conditions identiques en matière de publicité et d'enseignes.</p> <p>Cette situation se poursuit sur Saint-Benoît pour le tronçon situé à l'est du tunnel. Toutefois, dès lors que la RD162 entre en contact avec le Parc du Triangle d'or, son statut change pour adopter le zonage P1.</p>
Saint-Benoît RD162	<p>Est du tunnel : cf ci-dessus</p> <p>Ouest du tunnel jusqu'à la pointe à Miteau : en contact avec la vallée du Clain puis un tissu urbain mixte sur au moins un rive puis des espaces couverts par les abords d'un MH, la RD162 présente des classements appropriés en zones P1, P2, P5</p>
Saint-Benoît Autres axes	<p>Les entrées de ville en lien avec Ligugé, Nouaillé... ne présentent pas plus de 10 000 véhicules jours et n'ont donc pas à recevoir un classement P5.</p>
Vouneuil-sous-Biard	<p>Les entrées de ville en lien avec Quinçay au nord, la RD6 ou la Route de la Torchaise... ne présentent pas plus de 10 000 véhicules jours et n'ont donc pas à recevoir un classement P5.</p>

Pour la zone P6, les prescriptions adoptées visent à corriger la très forte densité de dispositifs perçues sur certains tronçons dans le diagnostic. Elles proposent :

- deux règles de densité plus contraignantes que celles du RNP instaurées pour limiter la prolifération de dispositifs en domaine privé. L'interdiction d'apposition de publicité sur les unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur à 50 mètres d'une part, et l'admission d'un seul dispositif mural ou scellé au sol d'autre part, contribuent à cette limitation.
- une réduction de surface à 4 mètres carrés des dispositifs muraux ou scellés au sol, y compris pour les dispositifs numériques, est imposée, permettant le maintien de l'activité économique dans le respect des normes de fabrication des dispositifs publicitaires, tout en réduisant leur impact dans leur espace proche et ne créant pas une distorsion dans la taille des formats avec les communes hors unité urbaine de Poitiers.
- pour le mobilier urbain, une règle de surface réduisant à 2 mètres carrés tout dispositif implanté à moins de 150 mètres d'une intersection participe de la maîtrise évoquée précédemment et place également les dispositifs à une échelle humaine, aisément lisible pour le piéton qui côtoient les intersections pour traverser. Leur taille maximale est portée à 10,5 m<sup>2</sup> dans les sections courantes urbaines située à plus de 150 mètres d'une intersection. Afin de ne pas multiplier les dispositifs présents, une règle d'interdistance de 300 m est introduite. Cette dernière a pour ambition de ne pas retrouver la concentration de dispositifs perceptible aux abords de grands axes circulés et d'entrées de ville telle que

mentionnée dans le présent rapport de présentation (cf analyse en annexe 2).

- les axes de la zone P6 traversent ou proposent une tangente avec des zones commerciales ou d'activités de la zone P7. Il convient d'y appliquer un traitement similaire pour la publicité numérique. Elle n'est donc autorisée que dans ces secteurs contigus avec les mêmes conditions en matière de surfaces maximales (2 m<sup>2</sup> à moins de 150 mètres d'une intersection et 4 m<sup>2</sup> au-delà). Afin d'offrir une plus grande lisibilité pour les messages produits par cette nature de dispositif, tenir compte du relief ou des courbes propres à chaque infrastructure, il est introduit une règle visant à ne pas avoir de co-visibilité entre 2 faces numériques.
- les règles des zones P4 et P5 s'appliquent pour la publicité de petit format, sur mobilier urbain, numérique, palissades de chantier et sur bâches de chantier s'appliquent également à cette zone.
- la Commune de Jaunay-Marigny disposait d'un règlement local de publicité à l'échelle de la commune dont les règles, établies depuis 2005, ont inscrit la commune et le territoire concerné dans une dynamique qu'il convient de ne pas bouleverser dans le cadre du présent RLPi. Par conséquent, les règles établis pour la publicité de petit format, les chevalets et la publicité sur les bâches de chantier sont reconduites et induisent une interdiction dans la zone 6 pour cette commune.
- pour les communes de Chauvigny et Lusignan, les règles applicables dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers s'appliquent.
- pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite.

#### 6.1.8 La Zone P7

##### Définition de la zone

Les zones d'activités ou commerciales des communes situées dans l'unité urbaine de Poitiers sont regroupées au sein de ce secteur. De par la reconnaissance par le SCoT du Seuil du Poitou des communes de Chauvigny et Lusignan comme pôle urbain d'équilibre, les zones d'activités économiques ou commerciales qui y sont présentes ont vocation également à y trouver leur place. Au même titre que les axes structurants, ce sont des lieux privilégiés pour la présence de la publicité.

Le site des Téléports du Futuroscope à Chasseneuil-du-Poitou et Jaunay-Marigny, bien que présentant des caractéristiques proches des zones d'activités et commerciales, ne s'inscrit pas dans cette zone. Ses composantes spécifiques et son image ont font un site à part entière : ce site touristique accueille le 3<sup>ème</sup> parc de loisirs français et les activités qui y sont liées, de nombreux acteurs de la recherche et de la formation (lycée pilote innovant, Ecole Nationale de Mécanique et d'Aérotechnique, l'un des trois sites de l'Université de Poitiers, le réseau canopé, le Centre National d'Education à Distance...), le Palais des Congrès, des entreprises innovantes et des administrations.

##### Règles applicables

Les règles du RNP sont parfaitement adaptées aux caractéristiques des zones visées.



- cependant, pour une parfaite cohérence avec la zone P6, la surface des dispositifs est réduite à 4 mètres carrés y compris pour les dispositifs numériques. De plus, les deux règles de densité applicables en zone P6, linéaire minimum de 50 mètres de linéaire de façade et 1 seul dispositif par unité foncière, sont reprises.
- les règles des zones P4, P5 et P6 s'appliquent pour la publicité de petit format, sur mobilier urbain, numérique, palissades de chantier et sur bâches de chantier s'appliquent également à cette zone.
- pour ne pas voir se multiplier la présence de dispositifs de type inconnus à ce jour, toute autre forme de publicité est interdite.
- La Commune de Jaunay-Marigny disposait d'un règlement local de publicité à l'échelle de la commune dont les règles, établies depuis 2005, ont inscrit la commune et le territoire concerné dans une dynamique qu'il convient de ne pas bouleverser dans le cadre du présent RLPi. Par conséquent, les règles établis pour la publicité de petit format, les chevalets et la publicité sur les bâches de chantier sont reconduites et induisent une interdiction dans la zone P7 pour cette commune. Il en est de même pour la commune de Chasseneuil-du-Poitou concernant les règles d'implantation des dispositifs au droit de la RD910.
- pour les communes de Chauvigny et Lusignan, les règles applicables dans les communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Poitiers s'appliquent.

## 6.2. Enseignes - Règles et zonage

### 6.2.1 Prescriptions communes à l'ensemble des zones

#### 6.2.1.1 Interdictions générales

A la différence de la publicité, les enseignes ne font pas l'objet d'interdiction. Les prescriptions édictées ci-dessous sont en vigueur dans l'ensemble du territoire de Grand Poitiers Communauté urbaine.

Le RLPi de Grand Poitiers Communauté urbaine interdit les enseignes apposées sur les arbres, les haies et les plantations arbustives. Cette règle s'explique pour deux raisons : d'une part, pour placer le régime des enseignes sur un pied d'égalité avec le régime de la publicité extérieure qui interdit la publicité sur les arbres et d'autre part, pour prendre en considération le patrimoine végétal et ne pas le fragiliser (article E.A).

Afin de ne pas aggraver la pollution lumineuse nocturne et limiter les atteintes potentielles pour la biodiversité nocturne, les enseignes à faisceau laser sont interdites et l'éclairage des enseignes doit être dirigé vers le bas (articles E.G et E.H).

#### 6.2.2.2 Insertion dans l'environnement (article E.B)

Les enseignes apposées sur les façades sont des éléments rapportés sur le bâti. Elles ne doivent pas dénaturer le support. Des règles d'apposition en respect de l'architecture du bâtiment où s'exerce l'activité signalée et d'harmonisation avec les lignes de composition de la façade sont édictées. Le respect des chartes et autres documents édictés par les communes contribuant à ces objectifs doivent être pris en compte.

#### 6.2.2.3 Enseignes scellées au sol (article E.C)

Des prescriptions garantissant la qualité esthétique sont fixées pour la forme les différenciant des dispositifs publicitaires, ainsi que la structure du dispositif. L'impact de ces enseignes dans les perspectives est très important. Aussi, pour en diminuer l'effet, le regroupement sur un seul support des messages des différents établissements présents sur l'unité foncière est imposé. Une autre règle consiste à privilégier les enseignes perpendiculaires et n'autoriser l'enseigne scellée au sol qu'en cas de retrait de l'axe et sur justification du demandeur.

Pour dégager les abords des axes routiers et ainsi garantir une visibilité et une lisibilité harmonieuse de l'interface entre les espaces publics et les espaces privés, un recul de 5 mètres est imposé à compter de l'alignement pour l'installation du dispositif.

#### 6.2.2.4 Enseignes sur murs de clôture (articles E.D et E.E)

La nécessité pour certains établissements d'utiliser ce type d'enseignes est impératif. Néanmoins, pour insérer au mieux ces dispositifs sur la clôture, des règles d'harmonisation avec le support sont fixées.

Pour une égalité de traitement avec la publicité et une similitude de préservation des lieux, les enseignes sur clôtures non aveugles sont interdites.

#### 6.2.2.5 Enseignes temporaires (article E.F)

La réglementation nationale prévoit peu de dispositions applicables aux enseignes temporaires hormis une durée d'installation liée à la durée de l'opération qu'elles signalent. Le règlement renforce leur encadrement en limitant leur durée d'apposition.

#### 6.2.2.6 Horaires d'extinction (article E.I)

Les enseignes lumineuses prennent leur sens lorsque l'établissement est ouvert. Elles entrent, comme la publicité, dans la facture énergétique et la pollution lumineuse nocturne. Dans la continuité des règles prescrites par le RNP, les enseignes lumineuses sont allumées 1 heure avant l'ouverture de l'établissement et éteintes 1 heure après la fermeture.

### 6.2.2 La zone E1

#### Définition de la zone

Les différents secteurs regroupent des espaces naturels et du bâti protégé ou à préserver. Il s'agit de :

- les sites classés, les sites inscrits au titre des monuments naturels, les zones Natura 2000, les zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF), les espaces naturels sensibles (ENS), les espaces gérés par le Conservatoire régional d'espaces naturels (CREN), les zones de protection de biotope fixées par arrêté préfectoral, les abords immédiats des grands parcs et espaces verts publics et les parties non urbanisées des vallées.
- les abords des monuments historiques et les secteurs dans lesquels existe un lien étroit entre espaces patrimoniaux et cœur de vallée,
- certains axes arborés ou végétalisés ;

- le centre-bourg des communes ;
- le patrimoine architectural recensé dans les plans locaux d'urbanisme ;
- les espaces boisés classés.

Une adaptation mesurée de la présence des enseignes est essentielle.

#### Règles applicables

Les établissements présents doivent pouvoir se signaler, mais dans le respect des règles suivantes qui tendent vers la qualité.

- Les enseignes à plat se conforment à l'article E.B. La vitrophanie est prise en compte dans cette démarche.
- Une restriction à 1 enseigne perpendiculaire par voie bordant l'établissement est imposée, le RNP ne mettant pas de limites.
- Les enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup> ont une surface limitée à 2 mètres carrés. Dans le cas où plusieurs établissements sont présents sur une même unité foncière et qu'ils souhaitent mettre en place une enseigne commune, cette dernière mutualisée peut avoir une taille maximale de 4 m<sup>2</sup>.
- Lorsque les enseignes au sol ont une surface inférieure ou égale à 1 m<sup>2</sup>, elles sont soumises à une règle de densité que n'a pas envisagée la réglementation nationale. Elles sont limitées à 1 par voie bordant l'établissement. Les chevalets ou porte-menu, participant à l'animation économique, sont limités en nombre et respectent une surface maximale.

Les dispositifs dont l'impact sur le cadre de vie est le plus important sont interdits (enseignes sur toiture ou enseignes numériques en façade, scellées au sol ou à l'intérieur des vitrines si elles sont orientées vers l'extérieur).

### 6.2.3 La zone E2

#### Définition de la zone

Le site patrimonial remarquable de Poitiers constitue le cœur de ville de Poitiers enserré dans les boulevards... La question des enseignes a été définie lors de la révision du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur approuvée en avril 2012 après plusieurs années de procédure. Le choix réalisé, partagé et validé par les collectivités et l'État a été formulé dans le règlement du PSMV. Le présent RLPi vise à maintenir ces choix et ne saurait les remettre en cause.

Le rapport de présentation du PSMV indique les principes fondateurs régissant les attendus réglementaires en matière d'enseigne :

*« Les commerces doivent s'implanter avec discrétion en respectant les caractéristiques de l'architecture des constructions dans lesquelles ils sont (ou seront) situés. Leur aménagement doit conjuguer qualité et discrétion, que ce soit pour la devanture, pour les bannes éventuelles ou pour les terrasses ouvertes. Les terrasses couvertes sont interdites sauf dans le cadre d'un projet d'aménagement global d'un espace public compatible avec l'architecture environnante. »*

#### Règles applicables

1 enseigne à plat ou perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement. La surface des enseignes perpendiculaires est limitée en surface selon la largeur des rues où elles sont implantées.

Des modalités d'éclairage sont fixées.

Dans la logique d'harmonisation et de protection d'espaces relativement similaires, les enseignes scellées au sol de plus ou moins 1 mètre carré, répondent aux mêmes prescriptions que celles de la zone E1, et les enseignes en toiture ou numériques (à plat, scellée au sol ou à l'intérieur des vitrines orientées vers l'extérieur) sont interdites. Les chevalets ou porte-menu trouvent leur place dans cette zone dans la limite d'un dispositif et sans accueillir de publicité.

#### 6.2.4 La zone E3

##### Définition de la zone

Cette zone correspond aux zones P6 et P7 de la publicité, axes structurants et zones d'activités ou commerciales. Ce sont les portions de territoire où l'on recense les plus grandes dimensions d'enseignes en adéquation avec les bâtis. Au regard de ses spécificités, le site de la technopole du Futuroscope est insérée dans cette zone.

##### Règles applicables

La vocation économique et de grands passages de cette zone justifie l'adoption des règles les plus larges du RNP avec quelques adaptations.

Certains axes sont bordés par deux communes dans lesquelles le régime des enseignes scellées au sol applicable est différent (+ ou - de 10 000 habitants). Le principe d'harmonisation, propre à la démarche du RLPi, conduit à prescrire une surface maximale de 6 mètres carrés sur toute la zone.

Les enseignes scellées au sol égale ou de moins d'1 mètre carré sont souvent envahissantes. Elles sont limitées à 1 par voie bordant l'établissement par tranche de 20 ml commencés par voie bordant l'établissement qui les accueille. Cette mesure doit permettre d'une part, d'éviter une prolifération non souhaitable en matière de perception des paysages bordant les établissements et d'autre part, d'apporter une certaine équité en fonction des linéaires des unités foncières des établissements.

Les enseignes en toiture peuvent trouver leur place dans ces lieux où l'architecture des bâtiments s'y prête, mais elles ont une hauteur qui ne dépasse pas 1/5ème de la hauteur de la façade et une surface cumulée ne pouvant pas dépasser 12 m<sup>2</sup>.

Le numérique, nouvelle technologie émergente adaptée à cette zone, peut s'y inscrire. Son implantation doit être adaptée au contexte environnant et bordant l'axe principal. C'est pourquoi, la surface maximale des dispositifs admis est de 4 m<sup>2</sup>. Cette dernière est ramenée à 2 m<sup>2</sup> aux abords des carrefours pour répondre à une logique d'information du piéton qui traverse ces lieux.

Une enseigne numérique peut également trouver place à l'intérieur des vitrines des établissements avec des conditions de densité (1 enseigne) et de surface (maximum 1,5 m<sup>2</sup>) définies strictement.

Pour maintenir les règles de protection établies dans son RLP de 2005, à Jaunay-Marigny, les enseignes scellées au sol ont une hauteur limitée à 4 mètres et une largeur à 1,5 mètre et les enseignes en toiture sont interdites.

## 6.2.5 La zone E4

### Définition de la zone

En dehors des lieux protégés identifiés dans les zones E1, E2 et des zones d'activités ou commerciales incluses dans la zone E3, le RLPi considère que le reste du territoire, qu'il soit en agglomération ou hors agglomération, peut être soumis aux mêmes règles d'implantation des enseignes.

### Règles applicables

Ce sont les mêmes principes qui ont conduit à adopter les règles en zone E1 et E2, bien que l'architecture ne justifie pas toujours une exigence aussi élevée. Toutefois, la zone E4 inclut un patrimoine bâti rural conséquent et de belle facture pour lequel des conditions d'insertion et de densité des enseignes se doivent d'être édictées.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre et en surface.

Les enseignes scellées au sol prennent une surface de 4 mètres carrés, intermédiaire entre la zone E1 et la zone E3. En cas de mutualisation des enseignes d'établissements présents sur la même unité foncière, la surface maximale peut être portée à 6 m<sup>2</sup> (taille maximale admise pour la zone E3).

Les enseignes scellées au sol égale ou de moins de 1 mètre carré sont limitées à 1 par unité foncière.

Comme pour les zones E1 et E2, les enseignes en toiture et/ou numériques (quelle que soit la forme adoptée) sont interdites.