



# **Règlement local de publicité intercommunal**

**Rapport de présentation**



## Sommaire

Introduction .....	4
1. Historique de la démarche .....	6
1- Diagnostic de la publicité extérieure .....	6
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité. ....	7
2. Contexte géographique et administratif .....	8
2.1. Localisation .....	8
2.2. Données chiffrées (INSEE) .....	9
2.3. Axes de communication .....	9
2.4. Activités économiques et industrielles.....	9
2.5. Sites protégés .....	9
3. Diagnostic.....	10
3.1. Objet du diagnostic.....	10
3.2. Problèmes identifiés .....	10
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu .....	11
3.4. Synthèse statistique.....	12
4. Objectifs .....	14
5. Orientations .....	15
5.1. Les grandes orientations :.....	15
5.2. Orientations pour les préenseignes.....	17
5.3. Orientations pour les publicités.....	17
5.4. Orientations pour les enseignes .....	19
5.5. Economies d'énergie .....	21
Conclusion.....	21

## Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLUi) peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLPi définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire intercommunal) où s'applique une réglementation éventuellement plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLPi est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre V du livre 1er du Code de l'Urbanisme, articles L 153-11 à L 153-22.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLPi et l'élaboration, la révision ou la modification du PLUi peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre 1er du Code de l'Environnement.

Le RLPi, une fois approuvé, est annexé au PLUi ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de sa mise en œuvre, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLPi, les enseignes ont 6 ans.

Conformément à l'article L.581-18 du Code de l'Environnement, toute installation, remplacement ou modification d'enseigne doit faire l'objet d'une autorisation préalable du maire, après présentation du dossier de demande d'installation d'enseigne dont le formulaire CERFA est disponible sur le site internet de la collectivité.

Les publicités et préenseignes non numériques doivent faire l'objet d'une déclaration préalable auprès du maire de la commune concernée, à l'aide d'un formulaire CERFA.

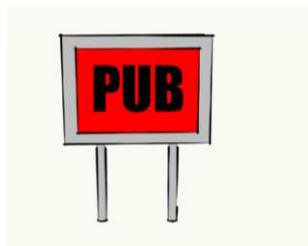
Le RLPi comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.  
Les prescriptions du RLPi peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLPi et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par les maires de chaque commune en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité intercommunal.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R.153-21 du Code de l'Urbanisme, le RLPi est mis à disposition sur le site internet de l'établissement public de coopération intercommunale. (Article R.581-79 du Code de l'Environnement)

Le Code de l'Environnement et le présent règlement local de publicité intercommunal réglementent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. (Cela inclut les dispositifs apposés sur domaine privé mais cela exclut les dispositifs situés à l'intérieur d'un local.)

Les définitions données par le code de l'environnement sont les suivantes :



**Publicité** : toute inscription, forme ou image destinée à **informer** le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont l'objet est de les recevoir.



**Enseigne** : toute inscription, forme ou image **apposée sur un immeuble\*** et relative à une activité qui s'y exerce. \*L'**immeuble** désigne aussi bien la construction que le terrain où s'exerce l'activité.



**Préenseigne** : toute inscription, forme ou image indiquant la **proximité d'un immeuble** où s'exerce une activité déterminée.

# 1. Historique de la démarche

La compétence en matière de suivi et révision des plans locaux d'urbanisme de l'agglomération a été transférée par arrêté préfectoral du 8 juin 2015 à Châteauroux Métropole. L'EPCI est devenu compétent pour décider de l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Suite au durcissement de la réglementation nationale depuis le Grenelle 2 de l'environnement et suite à l'adoption de l'Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) du 17 février 2014, (renommée Site Patrimonial Remarquable), il est devenu nécessaire de réviser le RLP de la ville de Châteauroux (seul RLP en vigueur sur le territoire de Châteauroux Métropole depuis 1994) et de ce fait, de créer un RLPi.

Lors des conférences des Maires des 15 mai et 30 octobre 2015, il a été décidé de réaliser une révision complète du règlement local de publicité de la Ville de Châteauroux et d'appliquer les prescriptions du règlement national de publicité sur les autres communes de l'agglomération.

Par délibération du 18 décembre 2015, le conseil communautaire a autorisé le lancement de l'élaboration d'un RLPi.

La communauté d'agglomération de Châteauroux Métropole a donc délibéré le 24 mars 2017 pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) qui adapte la réglementation nationale à son territoire.

L'élaboration du RLPi constitue une réponse réglementaire aux objectifs et principes de protection du paysage et du cadre de vie du PLUi et de ses documents constitutifs (rapport de présentation et PADD).

Châteauroux Métropole s'est attaché les services d'un bureau d'étude spécialisé (le bureau d'étude Alkhos) dont la mission est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure.
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLPi.

## 1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé de décembre 2016 à mai 2017, a porté notamment sur le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 22 mai 2017 par sa restitution.

## **2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.**

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, et après plusieurs comités de pilotages préparatoires, le conseil communautaire et les conseils municipaux des 14 communes de Châteauroux Métropole ont débattu fin 2017 sur les orientations et objectifs du futur RLPi.

Dans le cadre de la concertation obligatoire, trois ateliers de concertation en direction, respectivement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage (22 mai et 6 novembre 2017 et une réunion publique (22 janvier 2018) en direction de tout public ont été organisées afin de recueillir leurs avis sur le futur RLPi.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration d'un RLPi. Ils ont notamment été invités à s'exprimer sur le projet de RLPi le 4 avril 2018 lors d'une réunion officielle « personnes publiques associées ».

Le projet de RLPi a été modifié avant son arrêt pour intégrer leurs observations.

## 2. Contexte géographique et administratif

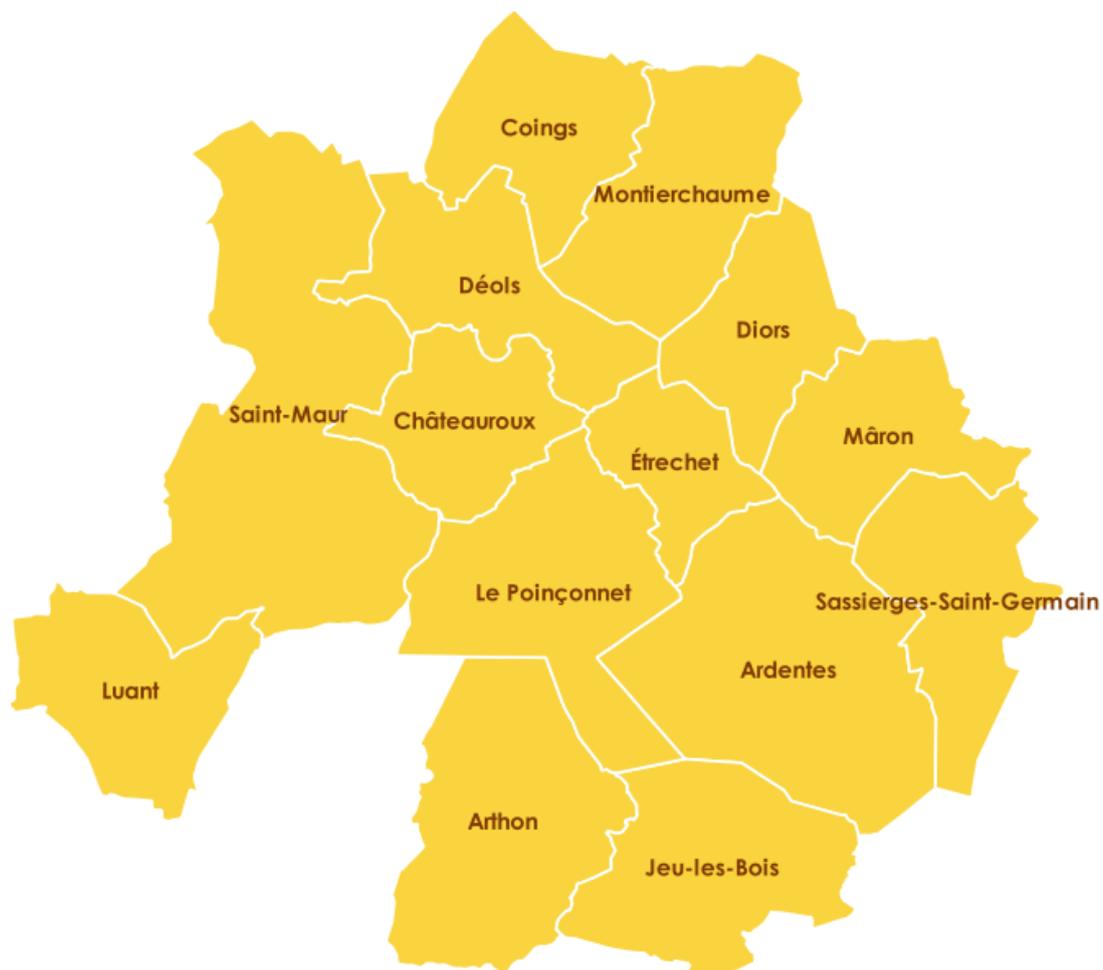
### 2.1. Localisation

---

La communauté d'agglomération de Châteauroux Métropole est située dans le département de l'Indre et la région Centre-Val de Loire.

Le territoire de la communauté d'agglomération est composé des 14 communes suivantes :

- Châteauroux
- Ardentes
- Arthon
- Coings
- Déols
- Diors
- Etrechet
- Jeu-les-Bois
- Luant
- Mâron
- Montierchaume
- Le Poinçonnet
- Saint-Maur
- Sassièrges-Saint-Germain



*Les 14 communes de Châteauroux Métropole*

## **2.2. Données chiffrées (INSEE)**

---

Superficie de la communauté d'agglomération : 537,88 km<sup>2</sup>.

Population en 2014 : 73 950 habitants.

Seule la commune de Châteauroux a une population agglomérée de plus de 10 000 habitants et est soumise aux dispositions relatives aux agglomérations de plus de 10 000 habitants.

## **2.3. Axes de communication**

---

L'autoroute A20 traverse le territoire de Châteauroux Métropole, reliant Limoges à Vierzon.

La RN151 et les routes départementales D920 (rocade), D943, D956, D80, D925, D951 et D990 traversent également le territoire et sont classées routes à grande circulation.

## **2.4. Activités économiques et industrielles**

---

Châteauroux Métropole abrite 2557 entreprises dont 1950 sièges sociaux d'après les données de la CCI en janvier 2018.

Les principaux pôles d'activité commerciaux sont les suivants :

Centre de Châteauroux, zones d'activités Cap Sud (Saint-Maur), Le Forum (Le Poinçonnet), Grand Déols (Déols).

## **2.5. Sites protégés**

---

Châteauroux Métropole compte un important patrimoine architectural et paysager avec **de nombreux monuments historiques** inscrits ou classés concentrés pour l'essentiel dans le centre historique de Châteauroux.

La collectivité compte en outre **2 sites inscrits**, et surtout, un **site patrimonial remarquable** (ex AVAP) qui couvre la plupart de la vieille ville de Châteauroux.

Enfin, les rives de l'Indre et des étangs de la Brenne sont inscrites pour partie dans les secteurs d'intérêt communautaire et les zones de protection spéciales du réseau **Natura 2000**.

La commune de Luant appartient par ailleurs au Parc Naturel Régional de la Brenne.

Dans ces secteurs, la publicité est interdite par défaut.

Elle peut cependant être réintroduite dans certains secteurs (pas sur les monuments historiques ni dans un site classé) par l'instauration d'un RLPi.

La liste et la cartographie exhaustive des espaces protégés est annexée au présent RLPi.

## 3. Diagnostic

### 3.1. *Objet du diagnostic*

---

Le diagnostic du territoire de Châteauroux Métropole a été réalisé avec deux niveaux d'exigences :

- Pour la commune de Châteauroux, seule commune sur laquelle le RLPi adapte la réglementation nationale, le diagnostic est détaillé et recense de manière exhaustive les publicités ainsi que les préenseignes conformes et en infraction vis-à-vis du Code de l'environnement et du RLP en vigueur. En ce qui concerne les enseignes, la totalité des dispositifs grand format ont également été relevés mais beaucoup de petites enseignes (du centre-ville notamment) ne sont pas comptabilisées.
- Pour les autres communes du territoire de Châteauroux Métropole, le diagnostic s'est limité à repérer les secteurs à enjeux en raison, notamment, de la densité de dispositifs de publicité extérieure et de la quantité de dispositifs non conformes.

Les données chiffrées présentées ci-après ne concernent donc que la commune de Châteauroux.

### 3.2. *Problèmes identifiés*

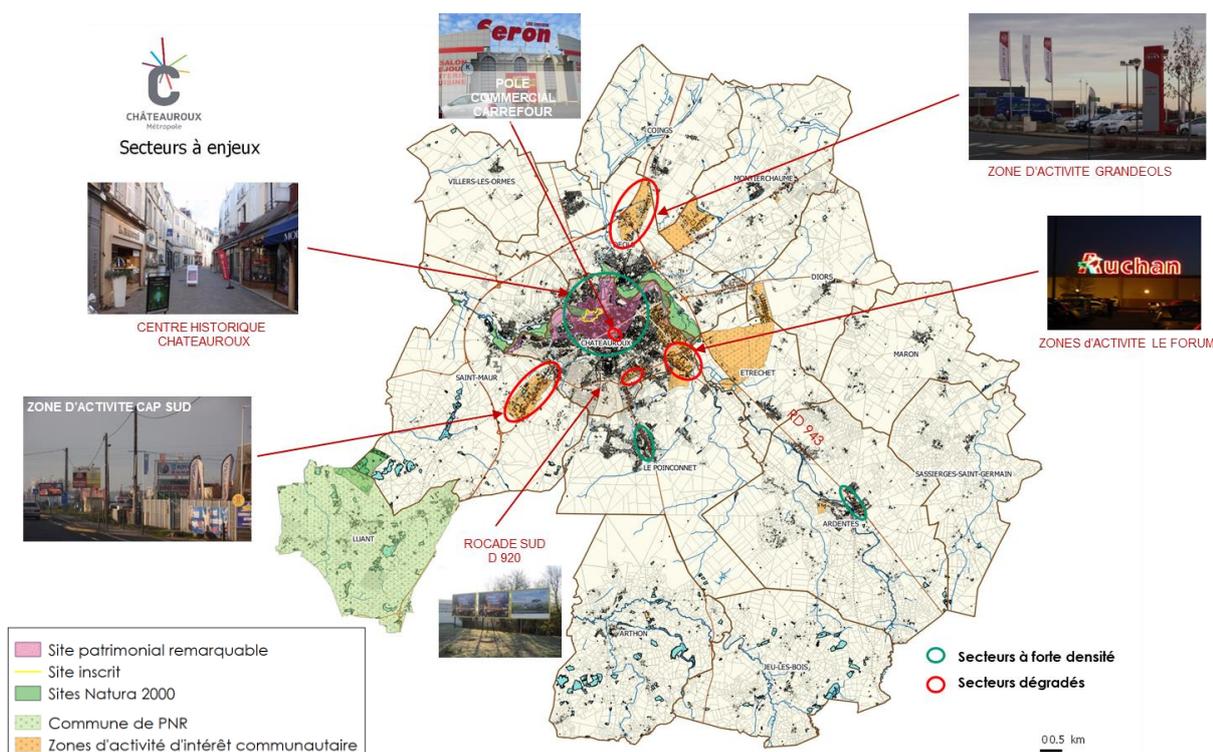
---

- **Les points noirs paysagers se situent le long des principaux axes de la périphérie de Châteauroux dont la rocade, et les zones commerciales qui les bordent du fait en particulier du surnombre et des formats des enseignes scellées au sol et des publicités.**
- **Des enseignes de centres villes globalement de bonne qualité mais il reste de nombreuses exceptions.**
- Des enseignes de centres villes globalement de bonne qualité mais il reste de nombreuses exceptions.
- **Des enseignes scellées au sol en bordure des principaux axes routiers hors ou en agglomération portant atteinte aux perspectives urbaines et paysagères.**
- **De la publicité commerciale très présente sur les principaux axes de la ville en et hors agglomération et non conforme dans la plupart des cas.**
- **De la signalétique hétérogène assimilable à des préenseignes non conformes et peu efficaces au niveau des zones d'activités.**

L'enjeu du RLPi est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère et de valorisation de l'activité commerciale attendus par la collectivité.

### 3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de Châteauroux Métropole a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



**Pour Châteauroux, les secteurs à enjeu en matière de publicité extérieure sont les suivants :**

- Le centre historique compris dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable. Il convient, afin de mettre en valeur le patrimoine paysager, d'y améliorer la qualité des enseignes et de limiter l'impact de la publicité.
- Les grands axes de la périphérie de la commune, en particulier la rocade et les entrées de ville. L'enjeu d'amélioration du paysage urbain dans ces secteurs est d'autant plus grand qu'ils constituent la première image donnée par la ville.
- Certaines zones d'activité telles que le centre Colbert et la zone d'activité du forum, partagée avec la commune du Poinçonnet.

**En dehors de Châteauroux, les secteurs à enjeu en matière de publicité extérieure se concentrent essentiellement dans les communes de l'agglomération de Châteauroux comportant d'importantes zones d'activité comme Saint-Maur, Déols et Le Poinçonnet.**

Ce sont les zones d'activité commerciales comme Cap sud, Grandéols, Le Forum, situées sur les principaux axes menant au cœur de l'agglomération qui influent le plus sur l'image du territoire dans son ensemble.

Bien que ne disposant pas de données chiffrées comptabilisant le nombre de dispositifs non conformes, on peut toutefois affirmer qu'ils sont très nombreux.

Les infractions les plus courantes relevées dans ces secteurs d'activité sont les suivantes :  
Présence de publicités grand format (supérieur à 4 m<sup>2</sup>), y compris scellées au sol;  
Enseignes scellées au sol surnuméraires et format supérieur à 6 m<sup>2</sup>.

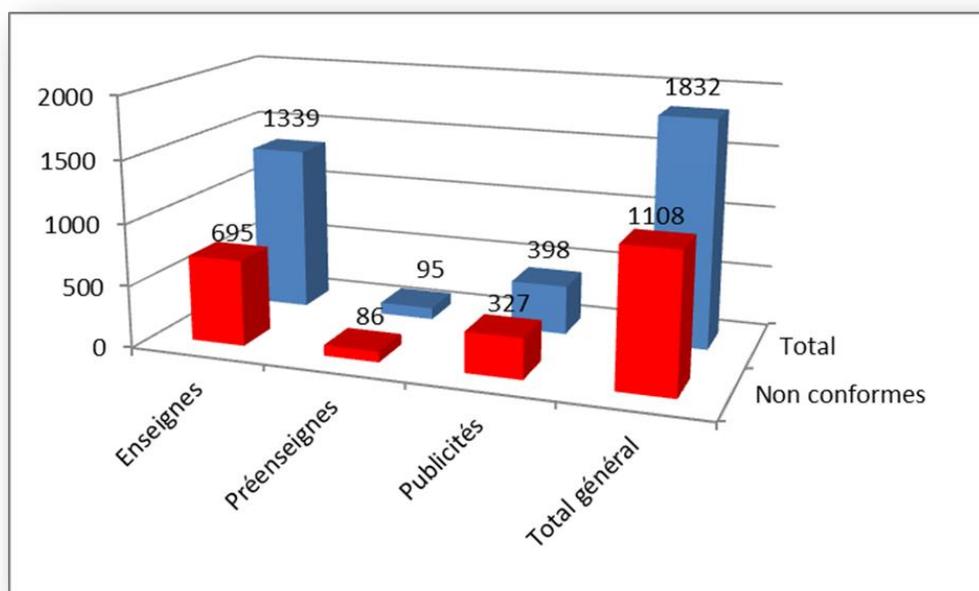
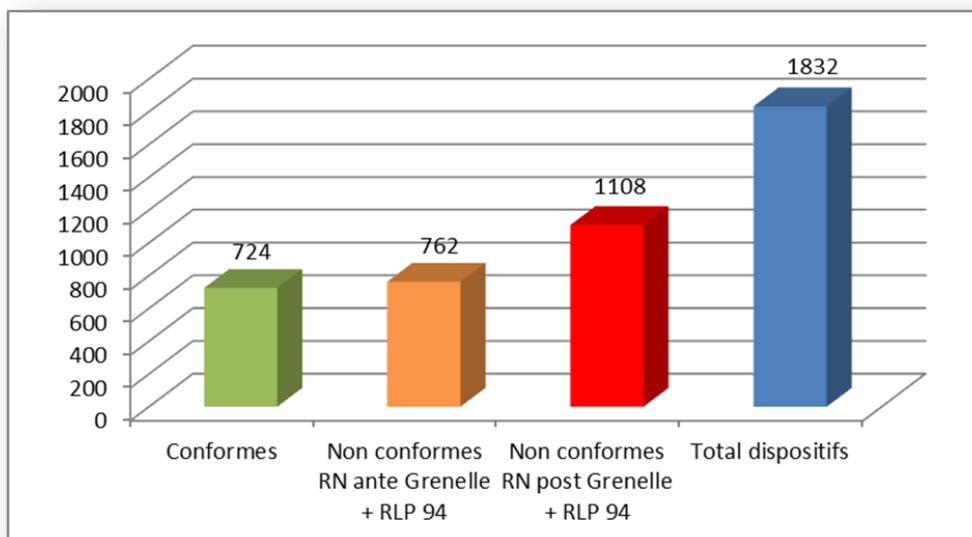
Dans les autres communes du territoire de Châteauroux Métropole, la pression exercée par la publicité extérieure est nettement moins importante mais elle reste toutefois non négligeable dans les communes abritant des zones d'activités et/ou un centre historique commerçant important (telles que Montierchaume, Diors, Etrechet et Ardentes).

La pression publicitaire est quasi nulle dans les communes rurales les plus éloignées de Châteauroux, et elle doit le rester.

### 3.4. Synthèse statistique

A l'occasion du relevé de terrain, **1832** dispositifs de publicité extérieure ont été recensés dans la commune de Châteauroux :

- 762 d'entre eux ne sont pas conformes avec les réglementations nationale et locale, soit près de 41,6 % des dispositifs.
- 1108 dispositifs sont non conformes si on applique la réglementation post Grenelle\* soit plus de 60 %.



Les enseignes représentent, et de loin, la majorité des dispositifs relevés. Elles représentent 73 % des dispositifs.

Les publicités représentent quant à elles, 21,7 % des dispositifs recensés.

Les préenseignes fixes (en excluant les chevalets amovibles) représentent seulement 5 % du total.

Les enseignes représentent près des deux tiers des dispositifs en infraction (63 %) quand publicités et préenseignes représentent le tiers restant des infractions.

Les proportions de dispositifs non conformes par type de dispositif sont en revanche sensiblement différentes.

Un peu plus d'une enseigne sur deux (51,9 %) n'est pas conforme avec les réglementations en vigueur.

Les quatre cinquièmes des publicités (82,2 %) sont non conformes.

Quant aux préenseignes, la quasi-totalité de ces dernières ne sont pas conformes (90,5 %) !

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que certaines enseignes conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portent cependant un préjudice paysager au territoire et que la simple application de la réglementation nationale n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la collectivité.



Les enseignes scellées ou posées au sol hétéroclites ou type bâche plastique contribuent à déprécier l'image de l'activité.



Enseignes grand format type porte affiche ayant un impact très fort sur la qualité et la lisibilité d'une zone d'activité ou d'un centre-ville.

Elles ont un fort pouvoir masquant sur les perspectives visuelles.



Les enseignes sur clôture aveugle ont le même impact que les enseignes scellées au sol. Les bâches, souvent mal tendues, contribuent à déprécier l'image de l'activité.



Les enseignes scellées ou posées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup> ne sont pas limitées en nombre.



Bâches plastiques contribuant à détériorer l'espace public et à masquer les perspectives paysagères.

## 4. Objectifs

### Rappel des objectifs généraux avancés lors de la délibération prescrivant le futur RLPi :

- Anticiper et planifier le développement de la publicité sur un territoire et connecter règlement et objectifs de qualité paysagère ;
- Faire se rejoindre les intérêts des acteurs économiques et les attentes des populations en s'adaptant aux contextes locaux ;
- Affirmer l'identité et l'image du territoire pour améliorer son attractivité et le bien-être des habitants ;
- Valoriser le patrimoine paysager visible notamment depuis les principaux axes routiers ;
- Valoriser le patrimoine architectural, en particulier du centre-ville de Châteauroux ou un site patrimonial remarquable a été mis en place et à proximité des sites et monuments historiques ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale tout en maîtrisant la publicité extérieure (Renforcement du qualitatif et de la lisibilité des enseignes et des publicités) ;
- Prendre en compte les nouvelles formes d'affichage et les nouvelles technologies.
- Réduire la consommation d'énergie (dans un souci de développement durable) ;
- Harmoniser avec un zonage adapté les dispositions relatives aux enseignes et aux publicités.

## 5. Orientations

### 5.1. Les grandes orientations :

---

#### **Des objectifs généraux découlent les grandes orientations du RLPi :**

Le RLPi de Châteauroux Métropole concerne les 14 communes du territoire qui ont pour ambition conjointe de contribuer à valoriser le territoire dans son ensemble et à tendre vers une harmonisation des dispositions réglementant la publicité extérieure.

En cohérence avec les orientations du SCOT, du PLUi<sup>1</sup> (auquel le RLPi sera annexé) et en tenant compte des sites protégés, le RLPi proposera des règles spécifiques propres aux trois types de territoires à enjeux identifiés: les espaces ruraux, les entrées de ville et les cœurs de villes.

Dans les espaces ruraux, une attention particulière sera portée sur une amélioration de la qualité et de la lisibilité de la signalisation des entreprises apportant une plus-value au territoire, en particulier, grâce à des produits du terroir labellisés (AOC, AOP). Les règles encadrant les préenseignes seront suivies et l'excellence recherchée, en s'inspirant des dispositions en vigueur dans le Parc naturel Régional de la Brenne.

Les entrées de ville donnent la première image de l'agglomération. A ce titre, elles constituent un axe prioritaire du RLPi pour l'amélioration de la qualité et de la lisibilité (par dé densification) de la publicité extérieure. Le RLPi contribuera, grâce à l'adaptation des dispositions applicables dans la commune centre, à tendre vers une harmonisation des règles entre Châteauroux et les communes périphériques, en particulier dans les zones d'activité.

Les cœurs de ville seront également traités en tenant compte notamment des secteurs protégés au titre du patrimoine (site patrimonial remarquable, sites et monuments historiques classés ou inscrits...)

Afin de tendre à l'amélioration de l'image du territoire communautaire dans son ensemble et à l'harmonisation des dispositions réglementaires, le RLPi :

- **Fera appliquer la réglementation nationale applicable dans les 13 communes de Châteauroux Métropole hors Châteauroux**, la réglementation nationale actuelle étant déjà plus restrictive que celle applicable dans la commune centre.
- **Renforcera la réglementation nationale au contexte local de la ville de Châteauroux**, dans la continuité du RLP de 1994, en prenant en compte les évolutions réglementaires du Grenelle 2 de l'environnement et l'apparition des nouvelles technologies.

---

<sup>1</sup> *Mettre en valeur les paysages urbains et naturels.*

*Porter une attention particulière en termes de qualité urbaine et paysagère aux «portes d'entrées», espaces de projection de l'image du territoire :*

*> Réaménager progressivement les entrées de l'agglomération par le biais d'aménagements urbains et paysagers.*

*> Améliorer les «portes d'entrée» en assurant la qualité urbaine et architecturale des zones d'activité.*

**Quatre niveaux de prescriptions pour le futur RLPi dans la commune de Châteauroux :**

zone	Descriptif	Grandes orientations
<b>ZR1</b>	<p><b>Centre ancien et patrimonial (Proche ZR1 de 94)</b>                      Cette zone concerne le centre ancien concentrant l'essentiel du patrimoine architectural de Châteauroux. Elle est incluse en totalité dans le périmètre du site patrimonial remarquable (AVAP de 2014).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitation de la publicité au mobilier urbain.</li> <li>- Prescriptions fortement qualitatives pour les enseignes, en cohérence avec la qualité architecturale des supports et au type de bâtiment support.</li> </ul>
<b>ZR2</b>	<p><b>Ceinture de boulevard (Proche ZR2 de 94)</b>                      Cette zone concerne l'intégralité des secteurs agglomérés en bordure de la ZR1 constitués de bâti dense du XIX<sup>ème</sup> siècle et compris en quasi intégralité dans le site patrimonial remarquable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicités scellée au sol interdite et publicités murales maîtrisées dans les supports, les formats et la densité.</li> <li>- Prescriptions qualitatives relatives aux enseignes adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>
<b>ZR3</b>	<p><b>Reste des secteurs agglomérés</b>                      Cette zone regroupe les secteurs à vocation d'habitations, d'équipement ou à vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle, situés (en quasi intégralité) hors site patrimonial remarquable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicités et préenseignes maîtrisées dans les supports, les formats et la densité.</li> <li>- Prescriptions qualitatives relatives aux enseignes adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>
<b>ZR 4</b>	<p><b>Hors agglomération</b>                      Zone comprenant habitat et activités isolées ou en projet, ainsi que les secteurs naturels, y compris dans le site patrimonial remarquable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interdiction totale de la publicité.</li> <li>- Prescriptions relatives aux enseignes qualitatives, adaptées au type de bâtiment support.</li> </ul>

## 5.2. Orientations pour les préenseignes

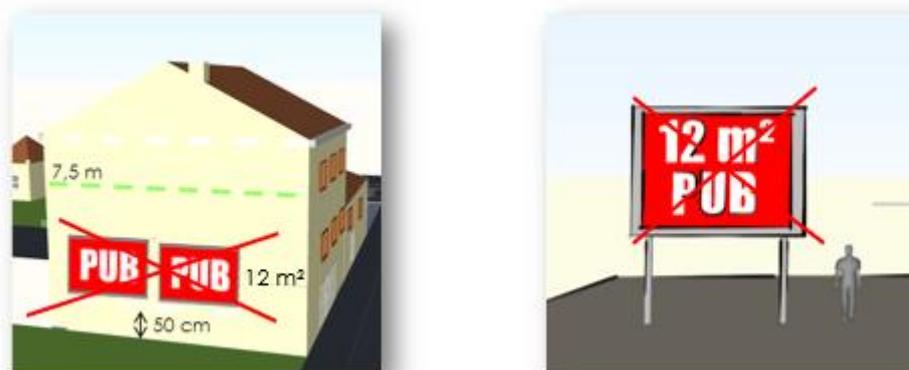
Améliorer l'efficacité de la signalisation des entreprises en remplaçant les préenseignes par des relais d'information service et de la signalétique de type SIL et une signalétique de zones.



## 5.3. Orientations pour les publicités

**ZR1 : Vieille ville dans le site patrimonial remarquable (AVAP de 2014)**

- Maintien de l'interdiction de la publicité classique scellée au sol ou sur façade dans la continuité du RLP de 1994 à l'exception de la publicité sur domaine public (mobilier urbain et concessions d'affichage).



Justification : préserver la qualité paysagère et architecturale du centre historique tout en permettant l'annonce de manifestations locales.

### ZR2 : Ceinture de boulevards dans le site patrimonial remarquable

- Maintien de l'interdiction de la publicité classique scellée au sol mais autorisation de la publicité sur façade avec affiches de **8 m<sup>2</sup>** maximum et règles de densité.



Justification : préserver la qualité paysagère des grands boulevards, peu compatible avec la publicité scellée au sol. Mieux maîtriser l'impact de la publicité sur façade.

### ZR3 : Reste du territoire aggloméré hors site patrimonial remarquable

- Autorisation de la publicité scellée au sol et sur façade de **8 m<sup>2</sup>** maximum (affiche) avec des règles de densités.



Justification : le format de l'affiche permet des dispositifs conformes avec la réglementation nationale en incluant l'encadrement. La dédensification permet de mieux maîtriser l'impact de la publicité sur pignon et dans le paysage urbain.

### Dispositions applicables au mobilier urbain en ZR1, ZR2 et ZR3

- Autorisation de la publicité sur mobilier urbain d'un format maximum selon les supports de **8 m<sup>2</sup>** d'affichage. Ceci, afin notamment de maintenir du mobilier annonçant des manifestations locales.

### Dispositions applicables à la publicité numérique en ZR1 et ZR2

- Autorisation de la publicité numérique sur mobilier urbain uniquement d'un format maximum d'affichage de **2 m<sup>2</sup>**, afin de préserver le paysage urbain.

### Dispositions applicables à la publicité numérique en ZR3

- Autorisation de la publicité numérique d'un format maximum de **8 m<sup>2</sup>** encadrement compris, avec règles de densité plus strictes que pour la publicité classique. Le format scellé au sol n'est possible que sur la rocade sud.

Justification : Préserver au maximum les paysages urbains et notamment les pénétrantes dans l'agglomération d'une forme de publicité particulièrement impactante.

## 5.4. Orientations pour les enseignes

**Remarque :** Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de Châteauroux Métropole.

### Dispositions relatives aux enseignes apposées sur un support existant

- Sur bâtiments à vocation première d'habitation, favoriser la qualité esthétique des façades commerciales avec des prescriptions qualitatives et en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade, dans la continuité du RLP de 1994 et en prenant en compte les évolutions du Grenelle 2 de l'environnement.



- Sur bâtiments ayant une architecture exclusivement dédiée à l'activité, favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant la surface des enseignes sur façade tel que le prévoit la réglementation nationale post Grenelle (15 % de la surface de la façade) et en limitant leur nombre.



### Dispositions relatives aux enseignes scellées au sol

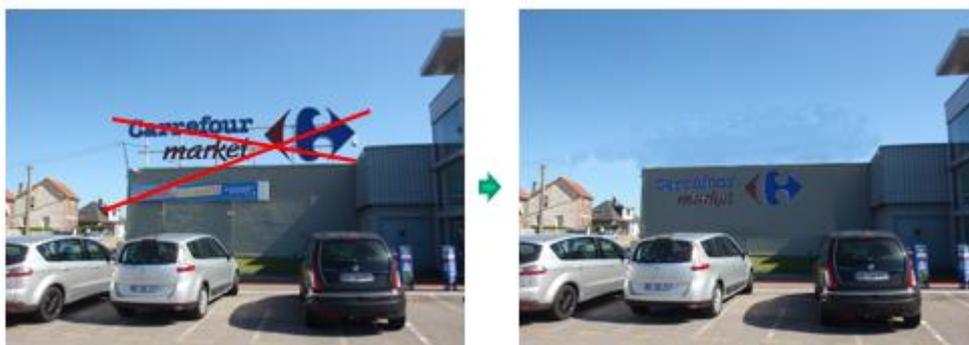
- Pour préserver le paysage urbain, limiter fortement les enseignes scellées au sol en ZR1, dans la continuité du RLP de 1994.

Améliorer la lisibilité des activités en limitant le nombre d'enseignes scellées au sol, comme le prévoit la réglementation nationale et favoriser la qualité des dispositifs.



### Dispositions relatives aux enseignes sur toiture

- Proscrire les enseignes sur toiture terrasse au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants et favoriser la qualité des secteurs commerciaux.



### Dispositions relatives aux enseignes numériques

- Pour préserver le site patrimonial remarquable, proscrire les enseignes numériques en ZR1, ZR2 et ZR4.

- Pour limiter leur impact en ZR3, limiter les enseignes numériques aux dispositifs sur façade de 8 m<sup>2</sup> maximum.



## 5.5. Economies d'énergie

---

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la collectivité souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- En limitant les heures d'éclairage des enseignes et des publicités ;
- En limitant les possibilités d'enseignes lumineuses en général et numériques en particulier.



## Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, Châteauroux Métropole a défini les objectifs et les orientations en matière de publicité extérieure sur le territoire des 14 communes qui composent son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la collectivité, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces orientations de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité intercommunal introduit par le présent rapport de présentation.