

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

à	16h00
---	-------

N°ordre	92
N° identifiant	2019-0462

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

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

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

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

Membres en exercice	91	
Quorum		

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

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

Mandats	13	Mandants	Mandataires
		M. Michel BERTHIER M. Jean-Daniel BLUSSEAU Mme Christine BURGÈRES Mme Michèle FAURY-CHARTIER M. René GIBAUT M. Laurent LUCAUD M. Jean-Luc MAERTEN Mme Marie-Christine MARCINIAK Mme Francette MORCEAU Mme Patricia PERSICO Mme Marie-Dolorès PROST M. Édouard ROBLOT M. Alain TANGUY	M. Francis CHALARD Mme Nicole BORDES Mme Coralie BREUILLÉ Mme Jacqueline GAUBERT M. Gérard HERBERT M. Patrick CORONAS M. Olivier BROSSARD M. Bernard PERRIN Mme Peggy TOMASINI M. Christian PETIT M. Gérald BLANCHARD Mme Jacqueline DAIGRE Mme Anne GÉRARD
Observations	L'ordre de passage des délibérations : 1 à 20, 22 à 27, 29 à 31, 33, 32, 34, 119, 101 à 103, 35, 37 à 40, 116 à 117, 41 à 51, 60 à 80, 104 à 106, 81 à 100, 107 à 115, 53 à 59 et 28. Les 21, 36, 52 et 118 sont retirées. Départ de M. François BLANCHARD.		

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

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

VU le Code Général des Collectivités Territoriales

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

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

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

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

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

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

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

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

CONTEXTE DU TERRITOIRE

• Un riche patrimoine naturel et paysager

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Benoît).

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

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

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

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

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

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

PRESENTATION DES ORIENTATIONS GENERALES DU RLPi

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

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

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

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

Les orientations générales du RLPi sont les suivantes :

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

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

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

Pour le Président,



RESULTAT DU VOTE

Adopté

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

Nomenclature Préfecture	2.1
Nomenclature Préfecture	Documents d urbanisme

Règlement Local de Publicité intercommunal

Orientations Générales



GRAND POITIERS
Communauté urbaine

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

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

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

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

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

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

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

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

Cette orientation se traduit de la façon suivante :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Adapter les formats à la typologie des quartiers pour une meilleure insertion au contexte ;
- Limiter le nombre de dispositifs pour réduire leur emprise visuelle en interdisant certains dispositifs selon la typologie des quartiers, en réglementant les inter-distances entre dispositifs ou leur nombre par unité foncière ou établissement. Les règles pourront s'appliquer de façon différenciée selon les zones ou les objets 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.

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

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

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