Règlement Local de Publicité intercommunal de Rennes Métropole

A – RAPPORT DE PRESENTATION

Élaboration approuvée par délibération du Conseil de Rennes Métropole du 30/06/2022

METROPOLE Rennes
vivre en intelligence

Sommaire

Cadre général 4
Première partie : Diagnostic du territoire du point de vue de la réglementation de l'affichage extérieur 11
1. Diagnostic urbain et paysager 12
2. Réglementations applicables au territoire en matière de publicités, préenseignes et enseignes 23
3. Etat des lieux de la présence des dispositifs d'affichage extérieur sur le territoire 39
Deuxième partie : réglementation locale de la publicité, des préenseignes et des enseignes 63
1. Objectifs et orientations 64
2. Justifications de la réglementation locale 69
Annexes : tableaux de synthèse des règles nationales 97

Cadre général

Le contexte institutionnel de Rennes Métropole

Rennes Métropole est un établissement public de coopération intercommunale (EPCI) regroupant 43 communes autour de la ville de Rennes (chef-lieu du département d'Ille-et-Vilaine et de la région Bretagne). Initialement communauté d'agglomération, elle a changé de statut au 1er janvier 2015 en se transformant en métropole tel que prévu par la loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPTAM) de 2014.

La métropole, porte d'entrée de la Bretagne, connaît une dynamique démographique importante depuis plusieurs années. Elle compte 461 166 habitants au 1er janvier 2021 (source INSEE-population totale).

Le changement de statut a induit le transfert de nouvelles compétences des communes vers la Métropole. Parmi celles-ci, la compétence "plan local d'urbanisme" recouvre plusieurs champs et notamment celui de la règlementation locale de publicité.

L'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) marque une nouvelle étape de la collaboration entre les communes et l'établissement public de coopération intercommunal. L'intercommunalité a en effet pour tradition d'élaborer des documents stratégiques communs d'aménagement depuis plus de 40 ans afin de structurer le développement du territoire et de répondre aux enjeux majeurs : premier Schéma Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme en 1974 à l'échelle de l'agglomération, puis d'autres schémas directeurs à l'échelle du District et du Pays de Rennes tels que le SCoT qui assurent les cohérences avec les territoires limitrophes et dernièrement le Plan Local d'Urbanisme intercommunal approuvé en décembre 2019.

Le présent RLPi remplace les différents règlements locaux de publicité existants jusqu'alors dans 7 communes de la Métropole.

Les 43 communes de Rennes Métropole

L'élaboration du 1er Règlement Local de Publicité Intercommunal

Suite à la délibération de prescription prise en conseil métropolitain du 19 novembre 2020, Rennes Métropole a lancé l'élaboration de son 1er Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) à l'échelle de ses 43 communes, dans la continuité de son 1er Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUi) approuvé le 19 décembre 2019.

La métropole est compétente en matière de Plan Local d'Urbanisme depuis le 1er janvier 2015, et la période 2015-2020 a ainsi été consacrée à l'élaboration du 1er PLUi. Cette compétence emporte également celle relative au Règlement Local de Publicité (RLP), dont l'élaboration à l'échelle métropolitaine constitue à présent une étape logique dans la mise en œuvre du PLUi, dans un objectif de préservation du cadre de vie et du paysage.

L'état du droit local en matière de réglementation de l'affichage extérieur

7 communes couvertes par un Règlement Local de Publicité

Aujourd'hui 7 communes de Rennes Métropole disposent d'un Règlement Local de Publicité (RLP) :

- Le Rheu : approuvé le 24 mars 1989.
- Saint-Jacques-de-la-Lande : approuvé le 24 octobre 1994.
- Chartres-de-Bretagne : approuvé le 3 novembre 1997.
- Saint-Grégoire : approuvé le 4 novembre 1997.
- Rennes : approuvé le 29 juillet 2009.
- La Chapelle-des-Fougeretz : approuvé le 13 septembre 2010.
- Betton : approuvé le 12 juillet 2011.

Les 5 RLP de Le Rheu, de Saint-Jacques-de-la-Lande, de Chartres-de-Bretagne, de Saint-Grégoire et de Rennes, approuvés antérieurement à la loi Grenelle II du 12 juillet 2010, risquaient de devenir caducs au 13 janvier 2021 s'ils n'étaient pas modifiés ou révisés pour se conformer au régime issu de la loi Grenelle II, ou si un RLPi n'était pas prescrit et approuvé dans les délais prévus par la loi.

Seuls les 2 RLP de la Chapelle-des-Fougeretz et de Betton n'étaient pas concernés par un risque de caducité, car ils ont bénéficié des mesures transitoires (approuvé dans le délai d'un an suivant la publication de la loi Grenelle II). Ils ne répondent toutefois pas aux dispositions de la loi Grenelle car ils ne comportent ni rapport de présentation (diagnostic et justification des règles applicables), ni annexes (limites d'agglomération).

Ces 7 communes sont compétentes en matière de police de l'affichage et elles assument notamment à ce titre l'instruction des demandes d'autorisation sur leur territoire.

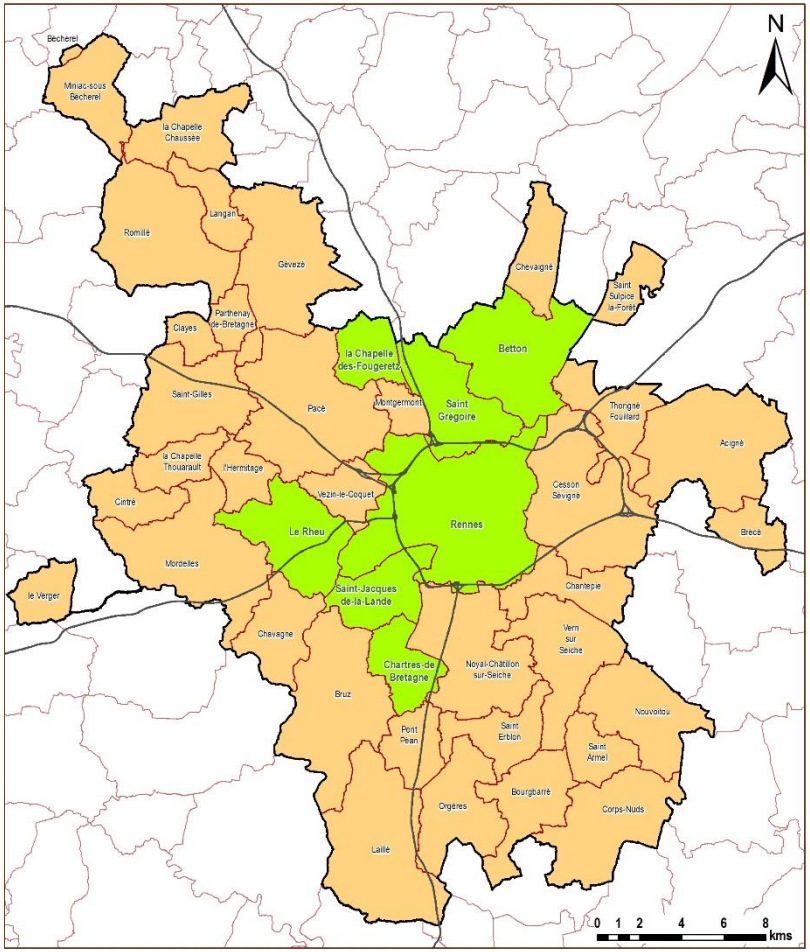
36 communes couvertes par le Règlement National de Publicité

Les 36 autres communes de Rennes Métropole dépendent du Règlement National de Publicité :

Acigné	L'Hermitage
Bécherel	Miniac-sous-Bécherel
Bourgbarré	Montgermont
Brécé	Mordelles
Bruz	Nouvoitou
Cesson-Sévigné	Noyal-Châtillon-sur-Seiche
Chantepie	Orgères
Chavagne	Pacé
Chevaigné	Parthenay-de-Bretagne
Cintré	Pont-Péan
Clayes	Romillé
Corps-Nuds	Saint-Armel
Gevezé	Saint-Erblon
La Chapelle-Chaussée	Saint-Gilles
La Chapelle-Thouarault	Saint-Sulpice-la-Forêt
Laillé	Thorigné-Fouillard
Langan	Vern-sur-Seiche
Le Verger	Vezin-le-Coquet

Le préfet est actuellement compétent en matière de police de l'affichage et d'instruction des demandes d'autorisation sur leur territoire. Par ailleurs, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 a prévu le transfert de la compétence de police administrative de la publicité au président de la métropole à compter du 1er janvier 2024, que les communes soient ou non couvertes par un RLP.

L'ETAT DU DROIT LOCAL EN MATIERE DE REGLEMENTATION DE L'AFFICHAGE EXTERIEUR



Les grandes étapes d'élaboration

La procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité suit la procédure d'élaboration d'un PLU (prescription, collaboration des communes, concertation du public, débat sur les orientations générales du futur Règlement Local de Publicité intercommunal, arrêt du projet, consultation des personnes publiques associées, enquête publique, et approbation).

Les dates clés de son élaboration sont les suivantes :

- Prescription de l'élaboration du RLPi : 19 novembre 2020
- Débat sur les orientations en conseil métropolitain : 17 juin 2021
- Arrêt du projet : 18 novembre 2021
- Enquête publique : du 16 mars au 14 avril 2022
- Approbation du projet : 30 juin 2022.

L'élaboration du document s'est déroulée en 3 grandes étapes :

Étape 1 : La réalisation d'un diagnostic de territoire, basé sur un inventaire des dispositifs d'affichage, qui a mis en évidence des enjeux propres au territoire métropolitain en matière d'affichage extérieur.

Étape 2 : La définition d'orientations, en réponse aux enjeux identifiés et aux objectifs définis dans la délibération de prescription.

Étape 3 : La déclinaison de principes et d'outils réglementaires, traduisant les orientations débattues en conseil métropolitain du 17 juin 2021.

Les modalités de collaboration avec les communes membres de Rennes Métropole

Afin d'élaborer ce 1er RLPi, la délibération de prescription a défini des modalités de collaboration avec les communes membres de Rennes Métropole, qui a retenu un principe de construction collective du projet en veillant à une prise en compte équilibrée de ce qui relève de l'intérêt métropolitain, de l'échelle des réseaux de communes et de ce qui relève de l'intérêt communal.

En vue de co-construire ce projet avec les 43 communes de Rennes Métropole, les principes de collaboration avec les communes pour l'élaboration du RLPi se sont articulés autour des instances décisionnelles ou de travail suivantes :

La conférence des Maires :

Elle s'est réunie à chaque étape clé de la procédure, en amont des conseils métropolitains :

- 13 octobre 2020 : pour échanger sur les modalités de collaboration avec les communes, en amont du conseil métropolitain du 19 novembre 2020 ;
- 10 juin 2021 : pour échanger sur les grandes orientations du projet, en amont du conseil métropolitain du 17 juin 2021 ;
- 7 octobre 2021 : pour échanger en amont de l'arrêt du projet en conseil métropolitain du 18 novembre 2021 ;
- 9 juin 2022 : pour échanger en amont de l'approbation du règlement local de publicité en conseil métropolitain du 30 juin 2022.

Le Groupe Projet RLPi :

Il était présidé par la vice-présidente en charge de l'aménagement et composé d'élus représentatifs de la diversité des communes. Il s'est réuni à 12 reprises pendant l'élaboration du projet. Son rôle consistait à valider les éléments essentiels de la démarche d'élaboration :

- La méthode de travail et responsabilité du calendrier ;
- Les orientations et les contenus du dossier à constituer ;
- Les documents à présenter en Conseil métropolitain et aux communes ;
- Les documents pour échanger avec les partenaires (Personnes Publiques Associées…) et au titre de la concertation avec l'ensemble des acteurs concernés.

La Commission Aménagement / Habitat de Rennes Métropole :

Elle a permis une information régulière des communes.

Les séminaires et ateliers réglementaires :

Ils ont été organisés à destination des élus tout au long de la démarche d'élaboration :

- 15 décembre 2020 : 1er séminaire de lancement sur les fondamentaux de la réglementation nationale et sur les premiers éléments de diagnostic et d'enjeux ;
- 16 février 2021 : 2ème séminaire sur les propositions d'orientations et de principes réglementaires ;
- 6 avril 2021 : 3ème séminaire questions/réponses ;
- 24 juin 2021 : 1er atelier réglementaire dédié aux dispositions sur les publicités et préenseignes ;
- 12 juillet 2021 : 2ème atelier réglementaire dédié aux dispositions sur les enseignes ;
- 5 octobre 2021 : 4ème séminaire de présentation du projet avant l'arrêt.

Des réunions de travail avec les communes :

Des réunions de travail avec les communes ont été organisées pour aider à la cohérence entre formalisation du Règlement Local de Publicité intercommunal et projet urbain communal :

- 13 et 15 avril 2021 : rencontres par groupes de communes aux enjeux communs (en et hors unité urbaine) ;
- De juillet à septembre : rencontres avec chaque commune pour travailler sur les zonages de leurs zones agglomérées ;
- Des échanges ponctuels ont également été organisés en tant que de besoin.

Une information transversale :

Les supports produits ont été mis à disposition des communes tout au long de la procédure.

Une démarche menée en complémentarité du PLUi

La méthodologie employée pour élaborer le RLPi s'inspire directement de la démarche poursuivie lors de l'élaboration du PLUi, et sur l'expérience et les connaissances capitalisées tout au long de cette démarche.

Une construction collective du RLPi, dans la continuité du projet de territoire du PLUi

La démarche méthodologique engagée s'est appuyée sur une collaboration avec les 43 communes de Rennes Métropole, afin de définir :

- un cadre commun pour assurer une cohérence d'ensemble à travers une harmonisation des dispositions selon les grandes ambiances paysagères du territoire métropolitain ;
- des règles adaptées au contexte local, prenant en compte les spécificités communales, et dans le respect des différences entre les communes.

Cette démarche se fonde sur un projet de territoire qui s'appuie sur les grands enjeux relatifs à la préservation et à la mise en valeur des paysages de la métropole, partagés dans le cadre de l'élaboration du PLUi.

Une méthode d'analyse en appui sur les grandes ambiances paysagères définies au PLUi

Un diagnostic du territoire métropolitain a été mené dans le cadre de l'élaboration du 1er PLUi. Cette analyse a permis de dégager un état des lieux des grandes caractéristiques paysagères, morphologiques, urbaines et patrimoniales du territoire. Ce socle territorial, et notamment l'analyse des paysages de la métropole, constitue une base sur laquelle s'appuyer pour identifier les impacts de l'affichage extérieur sur le territoire, dans une logique de préservation du paysage et du cadre de vie.

La notion de paysage doit être appréhendée dans toutes ses dimensions à l'échelle du territoire métropolitain :

- sous l'angle du Grand Paysage, en appui sur l'analyse des grandes unités paysagères définies à partir des données physiques, géomorphologiques et hydrographiques du territoire ;
- sous l'angle de l'armature morphologique et paysagère du territoire métropolitain, en appui sur la définition du modèle de la ville archipel ;
- sous l'angle des paysages du quotidien, en appui sur les grandes ambiances urbaines définies au PLUi à partir de grandes familles morphologiques du bâti de la métropole ;
- sous l'angle des paysages d'exception et d'intérêt patrimonial, en appui sur l'identification des différentes typologies patrimoniales existantes sur le territoire.

Cette analyse du paysage sous toutes ses composantes, à l'échelle métropolitaine, permet d'identifier **6 grandes ambiances paysagères** à préserver au regard d'un état des lieux du parc d'affichage extérieur, mené spécifiquement dans le cadre du RLPi. Ces 6 grandes ambiances paysagères constituent le **fil conducteur** de l'élaboration du projet : 1/ campagne/nature, 2/ interfaces ville/campagne, 3/ entrées et traversées de ville, 4/ centres-villes et centres-bourgs, 5/ secteurs résidentiels, 6/ zones d'activités.

Un état des lieux du parc d'affichage extérieur

En complément des analyses paysagères produites dans le cadre du PLUi, un état des lieux des dispositifs d'affichage extérieur a été mené, afin d'identifier leurs impacts sur le paysage du territoire métropolitain, et plus précisément sur les 6 grandes ambiances paysagères identifiées.

Cet état des lieux repose sur un mode de recensement représentatif : une centaine de séquences d'axes a été sélectionnée pour y réaliser un inventaire exhaustif des dispositifs de publicités et de préenseignes. Le choix de ces séquences s'est articulé en fonction de deux grandes logiques :

- une logique de structuration des axes du territoire métropolitain,
- une logique de traversée des 6 grandes ambiances paysagères.

Les résultats des données recensées a permis d'établir une vue globale alliant à la fois :

- une vision qualitative des dispositifs présents sur le territoire afin d'identifier les enjeux et les impacts de l'affichage publicitaire sur le territoire métropolitain, son paysage et son cadre de vie,
- une vision quantitative des dispositifs présents sur les séquences d'axes identifiées afin d'identifier leurs principales caractéristiques et d'évaluer leur conformité au vu de plusieurs critères.

Première partie : Diagnostic du territoire du point de vue de la réglementation de l'affichage extérieur

1. Diagnostic urbain et paysager

Le diagnostic n'expose que les caractéristiques du territoire en lien avec l'élaboration du RLPi, et s'appuie sur les données issues du Tome 3 du Rapport de Présentation du PLUi, approuvé le 19 décembre 2019.

1.1 Les caractéristiques paysagères et urbaines du territoire métropolitain

Les grandes unités paysagères

Le territoire de Rennes Métropole est localisé dans une cuvette formée suite à l'affaissement du massif armoricain. Au cœur de cette dépression géologique du bassin de Rennes, convergent les deux rivières qui ont donné leur nom au département : La Vilaine et l'Ille. Ces cours d'eau et leurs affluents ont dessiné, dans un relief de faible amplitude, des vallées amples encadrées par des coteaux plus marqués au nord et au sud.

Si l'unité du territoire métropolitain est donc celle du grand bassin rennais, son réseau hydrographique dense creuse dans cette unité trois grandes entités : les grandes vallées, les coteaux et les pays d'en haut que constituent les plateaux, crêtes et buttes.

Cette approche peut être croisée avec celle de l'Atlas des paysages d'Ille-et-Vilaine qui apporte un autre regard sur les unités paysagères de la métropole rennaise. L'analyse qui a été menée à l'échelle du département permet d'identifier des unités de paysages qui résultent tant des conditions physiques que des manières de construire, d'aménager, de cultiver, et des moments de l'histoire qui en effacent ou modifient les traces. L'analyse s'est notamment appuyée sur le relief, les composantes et l'occupation des sols, les sols, les roches et les ensembles régionaux. Le territoire de la métropole est ainsi concerné par 5 grandes unités décrites ci-après.

Les collines de Bécherel

Cette séquence hétérogène est caractérisée au nord par une succession de collines d'est en ouest, plus ou moins resserrées et des petits massifs boisés au sud. Posée sur la plus haute des collines, Bécherel s'affirme comme un point de repère du paysage. Les collines créent dans les creux des horizons courts aux ambiances intimes, sur les hauteurs des vues lointaines guidées par des éléments remarquables. Les boisements, constituent des fonds de tableaux omniprésents dans le paysage.

Les plaines du Meu et de la Flume

La plaine du Meu et la plaine de la Flume forment un ensemble paysager largement dédié à la production agricole et agro-alimentaire. Ces vastes plaines offrent des vues lointaines sur le paysage qui sont animées par de multiples petits vallons boisés. Ils révèlent la présence d'un réseau hydrographique ramifié autour du Meu et la Flume, eux-mêmes affluents de la Vilaine.

Rennes et ses environs

L'urbanisation maîtrisée de l'agglomération a favorisé une identification des communes. Chacune se distingue au sein des espaces agricoles et naturels restés lisibles jusqu'aux limites urbaines. À Rennes, le modèle urbain a généré ses propres limites paysagères. : la ville est contenue par la rocade, excepté sur quelques secteurs, notamment sur la route de Lorient, vers Saint-Jacques-de-la-Lande, Chantepie et Saint-Grégoire. Implanté sur un point haut à la confluence de l'Ille et de la Vilaine, le centre historique de Rennes dialogue avec son site naturel. Les vallées peu profondes structurent un tissu urbain contenu par la rocade. Les vallées de la Vilaine, de l'Ille, de la Seiche ou de la Flume constituent des axes de composition réels et potentiels. Elles proposent des paysages aussi bien agricoles que naturels ou urbains tout au long de leur traversée de l'agglomération, la Vilaine et l'Ille produisant les paysages les plus emblématiques.

Le canal d'Ille et Rance

De la Rance à Rennes, le Canal d'Ille-et-Rance propose une promenade paysagère aux ambiances variées. Champêtres au nord, intenses à la jonction des bassins versants de la Rance et de la Vilaine, plus sombres quand le canal est encaissé dans les coteaux de l'Ille, les ambiances se font plus urbaines à partir de Saint-Germain-sur-Ille et annoncent l'approche de l'agglomération de Rennes. Même entre Chevaigné et Betton et entre Betton et Saint-Grégoire où le canal traverse des espaces dédiés à l'agriculture, la présence des infrastructures (routes, voie ferrée, lignes à haute tension…), et les vues sur Rennes depuis les hauteurs, rappellent la ville proche.

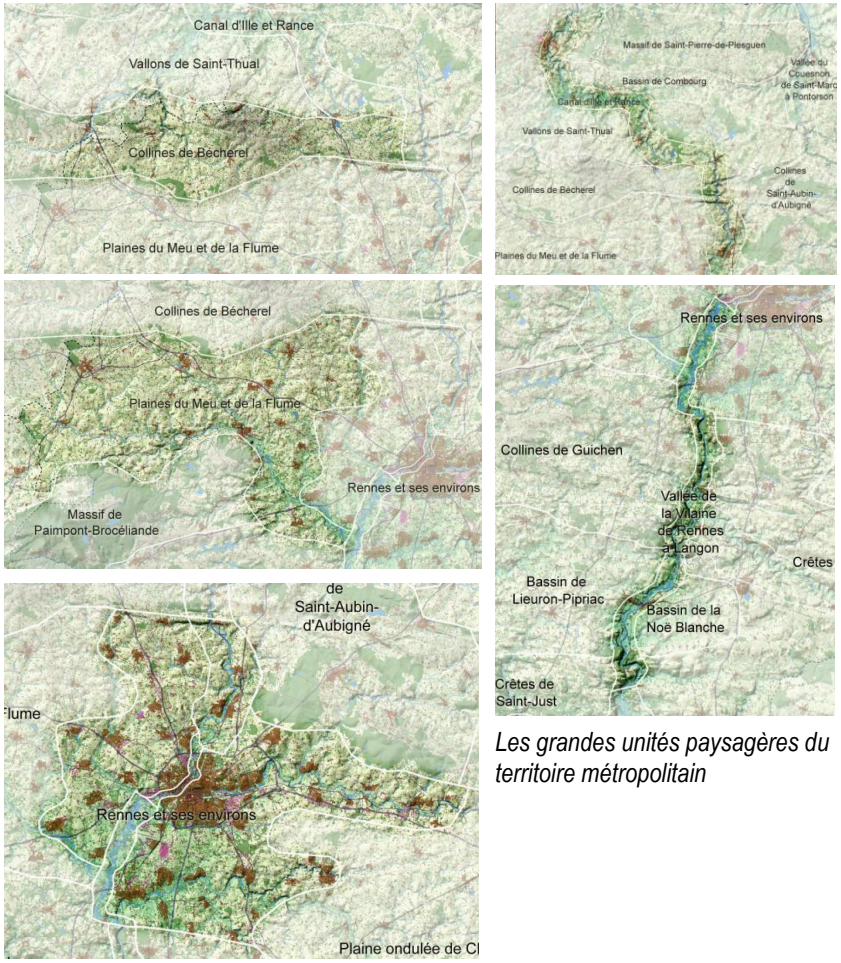
La vallée de la Vilaine de Rennes à Langon

La vallée se présente comme un défilé de séquences très contrastées et d'une grande qualité paysagère. En aval de Rennes, la vallée de la Vilaine présente un faciès très particulier. Cette portion, entièrement accessible du fait de la canalisation du fleuve, permet de percevoir la rivière à partir de promenades la faisant exister davantage encore comme paysage.

L'unité de paysage correspond à la partie de la vallée orientée nord-sud, qui commence dans Rennes, au confluent avec l'Ille, et se termine à Langon lorsque la rivière s'oriente vers l'ouest. Le caractère exceptionnel de l'unité paysagère provient des formes de la vallée de la Vilaine creusée à travers une succession de bassins et de plateaux. Au franchissement des plis, la vallée a formé des « cluses », véritables défilés, conférant aux lieux une dimension spectaculaire. Dans les bassins, la vallée s'élargit vers les unités voisines dans lesquelles elle se fond progressivement.

Les six principaux affluents de la Vilaine dessinent également six entités paysagères distinctes :

- le Meu et son affluent la Vaunoise,
- la Flume en direction de Pacé,
- la Seiche dont l'encaissement est marquant dans la topographie,
- le vallon du Blosne qui borde la ville de Rennes et se perd dans les zones urbanisées, pour resurgir en aval de Chantepie,
- l'Ille et son canal, qui assure la jonction Manche Océan,
- le Chevré qui relie la Vilaine depuis les boisements du nord de l'agglomération.



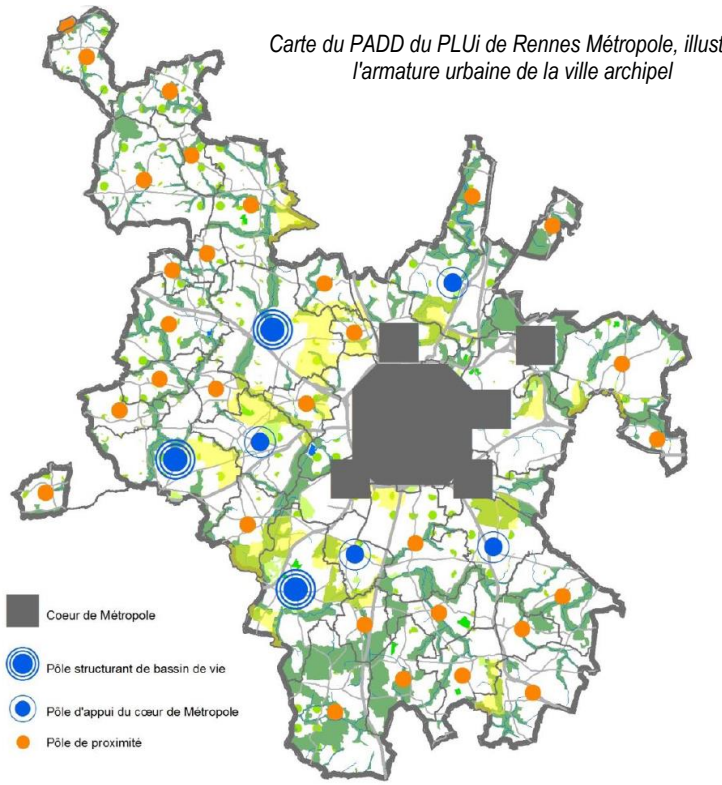
Les grandes unités paysagères du territoire métropolitain

Du PLUi au RLPi :

Cette analyse des grandes unités paysagères du territoire métropolitain permet d'identifier les éléments constitutifs du Grand Paysage à intégrer au sein d'une grande ambiance paysagère de **campagne et de nature**.

L'ambiance paysagère campagne / nature comprendra tous les espaces agro-naturels (cours d'eau et vallées, espaces boisés et bocagers, espaces agricoles…), ainsi que les espaces de nature en ville (coulées vertes, parcs urbains, abords de cours d'eau, …).

La ville archipel



Carte du PADD du PLUi de Rennes Métropole, illustrant l'armature urbaine de la ville archipel

Le paysage de la ville-archipel s'appuie sur quatre caractéristiques :

- un noyau urbain dense et spatialement limité,

- une ceinture verte autour de la ville centre durablement occupée par des espaces agro-naturels,

- une périurbanisation fragmentée par des interstices naturels qui entretiennent des coupures d'urbanisation entre communes,

- une trame verte et bleue qui irrigue le territoire créant des liens paysagers en alternant espaces naturels, cultivés et urbanisés.

Les lisières urbaines, image de la ville archipel

L'organisation en ville-archipel démultiplie les zones de contact, les limites ville-campagne du fait de l'isolement de chaque commune par rapport à l'autre. La lisière urbaine est l'espace de transition entre un espace bâti (résidentiel, équipement, activité) et un espace agro-naturel (champ, forêt, zone humide, …).

Les infrastructures comme lisières

Les infrastructures, routières, ferroviaires représentent des limites franches et marquent le paysage. Lorsqu'il s'agit d'une voie de contournement en lisière urbaine, celle-ci fonctionne alors comme un rempart.

Une lisière urbaine marquée : la ceinture verte de Rennes

La ville-centre contient son urbanisation à l'intérieur de sa rocade, comme une enceinte protectrice, et cultive son image de ville sans banlieue ; d'un côté la ville très dense, de l'autre la campagne. Cette limite est clairement perceptible, et c'est un des traits de caractère reconnus du paysage rennais avec à certains endroits des contrastes saisissants. Cette limite matérialisée par la rocade n'en est pas moins poreuse de par ses ponts, ses tunnels et passages sous ou au-dessus de l'infrastructure.

Du PLUi au RLPi :

Cette analyse de la ville archipel met en évidence l'importance de préserver les lisières urbaines, qui constituent l'une des composantes paysagères fortes de son modèle en tant qu'armature morphologique et paysagère du territoire métropolitain. Ces lisières urbaines sont à intégrer au sein **d'une grande ambiance paysagère d'interface ville/campagne et ville/nature.**

L'ambiance paysagère interface ville/campagne/nature comprendra plusieurs typologies de franges urbaines et de franges agro-naturelles :

- franges urbaines : tissus urbains composées de zones d'activités, de zones d'équipements et d'habitat, parfois paysagées (zones tampon en bordure d'espace urbain),
- franges agro-naturelles : espaces agricoles péri-urbains, espaces boisés et bocagers…

Un rapport ville-campagne choisi depuis plusieurs décennies

La présence de ceintures vertes qui participent au cadre de vie en conciliant l'activité agricoles et la dynamique démographique

Un paysage de bocage en toute proximité de chaque commune, avec une alternance ville-campagne comme principe fondateur

Une métropole sans banlieue

Paysages de routes, paysages d'axes

Le schéma routier de l'agglomération s'organise en étoile, convergeant vers Rennes. Six routes nationales irriguent le réseau, ainsi que cinq départementales (2x2 voies en totalité ou en partie). Quatre autres petites routes départementales achèvent de mailler ce réseau radial. Ces axes majeurs d'entrée d'agglomération représentent le principal mode d'accès à la métropole. Les tableaux et perspectives découverts par l'automobiliste depuis ces axes sont les premières impressions - et parfois seules images - perçues de l'agglomération pour celui qui traverse le territoire. Une personne venant de Paris et se rendant à Brest n'aura comme image et souvenir de Rennes que ce qu'il aura vu depuis la rocade et les routes nationales. Ce sont aussi des paysages du quotidien pour nombre de personnes effectuant leur trajet domicile-travail en empruntant ces routes. De ce point de vue, le paysage saisi depuis ces routes exprime une carte postale : c'est un lieu privilégié de contacts avec le territoire et en fait un enjeu majeur pour l'image du territoire.

Le développement de la métropole depuis la ville de Rennes se fait alors suivant des enceintes successives, d'abord en ville avec les boulevards, puis hors les murs c'est-à-dire au-delà de la rocade. Depuis les premières enceintes jusqu'aux aménagements routiers les plus récents, on peut identifier quatre enceintes concentriques successives :

- la ville centre et ses limites du 18ème siècle,
- la ville d'après-guerre et ses grands boulevards urbains,
- la constitution de la rocade,
- l'aménagement de la deuxième ceinture.

Ce système est complété par un système d'infrastructures rayonnant, de plus en plus performant grâce à des aménagements permanents. Ces infrastructures conditionnent le développement et les formes d'urbanisation mais aussi plus directement la perception de la ville archipel.

Des entrées de ville banalisées aux vues remarquables à préserver

La pression conjointe de l'habitat et de l'activité, alliée à une organisation en radiale de voies express, a engendré une urbanisation linéaire le long des axes routiers. Ainsi, la fonction économique de la voie rapide génère un paysage routier particulier, avec ses linéaires de zones d'activités en rives de voies et la multiplication des échangeurs, véritable nœuds économiques dans certains cas. L'objectif est « d'être vu » pour les entreprises implantées en bord de route et la visibilité de l'enseigne prime sur la qualité paysagère. Ce paysage vitrine se retrouve sur les grands axes d'agglomération, sur un linéaire variable et tend à « banaliser » nos paysages d'entrées de villes.

Il en résulte, en effet, un paysage peu qualitatif qui n'est, ni un paysage urbain, ni un paysage agro-naturel. La présence de bâtiments "boites à chaussures" le long des voies, avec une urbanisation peu profonde, la publicité omniprésente, les paysages routiers perturbent la perception de l'alternance ville/campagne, essentielle pour la notion de ville archipel. Le long des axes, la perception des paysages bâtis et non bâtis, l'alternance campagne et ville et les « fenêtres » sur le grand paysage s'effacent au profit d'un paysage marqué par une logique d'effet vitrine.

Nos paysages sont désormais cernés, maillés d'un réseau où l'on ne cesse de circuler quotidiennement. La vitesse, conjuguée à la maitrise des paramètres de confort, nous amènent aujourd'hui à traverser nos paysages avec aisance mais n'offrent qu'une lecture du territoire effacée. Le conducteur est bien souvent « déconnecté » de la relation au sol, au relief et au paysage qu'il traverse. Pourtant ces paysages que l'on qualifie de "paysages d'axes" sont des espaces de références où se joue l'image du Pays de Rennes. Ces secteurs nécessitent une attention particulière sur leur qualité urbaine et paysagère.

Identifiés par le SCoT du Pays de Rennes, ces paysages d'axe constituent des vues remarquables sur le cœur de Métropole ou sur les paysages agro-naturels qu'il convient de préserver :

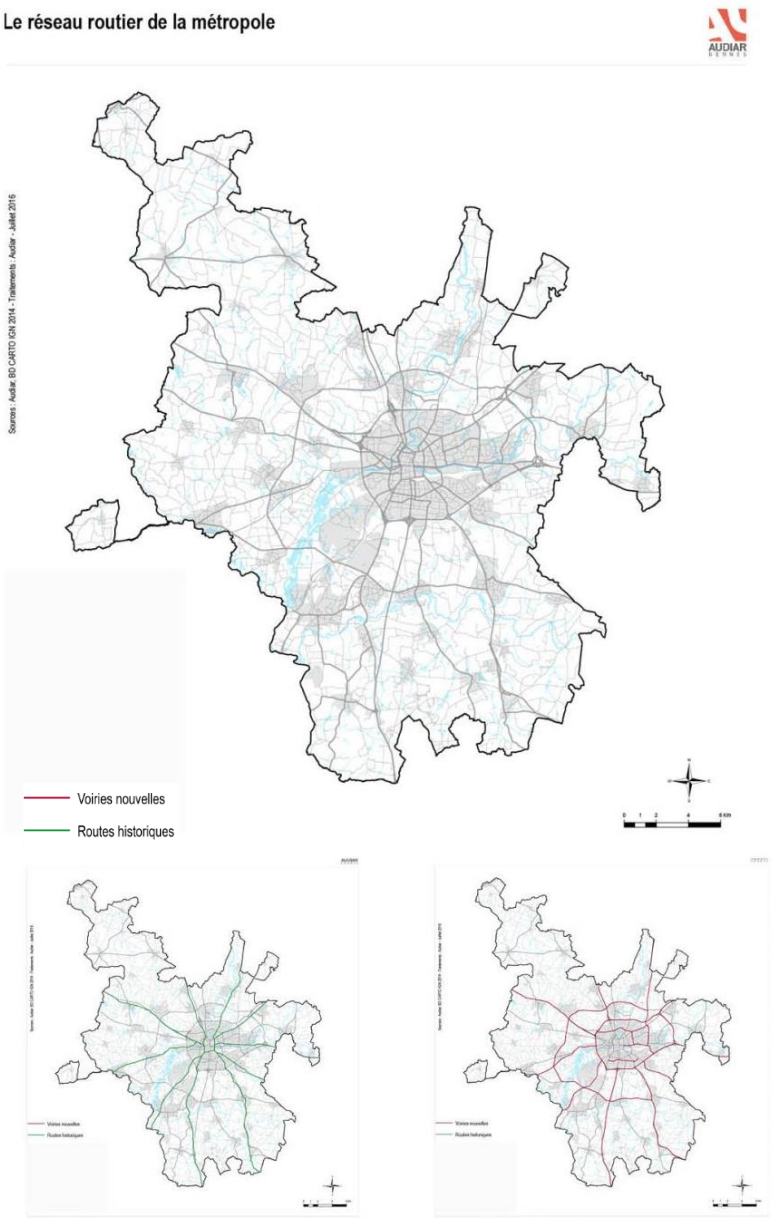
- les vues remarquables sur le cœur de Métropole (Rennes et les 4 communes agglomérées) sont celles depuis les grands axes routiers ou radiales qui mènent vers Rennes et qui permettent de deviner la silhouette urbaine de la ville-centre, grâce à quelques éléments marquants du paysage urbain qui se dégagent, souvent par leur hauteur.
- les vues remarquables sur les paysages agro-naturels sont généralement ouvertes et permettent de lire ou deviner des grandes composantes du paysage naturel du territoire comme les massifs forestiers du Nord du Pays.

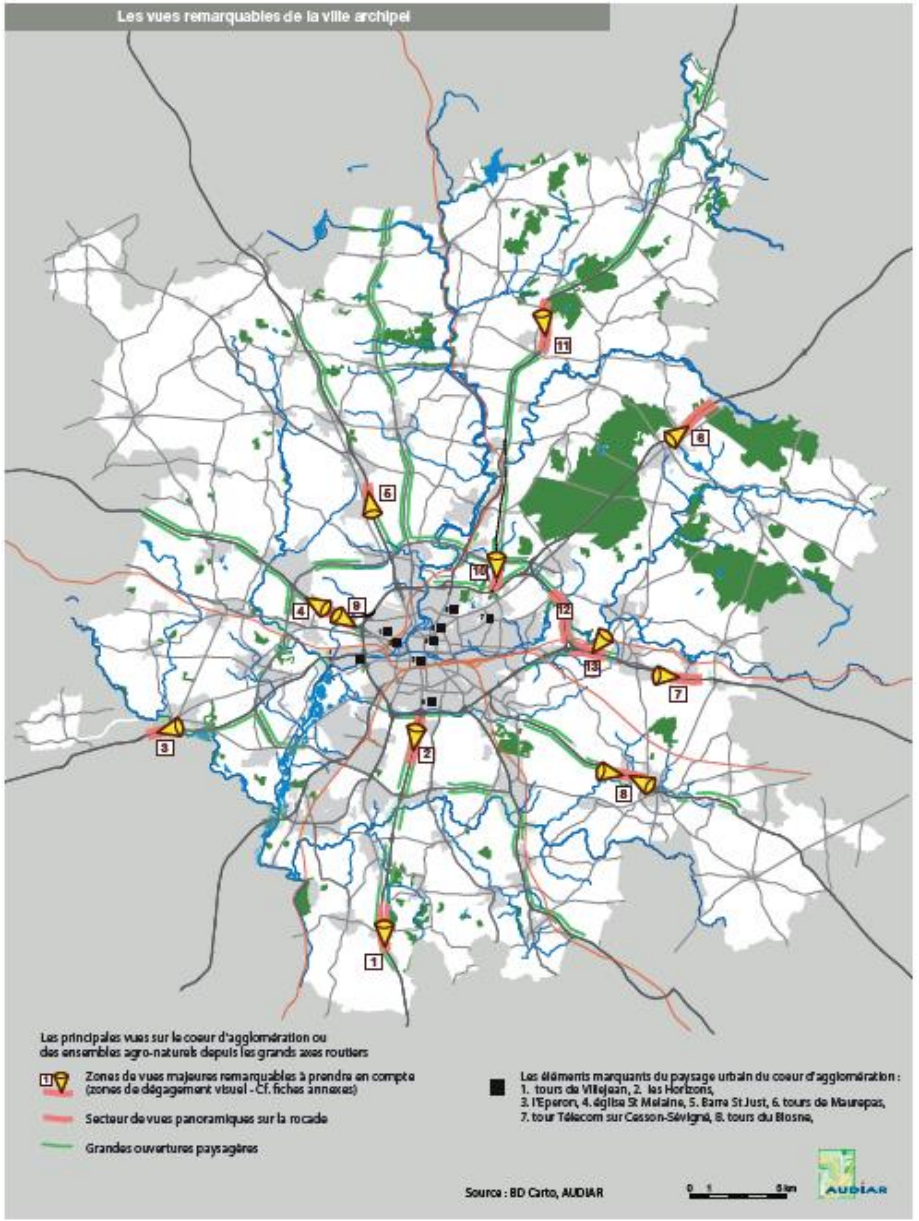
Du PLUi au RLPi :

Cette analyse de la ville archipel via son maillage d'axes structurants met en évidence l'importance de préserver les abords de ces voies qui contournent et traversent nos agglomérations, et qui constituent l'armature viaire du territoire. Ces axes sont à intégrer au sein **d'une grande ambiance paysagère d'entrées et de traversées de ville.**

L'ambiance paysagère des entrées et traversées de ville comprendra les axes structurants du territoire métropolitain et notamment : les axes pénétrants du cœur de métropole (boulevards et voies de contournement), les axes radiants et les axes de 1ère et 2ème ceinture.

Le réseau routier de la métropole





Les grandes ambiances urbaines

Le récit du développement de l'urbanisation sur la métropole rennaise permet de comprendre les différentes phases d'évolution du territoire et les ambiances urbaines qui constituent les villes et les bourgs. Il s'agit de comprendre la morphologie des villes, de repérer les différentes entités urbaines qui la composent et d'en identifier les caractéristiques principales en termes de maillage, de composition et d'aménagement.

Six grandes familles morphologiques des typologies bâties sont ainsi identifiées et cartographiées sur la carte ci-après :

Centre-ville / centre-bourg et places

Noyau urbain originel formé de bâtiments organisés souvent autour d'un espace public structurant (église, croisement de voies anciennes, place, …). L'ambiance urbaine de centre-ville /centre bourg intègre les tissus historiques et les nouveaux tissus issus d'opérations plus ou moins récentes. Cette famille peut intégrer des opérations ou programmes de renouvellement urbain. Les équipements principaux, écoles, mairie, médiathèque participent au rôle du centre-ville/ centre-bourg en proposant des services aux habitants. Les commerces participent également au dynamisme des centre-ville/centre-bourg. Les constructions dont certaines à caractère patrimonial bordant certaines voies anciennes partant du centre ou des hameaux historiques rattrapés par l'urbanisation prennent part à l'identité du centre bourg/centre-ville.

Maisons et jardins

Il s'agit d'une ambiance résidentielle très représentée dans les communes. Le pavillonnaire propose un modèle d'habitat simple d'un à deux étages pour la plupart, avec la présence d'un jardin. Les lots sont juxtaposés les uns aux autres avec un plan de composition homogène ou non. Il s'agit donc d'opérations d'ensemble de plusieurs lots. Par ailleurs, des divisions de terrains ont permis de construire des maisons individuelles spontanées. Les implantations par rapport aux voies sont variées avec un recul et une mitoyenneté plus ou moins importants.

Immeubles et abords

Il s'agit de parcelles de grandes tailles sur lesquelles sont implantés un ou plusieurs immeubles de formes et hauteurs variables. Cette famille qualifie les différents collectifs présents dans les quartiers des communes (copropriétés, grands ensembles, collectifs sur rue avec activités au rez-de-chaussée, collectifs dans des opérations d'aménagement récentes…). Ceux-ci peuvent être implantés dans un espace libre (vert ou minéral) parfois selon un plan de composition interne à la parcelle. Cette famille recouvre aussi des collectifs ordonnancés sur rue sous forme d'îlots très constitués. Les équipements sportifs, culturels dans les quartiers sont repérés aussi dans cette famille au vu de leur implantation sur de grands terrains ouverts (sur le quartier) plus ou moins végétal ou minéral.

Parcs d'activités

Cette famille fait référence à des espaces spécifiques construits depuis les années 1960 pour des activités commerciales, industrielles, artisanales, de services et tertiaires incluant donc des formes urbaines diverses. Ces tissus occupent des sites stratégiques et sont par leur fonction séparés des autres tissus urbains résidentiels. Ils sont structurés par un maillage traditionnel de voies et occupe une grande superficie de terrain se situant à proximité des grandes infrastructures du territoire. Ce sont souvent des grandes parcelles avec une occupation plus ou moins importante par les constructions, fortement imperméabilisées avec peu de végétation.

Site à caractère historique et paysager

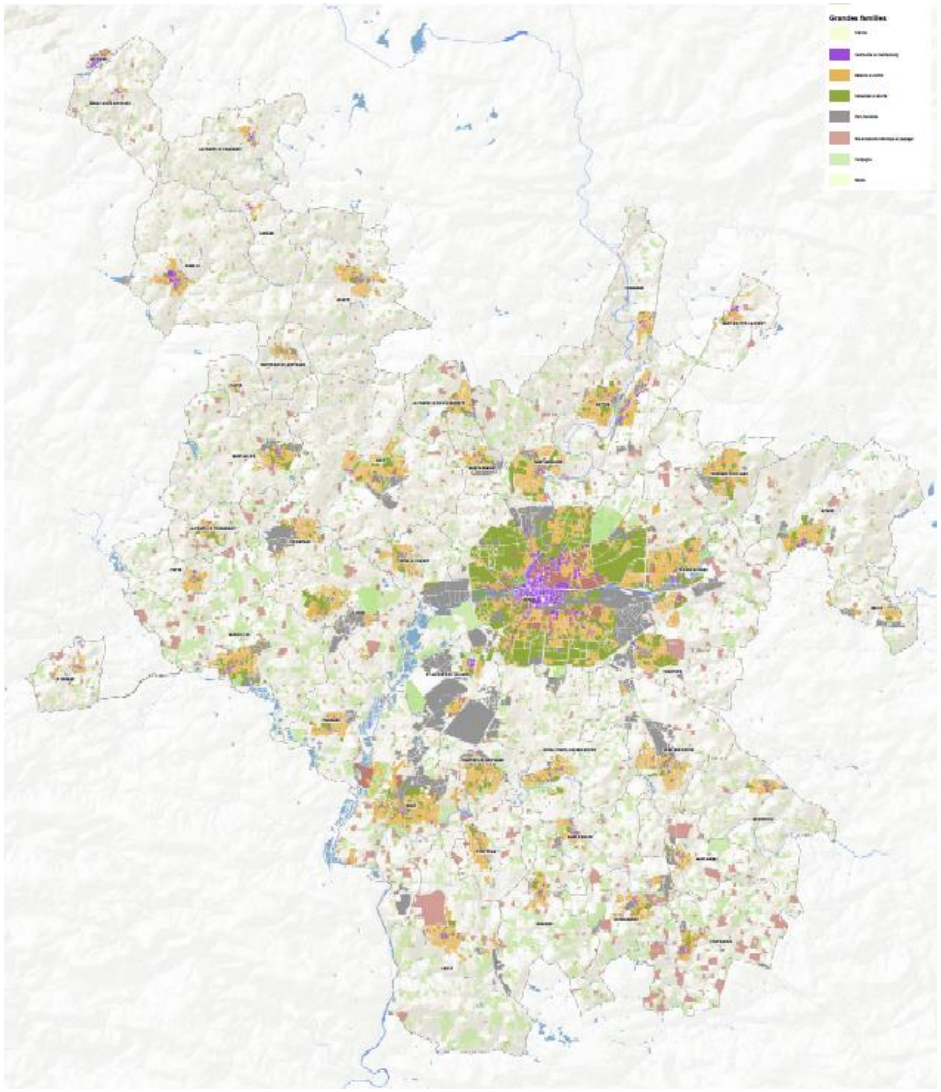
Il s'agit de domaines possédant un caractère historique du bâti et des qualités paysagères. Est considérée ici la notion de composition d'ensemble "bâti et végétal" : les églises, les châteaux, les manoirs et hôtels particuliers avec domaine, les équipements tels que les anciennes écoles, mairies … sont concernés. Cette famille identifie aussi les domaines "enclos" tels que les casernes, les anciens couvents. Certains ensembles urbains homogènes comme les "cités-jardins" qualitatives feront partis de cette famille d'ambiance "domaine".

Campagne

La partie rurale est très représentée dans les communes. Elle participe à la diversité paysagère des communes et à leurs identités. En dehors du paysage bocager, de champs de cultures céréalières ou maraichères, d'espaces humides…, la famille "campagne" se constitue de hameaux historiques avec leurs abords construits le long de voies rurales, de constructions individuelles diverses (isolées ou groupées) issues de divisions d'anciennes parcelles agricoles et de fermes, de hangars liés à une exploitation agricole. Certaines constructions anciennes de type manoirs, châteaux avec leurs domaines participent également à la diversité du paysage de cette "campagne".

Du PLUi au RLPi :

Cette analyse des grandes ambiances urbaines du territoire, à partir de grandes familles morphologiques du bâti de la métropole, démontre la diversité et la sensibilité des paysages du quotidien. Ces ambiances urbaines sont à regrouper au **sein de 3 grandes ambiances paysagères : centres-villes et centres-bourgs, secteurs résidentiels et de zones d'activités**.



1.2 Les protections paysagères et patrimoniales existantes

Le patrimoine paysager et naturel

Sur le territoire métropolitain, plusieurs sites naturels paysagers font l'objet d'une protection d'échelle nationale, en tant que sites classés. Ils s'étendent sur 4 communes pour une surface totale de plus de 82 hectares. Il s'agit notamment des sites suivants :

- Le manoir de la Salle et son parc à Saint-Erblon ;
- Les parcs de Champagne, de la Chalotais et le domaine de Bourg-Chevreuil à Cesson-Sevigné ;
- Le château de Clayes-Palis et son parc sur les communes de Clayes et Saint-Gilles ;
- Le site du Boël dans le massif rocheux qui domine, sur la rive gauche de la Vilaine, le vieux moulin de Boël à Bruz.

Les inventaires de biodiversité de la métropole identifient 6 % du territoire à enjeu pour la préservation des milieux naturels, incluant l'ensemble des inventaires et mesures de protection, depuis les franges du seul site Natura 2000 lié à la forêt de Rennes, en passant par les inventaires régionaux des 25 Zones naturelles d'intérêt faunistique et floristique (ZNIEFF), les 9 sites Espaces naturel sensibles (ENS) du Département et les inventaires locaux des milieux naturels d'intérêt écologique (MNIE) qui identifient plus de 300 sites.

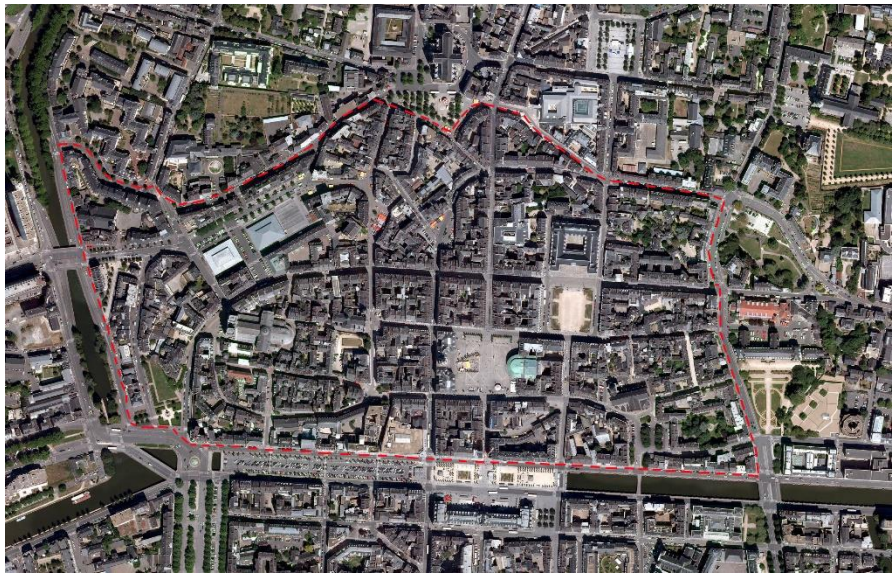
En outre, le plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) protège des boisements et le bocage par des outils de protection spécifiques (Espace Boisé Classé, Espace d'intérêt paysager et écologique, …) et des zonages adaptés (zone naturelle, naturelle protégée, …).

Le patrimoine bâti

Les sites patrimoniaux remarquables (SPR)

Territoire au riche passé, Rennes et son agglomération sont caractérisées par un important patrimoine et de nombreux monuments et sites protégés. Deux sites de grandes qualités patrimoniales sont à souligner :

- Le centre historique de Rennes est caractérisé par un secteur protégé au titre des Sites Patrimoniaux Remarquables, d'une superficie de 35 hectares couverts par un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV). Il couvre plus de la moitié des 60 hectares du centre ancien réparti entre la « ville haute » et la « ville basse » de part et d'autre de la Vilaine canalisée ;



Périmètre du site patrimonial remarquable de Rennes

- La cité de Bécherel protégée au titre des Sites Patrimoniaux Remarquables sur l'ensemble du périmètre communal, se situe sur un promontoire rocheux qui surplombe la vallée du Romoulin au sud, et la vallée de la Rance au nord. Ses 54 hectares sont couverts par une Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP).

Vue sur le site patrimonial remarquable de Bécherel

Les monuments historiques

La ville de Rennes comprend la majorité des monuments historiques sur le territoire de la métropole avec 92 édifices classés ou inscrits concentrés principalement sur le secteur du centre historique et ses abords, et quelques-uns en quartiers péricentraux (église Sainte-Thérèse, école d'agronomie et poste d'aiguillage de la gare centrale).

Sur le territoire métropolitain hors Rennes, les monuments historiques concernent 25 communes avec 41 édifices dont 29 classés et 12 inscrits. Il s'agit principalement :

- de patrimoine religieux avec l'abbaye Notre-Dame-du-Nid-au-Merle à Saint-Sulpice-la-Forêt, des églises historiques telles que l'église Saint-Melaine à Pacé (XIVe-XVe) ou emblématiques telles que l'église d'Arthur Regnault à Corps-Nuds (XIXe), mais aussi de nombreuses croix de cimetières à Saint-Gilles (XIIIe) Bourgbarré et Saint-Grégoire (XVe), Saint-Erblon, Le Rheu, Pacé (XVIe)…
- d'anciens manoirs tels que le manoir du Bobéril à L'Hermitage, le manoir de Saint-Armel à Bruz ou de Mouillemuse à Noyal-Châtillon-Sur-Seiche, de châteaux du XVIIe tels que le château de la Perronay à Romillé, de Beauvais à Gévezé ou La Glestière à Pacé, de château parlementaire du XVIIIe avec le château de la Salette-de-Cucé à Cesson-Sevigné ou encore de château XIXe tel que le château de la Haichois à Mordelles ou le château des Onglées à Acigné ;
- il s'agit également de vestige mégalithique avec les roches du Diable à Miniac-sous-Bécherel, de ponts à Pacé et Pont-Réan et de patrimoine industriel avec la cité minière à Pont Péan et les fours à chaux de Lormandière à Chartres-de-Bretagne ;
- enfin, récemment le château de la Sillandais du XVIIe siècle sur la commune de Chavagne.

Les sites classés ou inscrits

En outre, deux espaces urbains remarquables sont protégés au titre des sites classés ou inscrits sur la commune de Rennes :

- la rue du Chapitre protégée au titre des sites classés et inscrits (façades, y compris les perrons et toitures des immeubles classés, et sol de la rue inscrit), d'une surface de 2 hectares ;
- la propriété bâtie au 6-8, rue Saint-Martin avec son parc à Rennes protégée au titre des sites classés sur une surface de 2 hectares.

Les abords des monuments historiques (périmètres des 500 mètres ou périmètres délimités des abords)

Pour la ville de Rennes, les périmètres de 500 m aux abords des monuments historiques forment un ensemble compact couvrant la quasi-totalité du centre historique avec une superficie de 363 hectares. Les secteurs péricentraux concernés par des monuments historiques sont, quant à eux, couverts par 3 périmètres délimités des abords adaptés au contexte urbain et patrimonial.

Pour les autres communes, sur les 41 monuments historiques, 28 d'entre eux font l'objet d'un périmètre délimité des abords, les 13 autres génèrent un périmètre d'abords de 500 mètres.

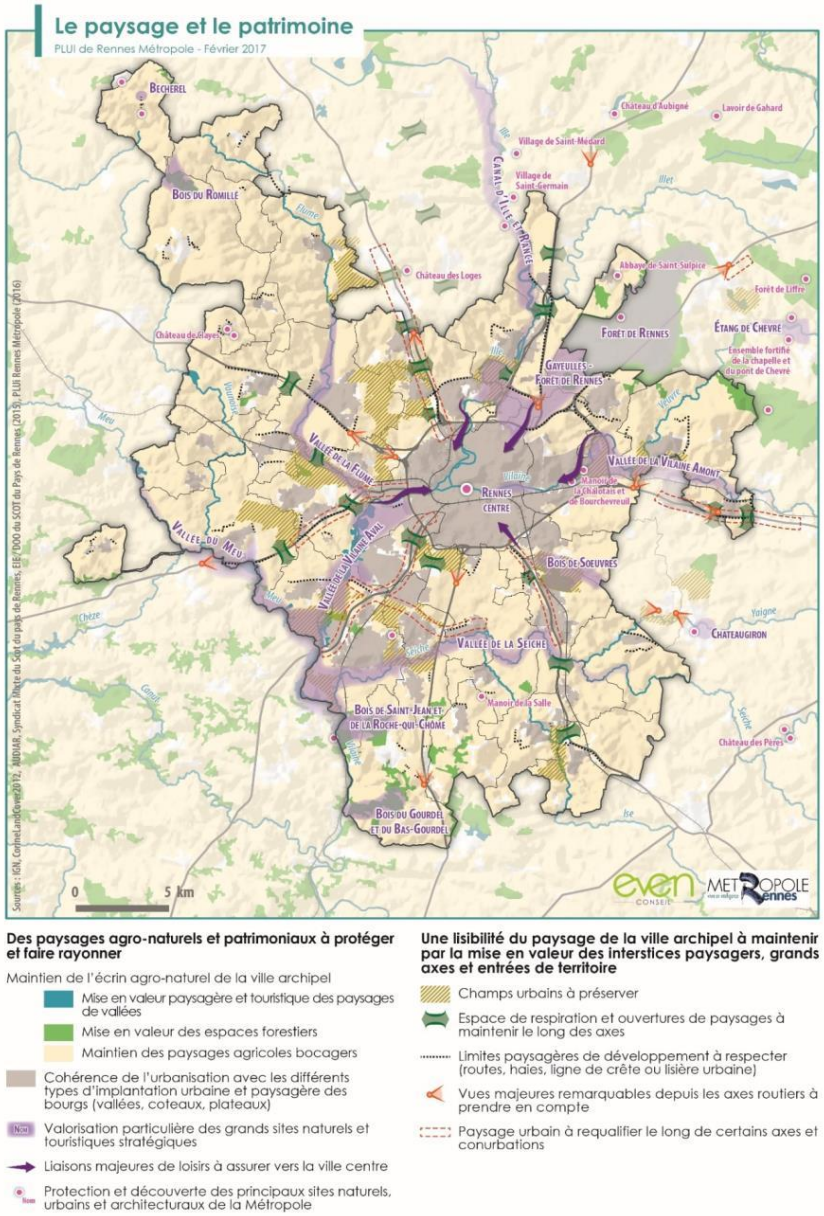
Par ailleurs, plusieurs communes sont concernées par des abords de monuments historiques situés sur des communes hors Rennes Métropole. C'est le cas notamment pour la commune de Mordelles avec le château de la Haute-Forêt à Bréal-sous-Montfort dont le périmètre s'étire jusqu'à son centre-bourg.

Le patrimoine bâti d'intérêt local

En outre, le plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) protège également le patrimoine bâti local, dont l'inventaire a permis d'identifier plus de 12 000 édifices sur tout le territoire métropolitain, recensés comme PBIL (Patrimoine Bâti d'Intérêt Local).

Du PLUi au RLPi :

Cet inventaire de l'ensemble des éléments patrimoniaux présents sur le territoire et protégés à différents niveaux, permet de doubler l'approche par grandes ambiances paysagères par une approche patrimoniale des paysages, notamment en secteurs urbains.



2. Réglementations applicables au territoire en matière de publicités, préenseignes et enseignes

2.1 Le champ d'application du droit de l'affichage extérieur

Le droit de l'affichage extérieur repose sur des prescriptions relatives aux publicités, enseignes et préenseignes, codifiées aux articles L581-1 et suivants ainsi qu'aux articles R581-1 et suivants du Code de l'Environnement. Ces dispositions sont notamment issues de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et du décret du 30 janvier 2012 portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des préenseignes entré en vigueur le 1er juillet 2012.

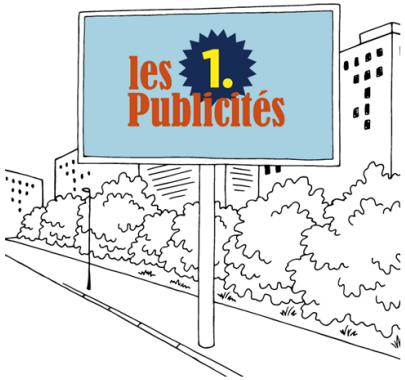
La réforme résultant de la loi Grenelle II a modifié profondément le régime en vigueur en restreignant de nombreuses possibilités admises antérieurement (diminution des surfaces maximales, nouvelles règles de densité, et sur la publicité lumineuse, limitation des enseignes…), et en organisant de nouvelles possibilités d'installation publicitaire (bâches, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage…).

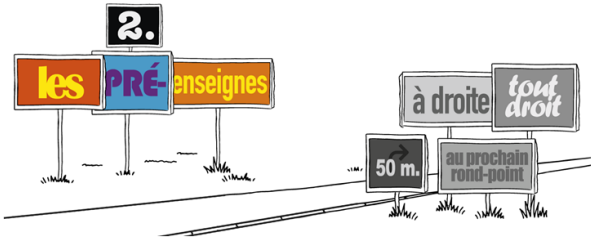
La règlementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes a pour objectif d'encadrer les dispositifs en tant que supports visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, et non le contenu des messages diffusés, afin d'assurer la protection du cadre de vie et des paysages.

Les publicités, enseignes et préenseignes peuvent respecter d'autres législations ou réglementations susceptibles de restreindre les possibilités d'installation de ces dispositifs, et notamment celles relatives à la sécurité routière (art. R. 418-2 à R. 418-7 du code de la route) et à l'occupation domaniale (art. L. 113-2 du code de la voirie routière, art. L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques), qu'il s'agisse des autorisations requises ou des règles d'accessibilité aux personnes handicapées ou à mobilité réduite (loi n° 2005-102 du 11 février 2005).

Le règlement national de publicité (RNP) encadre 3 types de dispositifs d'affichage extérieur que sont les publicités, les préenseignes et les enseignes, en réglementant les possibilités d'installation des supports et leurs formats, mais pas le contenu du message affiché. Il est à noter que les publicités et préenseignes sont soumises au même régime juridique, lorsqu'elles se situent en agglomération.

« Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités »
Art. L. 581.3 du code de l'environnement





« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée »
Art. L. 581.3 du code de l'environnement

« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble* et relative à une activité qui s'y exerce » -
Art. L. 581.3 du code de l'environnement

Immeuble :
Terme désignant, au sens du code civil, le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.

2.2 La réglementation nationale applicable au territoire métropolitain en matière de publicités, préenseignes et enseignes

Les éléments détaillés ci-dessous constituent une synthèse de la réglementation nationale applicable en matière de publicités, de préenseignes et d'enseignes, complétés en annexes par des tableaux récapitulatifs et exhaustifs par type de dispositifs.

Règlementation nationale applicable en matière de publicité et préenseignes

L'interdiction générale de publicité en dehors des agglomérations

Le 1er principe de la réglementation nationale vise à interdire la publicité en dehors des parties agglomérées (art. L.581-7 du Code de l'Environnement), avec plusieurs exceptions qui concernent le régime spécifique des "préenseignes dérogatoires" situées hors agglomération, le régime de la publicité dans l'emprise des gares (ferroviaires ou routières) ou des aéroports hors agglomération, et la possibilité de délimiter des périmètres de publicité admise dans les zones commerciales exclusives de toutes habitations et non agglomérées dans le cadre d'un RLP.

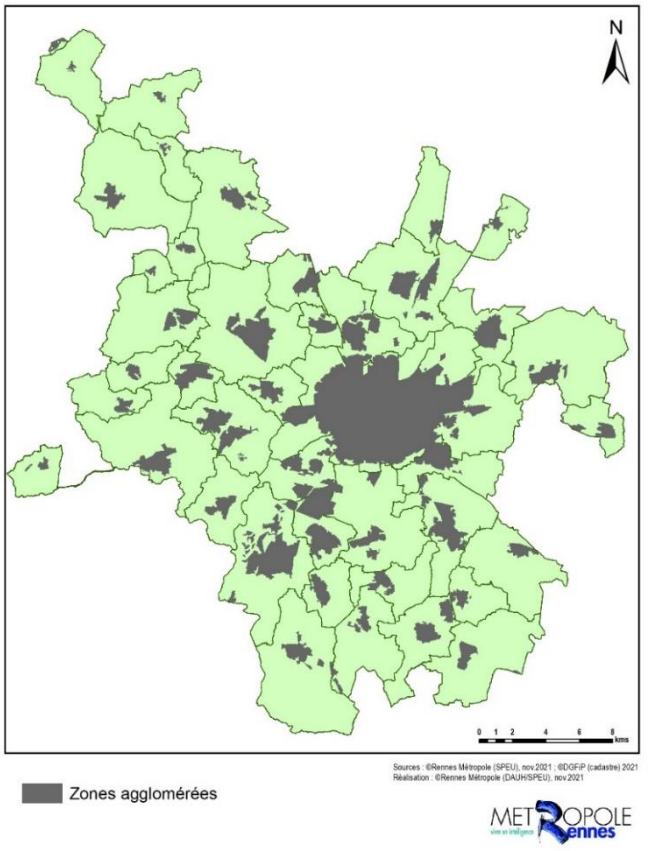
L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du code de la route comme étant un « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ».

Les contours des agglomérations du territoire métropolitain ont été définis en se basant sur la notion de réalité physique de l'agglomération, et notamment la présence effective d'immeubles bâtis rapprochés, et non sur sa notion formelle, liée à l'implantation des panneaux d'entrées et de sorties d'agglomération. La délimitation des zones agglomérées résulte du croisement de plusieurs critères : la densité et la structuration du bâti autour d'une voie, la réalité bâtie, l'interdistance et la continuité entre les bâtiments et l'ambiance agglomérée depuis la voie. Ces parties agglomérées représentent aujourd'hui pratiquement 20% du territoire métropolitain.

Le régime spécifique des "préenseignes dérogatoires" admises hors agglomération

Une exception au principe d'interdiction générale de publicité en dehors des agglomérations concerne le régime des préenseignes dérogatoires dont la liste des activités pouvant s'y signaler est limitative, et dont le format, le nombre, et la distance sont encadrés. Les activités qui peuvent être signalées par les préenseignes dérogatoires sont : celles qui sont en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles ; les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ; et à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles.

CARTE DES ZONES AGGLOMEREES



L'interdiction de publicité dans les lieux protégés d'un point de vue patrimonial et paysager

Le 2ème principe de la réglementation nationale, vise à interdire la publicité dans les lieux patrimoniaux et paysagers protégés :

Selon l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement, **des interdictions dites "absolues"** en et hors agglomération, sur les arbres, sur les monuments historiques, dans les sites classés et sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque sur lesquels le maire a pris un arrêté. Sur le territoire métropolitain sont recensés :

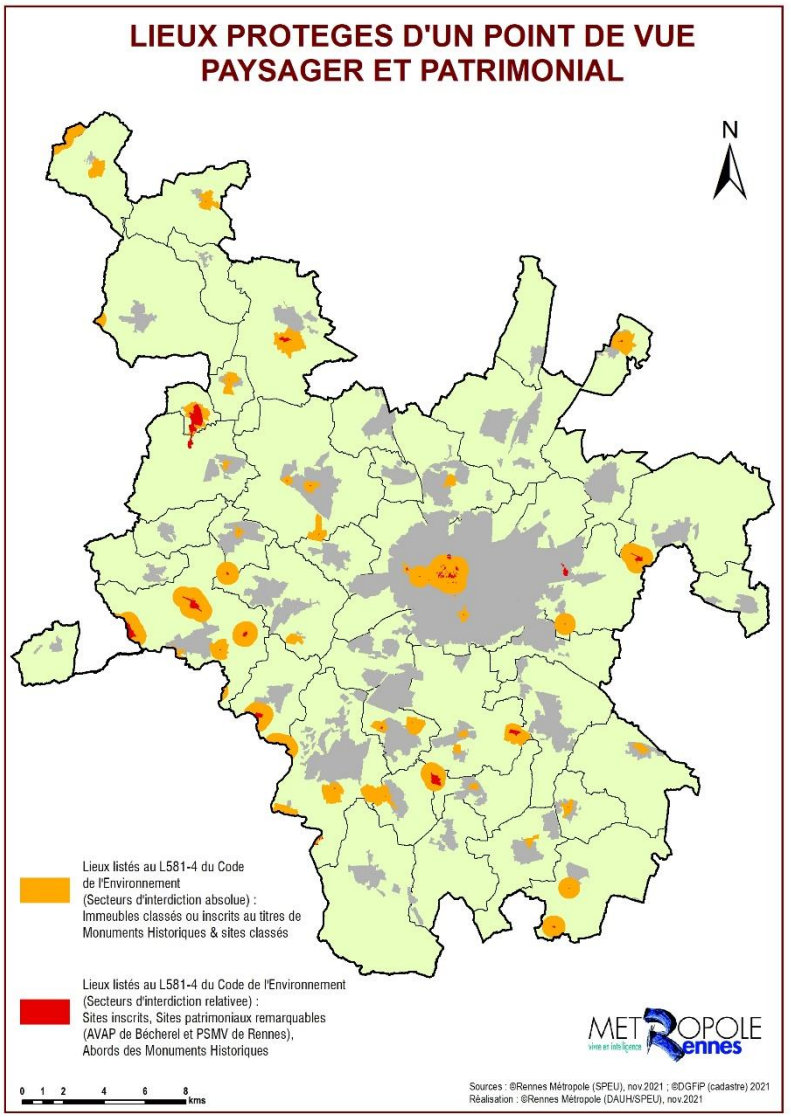
- 133 monuments historiques ;
- 8 sites classés.

Selon le paragraphe I de l'art. L581-8 du Code de l'Environnement, **des interdictions dites "relatives"** en agglomération, aux abords des monuments historiques, dans les sites patrimoniaux remarquables, dans les sites inscrits et aux abords des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque pour lesquels le maire a pris un arrêté, situés en zones agglomérées. Sur le territoire métropolitain sont recensés :

- 102 abords de 500 mètres autour de monuments historiques ;
- 31 périmètres délimités des abords des monuments historiques ;
- 2 sites patrimoniaux remarquables et notamment la cité de Bécherel et le centre historique de Rennes ;
- 1 site inscrit.

Les autres interdictions générales de publicité

La publicité est également interdite sur de multiples supports : plantations, poteaux de transports et de distribution électrique, poteaux de télécommunication, installations d'éclairage public, équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale ou aérienne, murs de bâtiments non aveugles, clôtures non aveugles, murs de cimetières et de jardins publics (art. R. 581-22 du Code de l'Environnement). La publicité scellée au sol, y compris sur mobilier urbain scellé au sol, est quant à elle interdite dans les zones naturelles (zones N) et les espaces boisés classés (EBC) identifiés au Plan Local d'Urbanisme.



Des règles nationales en fonction de la population des agglomérations et de l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Le 3ème principe de la réglementation nationale vise à définir des règles différentes en fonction de la population des agglomérations et d'une unité urbaine.

La population par communes et par unité urbaine

Aujourd'hui le territoire métropolitain compte[1] 7 communes de plus de 10 000 habitants et 36 communes de moins de 10 000 habitants. Sur les 43 communes, 15 appartiennent à l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants de Rennes.

Communes de + de 10 000 habitants	Nombre population municipale 2019
Rennes	220 488
Bruz	18 905
Cesson-Sévigné	17 082
Saint-Jacques-de-la-Lande	13 948
Betton	12 265
Pacé	11 860
Chantepie	10 278

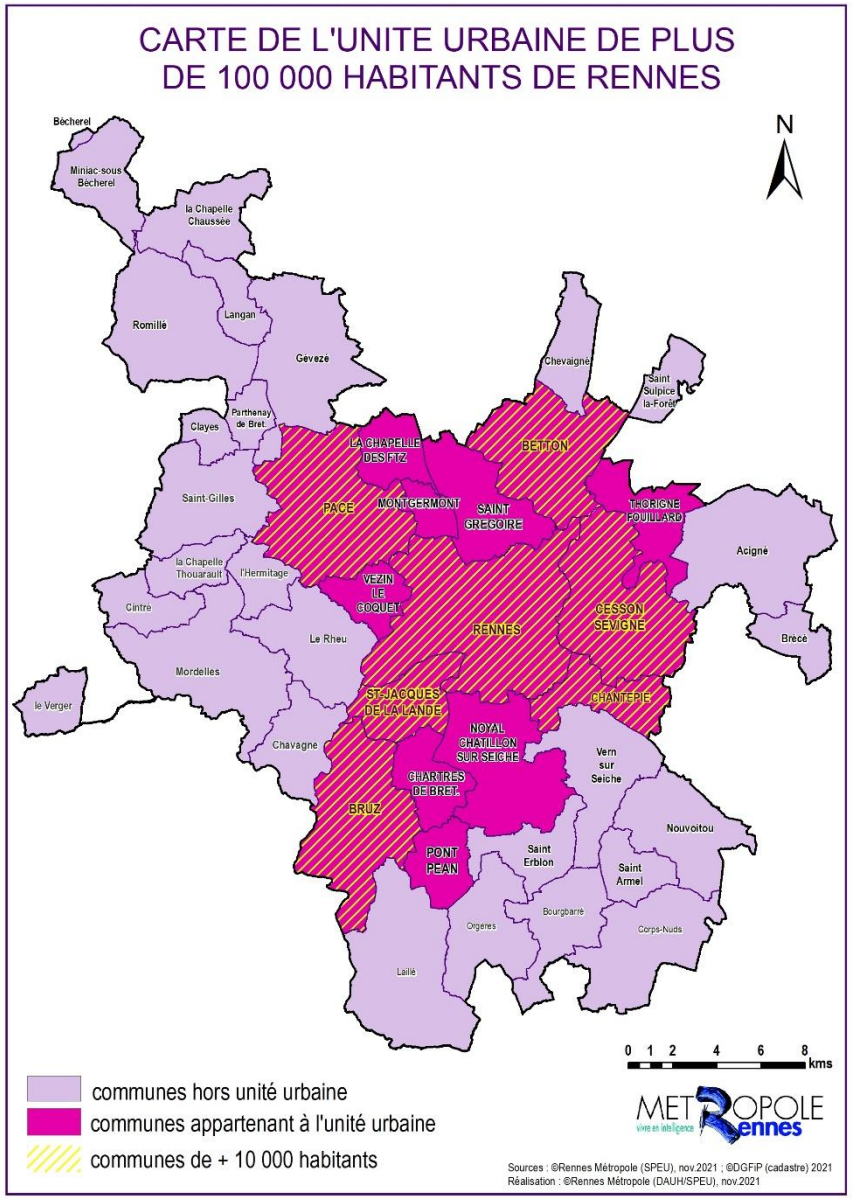
Communes de - de 10 000 habitants	Nombre population municipale 2019
Saint-Grégoire	9 890
Le Rheu	8 932
Thorigné-Fouillard	8 875
Vern-sur-Seiche	8 169
Chartres-de-Bretagne	8 157
Mordelles	7 338
Noyal-Châtillon-sur-Seiche	7 003
Acigné	6 834
Vezin-le-Coquet	6 114
Gévezé	5 521
Saint-Gilles	5 178
Orgères	5 152
Laillé	5 116
La Chapelle-des-Fougeretz	4 682
L'Hermitage	4 629
Bourgbarré	4 515
Pont-Péan	4 413
Chavagne	4 268
Romillé	4 032
Montgermont	3 515
Corps-Nuds	3 434
Saint-Erblon	3 311
Nouvoitou	3 281
Cintré	2 410
Chevaigné	2 325
La Chapelle-Thouarault	2 219
Brécé	2 059
Saint-Armel	2 206
Parthenay-de-Bretagne	1 780
Le Verger	1 436
Saint-Sulpice-la-Forêt	1 382
La Chapelle-Chaussée	1 295
Langan	1 031
Clayes	908
Miniac-sous-Bécherel	792
Bécherel	688

En unité urbaine	Hors unité urbaine

Aujourd'hui une partie du territoire métropolitain est couverte par l'unité urbaine de Rennes, comptant plus de 100 000 habitants, définie par l'INSEE[2]. Selon l'INSEE, la notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. Les unités urbaines sont établies en France métropolitaine et dans les DOM d'après la définition suivante : une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

[1] Selon les sources de l'INSEE : chiffres population municipale, sur la base des populations légales 2019

[2] Sur la base du zonage des unités urbaines de 2020, établi en référence à la population connue au recensement de 2017 et sur la géographie administrative du territoire au 1er janvier 2020

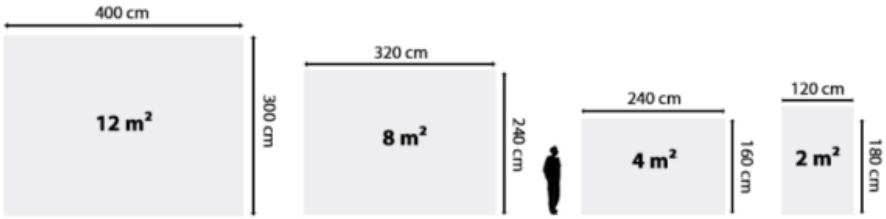


Des dispositions différentes en fonction de l'appartenance à l'unité urbaine

La réglementation nationale de la publicité se base sur la notion d'unité urbaine pour définir les dispositions applicables aux dispositifs de publicité et de préenseignes : elles sont différentes en fonction de l'appartenance ou non des agglomérations à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Sur le territoire métropolitain, 15 communes sont soumises aux règles applicables aux agglomérations situées dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, et 28 communes sont soumises aux règles applicables aux agglomérations situées hors unité urbaine.

TYPES DE DISPOSITIFS	Communes situées dans l'Unité Urbaine (*)		Communes situées en dehors de l'Unité Urbaine (*)	
sur façade ou clôture aveugle ou comportant des ouvertures de moins de 0,50m²	Autorisés avec : - surface < 12 m² - hauteur < 7,50 m	Règle de densité : -2 dispositifs / mur ou 1 scellé au sol dès les 1er 40 mètres	Autorisés avec : - surface < 4 m² - hauteur < 6 m	Règle de densité : 2 dispositifs / mur
scellés au sol	Autorisés avec : - surface < 12 m² - hauteur < 6 m	-2 dispositifs / mur ou 2 scellés au sol entre 40 et 80 mètres	Interdits	
mobilier urbain d'information	Autorisés avec une surface < 12m²		Autorisés avec une surface < 2m²	
dispositifs numériques *(hors mobilier urbain)*	Autorisés avec : - surface < 8m² - hauteur< 6m		Interdits	



Des dispositions différentes en fonction du nombre d'habitants par agglomérations

La réglementation nationale de la publicité se base également sur la notion du nombre d'habitants par agglomérations pour définir les dispositions applicables à certains dispositifs de publicité et préenseignes : elles sont différentes en fonction du seuil des 10 000 habitants.

Sur le territoire métropolitain, 7 communes sont soumises aux règles applicables aux agglomérations au-dessus des 10 000 habitants, et 36 communes sont soumises aux règles applicables aux agglomérations situées hors unité urbaine en dessous des 10 000 habitants.

TYPES DE DISPOSITIFS	Agglomérations > 10.000 habitants	Agglomérations < 10.000 habitants
Numérique sur mobilier urbain, bâches (chantier et permanentes), dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire	Autorisés	Interdites

Alors même que la réglementation nationale admet que les publicités et préenseignes numériques puissent être autorisées dans les agglomérations de l'unité urbaine de Rennes quelle que soit la population de ces agglomérations, le règlement national n'admet ces publicités ou préenseignes numériques exclusivement dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants lorsque ces publicités sont apposées sur mobilier urbain.

Les bâches publicitaires -qu'elles soient apposées temporairement sur des échafaudages pendant la durée des chantiers ou qu'elles soient apposées pour une durée maximale de 8 ans sur une façade aveugle- ne peuvent être autorisées qu'à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants. Sur les échafaudages de chantier, elles ne peuvent pas recouvrir plus de la moitié de la surface de la bâche (sauf dérogation lorsqu'il s'agit d'un chantier permettant d'obtenir le label « bâtiment basse consommation / rénovation »), tandis que sur façades aveugles, elles doivent respecter une hauteur minimale de 50 cm par rapport au sol et elles ne peuvent pas dépasser le niveau de l'égout du toit. Qu'elles soient de chantier ou permanentes, la saillie des bâches publicitaires par rapport au support ne peut excéder 50 cm par rapport à l'échafaudage ou à la façade. Elles ne peuvent pas être visibles d'une voie publique située hors agglomération. Les bâches autres que de chantier doivent respecter une interdistance minimale de 100 mètres.

Les publicités ou préenseignes de dimensions exceptionnelles ne peuvent être autorisées que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants : elles sont liées à une manifestation temporaire (elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de cette manifestation et doivent être retirées dans la semaine suivant sa fin) et ne peuvent pas être visibles d'une voie publique située hors agglomération. La surface unitaire d'éventuelles publicités ou préenseignes numériques de dimensions exceptionnelles est limitée à 50 m².

Des règles nationales identiques quelles que soient les agglomérations

Enfin, certaines règles nationales ne font aucune discrimination selon la taille des agglomérations ou l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. C'est notamment le cas pour :

- L'obligation de bon état d'entretien et de fonctionnement ;
- La saillie maximale par rapport aux supports des publicités ou préenseignes apposées à plat sur une façade ou une clôture aveugle (25 cm), leur hauteur minimale par rapport au sol (50 cm) ou l'interdiction de dépasser les limites du support et d'être installées en toiture ;
- Les règles de densité, définies selon la longueur de « façade sur rue » des unités foncières ;
- Les conditions d'installation de publicités ou préenseignes de moins de 1 m² sur les vitrines de devantures commerciales (surface cumulée limitée au 1/10 de la surface de la devanture, dans la limite de 2 m²).

Règlementation nationale applicable en matière d'enseignes

Le droit à l'enseigne

Le régime des enseignes se base sur le fait que chaque activité dispose « d'un droit à l'enseigne » : en conséquence, il n'existe pas d'interdiction d'enseignes. Elles sont autorisées sur l'ensemble du territoire (en agglomération comme en campagne), et sont encadrées par le Règlement National de Publicité (RNP).

Les règles par typologies d'enseignes

La réglementation nationale de publicité a défini des dispositions applicables par typologies d'enseignes : scellées au sol, sur toiture et sur façade, lumineuses. Les principales règles sont les suivantes :

LES ENSEIGNES EN FAÇADE

Dispositions du Règlement National des Enseignes

La surface cumulée des enseignes parallèles et perpendiculaires doit être inférieure à 25% de la surface de la façade commerciale (si façade commerciale < 50m²) ou à 15% lorsque la façade commerciale > 50m²

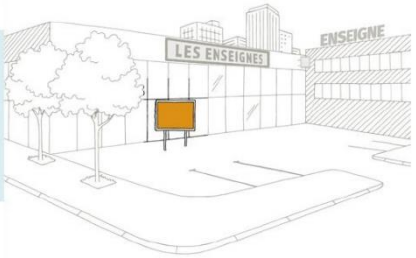
Enseigne parallèle

Dispositions du Règlement National des Enseignes

Les enseignes parallèles (en bandeau) doivent être apposées sans dépassement des limites du mur ni de l'égout du toit

Enseigne perpendiculaire

LES ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL



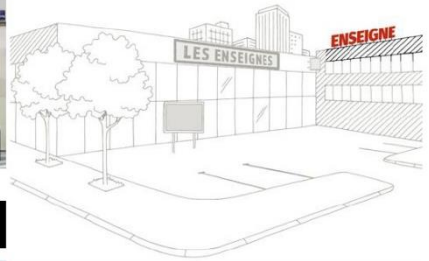
Dispositions du Règlement National des Enseignes

Une seule enseigne scellée au sol de plus d'1m² le long de chaque voie

Agglomérations > 10.000 habitants	Agglomérations < 10.000 habitants
surface < 12 m²	surface < 6 m²

multitude de totems, drapeaux, kakemonos, mâts...

LES ENSEIGNES EN TOITURE



Dispositions du Règlement National des Enseignes

Limitées à 60m² par établissement et doivent être en lettres ou de signes découpés

LES ENSEIGNES LUMINEUSES

Dispositions du Règlement National des Enseignes

Horaire d'extinction nocturne entre 1h et 6h
Extinction 1h après la fermeture de l'activité à partir de 00h
Allumage 1h avant le début de l'activité si elle commence avant 7h

2.3 La réglementation des 7 règlements locaux de publicité

Les RLP communaux existants sur le territoire métropolitain

7 communes de la Métropole se sont dotées d'un règlement local de publicité.

5 d'entre eux ont été approuvés bien avant la loi Grenelle 2 du 10 juillet 2010 qui a fortement remanié aussi bien la réglementation nationale désormais applicable que le régime des règlements locaux de publicité :

- Le Rheu, arrêté par le Maire le 24 mars 1989,
- Saint-Jacques de la Lande, arrêté par le Maire le 24 octobre 1994,
- Chartres-de-Bretagne, arrêté par le Maire le 3 novembre 1997,
- Saint-Grégoire, arrêté par le Maire le 4 novembre 1997,
- Rennes, arrêté par le Maire le 29 juillet 2009.

Les 2 règlements les plus récents, dont l'élaboration avait été engagée avant la loi Grenelle 2 mais avaient été approuvés dans l'année qui a suivi, ont pu bénéficier de mesures transitoires qui ne leur imposaient pas de se conformer au nouveau régime résultant de la loi Grenelle :

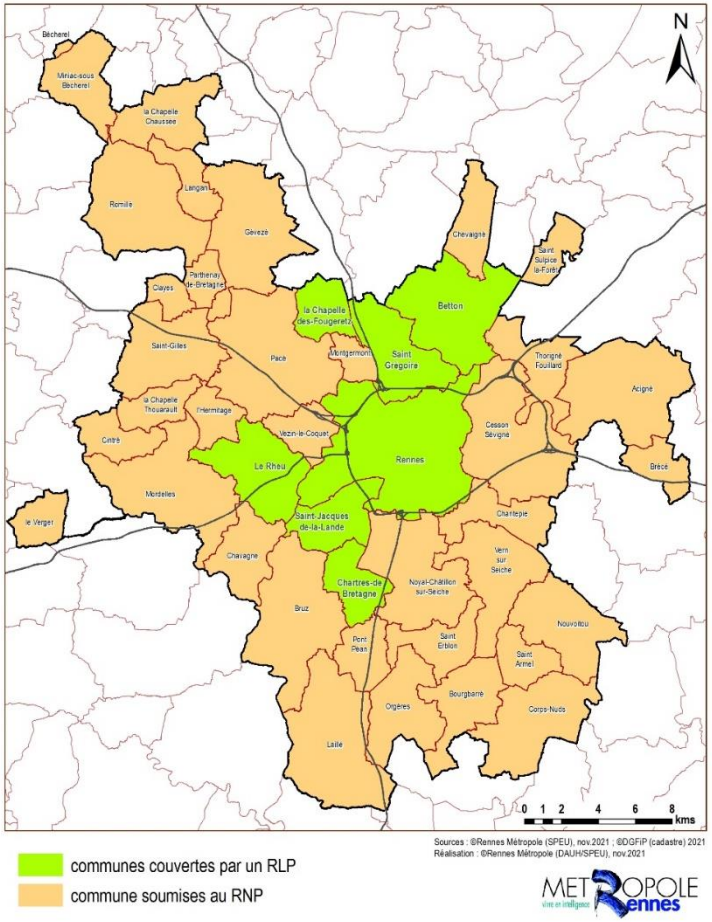
- La Chapelle des Fougeretz, arrêté par le Maire le 13 septembre 2010,
- Betton, arrêté par le Maire le 12 juillet 2011.

Les 5 règlements les plus anciens, ceux de Le Rheu, Saint-Jacques de la Lande, Chartres-de-Bretagne, Saint-Grégoire et Rennes comportent des dispositions devenues illégales au regard des règles résultant de la loi Grenelle 2.

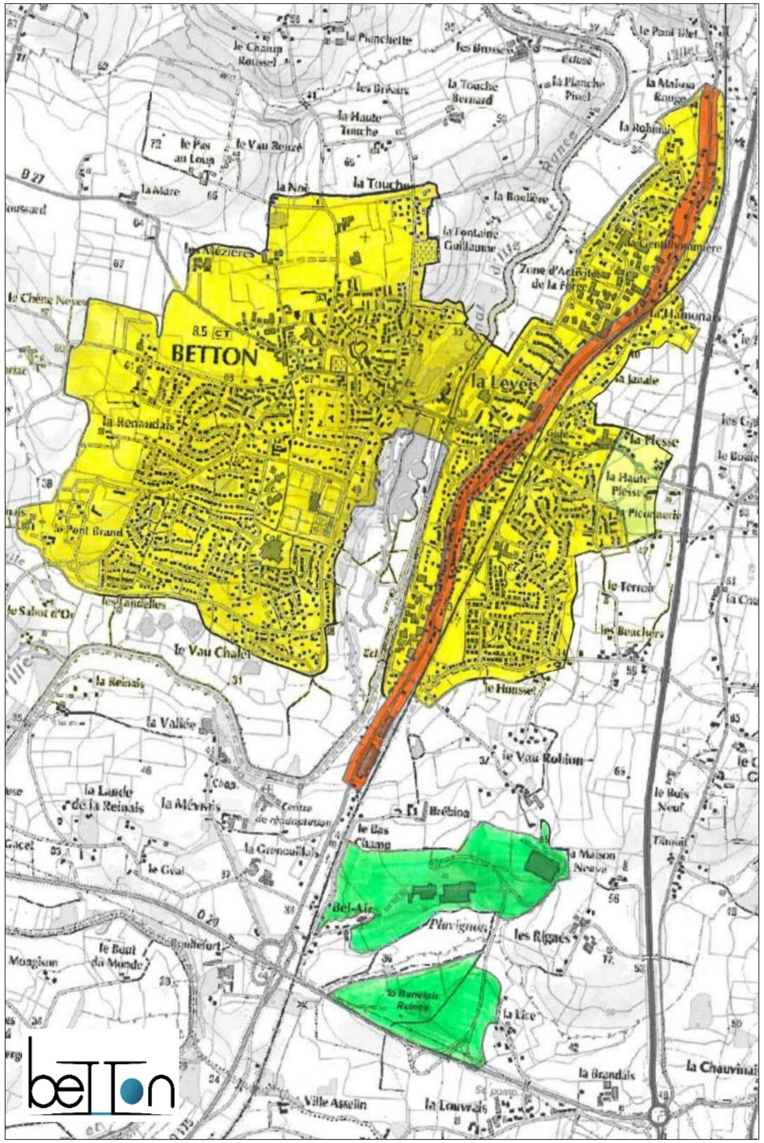
Si les règlements locaux de publicité de La Chapelle des Fougeretz et de Betton ont bénéficié du régime transitoire (approbation dans l'année suivant la publication de la loi Grenelle 2), leur contenu n'est donc pas conforme au régime résultant de cette loi et ils doivent être complétés et corrigés au regard du nouveau régime applicable.

Sur le territoire de ces 7 communes, chaque Maire est l'autorité de police compétente pour l'application du droit environnemental de la publicité et des enseignes.

L'ETAT DU DROIT LOCAL EN MATIERE DE REGLEMENTATION DE L'AFFICHAGE EXTERIEUR



Règlement local de publicité de Betton



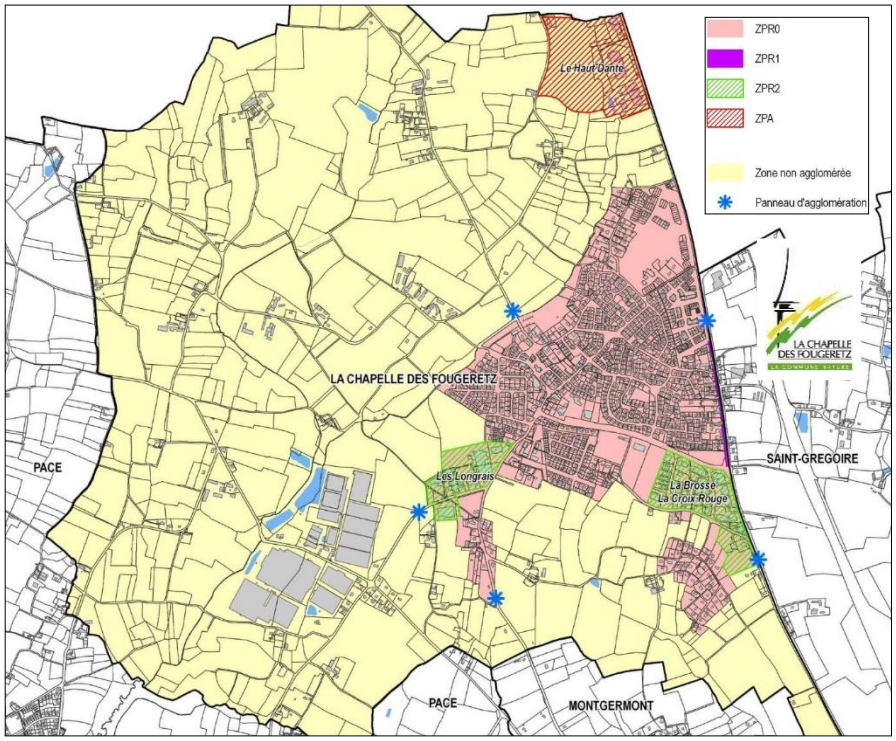
Ce règlement récent (adopté au bénéfice des dispositions transitoires de la loi Grenelle II), comporte 3 zones :

- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR1) couvre la quasi-totalité de l'agglomération (hors traversée par la RD 3175) et correspond à une zone d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain autorisé par la commune) … qu'un RLP ne peut plus légalement instituer.
- Les « extrémités » nord et sud de la zone de publicité restreinte 2 (ZPR2) couvrent des secteurs non-agglomérés dans lesquels le RLP ne peut admettre l'installation de dispositifs publicitaires.
- La zone de publicité autorisée (ZPA1) couvre les périmètres de zones d'aménagement concerté, dont une très faible partie est actuellement urbanisée. Le RLP ne peut plus désormais délimiter de ZPA ou des périmètres hors agglomération sur des secteurs encore agricoles ou naturels, même inclus dans le périmètre d'une ZAC. Seuls les abords immédiats d'établissements commerciaux permettent à un RLP d'admettre des possibilités d'installation publicitaire.

Les enseignes sont, pour l'ensemble de l'agglomération, fortement encadrées à une seule par établissement.

Il comprend également des règles différentes pour les publicités et préenseignes et règlemente les enseignes temporaires, ce qui n'est plus admis par la règlementation nationale.

Règlement local de publicité de La Chapelle-des-Fougeretz

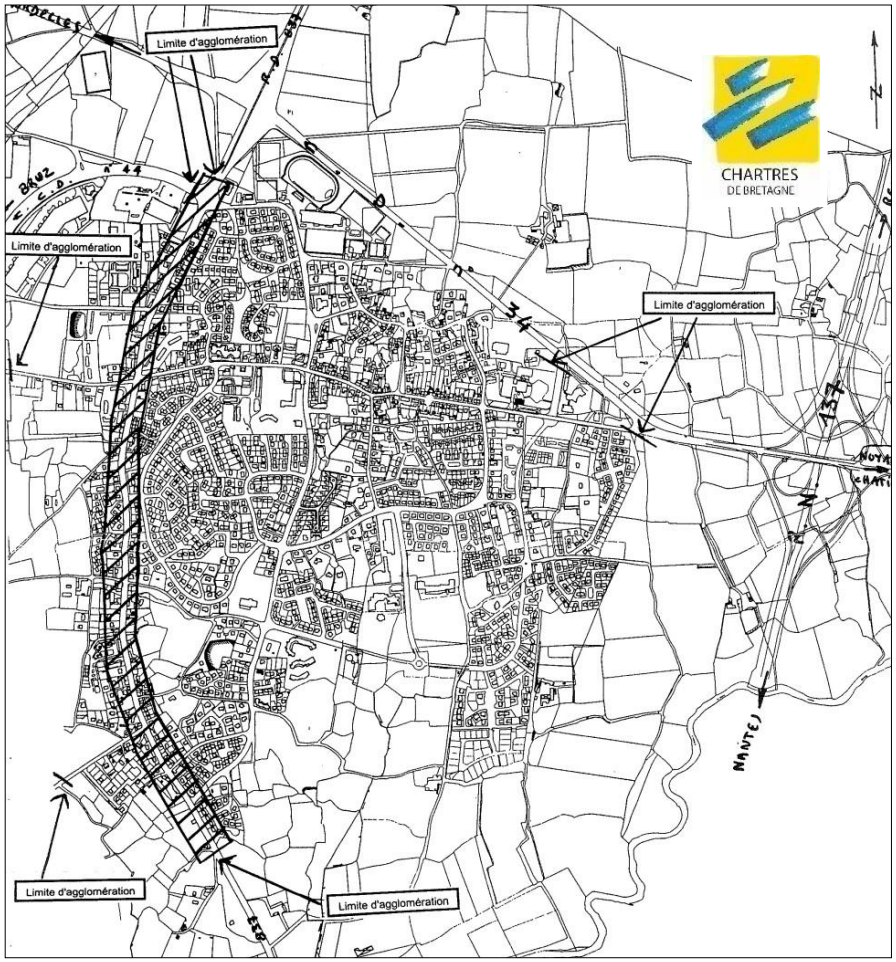


Ce règlement récent (adopté au bénéfice des dispositions transitoires de la loi Grenelle II), comporte 4 zones :

- La zone de publicité restreinte 0 (ZPR0) couvre la quasi-totalité de l'agglomération (hors traversée par la RD 637) et correspond à une zone d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain et préenseignes d'équipements collectifs) … qu'un RLP ne peut légalement instituer.
- Les zones de publicité restreinte 1 (ZPR1 et la ZPR2) qui concernent les abords de la RD 637 et les zones d'activités sud admettent la publicité murale de 8 m², ce qu'un RLP « post-Grenelle » ne peut plus admettre (maximum 4 m²).
- La zone de publicité autorisée (ZPA1) couvre des secteurs non encore bâtis : le RLP ne peut légalement délimiter de ZPA ou des périmètres hors agglomération sur des secteurs encore agricoles ou naturels, même inclus dans le périmètre d'une opération d'aménagement. Seuls les abords immédiats d'établissements commerciaux permettent à un RLP d'admettre des possibilités d'installation publicitaire.

Il comprend des restrictions importantes pour l'installation d'enseignes tant en ZPR0 et ZPR1 qu'en ZPR2 et ZPA. De même, les règles relatives au micro-affichage ne peuvent plus faire l'objet de règles locales.

Règlement local de publicité de Chartres-de-Bretagne

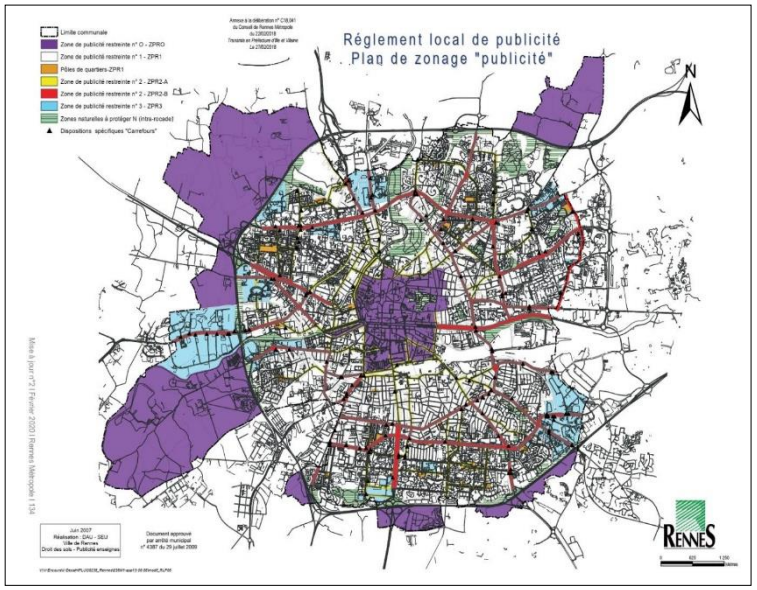


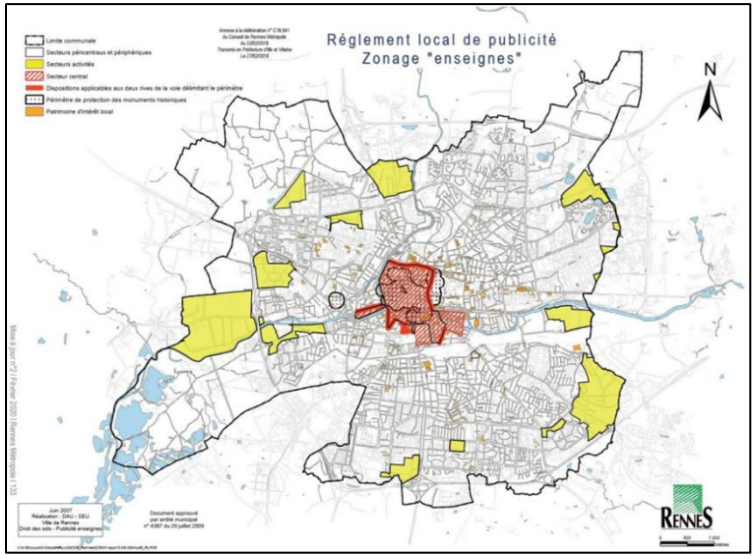
Ce règlement ancien, succinct, exprime certaines préoccupations étrangères à la protection de l'environnement et du cadre de vie qui ne peuvent relever d'un règlement local de publicité : matériaux, coloris, autorisations préalables, occupation domaniale…. Il comporte 2 zones :

- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR1) correspond à la traversée de l'agglomération par la RD 837 : les possibilités d'installation correspondent largement à la réglementation nationale.
- La zone de publicité restreinte 2 (ZPR2) couvre le reste de l'agglomération. Elle restreint les possibilités d'installation à celles des agglomérations de moins de 10 000 habitants (dispositifs muraux < 4 m²).

Les enseignes sont, pour l'ensemble de l'agglomération, fortement restreintes à une seule par établissement.

Règlement local de publicité de Rennes





Ce règlement extrêmement « méticuleux » dont les dispositions se renvoient souvent les unes aux autres, envisagent des règles, des cas particuliers, des exceptions, des exceptions aux exceptions.

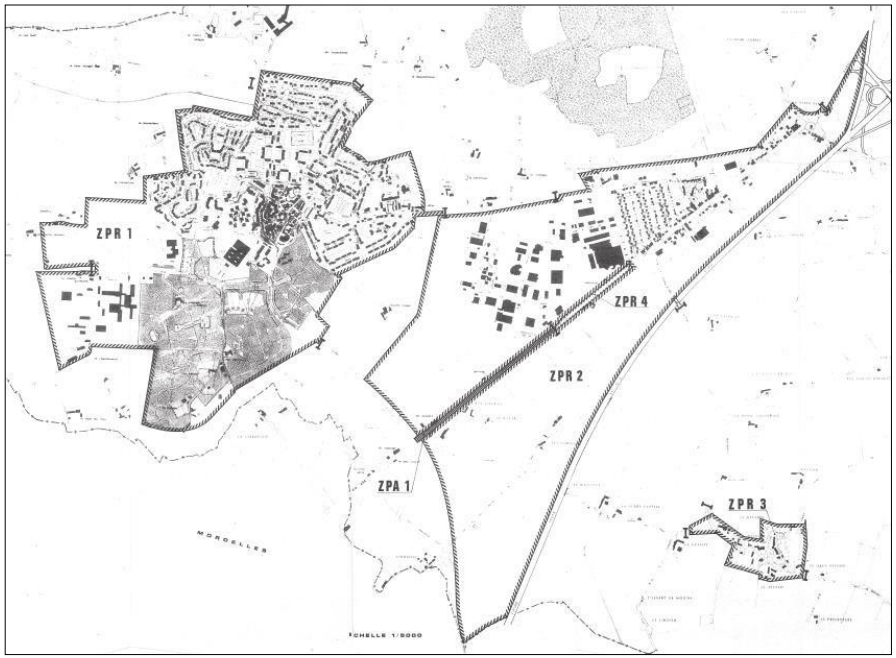
Il délimite deux zonages différents, l'un pour la publicité et les préenseignes, le second pour les enseignes (le second renvoyant néanmoins au premier pour certaines dispositions). Il prévoit aussi divers secteurs d'interdiction de publicité, avec, le cas échéant des dérogations.

Le zonage pour la publicité et les préenseignes est découpé en 5 zones :

- La zone de publicité restreinte 0 (ZPR0) qui correspond au centre-ville dont une grande partie est un secteur patrimonial et ses abords ainsi que les secteurs extérieurs à la rocade, interdit la publicité sauf pour les préenseignes. Cela correspond à une zone d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain autorisé par la commune) qu'un RLP ne peut plus légalement instituer ;
- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR1) couvre la majorité de la zone agglomérée qui se caractérise par des secteurs d'habitat homogène hors axes principaux de circulation. La publicité y est limitée ;
- La zone de publicité restreinte 2 (ZPR2) concerne les axes principaux (pénétration et contournement) ainsi que les voies structurantes de quartier. Deux sous-secteurs sont identifiés en fonction du positionnement des voies dans la ville, de leurs caractéristiques fonctionnelles, des types de tissus bâtis traversés. La principale différence réside dans la taille des panneaux ;
- La zone de publicité restreinte 3 (ZPR3) s'applique aux principales zones d'activités. Les règles y limitent la densité des dispositifs publicitaires et des enseignes ;
- Une zone de publicité élargie (ZPE) encadre les murs pignons listés dans le règlement ainsi que les bâches d'échafaudage et les annonces évènementielles. Il s'agit des murs pignons aveugles et sans qualité architecturale particulière, qui permettent, compte tenu de leurs dimensions, d'inscrire des dispositifs publicitaires (panneaux ou bâches) selon des implantations différentes de celles autorisées en bordure des axes. Sur ces murs, un aménagement publicitaire décoratif peut constituer une animation. En particulier, dans cette zone, la hauteur autorisée est supérieure à celle prévue dans les autres zones.

Il comprend également des règles différentes pour les publicités et préenseignes et règlemente les enseignes et préenseignes temporaires ce qui n'est plus admis par la règlementation nationale.

Règlement local de publicité de Le Rheu



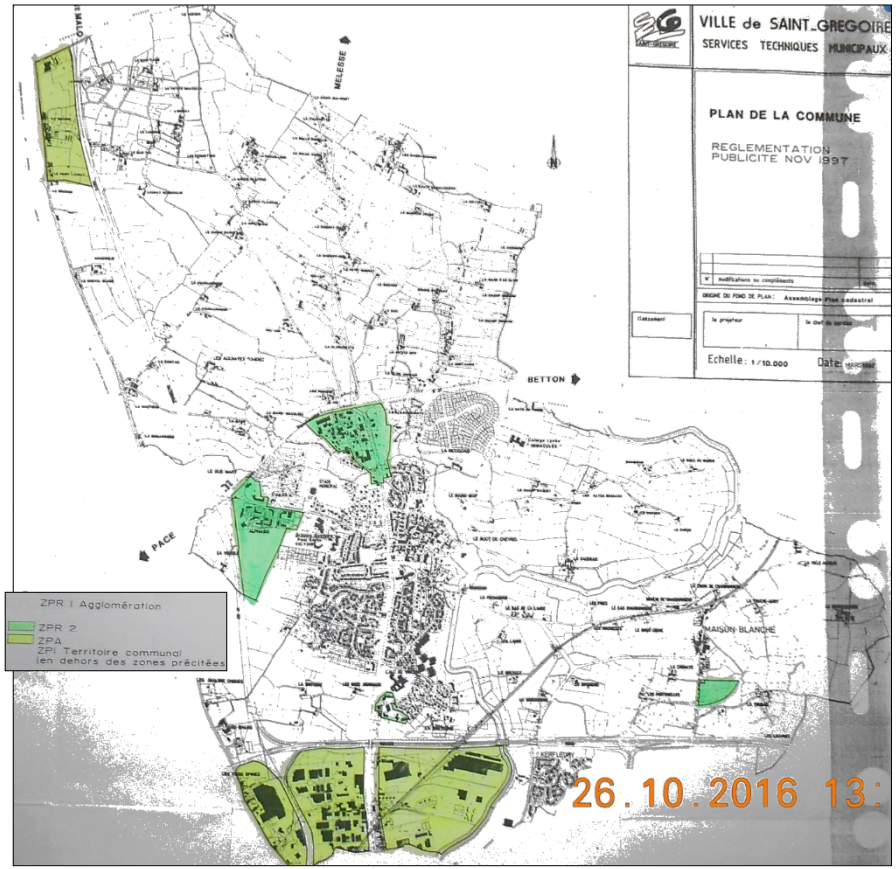
Ce règlement exprime essentiellement des interdictions générales (sauf mobilier urbain communal…).

Il comprend 6 zones :

- Les zones de publicité restreinte 1, 2 et 3 (ZPR1, ZPR2 et ZPR3) correspondent aux agglomérations du centre-bourg, des Landes d'Apigné et de Moigné. Toute publicité y est interdite et les préenseignes soumises à autorisation ;
- La zone de publicité restreinte 4 (ZPR4) correspond à l'emprise domaniale de la RD 224 : la publicité y est admise uniquement sur mobilier urbain communal et les préenseignes sont interdites ;
- La zone de publicité autorisée 1 (ZPA1) correspond à l'emprise domaniale de la RD 224 de la voie des Acquêts à l'entrée d'agglomération (hors agglomération) : la publicité y est admise uniquement sur mobilier urbain communal et les préenseignes sont interdites ;
- La zone de publicité autorisée 2 (ZPA2) correspond à l'ensemble du territoire communal hors agglomération et hors ZPA1 : la publicité y est interdite et les préenseignes sont autorisées sur mobilier urbain communal.

Un RLP ne peut plus légalement instituer les interdictions générales concernant ces zones.

Règlement local de publicité de Saint-Grégoire



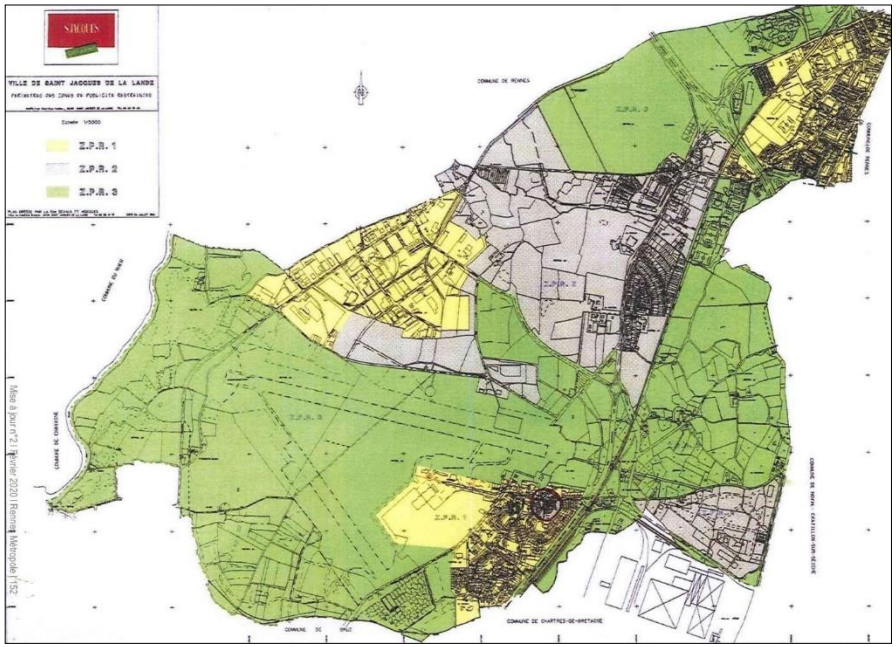
Ce règlement exprime essentiellement des interdictions générales (sauf mobilier urbain communal…).

Il comprend 4 zones :

- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR1) correspond à l'ensemble de l'agglomération à l'exception de 4 secteurs inscrits en ZPR2. La publicité et les pré enseignes y sont interdites, sauf sur mobilier urbain communal ; les publicités temporaires de promotion immobilière y sont soumises à information du maire, limitées en nombre et durée. Ces dispositions correspondent à une zone d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain autorisé par la commune) … qu'un RLP ne peut plus légalement instituer ;
- La zone de publicité restreinte 2 (ZPR2) concerne les secteurs de Pontey, Brocéliande, Alphasis, Brétèche ainsi que les futures zones d'activités. Les règles locales sont quasi-identiques à la ZPR1 sauf pour les chevalets qui sont tolérés en ZPR2 ;
- La zone de publicité autorisée (ZPA1) correspond à la ZI Nord et à La Brosse (y compris des secteurs non bâtis) : les publicités < 12 m² sont limitées en nombre, interdites aux abords des giratoires, autorisées pour les services publics. Les préenseignes y sont interdites sauf sur le mobilier urbain autorisé par la commune avec participation financière ; les publicités temporaires de promotion immobilière y sont soumises à information du maire, limitées en nombre et durée.

Une zone de publicité interdite est instituée sur le reste du territoire communal.

Règlement local de publicité de Saint-Jacques-de-la-Lande



Ce règlement comporte 3 zones :

- La zone de publicité restreinte 1 (ZPR1) correspond aux secteurs du Pigeon-blanc, Saint-Jacques aéroport et la ZI de la haie des Cognets ;
- La zone de publicité restreinte 2 (ZPR2) concerne les secteurs de la ZAC de la Morinais, Airlande, Mivoie et les abords de l'église Saint-Jacques/aéroport ;
- La zone de publicité restreinte 3 (ZPR3) couvre le reste du territoire communal hors ZPR1 et 2 (en ou hors agglomération).

Il n'exprime qu'une seule règle locale limitant le nombre de publicités en ZPR1 en fonction de la longueur de façade sur rue de la parcelle d'implantation et interdisant toute publicité (et préenseigne) sur le reste du territoire communal, à l'exception du mobilier urbain communal en ZPR1 et ZPR2.

Les dispositions des ZPR2 et ZPR3 visent à une zone d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain autorisé par la commune) qu'un RLP ne peut plus légalement instituer.

Points de convergence entre les RLP communaux existants

Les 7 règlements locaux présents sur le territoire métropolitain comprennent des zones d'interdiction générale de la publicité (hors mobilier urbain autorisé par la commune) qu'un RLP ne peut plus légalement instituer.

Ils comportent également souvent des règles différentes pour les publicités et préenseignes et/ou règlementent les enseignes et préenseignes temporaires, ou encore le micro-affichage, ce qui n'est plus admis par la règlementation nationale.

Mesures obsolètes qui ne peuvent être reconduites dans le RLPi

Des RLP communaux au RLPi :

Cette analyse des 7 RLP communaux met en évidence la nécessité de revoir leur contenu en raison de leur ancienneté car certaines dispositions ne répondent plus aux dispositions en vigueur du code de l'environnement introduites par la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010.

Le RLP intercommunal sera l'occasion de :

- Actualiser les limites des zones de publicité en fonction des évolutions de l'urbanisation,
- Supprimer les règles qui seraient désormais plus souples que les règles nationales comme cela était possible avant la loi Grenelle 2,
- Supprimer les dispositions des RLP communaux devenues "illégales" comme la couverture de secteurs non bâtis, les règles différentes pour les publicités et les préenseignes, les obligations procédurales différentes de celles prévues au code de l'environnement, …
- Fixer des règles par secteurs aux enjeux communs sur le territoire métropolitain et non par commune.

3. Etat des lieux de la présence des dispositifs d'affichage extérieur sur le territoire

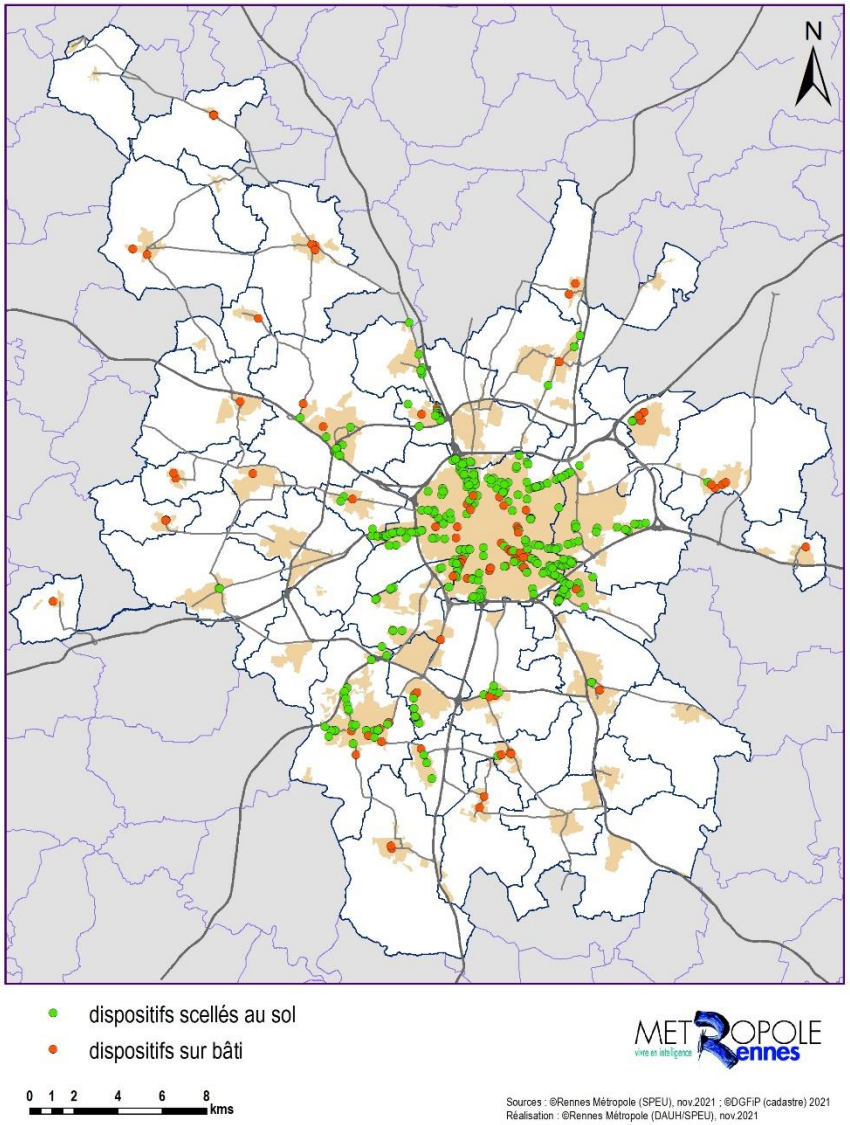
3.1 L'état des lieux des publicités et des préenseignes

Les typologies des publicités et des préenseignes recensées sur le territoire métropolitain

Plus de **500 dispositifs** de publicité et préenseignes ont été recensés sur domaine privé, gérés par divers afficheurs. **La majorité de ces dispositifs est scellée au sol, pour 80% d'entre eux, contre seulement 20% sur bâti.** Rarement en mono-face, hormis pour les dispositifs muraux en format papier, ces dispositifs publicitaires sont souvent à double face ou déroulants.

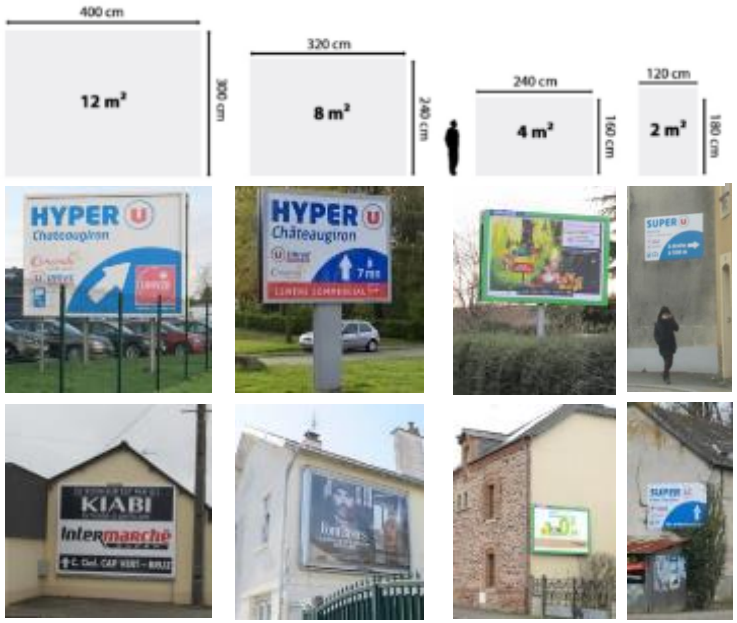
Les différentes implantations de publicités sur domaine privé : à gauche des publicités murales et à droite des publicités scellées au sol – source Rennes Métropole (DAUH/SPEU)

RECENSEMENT DES DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET PREENSEIGNES PAR TYPE D'IMPLANTATION



La majorité de ces dispositifs est de grand format standard, soit 80% : 37% d'une surface de 12 m² et 44 % d'une surface de 8 m². **Seul 20% des dispositifs sont de plus petit format :** 13 % d'une surface de 4 m² et 6 % de 2 m². Certains dispositifs, aux encadrements et aux pieds larges, dépassent les surfaces unitaires standards. Bien souvent seule l'affiche est au format standard.

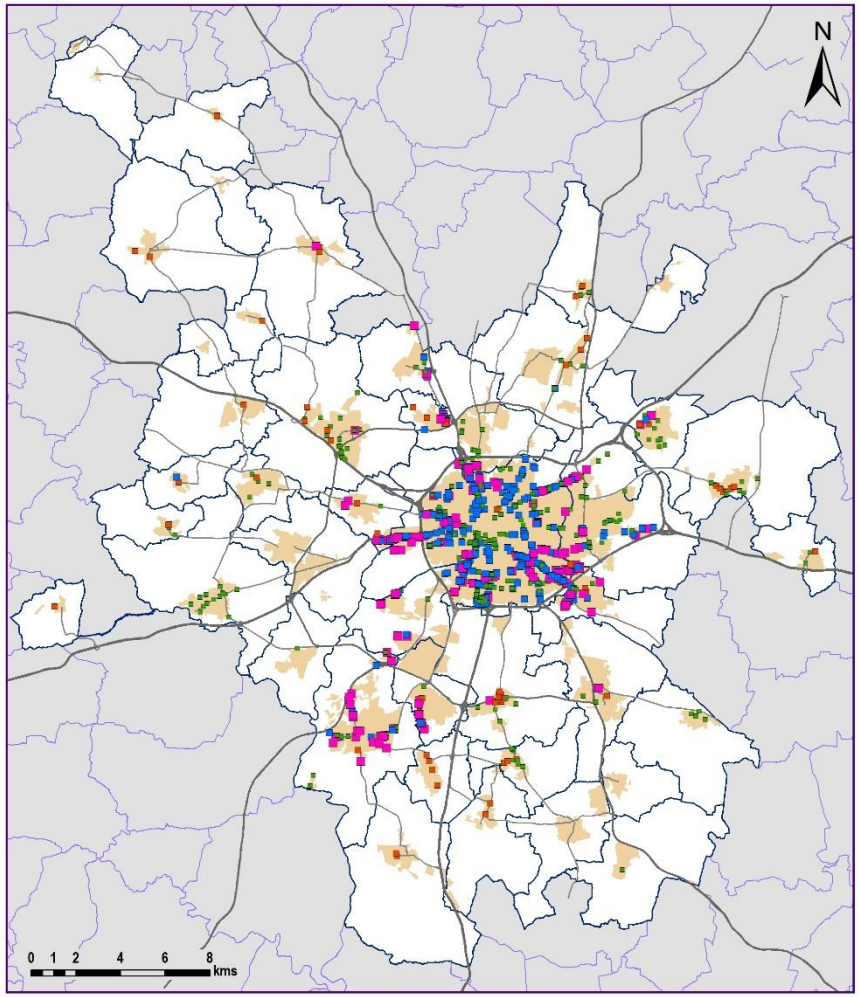
Des dispositifs de types préenseignes dérogatoires, de petits formats avec des informations directionnelles et temporelles sont également recensés sur l'ensemble du territoire, en agglomération comme en campagne.



Les formats standards de publicité de 12 à 2 m² – source Rennes Métropole (DAUH/SPEU)

Des petits formats de préenseignes – source Google maps

RECENSEMENT DES DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET PREENSEIGNES PAR FORMAT



Certaines activités disposent également de dispositifs publicitaires ou de préenseignes qu'elles installent de manière quotidienne sur l'espace public, soumis à autorisation d'occupation du domaine public auprès de l'autorité compétente. Il s'agit le plus souvent de dispositifs légers de types chevalets ou oriflammes installés sur les horaires d'ouvertures de l'activité concernée. Ces dispositifs sont qualifiés d'enseignes lorsqu'ils se situent sur le terrain d'assiette de l'activité à laquelle ils se rapportent.

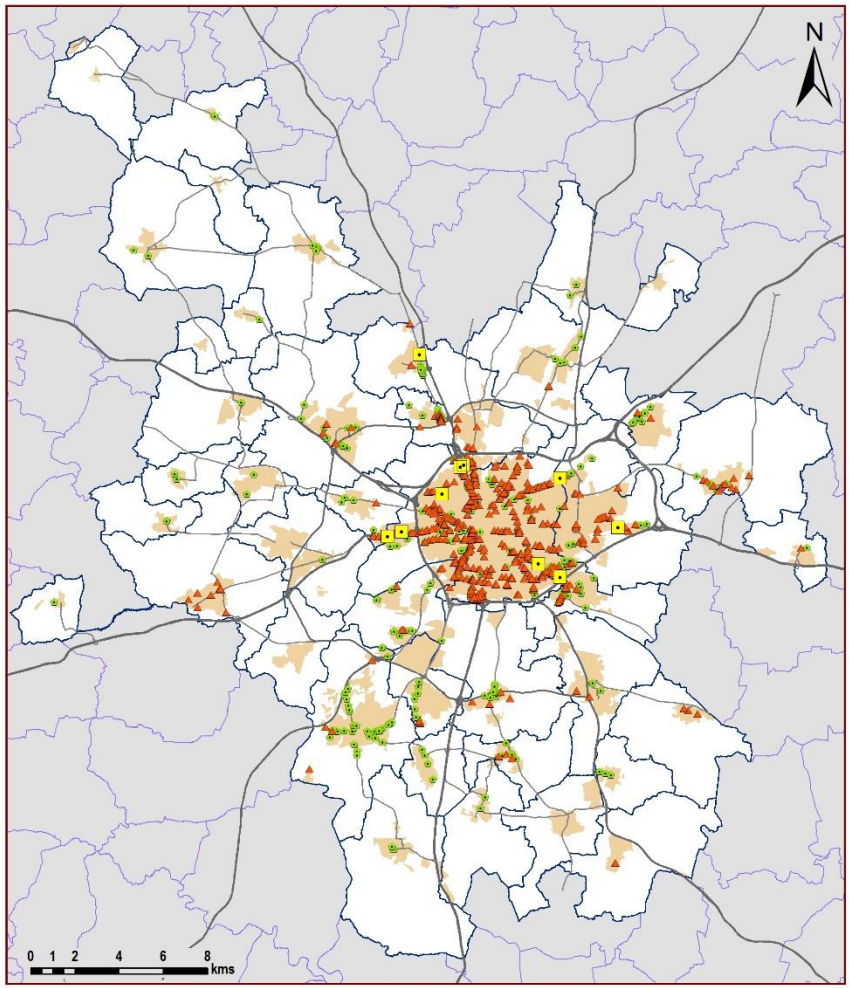
Exemples de préenseignes installées directement sur le sol : chevalets et oriflamme (à droite seulement) – source Rennes Métropole DAUH/SPEU et Google maps

50% des dispositifs recensés sont lumineux, et sont notamment éclairés par projection ou transparence. **Seule une dizaine** de panneaux sont numériques, et sont situés principalement sur les axes d'entrées de ville des communes du cœur de métropole.

Dispositifs publicitaires lumineux, à gauche éclairés par transparence, au milieu éclairés par projection, à droite numériques – source Rennes Métropole (DAUH/SPEU)

Dispositifs publicitaires non lumineux – source Rennes Métropole (DAUH/SPEU)

RECENSEMENT DES DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET PREENSEIGNES LUMINEUX



Les effets de concentration des dispositifs publicitaires

Les dispositifs publicitaires se concentrent majoritairement en bordure des axes structurants convergeant vers le cœur de métropole et drainant le plus de flux automobiles, et notamment :

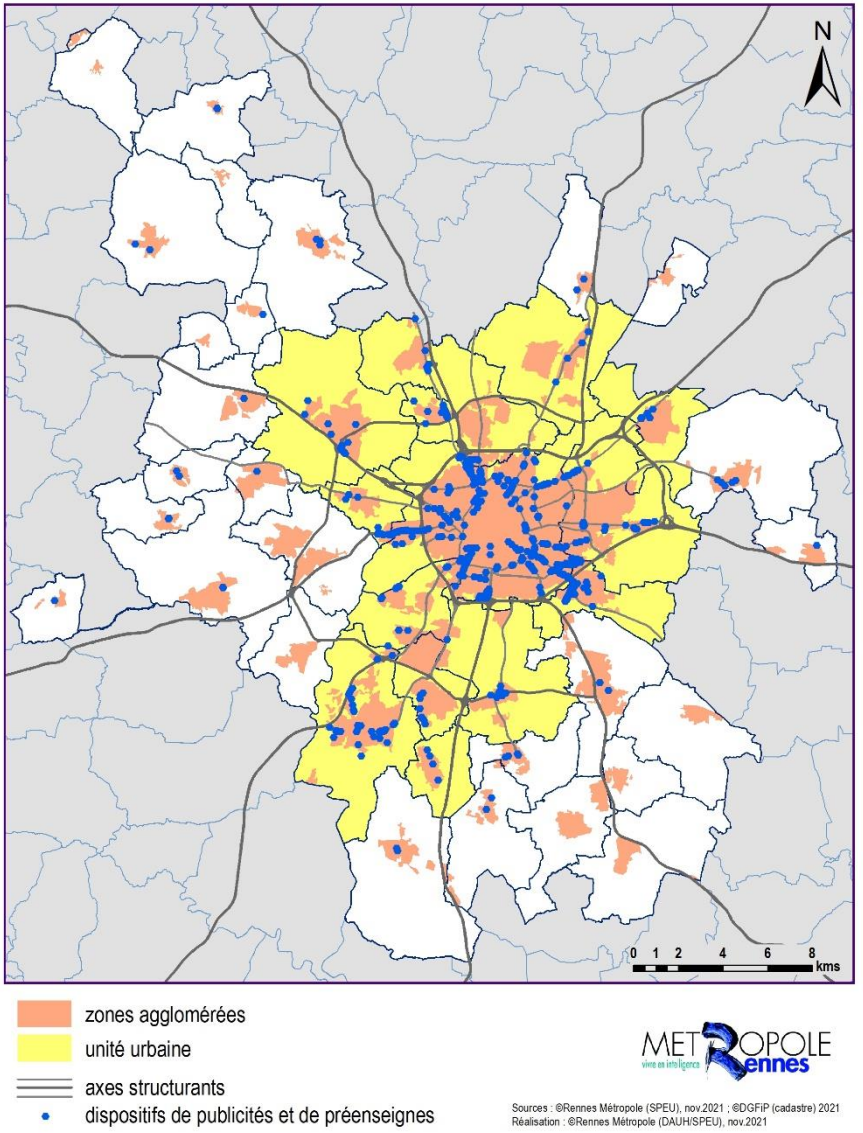
- **Le long des axes intra-rocade** et notamment le long des grandes pénétrantes, boulevards et voies de contournement, aux grands carrefours, ainsi qu'aux abords des ponts et traversées SNCF.
- **Le long des axes extra-rocade** et notamment le long des voies radiales secondaires et de seconde ceinture qui traversent les agglomérations, et plus particulièrement celles traversant les grands secteurs intercommunaux de zones d'activités.

À mesure que l'on s'éloigne du cœur de métropole, la présence publicitaire diminue, et les dispositifs se distinguent plus ponctuellement en entrées et traversées de ville, et à proximité de secteurs commerciaux de types grandes surfaces et supermarchés.

Les dispositifs publicitaires se distinguent par une plus grande diversité de supports, en nombre et en format, dans les agglomérations situées en unité urbaine. En effet, l'appartenance à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants offre plus de possibilités d'installation de dispositifs publicitaires avec des supports scellés au sol et muraux d'une surface de 12 m² maximum, alors qu'hors unité urbaine elles sont réduites à une implantation murale de 4 m² maximum.

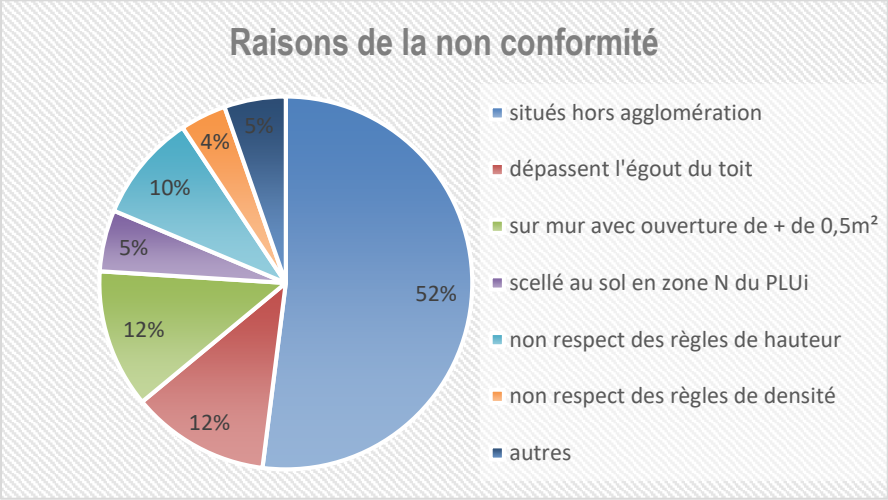
- **En unité urbaine** : au sein des centres-villes et centres-bourgs aux tissus denses, la présence publicitaire se caractérise par des supports muraux, le plus souvent d'une surface de 8 m². Dans les tissus urbains plus lâches, la présence publicitaire se caractérise par des supports scellés au sol avec des surfaces allant du 8 au 12 m² notamment dans les tissus pavillonnaires en recul de la voie ou le long des grandes emprises de zones d'activités qui disposent d'un parcellaire et des longueurs de façades importantes. Certaines traversées de villes sont marquées par des effets de "doublons", avec notamment des dispositifs scellés au sol, additionnés à des dispositifs muraux.
- **Hors unité urbaine** : la présence publicitaire se résume à des supports muraux d'une surface de 4 m² et 2 m², parfois en doublon.

LIEUX DE CONCENTRATION DES DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET DE PREENSEIGNES



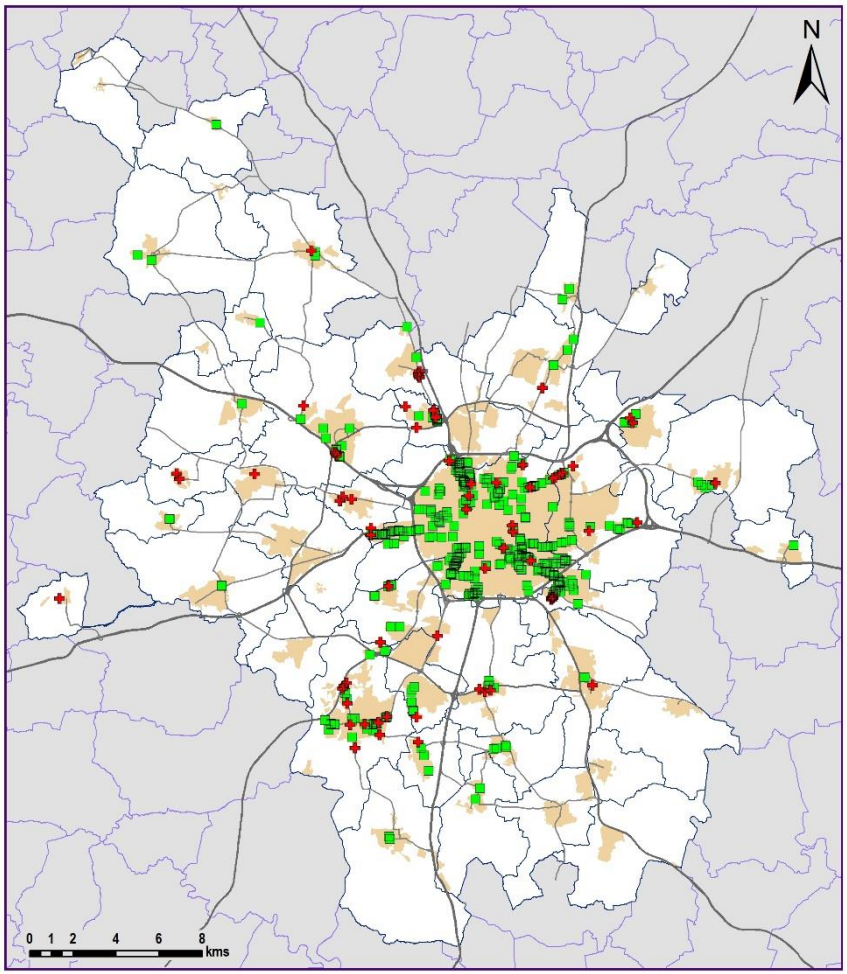
Les cas de non-conformité

Sur les 500 dispositifs recensés, 15% n'est pas conforme à la réglementation nationale de la publicité extérieure.



La 1ère raison de non-conformité s'explique par une forte présence de dispositifs publicitaires et de préenseignes situés hors agglomération. Il s'agit soit de panneaux de publicités aux formats standards, mais situés aux abords des entrées de ville, soit de petits formats de préenseignes implantés en campagne, qui ne répondent pas au régime dérogatoire prévu à cet effet. La part des dispositifs situés hors agglomération prend également en compte ceux scellés au sol visibles depuis une voie située hors agglomération, également non conformes. **La 2ème raison de non-conformité** se traduit par un mauvais positionnement du dispositif, notamment mural, dans son environnement bâti : dépassement de l'égout du toit, sur un mur avec une ouverture supérieure à 0,5 m², non-respect des règles de hauteur. **La 3ème raison de non-conformité** réside dans une implantation illégale du dispositif : localisation dans un lieu d'interdiction de publicité (en zone naturelle ou en EBC du PLUi, en secteurs patrimoniaux), non-respect des règles de formats hors unité urbaine (+ de 4 m², scellé au sol), non-respect des règles de densité.

RECENSEMENT DES DISPOSITIFS DE PUBLICITE ET PREENSEIGNES EN FONCTION DE LEUR CONFORMITE A LA REGLEMENTATION NATIONALE DE PUBLICITE (RNP)



dispositifs conformes
dispositifs non conformes

Sources : ©Rennes Métropole (SPEU), nov.2021 ; ©DGFiP (cadastre) 2021
Réalisation : ©Rennes Métropole (DAUH/SPEU), nov.2021

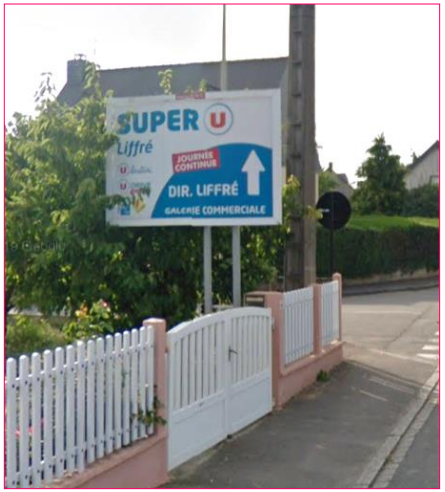
Panneaux de publicités aux formats standards situés aux abords d'entrées de ville hors agglomération – source Google Maps

Préenseignes implantées hors agglomération et hors cadre dérogatoire – source Google Maps

Dispositifs mal positionnés : à gauche une ouverture supérieure à 0,5 m² - source Google maps), à droite dépassement de l'égout du toit - source Rennes Métropole DAUH/SPEU

Dispositif publicitaire situé dans le périmètre délimité des abords d'un monument historique – source Google maps

Dispositif publicitaire situé en zone N du PLUi – source Google maps



Dispositifs ne respectant pas les règles de formats hors unité urbaine (+ de 4m² et/ou scellé au sol) – source Rennes Métropole DAUH/SPEU

Le mobilier urbain publicitaire

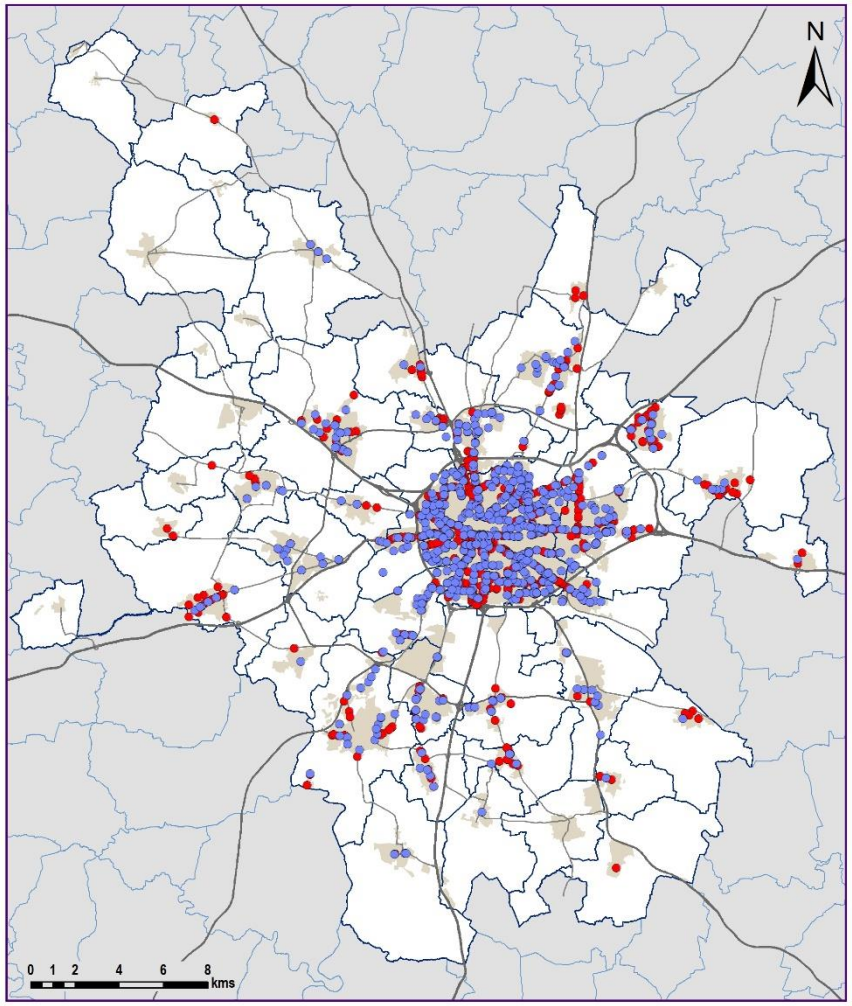
Deux grandes typologies de mobilier urbain supportant de la publicité sont recensées sur le territoire métropolitain :

- Le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité, et notamment des panneaux de 8 m² scellés au sol, et des panneaux types "sucettes" de 2 m² ;
- Les abris-voyageurs intégrant des supports d'affichage de 2 m².

Ce mobilier urbain supportant de la publicité est géré dans le cadre de différents contrats conclus entre les collectivités compétentes et les afficheurs, qui encadrent les conditions d'installation (nombre, caractéristiques esthétiques, emplacement) et d'entretien du matériel, ainsi que la répartition des temps d'affichage publicitaire et institutionnel. Le mobilier urbain publicitaire d'information est en général à double face, et dispose d'une face dédiée à l'affichage publicitaire, et d'une face réservée à la collectivité pour son affichage institutionnel, associatif et culturel. Les abris voyageurs peuvent quant à eux disposer de deux faces de publicité.

	VILLE DE RENNES	RENNES MÉTROPOLE
Abris-voyageurs	Contrat Clear Channel 2009-2025 **465** abris-voyageurs intégrant des supports d'affichage de 2 m²	Contrat Abri Services 2009-2024 **291** abris-voyageurs intégrant des supports d'affichage de 2 m² sur tout le territoire métropolitain (hors ville de Rennes).
Mobilier urbain d'information	Contrat Clear Channel 2009-2025 **77** panneaux scellés au sol de 8 m² **275** panneaux sucettes de 2 m² **Dont 30** dispositifs numériques sur le mobilier de 2 m²	Contrats conclus entre les communes et des afficheurs pour du mobilier type panneaux sucettes de 2 m².

RECENSEMENT DU MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE



- abris voyageur
- mobiliers urbains d'information

Sources : ©Rennes Métropole (SPEU), nov.2021 ; ©DGFiP (cadastre) 2021
Réalisation : ©Rennes Métropole (DAUH/SPEU), nov.2021

Abris-voyageurs intégrant des supports d'affichage de 2m² - source Rennes Métropole DAUH/SPEU

Mobilier urbain d'information de 8m² scellé au sol – source Rennes Métropole DAUH/SPEU

Mobilier urbain d'information type panneaux sucettes de 2m²– source Rennes Métropole DAUH/SPEU

3.2 L'état des lieux des enseignes

Les dispositifs d'enseignes sont très nombreux sur le territoire métropolitain, représentatifs d'un fort dynamisme économique sur la métropole. Ils n'ont pas fait l'objet d'un inventaire quantitatif, mais d'un état des lieux qualitatif dont une analyse des différentes typologies d'enseignes présentes sur le territoire métropolitain.

Les typologies d'enseignes

Les enseignes traditionnelles de centres-villes et centres-bourgs

Une forte concentration d'enseignes se démarque dans les centres-villes et centres-bourgs du territoire métropolitain, et notamment sur des linéaires commerciaux occupés de commerces en rez-de-chaussée. Ces enseignes s'inscrivent sur les façades existantes, en accompagnement des devantures et vitrines commerciales :

- Majoritairement en "bandeau" ou en "applique", c'est-à-dire apposées à plat ou parallèlement au mur, et constituées de lettres ou signes découpés ou positionnées sur un panneau de fond rapporté sur la façade. Elles sont parfois apposées directement sur les vitrines.
- En "drapeau", c'est-à-dire apposées perpendiculairement à la façade occupée par l'activité qu'elle signale, le plus souvent en rez-de-chaussée. Ces enseignes se déportent parfois aux étages du bâtiment, dont les volumes ne sont pas occupés par les activités qu'elles signalent.

Les tissus bâtis des centres-villes et centres-bourgs étant particulièrement denses et structurés par un alignement à la rue, il existe très peu d'enseignes scellées au sol. En complément des enseignes sur bâti, certaines activités en recul de la voie ou disposant de terrasses ont des enseignes directement installées sur le sol de types chevalets ou oriflammes sur leur terrain.

Les dispositifs d'enseignes sont particulièrement travaillés dans les secteurs patrimoniaux protégés, notamment sur les monuments historiques et à leurs abords, et dans les sites patrimoniaux remarquables, où l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France sur l'aspect esthétique des enseignes est obligatoire pour délivrer une autorisation. Ils sont apposés sur des devantures en feuillure (en retrait du plan de façade) ou sur coffrage (en saillie du plan de façade).

Enseignes traditionnelles de centres-villes et centres-bourgs – source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

Les enseignes plus diversifiées des tissus mixtes

En dehors de ces centralités, les typologies d'enseignes se diversifient en fonction de la mixité des tissus urbains et notamment :

- Pour des types d'activités tels que des équipements publics et culturels, des immeubles de bureaux et de services (ex : hôtels, …) dont les formes urbaines plus contemporaines nécessitent une insertion au bâti moins traditionnelle des dispositifs d'enseignes.

Cinéma avec deux enseignes sur bâti à l'architecture contemporaine – source : Google maps

- Autour de pôles commerciaux de centralités de quartier, ou encore de stations-services, qui nécessitent des enseignes sur bâti à l'échelle des volumes des bâtiments, et des enseignes scellées au sol adaptées aux emprises des terrains d'assiettes des activités.

Enseignes de pôles commerciaux de centralités de quartier – source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

- Sur des bâtiments implantés le long de boulevards urbains, des dispositifs d'enseignes sur bâti plus nombreux, généreux, prégnants dans le paysage : plusieurs enseignes perpendiculaires (dont certaines non apposées sur les façades des volumes occupés par l'activité), des dispositifs de vitrophanie recouvrant totalement des baies, des enseignes apposées à plat recouvrant toute la superficie de la façade ne respectant pas les règles de surfaces de la réglementation nationale.

Enseignes sur des bâtiments implantés en périphérie du centre-ville, aux teintes vives, source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

<u>En haut à gauche</u> : 3 enseignes perpendiculaires situées à l'étage ; <u>En haut à droite</u> : enseigne apposée à plat recouvrant toute la superficie de la façade ; <u>En bas à droite</u> : vitrophanie qui recouvre la totalité d'une vitrine - source : Google maps

Les enseignes très variées des zones d'activités économiques et commerciales

Une forte concentration et variété d'enseignes sont recensées dans les zones d'activités, et en particulier, dans les zones commerciales. Dans un objectif de visibilité, les activités présentes s'appuient sur de grands volumes de bâtiments implantés en recul de la voie, et sur de grandes emprises de terrain d'assiette, pour installer des dispositifs d'enseignes volumineux et nombreux :

- De grands formats apposés à plat, en lettres découpées ou en caissons, sur les façades et les vitrines des bâtiments :

Enseignes apposées à plat sur façade ; avec un dispositif illégal dépassant les limites du mur (photo en bas) - Source : Rennes Métropole DAUH/SPEU et Google maps

- En lettres découpées sur toiture, souvent lumineuses :

Source : Google maps

- Sur clôtures en bordure des voies, souvent non aveugles :

Source : Google maps

- Sous une large variété de formats scellés au sol : panneaux, totems, mâts et drapeaux, kakemonos, en parallèle de façade… Beaucoup d'activités multiplient les enseignes scellées au sol dont les ¾ sont illégales puisque la réglementation nationale limite le nombre d'enseignes scellées au sol (de plus d'1 m²) par voie bordant l'activité à une seule. De plus, ces enseignes peuvent dépasser les surfaces définies par la réglementation nationale : 6 m² pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, et 12 m² pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Enseignes scellées au sol en parallèle de la façade – source : Google maps

Enseignes sur mâts et drapeaux, totem et monopied, dépassant le nombre d'une seule enseigne scellée au sol par voie bordant l'activité - source : Google maps

Enseignes de format totem - source : Google maps

Enseignes mono-pied - source : Google maps

Enseignes sous forme de panneaux de grand format – source : Google maps

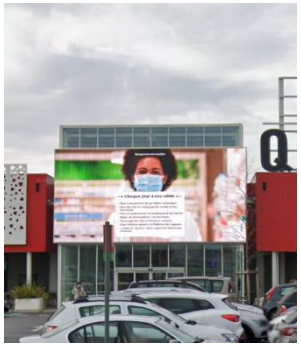
Cette densité est recensée à l'intérieur des zones d'activités, et notamment de part et d'autre des axes principaux, mais également sur les arrières des activités longés par des axes très routiers qui offrent un effet vitrine aux entreprises.

Source : Google maps

Les dispositifs d'enseignes restent néanmoins plus sobres en zones d'activités industrielles, artisanales ou tertiaires, où la signalisation des entreprises est gérée via une charte graphique homogène et où des dispositifs de types totem permettent de mutualiser l'annonce des différentes enseignes.

Les enseignes lumineuses

De nombreuses enseignes sont lumineuses, par projection (éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages) ou par transparence (éclairées par l'intérieur au moyen de tubes néons), et quelques-unes sont numériques.



À gauche : enseigne éclairée par transparence ; au milieu : enseigne éclairée par projection ; à droite : enseigne numérique – source : Google maps

Ces enseignes lumineuses peuvent également être installées à l'intérieur des vitrines commerciales, dans les commerces de centres-villes et centres-bourgs, mais également dans celles des zones d'activités commerciales. Il s'agit majoritairement de dispositifs d'enseignes, mais peuvent parfois avoir un affichage mixte quand il s'agit de dispositifs numériques, avec une part dédiée à des publicités/préenseignes et une part dédiée à des enseignes. Ces dispositifs numériques sont apposés derrières les vitrines ou les baies des façades commerciales, et sont issus de formats variés : plusieurs écrans de petits formats (A4, A3), des écrans de 1 ou 2 m², ou encore des écrans de grands formats qui occultent la totalité de la baie ou de la vitrine.

Des enseignes numériques installées à l'intérieur des vitrines : avec des écrans de 1 ou 2 m² (en haut) et avec des écrans couvrant la superficie totale des baies (en dessous) – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

Les enseignes temporaires

Sur l'ensemble du territoire, il existe également de nombreux dispositifs d'enseignes temporaires, de deux catégories :

- Les enseignes temporaires qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Elles sont souvent installées en entrées de ville pour les manifestations exceptionnelles, et en zones d'activités pour les opérations promotionnelles.

Source : Google maps

- Les enseignes temporaires qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente (y compris de fonds de commerce). Elles sont souvent installées dans les zones d'activités et à proximité des nouvelles opérations d'aménagement.

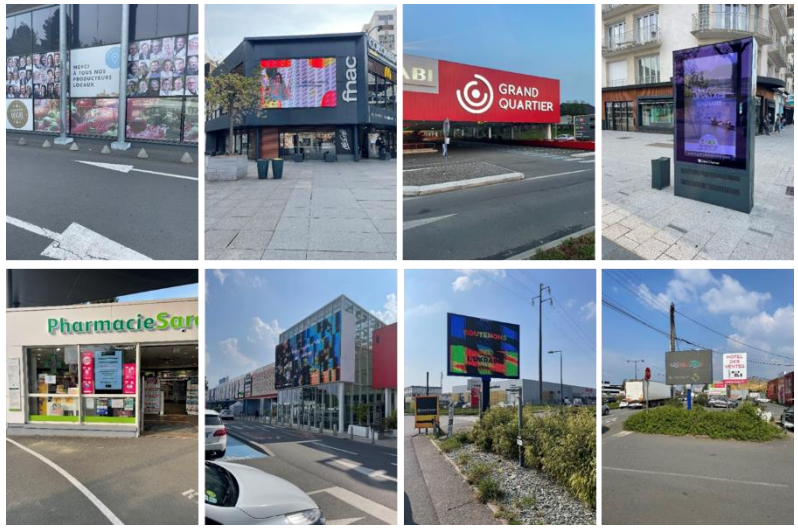
Source : Google maps

3.3 L'état des lieux des dispositifs numériques

Les typologies de dispositifs numériques

L'état des lieux des dispositifs d'affichage montre **un développement récent de nouveaux supports numériques** sur le territoire métropolitain :

- **Une dizaine de publicités et préenseignes numériques** scellées au sol au format 8 ou 6 m², situées en abords d'axes de flux et en zones d'activités ;
- **Une trentaine de mobiliers urbains d'information comprenant un affichage publicitaire numérique de 2 m²** situés dans le centre-ville de Rennes ;
- **Moins d'une dizaine d'enseignes numériques** scellées au sol au format 8 ou 6 m² dont certaines avec des temps d'affichage réservés à des publicités, et sur façade commerciale avec des formats à l'échelle des bâtiments d'activités ;
- **De nombreux dispositifs numériques apposés à l'intérieur de vitrines**, derrière les baies des façades commerciales en centres-villes et centres-bourgs. Il s'agit majoritairement d'enseignes dont certaines avec des temps d'affichage réservés à des publicités. Leurs dimensions sont variées : écrans de petits formats (A4, A3), de formats standards (1 ou 2 m²), grands écrans intégrés sur la totalité de la vitrine ou la baie.



Dispositifs numériques en extérieur et en vitrines de jour – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

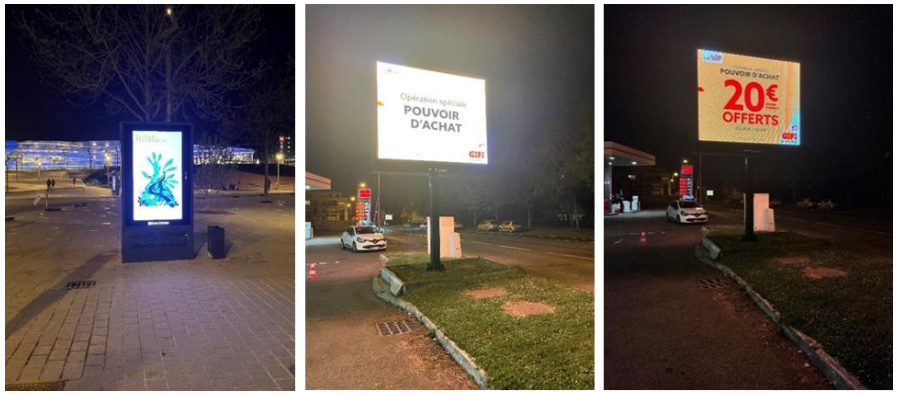
Ces dispositifs numériques constituent une source de lumière, dont **l'intensité lumineuse produit des valeurs de luminance** (exprimées en candelas par m² et mesurables avec un luminancemètre). La luminance détermine des valeurs de contraste : les valeurs maximales sur le blanc, les valeurs moyennes sur les couleurs profondes.

Les valeurs de luminance des dispositifs numériques

Une expertise technique a été menée afin de mesurer la luminance des dispositifs numériques installés sur le territoire métropolitain, de jour et de nuit. Cette étude a permis de disposer d'un panel de mesures quantitatives, mais également qualitatives de sorte à appréhender les éventuels impacts visuels des dispositifs numériques, mais aussi à déterminer les valeurs de confort pour les usagers, et respectueuses du cadre de vie et de la trame sombre.

Afin d'évaluer les impacts visuels de ces dispositifs, les mesures ont été effectuées sur les plus fortes valeurs de contraste : il s'agit donc de valeurs maximales observées sur du blanc, les valeurs moyennes étant moins intenses sur les couleurs profondes (rouge, bleu, noir).

Une luminance produit un impact visuel perceptible dès lors qu'elle crée un contraste avec la luminosité ambiante, éclaire l'espace public et produit un éblouissement. L'impact visuel est mesurable quand la luminance ne respecte pas la valeur de confort visuel qui est de 1 pour 10 entre la luminance la plus forte et la luminance générale (or les voies sont éclairées - en général - entre 0,5 cd/m² et 1,5 cd/m² pour les voies les plus lumineuses). D'autres facteurs accentuent l'impact de la luminance, et notamment les effets d'animation, de défilement et le rythme des messages, ainsi que la technologie du dispositif : les écrans LCD ont un meilleur contraste et une meilleure définition que les écrans à LED, avec des niveaux de luminance moindres.



Dispositifs numériques en extérieur de nuit – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

Résultats des mesures

TYPES DE DISPOSITIFS	MESURES DE JOUR	MESURES DE NUIT
Numériques extérieurs	entre 1 600 et 6 600 cd / m²	entre 650 et 1 200 cd / m²
Numériques sur mobilier urbain	entre 750 et 1 250 cd / m²	entre 110 et 450 cd / m²
Numériques en vitrines	entre 1 100 et 1 300 cd / m²	-

Ces mesures démontrent qu'il est nécessaire d'adapter les niveaux de luminance en fonction des niveaux lumineux extérieurs pour limiter les impacts visuels des dispositifs numériques :

- Les dispositifs mesurés sont équipés de systèmes d'abaissement des niveaux de luminance mais démontrent un défaut de réglage, notamment de nuit.
- **De jour, les valeurs maximales observées pourraient être divisées de moitié pour être suffisamment visibles en plein soleil**, mais devraient être réduites par temps couvert car la luminosité globale extérieure est moindre.

Deux dispositifs numériques en extérieur dont la luminance a été mesurée de jour : une valeur de 3 200 cd/m² à gauche, de 1 250 cd/m² à droite – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

Deux dispositifs numériques en extérieur dont la luminance a été mesurée de jour : une valeur de 5 200 cd/m² à gauche, de 4 200 cd/m² à droite – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

- **De nuit, les valeurs maximales observées sont globalement trop fortes**, les excès d'éclairement provoquant des effets d'éblouissement perturbateurs, particulièrement impactants dans le paysage nocturne et pour la trame brune.

Trois dispositifs numériques en extérieur dont la luminance a été mesurée de nuit : une valeur de 890 cd/m² à gauche, de 650 cd/m² au milieu et de 720 cd/m² à droite – source : Rennes Métropole, DAUH/SPEU

3.4 Les enjeux paysagers de l'affichage extérieur sur le territoire

L'affichage extérieur, comprenant les dispositifs de publicités, de préenseignes et d'enseignes, fait partie intégrante du paysage du quotidien. L'état des lieux du parc d'affichage extérieur a permis d'identifier d'un point de vue quantitatif le volume et les caractéristiques des dispositifs existants sur le territoire et leurs effets de concentration. Il permet également d'identifier d'un point de vue qualitatif, les impacts des dispositifs sur de grandes ambiances paysagères définies dans le diagnostic territorial, ainsi que les enjeux paysagers propres au territoire métropolitain. L'impact paysager d'un dispositif se mesure par son intégration à son environnement en tant qu'objet, mais également à l'échelle de l'ensemble d'un parc d'affichage existant.

Ambiance campagne/nature : un enjeu de préservation de la qualité des vues sur le Grand Paysage

La réglementation nationale de la publicité extérieure interdit l'implantation de publicités et de préenseignes hors agglomération, hormis pour les préenseignes dérogatoires. L'état des lieux démontre qu'il existe de nombreux dispositifs situés illégalement en campagne et notamment **une multiplication de préenseignes de plus petit format, parfois temporaires, et hors cadre dérogatoire**, situées le long des axes structurants et passagers du territoire**, qui encombre les vues sur le Grand Paysage et dégrade les grandes séquences paysagères de campagne**. Ces dispositifs indiquent le plus souvent la proximité d'activités telles que des supermarchés, des commerces de zones d'activités, des stations-services, ou encore des hôtels.

Succession de préenseignes en campagne – source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

Préenseignes temporaires en campagne – source : Google maps

Ambiance interface ville/campagne : un enjeu de mise en valeur des entrées de villes et des franges urbaines

Des dispositifs de publicités installés le long du même axe, sur une interface de campagne – source : Google maps

L'état des lieux identifie une juxtaposition de publicités, et parfois d'enseignes, aux abords des entrées de ville, et donc en dehors des zones réellement agglomérées. Les publicités et préenseignes de grand format (8 et 12 m²), en plus d'être illégales, **constituent des obstacles aux vues vers le Grand Paysage et dégradent la qualité des interfaces ville-campagne.**

Les franges urbaines, situées en interface ville-campagne, constituent également des paysages sensibles, où est recensée **une forte densité de publicités et d'enseignes "massives"**, notamment le long des axes bordés **de zones d'activités pour créer des effets "vitrines" en rupture visuelle avec des paysages agro-naturels dégagés et préservés**.

Plusieurs dispositifs de grand format aux abords de l'entrée ville (une enseigne au premier plan, une publicité numérique au second plan) – source : Google maps

Des dispositifs d'enseignes en interface ville-campagne – source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

L'accumulation des enseignes scellées au sol est par ailleurs illégale, puisque la réglementation nationale n'autorise qu'une seule enseigne scellée au sol par voie bordant l'activité.

Des dispositifs d'enseignes assez massifs sur une interface zone d'activités / campagne – source : Google maps

Ambiance centres-villes et centres-bourgs : un enjeu d'intégration des enseignes et des publicités, en particulier dans les lieux d'intérêt patrimonial

L'état des lieux **recense une forte concentration d'enseignes** dans les centres-villes et centres-bourgs, notamment au sein des centralités commerciales**. Les enseignes traditionnelles existantes résultent d'une intégration qualitative aux sein des devantures commerciales en secteurs patrimoniaux protégés.** Au sein de l'ensemble des centres-villes et centres-bourgs, **l'insertion des enseignes est généralement réalisée dans le respect des caractéristiques architecturelles et urbaines des centres anciens.**

La présence publicitaire y est par ailleurs globalement limitée au mobilier urbain et à des dispositifs muraux. Ces derniers peuvent impacter leur environnement urbain et le bâti sur lequel ils sont apposés, notamment quand ils sont situés dans un cône de visibilité vers le cœur de bourg, ou encore installés en doublon sur un même pignon.

Publicités sur pignons - source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

Certains sont également parfois apposés sur des immeubles non protégés au titre des monuments historiques, mais présentant un caractère patrimonial à préserver et identifié au titre du PBIL (Patrimoine Bâti d'Intérêt Local) au PLUi, et également de manière illégale aux abords de monuments historiques. Les sites patrimoniaux remarquables du centre ancien de Rennes et de la cité de Bécherel sont préservés de tout dispositif de publicité.

Publicité scellée au sol à proximité d'un bâtiment identifié au PBIL (patrimoine bâti d'intérêt local) du PLUi – source : Google maps

Publicités murales sur des bâtiments identifiés au PBIL (patrimoine bâti d'intérêt local) du PLUi – source : Google maps

Ambiance secteurs résidentiels et tissus mixtes : un enjeu de lutte contre la banalisation des traversées de ville

L'état des lieux identifie peu de dispositifs dans **les zones d'habitat, qui restent préservées de la présence publicitaire**, hormis sur le mobilier urbain.

Les publicités sont, par ailleurs, **ponctuellement implantées le long des axes de traversées de ville,** à l'interface de plusieurs tissus urbains. En cœur de métropole, **une forte présence publicitaire scellée au sol est recensée autour des axes d'entrées de ville et leurs intersections, ainsi qu'autour des axes de flux inter-quartiers.**

Cette **concentration** s'explique par **l'intensité des flux automobiles** sur ces axes passants qui offrent un fort potentiel d'audience pour les afficheurs et leurs annonceurs, et par les caractéristiques urbaines de tissus mixtes plus lâches et constitués de grandes emprises et d'un tissu pavillonnaire en recul de la voie. **Qu'elles soient murales ou scellées au sol, les publicités de grand format créent des ruptures d'échelles avec les gabarits de certaines formes urbaines, notamment en tissus pavillonnaires.**

À mesure que les tissus bâtis se structurent sur un alignement à la rue, se resserrent et deviennent plus denses, la présence publicitaire se réduit à **des panneaux muraux sur pignon, mieux intégrés aux hauteurs des immeubles de ces tissus urbains**.

On note également des **effets de surdensité**, dus à une juxtaposition de publicités scellées au sol et murales sur domaine privé et sur mobilier urbain. Cette forte présence publicitaire **banalise les traversées de ville** et efface l'identité du territoire au profit d'un paysage "ordinaire" et commun à de nombreuses agglomérations, et qui reste la seule image que les usagers garderont de leur passage.

Panneaux publicitaires aux abords de ponts et traversées SNCF – source : Google maps

Panneaux publicitaires le long d'un boulevard urbain - source : Google maps

Des ruptures d'échelles entre la taille des panneaux publicitaires et le tissu urbain environnant – source : Google maps

Des panneaux publicitaires sur domaine privé et sur domaine public, qui participent à la banalisation des traversées de ville – source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

Ambiance zones d'activités : un enjeu de visibilité des activités et de lisibilité des zones d'activités

L'état des lieux identifie **les plus forts effets de surdensité de dispositifs d'affichage**, qu'il s'agisse de publicités et préenseignes ou d'enseignes, dans les zones d'activités commerciales. Dans ces secteurs, la surdensité de dispositifs s'explique par un besoin de visibilité accrue des activités présentes et un fort potentiel d'audience pour les afficheurs et leurs annonceurs quand ces zones sont traversées par des axes de flux.

La multiplication des enseignes se traduit par l'installation de dispositifs à l'échelle des grands volumes de bâtiments et d'emprises foncières. Une seule et même activité pourra donc multiplier les typologies d'enseignes sur façade, sur clôture, sur toiture et scellées au sol, et des dispositifs temporaires promotionnels.

La concentration de publicités et de préenseignes se caractérise par l'implantation de grands formats standards souvent à double face et déroulants qui diffusent autant des campagnes nationales de publicités pour de grands annonceurs, que des préenseignes annonçant les activités implantées sur le territoire. À cela s'ajoute des petits formats de préenseignes qui indiquent la proximité immédiate d'une activité dans la zone.

Ces effets de surdensité sont moindres au sein des zones d'activités industrielles, artisanales et tertiaires, où la présence publicitaire est réduite.

Zi Sud-Est – source : Google maps

Route du Meuble – Source : Google maps

L'addition de l'ensemble de ces dispositifs nuit à la visibilité des activités présentes et à la lecture des zones d'activités, où règne une confusion quant aux messages diffusés.

Zone commerciale Rocade Sud Chantepie – source : Google maps

Zi Lorient – source : Google maps

Route du Meuble – Source : Google maps

Zi Nord – source : Google maps

Deuxième partie : réglementation locale de la publicité, des préenseignes et des enseignes

1. Objectifs et orientations

1.1 Les objectifs définis lors de la prescription d'élaboration du RLPi

Au-delà de l'échéance de caducité prochaine des 7 Règlements Locaux de Publicité (RLP) communaux existants sur le territoire, l'élaboration d'un RLPi constitue une opportunité pour renforcer, en complément et en articulation avec le PLUi récemment approuvé, la dimension paysagère et environnementale du projet métropolitain dans le respect de la diversité des communes et des paysages. C'est pourquoi, son élaboration a été prescrite par le conseil métropolitain du 19 novembre 2020.

La délibération de prescription a fixé trois grands objectifs, à poursuivre dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, et qui sont les suivants :

Renforcer la dimension paysagère du territoire métropolitain dans le respect de la ville-archipel :

- En complément et en articulation avec les différentes entités paysagères, patrimoniales et ambiances urbaines définies au PLUi récemment approuvé ;
- En harmonisant les règles au sein des secteurs de même typologie, en particulier sur les sites à cheval sur plusieurs communes (ex : zones d'activités économiques et commerciales intercommunales, voies structurantes telles que la RN24, la RD137, la 2ème ceinture, …) et mettre en place des dispositions cohérentes et adaptées à la réalité du terrain ;
- En proposant des règles simples en cohérence avec les enjeux environnementaux et paysagers du territoire métropolitain notamment pour limiter l'impact visuel des supports publicitaires en particulier dans la ville centre.

Concilier la préservation du cadre de vie et du patrimoine avec l'attractivité économique :

- Maîtriser l'affichage dans les zones d'activités économiques et commerciales et les entrées de ville ;
- Valoriser les centres villes et centres bourgs, les sites historiques et patrimoniaux en particulier les sites patrimoniaux remarquables de Rennes et de Bécherel, les sites paysagers (abords de la Vilaine, du Bois de Sœuvres, de la Forêt de Rennes, …) tout en favorisant la dynamique commerciale et touristique de ces sites… ;
- Ajuster les règles des enseignes dans certains secteurs urbains, notamment patrimoniaux (sites patrimoniaux remarquables de Rennes et Bécherel) et centres villes à fort enjeu commercial.

Mettre en œuvre la transition écologique et énergétique :

- Prendre en compte l'évolution des modes d'affichage notamment le déploiement des dispositifs numériques tout en limitant ceux à forte consommation d'énergie ;
- Veiller à traduire dans les règles locales les principes de la "trame noire" dans un objectif de santé humaine et de biodiversité ;
- Limiter les nuisances en termes de pollution visuelle en réduisant le nombre et le gabarit des dispositifs de publicité et d'enseignes sur certains axes, ce qui aura pour avantage d'améliorer la sécurité routière.

1.2 Les orientations soumises aux débats des conseils municipaux et métropolitain

Les grandes orientations du RLPi ont été débattues en conseils municipaux des 43 communes de Rennes Métropole, et au **conseil métropolitain du 17 juin 2021**. Elles résultent des grands objectifs définis dans la délibération de prescription d'élaboration du RLPi ainsi que des enjeux issus du diagnostic. Elles se déclinent en 3 grandes orientations et 9 sous orientations.

O1- Préserver les qualités paysagères et patrimoniales de la ville archipel

Cette première orientation vise à préserver les caractéristiques identitaires du territoire métropolitain : son Grand Paysage, son patrimoine et sa structure paysagère de ville archipel.

O1.1 Garantir la qualité des interfaces ville-campagne

Le territoire métropolitain se caractérise par de nombreuses séquences paysagères marquées par des alternances ville/campagne, liées à son modèle de ville archipel.

Sur ces interfaces ville-campagne, **les objectifs sont de dégager les franges urbaines sensibles,** notamment autour de la rocade, des voies de contournement et des axes qui ceinturent les agglomérations, afin **d'homogénéiser le traitement entre un paysage de campagne,** préservé de dispositifs d'affichage et **des franges agglomérées encombrées de dispositifs souvent "massifs"**.

Source : Google maps

O1.2 Mettre en valeur les entrées et traversées de villes

Le cœur de métropole est maillé par des artères pénétrantes et des portes d'entrées majeures et structurantes, dont certaines traversent plusieurs communes.

Sur ces secteurs de flux, **l'objectif est de lutter contre la banalisation de leurs abords**, où l'implantation de la publicité peut être forte, se traduisant par une diversité de supports et d'emplacements qui multiplie l'impact paysager de la présence publicitaire.

Source : Google maps

O1.3 Protéger les secteurs patrimoniaux et paysagers de la publicité

Les zones agglomérées du territoire métropolitain abritent de nombreux sites patrimoniaux et paysagers protégés.

L'objectif est de protéger fortement ces secteurs d'intérêt patrimonial et paysager, en limitant la présence publicitaire afin de mettre en valeur les éléments patrimoniaux, bâtis ou paysagers, **tout en modulant les exceptions d'implantation de la publicité**, et ce en fonction de la sensibilité patrimoniale des lieux.

Source : Google maps et Rennes Métropole DAUH/SPEU

O2- Préserver le paysage du quotidien et garantir la visibilité des activités locales

Cette deuxième orientation vise à préserver le paysage vécu au quotidien, en tant que lieux de vie mais aussi comme lieux supports d'activités liées aux différentes fonctions urbaines.

O2.1 Encadrer les dispositifs d'affichage dans les secteurs résidentiels

Les zones d'habitat et les zones mixtes relèvent d'une ambiance "de quartier", qui constitue le paysage du quotidien vécu par les habitants du territoire métropolitain.

Dans ces secteurs jusqu'à présent relativement préservés, **l'objectif est de consolider cette faible présence publicitaire**, en ayant une vigilance particulière le long des axes de traversées de ville.

O2.2 Encadrer les dispositifs d'affichage dans les centres-villes et centres-bourgs

Les ambiances de centres-villes et centres-bourgs correspondent à des tissus urbains denses de centralités, qui concentrent une forte mixité urbaine (habitat, commerce, espace public…) et des lieux de rencontres et d'usages multiples.

Dans ces secteurs particulièrement denses et structurés, **l'objectif consiste à limiter la présence publicitaire** pour la mise en valeur des centres anciens, et à **veiller à une intégration harmonieuse des enseignes** aux formes bâties et architecturales.

O2.3 Encadrer les dispositifs d'affichage dans les zones d'activités et les zones commerciales

Les zones d'activités sont des secteurs fonctionnels de production et de consommation, dont les ambiances de zones commerciales se différencient de celles des zones d'activités industrielles, artisanales et tertiaires.

Dans ces secteurs, où se mêlent une multiplicité et une diversité de dispositifs, **l'objectif est double** : il est question de **prioriser l'efficacité et la visibilité des enseignes** des activités présentes, en relayant la présence publicitaire au second plan, notamment sur les axes structurants, afin de **permettre d'améliorer la lecture de l'organisation des zones d'activités** (lisibilité et fléchage des entreprises quel que soit leur positionnement par rapport aux axes de circulations).

Source : Google maps et Rennes Métropole DAUH/SPEU

O3- Réduire la pollution visuelle et les impacts sur l'environnement

Cette troisième orientation vise à préserver le cadre de vie des nuisances visuelles et des impacts environnementaux et énergétiques de l'affichage extérieur.

O3.1 Dédensifier les axes saturés en dispositifs d'affichage

Les axes structurants et passants, situés à l'interface des tissus mixtes ou traversant des zones d'activités, sont pollués par de nombreux dispositifs d'affichage, qui se juxtaposent et se multiplient.

Source : Google maps

L'objectif est de désencombrer ces axes de la surdensité existante, pour réduire les impacts visuels sur le cadre de vie, et en conséquence sur la sécurité routière.

O3.2 S'adapter à l'éclairement ambiant des espaces publics

Les dispositifs lumineux, allumés une partie de la nuit, sont concentrés dans les zones d'activités commerciales et dans les centralités, mais sont également installés ponctuellement dans les zones résidentielles.

En s'appuyant sur les ambiances d'éclairement, **l'objectif consiste à encadrer les dispositifs lumineux**, ayant un impact sur le paysage nocturne, mais également sur la trame noire et la santé humaine.

Source : Google maps

O3.3 Limiter les dispositifs numériques

Parmi les dispositifs lumineux, des dispositifs numériques existent sur le territoire métropolitain, sur domaine privé, mais également sur mobilier urbain.

L'objectif consiste à limiter la démultiplication des dispositifs numériques, qui produisent des impacts visuels et énergiques.

Source : Rennes Métropole DAUH/SPEU

2. Justifications de la réglementation locale

Ce règlement local de publicité **constitue un outil de gestion de la publicité et des enseignes adapté aux spécificités locales du territoire métropolitain** notamment, en instaurant dans des zones définies des règles plus restrictives que la réglementation nationale, et en permettant de déroger à certaines interdictions légales ; ces règles permettent d'encadrer l'installation des publicités, préenseignes et des enseignes pour aboutir à une présence apaisée, maitrisée et choisie de ces dispositifs dans le paysage métropolitain. Le règlement local de publicité tend à ce que les dispositifs existants et futurs s'implantent en cohérence et dans le respect des paysages.

2.1 Les zones réglementées

Des grandes ambiances urbaines de la ville archipel aux zones réglementées

La ville archipel

Dès les années 1980 il a été fait le choix d'organiser le territoire métropolitain selon le concept de "ville archipel". Ce concept d'aménagement a été créé pour éviter l'étalement urbain. La ville archipel est d'abord une ville sans banlieue (par opposition à un développement en tache d'huile). Au-delà de la forte cohésion sociale que ce modèle produit par l'absence de territoire de relégation, cela signifie aussi que la consommation de l'espace est maîtrisée à l'échelle de chaque commune. Le développement urbain prend appui sur la ville centre, mais aussi sur les bourgs existants. Cela favorise le maintien de l'identité des communes ainsi que des alternances ville-campagne, en évitant les conurbations et l'éparpillement de l'urbanisation et en maintenant des activités agricoles situées dans des communes à taille humaine.

La ville archipel est ainsi une ville multiple, ville au choix pour ses habitants. Elle dispose d'une offre urbaine très diversifiée, permettant de répondre aux besoins et attentes de tous et d'une qualité de vie reconnue, facteur d'attractivité du territoire :

- avec des équipements et services métropolitains accessibles pour tous dans le cœur de métropole et, parallèlement, une ville des proximités avec des centres villes et des bourgs confortés ;
- un attachement des habitants à leur cadre de vie, aux paysages de bocages et forêts, à la « ceinture verte ».

Cette forme urbaine est traversée de morceaux de campagne et de nature. Ce paysage crée un territoire singulier qui donne une vision apaisée et douce de la ville devenue métropole. Il n'y a pas des pleins et des vides mais tout est plein, car tout est essentiel à ce paysage urbain. C'est dire ainsi que la nature construit aussi le paysage urbain.

Mais la ville archipel, c'est aussi respecter l'identité de chaque commune ; d'où l'idée de ville des proximités, le corollaire de la ville archipel. Cela veut dire que tout citoyen doit avoir près de chez lui les services de la vie quotidienne et pouvoir, le plus possible par les transports en commun, être relié aux grands équipements comme la santé, l'université, les écoles supérieures et la culture.

Les lieux d'intensité urbaine sont des lieux qui offrent à la fois une certaine qualité urbaine, un lien avec la nature, l'intégration de l'agriculture et de la campagne dans la conception de la ville, des services de proximité (commerces, pharmacie, école, services sociaux...), des ambiances urbaines qui allient échanges et respect de l'intimité. Le tout avec du lien entre la très grande échelle et celle de la vie quotidienne.

Cette armature urbaine justifie un traitement des règles de publicités, préenseignes et enseignes harmonisé sur tout le territoire métropolitain. C'est pourquoi, le règlement local de publicité intercommunal distingue les règles en fonction des différentes ambiances urbaines établies au regard du diagnostic paysager. Il permet notamment de lisser la distinction opérée par les règles nationales entre les communes qui appartiennent à l'unité urbaine de Rennes et celles n'en faisant pas partie (la notion statistique d'unité urbaine, définie par l'INSEE, repose en effet sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants, et non sur une notion de paysage ou de cadre de vie).

Afin d'être cohérent avec ce choix d'organisation de la ville-archipel, le projet repose sur une homogénéisation visant à réduire les formats des dispositifs de publicités, de préenseignes et d'enseignes dans l'ensemble des ambiances qui forment le paysage du quotidien de ses habitants. Néanmoins, une distinction liée à l'appartenance à l'unité urbaine reste opérante pour le cœur de métropole à l'intérieur duquel certains espaces fonctionnels comme les zones d'activités justifient une réduction plus modérée de leurs dispositifs d'affichage, en lien avec l'attractivité économique du territoire métropolitain. En effet, les zones d'activités du cœur de métropole sont les plus importantes : d'échelles métropolitaines, elles accueillent une concentration d'activités situées le long des axes structurants de l'armature urbaine de la ville-archipel.

Ce règlement local de publicité intercommunal est cohérent avec la structuration urbaine définie par les documents de planification et d'urbanisme tels que le SCoT du Pays de Rennes approuvé en 2015 et le Plan Local d'Urbanisme intercommunal approuvé en 2019 qui la traduit plus finement à l'échelle des 43 communes de la métropole. Le RLPi constitue un outil au service des grandes politiques métropolitaines d'aménagement, complémentaire et cohérent avec les autres documents structurants (Plan Climat Air-Énergie Territorial, Plan

de Déplacements Urbain, Programme Local de l'Habitat, Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur du site patrimonial remarquable de Rennes, Aire de Mise en Valeur de l'Architecture et du Paysage de Bécherel, Schéma de Cohérence d'Aménagement Lumière, …).

Des grandes ambiances urbaines aux zones réglementées

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) délimite des zones réglementées à partir des grandes ambiances urbaines et paysagères de la ville archipel, qui se déclinent en 6 sous ambiances :

- La campagne ;
- Les interfaces ville-campagne ;
- Les entrées et traversées de ville ;
- Les centres-villes et centres-bourgs ;
- Les secteurs d'habitat et de tissus mixtes ;
- Les zones d'activités.

La traduction de ces grandes ambiances au sein du RLPi est la suivante :

La zone non agglomérée ("zone blanche") correspond aux **ambiances de campagne**. Il s'agit des secteurs exclus de la délimitation des zones agglomérées, qui ne répondent pas à la définition réglementaire de l'agglomération de l'article R.110-2 du code de la route : « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés ». Elle comprend également les nombreuses **ambiances d'interfaces ville-campagne**, caractéristiques de la ville-archipel, dont certaines franges urbaines ont été exclues de la délimitation des zones agglomérées, et qui comprennent :

- Les voies et aménagements routiers, y compris la rocade ;
- Les équipements peu denses (parkings, terrains de sport, cimetières, …) ;
- Les larges emprises non bâties (paysagères, ferroviaires, …).

Par opposition, **les zones agglomérées ("zones réglementées")** correspondent **aux ambiances urbaines**. Leur délimitation se fonde sur une définition de leurs contours au plus proche du bâti aggloméré, sur la base de plusieurs critères cumulatifs :

- La réalité bâtie pour répondre à la notion « [d'] immeubles bâtis » ; un espace pas ou peu bâti n'a pas vocation à accueillir des publicités et à être intégré dans les zones réglementées délimitées ;
- La densité et la structuration d'un bâti groupé autour d'une voie, afin de répondre à la notion « [d'] espace sur lequel sont groupés des immeubles ». Ce critère repose sur une valeur de 15 bâtiments minimum, organisés autour d'une voie structurante ;
- L'interdistance et la continuité entre les bâtiments pour répondre à la notion « [d'] immeubles bâtis rapprochés ». Ce critère repose sur une valeur de principe de 30 mètres d'interdistance maximum entre chaque bâtiment ;
- L'ambiance agglomérée depuis la voie, et notamment un caractère urbain (présence d'éclairage public, de trottoirs…). La seule présence de trottoirs ou d'éclairage public sans proximité de "bâti rapproché" ne permet toutefois pas de considérer que la publicité aurait vocation à être implantée sur les terrains riverains (ou dans l'emprise des voies).

Le choix de ces critères se justifie de la manière suivante : les critères quantitatifs de 15 bâtiments séparés par 30 mètres d'inter distance ont été définis en cohérence avec les critères qui ont permis de délimiter les zonages des secteurs de taille et de capacité limitées (STECAL) relatifs aux hameaux d'habitat, dans le cadre de l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUi). En effet, ces critères permettent de justifier d'une densité minimale, qui constitue l'un des critères principaux pour identifier une zone agglomérée. Néanmoins, tous les STECAL habitat du PLUi n'ont pas été délimités en zones agglomérées, puisque le critère d'organisation autour d'une voie structurante a été ajouté pour affiner la notion d'agglomération. Ce critère s'est basé sur la structuration des axes à l'échelle métropolitaine, en appui sur la hiérarchisation des axes du Plan de Déplacements Urbains (PDU). Ainsi, pour être identifiée, une zone agglomérée doit être structurée autour d'un axe issu du réseau de voies structurantes du territoire métropolitain (réseau national, d'armature, d'appui ou de distribution principale). Le croisement de ces critères a notamment permis d'écarter des hameaux au caractère rural, peu constitués, et surtout composés de bâtiments agricoles. En complément des critères quantitatifs, des critères qualitatifs ont été retenus pour caractériser le caractère aggloméré : réalité bâtie et ambiance agglomérée.

Cette méthodologie a permis **de délimiter les zones agglomérées** ("zones réglementées"), en cohérence avec **l'armature territoriale métropolitaine**, et notamment de délimiter :

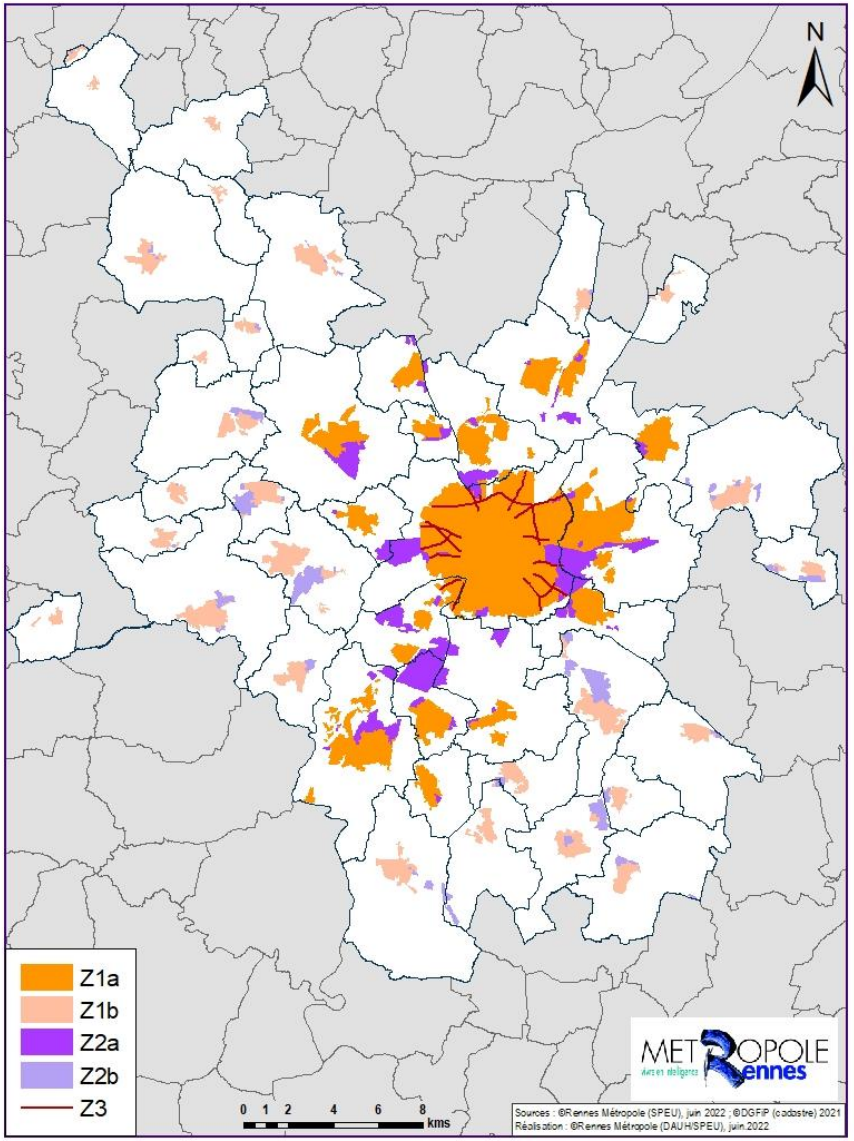
- Les zones agglomérées principales qui correspondent aux enveloppes bâties des 43 agglomérations du territoire métropolitain, dont certaines ont un tissu urbain bien groupé, et d'autres présentent un tissu urbain éclaté ou coupé en deux (par une zone naturelle ou bien par une 2x2 voies par exemple) ;
- Les petites agglomérations qui présentent des caractéristiques de zones agglomérées mais qui sont en discontinuité des agglomérations principales, comme par exemple des hameaux constitués ou des zones d'activités ;
- Les zones en cours d'urbanisation, où des constructions sont déjà édifiées.

Ces zones agglomérées se répartissent en 3 zones réglementées, justifiant la définition de règles adaptées à leurs propres caractéristiques urbaines et paysagères :

- **La zone n°1 (Z1),** qui correspond aux tissus mixtes du territoire, et qui regroupe en une seule et unique zone réglementée : les ambiances de centres-villes/centres-bourgs, de secteurs d'habitat et de secteurs mixtes composés d'équipements, de commerces (y compris les centres commerciaux), de grandes zones tertiaires de bureaux, intégrés au tissu urbain. Elle se sous divise en Z1a et en Z1b en fonction de l'appartenance à l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants de Rennes : l'indice a correspondant aux agglomérations en unité urbaine et l'indice b correspondant aux agglomérations hors de l'unité urbaine.
- **La zone n°2 (Z2)** qui correspond aux zones d'activités, et qui regroupe les zones d'activités productives (industrielles, artisanales, logistiques), les grandes zones commerciales et centres commerciaux (dont les supermarchés de périphérie), et les grands sites d'activités. Elle se sous divise en Z2a et en Z2b en fonction de l'appartenance à l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants de Rennes.
- **La zone n°3 (Z3)** qui correspond aux abords des axes structurants du cœur de métropole et qui regroupe les ambiances urbaines d'entrées et traversées de ville qui existent au sein mêmes des ambiances de tissus mixtes. Cette zone a la particularité de traverser la zone n°1 (Z1), qui en bordure de ces axes structurants, "s'efface" au profit de la Z3 : elle correspond à une bande de 10 mètres de large, de part et d'autre de la limite d'emprise des axes structurants au sein de laquelle les dispositions de la Z3 se substituent aux dispositions applicables dans la Z1 qu'ils traversent pour les publicités/préenseignes. Les axes structurants classés en Z3 concernent uniquement les grandes pénétrantes intra-rocade qui traversent les tissus urbains mixtes des agglomérations du cœur de métropole et dont les zones agglomérées sont en réelle continuité urbaine. Certaines pénétrantes intra-rocade sont par ailleurs exclues de la Z3 puisqu'elles sont bordées de tissus à dominante résidentielle ou bien de franges paysagères. Les voies structurantes extra-rocade n'ont pas été intégrées au sein de la Z3, ce qui se justifie par l'armature urbaine de la ville archipel : au-delà de la 1ère ceinture, les zones agglomérées ne sont plus en réelle continuité urbaine puisqu'elles sont entrecoupées par des séquences en interfaces ville-campagne. Seules certaines zones d'activités sont en continuité urbaine, mais sont soumises aux règles de la Z2.

Par ailleurs, des secteurs patrimoniaux et paysagers à protéger sont également traduits dans 3 sous-secteurs qui apportent, dans les différentes zones réglementées où ils se situent des restrictions supplémentaires justifiées par le souci de préserver et de mettre en valeur ces espaces : les monuments historiques et sites classés (A0), les abords des monuments historiques (A1), et les sites patrimoniaux remarquables et les sites inscrits (A2).

PLAN DE SYNTHESE DES ZONES DU RLPI



Des logiques d'harmonisation et de simplification du zonage, et de graduation des règles

Le RLPi repose sur une double logique dans la délimitation de ses zones réglementées **: une logique d'harmonisation et de simplification** du zonage et **une logique de graduation** des règles.

Le nombre de zones est limité à 3 afin de traduire les grandes ambiances urbaines sur le territoire métropolitain et de renforcer son identité paysagère : la zone n°1 (Z1) qui regroupe l'ensemble des tissus mixtes de centres-bourgs et centres-villes et de secteurs résidentiels, la zone n°2 (Z2) qui concentre les zones d'activités, et la zone n°3 (Z3) qui correspond aux abords des axes structurants du cœur de métropole. **Ces zones comportent des règles sur les publicités, les préenseignes et les enseignes.** Par ailleurs, les secteurs patrimoniaux et paysagers à protéger ont également été regroupés en 3 sous-secteurs : les monuments historiques et sites classés (A0), les abords des monuments historiques (A1), et les sites patrimoniaux remarquables et les sites inscrits (A2).

En parallèle, les règles ont été graduées en fonction de la sensibilité paysagère et patrimoniale de la ville archipel. Les règles ont été définies de manière la plus restrictive en campagne et dans ses interfaces avec la ville mais également dans les secteurs patrimoniaux et paysagers, puis dans les secteurs résidentiels et les centres-villes et centres-bourgs, et enfin de manière plus modérée, mais néanmoins exigeante, dans les abords des axes structurants et en zones d'activités.

Le croisement entre ces deux logiques, **permet de parvenir à un équilibre entre un traitement homogène** des grandes ambiances urbaines du territoire et une **approche différenciée** en fonction de leur sensibilité paysagère et patrimoniale. Il en résulte une protection plus forte du grand paysage, tels que les secteurs paysagers (interfaces ville/campagne, zones naturelles…) et les secteurs patrimoniaux (abords des monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables...), et des paysages "vécus" et "habités" comme les secteurs résidentiels, centres-villes et centres-bourgs, alors que les secteurs plus "fonctionnels" et de "flux" sont encadrés de manière à limiter l'impact paysager tout en permettant aux activités de se signaler et d'être visibles. **Cet équilibre permet en conséquence de répondre aux besoins des différents usagers du territoire** : cadre de vie et d'habiter pour certains, lieux d'activités pour d'autres. En effet, le RLPi est cohérent au regard des attentes des habitants et des acteurs économiques du territoire métropolitain, en préservant le cadre de vie et les paysages, tout en conciliant les besoins de visibilité des activités locales plus importantes dans les zones d'activités et les axes structurants qu'en zones résidentielles.

Une approche réglementaire transversale et cohérente à l'échelle du territoire métropolitain

Dans la logique de la réglementation nationale qui admet en principe des possibilités d'installation moins strictes pour les enseignes des activités que pour les publicités et préenseignes, **le RLPi réglemente de manière plus contraignante les publicités et les préenseignes, et de manière plus mesurée les enseignes** : ainsi il est question de réduire la place des dispositifs publicitaires, et d'encadrer les enseignes. **Par ailleurs, le RLPi restreint de manière globale et homogène les dispositifs d'affichage extérieur** dans l'objectif de réduire leurs impacts au regard du paysage local, caractéristique de la ville-archipel, tout en laissant la possibilité aux activités de se signaler et d'être visibles. **Dans une logique de cohérence et d'harmonisation entre les paysages et dans une logique d'équité et d'égalité de traitement des activités et des citoyens**, les restrictions traitent de manière transversale les dispositifs et portent sur leurs surfaces, formats et densités (quel que soit leur régime).

Le RLPi organise **une forte réduction des "grands formats" scellés au sol, qui constituent les principaux obstacles visuels dans le paysage**. Les dispositifs scellés au sol, qu'il s'agisse de publicités/préenseignes ou d'enseignes, ou bien même parfois les deux (sur des supports double face par exemple), sont ceux qui impactent le plus le paysage : en tant qu'obstacles visuels supplémentaires dans une séquence paysagère ils polluent les vues depuis l'espace public et depuis les interfaces ville-campagne, et limitent la visibilité des bâtiments, des activités, ou des espaces paysagers. Ce principe se traduit par les principes réglementaires suivants :

- L'interdiction des publicités/préenseignes scellées au sol sur l'ensemble du territoire métropolitain (hors dispositifs installés directement sur le sol de type "chevalets"), sauf dans les zones d'activités de l'unité urbaine (Z2a), où leur surface unitaire est alors limitée à 4m² ;
- La réduction de la densité des publicités et préenseignes à 1 seul dispositif par linéaire de façade sur rue d'une même unité foncière, en transposant aux publicités et préenseignes la règle nationale de limitation d'une seule enseigne scellée au sol par voie bordant l'activité ;
- Le maintien de l'interdiction de la publicité scellée au sol sur domaine privé en secteurs patrimoniaux et paysagers (hors dispositifs installés directement sur le sol (de type "chevalets") et hors supports de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires), et une interdiction dans ces secteurs patrimoniaux et paysagers des enseignes scellées au sol (à l'exception des zones N, et hors dispositifs installés directement sur le sol de type "chevalets") ;

- La réduction uniforme de la surface unitaire des enseignes scellées au sol à 6m² sur tout le territoire métropolitain, surface unitaire fixée par la réglementation nationale en-dehors des agglomérations de plus de 10 000 habitants ;
- L'interdiction des enseignes scellées au sol en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique située hors agglomération, en transposant aux enseignes la règle nationale qui interdit que les affiches publicitaires scellées au sol soient visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique située hors agglomération.

Les possibilités d'affichage résultant du RLPi privilégient l'implantation sur le bâti existant, celui-ci constituant un support à part entière déjà intégré dans un environnement paysager. Les dispositifs sur bâti, qu'il s'agisse de publicités/préenseignes murales ou d'enseignes sur façade ou toiture, s'intègrent plus facilement au paysage quand ils sont apposés sur des structures bâties existantes, à condition d'être encadrés afin d'assurer une insertion qualitative à l'architecture des bâtiments et aux tissus urbains. Ce principe se traduit par les principes réglementaires suivants :

- La généralisation de la réduction des publicités murales au format 2m² dans les tissus mixtes (Z1) et à 4m² aux abords des grands axes structurants (Z3) et dans les zones d'activités (Z2) ;
- La réduction de la densité des publicités et préenseignes à 1 seul dispositif par linéaire de façade sur rue d'une même unité foncière ;
- Le maintien de l'interdiction de publicité murale sur domaine privé en secteurs patrimoniaux (hors publicités sur bâches de chantier) ;
- L'interdiction des publicités, préenseignes et enseignes sur clôtures, sauf en Z2, où leur surface unitaire est alors limitée à 2m², qui parait compatible avec la nature spécifique de ces supports que constituent les clôtures ;
- En sus de principes généraux de qualité de l'insertion des enseignes, l'encadrement de la surface, du nombre, de l'épaisseur et de la hauteur des enseignes en façade ;
- L'encadrement de l'apposition des enseignes en façade par des prescriptions architecturales en secteurs patrimoniaux ;
- L'interdiction des enseignes en toiture, sauf en zones d'activités (Z2) où elles sont limitées à 1 par activité et leur hauteur limitée à 2 mètres.

La surface unitaire de la publicité sur mobilier urbain est harmonisée dans les agglomérations de l'ensemble du territoire métropolitain. La publicité sur mobilier urbain scellé au sol de grand format impacte tout autant le paysage qu'un dispositif scellé au sol sur domaine privé. La publicité de plus petit format sur abris-voyageurs ou panneaux d'information s'intègre mieux dans l'espace public et les paysages urbains. Ce principe se traduit par la réduction à 2m² des formats de publicité sur mobilier urbain d'information en cohérence avec la réduction des formats à 2m² en tissus mixtes (Z1), qui correspondent au ¾ du territoire aggloméré. Le RLPi lève l'interdiction de publicité sur mobilier urbain dans les secteurs patrimoniaux (hors A2 : sites patrimoniaux remarquables et sites inscrits).

Enfin, le RLPi définit un socle réglementaire commun pour les dispositifs lumineux.

Dans un objectif de préservation des ambiances nocturnes et de la trame noire, il renforce le principe d'extinction nocturne généralisée, mais différenciée selon les 3 types de dispositifs (publicités/préenseignes et enseignes) :

- Les publicités et préenseignes lumineuses doivent être éteintes de 23h à 7h y compris pour le mobilier urbain (à l'exception de celles installées sur les abris-voyageurs dont l'extinction est liée au passage du dernier et du premier service de transport) ;
- Les enseignes ainsi que les dispositifs (publicités ou enseignes) lumineux à l'intérieur des vitrines des commerces doivent être éteints 1 heure après la fermeture de l'activité et peuvent être allumés 1 heure avant son ouverture.

Le RLPi encadre très fortement les dispositifs numériques, qu'il s'agisse des publicités et préenseignes ou bien des enseignes, sans pour autant les interdire. En effet, le caractère animé de ces dispositifs est bien plus impactant dans le paysage que des supports papier. Ainsi, il les autorise uniquement en zones d'activités en unité urbaine :

- Dans un format de 2 m² scellé au sol (y compris sur mobilier urbain) ;
- Dont la luminance est limitée de jour à une valeur moyenne de 500 candelas / m² et à une valeur maximale de 3 000 candelas / m² et limitée de nuit à une valeur maximale de 400 candelas / m², et doit être adaptée à l'éclairement ambiant de l'environnement, et ne doit pas provoquer des effets d'éblouissements,
- Équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiant.

Compte tenu de leur fort impact paysage, le RLPi restreint aussi sur tout le territoire, les dispositifs numériques disposés à l'intérieur des vitrines, afin de limiter les effets du mouvement de "repli" de ces dispositifs, contraints dans les espaces extérieurs vers l'intérieur des vitrines d'où leur impact paysager reste pourtant très sensible. La surface cumulée de ces dispositifs numériques en vitrine est ainsi limitée à 1 m² par baie sur tout le territoire métropolitain. Ces dispositifs sont soumis aux mêmes règles de luminance que ceux situés en extérieur.

2.2 Les restrictions applicables aux publicités et préenseignes

Les dispositions locales applicables aux publicités et préenseignes constituent des restrictions par rapport aux règles nationales. Ces dernières restent applicables pour tous les aspects que le RLPi n'a pas restreints.

Les publicités et préenseignes sur façade

Justification au regard des spécificités paysagères locales

L'implantation des publicités et des préenseignes s'établit dans une logique de flux automobiles, ce qui explique la présence de dispositifs de grands formats (12 et 8 m²) en appui des tissus bâtis le long des axes routiers à fort potentiel d'audience, notamment en cœur de métropole. La réduction globale des formats des dispositifs de publicités et préenseignes se justifie au regard d'une logique d'apaisement de la ville et de réduction de ses nuisances visuelles, tant dans ses usages que dans son paysage. En effet, les politiques métropolitaines et communales œuvrent dès à présent à construire la ville apaisée de demain, en préservant notamment les paysages du quotidien des impacts visuels perceptibles depuis l'espace public, dont les usages sont de plus en plus dédiés aux modes de circulation active. Désormais, l'aménagement des espaces publics prend en compte tous les modes de déplacements afin de réduire les flux automobiles en ville, en cohérence avec les politiques portées par Rennes Métropole dans le cadre du Plan de Déplacements Urbains (PDU) qui poursuit l'objectif de développer des offres alternatives à la voiture, et dans le cadre du Plan Climat Air Énergie Territorial (PCAET) qui vise à améliorer la qualité de l'air. Ces objectifs se traduisent par le développement des zones de rencontre, des voies partagées à 20 et 30 km/h, et des aménagements pour tous les modes de déplacements sur les voies restant à 50 km/h. Ces aménagements induisent une réduction de la vitesse, directement perceptible dans le paysage urbain, qui assure la visibilité et la lisibilité de plus petits formats de dispositifs publicitaires. En conséquence, les surfaces unitaires des dispositifs de publicités et préenseignes sont réduites à des formats standards de 2 et 4 m² (cadres compris). Cette logique d'apaisement justifie également de restreindre fortement la présence publicitaire en la limitant principalement à une implantation sur les supports bâtis existants. L'objectif visé est de préserver les ambiances urbaines caractéristiques de la ville archipel, tout en assurant la visibilité et la lisibilité des supports : le déploiement de ces surfaces d'affichage (2 et 4 m²) au format mural dans les agglomérations en dehors de l'unité urbaine rennaise atteste de la lisibilité effective de ces dispositifs. L'apaisement de la ville nécessite donc que les supports d'affichage soient adaptés à ses usages et intégrés dans ses paysages. La gradation des surfaces des dispositifs a ainsi été définie dans un rapport d'échelle cohérent avec les différents tissus urbains, que ce soit en matière de structuration bâtie que de hiérarchisation des flux et de leurs modes de circulation.

Cette logique concerne principalement les secteurs mixtes qui constituent les principaux lieux de vie du quotidien où les formats des supports muraux sont le plus fortement réduits pour être adaptés à ces tissus urbains, aux espaces publics et à leurs usages. En effet, qu'il s'agisse des tissus historiques des centres-villes et centres-bourgs, ou des tissus de pavillons ou d'immeubles en secteurs résidentiels, il s'agit de lieux traversés par de nombreux flux piétons et vélos. L'objectif reste de préserver les ambiances de quartiers de la présence publicitaire en limitant ses impacts sur l'aspect extérieur des constructions. En conséquence, la surface unitaire des publicités et préenseignes murales est réduite à 2m² (cadre compris) dans la zone n°1 (Z1).

Cette logique concerne également les zones d'activités et les abords des axes structurants, mais la réduction des formats y est plus mesurée, avec une surface unitaire des publicités et préenseignes murales réduite à 4m² (cadre compris) dans les zones n° 2 et 3 (Z2 et Z3), et qui se justifie par leurs ambiances urbaines et leurs usages plus fonctionnels. Les grandes pénétrantes du cœur de métropole sont principalement bordées d'immeubles implantés à l'alignement des voies, avec plus de possibilités d'implantation sur pignons aveugles, et les modes de circulation y sont plus mixtes, à la fois automobiles, cycles et piétons. Ces caractéristiques justifient une réduction des formats plus modérée, qui soit à l'échelle des bâtiments et qui permettent d'assurer la lecture des supports par les différents usagers. Par ailleurs, les séquences d'axes en Z3 ont été identifiées uniquement sur des voies bordées d'un tissu bâti mixte. Certaines pénétrantes intra-rocade ont ainsi été exclues de la Z3 parce que leurs abords ne permettent pas l'implantation de supports muraux (voies donnant sur des abords paysagés ou sur des fonds de jardin, voies bordées par de larges emprises non bâties). Les zones d'activités sont quant à elles traversées par des axes de flux automobiles importants et bordées de grands volumes bâtis, dont les activités nécessitent de se signaler, qui justifie également une réduction de la surface unitaire à 4m² (cadre compris).

Enfin, la définition de règles d'implantation sur façade se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine et architecturale de l'ensemble des constructions, dans l'objectif de veiller à l'insertion qualitative des dispositifs muraux par rapport à l'architecture des bâtiments et aux tissus urbains. En ce sens, des règles de hauteur, de positionnement et d'épaisseur ont été définies pour veiller à une insertion harmonieuse des dispositifs muraux sur les façades des bâtiments. Les dispositifs muraux ne sont autorisés que sur des façades aveugles, afin de garantir une animation sobre des façades, et notamment des pignons, en limitant la possibilité d'installation de supports uniquement sur des murs pleins. La hauteur au-dessus du sol est limitée à 5 mètres, afin d'être dans un rapport d'échelle cohérent avec la surface du dispositif (de 2 ou 4 m²) et avec le champ de visibilité des différents usagers, et de limiter leur implantation au niveau des rez-de-chaussée. Une distance minimale de 0,50 mètre par

rapport aux limites latérales de la façade est imposée pour ne pas occulter les lignes de composition de façade, et notamment celles pignons. Enfin, la saillie par rapport à la façade est limitée à 10 cm dans l'objectif de ne pas créer de débords trop importants en épaisseur des murs, et pour rester dans un rapport d'échelle cohérent avec la surface du dispositif.

Il est à noter que ces nouvelles règles, définies dans un objectif de réduction de la publicité, entrainent nécessairement la suppression d'une partie des dispositifs existants. Cependant des possibilités d'installation demeurent que ce soit sur des emplacements existants qui restent admis par le RLPi, ou sur de nouveaux emplacements, après repositionnement de dispositifs. Le RLPi prévoit en effet une possibilité assez large d'implantation de dispositifs muraux sur l'ensemble des tissus agglomérés, antérieurement interdits dans certains RLP communaux existants (ex : RLP de Rennes). Ces nouvelles dispositions réglementaires (réduction des surfaces unitaires maximales, dispositifs essentiellement muraux…) permettront par ailleurs de meilleures conditions de lecture de ces dispositifs, parfois rendus inefficaces par la surdensité de panneaux, et par un renouvellement du parc d'affichage existant vieillissant et parfois peu qualitatif, dans un délai de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur du règlement.

Il faut souligner que les publicités et préenseignes apposées sur des bâches autres que de chantier (admises exclusivement par la réglementation nationale sur des façades aveugles en agglomérations de plus de 10 000 habitants) sont soumises aux mêmes conditions de surface, d'installation et de nombre que les autres dispositifs apposés sur des façades aveugles, compte-tenu des impacts paysagers tout à fait similaires que peuvent avoir un dispositif sur bâche (autre que de chantier) et un autre dispositif mural.

Conditions d'installation des publicités et préenseignes à plat ou parallèlement à une façade aveugle

Le RLPi apporte plusieurs restrictions par rapport aux règles nationales applicables aux publicités et préenseignes qui sont apposées à plat ou parallèlement à une façade aveugle :

- Leur surface unitaire est ramenée de 4 m² dans les agglomérations hors unité urbaine de Rennes voire 12 m² dans les autres agglomérations, à 2 m² dans la zone 1 (§ 3.1.1.a) et à 4 m² dans les zones 2 et 3 (§ 3.1.1.b) ; il est rappelé que, selon le Conseil d'État, la surface unitaire réglementée au titre de la protection des paysages doit s'entendre « support compris », c'est-à-dire l'affiche ou le message avec son encadrement ;
- Leur hauteur au-dessus du sol est ramenée de 6 mètres dans les agglomérations hors unité urbaine de Rennes voire 7,50 mètres dans les autres agglomérations, à 5 mètres dans toutes les zones (§ 3.1.2) ; cette hauteur s'apprécie par rapport à tout point du dispositif (encadrement et/ou éclairage compris), par rapport au niveau du sol à la verticale de chaque point du dispositif, y compris si celui-ci ou le terrain d'assiette devait ne pas être horizontal ;
- Alors que la réglementation nationale impose uniquement une hauteur minimale de 50 cm par rapport au sol, le RLPi complète cette condition en imposant une distance minimale de 50 cm par rapport aux limites latérales de la façade support (§ 3.1.3) ;
- Leur saillie par rapport à la façade support est ramenée de 25 cm à 10 cm dans toutes les zones (§ 3.1.4), cette saillie maximale concernant tous les éléments du dispositif, en l'affiche ou le message, son encadrement et son dispositif d'éclairage éventuel.

Par ailleurs, les dispositifs apposés à plat ou parallèlement à une façade aveugle doivent également respecter les prescriptions concernant leur nombre maximum (art. 7), l'éclairage (art. 9) ainsi que les restrictions spécifiques dans les secteurs d'intérêt patrimonial ou paysager (art. 10).

Toutes ces conditions -nationales et locales- ne concernent pas les publicités et préenseignes qui sont apposées sur des bâches de chantier (§ 3.4.1), de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires (§ 3.4.2), ou apposées sur les équipements sportifs (§ 3.4.3) dont l'installation relève des seules règles nationales et qui sont soumises à un régime spécifique d'autorisation.

En revanche, les bâches publicitaires autres que de chantier, dont la réglementation nationale admet l'installation exclusivement sur façades aveugles sont soumis, nonobstant leur régime d'autorisation préalable, aux conditions nationales (en particulier la distance minimale de 100 mètres exigée entre deux telles bâches publicitaires) et locales (surface unitaire, hauteur maximale, distance minimale par rapport aux limites de la façade, saillie maximale, nombre maximum, éclairage et interdiction en secteurs d'intérêt patrimonial ou paysager) applicables aux publicités sur façades aveugles (§ 3.3).

	règles nationales	**Z1**	**Z2**	**Z3**
surface unitaire	unité urbaine de Rennes : ≤ 12 m² hors unité urbaine : ≤ 4 m²	≤ 2 m²	≤ 4 m²	
hauteur / sol	unité urbaine de Rennes : ≤ 7,50 m hors unité urbaine : ≤ 6 m	≤ 5 m		
installation	≥ 50 cm / sol	≥ 50 cm / limites de la façade		
saillie / façade	≤ 25 cm	≤ 10 cm		

Les publicités et préenseignes sur clôture

Justification au regard des spécificités paysagères locales

La réduction des possibilités d'implantation des publicités et préenseignes sur clôture se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine et architecturale de l'ensemble des constructions dont les clôtures qui les accompagnent participent également au paysage urbain. La clôture constitue en effet un élément structurant du paysage urbain qui souligne les rues, crée une transition entre l'espace privé et l'espace public, et participe à la mise en valeur du bâti. Afin de préserver les grandes ambiances paysagères des règles spécifiques et un guide de recommandations pour édifier des clôtures ont été définis au PLUi.

Les clôtures doivent être particulièrement préservées dans les ambiances de centres-bourgs et centres-villes, et dans les ambiances des secteurs résidentiels. Dans les ambiances de centres-bourgs et centres-villes les murets et murs en pierre et en terre sont le plus souvent implantés à l'alignement de la rue, et en continuité ou en accompagnement du bâti historique. Au sein des ambiances résidentielles, de longs linéaires de clôtures (pierre, parpaing enduit, bois, …) marquent les limites de propriété de constructions individuelles ou collectives en retrait des voies, et impactent de fait le paysage des quartiers. En milieu urbain, les clôtures sont généralement basses et les publicités et préenseignes ne pouvant s'implanter qu'à 0,50 mètre du sol, les dispositifs sont rarement intégrés de manière satisfaisante. Dans ces tissus, l'objectif reste de préserver la qualité des murs de clôtures existants et leurs linéaires, mais aussi de tendre à une végétalisation des clôtures en appui de dispositifs à clairevoie. Afin de préserver ces ambiances, les publicités et préenseignes sur clôtures aveugles sont interdites dans les tissus mixtes de la zone n°1 (Z1). Cette règle concerne également les abords des axes structurants de la zone n°3 (Z3), qui regroupe les ambiances d'entrées et traversées de ville qui existent au sein mêmes des ambiances de tissus mixtes de la zone n°1 (Z1), et qui présentent donc les mêmes enjeux en matière de préservation des clôtures.

Les publicités et préenseignes restent cependant admises sur les clôtures aveugles dans les zones d'activités de la zone n°2 (Z2). En effet, les zones d'activités se caractérisent par des terrains d'assiette dont les longueurs de façade sur rue sont importantes, et qui peuvent être délimitées par des dispositifs de clôtures pleines, qui pouvent accueillir un affichage publicitaire. Dans l'objectif de veiller à l'insertion qualitative des publicités et préenseignes sur clôtures, des règles de surface, de positionnement et d'épaisseur sont définies. La surface unitaire de ces dispositifs est limitée à 2m² (cadre compris). La saillie par rapport à la clôture est limitée à 10 cm dans l'objectif de ne pas créer de débords trop importants en épaisseur des supports existants, et pour rester dans un rapport d'échelle cohérent avec la surface du dispositif. Enfin, le dispositif doit être positionné de manière harmonieuse sur la clôture, et doit à ce titre respecter une distance minimale de 0,50 mètre par rapport à ses limites latérales. Par ailleurs, dès lors que le règlement du PLUi limite à 2 mètres la hauteur des clôtures, le RLPi en interdisant aux publicités et préenseignes de dépasser de la limite supérieure de la clôture, limite de facto à 2 mètres au-dessus du sol la hauteur des publicités et préenseignes sur clôtures.

Conditions d'installation des publicités et préenseignes à plat ou parallèlement à une clôture aveugle

Le RLPi apporte plusieurs restrictions par rapport aux règles nationales applicables aux publicités et préenseignes qui sont apposées à plat ou parallèlement à une clôture aveugle :

- Elles sont exclusivement admises en zone 2 (§ 4.1.1.a) ; tandis qu'en zones 1 et 3, elles sont exclusivement admises sur les palissades de chantier (qui constituent une forme particulière de clôture, avec un caractère temporaire) (§ 4.1.1.b) ;
- Leur surface unitaire est ramenée de 4 m² dans les agglomérations hors unité urbaine de Rennes voire 12 m² dans les autres agglomérations, à 2 m² dans toutes les zones, que ce soient sur des clôtures aveugles « traditionnelles » ou sur palissades de chantier (§ 4.1.2) ; il est rappelé que, selon le Conseil d'État, la surface unitaire réglementée au titre de la protection des paysages doit s'entendre « support compris », c'est-à-dire l'affiche ou le message avec son encadrement ;
- Alors que la réglementation nationale impose uniquement une hauteur minimale de 50 cm par rapport au sol et interdit le dépassement des limites des « murs » de clôture, le RLPi complète ces conditions d'installation sur clôture en imposant une distance minimale de 50 cm par rapport aux limites latérales de la clôture support (§ 4.1.3), et interdit de dépasser de la limite supérieure de la clôture (§ 4.1.4) ;
- Leur saillie par rapport à la clôture support est ramenée de 25 cm à 10 cm dans toutes les zones (§ 4.1.5), cette saillie maximale concernant tous les éléments du dispositif, en l'affiche ou le message, son encadrement et son dispositif d'éclairage éventuel.

Par ailleurs, les dispositifs apposés à plat ou parallèlement à une façade aveugle doivent également respecter les prescriptions concernant leur nombre maximum (art. 7), l'éclairage (art. 9) ainsi que les restrictions spécifiques dans les secteurs d'intérêt patrimonial ou paysager (art. 10).

Toutes ces conditions -nationales et locales- ne concernent pas les publicités et préenseignes qui sont apposées sur des bâches de chantier (§ 4.3.1), de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires (§ 4.3.2), ou apposées sur les grands équipements sportifs (§ 4.3.3) dont l'installation relève des seules règles nationales et qui sont soumises à un régime spécifique d'autorisation. La réglementation nationale interdit en revanche l'installation de bâches publicitaires autres que de chantier sur des clôtures.

<table>
<tr><th></th><th>règles nationales</th><th>Z1</th><th>Z3</th><th>Z2</th></tr>
<tr><td>interdiction</td><td></td><td colspan="2">hors palissade</td><td>aucune</td></tr>
<tr><td>surface unitaire</td><td>unité urbaine de Rennes : ≤ 12 m²
hors unité urbaine : ≤ 4 m²</td><td colspan="3">≤ 2 m²</td></tr>
<tr><td>hauteur / sol</td><td>unité urbaine de Rennes : ≤ 7,50 m
hors unité urbaine : ≤ 6 m</td><td colspan="3" rowspan="2">interdiction de dépasser la limite supérieure de la clôture (que le règlement du PLUi limite à 2 m)</td></tr>
<tr><td>installation</td><td>≥ 50 cm / sol
interdiction de dépasser les limites des murs de clôture</td></tr>
<tr><td>saillie / clôture</td><td>≤ 25 cm</td><td colspan="3">≤ 10 cm</td></tr>
</table>

Les publicités et préenseignes scellées au sol

Justification au regard des spécificités paysagères locales

La logique d'apaisement de la ville, précédemment développée (cf : les publicités et préenseignes sur façade), justifie particulièrement la forte réduction des publicités et préenseignes scellées au sol, tant dans leurs formats et que dans leurs possibilités d'implantation. En effet, à la différence des dispositifs sur façade ou sur clôture installés sur des supports existants, les dispositifs scellés au sol constituent des objets déportés, principaux obstacles visuels dans le paysage urbain et ses espaces publics.

Cette logique concerne globalement l'ensemble des secteurs mixtes, où l'objectif est de préserver les ambiances de quartier de la présence publicitaire scellée au sol qui encombre visuellement les abords des constructions existantes : notamment les parcellaires en front de rue quand les bâtiments sont implantés en recul de la voie, ou bien les fonds de jardins quand les constructions sont implantées en milieu de parcelle. Ces abords, souvent paysagers, constituent des espaces de respiration au sein d'une trame urbaine dense et constituée. En conséquence, les publicités et préenseignes scellées au sol sont interdites en zone n°1 (Z1) et en zone n°3 (Z3). En effet, l'impact paysager d'un dispositif scellé au sol reste le même, qu'il soit en centre-ville / centre-bourg, en secteur résidentiel ou en traversée de ville, au sens où il s'introduit physiquement dans des lieux de vie qui constituent le paysage du quotidien.

Par ailleurs, les publicités et préenseignes scellées au sol restent autorisées dans les zones d'activités de la zone n°2a (en unité urbaine de Rennes) en cohérence avec leurs usages et leurs ambiances urbaines. En effet, une présence publicitaire scellée au sol peut se justifier dans ces secteurs d'activités où le tissu urbain se caractérise par de larges parcelles avec des grands volumes de bâtiments implantés en recul de la voie : un dispositif scellé au sol peut s'y intégrer plus aisément car les vues sont plus dégagées et moins contraintes qu'en secteurs urbains mixtes. Dans ces tissus, la surface unitaire des publicités et préenseignes scellées au sol est limitée à 4 m² (cadre compris) et leur hauteur au-dessus du sol à 5 mètres. L'objectif reste de limiter l'impact visuel des dispositifs dans le paysage, dans une logique d'apaisement de la ville, tout en conservant des formats visibles et lisibles depuis des axes de flux importants pratiqués par tous les modes de déplacements (automobiles, piétons, vélos), et qui traversent les grandes zones d'activités du cœur de métropole.

Conditions d'installation des publicités et préenseignes scellées au sol

Le RLPi apporte plusieurs restrictions par rapport aux règles nationales applicables aux publicités et préenseignes scellées au sol (qui sont traitées différemment des publicités et préenseignes « installées directement sur le sol » (sans scellement) :

- Elles sont exclusivement admises dans le secteur 2a de la zone 2 (§ 5.1.1) ; elles se trouvent donc interdites dans toutes les autres zones ou secteurs, aussi bien dans les agglomérations hors unité urbaine de Rennes (où ils sont interdits par la réglementation nationale), que dans les autres agglomérations par application du règlement local ;
- Leur surface unitaire est ramenée de 12 m² à 4 m² (§ 5.1.2) ; il est rappelé que, selon le Conseil d'État, la surface unitaire réglementée au titre de la protection des paysages doit s'entendre « support compris », c'est-à-dire l'affiche ou le message avec son support ;
- Leur hauteur au-dessus du sol est ramenée de 6 mètres à 5 mètres (§ 5.1.3) ; cette hauteur s'apprécie par rapport à tout point du dispositif (encadrement et/ou éclairage compris), par rapport au niveau du sol à la verticale de chaque point du dispositif, y compris si celui-ci ou le terrain d'assiette devait ne pas être horizontal.

Par ailleurs, les dispositifs scellés au sol doivent également respecter les prescriptions concernant leur nombre maximum (art. 7), l'éclairage (art. 9) ainsi que les restrictions spécifiques dans les secteurs d'intérêt patrimonial ou paysager qui pourraient exister dans les secteurs 2a de la zone 2 (art. 10).

Toutes ces conditions -nationales et locales- ne concernent pas les publicités et préenseignes de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires (§ 5.3.1) ou apposées sur les grands équipements sportifs (§ 5.3.2) dont l'installation relève des seules règles nationales et qui sont soumises à un régime spécifique d'autorisation.

Si la réglementation nationale interdit que les bâches publicitaires autres que de chantier soient scellées au sol ou installées directement sur le sol, tandis que les bâches de chantier sont exclusivement admises sur des échafaudages de chantier : elles ne sont donc pas concernées par les restrictions locales applicables aux publicités scellées au sol puisqu'elles ne peuvent pas être scellées au sol.

	règles nationales	**Toutes zones hors Z2a**	**Secteur Z2a**
interdiction	hors unité urbaine de Rennes	interdiction	admis
surface unitaire	unité urbaine de Rennes : ≤ 12 m²		≤ 4 m²
hauteur / sol	unité urbaine de Rennes : ≤ 6 m		≤ 5 m
installation	≥ ½ hauteur / limites propriété ≥ 10 m / baies habitations voisines		règles nationales

Les publicités et préenseignes installées directement sur le sol

Justification au regard des spécificités paysagères locales

La réduction des possibilités d'installation des publicités et préenseignes directement sur le sol se justifie au regard d'une logique de qualité urbaine des abords des constructions et des espaces publics. En effet, ces espaces non bâtis, le plus souvent devant les constructions existantes, constituent des espaces de proximité directe pour les activités souhaitant étendre leurs dispositifs de publicités ou de préenseignes de manière quotidienne, pour être visibles depuis l'extérieur. Bien qu'ils ne soient pas ancrés au sol, ces éléments (de type "chevalets, "oriflammes", …), en tant qu'objets déportés de l'activité, peuvent provoquer les mêmes impacts paysagers que des dispositifs scellés au sol. En effet, ils viennent impacter directement la qualité paysagère des espaces publics et l'appropriation que peuvent en avoir les usagers, en encombrant les vues et les usages au sein de ces lieux, par essence dégagés et aménagés pour faciliter les circulations du quotidien (piétons, vélos, personnes à mobilité réduite, …). L'objectif reste de réguler ces dispositifs en cohérence avec les règles locales édictées précédemment et avec les règles nationales existantes : d'une part en les limitant aux seules emprises privées de la zone n°2a (en unité urbaine), en cohérence avec la limitation des dispositifs scellées au sol à cette zone, et d'autre part en les limitant aux seules emprises publiques des zones en unité urbaine, dans le respect de l'interdiction des dispositifs scellées au sol dans les agglomérations hors unité urbaine. Le format de ces dispositifs est également encadré et limité à une largeur de 0,80 mètre et à une hauteur de 1,20 mètres, qui correspond à une surface d'environ 1 m². Ces formats standards permettent d'avoir une harmonisation des dispositifs sur l'espace public et de cibler des typologies de dispositifs, comme des chevalets, plus qualitatives et plus adaptées aux besoins des activités et commerces implantés le long des rues, et moins encombrantes pour la fluidité et la sécurité des circulations.

Le RLPi donne une possibilité d'installer des publicités et préenseignes installées directement sur le sol, mais l'autorisation d'occupation du domaine public revient à l'autorité compétente en matière de police de la circulation.

Conditions d'installation des publicités et préenseignes installées directement sur le sol

Le RLPi limite fortement les possibilités d'installation des publicités et préenseignes directement sur le sol :

- Hors emprises publiques, elles sont exclusivement admises dans le secteur 2a de la zone 2 (§ 6.1.1) ; à l'instar des dispositifs « scellés » au sol, elles se trouvent donc interdites dans toutes les autres zones ou secteurs, aussi bien dans les agglomérations hors unité urbaine de Rennes (où ils sont interdits par la réglementation nationale), que dans les autres agglomérations par application du règlement local ;
- Dans les autres zones, elles sont exclusivement admises sur les emprises publiques (où elles sont généralement liées à des activités riveraines sans constituer pour autant des enseignes) (§ 6.1.2), dans les seules agglomérations de l'unité urbaine de Rennes ;
- Leur format est encadré, correspondant aux dispositifs de type « chevalets », avec une largeur limitée à 80 cm (§ 6.1.3) et une hauteur au-dessus du sol limitée à 1,20 m (§ 6.1.4) ; ces dimensions excluent l'installation de drapeaux et autres oriflammes dont la hauteur est supérieure à 1,20 m.
- Par ailleurs, les dispositifs installés directement sur le sol doivent également respecter les prescriptions concernant leur nombre maximum (art. 7) et l'éclairage (art. 9).

	règles nationales	**Toutes zones hors Z2a**	**Secteur Z2a**
admises	unité urbaine de Rennes	exclusivement sur emprises publiques	admises
largeur	unité urbaine de Rennes : ≤ 12 m²	≤ 80 cm	
hauteur / sol	unité urbaine de Rennes : ≤ 6 m	≤ 1,20 m	
installation	≥ ½ hauteur / limites propriété ≥ 10 m / baies habitations voisines		

Densité des publicités et préenseignes sur façade ou clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol

Justification au regard des spécificités paysagères locales

En plus de justifier la réduction des implantations et des formats des publicités et préenseignes, la logique d'apaisement de la ville justifie également la réduction de la densité de ces dispositifs. En effet, quel qu'il soit, le dispositif de publicité ou de préenseigne constitue un élément qui s'impose dans un environnement bâti et urbain existant, mais son impact est démultiplié quand il est déployé à répétition, le plus souvent le long d'un même axe. Lorsqu'il s'agit de dispositifs scellés au sol, l'impact paysager se traduit par une série d'obstacles visuels qui entravent les vues proches et lointaines. Lorsqu'il s'agit de dispositifs muraux, l'impact paysager peut se traduire sur une seule et même façade quand plusieurs supports sont installés en doublon et dont la surface cumulée occulte complètement la lecture des lignes de composition du bâtiment, mais peut être amplifié quand les dispositifs muraux se répètent sur toutes les façades aveugles d'un même linéaire de front bâti. Enfin, les effets de surdensité sont les plus marquants quand il y a une démultiplication des différents supports sur un même linéaire : sur façade ou clôture aveugle, et scellés au sol ou installés directement sur le sol. Cette surdensité a pour impact de banaliser les ambiances urbaines, et surtout les entrées et traversées de ville, et d'occulter l'environnement urbain et bâti en surchargeant visuellement les abords des voies. Dans l'objectif de lutter contre les effets de surcharge publicitaire dans l'ensemble des tissus urbains, la densité est limitée à 1 seul dispositif par unité foncière en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique. Cette règle de densité s'applique dans toutes les zones de publicité, en parallèle des règles édictées en matière de format et d'implantation :

- Dans les zones n°1 et n°3, 1 seul dispositif par unité foncière est autorisé, uniquement sur façade. Cette règle de densité permet d'interdire le cumul des supports muraux sur une seule et même façade, et d'éviter les effets de doublon en cohérence avec la réduction des surfaces murales unitaires à 2m² (cadre compris).
- Dans la zone n°2a, 1 seul dispositif par unité foncière est autorisé qu'il soit sur façade, sur clôture, scellé au sol, ou installé directement sur le sol. Dans la zone n°2b, 1 seul dispositif par unité foncière est autorisé sur façade, ou sur clôture. Cette règle de densité permet d'interdire le cumul de plusieurs types de dispositifs, et de les limiter qu'à un seul support, sans effet de doublon possible.

Règles de densité des publicités et préenseignes sur façade ou clôture, scellées au sol ou installées directement sur le sol

Le RLPi simplifie les règles nationales de densité tout en y apportant de fortes restrictions :

- Alors que la réglementation nationale fixe un nombre maximal de publicités (murales, sur clôture ou au sol) en fonction de la longueur de façade sur rue des unités foncières (y compris lorsque les dispositifs sont installés sur le domaine public), une seule publicité ou préenseigne -qu'elle soit apposée sur une façade aveugle, sur une clôture aveugle ou qu'elle soit scellée au sol ou installée directement sur le sol, dès lors que ces différents modes d'installation sont admis par le RLPi dans la zone concernée- est admise sur une unité foncière en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique (§ 7.1). Le cas échéant, un terrain d'assiette bordé par plusieurs voies ouvertes à la circulation publique pourrait voir l'installation d'un dispositif en bordure de chacune des voies qui le borde.
  Sur le domaine public, le nombre de publicités et préenseignes sur façade aveugle, sur clôture aveugle, scellées au sol ou installées directement sur le sol, reste soumis aux dispositions de la réglementation nationale : au droit des unités foncières inférieures à 80 mètres de longueur de façade en bordure du domaine public, un seul dispositif est admis ; un dispositif supplémentaire est admis par tranche (entamée) de 80 mètres supplémentaires de façade sur rue de l'unité foncière riveraine.

Plusieurs types de publicités et préenseignes ne sont pas concernés par la limitation à un seul dispositif par unité foncière en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique, lorsque ces dispositifs sont admis dans les différentes zones :

- Les publicités et préenseignes « de petites dimensions » apposées sur les baies des devantures commerciale (§ 7.2.1) : le RLPi n'est pas habilité à exprimer des restrictions concernant l'installation de ce « micro-affichage » sur vitrines commerciales, dont la réglementation nationale limite la surface unitaire et la surface totale ;
- Les publicités et préenseignes sur palissades de chantier, compte-tenu du caractère « temporaire » de ces installations ; les publicités et préenseignes apposées sur ces palissades sont toutefois limitées à un seul dispositif par tranche entamée de 20 mètres de palissade en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique (§ 7.2.2) ;
- Les publicités et préenseignes sur bâches de chantier (§ 7.2.3) ou de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires (§ 7.2.4), compte-tenu du caractère « temporaire » de ces installations, mais aussi du régime d'autorisation préalable doit elles doivent faire l'objet ; en revanche, les publicités sur bâches

autres que de chantier qui peuvent être apposées sur des façades aveugles ne sont pas exclues de la limitation du nombre de publicités ;

- Les publicités et préenseignes apposées de façon dérogatoire sur les équipements sportifs d'une capacité supérieure à 15 000 places assises (§ 7.2.5), qui font l'objet d'une autorisation spécifique du conseil municipal ou de l'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale compétent.

	règles nationales	toutes zones
Unités foncières en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique	Selon la longueur de façade de l'unité foncière en bordure de voie ouverte à la circulation publique : ▪ < 40 mètres : soit 2 dispositifs muraux (façade ou clôture) alignés verticalement ou horizontalement, soit 1 dispositif au sol (en unité urbaine de Rennes) ▪ ≥ 40 mètres et ≤ 80 m : soit 2 dispositifs muraux (façade ou clôture) alignés verticalement ou horizontalement, soit 2 dispositifs au sol (en unité urbaine de Rennes) ▪ > 80 mètres : 1 dispositif supplémentaire (façade ou clôture ou, en unité urbaine de Rennes, au sol) par tranche (entamée) de 80 mètres.	1 seul dispositif (façade, clôture, ou au sol) par unité foncière en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique
Sur domaine public	1 dispositif (façade ou clôture ou, en unité urbaine de Rennes, au sol) par tranche de 80 mètres de longueur de façade de l'unité foncière riveraine de la voie ouverte à la circulation publique	

Dispositifs spécifiques de publicités et préenseignes

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Les dispositifs spécifiques de publicités et préenseignes sont soumis à des règles locales définies en cohérence avec celles édictées pour les dispositifs plus standards (sur façade, sur clôture, scellé ou installé directement au sol) :

- Les publicités et préenseignes sur toitures ou terrasses en tenant lieu sont interdites, en cohérence avec la limitation des formats standards à des surfaces unitaires de 2 et 4 m², dans une recherche d'apaisement de la ville et d'intégration harmonieuse des dispositifs au cadre bâti.
- La surface unitaire des publicités et préenseignes sur mobilier urbain supportant des informations à caractère général ou local est limitée à 2m². Cette réduction est généralisée à toutes les zones (Z1, Z2 et Z3), par mesure d'équité avec la réduction globale des formats à 2 m² sur l'ensemble des tissus mixtes, mais également pour une plus grande cohérence paysagère en matière de formats. En effet, un panneau scellé au sol de 8m² a tout autant d'impacts sur le paysage, qu'il se situe sur domaine privé ou sur domaine public. Cette mesure restreint en conséquence les formats du mobilier urbain publicitaire à des panneaux d'information à caractère général ou local de type "sucettes" et aux abris-voyageurs. L'objectif est de limiter l'impact visuel de la présence publicitaire y compris sur l'espace public en harmonisant les formats, tout en maintenant des possibilités d'utilisation accessoirement publicitaire du mobilier urbain répondant à des fonctions d'intérêt général (affichage institutionnel, abris destinés au public, …). L'installation du mobilier urbain publicitaire se fait au titre d'un contrat conclu par une collectivité et un opérateur, qui détermine les conditions d'installation (nombre, caractéristiques esthétiques, emplacement) et d'entretien du matériel, ainsi que la répartition des temps d'affichage publicitaire et institutionnel.
- Les publicités et préenseignes sur palissades de chantier sont admises au sein des 3 zones (Z1, Z2 et Z3) mais elles sont encadrées par les mêmes règles que celles qui s'appliquent aux clôtures en zone n°2 en matière de surface, de positionnement et d'épaisseur. Leur surface unitaire est notamment limitée à 2m² (cadre compris) dans toutes les zones. Par ailleurs, leur densité est limitée à 1 dispositif par tranche entamée de 20 mètres de linéaire de palissade en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique. Cette possibilité se justifie par le caractère temporaire de ces dispositifs, installés uniquement dans le cadre de travaux.
- Les publicités et préenseignes sur bâches autres que de chantier sont encadrées par les mêmes règles que celles qui s'appliquent aux façades en matière de surface et de hauteur : leur surface unitaire est notamment limitée à 2m² en Z1 et à 4 m² en Z2 et Z3, et leur hauteur est limitée à 5 mètres au-dessus du sol. Elles sont également soumises aux mêmes règles de positionnement et de saillie que les publicités et préenseignes sur façade. Cette possibilité se justifie au regard des impacts similaires que peuvent avoir un dispositif sur bâche autre que de chantier et un dispositif mural.
- Les publicités et préenseignes sur bâches de chantier, de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires, et sur les équipements sportifs mentionnés à l'article L. 581-10 du code de l'environnement, ne sont pas soumis à des règles locales de surface et de densité, dans la mesure où ces dispositifs sont soumis à autorisation, qui permet une analyse circonstanciée de leur intégration paysagère, le plus souvent de manière temporaire.
- Les dispositifs de petit format apposés sur vitrine commerciale restent soumis à la réglementation nationale.

Conditions d'installation des dispositifs spécifiques de publicités et préenseignes

Le RLPi exprime des restrictions concernant les possibilités d'installation de certains dispositifs spécifiques :

- Alors que la réglementation nationale admet, exclusivement dans les agglomérations de l'unité urbaine de Rennes, la possibilité d'installation de publicités ou préenseignes lumineuses (autres qu'éclairées par projection ou transparence) sur les toitures ou terrasses en tenant lieu, le RLPi supprime cette possibilité particulièrement impactant d'un point de vue paysager et qui n'était pas ou très peu mise en œuvre (§ 8.1) ;
- Le souci d'un traitement qualitatif des espaces publics justifie que les possibilités, dans les agglomérations de l'unité urbaine de Rennes, de publicités ou préenseignes de « grand format » (jusqu'à 12 m²) sur le mobilier urbain d'information à caractère général ou local admises par la réglementation nationale, soient limitées à une surface unitaire de 2 m² (d'affichage), identique pour l'ensemble des agglomérations, et identique à la surface unitaire maximale admise sur abris-voyageurs, kiosques à usage commercial ou mâts porte-affiches (§ 8.2). Dans la mesure où les publicités et préenseignes apposées sur des mobiliers urbains d'information sont généralement plus visibles que les publicités et préenseignes sur façades, clôtures voire scellées au sol, le RLPi a limité leur surface unaire de façon plus stricte que les publicités ou préenseignes admises en

Z2 et Z3. Dans la mesure où le RLPi ne réglemente pas le mobilier urbain mais uniquement son utilisation accessoirement publicitaire, il faut préciser que la surface unitaire des publicités ou préenseignes correspond à la surface « d'affichage » sur ces mobiliers et non pas à la surface « support compris ».

- Publicités et préenseignes sur palissades de chantier, confère publicités et préenseignes sur clôture.
- Publicités et préenseignes sur bâches autres que de chantier : confère publicités et préenseignes sur façade.

Publicités et préenseignes lumineuses

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Aujourd'hui, les dispositifs de publicités et de préenseignes ne se limitent plus aux seuls formats papiers, et sont majoritairement mis en lumière afin d'être plus visibles de jour comme de nuit, grâce à des systèmes de rétro-éclairage ou de projection. On note par ailleurs, un développement des dispositifs à technologie numérique, qu'il s'agisse de publicités et de préenseignes sur domaine privé, mais également sur mobilier urbain.

L'encadrement global de ces dispositifs lumineux se justifie par la volonté de préserver les ambiances nocturnes, en cohérence avec les politiques métropolitaines, et notamment avec le Schéma de Cohérence d'Aménagement Lumière (SCAL) et le Plan Climat Air Énergie Territorial (PCAET). Ces deux documents portent une stratégie d'optimisation de l'éclairage public, et expriment des objectifs tendant à rendre plus cohérentes les actions d'éclairage public et de mise en lumière des communes, et ce en fonction des typologies urbaines rencontrées (cœurs de bourg, hyper-centralités urbaines, zones commerciales, zones d'activité, zones résidentielles pavillonnaires, zones résidentielles denses, ZAC, etc.) afin de préserver les trames noires. La réduction de la lumière répond à un objectif écologique favorisant la biodiversité, mais produit également des effets positifs dans le cadre du développement durable (consommation d'énergie, bilan carbone, …) et de la sécurité routière (réduit les effets d'éblouissement, …).

En cohérence avec les actions menées sur l'éclairage public, le RLPi tend ainsi à encadrer l'éclairage des dispositifs d'affichage lumineux, qu'ils soient situés à l'extérieur ou bien à l'intérieur des vitrines commerciales, et qui ont un impact direct sur les ambiances nocturnes et la trame noire. En conséquence, des horaires d'extinction sont définis pour :

- Les publicités et préenseignes lumineuses, y compris sur le mobilier urbain supportant des informations à caractère général ou local, doivent être éteintes entre 23h du soir à 7h du matin, en cohérence avec les horaires d'extinction des mises en lumière des bâtiments publics.
- Les publicités et préenseignes lumineuses apposées sur les abris-voyageurs doivent être éteintes au plus tard 15 minutes après le passage du dernier véhicule qui dessert l'arrêt dans la soirée, et peuvent être allumées au plus tôt 15 minutes avant le passage du premier véhicule qui dessert l'arrêt dans la matinée. Ces horaires d'extinction permettent de s'adapter aux services des transports en communs.
- Les publicités et préenseignes lumineuses installées à l'intérieur des vitrines des locaux à usage commercial, doivent être éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'activité, et peuvent être allumées au plus tôt une heure avant son ouverture. Ces horaires d'extinction permettent de s'adapter aux amplitudes horaires de chaque activité, sans les contraindre sur des plages horaires bien définies.

Les publicités et préenseignes numériques ont un impact généralisé sur les paysages du quotidien, de jour comme de nuit, en produisant une animation lumineuse directement perceptible depuis l'espace public. La forte limitation de ces dispositifs numériques par le RLPi se justifie par le souci de préserver les ambiances urbaines de centres-villes et de centres-bourgs et résidentielles, qui constituent les principaux espaces vécus au quotidien où l'ensemble des règles édictées précédemment vise à réduire fortement la présence publicitaire, en la limitant notamment à des dispositifs uniquement muraux de 2 ou 4 m². Les dispositifs numériques, au caractère lumineux et animé, produisent une nuisance visuelle plus forte qu'un simple panneau mural avec une affiche papier même éclairé par projection ou transparence, qui justifie leur interdiction dans les zones n°1 et n°3, en cohérence avec les règles définies en matière de formats et de densité dans ces secteurs sensibles d'un point de vue paysager. Par mesure d'équité, les dispositifs numériques sont également interdits sur mobilier urbain dans les Z1 et Z3.

Par ailleurs, les publicités et préenseignes numériques sont autorisées dans les zones n°2a (en unité urbaine de Rennes) dans un format uniquement scellé au sol (et y compris sur mobilier urbain), en cohérence avec les règles définies dans les ambiances des zones d'activités. Afin de limiter l'impact visuel de ces dispositifs numériques, la surface unitaire de l'écran est limitée à 2 m², qui correspond aux formats standards d'écrans numériques, mais la surface unitaire du dispositif (support compris) est limitée à 1,5 fois la surface de l'écran pour permettre un encadrement proportionné du support.

Les publicités et préenseignes numériques situées à l'intérieur de vitrines commerciales ont également des impacts visuels perceptibles depuis les rues qui les bordent, notamment lorsqu'elles occultent des baies entières. Afin de limiter ces impacts tant sur les ambiances urbaines que sur l'architecture des bâtiments, leur surface cumulée est limitée à 1m² par baie.

La luminance des publicités et préenseignes numériques, qu'elles soient installées en extérieur ou à l'intérieur de vitrines commerciales, est encadrée en fonction de la luminosité ambiante :

- En contexte diurne (de jour) : la luminance maximale est limitée à 3 000 candelas / m² (sur la valeur du blanc, qui est la plus forte valeur de contraste) et la luminance moyenne à 500 candelas / m² (sur les valeurs de couleurs profondes, qui sont des valeurs de contraste moins intenses).
- En contexte nocturne (de nuit) : la luminance maximale est limitée à 400 candelas / m² (sur la valeur du blanc).

- Les dispositifs doivent être dotés d'un système de gradation permettant d'adapter leur éclairage à la luminosité ambiante afin de s'adapter à l'éclairage ambiant, et également de ne pas provoquer d'éblouissement.

Ces règles se justifient au regard des résultats des mesures de luminance, qui démontrent qu'il est nécessaire d'adapter les niveaux de luminance en fonction des niveaux lumineux extérieurs pour limiter l'impact visuel des dispositifs numériques. Au vu de l'état des lieux réalisé, il apparait que les valeurs proposées sont à la fois réalistes pour que les messages soient visibles (notamment de jour), et respectueuses du cadre de vie et de la trame sombre (notamment de nuit).

Conditions d'installation et d'utilisation des publicités et préenseignes lumineuses

Le RLPi comporte plusieurs restrictions concernant les conditions d'utilisation de l'éclairage de l'ensemble des publicités et préenseignes à la réalisation desquelles participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet :

- La plage d'extinction nocturne de 1 heure à 6 heures prévue par la réglementation nationale est étendue par le RLPi de 23 heures à 7 heures (§ 9.1.1) ; cette obligation d'extinction concerne l'ensemble des dispositifs lumineux, quels que soient les supports -façade, clôture, au sol…- et quels que soient les modes d'éclairage -projection, transparence, mais aussi numérique.
- Alors que la réglementation nationale n'impose pas d'extinction des publicités et préenseignes apposées sur mobilier urbain, le RLPi soumet ces dispositifs aux mêmes obligations d'extinction nocturne que les autres dispositifs lumineux, à la seule exception des publicités et préenseignes apposées sur les abris-voyageurs qui, par dérogation à l'obligation générale d'extinction de 23 heures à 7 heures, peuvent rester allumées pendant 15 minutes après le passage du dernier véhicule de transport collectif qui dessert le point d'arrêt, et qui peuvent être allumées 15 minutes avant le passage du premier véhicule de transport en commun qui dessert le point d'arrêt (§ 9.1.2). Il faut souligner qu'il s'agit d'une possibilité « dérogatoire » par rapport à l'obligation générale d'extinction, ce qui signifie éventuellement que, même si le dernier véhicule dessert le point d'arrêt à 21 heures, l'éclairage des publicités et préenseignes pourra rester allumé jusqu'à 23 heures, tandis que si le premier véhicule ne dessert le point d'arrêt qu'à 8 heures, l'éclairage pourra être allumé dès 7 heures.
- La loi n° 2021-1721 du 22 août 2021 ayant ouvert aux règlements locaux de publicité la possibilité de réglementer les publicités et préenseignes lumineuses installées à l'intérieur des baies des locaux commerciaux, le RLPi impose l'extinction de l'éclairage de ces publicités ou préenseignes au plus tard une heure après la fermeture du commerce (§ 9.1.3.a), et n'admet l'allumage de cet éclairage qu'une heure avant l'ouverture du commerce (§ 9.1.3.b).
- Les publicités et préenseignes numériques font l'objet de restrictions spécifiques au regard de leur impact paysager majeur : alors que la réglementation nationale admet leur installation dans les agglomérations des communes de l'unité urbaine de Rennes, la qualité architecturale et urbaine générale de ces agglomérations justifie que le RLPi limite leur installation au seul secteur 2a de la zone 2 (§ 9.2.1), exclusivement sur des dispositifs scellés au sol d'une surface unitaire maximale d'écran de 2 m² (support non compris) (§ 9.2.3) et d'une surface totale (support compris) limitée à 1,5 fois la surface de l'écran (§ 9.2.4). Par ailleurs, leur luminance est encadrée : celle-ci doit être adaptée à l'éclairage ambiant de leur environnement et, à cette fin, les dispositifs numériques être équipés d'un système de gradation de leur éclairage permettant de l'adapter à la luminosité ambiante (§ 9.2.2.a). De plus, la luminance des publicités et préenseignes numériques ne doit pas provoquer d'éblouissement (§ 9.2.2.b) et elle ne peut pas excéder, de jour, une valeur moyenne de 500 candélas par m² et une valeur maximale de 3 000 candélas par m² sur la valeur du blanc, et de nuit, une valeur maximale de 400 candélas par m² sur la valeur du blanc (§ 9.2.2.c). Ces valeurs sont plus faibles que celles qui, selon le code de la route doivent être respectées dans les voies éclairées, par les dispositifs publicitaires lumineux (la luminance des dispositifs jusqu'à 0,50 m² à 750 cd/m², celle des dispositifs de 0,50 à 1,50 m² est limitée à 600 cd/m² et celle des dispositifs de 1,50 à 5 m² à 500 cd/m²). Dans la mesure où l'autorisation de publicité lumineuse délivrée au titre du code de l'environnement doit respecter ces valeurs de luminance maximale fixées par l'arrêté du 30 août 1977, le RLPi est fondé à apporter d'éventuelles restrictions complémentaires, ce qui est le cas avec les valeurs moyennes et maximales, diurnes et nocturnes permettant d'assurer une meilleure intégration des dispositifs numériques dans les paysages urbains, quelle que soit la surface du dispositif (par ailleurs limitée à 2 m² par le RLPi). Enfin, la surface cumulée des publicités, préenseignes et enseignes numériques apposées à l'intérieur des baies d'un local commercial est limitée à 1 m² par baie (§ 9.3.1) afin de limiter leur prégnance visuelle sur les façades et les atteintes qu'elles portent à l'architecture des bâtiments. Ces publicités et préenseignes numériques doivent respecter les normes de luminance fixées pour les dispositifs numériques extérieurs (§ 9.3.2).

Publicités et préenseignes admises dans les secteurs d'intérêt patrimonial et paysager

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Les secteurs d'intérêt patrimonial constituent les espaces les plus sensibles d'un point de vue paysager, et qui sont de fait protégés de toute présence publicitaire. Sur le territoire métropolitain, il s'agit :

- Des secteurs d'interdiction absolue qui comprennent les monuments historiques, les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque protégés par arrêté du maire, et les sites classés, qui resteront strictement protégés de toute présence publicitaire.
- Des secteurs d'interdiction relative qui comprennent les abords des monuments historiques et des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque protégés par arrêté du maire, les sites inscrits et les sites patrimoniaux remarquables, où l'interdiction légale de publicité peut être levée par un RLP.

Dans ces secteurs d'interdiction relative, l'interdiction légale de publicité est ainsi levée pour les dispositifs installés directement sur le sol des emprises publiques ("chevalets"), les bâches de chantier et les dispositifs de dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires. Ce choix se justifie car il s'agit de dispositifs soumis à autorisation (autorisation d'occupation du domaine public pour ceux installés directement sur le sol, et autorisation préalable pour les autres), dont l'intégration paysagère est analysée au cas par cas, dans le respect des qualités patrimoniales et historiques de ces secteurs. Ces dispositifs ne sont admis par la réglementation nationale que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et, pour les chevalets, dans l'unité urbaine de Rennes.

Aux abords des monuments historiques (périmètre délimité des abords ou à défaut périmètre de 500 mètres) et des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque protégés par arrêté du maire (périmètre de 100 mètres autour de l'immeuble identifié), l'interdiction de publicité est également levée pour les publicités et préenseignes sur mobilier urbain. En effet, ces abords constituent l'environnement le plus proche des bâtiments protégés, dont les tissus bâtis doivent rester protégés de toute présence publicitaire, mais ils s'intègrent le plus souvent dans des ambiances de centres-villes et centres-bourgs, où l'affichage publicitaire est présent sur l'espace public, notamment sur mobilier urbain. L'intégration paysagère de cette présence publicitaire est garantie par son insertion sur des dispositifs dont les surfaces unitaires d'affichage sont harmonisées et limitées à 2 m², et dont les usages répondent également à des fonctions d'intérêt général. Il en résulte que ces publicités et préenseignes sont apposées sur des dispositifs de mobilier urbain, eux-mêmes intégrés au sein des paysages et usages du quotidien. En conséquence, les publicités et préenseignes sont admises sur mobilier urbain et limitées à une surface unitaire de 2 m² dans les abords des bâtiments protégés, en cohérence avec les ambiances urbaines auxquelles ils appartiennent. Cette possibilité n'est pas retenue dans les sites inscrits et les sites patrimoniaux remarquables (centre historique de Rennes et de Bécherel) car leur protection ne concerne pas une seule construction mais un ensemble de constructions dans un périmètre donné. C'est donc la qualité du paysage urbain de l'ensemble de ces secteurs qui est protégé au niveau national, qu'il convient de ne pas dénaturer par l'introduction d'affichage publicitaire y compris dans l'espace public.

Les secteurs d'intérêt paysager couvrent les Espaces d'Intérêt Paysager et Écologique (EIPE) identifiés au PLUi. Il s'agit d'ensembles paysagers à caractère végétal, notamment des espaces verts à préserver de la présence publicitaire, au même titre que les Espaces Boisés Classés (EBC) et les zones naturelles également inscrits et identifiés au PLUi. Plus précisément, l'objectif est de préserver ces espaces paysagers des dispositifs de publicités et de préenseignes scellés au sol, qui viendraient dénaturer ces sites en produisant une forte nuisance visuelle. En conséquence, les dispositifs scellés au sol y sont interdits, et seules les publicités et préenseignes apposées parallèlement sur façade aveugle ou sur abris destinés au public sont admis, dans les conditions applicables dans les zones dans lesquelles elles s'inscrivent.

Conditions d'installation des publicités et préenseignes en secteurs d'intérêt patrimonial et paysager

Le RLPi admet que certaines publicités et préenseignes puissent être installées dans les secteurs d'intérêt patrimonial par dérogation aux interdictions légales applicables à la publicité en agglomération ; ces dispositifs dérogatoires sont alors soumis aux dispositions qui leur sont applicables dans les zones correspondantes. Seules sont admises dans les secteurs d'intérêt patrimonial, les publicités et les préenseignes :

- Sur mobilier urbain (§ 10.1.1) ;
- Installées directement sur le sol sur des emprises publiques (« chevalets ») (§ 10.1.2) ;
- Sur bâches de chantier (§ 10.1.3) ;
- De dimensions exceptionnelles liées à des manifestations temporaires (§ 10.1.4).

Par ailleurs, dans les secteurs d'intérêt paysager, le RLPi admet exclusivement les publicités et préenseignes sur façades aveugles (§ 10.2.1) ou sur abris-voyageurs (§ 10.2.2), dans les conditions qui leur sont applicables dans les zones correspondantes.

2.3 Les restrictions applicables aux enseignes

Les dispositions locales applicables aux enseignes constituent des restrictions par rapport aux règles nationales. Ces dernières restent applicables pour tous les aspects que le RLPi n'a pas restreints.

Enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Les enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade constituent la majorité des enseignes présentes sur le territoire métropolitain. Ces enseignes s'insèrent directement dans l'architecture des bâtiments et participent à l'animation des façades commerciales. De ce fait, elles contribuent à la qualité des ambiances urbaines, notamment dans les centres-villes et centres-bourgs, et encore plus fortement dans les secteurs patrimoniaux. Dans l'objectif de préserver et de mettre en valeur ces tissus urbains, et dans une logique de qualité urbaine et architecturale, deux niveaux de règles sont définis pour encadrer l'insertion des enseignes parallèles :

- Un premier niveau de règles exprime des principes qualitatifs et quantitatifs qui s'appliquent sur tout le territoire, et qui permettent d'assurer une intégration respectueuse des enseignes sur chaque type de bâtiment, quelle que soit l'activité signalée, en prenant en compte la mixité des formes urbaines et architecturales. Ces principes encadrent le positionnement de l'enseigne dans son environnement bâti et sur l'architecture de la façade, ainsi que ses caractéristiques en matière de surface, de nombre, d'épaisseur et de hauteur. Ils ont pour objectif d'intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité. Tout d'abord, l'enseigne ne peut être installée que sur les parois extérieures des volumes occupés par des activités, afin d'éviter tout débord sur les façades mitoyennes ou les niveaux inférieurs et/ou supérieurs, qui nuirait à son efficacité (à l'exception des activités qui ne disposent d'aucune façade extérieure sur laquelle inscrire son enseigne). Ensuite, l'insertion de l'enseigne doit prendre en compte la composition de la façade et notamment tous les éléments qui la composent : elle doit respecter l'ordonnancement et le rythme des ouvertures, s'appuyer sur les éléments architecturaux prévus à son effet et ne pas masquer les éléments architecturaux de qualité (encadrements et linteaux, décors et modénatures, …), s'implanter à cheval sur une rupture de façade, ou occulter la transparence des baies, et son aspect doit être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade. Enfin, l'enseigne doit également s'inscrire dans le respect des proportions du bâtiment : la surface des enseignes sur façade apposées à plat, parallèlement (cumulée à celle des enseignes perpendiculaires) est limitée à 15 % de la surface de la façade ou à 25 % si la surface de la façade est inférieure à 50 m². Sa hauteur ne doit pas dépasser le tiers de la hauteur totale de la façade afin de s'inscrire dans un rapport d'échelle cohérent et proportionnel, et la saillie par rapport à la façade est limitée à 10 cm afin de ne pas créer de débords trop importants en épaisseur des murs (cette règle de saillie ne concerne pas les zones d'activités classées en Z2 où l'épaisseur des enseignes est variable, en rapport avec le volume du bâtiment d'activité et sa longueur de façade). Il est à noter que le nombre des enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade est uniquement encadré en étage où il est limité à 1 inscription, forme ou image par activité. En rez-de-chaussée, il apparait plus pertinent de définir des règles en matière de positionnement, de hauteur et d'épaisseur, en complément de la règle nationale de surface exprimée en proportion de la surface de la façade commerciale, dans l'objectif de garantir une insertion de l'enseigne qui soit adaptée à l'échelle de la façade, plutôt que de limiter la quantité d'inscriptions en tant que telle.
- Un second niveau de règles correspond à des prescriptions architecturales qui s'appliquent uniquement dans les secteurs patrimoniaux, et qui permettent d'assurer une intégration respectueuse des enseignes par typologies de devanture. Ces prescriptions s'appliquent en plus des règles précédemment présentées, toujours dans l'objectif d'intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité mais aussi sa mise en valeur. Elles encadrent de manière plus fine le positionnement de l'enseigne en fonction des typologies architecturales des devantures et des façades, ainsi que ses caractéristiques en matière d'aspect, d'épaisseur et de nombre. Tout d'abord, ces prescriptions définissent un positionnement de l'enseigne qui n'occulte pas les éléments architecturaux de la façade et qui puisse les mettre en valeur. En ce sens, elles sont interdites sur certains éléments de décor (balcons, garde-corps, auvents et marquises) et sont limitées aux rez-de-chaussée (en dessous de l'allège des fenêtres du premier étage d'habitation), sauf sur les lambrequins en étages supérieurs. L'insertion de l'enseigne est de plus encadrée en fonction qu'elle soit posée en applique, sur devanture en feuillure ou en coffrage, sur baie, ou sur mur pignon aveugle. Ensuite, ces prescriptions encadrent le format de l'enseigne qui ne doit pas être perçue comme un objet rapporté : elle doit s'insérer de manière harmonieuse et sobre et constituer elle-même un élément de détail de la façade, pour s'intégrer à des bâtiments dont l'architecture est travaillée. De fait, leur saillie par rapport à la façade y est limitée à 6 cm, afin d'alléger les dispositifs et de tendre vers des modèles d'enseignes en lettres ou signes découpés ou peints, qui sont par ailleurs imposés sur certaines typologies de devanture et de façade. Leur

nombre est uniquement limité pour les enseignes sur baie et mur pignon aveugle, afin de ne pas recouvrir ses éléments de multiples inscriptions. Enfin, leur surface est uniquement limitée pour les enseignes sur pignon aveugle à 2 m², en cohérence avec les règles de surface des publicités murales.

Conditions d'installation des enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade

Le RLPi apporte quelques restrictions aux conditions d'installation des enseignes apposées à plat ou parallèlement à une façade :

- Dans la logique de la décision du Conseil d'État qui considère que les enseignes sur bâtiment doivent être installées sur les lieux même d'exercice des activités signalées (Conseil d'Etat, 4 mars 2013, n° 353423), le RLPi précise que les enseignes ne peuvent être apposées que sur les parties de façades correspondant aux locaux occupés par les activités signalées (§ 12.1), exception faite des activités dont les locaux ne s'appuient sur aucune façade extérieure (§ 12.1.1).
- Les enseignes doivent participer à une animation sobre et cohérente de la façade, dans le respect de l'architecture du bâtiment support (§ 12.2) ; à cet égard, les lignes de composition de la façade -en particulier la position des ouvertures (portes, fenêtres et baies)- doivent être prises en compte ainsi que les éléments architecturaux prévus pour l'implantation d'enseignes (§ 12.2.1), les éléments architecturaux de qualité (linteaux, éléments sculptés…) ne doivent pas être masqués (§ 12.2.2), doivent maintenir la transparence globale des baies (§ 12.2.3), et les enseignes doivent être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade ainsi qu'avec les autres enseignes apposées sur la même façade (§ 12.2.4) ; la hauteur de ces enseignes doit rester inférieure au tiers de la hauteur de la façade (§ 12.3.1) et la saillie maximale de 25 cm admise par la réglementation nationale est réduite par le RLPi à 10 cm sauf en Z2 où la règle nationale reste applicable (§ 12.3.2). Enfin, lorsque l'activité signalée est installée en étage (au-dessus du rez-de-chaussée), elle ne peut installer qu'une seule inscription, forme ou image (quel qu'en soit la forme) apposée à plat ou parallèlement à la façade (§ 12.3.3). Par ailleurs, la surface totale (cumulée) des enseignes qui sont apposées sur les façades (qu'elles soient apposées à plat, parallèlement ou perpendiculairement à la façade) ne peut représenter plus de 15 % de la surface des façades de 50 m² ou plus, cette proportion étant portée à 25 % pour les façades de moins de 50 m² (§ 12.4). Si ces ratios sont identiques à la règle nationale, le règlement local étend cette règle à l'ensemble des façades -quelles que soient les activités (éventuellement non commerciales) exercées- alors que la règle nationale ne s'impose qu'aux façades « commerciales ».
- Les conditions d'installation sont plus strictes dans les secteurs d'intérêt patrimonial où les enseignes à plat ou parallèles aux façades sont interdites sur les balcons, les garde-corps, les marquises et les auvents (§ 12.5.1), elles doivent être apposées sous le niveau de l'allège des fenêtres du 1er étage (§ 12.5.2) tandis que les enseignes des activités exercées uniquement dans étages doivent être apposées sur les lambrequins dans l'ébrasement des baies, à raison d'un lambrequin ou d'une baie sur deux si l'activité bénéficie de plus de 5 baies en façade (§ 12.5.3) ; leur saillie par rapport à la façade est réduite de 25 cm (règle nationale) à 6 cm (§ 12.5.4) ; enfin, certaines enseignes sur façade font l'objet de prescriptions spécifiques : posées en applique en partie pleine de la façade ou sur panneau plein (§ 12.5.5), sur devanture en feuillure (§ 12.5.6), sur devanture en coffrage (§ 12.5.7), sur baie (§ 12.5.8), ou sur mur pignon aveugle (§ 12.5.9).

Enseignes apposées à plat ou parallèlement sur clôture

Justification au regard des spécificités paysagères locales

La réduction des possibilités d'implantation des enseignes sur clôture se justifie au même titre que celle appliquée aux dispositifs de publicités et de préenseignes, précédemment détaillée. Par mesure de cohérence, les enseignes sur clôtures sont interdites dans les tissus mixtes des Z1 et Z3, ainsi qu'en dehors des agglomérations, mais elles restent autorisées dans les zones d'activités de la Z2, dont les activités nécessitent d'apposer leurs enseignes sur plusieurs types de supports. Dans l'objectif de veiller à l'insertion qualitative des enseignes sur clôtures, des règles locales de surface, de positionnement, d'épaisseur et de nombre sont définies. La surface unitaire de ces dispositifs est limitée à 2m². La saillie par rapport à la clôture est limitée à 10 cm dans l'objectif de ne pas créer de débords trop importants en épaisseur des supports existants, et pour rester dans un rapport d'échelle cohérent avec la surface du dispositif. Enfin, le dispositif doit être positionné de manière harmonieuse sur la clôture, et il doit, à ce titre, respecter une distance minimale de 0,50 mètre par rapport à ses limites latérales. Par ailleurs, le règlement du PLUi limitant à 2 mètres la hauteur des clôtures, le règlement local de publicité ne permet pas aux enseignes de dépasser de la limite supérieure de la clôture (ce qui limite de facto la hauteur des enseignes sur clôture à 2 mètres par rapport au sol…). Afin de prendre en compte les caractéristiques du parcellaire des zones d'activités et notamment la longueur souvent importante des linéaires de façades, leur nombre est limité à une seule enseigne par tranche entamée de 20 mètres de longueur de clôture.

Conditions d'installation des enseignes apposées à plat ou parallèlement sur clôture

Le RLPi supplée à l'absence de toute règle nationale applicable aux enseignes sur clôture qui sont exclusivement admises en zone 2 (§ 13.1.1), apposées à plat ou parallèlement sur clôture (§ 13.1), selon des conditions d'installation strictement identiques à celles que définit le RLPi pour les publicités et préenseignes apposées sur clôture (nécessairement aveugle s'agissant des publicités et préenseignes, mais éventuellement non aveugle s'agissant des enseignes) : surface unitaire limitée à 2 m² (§ 13.1.2), distance minimale de 50 cm par rapport aux limites latérales de la clôture (§ 13.1.3), sans dépassement de sa limite supérieure (§ 13.1.4), saillie limitée à 10 cm (§ 13.1.5) et nombre limité à un enseigne par tranche entamée de 20 mètres de longueur de la clôture (§ 13.1.6).

Enseignes apposées perpendiculairement à la façade

Justification au regard des spécificités paysagères locales

En complément des enseignes apposées à plat ou parallèlement sur façade, les enseignes apposées perpendiculairement à la façade constituent également une part importante des enseignes présentes sur le territoire métropolitain, surtout dans les centres-villes et centres-bourgs, et dans les secteurs patrimoniaux. Dans l'objectif de préserver et de mettre en valeur ces tissus urbains, et dans une logique de qualité urbaine et architecturale, deux niveaux de règles sont également définis pour encadrer l'insertion des enseignes perpendiculaires :

- Un premier niveau de règles exprime des principes qualitatifs et quantitatifs qui s'appliquent sur tout le territoire, et qui permettent d'assurer une intégration respectueuse des enseignes sur chaque type de bâtiment, quel que soit l'activité signalée, en prenant en compte la mixité des formes urbaines et architecturales. Ces principes encadrent le positionnement de l'enseigne dans son environnement bâti et sur l'architecture de la façade, ainsi que ses caractéristiques en matière de surface, d'épaisseur, de hauteur et de nombre. Ils ont pour objectif d'intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité. Tout d'abord, l'enseigne ne peut être installée que sur les parois extérieures des volumes occupés par des activités, afin d'éviter tout débord sur les façades mitoyennes ou les niveaux inférieurs et/ou supérieurs, qui nuirait à son efficacité. L'enseigne perpendiculaire constituant un objet rattaché au bâtiment, son positionnement par rapport à la façade est encadré. Sa position sur les différents niveaux de la façade est définie en rapport avec la position des ouvertures : elle est uniquement autorisée en rez-de-chaussée (en dessous de l'allège des fenêtres du premier étage) à l'exception des activités exercées à la fois en rez-de-chaussée et en étages immédiatement supérieurs. Cette exception présente deux cas de figures : si l'activité occupe uniquement le premier étage supérieur au rez-de-chaussée l'enseigne ne doit pas dépasser le niveau de l'allège ou du garde-corps (ou niveau équivalent) des fenêtres du premier étage, si l'activité occupe plusieurs étages supérieurs au rez-de-chaussée, l'enseigne peut être installée entre le niveau de l'allège des fenêtres du 1er étage et le linteau des fenêtres de l'étage le plus élevé, en respectant une hauteur qui n'excède pas la moitié de la hauteur de la façade. Ensuite, la position de l'enseigne doit prendre en compte la composition de la façade et notamment tous les éléments qui la composent : elle doit s'insérer en lien avec l'ordonnancement et le rythme des ouvertures, s'appuyer sur les éléments architecturaux prévus à son effet et ne pas masquer les éléments architecturaux de qualité (encadrements et linteaux, décors et modénatures, …), ou s'implanter à cheval sur une rupture de façade et son aspect doit être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade. Enfin, l'enseigne doit également s'inscrire dans le respect des proportions du bâtiment : la surface des enseignes perpendiculaire à la façade (cumulée à celle des enseignes apposées à plat et parallèles) est limitée à 15 % de la surface de la façade ou à 25 % si la surface de la façade est inférieure à 50 m². Sa saillie par rapport à la façade est limitée à 0,80 mètres en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique dont l'emprise est supérieure à 8 mètres. L'épaisseur de la tranche des enseignes perpendiculaires est limitée à 10 cm afin de garantir un effet "aérien" à ce type de dispositif rapporté à la façade (cette règle d'épaisseur ne concerne pas les zones d'activités classée en Z2 où le format des enseignes est variable, en rapport avec le volume du bâtiment d'activité et sa longueur de façade). Par ailleurs, le nombre d'enseignes perpendiculaires est encadré dans l'objectif de prendre en compte les longueurs de façade, variables en fonction des tissus urbains, et se limite ainsi à 1 dispositif pour une façade d'une longueur inférieure à 20 mètres, et à 2 dispositifs pour les autres façades, en bordure d'une voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée.
- Un second niveau de règles correspond à des prescriptions architecturales qui s'appliquent uniquement dans les secteurs patrimoniaux, en plus des règles précédemment présentées, toujours dans l'objectif d'intégrer l'enseigne à la façade, sans la dénaturer et en veillant à garantir sa lisibilité mais aussi sa mise en valeur. Elles encadrent de manière plus fine le positionnement de l'enseigne ainsi que ses caractéristiques en matière d'épaisseur. Tout d'abord, ces prescriptions définissent un positionnement de l'enseigne qui n'occulte pas les éléments architecturaux de la façade et qui puisse les mettre en valeur. En ce sens, elles sont interdites sur certains éléments de décor (balcons, garde-corps, auvents et marquises). Ensuite, ces prescriptions encadrent le format de l'enseigne perpendiculaire et réduisent notamment l'épaisseur de sa tranche à 6 cm, afin qu'elle puisse s'insérer de manière harmonieuse et sobre, et constituer un élément de décor rattaché à des façades travaillées d'un point de vue architectural.

Conditions d'installation des enseignes apposées perpendiculairement à la façade

Par rapport à la réglementation nationale qui se contente de limiter la saillie par rapport à la façade des enseignes apposées perpendiculairement à des façades, d'interdire qu'elles dépassent la limite supérieure du mur ou d'être apposées devant une fenêtre ou un balcon, le RLPi apporte plusieurs restrictions aux conditions d'installation des enseignes apposées perpendiculairement à une façade :

- Comme pour les enseignes apposées à plat sur la façade et dans la logique de la décision du Conseil d'État qui considère que les enseignes sur bâtiment doivent être installées sur les lieux même d'exercice des activités signalées (Conseil d'État, 4 mars 2013, n° 353423), le RLPi précise que les enseignes ne peuvent être apposées que sur les parties de façades correspondant aux locaux occupés par les activités signalées (§ 14.1). Elles doivent être uniquement situées en rez-de-chaussée (à l'exception de celles exercées à la fois en rez-de-chaussée et en étage immédiatement supérieur).
- La hauteur des enseignes est limitée en fonction de l'occupation du bâtiment par les activités signalées : la partie haute des enseignes perpendiculaires ne peut dépasser le niveau de l'allège des fenêtres du 1er étage ou le niveau des garde-corps de cet étage lorsque l'activité occupe le rez-de-chaussée et uniquement le 1er étage du bâtiment (§ 14.1.1), les enseignes perpendiculaires pour des activités occupant plusieurs étages au-dessus du rez-de-chaussée, doivent être installées entre le niveau de l'allège des fenêtres du 1er étage et le linteau des fenêtres du niveau le plus élevé occupé par l'activité signalée (§ 14.1.2) sans pouvoir dépasser une hauteur d'enseigne représentant la moitié de la hauteur de la façade.
- Comme les enseignes apposées à plat sur la façade, les enseignes perpendiculaires doivent participer à une animation sobre et cohérente de la façade, dans le respect de l'architecture du bâtiment support (§ 14.2) ; à cet égard, les lignes de composition de la façade -en particulier la position des ouvertures (portes, fenêtres et baies)- doivent être prises en compte ainsi que les éléments architecturaux prévus pour l'implantation d'enseignes (§ 14.2.1), les éléments architecturaux de qualité (linteaux, éléments sculptés…) ne doivent pas être masqués (§ 14.2.2), et les enseignes doivent être en harmonie avec les teintes et les matériaux de la façade ainsi qu'avec les autres enseignes apposées sur la même façade (§ 14.2.3).
- Les enseignes perpendiculaires ne peuvent être apposées qu'en bordure d'une voie dont le terrain d'assiette (§ 14.3) ; leur nombre est limité à une enseigne pour les façades d'une longueur inférieure à 20 mètres (§ 14.4.1) et à deux enseignes pour les autres façades (§ 14.4.2).
- En bordure des voies dont l'emprise est supérieure à 8 mètres, la saillie des enseignes par rapport à la façade est limitée à 80 cm (§ 14.5), alors que la réglementation nationale admet une saillie au plus égale au dixième de l'emprise de la voie (règle qui continue à s'appliquer en bordure des voies d'une emprise inférieure à 8 mètres).
- En Z1 et Z3, la tranche des enseignes perpendiculaires est limitée à 10 cm (§ 14.6).
- Par ailleurs, la surface totale (cumulée) des enseignes qui sont apposées sur les façades (qu'elles soient apposées à plat, parallèlement ou perpendiculairement à la façade) ne peut représenter plus de 15 % de la surface des façades de 50 m² ou plus, cette proportion étant portée à 25 % pour les façades de moins de 50 m² (§ 14.7). Si ces ratios sont identiques à la règle nationale, le règlement local étend cette règle à l'ensemble des façades -quelles que soient les activités (éventuellement non commerciales) exercées- alors que la règle nationale ne s'impose qu'aux façades « commerciales ».
- Des conditions d'installation plus strictes s'appliquent aux enseignes perpendiculaires aux façades dans les secteurs d'intérêt patrimonial : comme les enseignes à plat sur façade, elles sont interdites sur les balcons, les garde-corps, les marquises et les auvents (§ 14.8.1) ; leur tranche doit se limiter à 6 cm d'épaisseur (§ 14.8.2).

Enseignes sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Les enseignes sur toiture ou sur terrasse constituent des dispositifs rapportés, souvent assez massifs pour être visibles de loin, et qui sont de fait plus adaptés aux ambiances urbaines des zones d'activités où ils sont à l'échelle des volumes des bâtiments. Au contraire, les ambiances de centres-villes et de centres-bourgs, et des secteurs résidentiels, se caractérisent par des tissus urbains mixtes assez denses au sein desquels les enseignes sur toiture paraissent peu adaptées et très impactantes d'un point de vue paysager et en rupture avec l'harmonie des bâtiments : d'une part parce que les enseignes sont plus lisibles sur des toitures terrasses mais ces dernières concernent des bâtiments dont les hauteurs n'assurent pas une bonne visibilité depuis l'espace public, d'autre part parce que les enseignes dénaturent les toitures à double pente. En conséquence, les enseignes sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu ne sont autorisées qu'en zone n°2 (Z2), une seule enseigne peut être apposée par activité, et sa hauteur est limitée à 2 mètres.

Conditions d'installation des enseignes sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Alors que la réglementation nationale limite la hauteur des enseignes en toiture en fonction de la hauteur de la façade du bâtiment et de la proportion du bâtiment occupé par l'activité signalée, le RLPi interdit par principe les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu en-dehors de la Z2 (§ 11.1.2) où leur hauteur est alors limitée à 2 mètres quelle que soit la hauteur de la façade et l'occupation du bâtiment (§ 15.1) ; la réglementation nationale impose qu'elles soient constituées de lettres ou signes découpés sans panneau de fond.

Enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Les enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol, constituent des objets déportés, principaux obstacles visuels dans le paysage urbain et depuis ses espaces publics, au même titre que les dispositifs de publicités et de préenseignes. Néanmoins, ces dispositifs sont rattachés à des bâtiments d'activités et sont notamment situés sur le terrain d'assiette de l'activité à laquelle ils se rapportent.

L'impact visuel des enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol est moindre au sein des secteurs mixtes, qui se caractérisent par une trame urbaine dense et constituée, dont les constructions sont le plus souvent alignées à la rue. Dans ces tissus, les locaux d'activités sont le plus souvent des commerces implantés le long des voies, et qui disposent donc de peu, voire d'aucune possibilité d'installer ce type d'enseignes en front de rue. Seules certaines activités, en recul de la voie peuvent installer soit des enseignes scellées au sol ou bien des enseignes directement installées sur le sol à proximité immédiate de leurs bâtiments et bien souvent sur leurs terrasses privatives. Par ailleurs, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont très nombreuses dans les zones d'activités, de grands formats et installées le long des voies pour être visibles, y compris sur les franges en interfaces ville-campagne où elles sont visuellement le plus impactantes.

Dans l'objectif de préserver les ambiances paysagères les plus sensibles, les enseignes scellées au sol sont interdites dans les interfaces ville-campagne, et notamment en bordure des voies ouvertes à la circulation publique situées hors agglomération et sur laquelle l'activité signalée ne dispose d'aucun accès pour les véhicules motorisés. Elles sont également interdites dans les secteurs patrimoniaux et paysagers (espaces boisés classés et espaces d'intérêt paysager et écologique), à l'exception des enseignes des postes de distribution de carburants et des services de transports collectifs publics. Elles sont uniquement autorisées en zone naturelle du PLUi, pour que toutes les activités en campagne puissent se signaler, par mesure d'équité avec la zone agricole du PLUi.

Enfin, dans l'objectif de réduire de manière harmonisée le format des enseignes scellées au sol sur tout le territoire métropolitain pour limiter leurs impacts visuels, ces dernières sont limitées à une surface unitaire de 6m², à une largeur de 1,50 mètres et à une hauteur au-dessus du sol de 6 mètres. Cette règle concerne surtout les zones d'activités, au sein desquelles l'objectif est de mettre en valeur les dispositifs d'enseignes, qui se fondent actuellement dans un contexte de surdensité de dispositifs scellés au sol, mêlant également des publicités et des préenseignes. La surface de 6 m², un peu plus importante que celle de 4 m² dédiée aux publicités et préenseignes, permet aux enseignes scellées au sol de se démarquer et d'être plus lisibles, préférentiellement sous un format totem, et également de mutualiser la signalisation de plusieurs enseignes sur un même dispositif.

Les enseignes installées directement sur le sol restent autorisées dans toutes les zones, sauf en bordure des voies ouvertes à la circulation publique situées hors agglomération et sur laquelle l'activité signalée ne dispose d'aucun accès pour les véhicules motorisés, puisque qu'elles peuvent provoquer les mêmes impacts paysagers que des dispositifs scellés au sol dans ces secteurs d'interface ville-campagne. Par ailleurs, les enseignes installées directement sur le sol sont limitées à un seul dispositif le long de chaque voie bordant l'activité, et à un format d'une largeur de 0,80 mètre et d'une hauteur de 1,20 mètres, qui correspond à une surface d'environ 1m². Ces formats standards permettent d'avoir une harmonisation de ces dispositifs, en cohérence avec ceux présents sur l'espace public, mais relevant du régime des publicités et préenseignes. La limitation de la hauteur depuis le sol interdit de fait les dispositifs de types "oriflammes" et privilégient les dispositifs de type "chevalets".

Le RLPi donne une possibilité d'installer des enseignes installées directement sur le sol, mais l'autorisation d'occupation du domaine public revient à l'autorité compétente en matière de police de la circulation.

Conditions d'installation des enseignes scellées au sol ou directement installées sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites en bordure de voies situées hors agglomération sur lesquelles les activités signalées ne disposent d'aucun accès pour les véhicules (§ 16.1) ; les enseignes que de telles activités souhaiteraient apposer en direction des usagers de telles voies devront être apposées sur les façades voire les clôtures des activités.

Par rapport à la réglementation nationale qui comporte des règles identiques pour les enseignes « scellées au sol » et celles qui sont « installées directement sur le sol », le RLPi traite distinctement ces deux catégories d'enseignes :

- Les enseignes scellées au sol sont interdites tant dans les secteurs patrimoniaux que paysagers, sauf pour les activités exercées dans les zones naturelles délimitées par le PLUi, pour les postes de distribution de carburants et les services de transports collectifs publics (§ 16.2.1) ; leur surface unitaire est limitée à 6 m², qui correspond à la surface unitaire admise par la réglementation nationale hors agglomération de plus de 10 000 habitants (§ 16.2.2) ; alors que la réglementation nationale ne réglemente pas les dimensions de ces enseignes, le RLPi limite leur largeur à 1,50 m (§ 16.2.3) et leur hauteur à 6 mètres (§ 16.2.4), afin d'inciter à l'installation d'enseignes d'un format vertical qui permette une identification

facilitée, par rapport aux formats généralement « horizontaux » des publicités scellées au sol.

- Les enseignes installées directement sur le sol qu'elles soient installées sur les propriétés riveraines des voies ou sur le domaine public (dès lors que l'activité signalée s'y exerce) sont soumises aux mêmes règles locales que les publicités ou préenseignes installées directement sur le sol : une seule enseigne par voie bordant le terrain d'assiette (§ 16.3.1), d'une largeur limitée à 80 cm (§ 16.3.2) et d'une hauteur au-dessus du sol limitée à 1,20 mètres (§ 16.3.3).

Enseignes lumineuses

Justification au regard des spécificités paysagères locales

Aujourd'hui, les dispositifs d'enseignes sont pour la plupart éclairés, afin d'être visibles de jour comme de nuit, grâce à des systèmes de rétro-éclairage ou de projection. On note par ailleurs, un développement des enseignes numériques à l'extérieur, mais également à l'intérieur des vitrines commerciales.

L'encadrement global de ces dispositifs lumineux se justifie par la volonté de préserver les ambiances nocturnes, en cohérence avec les politiques métropolitaines, et notamment avec le Schéma de Cohérence d'Aménagement Lumière (SCAL) et le Plan Climat Air Énergie Territorial (PCAET). Ces deux documents portent une stratégie d'optimisation de l'éclairage public, et expriment des objectifs tendant à rendre plus cohérentes les actions d'éclairage public et de mise en lumière des communes, et ce en fonction des typologies urbaines rencontrées (cœurs de bourg, hyper-centralités urbaines, zones commerciales, zones d'activité, zones résidentielles pavillonnaires, zones résidentielles denses, ZAC, etc.) afin de préserver les trames noires. La réduction de la lumière répond à un objectif écologique favorisant la biodiversité, mais produit également des effets positifs dans le cadre du développement durable (consommation d'énergie, bilan carbone, …) et de la sécurité routière (réduit les effets d'éblouissement, …).

En cohérence avec les actions menées sur l'éclairage public, l'objectif est d'encadrer l'éclairage des enseignes lumineuses, qu'elles soient situées à l'extérieur ou bien à l'intérieur des vitrines commerciales, et qui ont un impact direct sur les ambiances nocturnes et la trame noire. En conséquence, le mode d'éclairage et des horaires d'extinction sont définis :

- L'éclairage des enseignes lumineuses doit être mesuré, en évitant des intensités trop fortes, les éclairages non fixes, scintillants, clignotants, diffusants, défilants, mobiles ou animés, en cohérence avec des modes d'éclairage public plus modérés et plus adaptés à l'éclairement des ambiances urbaines.
- Les enseignes lumineuses, y compris celles situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial, doivent être éteintes au plus tard une heure après la fermeture de l'activité, et peuvent être allumées au plus tôt une heure avant son ouverture. Ces horaires d'extinction permettent de s'adapter aux amplitudes horaires de chaque activité, sans les contraindre sur des plages horaires bien définies.
- Dans les secteurs patrimoniaux, les dispositifs d'éclairage sont encadrés de manière à s'intégrer à l'architecture des bâtiments. En rétro-éclairage ou en éclairage indirect, ils doivent être dissimulés et sont limités aux activités de rez-de-chaussée sur façade principale. De fait ils sont interdits sur les éléments de façade supérieurs au rez-de-chaussée et en pignons aveugles (à l'exception pour ces derniers des enseignes apposées à plat concernant les hôtels ou pharmacies).

Les enseignes numériques ont un impact majeur sur les paysages du quotidien, de jour comme de nuit, en produisant une animation lumineuse directement perceptible depuis l'espace public. La forte limitation de ces dispositifs numériques se justifie au regard d'une logique de préservation des ambiances urbaines de centres-villes et de centres-bourgs et résidentielles, qui constituent les principaux espaces vécus au quotidien. En cohérence avec les règles visant également à réduire fortement la présence publicitaire numérique, le RLPi interdit les enseignes numériques sur tout le territoire à l'exception des zones d'activités situés en Z2a (en unité urbaine) dans un format uniquement scellé au sol. Afin de limiter l'impact visuel de ces dispositifs numériques, la surface unitaire de l'écran est limitée à 2 m², qui correspond aux formats standards d'écrans numériques, mais la surface unitaire du dispositif (support compris) est limitée à 1,5 fois la surface de l'écran pour permettre un encadrement proportionné du support. Leur nombre est limité à un seul dispositif le long de chaque voie ouverte à la circulation publique bordant le terrain d'assiette.

La luminance des enseignes numériques, qu'elles soient installées en extérieur ou à l'intérieur de vitrines commerciales, est encadrée en fonction de la luminosité ambiante :

- En contexte diurne (de jour) : la luminance maximale est limitée à 3 000 candelas / m² (sur la valeur du blanc, qui est la plus forte valeur de contraste) et la luminance moyenne à 500 candelas / m² (sur les valeurs de couleurs profondes, qui sont des valeurs de contraste moins intenses).
- En contexte nocturne (de nuit) : la luminance maximale est limitée à 400 candelas / m² (sur la valeur du blanc).
- Les dispositifs doivent être dotés d'un système de gradation permettant d'adapter leur éclairage à la luminosité ambiante afin de s'adapter à l'éclairage ambiant, et également de ne pas provoquer d'éblouissement.

Ces règles se justifient au regard des résultats des mesures de luminance, qui démontrent qu'il est nécessaire d'adapter les niveaux de luminance en fonction des niveaux lumineux extérieurs pour limiter l'impact visuel des dispositifs numériques. Au vu de l'état des lieux réalisé, il apparait que les valeurs proposées sont à la fois réalistes pour que les messages soient visibles (notamment de jour), et respectueuses du cadre de vie et de la trame sombre (notamment de nuit).

Par ailleurs, les enseignes numériques installées sur des établissements culturels sont admises, à condition qu'elles soient intégrées à la conception du bâtiment et qu'elles fassent partie intégrante de sa composition architecturale.

Enfin, les enseignes numériques situées à l'intérieur de vitrines commerciales ont également des impacts visuels perceptibles depuis les rues qui les bordent, notamment lorsqu'elles occultent des baies entières. Afin de limiter ces impacts tant sur les ambiances urbaines que sur l'architecture des bâtiments, leur surface cumulée est limitée à 1m² par baie.

Conditions d'installation et d'utilisation des enseignes lumineuses

Le RLPi comporte plusieurs restrictions concernant les conditions d'utilisation de l'éclairage des enseignes à la réalisation desquelles participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet :

- L'éclairage doit être mesuré, évitant les intensités trop fortes et les éclairages non fixes, scintillants, clignotants, diffusants, défilants, mobiles ou animés (§ 17.1.1).
- La plage d'extinction nocturne de 1 heure à 6 heures prévue par la réglementation nationale est fixée par le RLP en fonction des horaires de fermeture et d'ouverture des activités signalées (§ 17.1.2 et 17.1.3) ; soit une extinction une heure après la fermeture de l'activité et un allumage une heure avant son ouverture, ces horaires d'extinction s'imposent aussi aux enseignes lumineuses installées à l'intérieur des baies des locaux commerciaux (§ 17.1.4), ainsi que le RLPi a été habilité à le fixer par la loi n° 2021-1721 du 22 août 2021.
- Les enseignes numériques font l'objet de restrictions spécifiques au regard de leur impact paysager majeur : seules les enseignes numériques qui ont été intégrées lors de la conception du bâtiment d'un établissement culturel sont admises sur l'ensemble du territoire métropolitain (§ 17.2.1), ainsi que dans la Z2 (§ 17.2.2) où une seule enseigne numérique peut être exclusivement scellée au sol (§ 17.2.2.a) en bordure de chaque voie bordant le terrain d'assiette de l'activité (§ 17.2.2.b), avec une surface unitaire maximale d'écran de 2 m² (support non compris) (§ 17.2.2.c) et une surface totale (support compris) limitée à 1,5 fois la surface de l'écran (§ 17.2.2.d). Par ailleurs, la luminance des enseignes numériques est encadrée selon les mêmes principes que les publicités ou préenseignes numériques : elle doit être adaptée à l'éclairage ambiant de son environnement (§ 17.2.2.e) et, à cette fin, les enseignes numériques être équipées d'un système de gradation de leur éclairage permettant de l'adapter à la luminosité ambiante (§ 17.2.2.h). De plus, la luminance des enseignes numériques ne doit pas provoquer d'éblouissement (§ 17.2.2.f) et elle ne peut pas excéder de jour, une valeur moyenne de 500 candélas par m² et une valeur maximale de 3 000 candélas par m² sur la valeur du blanc, et, de nuit, une valeur maximale de 400 candélas par m² sur la valeur du blanc (§ 17.2.2.g).
- Par ailleurs, la surface cumulée des enseignes, publicités et préenseignes numériques apposées à l'intérieur des baies d'un local commercial est limitée à 1 m² par baie (§ 17.3.1) afin de limiter leur prégnance visuelle sur les façades et les atteintes qu'elles portent à l'architecture des bâtiments. Ces enseignes numériques doivent respecter les normes de luminances fixées pour les dispositifs numériques extérieurs (§ 17.3.2).
- Enfin, des conditions d'installation plus strictes s'appliquent aux enseignes lumineuses dans les secteurs d'intérêt patrimonial : les dispositifs d'éclairage doivent y être dissimulés, rétro-éclairés ou en éclairage direct (§ 17.4.1) ; les activités exercées dans les étages ne peuvent pas installer d'enseigne lumineuse au-dessus du rez-de-chaussée (§ 17.4.2) ; les enseignes lumineuses sont interdites sur les pignons aveugles, à l'exception des hôtels et des pharmacies qui peuvent y apposer des enseignes lumineuses à plat ou parallèlement au pignon (§ 17.4.3).

Annexes : tableaux de synthèse des règles nationales

Règles nationales applicables à la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence dans les agglomérations, de plus ou moins de 10 000 habitants, appartenant à l'unité urbaine de Rennes

Hauteur minimale au-dessus du sol	0,50m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	Entre 1h et 6h, sauf (art.R.581-35) : - Sur l'emprise des aéroports, - Éclairée par projection ou transparence sur mobilier urbain, - Évènements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral).
Installation sur mur, clôture, bâtiment	- Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu (art.R.581-27), - Interdiction de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27), - Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25 m par rapport au mur, - Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit, - Surface unitaire maximale 12 m^2, - Hauteur maximale au-dessus du sol : 7,50 m (art.R.581-26).
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	- Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30), - Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31), - Surface unitaire maximale 12 m^2, - Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m (art.R.581-32), - Installation à plus de 10 m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33).
Densité (applicable aux publicités et préenseignes, lumineuses ou non, installées sur clôtures ou façades aveugles, scellées au sol ou installées directement sur le sol)	- Sur les unités foncières dont la façade sur rue est inférieure ou égale à 80 m, un seul dispositif ; mais sur mur (de bâtiment ou de clôture), deux dispositifs peuvent être alignés, tandis que deux dispositifs peuvent être scellés au sol si la façade sur rue du terrain d'assiette est supérieure à 40 m - Pour les unités foncières d'une façade sur rue d'une longueur supérieure à 80 m, un dispositif supplémentaire est admis par tranche de 80 m de façade sur rue. - Sur le domaine public, un seul dispositif peut être installé au droit des unités foncières bordant la voie par tranche de 80 m de façade sur rue de ces unités foncières Nota : publicités et préenseignes sur palissade de chantier, sur mobilier urbain, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage sur vitrines commerciales, ne sont pas soumises aux règles de densité.

Règles nationales applicables à la publicité et aux préenseignes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de Rennes

Hauteur minimale au-dessus du sol	- 0,50 m (art.R.581-27).
Installation sur mur, clôture, bâtiment	- Interdiction sur toiture ou terrasse en tenant lieu, de dépasser les limites du mur ou limites de l'égout du toit (art.R.581-27), - Installation sur le mur support ou sur plan parallèle avec une saillie maximale de 0,25 m par rapport au mur, - Suppression préalable des anciennes publicités existantes au même endroit, - Surface unitaire maximale 4 m^2, - Hauteur maximale au-dessus du sol : 6m (art.R.581-26).
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	- Interdit (art.R.581-31)
Publicité lumineuse	- Interdite (art.R.581-33)
Densité (applicable aux publicités et préenseignes, lumineuses ou non, installées sur clôtures ou façades aveugles, scellées au sol ou installées directement sur le sol)	- Sur les unités foncières dont la façade sur rue est inférieure ou égale à 80 m, un seul dispositif ; mais sur mur (de bâtiment ou de clôture), deux dispositifs peuvent être alignés, tandis que deux dispositifs peuvent être scellés au sol si la façade sur rue du terrain d'assiette est supérieure à 40 m - Pour les unités foncières d'une façade sur rue d'une longueur supérieure à 80 m, un dispositif supplémentaire est admis par tranche de 80 m de façade sur rue. - Sur le domaine public, un seul dispositif peut être installé au droit des unités foncières bordant la voie par tranche de 80 m de façade sur rue de ces unités foncières
	Nota : publicités et préenseignes sur palissade de chantier, sur mobilier urbain, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage sur vitrines commerciales, ne sont pas soumises aux règles de densité.

Règles nationales applicables à la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence (dont numérique) dans les agglomérations, de plus ou moins de 10 000 habitants, appartenant à l'unité urbaine de Rennes

Hauteur minimale au-dessus du sol	- 0,50 m (art.R.581-27)
Extinction nocturne	Entre 1 h et 6 h, sauf (art.R.581-35) : - Sur l'emprise des aéroports, - Numérique sur mobilier urbain, si les images sont fixes, - Évènements exceptionnels (dérogation par arrêté municipal ou préfectoral).
Installation sur mur, clôture, bâtiment	- Interdiction de dépasser les limites du mur, d'être apposée sur garde-corps d'un balcon ou balconnet, d'être apposée sur une clôture (art.R.581-36), - Installation sur le mur support ou sur plan parallèle (art.R.581-37), - Surface unitaire maximale 8 m^2, - Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m (art.R.581-33).
Scellement au sol ou installation directe sur le sol	- Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R.581-30 et R.581-40), - Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-40), - Surface unitaire maximale 8 m^2, - Hauteur maximale au-dessus du sol : 6 m (art.R.581-33) - Installation à plus de 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative (art.R.581-33 et R.581-40).
Publicité lumineuse sur toiture	- Hauteur inférieure à 1/6ème de la hauteur de la façade, limitée à 2 m, pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 20 m (1/10ème, dans la limite de 6m, dans les autres cas) – art.R.581-38, - En lettres et signes découpés sans panneau de fond autre que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base et dont la hauteur est limitée à 0,50m - art.R.581-39.
Numérique	- Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante (art.R.581-41).
Densité (applicable aux publicités et préenseignes, lumineuses ou non, installées sur clôtures ou façades aveugles, scellées au sol ou installées directement sur le sol)	- Sur les unités foncières dont la façade sur rue est inférieure ou égale à 80 m, un seul dispositif ; mais sur mur (de bâtiment ou de clôture), deux dispositifs peuvent être alignés, tandis que deux dispositifs peuvent être scellés au sol si la façade sur rue du terrain d'assiette est supérieure à 40 m - Pour les unités foncières d'une façade sur rue d'une longueur supérieure à 80 m, un dispositif supplémentaire est admis par tranche de 80 m de façade sur rue. - Sur le domaine public, un seul dispositif peut être installé au droit des unités foncières bordant la voie par tranche de 80 m de façade sur rue de ces unités foncières - Nota : publicités et préenseignes sur palissade de chantier, sur mobilier urbain, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles, micro-affichage sur vitrines commerciales, ne sont pas soumises aux règles de densité.

Règles nationales applicables à la publicité supportée par du mobilier urbain

Mobilier urbain scellé au sol ou directement installé sur le sol	- Interdiction en EBC et zones N du PLU (art.R 581-30 et R.581-42), - Interdiction de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération (art.R.581-31 et R.581-42).
Abri destiné au public (art.R.581-43)	- Interdiction de publicité sur le toit, - Surface unitaire des publicités limitée à 2 m^2, - Surface totale des publicités limitée à 2 m^2, plus 2 m^2, par tranche entière de 4,50 m^2 de surface abritée au sol.
Kiosque à journaux ou à usage commercial (art.R.581-44)	- Interdiction de publicité sur le toit, - Surface unitaire des publicités limitée à 2 m^2, - Surface totale des publicités limitée à 6 m^2.
Colonne porte-affiches (art.R.581-45)	Réservée à l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mât porte-affiches (art.R.581-46)	- Réservé à l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, - Au plus, deux panneaux de 2 m^2 dos à dos.
Mobilier d'information à caractère général ou local ou supportant des œuvres artistiques (art.R.581-47)	- Surface de publicité commerciale < surface totale informations non publicitaires, - Interdiction de visibilité des affiches depuis une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, voie express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. - Surface unitaire limitée à 12 m^2 dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Rennes et à 2 m^2 dans les autres agglomérations, - Hauteur limitée à 6 m au-dessus du sol dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Rennes et à 3 m dans les autres agglomérations, - Implantation à une distance supérieure à 10 m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin.
Publicité lumineuse (quel que soit le mobilier urbain)	- Interdiction de la publicité numérique dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (art.R.581-42) - Surface unitaire limitée à 8 m^2, - Hauteur limitée à 6 m au-dessus du sol (art.R.581-33), - Extinction entre 1 h et 6 h sauf publicité éclairée par projection ou transparence ou publicité numérique à images fixes ou évènements exceptionnels, - Implantation de la publicité numérique à une distance supérieure à 10m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin si publicité visible de la baie et parallèle à elle (art.R.581-42), - Système de gradation permettant d'adapter l'éclairage des publicités numériques à la luminosité ambiante (art.R.581-41.)

Bâches publicitaires, de chantier ou permanentes (art. R. 581-53 à art. R.581-55), uniquement admises dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants

Conditions générales applicables aux bâches de chantier et aux bâches permanentes	Interdiction : - à moins de 40 m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière, - sur toiture ou terrasse en tenant lieu, - de dépasser les limites du mur support, - de dépasser les limites de l'égout du toit, - de visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération. - Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0,50 m (art. R. 581-53), - Extinction entre 1 h et 6 h, - Publicité numérique limitée à 8 m² et 6 m au-dessus du sol.
Publicité sur bâches de chantier (art. R. 581-54)	- Saillie limitée à 0,50 m par rapport à l'échafaudage, - Durée d'affichage limitée à l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux, - Surface publicité < 50 % de la surface de la bâche (sauf travaux BBC), - L'autorisation peut imposer la reproduction sur les parties de bâches non exploitées par la publicité de l'image des bâtiments occultés.
Publicité sur bâches permanentes (art. R. 581-55)	- Installation sur seuls murs aveugles ou comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m², - Interdiction de recouvrir tout ou partie d'une baie, - Installation sur le mur ou sur un plan parallèle au mur, - Saillie limitée à 0,50 m par rapport au mur, - Distance minimale de 100 m entre deux bâches.

Dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à une manifestation temporaire (art.R.581-56) uniquement admis dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants

Interdictions	- A moins de 40 m du bord extérieur des autoroutes ou routes express, sauf autorisation de l'autorité de police de la circulation routière, - De visibilité des affiches à partir d'une autoroute, bretelle de raccordement à une autoroute, route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération, Si dispositif scellé au sol, interdiction : - En EBC et zones N du PLU, - A moins de 10 m en avant d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, - A moins de la moitié de sa hauteur par rapport à une limite séparative.
Conditions d'installation	- Publicités lumineuses situées sur un plan parallèle au mur support, - Hauteur minimale au-dessus du niveau du sol : 0 ,50 m, - Surface unitaire limitée à 50 m² si le dispositif supporte de la publicité numérique (pas de limitation de surface dans les autres cas).
Durée d'installation	- Au maximum 1 mois avant le début de la manifestation annoncée jusqu'à 15 jours après la fin de la manifestation.
Conditions d'utilisation	- Extinction entre 1 h et 6 h, - Système de gradation de l'éclairage pour publicités numériques.

Catégories de dispositifs de publicité ou préenseigne admis dans toutes les communes

Affichage « libre » (art.L. 581-13) : le maire détermine par arrêté un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. La surface minimale que chaque commune doit réserver à ce type d'affichage est fonction du nombre d'habitants (art. R. 581-2) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants,
- 4 m² plus 2 m² par 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants,
- 12 m² plus 5 m² pour 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les autres communes.

Conditions d'équipement ou d'utilisation de **véhicules terrestres** à des fins essentiellement publicitaires (art. R. 581-48) :

- Interdiction de stationnement ou de séjour en des lieux où les publicités sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique,
- Interdiction de circulation en convoi de deux ou plusieurs véhicules ou à vitesse anormalement réduite,
- Interdiction de circulation aux abords des monuments historiques,
- Interdiction de publicité lumineuse,
- Surface totale limitée à 12 m².

Possibilité d'installation de **publicités de dimensions réduites sur les vitrines commerciales, dites aussi « micro-affichage »** (art. R. 581-57) :

- Surface unitaire limitée à 1 m²,
- Surface totale limitée au 1/10ème de la surface de la devanture commerciale dans la limite de 2 m².

Règles nationales applicables aux enseignes permanentes

TYPE DE DISPOSITIF	REGLEMENTATION NATIONALE DES ENSEIGNES PERMANENTES
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur (art. R. 581-60)	- Saillie limitée à 0,25 m, - Interdiction de dépasser les limites du mur ou les limites de l'égout du toit, - Hauteur <1m sur auvent ou marquise, - Hauteur limitée au garde-corps devant balcon ou baie, - Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade = 15 % de la surface de la façade commerciale, ou 25 % si la surface façade <50 m².
Enseignes apposées perpendiculairement à un mur (art. R. 581-61)	- Interdiction devant une fenêtre ou balcon, - Interdiction de dépasser la limite supérieure du mur, - Saillie limitée au 1/10ème de la largeur entre les deux alignements de la voie publique, sauf règlement de voirie plus restrictif, dans la limite de 2 m, - Surface cumulée des enseignes (parallèles + perpendiculaires) en façade = 15% de la surface de la façade commerciale, ou 25% si la surface façade <50 m².
Enseignes sur toiture (art. R. 581-62)	- Si activité exercée dans la moitié au plus du bâtiment : application des règles relatives à la publicité lumineuse sur toiture, - En lettres et signes découpés, sans panneau de fond, - Hauteur <3 m pour les façades d'une hauteur inférieure ou égale à 15 m, - Hauteur <1/5ème de la hauteur de la façade et limitée à 6m dans les autres cas, - Surface totale des enseignes en toiture pour un même établissement = 60 m².
Enseignes de plus d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol (art. R. 581-64 et -65)	- Installation à plus de 10m des baies des immeubles voisins et >H/2 des limites séparatives, - 1 seule enseigne par voie bordant l'activité, - Surface maximale 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et hors agglomération, et 12 m² dans les autres agglomérations, - Hauteur <6,50 m (si largeur < ou =à 1 m) et 8 m dans les autres cas.
Enseignes de moins d'1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol	Pas de règle nationale spécifique
Enseignes lumineuses	- Eteintes entre 1 h et 6 h, - Interdiction du clignotement, sauf pharmacie et service d'urgence.

Règles nationales applicables aux enseignes temporaires

- Installation 3 semaines au plus avant le début de l'opération ou de la manifestation et suppression 1 semaine au plus après sa fin ;
- Bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement ;
- Obligations d'extinction nocturne et interdiction de clignotement identiques aux enseignes permanentes ;
- Sur façade : installation à plat, sans dépasser les limites du mur ni de l'égout du toit, saillie inférieure à 25 cm par rapport au mur ; installation perpendiculairement à la façade sans dépasser la limite supérieure du mur, saillie inférieure au 1/10 de la largeur de la rue, dans la limite de 2 m ;
- En toiture : surface cumulée limitée à 60 m² ;
- Scellées au sol ou installées directement sur le sol : 1 enseigne temporaire le long de chaque voie bordant le terrain d'assiette de l'activité signalée, installée à plus de 10 m des baies des immeubles voisins, et à plus de la moitié de sa hauteur par rapport aux limites séparatives ; surface unitaire limitée à 12 m² pour les enseignes signalant des travaux publics ou des opérations immobilières.

Régime des déclarations et autorisations préalables

PUBLICITE

Déclaration préalable : Les publicités non lumineuses et celles éclairées par projection ou transparence sont soumises à une simple déclaration préalable à effectuer en mairie (art. L. 581-6 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

Aucune réponse n'est à fournir par la Mairie (ni « autorisation », ni refus) : il s'agit d'un régime purement déclaratif.

Autorisation préalable : Les publicités lumineuses autres qu'éclairées par projection ou transparence sont, par principe, soumises à une autorisation délivrée pour une période maximale de huit ans (art. L. 581-9 du code de l'environnement)

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants où ils sont admis, les emplacements de bâches publicitaires -de chantier ou permanentes- et les dispositifs de dimensions exceptionnelles sont soumis à autorisation du Maire (art. L. 581-9 du code de l'environnement).

ENSEIGNES

Toute installation ou modification d'enseigne est soumise à une autorisation préalable du Maire (art. L. 581-18 du code de l'environnement) dès lors qu'il existe un RLP.

L'installation d'une enseigne temporaire est soumise à autorisation uniquement lorsqu'elle est scellée au sol dans les lieux visés à l'article L 581-8 du code de l'environnement ou apposée sur un immeuble ou dans un lieu visé à l'article L. 581-4 du code de l'environnement (art. R. 581-17 du code de l'environnement).