

222-0833

Reçu le

19 MAI 2022

Direction générale des  
services techniques

DEPARTEMENT D'INDRE-ET-LOIRE

TOURS METROPOLE VAL-DE-LOIRE

**Enquête publique relative au projet de règlement local  
de publicité intercommunal**

**Enquête publique réalisée du 22 mars 2022 au 21 avril 2022, en vertu de l'arrêté n° 2022/15  
pris par le Président de Tours Métropole Val-de-Loire le 17 février 2022**

**RAPPORT  
DE LA COMMISSION D'ENQUETE**

**COMMISSION D'ENQUETE**

**Jean-Jacques ROUSSEAU**  
Président

**Alain VAN KEYMEULEN**  
Membre titulaire

**Yves CORBEL**  
Membre titulaire

# SOMMAIRE

	Page
<u>1) Généralités sur l'enquête</u>	
1-1 Préambule	4
1-1-1 Évolution de la réglementation sur la publicité extérieure	4
1-1-2 Présentation de Tours Métropole Val-de-Loire	6
1-1-3 Situation actuelle en matière de publicité dans la métropole	7
1-2 Objet de l'enquête	8
1-3 Cadre juridique	8
1-4 Démarches préliminaires de Tours Métropole Val-de-Loire	9
1-4-1 Prescription	9
1-4-2 Concertation préalable	10
1-4-3 Réunions publiques	12
1-4-4 Cheminement administratif du dossier d'enquête publique	13
1-5 Contenu du dossier d'enquête publique	13
1-5-1 Note de présentation	13
1-5-2 Dossier de règlement local de publicité intercommunal	15
1-5-2-1 Rapport de présentation	15
1-5-2-2 Dispositions réglementaires	25
1-5-2-3 Annexes	28
1-5-3 Avis des personnes publiques associées et de la CDNPS	29
1-5-4 Bilan de la concertation préalable	30
1-5-5 Mention des textes régissant l'enquête publique	31
1-5-6 Annexe : arrêté métropolitain prescrivant l'enquête publique	32
1-5-7 Avis de la commission d'enquête sur le dossier présenté	32
<u>2) Organisation de l'enquête</u>	
2-1 Désignation de la commission d'enquête	33
2-2 Modalités de l'enquête	34
2-2-1 Contact préalable	34
2-2-2 Réunion préparatoire et organisation des permanences	34
2-2-3 Dates de l'enquête	37
2-2-4 Mise à l'enquête	37

<u>3) Déroulement de l'enquête</u>	
3-1 Phase préalable	37
3-1-1 Publicité de l'enquête	37
3-1-2 Ouverture des registres	37
3-1-3 Registre dématérialisé	38
3-2 Phase d'enquête	38
3-2-1 Consultation du dossier et observations/propositions du public	38
3-2-2 Permanences des membres de la commission	38
3-2-3 Incident/climat de l'enquête	39
3-3 Phase postérieure à l'enquête	39
3-3-1 Clôture de l'enquête	39
3-3-2 Récupération des registres d'enquête	39
3-3-3 Rédaction du PV de synthèse des observations	39
3-3-4 Remise du PV de synthèse des observations	40
3-3-5 Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire	40
<u>4) Avis et Observations</u>	
4-1 Examen du porter à connaissance du préfet	40
4-2 Examen de l'avis de la commission départementale des sites	41
4-3 Examen des avis émis par les conseils municipaux	41
4-4 Examen des avis émis par les personnes publiques associées	41
4-5 Analyse des observations du public	44
4-5-1 Observations émanant de la population	44
4-5-2 Observations émanant des professionnels de la publicité extérieure	49
4-5-3 Observations émanant d'associations	61
4-5-4 Questions de la commission d'enquête	72



# **CHAPITRE 1 : GENERALITES SUR L'ENQUETE**

## **1 – 1 Préambule**

### **1-1-1 Évolution de la réglementation sur la publicité extérieure :**

#### **- Origines de la réglementation sur la publicité extérieure :**

La préservation de la qualité du cadre de vie, enjeu majeur pour les territoires et les populations, est au cœur de la politique du paysage. La réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes s'inscrit dans le prolongement de cet objectif. La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes en vigueur, réglementation qui n'avait jusqu'alors pas évolué depuis plus de 30 ans. Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes, la réglementation a pour but d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de participer aux efforts d'économie d'énergie consentis dans la cadre des enjeux de réduction de la facture énergétique nationale. Cette réforme a engendré une évolution des règles relatives à la publicité extérieure et aux enseignes en adéquation avec les enjeux environnementaux et les réalités économiques.

Une réglementation spécifique de l'affichage comme support de publicité existe depuis la loi du 27 janvier 1902. A l'origine, il s'agissait de protéger le patrimoine historique, artistique et/ou culturel de la mise en place de panneaux publicitaires. Les évolutions législatives ultérieures ont progressivement élargi cet objectif à la protection du patrimoine naturel identifié (sites classés, monuments naturels...) en même temps qu'elles s'appliquaient aux enseignes. Bien que silencieuse quant à ses objectifs, la loi de 1943 a été comprise par les juridictions administratives comme poursuivant un but esthétique en étant organisée dans l'intérêt de la protection des paysages et des sites. Issu de la loi du 29 décembre 1979 et codifié aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement, l'actuel droit de la publicité extérieure reflète cette aspiration plus large que la seule protection du patrimoine remarquable. En effet, l'article L.581-2 précise que c'est dans le but d'assurer la protection du cadre de vie, que des règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes sont établies. La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, s'inscrit dans un ensemble plus vaste de lutte contre la pollution visuelle et de réduction de la facture énergétique nationale. Cela a conduit à l'élargissement des objectifs du droit de la publicité extérieure tout en demeurant dans une perspective environnementale.

Le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et le format des dispositifs publicitaires, des enseignes et des pré-enseignes. Ne sont donc pas concernés la santé publique, le maintien de l'ordre public ou tout autre délit sanctionné par la loi pénale. Par conséquent, l'autorité de police de la publicité extérieure ne peut exercer un quelconque contrôle sur le message publicitaire. L'autorité de police encadre les dispositifs sur lesquels ces messages sont apposés pour répondre à des enjeux de protection du cadre de vie. L'article L.581-1 énonce que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes. Lorsque les supports publicitaires sont utilisés à des fins d'affichage d'opinion ou pour la publicité des associations à but non lucratif, des mesures spécifiques de protection sont prévues, en particulier en termes de réservation de l'espace public.



### **- Définition des dispositifs de publicité extérieure :**

L'article L.581-3 donne la définition des dispositifs visés par le droit de la publicité extérieure. Il s'agit de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.

**La publicité** correspond à toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. Le même article précise que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images, sont assimilés à une publicité. D'autres éléments tels que les passerelles métalliques destinées à assurer la sécurité des agents chargés de coller les affiches publicitaires sur les dispositifs, les rampes d'éclairages concourent au fonctionnement global du dispositif même s'ils ne sont pas destinés à recevoir des inscriptions, formes ou images.

**L'enseigne** est définie comme étant toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Comme pour la publicité, le code de l'environnement prévoit des règles différentes selon les conditions dans lesquelles les enseignes sont implantées. Le code de l'environnement prévoit des règles pour les enseignes en façade selon qu'elles sont implantées à plat ou perpendiculaires, les enseignes en toiture, les enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol et les enseignes lumineuses parmi lesquelles figure l'enseigne à faisceau de rayonnement laser.

**La pré-enseigne** correspond à toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Bien que très proche de la définition de l'enseigne, la pré-enseigne s'en distingue toutefois par son lieu d'implantation. L'enseigne est implantée sur l'immeuble où s'exerce l'activité signalée alors que la pré-enseigne est implantée sur un immeuble matériellement différent de celui où s'exerce l'activité signalée.

### **- Dispositif ne relevant pas de la réglementation sur la publicité extérieure :**

La signalisation d'information locale est une forme particulière de publicité, qui se développe, principalement, hors agglomération. Relevant du code de la route, ce dispositif vise à assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie en raison de son format réduit et de sa normalisation en termes d'homogénéité, de lisibilité et de visibilité. Elle répond à des normes précises notamment en termes de couleurs et d'idéogrammes pouvant y figurer. Selon l'article L.581-19 seule cette signalisation peut se substituer aux pré-enseignes, dites « dérogatoires », qui signalent, hors agglomération, les activités particulièrement nécessaires aux personnes en déplacement, les activités exercées en retrait de la voie publique et les activités liées à des services publics ou d'urgence.

### **- Notion d'agglomération :**

Un des principes fondamentaux du droit de la publicité extérieure est d'interdire la publicité hors agglomération et de l'admettre en agglomération, sous réserve du respect des règles sur les publicités extérieures. L'article L.581-7 du code de l'environnement qui fixe ce principe précise que l'agglomération est définie en vertu des règles du code de la route. Ainsi, l'agglomération se définit comme l'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 (Art. R.110-2 du code de la route).

### **- Réglementation nationale et réglementation locale :**

Reprenant les principes qui gouvernent le droit de l'urbanisme, le droit de la publicité extérieure se caractérise par une réglementation nationale issue du décret du 30 janvier 2012 applicable à l'ensemble du territoire national. Afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires, un règlement local de publicité peut être institué par



certains établissements publics de coopération intercommunale ou, à défaut, les communes. Il comporte nécessairement des règles plus restrictives que celles du règlement national.

### 1-1-2 Présentation de Tours Métropole Val-de-Loire

Tours Métropole Val de Loire est un établissement public de coopération intercommunale situé dans le département d'Indre-et-Loire, en région Centre Val-de-Loire.

Sa superficie est d'environ 400 km<sup>2</sup> et sa population est de 293 123 habitants.

Tours Métropole Val-de-Loire regroupe 22 communes, dont 17 communes font partie de l'unité urbaine de Tours (Ballan-Miré, Chambray-les-Tours, Fondettes, Joué-les-Tours, La Membrolle-sur-Choisille, La Riche, Luynes, Mettray, Notre-Dame d'Oé, Parçay-Meslay, Rochecorbon, Saint-Avertin, Saint-Cyr-sur-Loire, Saint-Genouph, Saint-Pierre-des-Corps, Savonnières et Tours, alors que 5 communes sont situées en dehors de l'unité urbaine de Tours, principalement à l'ouest du territoire métropolitain (Villandry, Berthenay, Chanceaux sur Choisille, Druye et St Etienne de Chigny).





La commune la plus peuplée est Tours (139 698 habitants) et la moins peuplée est Berthenay (729 habitants). 14 communes sur 22 comptent moins de 10 000 habitants.

La Métropole a succédé, par décret du 20 mars 2017, à la communauté urbaine Tours Plus, qui regroupait déjà les 22 communes actuellement membres de Tours Métropole Val-de-Loire.

La métropole est compétente en matière de plan local d'urbanisme, et donc en matière de règlement local de publicité.

La Loire, fleuve classé par l'UNESCO au patrimoine mondial de l'Humanité, est l'élément majeur du paysage local, qui structure le territoire.

Le territoire de Tours Métropole Val de Loire est également riche d'un patrimoine architectural et paysager, et compte neuf sites classés et seize sites inscrits. 217 monuments historiques ont été recensés, dont 150 uniquement sur la ville de Tours. 23 périmètres délimités des abords ont été institués.

### **1-1-3 Situation actuelle en matière de publicité dans la Métropole**

Dix communes membres de la métropole avaient déjà engagé une réflexion sur la préservation du cadre de vie et la lutte contre les nuisances visuelles qui peuvent être générées par l'affichage publicitaire ou les enseignes.

Ainsi, les communes de Fondettes, La Membrolle-sur-Choisille, Notre-Dame-d'Oé, Parçay-Meslay, Rochecorbon et Saint-Avertin sont actuellement couvertes par des règlements locaux qu'elles ont élaborés dans les années 80.

Quatre communes étaient également dotées de règlement locaux de publicité dits de « première génération », dont elles avaient engagé la révision, parfois jusqu'au stade de l'arrêt du projet, avant le transfert de compétence à Tours Métropole Val-de-Loire. Il s'agit des communes de Tours, Chambray-les-Tours, Joué-les-Tours et Saint-Cyr-sur-Loire.

Cas particulier de Villedary :

La commune de Villedary se trouve dans le périmètre de protection du parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine et à ce titre la publicité y est interdite, compte tenu de la charte actuellement en vigueur. Cependant, cette charte est en cours de révision et le projet de nouvelle charte prévoit de donner aux communes la possibilité de réintroduire la publicité extérieure. Malgré tout, il y a un décalage dans le temps entre l'approbation du règlement local de publicité intercommunal, qui touche à sa fin, et l'entrée en vigueur de la nouvelle charte du parc naturel régional, qui devrait prendre encore quelques mois.

L'article 36 de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 avait introduit à l'article L. 581-14-3 du code de l'environnement une date limite de validité des règlements locaux de publicité de première génération, qui étaient déjà en vigueur avant la publication de la loi. La date limite de validité de ces règlements locaux devait arriver à échéance le 13 juillet 2020. L'article 22 de la loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique (loi "Engagement et proximité") a complété la rédaction de l'article L. 581-14-3 afin de permettre la prolongation de deux ans de l'échéance de caducité des règlements locaux de publicité, à condition qu'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) soit prescrit. Dans ce cas, la date limite de validité de ces règlements locaux de publicité de première génération est fixée au **13 juillet 2022**.



Si le présent projet de règlement local de publicité intercommunal n'est pas adopté à cette date, l'exercice de la compétence reviendra à l'État en application du règlement national.

## **1 – 2 Objet de l'enquête**

La présente enquête publique a pour objet le projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) initié par Tours Métropole Val-de-Loire, sur l'ensemble du territoire métropolitain.

## **1 – 3 Cadre juridique de l'enquête**

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) ainsi que le décret d'application n°2012-118 du 30 janvier 2012 ont induit une réforme importante de la réglementation relative à la publicité extérieure, aux enseignes et pré-enseignes. Elle est entrée en vigueur le 1er juillet 2012 et prévoit une mise en conformité des Règlements Locaux de Publicité (RLP) existant avec la nouvelle réglementation avant le 13 juillet 2020 (date reportée au 13 juillet 2022 par la loi 2019-1461 du 27 décembre 2019). La loi ENE précise en particulier que :

- Les prescriptions des RLP ne peuvent être moins restrictives que la règle nationale.
- Leur élaboration, révision ou modification doivent suivre les règles fixées pour l'élaboration, la révision ou la modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU).

Les textes régissant la présente enquête publique sont :

Le code de l'environnement qui a trait à la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité (RLP) dans les articles : L 581-14 à L 581-14-3 et R 581- 72 à R 581-80;

Le code de l'urbanisme qui traite de la procédure d'élaboration, révision ou modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) dans les articles : L 103-2 à L 103-6, L 132-1 à L 132-13, L 153-11 à L 153-22 et R 153-1 à R 153-22 ;

Le code de l'environnement qui traite de l'enquête publique dans les articles : L 123-1 à L 123-18 et R 123-1 à R 123-27 ;

Le code de la route qui définit la notion d'agglomération » dans son article R 110-2 (*agglomération : 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*). L'article R 411-2 précise, quant à lui, que « *les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire* ».

Au plan local, la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) a fait l'objet des principales décisions suivantes :

- La délibération du conseil métropolitain du 17 décembre 2018 prescrivant l'élaboration du RLPi, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de collaboration avec les communes membres et de concertation avec le public;
- La délibération du conseil métropolitain du 11 juillet 2019 relative au débat sur les orientations générales du futur RLPi et arrêtant le bilan de la concertation de la procédure d'élaboration du RLPi ;
- La délibération du conseil métropolitain du 8 novembre 2021 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de RLPi.



## 1 – 4 Démarches préliminaires de Tours Métropole Val-de-Loire

### 1-4-1 Prescription

Par délibération du 17 décembre 2018, le Conseil métropolitain a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) et en a défini les objectifs suivants :

- DECLINER, PRECISER et RENFORCER la réglementation nationale afin de l'adapter aux caractéristiques du territoire,
- RENFORCER l'identité métropolitaine et harmoniser la réglementation locale sur le territoire, tout en tenant compte des spécificités locales,
- METTRE EN VALEUR le patrimoine et les paysages urbains et naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicité,
- AMELIORER l'image et l'attractivité du territoire en encadrant l'affichage publicitaire au niveau des :
  - axes structurants,
  - entrées d'agglomération,
  - centres bourgs,
  - zones d'activités,
- HARMONISER le parc d'enseignes et de pré-enseignes sur le territoire,
- ENCADRER les nouveaux procédés et les nouvelles technologies en matière de publicité,
- RECHERCHER des économies dans la gestion des dispositifs lumineux.

Ces objectifs ont été précisés lors du débat sur les orientations générales du RLPi qui s'est tenu devant le Conseil métropolitain le 11 juillet 2019, le même débat s'étant par ailleurs tenu devant certains conseils municipaux.

Le projet de RLPi, tel qu'arrêté par le Conseil métropolitain le 8 novembre 2021, présente les caractéristiques essentielles suivantes :

- ❖ le RLPi procède à une double logique d'harmonisation des règles à l'échelle des 22 communes afin de renforcer l'identité métropolitaine et d'assurer une égalité de traitement de tous les habitants du territoire et de graduation des règles en fonction des ambitions paysagères,
- ❖ des principes communs sont définis pour toute publicité, enseigne et pré-enseigne située sur le territoire métropolitain, notamment une obligation d'extinction des dispositifs lumineux, y compris ceux situés à l'intérieur d'un local commercial,

- ❖ des règles spécifiques sont déclinées par zone de publicité, couvrant différentes ambiances urbaines :
  - secteurs agglomérés des sites paysagers et patrimoniaux les plus sensibles,
  - secteurs résidentiels des communes appartenant à l'unité urbaine de Tours,
  - axes structurants, zones commerciales et d'activités,
  - cinq communes hors unité urbaine de Tours (Villandry, Berthenay, Chanceaux-sur-Choisille, Druye et Saint-Etienne-de-Chigny)

### 1-4-2 Concertation préalable

Le code de l'environnement précise que le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (art. L 581-14-1).

Cette procédure prévoit notamment que l'élaboration du RLP doit faire l'objet d'une concertation associant les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées (art. L 103-2 du code de l'urbanisme). Par ailleurs, le président de l'Établissement Public de Coopération Intercommunale (EPCI) peut recueillir les avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et pré-enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement (art. L 581-14-1 du code de l'environnement).

Dans ce cadre, la délibération du 17 décembre 2018, par laquelle le Conseil métropolitain de Tours Métropole Val-de-Loire a prescrit l'élaboration du RLPi, a également fixé les modalités de concertation :

- *Mise à disposition d'un dossier de présentation sur le site internet de la Métropole, au siège de la Métropole et en mairies.* Des informations régulières ont été mises en place sur la rubrique dédiée du site internet de la Métropole : calendrier de procédure, délibérations, support de présentation des réunions publiques, projet de plan de zonage (se reporter aux pages 2 à 13 du dossier « bilan de la concertation préalable »).

- *Possibilité de formuler des observations sur les registres papier ouverts au siège de la Métropole et en mairies, mais aussi par courrier ou par courriel.* Au bilan, on peut noter une participation moyenne à ces multiples possibilités de s'exprimer sur le dossier :

2 observations sur les registres de :

- Saint-Avertin : crainte de dérives d'utilisation publicitaire des panneaux d'affichage libre,
- Tours : préconisation de restrictions fortes envers la publicité lumineuse,
- 1 courrier adressé au Président de la Métropole déplorant la présence trop importante de publicités numériques, murales et sur les abris voyageurs,
- 2 courriels souhaitant une limitation maximale des publicités qualifiées d'« agressives » dans les zones commerciales de Chambray-les- Tours et Tours, mais également une limitation maximale des publicités numériques ainsi que sur abris voyageurs,



- 7 contributions par les professionnels de l'affichage, les associations de protection de l'environnement et du patrimoine et la Mission Val de Loire :
  - Société Insert :
    - ✓ réintégrer le micro-affichage dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Tours de manière très restreinte (0,50 m<sup>2</sup> par devanture au lieu de 2 m<sup>2</sup> maximum),
    - ✓ limiter ailleurs le micro-affichage à 1,5 m<sup>2</sup> par devanture,
  - Union de la Publicité Extérieure (UPE) :
    - ✓ ne pas réduire la surface des publicités murales,
    - ✓ ne pas restreindre la règle de densité nationale,
    - ✓ soumettre les bâches publicitaires uniquement à la réglementation nationale,
    - ✓ n'interdire les passerelles que si elles sont visibles de la voie publique ; les admettre si elles sont intégralement repliables et repliées en cas de non utilisation,
    - ✓ distinguer surface de l'affiche et surface « moulures comprises »,
    - ✓ ne pas exiger de linéaire minimal pour l'installation d'un dispositif mural,
    - ✓ en ZP3a1, ZP3a2 et ZP3b, exiger un linéaire minimal de 20 mètres et non de 40 mètres pour l'accueil d'une publicité au sol,
    - ✓ supprimer la règle de recul qui entraînerait « une gêne et un positionnement inesthétique »,
    - ✓ proposition de règles locales dans le domaine ferroviaire hors quais de gares :
      - ~ un dispositif sur son emplacement,
      - ~ inter-distance de X mètres entre chaque dispositif,
      - ~ aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou ferrée,
      - ~ conserver la règle nationale de surface (12 m<sup>2</sup> hors tout),
    - ✓ demande de classement en ZP3a2 (et non en ZP2) de certaines séquences d'axes, principalement à Tours,
    - ✓ demande de classement en ZP5 domaine ferroviaire,
    - ✓ propose d'imposer un format totem pour les enseignes scellées au sol afin de les différencier des publicités scellées au sol,
  - Association Paysages de France :
    - ✓ interdire la publicité scellée au sol sauf en ZP3 et ZP5,
    - ✓ interdire totalement la publicité numérique ou la limiter aux zones commerciales et de surface réduite 1 m<sup>2</sup>),
    - ✓ interdire la publicité lumineuse à moins de 40 mètres d'un carrefour,
    - ✓ fixer la plage d'extinction à 21h-7h, y compris pour la publicité supportée par du mobilier urbain,
    - ✓ interdire totalement ou limiter à 12 m<sup>2</sup> la surface des bâches publicitaires,
    - ✓ limiter la surface de la publicité sur mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup>

- ✓ interdire la publicité numérique,
- ✓ interdire la publicité sur toiture dans toutes les zones,
- ✓ interdire toutes les formes de publicité non explicitement citées dans le règlement,
- ✓ inclure le pied dans le calcul de la surface maximale,
- ✓ appliquer un format unique de 4 m<sup>2</sup> aux publicités,
- ✓ appliquer un format unique de 10,50 m<sup>2</sup> en lieu et place des 2 et 4 m<sup>2</sup> de surface d'affiche pour conserver des possibilités d'installation de dispositifs « grand format »,
- ✓ en ZP2, admettre un dispositif mural par linéaire de façade sur rue d'au moins 30 m,
- ✓ ne pas déroger à l'interdiction de publicité en lieux protégés ; si dérogation, ne pas admettre la publicité numérique,
- ✓ inclure en ZP2 les axes structurants traversant les zones d'habitation,
- ✓ interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique,
- ✓ prévoir une règle de densité pour les enseignes de moins d'1 m<sup>2</sup>,
- ✓ limiter à 6 m<sup>2</sup> la surface des enseignes en façade pour les façades de plus de 50 m<sup>2</sup> (4 m<sup>2</sup> dans les autres cas),
- ✓ interdire les enseignes sur toiture pour les zones d'activités et commerciales ; à défaut, les limiter à 8 m<sup>2</sup>,
- ✓ soumettre les enseignes temporaires aux mêmes règles que les enseignes permanentes,
- ✓ appliquer les mesures de la ZP1 aux enseignes hors agglomération,
- ✓ éteindre les enseignes lumineuses à la fermeture des activités et les rallumer à l'ouverture,
- ✓ interdire les enseignes numériques,

→ Mission Val de Loire : interdire la publicité sur mobilier urbain, notamment numérique, dans une zone de 100 mètres de part et d'autre du fleuve.

- *Organisation d'une réunion publique pour présenter l'avant-projet, avec possibilité de déclinaison dans les communes membres. Voir ci-dessous.*

### 1-4-3 Réunions publiques

Deux réunions publiques ont été organisées au siège de la Métropole :

- le 16 septembre 2019, le diagnostic a été présenté ainsi que les orientations futures du RLPi. Seules 3 personnes étaient présentes.....
- le 27 novembre 2019 était réservé à la présentation de l'avant-projet de RLPi (zonage et règlement). Cette réunion a rassemblé 11 personnes, dont des membres de l'association Résistance à l'Agression Publicitaire (RAP) et de l'association Sites et Monuments.



Les participants ont été unanimes à regretter le maintien de la publicité numérique en toutes zones. Certains ont émis le vœu de voir s'appliquer la règle d'extinction des publicités lumineuses aux publicités sur mobilier urbain. Enfin, il a été demandé de mettre en place la règle d'extinction entre 21h et 7h.

#### **1-4-4 Cheminement administratif du dossier d'enquête publique**

- ❖ Délibération du 17 décembre 2018 : le Conseil métropolitain prescrit l'élaboration du RLPi et en définit les objectifs, tout en précisant les modalités de concertation.
- ❖ Publication d'un dossier explicatif sur l'élaboration du RLPi en avril 2019.
- ❖ Présentation du diagnostic et des enjeux du RLPi en conseil métropolitain le 11 juillet 2019.
- ❖ Organisation d'une première réunion publique le 16 septembre 2019 pour présenter le diagnostic et les orientations du futur RLPi.
- ❖ Définition de l'avant-projet de RLPi en novembre 2019.
- ❖ Organisation d'une deuxième réunion publique le 27 novembre 2019 pour présenter l'avant-projet de RLPi.
- ❖ Délibération du 8 novembre 2021 : le Conseil métropolitain tire le bilan de la concertation et arrête les caractéristiques essentielles du projet de RLPi.
- ❖ Décision du président du Tribunal administratif d'Orléans n° E21000137/45 du 16 décembre 2021 désignant une commission d'enquête publique de trois membres.
- ❖ Contrôle du dossier d'enquête publique par la commission d'enquête le 7 février 2022.
- ❖ Mise en place d'un dossier d'enquête complet dans chaque commune et au siège de la métropole du 22 mars au 21 avril 2022.

### **1-5 Le contenu du dossier d'enquête publique**

#### **1-5-1 La note de présentation**

Ce document de 5 pages précise conformément aux dispositions de l'article R.123-8 du code de l'environnement :

##### Les coordonnées du maître d'ouvrage

Tours Métropole Val-de-Loire, 60 avenue Marcel Dassault, 37206 Tours.

##### L'objet de l'enquête

L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Tours Métropole Val-de-Loire.

##### Les caractéristiques les plus importantes du projet

Le Règlement Local de Publicité prescrit dans le contexte local des règles plus contraignantes que la réglementation nationale pour l'installation des publicités, pré-enseignes et enseignes.

Sur les 22 communes membres de Tours Métropole Val-de-Loire

- 10 communes étaient dotées de RLP dits « de première génération », qui sont antérieurs à la réforme Grenelle II
- 12 communes n'étaient pas couvertes par un RLP à leur échelle.

En conséquence, l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) était nécessaire pour tenir compte

- Des évolutions législatives
- Des évolutions du territoire et des projets d'aménagement

Par délibération **du 17 décembre 2018** le conseil métropolitain a prescrit l'élaboration d'un RLPi en définissant des objectifs qui ont été précisés lors du débat sur les orientations générales du RLPi **le 11 juillet 2019**.

Le conseil métropolitain a arrêté le projet de RLPi par délibération **du 8 novembre 2021**.

Le RLPi répond à une logique d'harmonisation et de définition commune de traitement des règles s'appliquant aux publicités, pré-enseignes et enseignes sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Des règles spécifiques sont ensuite déclinées pour les 4 zones de publicité :

ZP1 : Cette zone correspond aux sites des secteurs d'agglomération, des sites patrimoniaux remarquables, aux abords des monuments historiques et des bords de Loire et bord de Cher.

ZP2 : Cette zone correspond aux secteurs résidentiels des communes appartenant à l'unité urbaine de Tours.

Des dispositifs supplémentaires sont admis par rapport à la réglementation de la zone ZP1.

ZP3 : Ce secteur regroupe les axes structurants, les zones commerciales et d'activités.

Des réglementations plus souples s'appliquent aux publicités scellées et des densités d'installation différentes déterminent des sous-secteurs ZP3a1, ZP3a2 et ZP3B.

ZP4 : Ce secteur regroupe les 5 communes hors unité urbaine de Tours.

Dans ce secteur les règles contraignantes de la réglementation nationale sont renforcées dans le domaine privé.

Des règles précises déjà utilisées concernant les enseignes sont prescrites dans les lieux protégés et en ZP1.

Résumé des principales raisons pour lesquelles, du point de vue de l'environnement, le projet soumis à enquête a été retenu

- Un traitement homogène des différents lieux paysagers, patrimoniaux et urbanisés de la Métropole



- Une préservation accentuée des lieux patrimoniaux et des abords des monuments historiques
- Un volet « enseigne » travaillé en collaboration avec l'Architecte de Bâtiments de France pour une meilleure intégration.

## **1-5-2 Le dossier de règlement local de publicité intercommunal**

### **1-5-2-1 Le rapport de présentation**

Le rapport de présentation est un document de 85 pages qui expose en première partie le diagnostic territorial puis en deuxième partie le projet de la réglementation locale de la publicité, des enseignes et des enseignes.

#### **Le diagnostic**

- Le cadre général

##### *Les données institutionnelles :*

Tours Métropole Val-de-Loire a succédé à la communauté urbaine Tours plus par décret du 20 mars 2017.

Elle est composée de 22 communes peuplées de 140 000 habitants.

Tours métropole Val-de-Loire exerce 9 compétences au profit des 22 communes dans les domaines du développement économique, de l'aménagement de l'espace, de l'équilibre social, de la voirie et des infrastructures, des équipements d'intérêt métropolitains, de l'eau, de l'assainissement, de la collecte et du traitement des déchets, de la politique environnementale et de la politique de la ville.

Premier bassin d'emploi de la région Centre Val de Loire, les 50 parcs d'activités relèvent de sa responsabilité.

Le territoire métropolitain bénéficie d'une excellente desserte routière et ferroviaire. Ce réseau est complété par de nombreux modes de transport en commun.

##### *Les agglomérations et leur appartenance à l'unité urbaine de Tours*

La notion d'agglomération est fondamentale pour le droit de l'affichage ainsi que la notion d'unité urbaine.

Les 5 communes qui n'appartiennent pas à l'unité urbaine doivent respecter la réglementation nationale la plus restrictive.

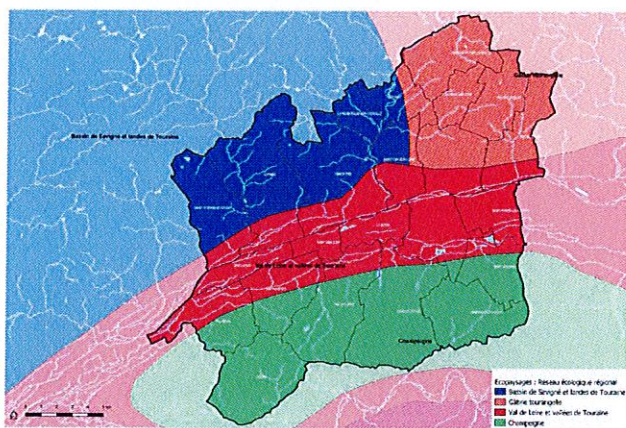
Les 17 autres communes bénéficient des règles nationales les plus favorables.

- Le diagnostic urbain

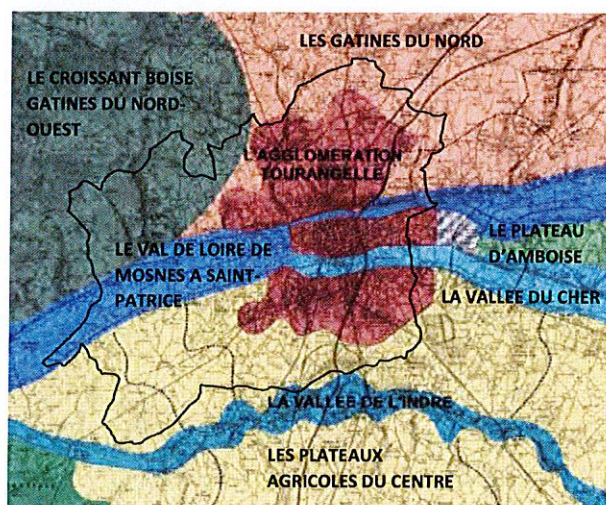
##### *Les caractéristiques paysagères*

Le territoire métropolitain se situe dans l'union de 4 éco-paysages

Il est composé de 6 unités paysagères.



Carte des Eco paysages, Source : Réseau écologique régional, 2009



La vallée de la Loire est l'élément majeur structurant le paysage local et les digues ou levées constituent des axes de déplacements essentiels de la desserte des communes riveraines.

D'autres cours d'eau ( dont le Cher) sont également présents sur le territoire métropolitain.

Les deux cours d'eau présents sur le territoire offrent des paysages variés de plaines, plateaux, bois et forêts et de vignes.

Le territoire métropolitain compte 9 sites classés, 16 sites inscrits, 2 zones Natura 2000 et 2 ZNIEFF de type 1 et 2.

La zone Natura 2000 et les deux ZNIEFF sont situées hors agglomération.

La commune de Villandry est adhérente au Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine.



Les communes de Berthenay, Luynes, Savonnière, Saint-Etienne-de-Chigny et Saint-Genouph sont concernées par le Plan de Paysage du Val de Luynes.

La Loire a été classée en 2000 patrimoine mondial de l'UNESCO et bénéficie de 9 orientations dans le plan de gestion de la Valeur Universelle Exceptionnelle de 2012 afin de garantir sa pérennité.

La charte d'excellence en matière de publicité extérieur pour le Val-de-Loire a été signée en 2006 qui a validé 5 principes de protection des berges, de préservation des sites et monuments, d'amélioration des entrées de ville, de prise en compte des entrées de petites villes et village et de mise en place d'un règlement de publicité par commune.

### *Les caractéristiques patrimoniales*

C'est un territoire qui s'est construit au fil des siècles et qui est caractéristique du patrimoine inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO.

L'implantation des villes et village est propre au Val de Loire par son habitat en front de Loire, en bord du Cher, en bord de levée, son habitat troglodytique des coteaux nord de Loire et sud du Cher, ses habitations sur tertre, les villages au débouché des vallons et les châteaux et manoirs en retrait.

Les différents éléments qui composent la Valeur Universelle Exceptionnels sont les châteaux, le patrimoine sacré, les voies de circulations terrestres et fluviales, les dispositifs d'adaptation aux crues, l'habitat vernaculaire et l'habitat troglodytique, les milieux agraires et forestiers, le fleuve et les coteaux, les fronts urbains historiques et leur cadre végétal.

Les dispositifs de protection patrimoniale sont nombreux au titre des monuments historiques et des périmètre délimités des abords.

217 monuments historiques sont dénombrés sur le territoire métropolitain et 23 périmètres délimités des abords.

La publicité est interdite si elle est en covisibilité avec le monument.

Les 3 sites patrimoniaux délimités sur le territoire métropolitain génèrent des servitudes au PLU et des interdictions relatives aux publicité.

Le SPR actuel de Tours qui se situe en rive gauche de la Loire couvre une surface de 150 ha et est géré par un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur.

Les deux autres SPR se situent sur les communes de Rochecorbon et Luynes.

Un tableau pages 30, 31 et 32 récapitule les différentes protections patrimoniales.

Le patrimoine bâti remarquable est identifié dans les plans d'urbanisme de 17 communes de Tours métropole Val de Loire.

- La réglementation nationale applicable au territoire métropolitain en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes, en l'absence de RLP

Cette partie du rapport de présentation aborde en 14 pages :  
*La réglementation nationale applicable à la publicité*

Il est rappelé les interdictions de publicité hors agglomération qui couvre 70 % du territoire métropolitain.

La publicité est interdite de manière absolue sur les monuments historiques, dans les sites classés, dans les réserves naturelles, sur les arbres, sur les immeubles identifiés par arrêtés municipaux comme présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

La publicité est interdite de manière relative, à l'intérieur des agglomérations avec la possibilité d'y déroger dans le cadre d'un RLPi, dans les abords des monuments historiques, dans les périmètres des sites patrimoniaux remarquables, dans les Parcs Naturels Régionaux, dans les sites inscrits, dans les zones Natura 2000 et à moins de 100 m en covisibilité des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque.

Dans la suite du document, sont abordées les règles applicables aux 17 communes de l'unité urbaine de Tours qui précisent les conditions générales d'installation des dispositifs publicitaires s'appliquant quelque soit le seuil de population agglomérée puis les conditions spécifiques s'appliquant à chaque dispositif publicitaire.

Dans un dernier paragraphe, sont abordées les règles applicables aux 5 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours, qui précisent les conditions générales d'installation s'appliquant à tous les dispositifs publicitaires ainsi que les conditions spécifiques applicables aux publicités admises dans les agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours.

#### *La réglementation nationale applicable aux pré-enseignes*

Dans les agglomérations des communes membres de Tours Métropole Val-de-Loire, les pré-enseignes sont soumises aux mêmes dispositions que celles qui s'appliquent à la publicité.

Hors agglomération, seules les pré-enseignes dérogatoires et temporaires sont autorisées mais doivent répondre à des natures d'activités particulières.

Les conditions d'installation sont en nombre limité, avec des conditions de distance, scellées au sol et de dimensions définies.

#### *La réglementation nationale applicable aux enseignes*

Cette réglementation s'applique sur tout le territoire des communes ( en ou hors agglomération) pour les enseignes permanentes et est fonction du type de disposition de l'enseigne : A plat ( en bandeau) sur un mur, perpendiculaire ( en drapeau ) à un mur, sur une toiture, scellées au sol et lumineuse.

Pour les enseignes temporaires sur le territoire métropolitain, la réglementation applicable précise la durée d'installation, le maintien en bon état d'entretien et de fonctionnement, les conditions d'installation : sur les murs, et pour les enseignes de



plus de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou posées sur le sol.  
*Le régime des autorisations et déclarations préalable*

Avec l'entrée en vigueur du RLPi les maires des 22 communes membres assureront les devoirs de police.

A partir **du 1 janvier 2024** la compétence pourrait être assurée par le Président de la Métropole.

La déclaration préalable s'applique aux publicités non lumineuses et éclairées par projection.

L'autorisation préalable est requise pour les publicités lumineuses ainsi que pour les installations de bâches publicitaires dans les agglomérations de plus de 10000 habitants.

L'autorisation préalable est requise pour l'installation ou la modification des enseignes.

- Les réglementations locales existantes : les dix RLP communaux

*Les règlements de première génération* concernent Fondettes, La Membrolle-sur-Choisille, Parçay-Meslay, Rochecorbon et Joué-lès-Tours.  
Ils ont été adoptés entre 1984 et 1989.

*Les règlements de deuxième génération* concernent Saint-Cyr-sur-Loire, Tours (hors secteur SPR), Chambray-lès-Tours, Notre-Dame-d'Oé et Saint-Avertin.  
Ils ont été adoptés entre 2003 et 2006.

Ces 10 règlements manquaient d'homogénéité.

Les zones de publicités variaient de 2 à 6. Les zones de publicité restreintes étaient disparates. Des zones interdites de publicité étaient instaurées dans les zones résidentielles.

Des évolutions législatives sont intervenues depuis et les modifications sont les suivantes :

- Suppression des possibilités d'assouplissement de la réglementation nationale
- Extension de l'interdiction légale de publicité aux abords des monuments historiques
- Limitation des capacités d'interdiction locale de publicité

- Les dispositifs existants

*Le parc existant*

Un relevé de terrain non exhaustif a été réalisé en mars 2019 qui constitue la base du RLPi.

- Publicités et pré-enseignes

Sur le domaine privé et le domaine ferroviaire 450 dispositifs de grand format ont été recensés mis en place par 18 sociétés d'affichage.

85 % de ces dispositifs sont scellés au sol dont plus de la moitié dépasse les 12 m<sup>2</sup> cadre non compris et se situent principalement en zones commerciales et le long des axes routiers structurant les plus fréquentés.

Les centres-villes et centre-bourgs sont assez peu exposés à la publicité.

C'est dans 4 communes qui avaient un règlement de deuxième génération et la ville de Saint-Pierre-des-Corps que la publicité est la plus importante ( 82 % des dispositifs recensés).

Moins de 10 % des dispositifs de publicité sont irréguliers.

Sur le domaine public, aucun dispositif totalement publicitaire n'a été relevé sur le territoire de la Métropole.

Toutefois les 5 catégories de mobiliers urbains supporte à titre accessoire de la publicité et parfois de la publicité numérique.

- Les enseignes

Les enseignes traditionnelles en bandeau sont majoritaires et sont principalement situées en centres-bourgs et centres-villes.

*« ...A noter que, sur tout le territoire métropolitain, les enseignes situées dans les abords des monuments historiques et en site patrimonial remarquable sont particulièrement bien intégrées : nombre limité d'enseignes perpendiculaires et positionnement en continuité de l'enseigne parallèle, enseigne en bandeau souvent composée en lettres et signes découpés, mode d'éclairage discret. Dans ces lieux, les enseignes sont soumises à accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France, dont les exigences permettent de renforcer l'intégration qualitative des enseignes... » ( extrait du rapport page 57 )*

Il a été constaté par contre une prolifération des vitrophanies collées sur les intérieurs des vitrines et des publicités lumineuses situées dans les locaux. Désormais les RLP peuvent réglementer ces modalités de publicités.

Par contre en zones commerciales et d'activités, toutes les typologies d'enseignes sont représentées avec de nombreux cas de non-conformité.

### *Les enjeux en matière d'affichage*

Le diagnostic a permis de tirer les grandes tendances de la publicité sur le territoire de la Métropole et ainsi de définir des règles locales.

- **Un assouplissement très limité de l'interdiction de publicité dans les lieux à enjeu patrimonial**



- **Des restrictions graduées selon les sensibilités paysagères et patrimoniales des lieux à l'installation des publicités**
- **Des restrictions fortes sont instaurées dans les bords de Loire et les bords du Cher.**

## **La réglementation locale de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes**

- Les objectifs et les orientations

Les objectifs du RLPi ont été définis par délibération **du 17 décembre 2018**.

« - Décliner, préciser et renforcer la réglementation nationale, pour l'adapter aux caractéristiques du territoire,  
 - Renforcer l'identité métropolitaine et harmoniser la réglementation locale sur le territoire, tout en tenant compte des spécificités locales,  
 - Mettre en valeur le patrimoine et les paysages urbains, naturels par la limitation de l'impact des dispositifs de publicités,  
 - Améliorer l'image et l'attractivité du territoire en encadrant l'affichage publicitaire au niveau des axes structurants, des entrées d'agglomération, des centre-bourgs et des zones d'activités - Harmoniser le parc d'enseignes et de pré-enseignes sur le territoire,  
 - Encadrer les nouveaux procédés et les nouvelles technologies en matière de publicité,  
 - Rechercher des économies dans la gestion des dispositifs lumineux. »

Ces objectifs ont été débattus lors du conseil métropolitain **du 11 juillet 2019**.

Les orientations générales ont été précisées dans les domaines suivants :

- **Publicités limitées dans les lieux à enjeux patrimoniaux et paysagers forts**
- **Restrictions graduées en dehors de ces lieux en fonction des enjeux paysagers**
- **Limitation forte de la publicité numérique sur le domaine privé**
- **Règles spécifiques pour les enseignes en cohérence avec les prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France**
- Les justifications de la réglementation locale

### *Les zones de publicité réglementée*

Le nombre des zones est limité à 4 pour permettre une plus grande cohérence territoriale sur la Métropole, une égalité de traitement entre toutes les communes et leurs habitants et une simplification de la mise en œuvre du règlement.

« **La ZP1** correspond principalement aux sites patrimoniaux remarquables, aux périmètres délimités des abords de monuments historiques, aux bords de Loire

(périmètre UNESCO) et aux bords du Cher. Il s'agit de la zone dans laquelle les possibilités d'installation de publicités sont les plus restreintes ».

La suite du paragraphe aborde les principes utilisés pour la délimitation de la zone en utilisant le zonage des PLU.

« **La ZP2** correspond aux secteurs à dominante résidentielle. La ZP2 se définit a contrario des autres zones et correspond à la zone majoritaire en superficie. Particulièrement protégés par les RLP communaux, il a été souhaité poursuivre cet effet protecteur ».

La suite du paragraphe liste les interdictions de certains dispositifs dénaturant le paysage.

« **La ZP3** correspond à des séquences d'axes « structurants », aux zones commerciales et d'activités. C'est en ZP3 que les possibilités d'installation de publicités sont les plus larges (à la fois publicités sur mur et scellées au sol) ».

« **La ZP4** est réservée aux 5 communes hors unité urbaine de Tours (Villandry, Berthenay, Chanceaux-sur-Choisille, Druye et Saint-Etienne-de-Chigny) ».

La suite de ce paragraphe précise les restrictions complémentaires apportées par le projet de RLPi.

*Le traitement de la publicité dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L.581-8 du code de l'environnement*

Les dérogations au principe d'interdiction sont limitées et encadrées. Elles concernent les dispositifs admis en toute zone, les dispositifs installés directement sur le sol, les dispositifs sur mobilier urbain.

En site patrimonial remarquable, les installations de mobilier urbain sont soumises préalablement à l'avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France.

*Les restrictions applicables aux publicités et pré-enseignes*

Des prescriptions sont définies pour toute publicité ou pré-enseigne installée sur le territoire aggloméré de Tours Métropole Val-de-Loire, afin de renforcer l'identité métropolitaine.

De plus une règle unique s'applique à l'extinction des publicités lumineuses.

- Les dispositifs apposés sur un mur :  
Les publicités murales sont interdites en ZP1.  
Quand elles sont autorisées, elles doivent répondre à des principes de positionnement sur les murs autorisés, à des règles de surface, à des règles de densité.  
Les dispositifs muraux lumineux ne sont acceptés que dans la sous-zone ZP3b avec des obligations d'extinction.



- Les dispositifs scellés au sol :  
Les publicités scellées au sol sont interdites en ZP1, ZP2 et ZP4 du fait de l'obstacle visuel qu'elles procurent.  
Quand elles sont autorisées en ZP3, elles doivent répondre à des règles de surface, à des règles de densité et des règles de positionnement en retrait de l'alignement de la voie.  
Les dispositifs muraux lumineux ne sont acceptés que dans la sous-zone ZP3b avec des obligations d'extinction.
- Les dispositifs directement posés sur le sol:  
Ils sont admis en lieux protégés en ZP1 et ZP2 et doivent respecter des dimensions de largeur et de hauteur.
- Les dispositifs lumineux non éclairés par projection ou transparence :  
Ils sont admis en sous-zone ZP3b après autorisation du maire.  
Ils doivent respecter des règles de densité, des règles de positionnement en retrait de l'alignement de la voie et des obligations d'extinction.
- La publicité sur mobilier urbain :  
Dans les sites patrimoniaux remarquables et dans les abords des monuments historique l'installation du mobilier urbain est préalablement soumise à l'accord de l'Architecte des Bâtiments de France.

En zone agglomérée le mobilier urbain est obligatoirement de type mono-pied.  
La publicité lumineuse est également soumise à des règles d'extinction avec une exception pour la publicité lumineuse sur les abris voyageurs.

Aussi bien dans les lieux protégés ( article L.581-8) qu'en dehors la publicité sur mobilier urbain doit respecter en fonction des zones d'installation des règles de surface.

- Les dispositifs publicitaires spécifiques :
  - Les dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale demeurent interdits dans les lieux protégés ( article L.581-8) par le projet de RLPi.
  - Les bâches publicitaires permanentes autres que de chantier sont soumises à des règles identiques à celles des publicités sur mur.  
Elles sont toutefois interdites dans les lieux protégés ( article L.581-8) en ZP1 et ZP4. La surface admise diffère en fonction de la zone d'installation.
- Les dispositifs publicitaires temporaires :
  - Les publicités sur palissade de chantier :  
Le projet de RLPi a levé l'interdiction des publicités sur palissade de chantier dans les sites patrimoniaux remarquables et dans les abords des monuments

historiques.

Elles doivent respecter les dimensions de la palissade et un nombre maximum par linéaire de façade.

- Les publicités sur les bâches d'échafaudage :  
Le projet de RLPi admet cette forme de publicité en toutes zones mais ne limite pas la surface qui est appréciée au cas par cas.
- La publicité de dimension exceptionnelle liée à des manifestations temporaires :  
Ces dispositifs temporaires sont admis en toutes zones .  
Ils sont soumis à une autorisation préalable du maire et de la CDNPS et doivent être enlevés dans les 15 jours suivant la manifestation.

#### *Les restrictions applicables aux enseignes*

- Sur l'ensemble du territoire métropolitain :  
Des prescriptions esthétiques ont été édictées par le règlement : bonne intégration par rapport au bâtiment et à ses décors, en harmonie avec les portes et devantures et une signalétique simple avec des teintes peu agressives.
- Le travail réalisé en liaison avec l'Architecte des Bâtiments de France a permis d'inscrire dans le règlement des prescriptions d'esthétisme qui s'imposent à tous.  
Des règles d'interdictions d'installation sur bâtiment, de dimensions des enseignes en bandeau, en drapeau ou directement installées sur le sol s'appliquent et diffèrent en fonctions des zones de publicité retenues.
- 

### **Les conclusions sur la prise en compte par le RLPi des enjeux paysagers et patrimoniaux en matière de publicité et d'enseignes**

La réglementation des conditions d'installation de la publicité et des enseignes participe comme d'autres documents communaux ou intercommunaux à la conservation des caractéristiques exceptionnelles des paysages et du patrimoine du territoire de Tours Métropole Val-de-Loire.

Les espaces non agglomérés qui représente 70 % du territoire sont préservés de toute publicité ( sauf pour les pré-enseignes dérogatoires).

Dans les 17 communes de l'unité urbaine de Tours l'interdiction des publicités : côte à côte, la limitation importante des publicités en site patrimonial remarquable, dans les abords des monuments historiques et les contraintes dans les secteurs résidentiels participent à cette protection de la qualité des paysages et des sites.

Dans les 5 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours, le RLPi renforce la réglementation nationale qui s'y appliquait.



### 1-5-2-2 Les Dispositions réglementaires

- **Le règlement**

C'est un document de 13 pages qui comporte un préambule et deux chapitres traitant respectivement de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes.

**Le Préambule** aborde le champ d'application et la portée du règlement local de publicité, en distinguant :

Les publicités et pré-enseignes.

Les quatre zones de publicité se définissent et se distinguent par leur composition et origine historique, géographique et urbanistiques.

Le projet de règlement local est plus restrictif que le règlement national qui pour autant s'applique si le projet de règlement local ne prévoit pas de modifications.

Les enseignes

Le projet de règlement s'applique sur l'ensemble du territoire métropolitain et ses dispositions constituent des restrictions par rapport au règlement national.

**Le chapitre I traite des dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes**

Ce chapitre est composé de 7 articles.

Article 1 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes en toutes zones

Cet article aborde les dispositifs admis et les extinctions nocturnes des dispositifs lumineux.

Article 2 : Possibilités d'installation de publicités ou de pré-enseignes dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, en toutes zones.

Cet article précise les conditions d'installation sur le mobilier urbain et dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Tours uniquement, sur des dispositifs installés directement sur le sol.

Article 3 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes **en zone de publicité 1** en-dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

Cet article précise les conditions d'installation sur le mobilier urbain, dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Tours uniquement, sur des dispositifs installés directement sur le sol et les dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale.

Article 4 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes **en zone de publicité 2** en-dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

Cet article précise les conditions d'installation des publicités sur le mobilier urbain, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, apposées sur un mur, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, sur les palissades de chantier, dans les agglomérations appartenant à l'unité urbaine de Tours uniquement, sur des dispositifs installés directement sur le sol, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, des bâches publicitaires permanentes et des dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale.

Article 5 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes **en zone de publicité 3a1 et en zone de publicité 3a2**, en-dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

Cet article précise les conditions d'installation des publicités sur le mobilier urbain, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, apposées sur un mur, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, sur les palissades de chantier, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence ou scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, des bâches publicitaires permanentes et des dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale.

Cet article définit également les règles de densité applicable aux publicités et pré-enseignes murales, scellées au sol et directement installées sur le sol, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence.

Article 6 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes **en zone de publicité 3b** en-dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement

Cet article précise les conditions d'installation des publicités sur le mobilier urbain, lumineuses et non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, apposées sur un mur, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, sur les palissades de chantier, lumineuses et non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence ou scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, des bâches publicitaires permanentes et des dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale.

Cet article définit également les règles de densité applicables aux publicités et pré-enseignes murales, scellées au sol et directement installées sur le sol, lumineuses ou non.

Article 7 : Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes **en zone de publicité 4** en-dehors des lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement



Cet article précise les conditions d'installation des publicités sur le mobilier urbain, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, apposées sur un mur, non lumineuses ou éclairées par projection ou transparence, sur les palissades de chantier, et les dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale.

## **Le chapitre II traite des dispositions applicables aux enseignes**

Ce chapitre est composé de 4 articles.

### **Article 8 : Dispositions applicables aux enseignes sur tout le territoire métropolitain**

Cet article aborde les rescriptions esthétiques et les extinctions nocturnes des dispositifs lumineux

### **Article 9 : Dispositions applicables aux enseignes situées dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-4, au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement et en zone de publicité 1**

Cet article précise toutes les interdictions de procédés et de dispositifs à la seule exception des zones d'activités de La Riche et de Rochecorbon.  
Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur( en bandeau ) , l'article fixe les positionnements et les modes de réalisation.

Pour les enseignes apposées perpendiculairement( en drapeau ) à un mur, l'article indique leurs nombres, leurs positionnements et leurs dimensions.

Pour les enseignes directement installées sur le sol, l'article spécifie le nombre la largeur et la hauteur.

### **Article 10 : Dispositions applicables aux enseignes situées en zone de publicité 2**

Cet article précise les interdictions de procédés et les enseignes concernées.  
Pour les enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur, l'article fixe les positionnements.

Pour les enseignes apposées perpendiculairement à un mur, l'article indique leurs nombres, leurs positionnements et leurs dimensions.

Pour les enseignes scellées au sol directement installées sur le sol, l'article spécifie leurs installations, leurs nombres leurs surfaces.

### **Article 11 : Dispositions applicables aux enseignes situées en zone de publicité 3**

Pour les enseignes scellées au sol directement installées sur le sol, l'article spécifie en complément de la réglementation nationale la hauteur, largeur et épaisseur.  
Elles doivent être installées à l'alignement de voirie.

Les enseignes en toiture ou terrasse sont interdites.

- **Les plans des zones de publicité**

Cet ensemble est composé de 23 plans différents.

- **Un plan de Tours Métropole Val-de-Loire** à une échelle approximative du 4/10000e comportant en légende les limites des communes par un trait continu noir et par des trames différenciées et de coloration différente les 4 zones de publicités répertoriées et des trois sous-secteurs.



- **22 plans des communes** composant Tour Métropole Val-de-Loire à une échelle approximative du 1/1000 e comportant en haut et à gauche un cadre rouge indiquant son emplacement sur le territoire de Tours Métropole Val-de-Loire et mentionnant en légende les limites des communes par un trait continu noir et par des trames différenciées et de coloration différente les 4 zones de publicités répertoriées .

### 1-5-2-3 Les annexes

- **Les limites d'agglomération : Les arrêtés municipaux**

- Commune de Ballan-Miré** : Arrêté municipal AST 12-2019.P du 19 décembre 2019
- Commune de Berthenay** : Arrêté municipal n°17 du 19 novembre 1979
- Commune de Chambray-lès-Tours** : Arrêté municipal non daté
- Commune de Chanceaux-sur-Choisille** : Arrêté municipal du 1 Février 2017
- Commune de Druye** : Arrêté municipal n°2019-74 du 15 décembre 2019
- Ville de Fondettes** : 11 arrêtés municipaux du 2 juillet 2018 et 8 arrêtés municipaux du 3 juillet 2018.
- Ville de Joué-lès-Tours** : 3 arrêtés municipaux n°2018/49 du 25 janvier 2018.
- Commune de La Membrolle-sur-Choisille** : 2 arrêtés municipaux du 5 juillet 2007 et 1 Arrêté municipal du 9 septembre 2014
- Ville de La Riche** : Arrêté municipal du 9 août 1957 et Arrêté municipal du 4 octobre 1976
- Ville de Luynes** : Arrêté municipal n° URB/ 2019 / 62 du 2 décembre 2019.
- Commune de Mettrai** : Arrêté municipal n° 53 / 2015 du 19 novembre 2015.
- Commune de Notre Dame d'Oé** : Arrêté municipal n° 165 / 2019 du 4 décembre 2019.














Commune de Parçay-Meslay : Arrêté municipal du 23 décembre 2019.  
 Commune de Rochecorbon : Arrêté municipal n° ST2019-21 du 12 février 2019.  
 Ville de Saint-Avertin : Arrêté municipal n° 19-12-16 /1404 du 16 décembre 2019.  
 Ville de Saint-Cyr-sur-Loire : Arrêté municipal n°2014-489 du 9 mai 2014.  
 Commune de Saint-Etienne-de-Chigny : Arrêté municipal n° 2019-049 du 15 novembre 2019.  
 Commune de Saint-Genouph : Arrêté municipal n° 03-94 du 3 juin 1994.  
 Ville de Saint-Pierre-des-Corps : Arrêté municipal n° 1992-6 du 11 mars 1992.  
 Commune de Savonnières : Arrêté municipal du 9 novembre 2006.  
 Ville de Tours : Arrêté municipal n° VO\_2017\_31 du 5 janvier 2017.  
 Commune de Villandry : Arrêté municipal n° 81 / 2019 du 123 décembre 2019.

• **Le plan des lieux d'interdiction légale et réglementaire de la publicité**

Un plan de Tours Métropole Val-de-Loire a une échelle approximative du 3,5/10000 e comportant en légende les limites des éléments suivants :

**Légende**

-  Contours Tours Métropole Val de Loire
-  Limites communales
- Lieux d'interdiction absolue de publicité**  
(art.L.581-4 du Code de l'Environnement)
-  Site classé
- Lieux d'interdiction relative de publicité**  
(art.L.581-8 du Code de l'Environnement)
-  Lieu situé à moins de 500m d'un monument historique (publicité interdite en cas de co-visibilité)
-  Périmètre délimité des abords d'un monument historique (PDA)
-  Site Patrimonial Remarquable
-  Parc Naturel Régional
-  Site inscrit
-  Zone Natura 2000
- En agglomération, interdiction des publicités scellées au sol**  
(art.R581-30 du Code de l'Environnement)
-  Zone N du PLU
-  Espace Boisé Classé (EBC)

**1-5-3 Les avis émis par les personnes publiques associées sur le projet de Règlement Local de Publicité et par la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS)**

**Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites**  
 la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites a émis un avis lors d'une visioconférence **le 25 février 2022.**

### **Avis des services de l'État**

Madame la Préfète d'Indre-et-Loire a émis un avis détaillé sur le projet **le 12 février 2022**.

### **Avis du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine**

Madame la Présidente du Syndicat mixte de gestion du Parc Naturel Régional a produit un avis favorable par courrier **du 3 mars 2022**

### **Avis du Syndicat Mixte de l'Agglomération Tourangelle**

Le Syndicat Mixte de l'Agglomération Tourangelle a émis un avis favorable lors d'une visioconférence par délibération **du 2 mars 2022**.

### **Avis de l'association Paysages de France**

Dans un document non signé de 33 pages en date **du 25 février 2022**, Monsieur le vice-président de Paysages de France a fait part de ses observations.

## **1-5-4 Bilan de la concertation préalable**

Ce document de 33 pages décrit tout le processus de concertation mis en place conformément au code de l'urbanisme pour recueillir les avis des habitants, associations locales et personnes concernées.

Les éléments de cette concertation sont les suivants :

- La mise à disposition d'un dossier de présentation sur le site Internet de la Métropole, au siège de la Métropole et sur les sites Internet des mairies

Des exemples de ce dossier sont mentionnés dans le corps du dossier « Bilan de la concertation préalable » précisant les communes ayant relayé le dossier de présentation.

- La possibilité d'écrire des observations sur les registres papier mis à disposition en mairies et au siège de la Métropole, par courrier ou par courrier électronique

5 contributions citoyennes ont été enregistrées

7 contributions des professionnels de l'affichage ont été enregistrées

- Deux réunions publiques ont été organisées pour présenter le diagnostic et les orientations du RLPi puis de l'avant-projet, avec possibilité de déclinaison de celui-ci dans les communes membres

Réunion publique **du 16 septembre 2019** avec la présence de 3 personnes

Réunion publique **du 27 novembre 2019** avec la présence de 11 personnes dont des membres de deux associations.

- La mise en œuvre des modalités de concertation supplémentaires : organisation de deux réunions à destination des « organismes compétents »



La première réunion, consacrée à la présentation du diagnostic et des enjeux, a eu lieu **le 28 mai 2019**, en présence de : 11 sociétés d'affichage, 2 organisations professionnelles, 2 associations.

La seconde réunion, consacrée à la présentation de l'avant-projet (projet de zonage et projet de règlement), a eu lieu **le 27 novembre 2019**, en présence de : 9 sociétés d'affichage, 2 organisations professionnelles, 3 associations.

- Le bilan de la concertation a été synthétisé dans un tableau

Ce tableau de 10 pages reprend toutes les contributions écrites et orales qui ont été exprimées.

Les avis les plus opposés concernent la publicité numérique et la publicité sur le mobilier urbain ainsi que les règles proposées pour les SPR, les bords de Loire et du Cher, les secteurs résidentiels, le domaine ferroviaire et les axes routiers structurants.

Ce tableau est composé de 4 colonnes abordant les thématiques, les auteurs, les propositions et les réponses de Tours Métropole Val-de-Loire.

## **1-5-5 Mention des textes régissant l'enquête publique**

### **Les textes régissant l'enquête publique**

Ce document de 12 pages détaille la liste des articles régissant l'enquête publique.

#### Le code de l'environnement

##### *Partie législative*

Article L. 581-14-1

Article L. 123-1 à l'article L. 123-4 , article L. 123-9 à l'article L. 123-13 , article L. 123-15

##### *Partie réglementaire*

Article R. 123-5, article R. 123-8 à l'article R. 123-11, article R. 123-13 à l'article R. 123-21

#### Le code de l'urbanisme

Article L. 153-19 et article R. 153-8

### **Indication de la façon dont l'enquête publique s'insère dans la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal**

L'élaboration du projet de RLPi a été prescrit par délibération du conseil métropolitain **du 17 décembre 2018**.

Le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal a été arrêté par délibération du conseil métropolitain **du 8 novembre 2021**.

L'enquête publique intervient au terme de cette procédure.

## **Autorité compétente pour approuver le RLPi**

A l'issue de l'enquête publique le Règlement Local de Publicité intercommunal sera éventuellement modifié pour tenir compte de tous les avis exprimés, des conclusions de la commission d'enquête puis approuvé par le conseil métropolitain.

### **1-5-6 annexe : Arrêté métropolitain de prescription de l'enquête publique**

Par arrêté n°2022 / 15 en date **du 17 février 2022** Monsieur le Président de Tours Métropole Val-de-Loire a prescrit l'organisation de l'enquête publique sur le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de Tours Métropole Val-de-Loire.

- L'article 1 précise l'objet et les dates de l'enquête publique
- L'article 2 indique les décisions susceptibles d'être prises à l'issue de l'enquête publique
- L'article 3 informe sur la composition de la commission d'enquête
- L'article 4 aborde le dossier d'enquête, ses lieux géographiques et dématérialisés de sa disponibilité
- L'article 5 explique les différentes formes d'expression des observations du public
- L'article 6 notifie les lieux, dates et horaires des permanences assurées par la commission d'enquête
- L'article 7 traite du rapport d'enquête et des conclusions motivées de la commission d'enquête
- L'article 8 avertit des mesures sanitaires mises en place lors des permanences en raison de la Covid-19
- L'article 9 signale le cheminement des informations supplémentaires sur le projet de RLPi

### **1-5-7 Avis de la commission d'enquête sur le dossier présenté**

*La note de présentation :*

La rédaction est conforme aux dispositions de l'article R.123-8 du code de l'environnement et n'appelle pas de remarques.

*Le rapport de présentation :*

Il aurait été souhaitable que le rapport de présentation comporte un tableau comparatif des différences essentielles apparaissant entre le règlement national et le projet de règlement local afin de mieux apprécier les dispositions prévues.

Ce document aurait été d'une grande utilité pour notre propre réflexion et pour répondre simplement aux questions éventuelles du public.

En page 8, la carte ne présente aucun intérêt car elle est impossible à lire.

En page 22, la carte ne présente un intérêt que pour les zones N des PLU.



En page 27, le tramé PDA de la légende n'est pas coloré contrairement au plan.

En page 31, le SPR de Luynes mentionné page 28 du rapport de présentation ne figure pas dans le tableau.

En règle générale, les plans présents dans le rapport de présentation sont très difficiles à lire correctement (voir ci-dessous).

### *Les plans de zonage*

Les plans de zonage par commune n'ont pas tous la même échelle et il aurait été souhaitable que la commune concernée par le plan de zonage soit plus mise en valeur et que son nom soit indiqué dans la partie de zonage concernée.

Pour faciliter la lecture des plans, les améliorations suivantes pourraient être apportées :

- Dans le cartouche en haut à gauche, supprimer le cadre rouge parfois illisible et le remplacer par une mise en surbrillance de la commune concernée ;
- Augmenter la largeur du trait de limite de communes pour une meilleure perception des différentes unités territoriales ;
- Indiquer sur tous les plans le nom des différentes communes et des principaux lieux-dits ;
- Sur le plan de zonage communal, indiquer également les zones d'interdiction totale et relative qui sont toutes regroupées sur un seul plan .

*l'avis des services émis par les personnes publiques associées sur le projet de règlement local de publicité intercommunal et par la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)*

Ce document de 14 pages qui comporte les avis des services de l'état, l'avis de Madame la Préfète d'Indre-et-Loire, l'avis du PNR et l'avis de la Commission Départementale de la Nature des paysages et des Sites manque d'une possibilité correcte de lecture par une numérisation particulièrement défectueuse.

Il est à craindre que le lecteur intéressé par ce document (comme la commission d'enquête) n'ait pas eu la persévérance de lire ces quatre documents dans leur totalité.

## **CHAPITRE 2 : ORGANISATION DE L'ENQUETE**

### **2 – 1 Désignation de la commission d'enquête**

Par décision du 16 décembre 2021, le président du tribunal administratif d'Orléans a constitué une commission d'enquête composée de Monsieur Jean-Jacques ROUSSEAU, ingénieur divisionnaire de l'agriculture et de l'environnement en retraite (président), et de Messieurs Alain VAN KEYMEULEN, officier de l'armée de terre en retraite et Yves CORBEL, ingénieur divisionnaire des travaux des eaux et forêts en retraite (membres titulaires).

En cas d'empêchement de Monsieur Jean-Jacques ROUSSEAU, la présidence de la commission était assurée par Monsieur Alain VAN KEYMEULEN, premier membre titulaire de la commission.



## **2 – 2 Modalités de l'enquête**

### **2 -2-1 Contact préalable**

Le 27 décembre 2021, un premier contact a été établi entre le président de la commission d'enquête et madame Mélanie HAMELIN, chargée de mission à la direction des infrastructures de Tours Métropole, afin d'organiser matériellement l'enquête publique.

Lors d'un second échange téléphonique, le 30 décembre 2021, il a été convenu d'une réunion au siège de Tours Métropole Val-de-Loire, à laquelle participerait madame Alice LUTTON, assistante à maîtrise d'ouvrage pour l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi).

Courant janvier, deux contacts téléphoniques et divers échanges par messagerie électronique permirent de mettre au point la rencontre du 7 février 2022 prévue sur la journée, la matinée étant consacrée à une réunion de la commission d'enquête et au paraphe des registres d'enquête et des dossiers, et l'après-midi étant destinée à une présentation du dossier suivie d'une discussion sur les modalités pratiques de l'enquête publique (voir ci-après).

### **2 -2-2 Réunion préparatoire et organisation des permanences**

Une réunion a été organisée le 7 février 2022, au siège de Tours Métropole Val-de-Loire, à Tours, en présence de Mme Bettina PHILIPPS, directrice des infrastructures à Tours Métropole, Mme Mélanie HAMELIN, chargée de mission à la direction des infrastructures de Tours Métropole, Mme Alice LUTTON, assistante à maîtrise d'ouvrage, ainsi que MM Jean-Jacques ROUSSEAU, Alain Van KEYMEULEN et Yves CORBEL, membres de la commission d'enquête.

La première partie de la réunion est consacrée à la présentation du dossier RLPi.

A l'aide du diaporama présenté lors d'une réunion d'information le 7 janvier 2022, Madame LUTTON a exposé aux membres de la commission d'enquête la situation sur la réglementation de la publicité sur le territoire de la métropole. Le projet se caractérise par une volonté d'harmoniser cette réglementation à l'échelle de la métropole. Huit ateliers thématiques ont été créés. C'est le premier document intercommunal élaboré par la métropole. Il a été bien accepté par les communes, qui ont participé activement à son élaboration.

Le conseil métropolitain a arrêté le projet de règlement local le 8 novembre 2021.

Quatre zones réglementaires ont été créées :

- la première zone correspond aux sites patrimoniaux, aux périmètres délimités des abords de monuments historiques, ainsi qu'aux bords de Loire et du Cher,
- la seconde correspond aux secteurs centraux des 19 communes de l'unité urbaine de Tours,
- la troisième aux axes structurants, zones commerciales et d'activités,
- la quatrième aux secteurs agglomérés des 5 communes en dehors de l'unité urbaine de Tours.

A chaque zone s'applique un règlement local plus restrictif que le règlement national.

Environ 500 supports publicitaires sont concernés sur l'ensemble de la métropole. Avec le nouveau règlement, un tiers d'entre eux sont appelés à disparaître, dans les deux ans qui suivent l'approbation des nouvelles dispositions.

La seconde partie de la réunion avait pour objet l'organisation de l'enquête publique.



### 1) Personnes référentes :

- référent élu : M Laurent RAYMOND, vice-président de TMVL en charge des espaces publics, maire de Saint-Avertin.
- référents administratifs :
  - \* n°1 : Mme Mélanie HAMELIN,
  - \* n°2 : Mme Bettina PHILLIPS.

### 2) Dossier d'enquête :

Le dossier comporte :

- une note synthétique de présentation,
- un rapport de présentation,
- un règlement,
- des plans de zonage,
- les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération,
- un plan d'interdiction légale des lieux de publicité,
- le bilan de la concertation,
- une mention des textes régissant l'enquête publique.

Le dossier sera complété par les avis des services consultés.

La mise à disposition des délibérations des communes n'est pas une obligation.

### 3) Avis PPA et CD sites :

Les organismes consultés ont jusqu'au 7 mars pour rendre un avis (date butoir du délai de trois mois).

La commission des sites se prononcera sur le dossier le 25 février prochain.

TMVL fournira le porté à connaissance du préfet à la commission d'enquête.

### 4) Dates et durée de l'enquête :

La période d'enquête est fixée du mardi 22 mars 2022 à 9h00 au jeudi 21 avril 2022 à 12h00, soit une durée de 31 jours consécutifs.

### 5) Nombre et lieux de permanences :

La métropole tient à limiter les lieux de permanences à la ville de Tours et à quelques communes périphériques, telles que Joué-les-Tours, Saint-Pierre-des-Corps et Saint-Cyr-sur-Loire, là où la problématique de la publicité extérieure est la plus significative.

La commission d'enquête est soucieuse de favoriser l'accès du public à l'information et de l'aider à exprimer ses observations. Elle constate que la partie « ouest » du territoire est éloignée des lieux de permanence proposés.

Après discussion, les lieux de permanences suivants sont arrêtés :

- ❖ Sièges de la métropole : deux permanences.
- ❖ Mairie de Tours : une permanence.
- ❖ Mairie de Saint-Pierre-des-Corps : une permanence.
- ❖ Mairie de Joué-les-Tours : une permanence.
- ❖ Mairie de Saint-Cyr-sur-Loire : une permanence.
- ❖ Mairie de Luynes : une permanence.
- ❖ Mairie de Savonnières : une permanence.

Soit 7 lieux de permanences pour 8 permanences de trois heures.

Le siège de l'enquête publique sera fixé au siège de la métropole.

6) Coordonnées et horaires d'ouverture des mairies :

La métropole fournira à la commission d'enquête les coordonnées et les horaires d'ouverture des mairies, où se tiendront les permanences, afin de planifier les permanences.

7) Registres papier et dossiers d'enquête :

Les registres papier confectionnés par la métropole ont été paraphés dans la matinée par la commission d'enquête, ainsi que les pièces des dossiers d'enquête.

8) Registre dématérialisé et poste informatique :

Il n'est pas prévu de registre dématérialisé.

Un poste informatique sera mis à la disposition du public au siège de la métropole.

9) Boîte mail dédiée :

Une boîte mail a été créée pour les besoins de l'enquête publique.

10) Publicité réglementaire :

Un avis sera inséré dans la Nouvelle République et dans la Nouvelle République du dimanche.

Les lieux d'affichage de l'avis au format A2 sur fond jaune seront définis en lien avec les mairies, afin d'identifier les endroits les plus stratégiques pour l'affichage.

11) Autres formes de publicité :

D'autres vecteurs d'information seront utilisés au niveau communal, notamment les sites internet des mairies, panneau pocket.....

12) Réunions publiques :

Deux réunions publiques ont eu lieu dans le cadre de la concertation.

13) Consignes écrites de la CE aux mairies et fiches de visite :

La commission d'enquête propose une note de consignes écrites à l'attention des agents en charge du suivi de l'enquête dans les mairies, afin d'harmoniser ce suivi et de faciliter la remontée des observations auprès de la métropole et des trois commissaires-enquêteurs.

Cette note est complétée par une fiche permettant de comptabiliser au jour le jour le nombre de visites.

14) Récupération des registres d'enquête :

L'enquête se terminant le jeudi 21 avril à 12h00, les registres d'enquête seront récupérés dans l'après-midi du 21 avril par la métropole et remis à la commission d'enquête, qui sera présente.

15) Salle de réunion pour la CE/stationnement :

Une salle de réunion sera mise à la disposition de la commission d'enquête, qui se réunira le jeudi 21 avril après-midi.

16) Projets d'arrêté et d'avis d'enquête :

L'objectif est de rédiger les projets d'arrêté et d'avis d'enquête pour la fin de la présente semaine.

La commission d'enquête proposera un planning des permanences en mairie.



En raison du contexte sanitaire, il est convenu d'introduire dans l'arrêté un article relatif au respect des gestes-barrières et à l'obligation du port du masque.  
Ces projets seront soumis à la commission d'enquête avant signature.

### **2-2-3 Dates de l'enquête**

Les dates de l'enquête publique ont été fixées d'un commun accord lors de la réunion préparatoire du 7 février 2022 à Tours.  
L'enquête s'est déroulée du mardi 22 mars 2022 à 9h00 au jeudi 21 avril 2022 à 12h00.

### **2-2-4 Mise à l'enquête**

L'ouverture et l'organisation de l'enquête ont fait l'objet de l'arrêté du président de Tours Métropole Val-de-Loire signé le 17 février 2022.  
Ce document figure en annexe du présent rapport.

## **CHAPITRE 3 : DEROULEMENT DE L'ENQUETE**

### **3 – 1 Phase préalable**

#### **3-1-1 Publicité de l'enquête**

Conformément aux dispositions du code de l'environnement, l'enquête publique a fait fait l'objet de la publication d'un avis, à deux reprises, dans deux journaux locaux d'annonces légales.  
Une première publication a eu lieu le 3 mars 2022 dans le journal « la Nouvelle République – édition Indre-et-Loire » et le 6 mars 2022 dans le journal « la Nouvelle République Dimanche 37 ».  
Une deuxième insertion dans la presse a été réalisée le 25 mars 2022 dans le journal « la Nouvelle République – édition Indre-et-Loire » et le 27 mars 2022 dans le journal « la Nouvelle République Dimanche 37 ».

L'avis d'enquête a fait l'objet d'un affichage dans chacune des 22 communes-membres de la métropole. Tours Métropole Val-de-Loire a fourni aux mairies, en fonction de leur demande, un total de 85 affiches au format A2 sur fond jaune. La vérification de cet affichage a été effectuée par un agent de Tours Métropole Val-de-Loire dans chacune des communes-membres.

Le dossier était disponible sur le site internet de Tours Métropole Val-de-Loire, à l'adresse suivante : <https://www.tours-metropole.fr/RLPI>

#### **3-1-2 Ouverture des registres**

Les registres d'enquête ont été ouverts et paraphés par Messieurs ROUSSEAU, VAN KEYMEULEN et CORBEL, lors de la réunion préparatoire du 7 février 2022, au siège de la métropole.  
Les membres de la commission d'enquête ont également signé l'ensemble des pièces constituant les vingt-trois dossiers d'enquête publique, avant leur mise en place sur l'ensemble des lieux de consultation par les services de Tours Métropole Val-de-Loire.

### **3-1-3 Registre dématérialisé**

Il n'a pas été mis en place de registre dématérialisé. Conformément aux dispositions du code de l'environnement, une messagerie électronique a été mise à la disposition du public, à l'adresse suivante : [enquetepublique-rlpi@tours-metropole.fr](mailto:enquetepublique-rlpi@tours-metropole.fr).

## **3 – 2 Phase d'enquête**

### **3-2-1 Consultation du dossier et observations/propositions du public**

Les vingt-trois dossiers ainsi que les vingt-trois registres d'enquête publique ont été tenus à la disposition du public du mardi 22 mars 2022 à 9h00 au jeudi 21 avril 2022 à 12h00, inclusivement, pendant les heures habituelles d'ouverture de chacun des vingt-trois lieux de consultation.

Le dossier d'enquête a aussi été mis en ligne sur le site internet de Tours Métropole Val-de-Loire, à l'adresse suivante : [www.tours-metropole.fr](http://www.tours-metropole.fr). Cette adresse a été mentionnée sur tous les supports d'annonces légales et d'affichage.

Le public disposait d'autres moyens pour faire part de ses remarques et formuler d'éventuelles propositions :

- ✓ oralement aux lieux, jours et heures de permanence de la commission d'enquête précisés à l'article 6 de l'arrêté d'ouverture,
- ✓ par courrier à l'attention du président de la commission d'enquête au siège de l'enquête,
- ✓ par écrit sur le registre d'enquête aux jours et heures d'ouverture de chacune des mairies.

Un poste informatique permettant de consulter le dossier était à la disposition du public au siège de la métropole.

Les observations du public ont été mises en ligne sur le site internet de Tours Métropole Val-de-Loire au fur et à mesure des interventions du public.

### **3-2-2 Permanences des membres de la commission**

Conformément aux dispositions de l'arrêté du président de Tours Métropole Val-de-Loire du 17 février 2022 (article 6), un membre de la commission d'enquête s'est tenu à la disposition du public dans les lieux suivants :

- au siège de Tours Métropole Val-de-Loire, le mardi 22 mars 2022 de 9h00 à 13h00,
- à la mairie de Savonnières, le mardi 29 mars 2022 de 9h00 à 12h00,
- à la mairie de Saint-Cyr-sur-Loire, le samedi 2 avril 2022 de 9h00 à 12h00,
- à la mairie de Joué-lès-Tours, le samedi 9 avril 2022 de 9h00 à 12h00,
- à la mairie de Tours, le mercredi 13 avril 2022 de 14h00 à 17h00,
- à la mairie de Saint-Pierre-des-Corps, le jeudi 14 avril 2022 de 14h00 à 17h00,
- à la mairie de Luynes le mercredi 20 avril 2022 de 9h00 à 12h00,
- au siège de Tours Métropole Val-de-Loire, le jeudi 21 avril 2022 de 9h00 à 12h00.



Ces créneaux horaires ont permis à chaque commissaire enquêteur d'échanger avec les visiteurs, de recevoir les observations de toutes personnes physiques ou morales intéressées et de leur apporter toutes les informations nécessaires relatives à cette demande.

### **3-2-3 Incidents / Climat de l'enquête**

L'enquête publique s'est déroulée dans de bonnes conditions matérielles et dans un climat serein. L'intérêt du public a été très faible. Aucun incident n'est à déplorer.

## **3 - 3 Phase postérieure à l'enquête**

### **3 -3-1 Clôture de l'enquête**

A l'expiration du délai fixé par l'arrêté d'ouverture de l'enquête publique (article 1 : « Objet et dates de l'enquête publique »), les registres ont été arrêtés et clos le jeudi 21 avril 2022, dans l'après-midi, par les membres de la commission d'enquête.

Le jour de la clôture de l'enquête publique, monsieur Laurent RAYMOND, maire de Saint-Avertin et vice-président de TMVL en charge des espaces publics, a rendu visite à la commission d'enquête. La commission a apprécié de pouvoir échanger avec un représentant élu de la métropole, à ce stade de l'enquête publique.

### **3-3-2 Récupération des registres d'enquête**

Les registres d'enquête ont été récupérés dans chaque commune par des agents de Tours Métropole à l'issue de la clôture officielle de l'enquête (le 21 avril 2022 à 12h00) et remis à la commission d'enquête le jour même.

### **3 -3-3 Rédaction d'un PV de synthèse des observations**

La commission a rédigé ce document regroupant la totalité des contributions des différents intervenants, à savoir les particuliers, les professionnels ainsi que les associations. Elle y a ajouté ses propres questions.

Deux contributions ont été transmises sur la messagerie électronique dédiée à l'enquête publique, après la clôture de l'enquête et n'ont pas été prises en compte par la commission d'enquête. Elles émanent toutes les deux de Monsieur Marc MANDONNET, qui a adressé un premier message électronique le 21 avril 2022 à 20h39, puis un second message le 26 avril 2022.

Le procès-verbal de synthèse figure en intégralité dans la partie « Annexes du rapport ».

### **3-3-4 Remise du PV de synthèse des observations**

Ce document, doublé d'une version numérique, a été remis à Mesdames Bettina PHILIPPS, directrice des infrastructures de Tours Métropole et Mélanie HAMELIN, chargée de mission à la direction des infrastructures de Tours Métropole, le mardi 26 avril 2022, dans les locaux de la direction des infrastructures de la Métropole, à Tours.

Nous en avons profité pour échanger sur les différentes observations, parvenues dans les délais, afin que le pétitionnaire puisse comprendre au mieux les remarques et suggestions formulées tout au long de l'enquête publique, tant par les associations que par les professionnels et le public.

### **3-3-5 Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire**

Le mémoire en réponse est arrivé par messagerie électronique, le 9 mai 2022. La version papier, envoyée en recommandé avec accusé de réception, est parvenue le 12 mai 2022.

Il a été constaté que la première réponse de Tours Métropole Val-de-Loire ne tenait pas compte des observations du public, mais apportait une réponse uniquement aux questions de la commission d'enquête. Suite à l'intervention du président de la commission d'enquête auprès de la Métropole, le premier mémoire en réponse a été complété le 10 mai 2022. Ce second mémoire était plus conforme aux attentes de la commission d'enquête et a permis d'analyser les observations du public.

Les deux documents figurent dans leur intégralité dans la partie « Annexes du rapport ».

## **CHAPITRE 4 : AVIS ET OBSERVATIONS**

### **4 – 1 Examen du porter à connaissance du préfet**

Conformément aux dispositions du code de l'urbanisme, le préfet porte à la connaissance des groupements de communes compétents les dispositions particulières applicables au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement. Il s'agit de présenter les règles applicables en matière de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, ainsi que celles concernant la procédure d'élaboration du RLPi.

C'est l'objet du courrier adressé par la préfète d'Indre-et-Loire au président de Tours Métropole Val-de-Loire le 28 juin 2019.

La préfète y rappelle le cadre juridique et les éléments à prendre en compte pour l'élaboration du RLPi. Elle souligne notamment les effets de seuils liés à la taille de la population, qui se traduisent par une différence dans la limitation de la surface des publicités et de la hauteur au-dessus du niveau du sol.

Elle rappelle les éléments de protection à prendre en compte au titre des monuments historiques, des



sites classés, des secteurs patrimoniaux remarquables et des zones NATURA 2000.

Elle signale en particulier que la commune de Villedry se trouve dans le périmètre de protection du parc naturel régional Loire Anjou Touraine et qu'à ce titre la publicité y est interdite, compte tenu de la charte actuellement en vigueur. Elle précise toutefois que cette charte est en cours de révision, la commune de Berthenay étant par ailleurs incluse dans le périmètre de la réflexion en cours.

En annexe à ce porter à connaissance figure une plaquette intitulée « du bon usage de la publicité » rédigée par l'urbaniste et l'architecte conseils de l'État en juin 2018.

#### **4 - 2 Examen de l'avis de la commission départementale des sites**

La commission départementale de la nature, des paysages et des sites d'Indre-et-Loire, dans sa formation dite « de la publicité » s'est réunie en visio-conférence le 25 février 2022, pour examiner le projet de RLPi présenté par Tours Métropole Val-de-Loire.

La commission a donné un avis favorable au projet de RLPi, à la majorité de ses membres.

Une attention particulière a été portée à la commune de Villedry, qui est concernée par la future charte du parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, actuellement en cours de révision. Il en résulte qu'à l'issue de l'enquête publique, la commune de Villedry sera sortie du zonage du RLPi, dans l'attente de l'approbation de la nouvelle charte du parc naturel régional, étant précisé que cette nouvelle charte devrait permettre aux communes de réintroduire la publicité extérieure.

Au cours de cette réunion, il a également été indiqué qu'un guide pratique serait réalisé pour permettre une homogénéité dans l'instruction des dossiers.

#### **4 - 3 Examen des avis émis par les conseils municipaux**

Sur les 22 communes membres de Tours Métropole Val-de-Loire, 4 ont délibéré sur le projet de RLPi. Ces quatre communes ont émis un avis favorable au projet. Il s'agit des communes suivantes : La Riche, Parçay-Meslay, Saint-Cyr-sur-Loire et Saint-Pierre-des-Corps.

#### **4 - 4 Examen des avis émis par les personnes publiques associées**

##### **- Avis de la préfète d'Indre-et-Loire :**

Le 15 février 2022, la préfète d'Indre-et-Loire a donné un avis favorable au projet de RLPi arrêté par le conseil métropolitain et a suggéré les trois améliorations suivantes :

- adapter la cartographie en intégrant les zones de protections (publicités interdites ou restreintes) dans les différents zonages, ce qui permettrait de faciliter le traitement des futurs dossiers,
- repérer sur les différents plans les noms des communes pour faciliter l'instruction,

- traiter plus largement la possibilité de réglementation des écrans publicitaires derrière les vitrines.

L'avis reprend les réserves émises par l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine d'Indre-et-Loire suivantes :

- encourager une interdiction des dispositifs numériques sur le domaine privé, y compris dans les zones ZP 3b,
- privilégier une réduction de la hauteur des enseignes scellées au sol à trois mètres au lieu de quatre mètres en zones ZP3a1, ZP3a2 et ZP3b,
- limiter à 3 m<sup>2</sup> les publicités et pré-enseignes en ZP4,
- s'assurer que le RLPi interdit bien les dispositifs numériques placés derrière les vitrines.

Sur le plan réglementaire, il est mentionné qu'une rectification devra être mise en œuvre concernant le territoire de la commune de Villandry concerné par la charte du parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, pour mettre en cohérence le plan de zonage et l'annexe 1 relative au plan des interdictions, et rendre les dispositions spécifiques permises par le RLPi en regard de la future charte applicables seulement à la mise en œuvre de la nouvelle charte en cours d'élaboration.

#### - **Avis du Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine :**

La présidente du parc naturel régional s'est prononcée le 3 mars 2022 et a émis un avis favorable au projet de RLPi, en mentionnant deux indications importantes, à savoir que la commune de Villandry est dans le périmètre de protection du parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine et que la commune de Berthenay est susceptible d'adhérer à la nouvelle charte du parc prévue sur la période 2024-2039.

Il est précisé que la charte actuelle interdit la publicité extérieure, mais que le projet de nouvelle charte du parc naturel prévoit une mesure spécifique pour rendre possible la réintroduction de la publicité sur son territoire tout en étant encadrée et justifiée dans un règlement local de publicité.

#### - **Avis de l'association « Paysages de France » :**

Le 25 février 2022, l'association « Paysages de France » a donné un avis **défavorable** au projet de RLPi et a formulé toute une série de préconisations reprenant les principales dispositions du projet de règlement.

Ces préconisations sont les suivantes :

- Diminuer la surface et la densité des dispositifs publicitaires ;
- Limiter au maximum les dispositifs lumineux et proscrire les enseignes numériques ;



- Appliquer un format unique de 4 m<sup>2</sup> et proscrire la publicité scellée au sol ;
- Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement (abords des monuments historiques....) ;
- Supprimer la zone « axes structurants » traversant les zones résidentielles ;
- Limiter la publicité murale à 4 m<sup>2</sup> ;
- Interdire les bâches publicitaires et limiter à 12 m<sup>2</sup> la publicité sur les bâches de chantier ;
- Limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup> maximum et l'interdire dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours ;
- Imposer l'extinction nocturne de la publicité sur les abris de voyageurs en dehors des heures de service ;
- Doubler les surfaces minimum d'affichage d'opinion dans chaque commune ;
- Interdire tout panneau lumineux à moins de 40 mètres d'un carrefour ;
- Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de une heure après la fermeture des établissements à une heure avant l'ouverture ;
- Interdire les enseignes scellées au sol dans toutes les zones, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique ;
- Interdire les enseignes sur toiture en ZP3 ou à défaut les limiter à 8 m<sup>2</sup>, les interdire en ZP4 ;
- **Avis du syndicat mixte de l'agglomération tourangelle :**

Le syndicat mixte de l'agglomération tourangelle s'est réuni en visio-conférence le 16 février 2022 et a donné un avis favorable au projet de RLPi, en soulignant que ce projet avait été travaillé en co-construction avec les communes membres de Tours Métropole Val-de-Loire, qu'en l'absence de RLPi au 13 juillet 2022 toutes les communes seraient soumises à la réglementation nationale plus souple, et que le projet est compatible avec les orientations du schéma de cohérence territorial.

## 4 - 5 Analyse des observations du public

### 4-5-1 Observations émanant de la population :

- Madame Suzanne DIJON de Notre Dame d'Oé (mel du 15 avril 2022) :  
Madame DIJON considère que « l'économie d'énergie commande d'interdire les publicités lumineuses et numériques » et pose la question : « comment convaincre les enfants dans les écoles et les particuliers de faire de petits gestes pour l'environnement si l'enseigne lumineuse près de chez eux est allumée toute la journée ? » Par ailleurs, elle considère que les publicités numériques situées près de ronds-points très chargés sont également dangereuses pour les usagers de la route et cite, à titre d'exemple, « celles près du Rond-Point "du KFC" (et du Royal Buffet, boulangerie Ange...) à Tours Nord ». A St-Cyr-sur-Loire, elle mentionne « un point noir farci de grandes enseignes, gâchant des zones arborées, vertes, ceci vers la rocade Ouest ». Elle conclut en affirmant : « On ne peut pas revendiquer faire partie du Patrimoine mondial de l'Unesco (la vallée de la Loire...) et accepter des publicités, bâches, ou enseignes de grandes tailles. Rien de cela ne profite à la population ».

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

C'est l'objet d'un RLPI. Il est plus contraignant que la réglementation nationale afin de s'adapter aux spécificités du territoire.

Avis de la commission :

La commission d'enquête souligne la pertinence des observations émises concernant la publicité numérique et lumineuse et en tiendra compte dans les conclusions motivées.

Elle rappelle que les publicités lumineuses ne sont admises que dans les ZP1, ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 dans les agglomérations de plus de 10000 habitants sur mobilier urbain et d'information de surface maximum de 2 m<sup>2</sup> et en ZP3b.

Dans cette dernière zone, l'importance apparaît toutefois assez réduite sur le territoire de la Métropole d'après le plan général mais qu'en l'absence d'informations complémentaires dans le rapport de présentation il est impossible de définir numériquement sa surface aussi bien en valeur absolue qu'en pourcentage de la zone agglomérée métropolitaine.

- Monsieur Noël BOUSSOT (mel du 16 avril 2022) :  
Monsieur BOUSSOT est « totalement opposé à toute augmentation de la publicité dans la ville de Tours et des villes limitrophes et notamment des publicités lumineuses ». Il affirme que « nombres de panneaux sont déjà illégaux car l'information municipale servant de prétexte n'existe pas » et que « tous ces panneaux publicitaires polluent les villes et ne servent que les intérêts des annonceurs... aux dépens des petits commerces de proximité ». Il constate que « dans nombres de villes on éteint l'éclairage entre 23h et 04h pour des raisons à la fois économique mais également écologiques, pour diminuer la pollution nocturne et l'impact sur la faune et voilà que la publicité se permet de faire tout le contraire pour occuper le terrain et s'imposer à la vue de milliers de



*personnes qui n'ont rien à faire de tous ces messages de surconsommation ».*

Il conclut en demandant de diminuer le nombre et la surface des panneaux et d'interdire les panneaux lumineux.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

C'est l'objet d'un RLPI. Il est plus contraignant que la réglementation nationale afin de s'adapter aux spécificités du territoire.

L'extinction nocturne ((23h – 7 h) est retenue dans le cadre du projet de RLPI.

Avis de la commission :

La commission d'enquête souligne la pertinence des observations émises concernant la publicité numérique et lumineuse et en tiendra compte dans les conclusions motivées.

Elle rappelle que les publicités lumineuses ne sont admises que dans les ZP1, ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 dans les agglomérations de plus de 10000 habitants sur mobilier urbain et d'information de surface maximum de 2 m<sup>2</sup> et en ZP3b.

Dans cette dernière zone, l'importance apparaît toutefois assez réduite sur le territoire de la Métropole d'après le plan général mais qu'en l'absence d'informations complémentaires dans le rapport de présentation il est impossible de définir numériquement sa surface aussi bien en valeur absolue qu'en pourcentage de la zone agglomérée métropolitaine.

- Monsieur et Madame TOPRAKKAYA de Joué-les-Tours (mel du 19 avril 2022):  
Monsieur et Madame TOPRAKKAYA s'opposent au projet de RLPI, car « il occasionnerait très considérablement une baisse de notre pouvoir d'achat, en tant que particulier par ces temps qui s'avèrent déjà bien compliqués, et c'est la raison pour laquelle nous nous y opposons fermement ». Ils précisent que « notre affiche représente pour nous un revenu supplémentaire qui nous permet de pallier et subvenir aux besoins et charges diverses de notre foyer » et que « ces supports publicitaires visuels gênent aussi de l'emploi donc un gagne-pain pour les agences publicitaires en plein essor et qui travaillent dur afin de se positionner sur le marché économique et de l'emploi, ce qui, je pense, n'est pas à prendre à la légère au vu du contexte actuel non seulement pour la stabilité de l'emploi mais aussi l'économie de notre ville ». Ils posent la question de savoir « quelle est votre alternative pour remédier à toutes ces problématiques si ce projet de nouvelle réglementation "RLPI" devait y aboutir ? ».

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Néant.

Avis de la commission :

Monsieur et Madame TOPRAKKAYA s'opposent au projet qui conduira à une baisse considérable

de leur pouvoir d'achat. Leur domicile est en ZP2. La commission d'enquête prend note de cette remarque mais ne peut y donner une suite favorable compte tenu des objectifs fixés par le RLPi de durcir la réglementation nationale et les RLP existants sur les villes de Tours, Joué-les-Tours et Saint-Cyr-sur-Loire.

- Monsieur Gérard ROBIN de Tours (mel du 20 avril 2022) :

Monsieur ROBIN a été alerté par son afficheur (Cadres Blancs) sur l'application d'un nouveau règlement local très contraignant pour la publicité intercommunale, qui va le priver de la location d'un emplacement publicitaire, ce qui va impacter son pouvoir d'achat, en plus de l'augmentation de 14% de la taxe foncière de la ville de Tours.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Néant.

Avis de la commission :

Monsieur Gérard ROBIN de Tours, alerté par son afficheur de la suppression prochaine de son panneau, conteste ce projet du fait de l'impact sur son pouvoir d'achat. La commission d'enquête prend note de cette remarque mais ne peut y donner une suite favorable compte tenu des objectifs fixés par le RLPi de durcir la réglementation nationale et les RLP existants sur les villes de Tours, Joué-les-Tours et Saint-Cyr-sur-Loire.

- Madame Maryse CHEVALLIER de Saint-Cyr-sur-Loire (mel du 20 avril 2022) :

Madame CHEVALLIER déclare avoir reçu une lettre samedi 16 avril 2022 « l'informant de l'enlèvement des panneaux ». Elle indique qu'elle habite boulevard Charles de Gaulle depuis fin 1997 et a toujours eu un panneau. Elle fait valoir que ce panneau représente un petit apport pour sa retraite et conteste cette décision.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Néant.

Avis de la commission :

Madame Maryse CHEVALLIER s'appuie sur une lettre reçue de son afficheur l'informant de l'enlèvement prochain du panneau et de la perte de pouvoir d'achat. Son domicile est en ZP2. La commission d'enquête prend note de cette remarque mais ne peut y donner une suite favorable compte tenu des objectifs fixés par le RLPi de durcir la réglementation nationale et les RLP existants sur les villes de Tours, Joué-les-Tours et Saint-Cyr-sur-Loire.

- Monsieur Kahla BENTATA de Joué-les-Tours (mel du 20 avril 2022) :

Monsieur BENTATA a un panneau publicitaire dans son jardin et ne souhaite pas qu'il soit retiré, car « ce panneau ne gêne personne...et la redevance qui m'est versée pour ce panneau n'est pas



*négligeable...Le fait d'enlever ou de diminuer la taille du panneau me fait perdre du pouvoir d'achat ».*

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Il s'agit des effets de l'application de la réglementation sur l'affichage extérieur. Son objectif est de trouver un équilibre entre les libertés du commerce, de l'industrie, d'expression, et la préservation du cadre de vie.

Avis de la commission :

Monsieur Kahla BENTATA souligne l'absence de gêne de son panneau et le revenu complémentaire qu'il procure. Son domicile est situé en ZP3b au 128 du boulevard Jean Jaurès. La publicité est admise sur mur ou scellée au sol dans un format de 8 m<sup>2</sup> (hors cadre).

La commission d'enquête rappelle que les objectifs fixés par le RLPi sont de durcir la réglementation nationale et le RLP existant sur la ville de Joué-les-Tours.

- Madame Ingrid PROUST de Tours (mel du 21 avril 2022) :

Madame PROUST exprime « son rejet face à un développement de panneaux publicitaires numériques, énergivores et dangereux car ils attirent fatalement l'attention des automobilistes, au détriment de la sécurité routière, particulièrement envers les piétons et les cyclistes. Ces panneaux numériques ne doivent pas se multiplier, et il est évident qu'il ne faut pas les allumer toute la nuit, de même que les vitrines et enseignes des magasins, notamment en périphérie des villes. Ces multiples sources lumineuses sont en outre néfastes pour la faune nocturne ». Elle souhaite par ailleurs « l'arrêt des installations de nouveaux grands panneaux d'affichage publicitaire, et un espace public plus libre de sollicitations publicitaires, sources de pollution visuelle ».

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

C'est l'objet d'un RLPI. Il est plus contraignant que la réglementation nationale afin de s'adapter aux spécificités du territoire.

L'extinction nocturne (23h – 7 h) est retenue dans le projet de RLPI.

Avis de la commission :

La commission d'enquête souligne la pertinence des observations émises concernant la publicité numérique et lumineuse et en tiendra compte dans les conclusions motivées.

Elle rappelle que les publicités lumineuses ne sont admises que dans les ZP1, ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 dans les agglomérations de plus de 10000 habitants sur mobilier urbain et d'information de surface maximum de 2 m<sup>2</sup> et en ZP3b.

Dans cette dernière zone, l'importance apparaît toutefois assez réduite sur le territoire de la Métropole d'après le plan général mais qu'en l'absence d'informations complémentaires dans le rapport de présentation il est impossible de définir numériquement sa surface aussi bien en valeur absolue qu'en pourcentage de la zone agglomérée métropolitaine.



- Monsieur Alain BEYRAND de Tours (mel du 21 avril 2022) :

En accord avec plusieurs associations environnementales, monsieur BEYRAND demande que *« soient interdits les affichages numériques de moyenne et grande dimension sur l'agglomération tourangelle »*, qu'il juge agressifs voire dangereux pour les automobilistes et énergivores. D'un point de vue plus général, il souhaite *« l'interdiction des publicités mobiles, aussi agressives et énergivores »*.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

L'installation de la publicité numérique sur domaine privé concerne une seule zone, la ZP 3b. Elle couvre les secteurs d'activités économiques.

La publicité numérique sur domaine privé est soumise à autorisation préalable.

La publicité sur les véhicules n'entre pas dans le champ de compétence d'un RLPI.

Avis de la commission :

La commission d'enquête souligne la pertinence des observations émises concernant la publicité numérique et lumineuse et en tiendra compte dans les conclusions motivées.

Elle rappelle que les publicités lumineuses ne sont admises que dans les ZP1, ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 dans les agglomérations de plus de 10000 habitants sur mobilier urbain et d'information de surface maximum de 2 m<sup>2</sup> et en ZP3b.

Dans cette dernière zone, l'importance apparaît toutefois assez réduite sur le territoire de la Métropole d'après le plan général mais qu'en l'absence d'informations complémentaires dans le rapport de présentation il est impossible de définir numériquement sa surface aussi bien en valeur absolue qu'en pourcentage de la zone agglomérée métropolitaine.

- Monsieur Olivier MOUA de Tours (mel du 21 avril 2022) :

Monsieur MOUA ne souhaite pas que l'on enlève le panneau publicitaire situé sur sa parcelle 128 rue Delaroche à TOURS NORD. Il estime que *« la situation de ce panneau ne gênant pas vraiment les alentours et étant à la retraite, cela m'assure un revenu supplémentaire afin de subvenir aux besoins de ma famille qui compte 4 enfants en bas âge »*.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Il s'agit des effets de l'application de la réglementation sur l'affichage extérieur.

Son objectif est de trouver un équilibre entre les libertés du commerce, de l'industrie, d'expression, et la préservation du cadre de vie.

Avis de la commission :

Monsieur Olivier MOUA de Tours argumente sur le revenu complémentaire procuré par cette location et l'absence de gêne pour le voisinage. Son domicile est en ZP2. La commission d'enquête



prend note de cette remarque mais ne peut y donner une suite favorable compte tenu des objectifs fixés par le RLPi de durcir la réglementation nationale et les RLP existants sur les villes de Tours, Joué-les-Tours et Saint-Cyr-sur-Loire.

#### **4-5-2 Observations émanant des professionnels de la publicité extérieure :**

- Maître Grégoire TERTRAIS, avocat, agissant pour le compte des sociétés COCKTAIL DEVELOPPEMENT et PIXITY (groupe COCKTAIL VISION) :

En introduction, Me TERTRAIS expose « les avantages majeurs que présente l'affichage numérique pour garantir, comme le prévoit la loi, un juste équilibre entre, d'une part les libertés du commerce et de l'industrie et d'expression, et d'autre part la préservation du cadre de vie, soit les sujets centraux en matière de gestion et d'encadrement de la publicité dans l'espace public ». Il précise que le groupe COCKTAIL VISION est spécialisé dans l'affichage numérique et mène l'essentiel de ses activités au titre du marché de l'affichage numérique "grand format", concurrent du marché traditionnel "papier". Il argumente en faveur des affichages numériques, qui « en diffusant plusieurs publicités sur un même support, permettent de limiter les supports de communication, et, ce faisant, présentent l'avantage de concilier l'objectif de protection du cadre de vie avec l'exercice des libertés du commerce, de l'industrie et d'expression ». Il s'appuie sur une étude réalisée par le Cabinet A. Waechter, cabinet spécialisé dans l'évaluation des milieux naturels, des zones humides, du paysage et dans la planification, qui « démontre l'intérêt de l'affichage publicitaire numérique au regard des préoccupations environnementales. Il ressort en effet avec évidence de cette étude que le numérique constitue, par rapport aux autres modes d'affichage, un outil privilégié de la réduction des émissions de gaz à effet de serre ». Il argumente que « la technologie est en constante évolution et que la perspective de mise en place de panneaux autonomes sur le plan énergétique est une réalité. Le groupe COCKTAIL VISION a intégré cet objectif dans sa politique RSE (NDLR : responsabilité sociétale des entreprises). De plus, l'impact lumineux de ces dispositifs peut être régulé grâce à un système de réglage de la luminosité par gradation qui permet d'adapter la puissance lumineuse en fonction de la luminosité extérieure. Ces réalités font, des affiches numériques, des équipements modernes permettant aux acteurs économiques de soutenir leurs activités via la publicité nécessaire à leur notoriété tout en permettant, parallèlement, de faire effectivement disparaître les alignements de panneaux classiques 4x3 tels qu'ils se sont développés, pendant des décennies, dans de nombreux secteurs ». Il met en avant la nécessité de préserver la liberté du commerce et de l'industrie, ainsi que les règles de concurrence. Il constate que le projet de RLPi fait totalement abstraction de ces avantages en ciblant « de façon caricaturale et sans discernement, les dispositifs de publicité numérique au point d'exclure ce type de publicité du marché concurrentiel du grand format, marché constituant pourtant le cœur de métier de mes clientes. Il y a là nécessairement une violation manifestement caractérisée des règles de la concurrence au détriment de dispositifs pourtant aujourd'hui utilisés partout en France et notamment sur le territoire de Tours Métropole Val de Loire ». Il conteste le fait « qu'alors que le RLPi arrêté institue 6 zones de publicité sur le territoire métropolitain, il interdit explicitement l'installation de dispositifs de publicité numérique proprement dits dans 3 de ces zones -étant entendu, nous l'avons dit, que mes clientes n'exercent pas leur activité sur mobilier urbain- et impose que ces dispositifs soient posés dans l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique, directement sur le sol, et respectent une largeur de 0,80 m et une hauteur de 1,20 m maximum, dans 2 des autres zones » et constate que « la version du RLPi soumise à enquête publique remet totalement en cause le modèle économique de mon client en



*prohibant, purement et simplement, l'utilisation des affiches numériques grand format au cœur de son activité. Il s'agit d'une violation manifeste des règles de la concurrence et d'une atteinte tout à fait illégale à la liberté du commerce et de l'industrie des professionnels de l'affichage numérique et, avec eux, des annonceurs ».*

*Il souligne, alors que l'affichage numérique est un secteur d'activités d'ores et déjà strictement encadré par la loi, que le projet de RLPi « empêche arbitrairement l'exercice de leur activité par les professionnels de ce secteur, sans que l'identification d'enjeux locaux ne puisse le justifier ».*

*Il considère que, dans les zones ZP1 et ZP2, le projet de RLPi pose « des contraintes ayant pour effet d'interdire de facto le marché de l'affichage numérique "grand format", concurrent de l'affichage "grand format" traditionnel et au cœur du métier d'afficheur numérique ».*

*Il soulève l'illégalité de l'interdiction explicite de la publicité numérique en ZP3a1 et ZP3a2, qu'il estime « disproportionnée pour ne pas être justifiée par des enjeux particuliers en termes de "protection du cadre de vie" dès lors que les ZP3a1 "Secteurs mixtes et / ou en mutation" et ZP3a2 "Séquences d'axes structurants" sont composées de nombreuses zones d'activités ».*

*De même qu'il juge illégales « la limitation à 0,80 m de large et 1,20 m de hauteur de la surface des publicités numériques en ZP2 et l'interdiction de les installer hors emprise des voies ouvertes à la circulation publique ». Il demande que Tours Métropole autorise la publicité numérique d'une surface de 8 m<sup>2</sup> en ZP2.*

*Il critique les règles interdisant, en ZP3b, d'implanter toute publicité scellée au sol sur une unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique sur une distance inférieure à 40 mètres et limitant à un seul dispositif sur une unité foncière dont la longueur bordant la voie est comprise entre 40 mètres et 60 mètres.*

*Concernant les règles d'extinction, il demande que « le futur RLPi de Tours Métropole Val de Loire s'en tienne, par principe, à la règle nationale des extinctions entre 1h et 6h du matin et, en tout état de cause, ne prévoit une extension de la plage horaire d'extinction des publicités que dans les secteurs dans lesquels elle est potentiellement justifiée par les enjeux effectifs de "protection du cadre de vie" ».*

*Il reproche au projet de RLPi de créer une situation d'abus de position dominante en favorisant les professionnels du mobilier urbain.*

*En conclusion, il énumère les principales conséquences du projet de RLPi, à savoir :*

- « une interdiction expresse de la publicité numérique "grand format" et l'anéantissement du marché qui y est associé sur 5 des 6 zones du territoire métropolitain,*
- une situation d'abus de position dominante en favorisant les professionnels du mobilier urbain en appréhendant leur produit comme un support privilégié pour l'implantation de publicité numérique, au détriment des professionnels de l'affichage numérique proprement*



dite,

- une interdiction implicite mais effective, à tout le moins, un encadrement tout à fait disproportionné de la publicité numérique en ZP3b, seule zone, et d'une taille insignifiante, où la publicité grand format n'est pas interdite, via l'adoption de règles de densité tout à fait édifiantes et révélatrice d'une position de principe d'hostilité.,
- l'obligation d'éteindre la publicité numérique sur l'ensemble du territoire couvert par le RLPi, de 23 heures à 7 heures du matin,
- une interdiction explicite d'installer des enseignes numériques commerciales ... au point qu'en pratique mes clientes ne pourront plus, en présence d'un tel règlement dogmatique, exercer leur métier en méconnaissance de la loi –récemment réaffirmée- et des grands principes qui régissent notre Démocratie et notre Etat de droit ».

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

> Les zones ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 recouvrent, en leur sein, des réalités différentes.

La délimitation des zones de publicité a été coconstruite avec les communes lors d'ateliers. Chacune, à leur échelle, ont identifié les secteurs résidentiels, les zones d'activités, les axes structurants...des arbitrages ont ensuite été opérés afin de garantir la cohérence intercommunale du document.

> Autoriser la publicité numérique d'une surface de 8 m<sup>2</sup> en ZP2.

La limitation de la publicité murale de 2 m<sup>2</sup> et l'interdiction de la publicité numérique en ZP2 sur domaine privé était un choix de la Métropole pour préserver les secteurs résidentiels.

> Le cumul des règles du RLPI revient à une interdiction générale de la publicité numérique, excepté celle sur mobilier urbain.

Certaines interdictions de publicité numérique ne résultent pas du RLPI, mais de la réglementation nationale.

C'est le cas de la ZP1 correspondant aux lieux les plus sensibles du point paysager et patrimonial, soit des lieux majoritairement listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement (principe d'interdiction relative de publicité).

C'est le cas également de la ZP4 correspondant aux secteurs agglomérés des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours.

Dans les ZP2 et ZP3, le choix opéré par la Métropole et ses communes membres à travers le RLPi a été soit d'interdire la publicité numérique (en ZP2 par égalité de traitement avec les habitants de la ZP4 notamment), soit de l'encadrer quant au nombre de dispositifs admis mais pas de sa surface (en ZP3b).

Des possibilités d'installation de publicité numérique, y compris de grand format, demeurent sur le territoire.

Par ailleurs, pour éviter toute erreur d'interprétation et tel que le projet a été arrêté, il est prévu de compléter le règlement après enquête publique pour préciser que les chevalets (publicité directement posée sur le sol) admis en ZP1 et en ZP2 ne peuvent être numériques.

> L'inégal traitement entre publicité numérique sur mobilier urbain et dispositifs 100 % publicitaires.

Ces deux supports n'ont pas été appréhendés avec la même approche.

En effet, la fonction « publicitaire » du mobilier urbain n'est qu'accessoire à sa fonction première de service aux usagers (R 581-43 à R581-47 du code de l'environnement), ce qui constitue une différence fondamentale avec les dispositifs 100% publicitaires sur domaine privé. Par ailleurs, plusieurs préalables sont nécessaires à l'installation de publicité numérique sur mobilier urbain :

- le nombre d'habitants (communes de plus de 10 000 habitants) ;
- la passation d'un contrat d'affichage (opérateur – collectivité)
- l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France dans les abords des Monuments Historiques et en Site Patrimonial Remarquable

> Conserver la règle nationale d'extinction nocturne (1h-6h) au lieu de la règle locale 23h-7h.

Ce n'est pas la volonté de la collectivité puisqu'un des objectifs du RLPI est de concourir à l'encadrement des consommations d'énergie.

Avis de la commission :

La réponse est claire et la Métropole assume ses choix au travers de commentaires courts mais parfois incomplets.

- Monsieur Stéphane DOTTELONDE, président de l'Union de la Publicité Extérieure (lettre du 19 avril 2022) :

Lors de la permanence du 20 avril 2022, en mairie de Luynes, deux représentants de l'UPE ont rencontré un membre de la commission d'enquête, afin d'exposer, en détail, les problématiques soulevées par leur organisation et leurs propositions.



Dans sa lettre, Monsieur DOTTELONDE souligne que le RLPi « doit concilier de manière optimale les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux dans le strict respect de la liberté d'expression ».

Il constate que « le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté ».

Après avoir présenté l'impact du projet de RLPi sur l'activité des principaux acteurs du secteur d'activité, il formule les propositions d'aménagements réglementaires suivantes :

Sur le zonage :

L'UPE remarque, d'une part, que le fond de plan associé aux choix de coloris permettant de représenter chacune des zones rend le document graphique particulièrement compliqué à lire, notamment pour la lecture des axes et, d'autre part, que le zonage peut parfois présenter des incohérences entre la définition des zones et la réalité du terrain.

Sur les dispositions en zone 2 :

L'UPE demande de maintenir un format d'affiche de 8 m<sup>2</sup> / dispositif à 10,50 m<sup>2</sup> cadre compris pour les dispositifs sur murs de bâtiments positionnés en zone 2 (très peu de dispositifs sont concernés mais ces mesures permettent de conserver une présence au sein d'un territoire donné) avec maintien d'un dispositif par mur et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. L'UPE demande également d'inclure les axes structurants de la zone 2 en zone 3 pour disposer d'une couverture minimale garantissant aux annonceurs une audience de qualité.

Sur les dispositions en zone 3 :

Afin d'avoir une réglementation cohérente, lisible sur le terrain et facile d'application, l'UPE suggère la mise en place d'une seule zone 3 reprenant les axes structurants et les zones d'activités économiques : ensemble des zones 3a1, 3a2, 3b et secteurs demandés précédemment avec, le cas échéant, possible déclinaison en 2 zones distinctes : axes et zones d'activités économiques.

- Un seul format : 8 m<sup>2</sup> d'affiche, dispositif à 10,50 m<sup>2</sup>.
- Règle de densité pour la zone axe : Dispositif sur mur de bâtiment : ✓ 1 dispositif par mur et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Dispositif scellé au sol : ✓ Linéaire inférieur à 40 mètres : Interdit ; ✓ Linéaire supérieur à 40 mètres : 1 dispositif scellé au sol.
- Règle de densité pour les zones d'activités : Dispositif sur mur de bâtiment : ✓ 1 dispositif par mur

et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Dispositif scellé au sol : ✓ Linéaire inférieur à 40 mètres : Interdit ; ✓ Linéaire entre 40 et 60 mètres : 1 dispositif scellé au sol ; ✓ Linéaire supérieur à 60 mètres : 2 dispositifs séparés de 50 mètres.

Par ailleurs, l'UPE constate que dans bon nombre de cas et compte tenu du risque interprétatif du texte, de nombreux dispositifs sont en insécurité juridique alors qu'ils répondent aux critères de zonage et de format définis. L'UPE suggère la suppression de l'ensemble de cette disposition (distance minimale 2,50m par rapport à l'alignement de voirie, selon les contraintes de terrain).

Concernant les passerelles :

l'UPE suggère la réécriture suivante : « Les passerelles fixes ne sont admises que si elles ne sont pas visibles de la voie publique. Dans le cas contraire, elles doivent être entièrement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

Sur les dispositions en domaine ferroviaire :

l'UPE suggère l'introduction de règles particulières dans ce domaine permettant le maintien de dispositifs placés généralement dans un environnement moins urbanisé, dans l'ensemble des zones 3 : ✓ 1 dispositif seul sur son emplacement ✓ Interdistance de 250 mètres entre chaque dispositif ✓ Aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur les parvis, les règles pourraient être les suivantes :

- Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ;

Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée ;

- Suppression de l'obligation du format monopied. En effet, imposer des dispositifs de type monopied n'apporte aucune plus-value environnementale mais n'engendre uniquement que des coûts exorbitants non justifiés par des considérations circonstanciées relatives à la protection du cadre de vie.

- Autorisation des dispositifs publicitaires numériques dans un format de 2m<sup>2</sup>.

Sur les dispositions concernant le domaine aéroportuaire :

Il semble que le domaine aéroportuaire et ses accès soient intégrés au RLPi en zone « non bâtie », zone alors interdite à toute forme de publicité extérieure. Dans ces conditions, l'UPE suggère la réintégration de l'emprise aéroportuaire, dans sa partie « bâtiments » et ses accès, en zone 3.



Publicités sur palissade de chantier (ZP2, ZP3a1, ZP3a2, ZP3b, et ZP4) :

Dans la mesure où le projet de RLPi soumet ces publicités à des formats différents selon les zones et dans un objectif d'harmonisation réglementaire et de cohérence territoriale, l'UPE souhaite un aménagement de ces dispositions et suggère la possibilité d'implanter 3 dispositifs publicitaires de format unitaire 10.50 m<sup>2</sup> (encadrement inclus) par voie bordant le chantier en toutes zones du RLPi.

Bâches publicitaires :

L'UPE suggère de soumettre ces types de support à la seule réglementation nationale afin que les maires puissent exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable.

Extinction des publicités et enseignes lumineuses :

L'UPE suggère une règle d'extinction pour les dispositifs d'affichage – incluant les dispositifs à l'intérieur des vitrines - de 00.00 heure à 06.00 heure. De plus, il conviendrait de bien reprendre les termes de l'article L581-14-4 du code de l'environnement quant à son champ d'application et de compléter par la mention suivante : « Les publicités lumineuses sont éteintes entre 00.00 heure et 06.00 heures, y compris celles situées dans les vitrines et baies des locaux à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique... ».

Caissons lumineux (ZP1 et ZP2) :

L'UPE ne comprend pas à quels types de dispositifs ces dispositions font référence exactement. En outre, s'agissant des dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, l'article L581-14-4 du code de l'environnement permet uniquement de réglementer les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique et la prévention des nuisances lumineuses. Cet article ne permet pas d'aller au-delà des quatre items identifiés.

Pour toutes ces raisons, L'UPE demande d'apporter de plus amples précisions concernant ces dispositions et leur champ d'application.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

**Publicité et pré-enseignes :**

> Le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social.

Ces éléments ne sont pas requis dans le rapport de présentation. En revanche, certains aspects de l'impact économique ont été évoqués au cours de la concertation.

> Améliorer la lisibilité des plans (couleurs), notamment des axes.

Cet ajustement sera opéré après l'enquête publique (Cf courrier du 9/05/2022).

> Pour la publicité murale en ZP2, maintenir un format de 10,50m<sup>2</sup> cadre compris, à raison d'un dispositif par mur et par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière.

La limitation de la publicité murale de 2m<sup>2</sup> en ZP2 était un choix de la Métropole pour préserver les secteurs résidentiels.

> Exclure de la ZP2 certains axes structurants pour les classer en ZP3 (les communes concernées sont Tours, Saint Cyr sur Loire, Joué-lès-Tours, Saint-Avertin).

La délimitation des zones de publicité a été coconstruite avec les communes lors d'ateliers. Chacune, à leur échelle, ont identifié les secteurs résidentiels, les zones d'activités, les axes structurants...des arbitrages ont ensuite été opérés afin de garantir la cohérence intercommunale du document.

> Avoir une seule ZP3, sans sous-indice :

- un seul format (10,50m<sup>2</sup>) :

- une règle de densité pour les axes (un dispositif par linéaire + exigence linéaire minimal 40m pour les scellés au sol) ;

- une règle de densité pour les zones commerciales.

Lors de l'élaboration du plan de zonage, la définition de sous zones pour ces secteurs permettait de s'adapter aux spécificités tout en conservant une cohérence de territoire.

> Supprimer l'exigence d'une distance minimale de 2,50m entre un dispositif publicitaire scellé au sol et l'alignement de la voie en ZP3.

Cette règle existait déjà dans certains RLP communaux de la Métropole et a pleinement produit ses effets sur le terrain.

Son objectif est d'améliorer la lisibilité des enseignes et de la publicité.

> Revoir la rédaction de l'article relatif aux passerelles installées sous les dispositifs.

Proposition UPE :

« Les passerelles fixes ne sont admises que si elles ne sont pas visibles de la voie publique. Dans le cas contraire, elles doivent être entièrement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser »



Cet ajustement sera opéré après l'enquête publique.

> Le traitement de la publicité scellée au sol – sur les quais des gares, les parvis et sur le domaine ferroviaire

Lors de l'élaboration du zonage du RLPI, il a été fait le choix de ne pas définir des règles spécifiques au domaine ferroviaire.

La règle pourra être précisée après l'enquête publique s'agissant de la question des affichages sur les quais des gares.

> Inclure l'aéroport en ZP3.

A l'arrêt du projet, cette zone n'était pas constituée d'ensembles bâtis rapprochés. C'est la raison pour laquelle l'aéroport n'est pas couvert par une zone de publicité et que les règles nationales y sont applicables.

> Pour le traitement des publicités sur palissades de chantier, admettre 3 dispositifs publicitaires de 10,50m<sup>2</sup> chacun par voie bordant le chantier, en toutes zones du RLPI.

Ce n'était pas le choix de la Métropole.

> Pour le traitement des bâches publicitaires permanentes, conserver les règles nationales, sans restriction de surface ni de nombre.

Ce n'était pas un choix de la Métropole.

En effet, l'impact paysager de ces dispositifs est semblable à la publicité murale. C'est la raison pour laquelle les bâches permanentes sont soumises aux mêmes règles locales que les publicités murales classiques.

> Concernant la règle d'extinction nocturne, préciser : « y compris celles situées dans les vitrines et baies des locaux à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ».

Cet ajustement sera opéré après l'enquête publique.

> Fixer la plage horaire d'extinction nocturne à 00h-6h, au lieu de 23h-7h.

Ce n'est pas le choix de la Métropole.

Un des objectifs du RLPI est de concourir à l'encadrement des consommations d'énergie.

> A quoi correspond les caissons lumineux.

Il s'agit d'une forme d'enseigne extérieure.

Avis de la commission :

La Métropole répond point par point à l'argumentaire de l'UPE. La commission aurait apprécié que ses arguments soient mieux explicités et justifiés que la réponse sèche : « Ce n'est pas le choix de la Métropole ».

La commission d'enquête est particulièrement attentive au fait que certaines séquences d'axes structurants soient placés en ZP2 entre deux zones très rapprochées classées en ZP3.

Par ailleurs, la commission considère, que compte tenu des spécificités de certains secteurs, il n'y a pas quatre zones, mais en réalité six zones, ce qui risque de compliquer l'application future du règlement.

Concernant le traitement de la publicité scellée au sol, sur les quais des gares, il est regrettable que des dispositions ne figurent pas dans le règlement local et soient éventuellement définies après l'enquête publique. Cette remarque vaut également pour la règle d'extinction nocturne des supports situées dans les vitrines et baies des locaux à usage commercial situés en bordure des voies de circulation.

- Monsieur Antoine GUITTON, directeur régional de JC DECAUX (mel du 21 avril 2022) :

Dans sa lettre, la Société JCDecaux France expose que « le Code de l'environnement prévoit cinq types de mobiliers urbains susceptibles de recevoir de la publicité à titre accessoire (articles R.581-43 à R.581-47), à savoir les abris destinés au public, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, les colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, les mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives, les mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (service public des transports pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, service public de l'information pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer les services rendus.

Supports de publicité « à titre accessoire eu égard à [leur] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), ils ne peuvent donc être assimilés à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement). Cette spécificité explique d'ailleurs le traitement distinct du mobilier urbain au sein du Code de l'environnement (sous-section spécifique « utilisation du mobilier urbain comme support



publicitaire »), de même qu'au sein du présent projet de RLPi (dispositions propres aux « publicités et pré-enseignes sur mobilier urbain »). En outre, il importe de rappeler que l'implantation du mobilier urbain sur domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de supports publicitaires, d'être entièrement contrôlée et maîtrisée, par la collectivité contractuellement. Ces implantations ainsi maîtrisées permettent de garantir un équilibre entre la viabilité commerciale des mobiliers publicitaires (impérative pour le financement des services offerts aux usagers) et la force de couverture du réseau d'information municipale. Ce réseau étant par ailleurs consolidé par des mobiliers 100% non publicitaires, lesquels également financés par les recettes commerciales. Ainsi, toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLPi est un risque de rupture de cet équilibre et grève par ailleurs les possibilités données aux collectivités de disposer d'une ressource financière fondamentale pour le financement de services aux citoyens.

*Observations principales sur les axes du projet actuel :*

- *Publicités numériques en SPR : Le projet de RLPi arrêté prévoit, dans son article 2 « Possibilités d'installation de publicités ou de pré-enseignes dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, en toutes zones » de proscrire sur mobilier urbain « la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence », c'est-à-dire la publicité numérique, dans les Sites Patrimoniaux Remarquables. Or, étant placé au service de la communication des villes, le mobilier urbain numérique offre une nouvelle expérience et devient le vecteur d'une prise de parole contextualisée, réactive, diffusée en temps réel. Accessible à tous les annonceurs, notamment pour les commerces de proximité, le mobilier urbain numérique est particulièrement efficace pour valoriser l'économie locale. Les villes disposant de la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur leurs territoires (régime strict de l'autorisation préalable – article R581-15 du Code de l'environnement) et l'Architecte des Bâtiments de France pouvant refuser toute implantation jugée inadaptée en SPR, nous préconisons de maintenir, au sein du futur RLPi, le choix pour les villes de déployer ou non à l'avenir une telle technologie de mobilier urbain en SPR.*

*Ajustement proposé : « Article 2 : Possibilités d'installation de publicités ou de pré-enseignes dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, en toutes zones. Outre les dispositifs mentionnés au paragraphe 1.1. de l'article 1er ci-avant, seules sont admises dans les lieux mentionnés au paragraphe I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, les publicités et pré-enseignes désignées ci-après et sous les conditions suivantes : sur mobilier urbain dans les conditions définies par les articles R. 581-42 à R. 581-47 du code de l'environnement et /pour le mobilier urbain mentionné à l'article R. 581-47 du même code :*

- de type mono-pied ;*
- de surface unitaire maximale de 2m<sup>2</sup> ;*



• la publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence **n'étant admise que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants** ».

- Extinction nocturne : D'autre part, le projet de RLPi arrêté prévoit dans son article 1.2 une extinction nocturne des publicités lumineuses entre 23 heures et 7 heures, alors opposable à l'ensemble des mobiliers urbains « à l'exception de celles apposées sur les abris voyageurs auxquelles aucune obligation d'extinction nocturne n'est imposée ». Nous souhaitons rappeler que dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse à l'ensemble des mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence et des mobiliers numériques. En outre, les juges ont pu établir que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (Conseil d'Etat, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

Ajustement proposé « 1.2 Extinction nocturne : Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 7 heures, y compris celles situées dans les vitrines et baies des locaux à usage commercial **à l'exception** de celles supportées par le mobilier urbain, **et notamment** celles apposées sur les abris voyageurs auxquelles aucune obligation d'extinction nocturne n'est imposée. »

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

#### **Publicité et pré-enseignes :**

> Propose que la publicité numérique sur mobilier urbain soit admise dans les SPR.

Ce n'était pas le choix opéré par la Métropole suite à la concertation avec l'Architecte des Bâtiments de France.

> Propose de ne pas soumettre la publicité lumineuse sur mobilier urbain à obligation d'extinction.

Ce n'est pas la volonté de la Métropole puisqu'un des objectifs du RLPI est de concourir à l'encadrement des consommations d'énergie.

Avis de la commission :

La commission souligne que quatre lignes de réponse pour trois pages de critiques, commentaires et propositions par la société Decaux sont insuffisantes et peu argumentées, surtout après quinze jours de réflexion, même si ces réponses nous paraissent satisfaisantes.



#### 4-5-3 Observations émanant d'associations

- Paysages de France :

Lors de la permanence du 22 mars 2022, Monsieur Jean-Marie DELALANDE vice-président de « Paysages de France » a déposé un premier document résumant, sous forme de tableau, les observations de son association sur le projet de RLPi.

Le 12 avril 2022, il a transmis, par message électronique, un courrier développant ces différentes observations, avec l'appui de deux autres associations, à savoir l'association « Résistance à l'Aggression Publicitaire » et l'association « Aquavit ».

Ces associations estiment qu'il faut réduire drastiquement la place de la publicité et des enseignes dans l'environnement et qu'il convient de « tordre le cou » aux idées reçues ayant pour effet de favoriser le développement de la publicité extérieure et de nuire à la qualité des paysages, au cadre de vie, au commerce de proximité, à la sécurité routière, à la transition énergétique, etc.

Elles estiment que le projet de RLPi est déconnecté des enjeux environnementaux actuels et a pour effet de déconstruire les mesures de protection instaurées par le code de l'environnement.

Elles contestent la création de six zones réglementaires et jugent illégale l'autorisation de la publicité dans l'agglomération de Villandry, qui fait partie du parc naturel régional Loire Anjou Touraine.

Elles critiquent la présentation de certaines parties du dossier et demandent d'inclure en fin de règlement un tableau récapitulatif des principales mesures, en rappelant éventuellement les mesures du règlement national de publicité.

Elles se déclarent insatisfaites de la concertation menée dans le cadre de l'élaboration du projet.

Elles développent ensuite toute une série de préconisations, qui peuvent être synthétisées de la façon suivante :

De manière générale, elles préconisent :

- 1) qu'un format unique de 4 m<sup>2</sup> soit appliqué sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du code de l'environnement),
- 2) que la publicité scellée au sol soit proscrite là où le règlement national de publicité l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m<sup>2</sup> ni 2 mètres de hauteur,

- 3) que la publicité soit interdite dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8. En cas de maintien de dérogations, il conviendrait d'exclure les dispositifs défilants, les numériques et de limiter la surface des publicités à 2 m<sup>2</sup> au grand maximum,
- 4) que le nombre de zones soit limité à quatre au lieu de six,
- 5) que la zone « axes structurants » traversant les zones résidentielles soit supprimée,
- 6) que toute publicité soit interdite dans l'agglomération de Villedrieu, en raison du PNR,
- 7) qu'un tableau récapitulatif des principales mesures soit inclus en fin de règlement,
- 8) que les enseignes soient réglementées en ZP3 et ZP4 et hors agglomération.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

### **Publicité et pré-enseignes :**

> « Diminuer la surface des dispositifs publicitaires et imposer un format unique »

Ce n'était pas le choix de la Métropole.

En effet, imposer une surface unique conduit à ne pas tenir compte des différentes ambiances paysagères et urbaines du territoire.

> Proscrire la publicité scellée au sol là où la réglementation nationale l'autorise, l'admettre dans des secteurs restreints dans la limite de 2m<sup>2</sup> de surface et 2m de hauteur.

La publicité scellée au sol est interdite dans les lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement (abords des monuments historiques, Site Patrimonial Remarquable...), en ZP1, en ZP2 ainsi qu'en ZP4.

En ZP3, la surface est réduite de 12m<sup>2</sup> à 10,50m<sup>2</sup> et 4m<sup>2</sup>.

> Maintenir la règle nationale d'interdiction de publicité dans les lieux listés à l'art.L.581-8 c.env. (SPR, abords des monuments historiques, sites inscrits), ou limiter la publicité à 2m<sup>2</sup> ou interdire le numérique.

Comme le permet la réglementation nationale, le RLPI déroge à l'interdiction de publicité dans les lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement, uniquement pour admettre des types de publicité directement contrôlés par les collectivités : la publicité sur mobilier urbain (supportée à titre accessoire et installée au titre d'un contrat conclu par la commune ou autre collectivité compétente) ainsi que la publicité directement installée sur le sol de type chevalets (soumise à autorisation d'occupation du domaine public). Sur mobilier urbain, la publicité est limitée à 2m<sup>2</sup> (sur mobilier d'information et sur abris voyageurs). Installée directement sur le sol, les dimensions sont encadrées (0,80m X 1,20m), la surface maximale ne pouvant dépasser 1m<sup>2</sup>.



>  Limiter à 4 zones de publicité, supprimer la zone « axes structurants » traversant des secteurs résidentiels.

La délimitation des zones de publicité a été coconstruite avec les communes lors d'ateliers. Chacune, à leur échelle, ont identifié les secteurs résidentiels, les zones d'activités, les axes structurants...des arbitrages ont ensuite été opérés afin de garantir la cohérence intercommunale du document.

> Mettre en adéquation le plan de zonage avec le plan des lieux d'interdiction.

Ce sujet est traité au travers des questions de la commission d'enquête (Cf courrier du 9/05/2022).

> Inclure en fin de règlement un tableau récapitulatif des principales mesures, avec les dispositions du RNP en italique par exemple.

Un document pédagogique en dehors du dossier de RLPI stricto sensu sera élaboré pour mettre en relation les dispositions du RLPI avec celles de la réglementation nationale. Il sera accessible au public et au service instructeur.

### **Enseignes :**

> Réglementer les enseignes en ZP3 et ZP4 et hors agglomération.

Il a été fait le choix d'édicter des règles spécifiques pour les enseignes en ZP1 ZP2 et ZP3.

En ZP3, un format spécifique pour les enseignes scellées au sol est exigé.

Pour les secteurs moins densément peuplés (en ZP4 et hors agglomération), la Métropole a souhaité appliquer les dispositions générales (article 8 des dispositions réglementaires) et ainsi, laisser la possibilité aux communes d'adopter des chartes spécifiques.

### **Avis de la commission :**

La commission prend acte des réponses apportées par la métropole.

Toutefois, la commission souhaite le maintien de la règle nationale d'interdiction de publicité dans les lieux listés à l'article L.581-8 paragraphe 1 du code de l'environnement (secteurs patrimoniaux remarquables, abords des monuments historiques, sites inscrits).

Pour la publicité, les trois associations demandent :

- 9) D'interdire les publicités scellées au sol, sauf éventuellement en zone d'activité et limitées à 2 m<sup>2</sup>.

- 10) De limiter à 4 m<sup>2</sup> maximum les publicités sur mur.
  - 11) De rédiger des règles de densité en accord avec les orientations définies au préalable, facilement compréhensibles et applicables.
  - 12) D'interdire les bâches publicitaires ou, à défaut, limiter leur surface à 2 m<sup>2</sup>.
  - 13) De limiter à 12 m<sup>2</sup> la publicité sur les bâches de chantier.
  - 14) De limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup> maximum.
  - 15) D'interdire le numérique, autant sur le domaine privé que sur le mobilier urbain.
  - 16) De limiter la publicité à la face externe pour les abris voyageurs.
  - 17) De placer les informations municipales visibles dans le sens de circulation pour le mobilier urbain d'information.
  - 18) D'imposer l'extinction nocturne de la publicité sur les abris voyageurs en dehors des heures de service.
  - 19) D'instaurer une règle de densité ou une limitation par rapport au nombre d'habitants.
  - 20) D'interdire la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours.
  - 21) De doubler les surfaces minimum d'affichage d'opinion dans chaque commune.
  - 22) D'interdire tout panneau d'affichage lumineux (y compris éclairé par projection ou transparence) sur le domaine public ou privé, à moins de 40 mètres d'un carrefour.
- Pour les enseignes, les associations demandent :
- 23) De réduire la surface des enseignes sur façade (6 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup> et 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>).
  - 24) D'imposer l'extinction des enseignes lumineuses de une heure après la fermeture de l'établissement à une heure avant l'ouverture.
  - 25) D'interdire les enseignes numériques.
  - 26) D'interdire les enseignes scellées au sol dans toutes les zones, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.
  - 27) D'interdire les enseignes sur toiture également en ZP3 ou à défaut les limiter à 8 m<sup>2</sup>.



- 28) D'interdire les enseignes sur toiture en ZP4.
- 29) De limiter à une enseigne de 1 m<sup>2</sup> ou moins de 1 m<sup>2</sup> par établissement et par côté bordant une voie publique dans les quatre zones et hors agglomération.
- 30) De limiter à un dispositif par tranche de 50 mètres de linéaire de façade et avec une surface maximale de 1,5 m<sup>2</sup>.
- 31) De proscrire les enseignes numériques.
- 32) D'appliquer aux enseignes temporaires de moins de trois mois les dispositions concernant les enseignes permanentes.
- 33) D'appliquer aux enseignes temporaires de plus de trois mois les dispositions concernant les enseignes permanentes.
- 34) D'appliquer aux enseignes situées hors agglomération les dispositions concernant la ZP1.
- 35) D'interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines.
- 36) D'interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m<sup>2</sup>.
- 37) D'adapter en conséquence le rapport de présentation.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

**Publicité et pré-enseignes :**

> Interdire les publicités scellées au sol, sauf éventuellement en zone d'activités et limitée à 2m.

Cf réponse faite à l'association Paysage de France.

> Limiter à 4m<sup>2</sup> la publicité murale.

Ce n'était pas le choix de la Métropole.

En effet, imposer une surface unique revient à nier les différentes ambiances paysagères et urbaines du territoire.

> Rédiger des règles de densité en accord avec les orientations définies au préalable, facilement compréhensibles et applicables

En toutes zones, le projet de RLPI durcit les règles nationales de densité définies à l'article R.581-

25 c.env., permettant ainsi de réduire le nombre de dispositifs.

Le projet de RLPI porte une attention particulière aux dispositifs scellés au sol, qui sont les dispositifs majoritairement installés à ce jour et les plus impactants pour le paysage. Ainsi, pour cette catégorie de publicité, le projet de RLPI exige un linéaire minimal de façade sur rue de l'unité foncière pour qu'un dispositif scellé au sol puisse s'installer. Cela signifie que leur installation n'est possible que sur les unités foncières importantes, dans des séquences paysagères plus aérée.

> Interdire les bâches publicitaires permanentes ou les limiter à 2m<sup>2</sup>.

Les bâches publicitaires permanentes ne sont admises par la réglementation nationale que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants (soit seulement 8 communes sur les 22 que compte Tours Métropole). Elles sont par ailleurs soumises à autorisation préalable du Maire, délivrée au cas par cas.

> Limiter à 12m<sup>2</sup> la publicité sur les bâches de chantier.

De même que les bâches permanentes, les bâches de chantier ne sont admises que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et sont également soumises à autorisation préalable et non à simple déclaration.

> Limiter à 2m<sup>2</sup> la publicité sur mobilier urbain.

La publicité sur mobilier urbain est limitée à 2m<sup>2</sup> dans les lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement, en ZP1, en ZP2 (exception faite des communes de Tours, Saint-Pierre-des-Corps et Joué-les-Tours) ainsi qu'en ZP4, soit sur une très grande majorité du territoire.

La publicité sur mobilier urbain d'information est portée à 8m<sup>2</sup>, uniquement en ZP3.

> Interdire la publicité numérique

La publicité numérique sur mobilier urbain, installée au titre d'un contrat conclu par la commune ou autre collectivité compétente, n'est admise que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soumise à autorisation préalable du Maire et accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans les abords des monuments historiques et en Site Patrimonial Remarquable.

Plusieurs préalables sont nécessaires à l'installation de publicité numérique sur mobilier urbain.

Sous réserve de ces limites, le projet de RLPI admet la publicité numérique sur mobilier urbain dans les lieux listés à l'article L.581-8 du code de l'environnement en dehors des Sites Patrimoniaux Remarquables, en ZP1, ZP2 et ZP3.

> Limiter la publicité sur abris voyageurs à la face externe et placer les informations du côté le plus visible du mobilier d'information

Ce type de disposition est à inclure dans les contrats de mobiliers urbains.



> Imposer l'extinction nocturne de la publicité sur abris voyageurs une fois le service terminé.

Cet ajustement sera opéré après l'enquête publique.

> Instaurer une règle de densité sur le mobilier urbain

Le mobilier urbain est installé sur domaine public à des fins de commodité pour les usagers : abris voyageurs, mobiliers d'information... Son installation est donc régie par la nécessité de rendre un service au public. Soumettre la publicité sur mobilier urbain à une règle de densité n'est pas adapté à la fonction de ces mobiliers.

> Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours.

Ce n'est pas le choix de la Métropole et des 5 communes n'appartenant pas à l'unité urbaine de Tours.

> Concernant l'affichage d'opinion, doubler les surfaces minimales prévues par la réglementation nationale.

L'affichage d'opinion n'entre pas dans le champ de compétence du RLPI.

> Interdire toute publicité lumineuse à moins de 40m d'un carrefour.

Le RLPI est élaboré sur le fondement du code de l'environnement, son objet étant d'adapter les règles nationales aux spécificités du contexte local.

En vertu du principe d'indépendance des législations notamment, les considérations autres qu'environnementales (ex : de sécurité routière ou sociétales) ne peuvent justifier l'instauration de règles locales encadrant l'installation des publicités et préenseignes.

> Interdire la publicité placée à l'intérieur des vitrines.

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 permet désormais à un RLP d'« encadrer » ces dispositifs (horaires d'extinction/surface/consommation d'énergie/prévention des nuisances lumineuses), elle ne permet pas de les interdire.

Ces dispositions étant intervenues en cours d'élaboration du RLPI, il est retenu au projet arrêté, l'application de la règle d'extinction nocturne (23h -7h).

## **Enseignes**

> Pour les enseignes en façade, limiter à 6m<sup>2</sup> pour les façades de plus de 50m<sup>2</sup> et à 4m<sup>2</sup> dans les autres cas.

C'était un choix de maintenir la règle nationale de proportion (15% ou 25%).

En effet, à l'instar de la réglementation nationale, il semble plus adapté à la diversité des commerces et activités en place de raisonner en termes de proportionnalité des enseignes par rapport à la surface de la façade commerciale.

> Imposer l'extinction nocturne des enseignes au plus tard 1h après la fin de l'activité.

Dans le projet de RLPI arrêté, il avait été fait un choix de cohérence.

En effet, par égalité de traitement entre les publicités et les dispositifs lumineux situés à l'intérieur d'un commerce, la règle locale d'extinction nocturne est fixée à 23h-7h, lorsque l'activité a cessé.

> Interdire les enseignes numériques.

Le projet de RLPI interdit sur tout le territoire métropolitain les enseignes à lumière ou image non fixe : laser, messages défilants, numérique à image mouvante notamment.

> Interdire les enseignes scellées au sol sauf si les enseignes en façade ne sont pas visibles de la voie publique.

Il avait été faire le choix d'encadrer cette typologie d'enseignes de manière adaptée aux différentes ambiances urbaines couvertes par les zones de publicité.

En effet, les enseignes scellées au sol sont interdites dans les lieux protégés (art.L.581-4 et -8 c.env.) et en ZP1.

En ZP2, elles ne sont admises que si les enseignes en façade ne sont pas visibles depuis la voie.

En ZP3, le format totem est imposé ainsi que des règles de positionnement.

> Interdire les enseignes en toiture, ou les admettre uniquement en ZP3 et limitées à 8 m<sup>2</sup>.

Les enseignes en toiture sont interdites dans les lieux protégés (art.L.581-4 et -8 c.env.), en ZP1, en ZP2 ainsi qu'en ZP3 dans certaines communes (Cf p13 des dispositions réglementaires).

Ailleurs (ZP3 des autres communes non listées par le règlement, ZP4 et hors agglomération), les enseignes en toiture sont admises selon les règles nationales : ces secteurs correspondent soit à des zones principalement dédiées au commerce et à l'activité soit à des séquences paysagères très aérées et éloignées des habitations, au sein desquelles les besoins de visibilité des enseignes (y compris de loin) sont plus forts.

> Limiter le nombre d'enseignes scellées au sol de moins de 1m<sup>2</sup> à un dispositif par établissement et par voie.

C'était un choix qui n'a pas été retranscrit de manière suffisamment détaillé dans le RLPI. Cet ajustement sera opéré après l'enquête publique.

> Limiter les enseignes sur clôture à un dispositif de 1,50m<sup>2</sup> par tranche de 50m de linéaire de façade.

Il n'était pas retenu de linéaire de façade sur rue pour l'installation d'une enseigne sur clôture.

Les enseignes sur clôtures sont interdites en lieux protégés, en ZP1 et en ZP2, sauf lorsque l'activité est située en retrait de la voie et que l'enseigne en clôture est le seul moyen de visibilité. L'enseigne est alors limitée à un dispositif de 1,50m<sup>2</sup> par établissement.

En ZP3, ZP4 et hors agglomération, les enseignes sur clôture sont admises et soumises aux mêmes règles que les enseignes parallèles à la façade.



> Soumettre les enseignes temporaires aux mêmes règles que les enseignes permanentes.

Les enseignes (ou pré-enseignes) temporaires n'entre pas dans le champ de compétence d'un RLPI.

> D'appliquer aux enseignes situées hors agglomération les dispositions concernant la ZP1.

Cf réponse faite à l'association Paysages de France.

Avis de la commission :

La commission d'enquête prend acte des réponses apportées par la métropole.

Elle souligne toutefois la difficulté liée à la définition des dispositifs de petit format intégrés à une devanture commerciale (articles 4, 5, 6 et 7 du règlement local).

- AQUAVIT 37 :

Le 20 avril 2022, Madame Annie GOLEO, secrétaire d'AQUAVIT 37 a fait parvenir, par mel, un courrier, dans lequel elle déclare partager totalement les observations de Paysages de France sur le projet de RLPI et tient à apporter des précisions qui illustrent « la régression environnementale » que constitue ce projet de règlement comparé au Règlement Local de Publicité de TOURS arrêté en 2004. Elle a rendu visite au commissaire-enquêteur lors de la permanence du 21 avril 2022 pour développer les arguments suivants :

- *« Le RLP de TOURS protège les bords de Loire et du Cher (ZPRO page 9). Si le RLPI protège les bords de Loire (ZP1), cela ne semble pas le cas pour les bords du Cher. Pire le projet utilise les dispositions de l'article L581-14 du code de l'environnement qui permet de déroger à l'article L581-8, lequel interdit la publicité aux abords des monuments historiques et dans le périmètre des sites patrimoniaux notamment.*
- *La publicité est interdite dans un rayon de 40 mètres autour des giratoires dans le RLP de TOURS (page 9). Cette prescription n'existe pas dans le projet de RLPI. - Sur les longs linéaires, le RLP de TOURS prescrit une distance de 60 mètres au minimum entre deux panneaux (page 13) ; le RLPI seulement de 50 mètres (page 8).*
- *Dans toutes les zones, le RLP de TOURS interdit les panneaux sur les murs dont la surface est inférieure à 36 m<sup>2</sup> . Cette disposition évite d'avoir des façades « écrasées » par la publicité. Malheureusement elle n'est pas reprise dans le RLPI.*
- *Le RLP de TOURS prévoit des clauses de protection des fonds voisins (& b-3- page 12). Aucune protection des tiers riverains ne figure dans le RLPI.*
- *Ce constat nous conduit à formuler les remarques suivantes :*

- *Un comparatif de la mise en œuvre des RLP en vigueur de TOURS, JOUÉ LÈS TOURS, CHAMBRAY LÈS TOURS et de SAINT AVERTIN avec celle du RLPi devrait figurer dans le dossier d'enquête. L'affichage c'est bien, mais la transparence, c'est encore mieux.*
- *Dans ce dossier, les associations ont été peu consultées, nul doute que les publicitaires l'ont été plus.*
- *Notre métropole est touristique, attention à ne pas la laisser défigurée. La publicité numérique particulièrement agressive et énergivore devrait être interdite ».*

#### Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

##### > Protection des bords de Loire et Bord de Cher.

Cf réponse faire aux questions de la commission d'enquête.

##### > Interdire toute publicité lumineuse à moins de 40m d'un carrefour.

Cf réponse faite aux trois associations.

##### > Un comparatif de la mise en œuvre des RLP en vigueur de TOURS, JOUÉ LÈS TOURS, CHAMBRAY LÈS TOURS et de SAINT AVERTIN avec celle du RLPI devrait figurer dans le dossier d'enquête.

Ces documents ayant été réalisés pour certains d'entre eux sous l'empire du régime anté grenelle, plusieurs de leurs dispositions sont devenues obsolètes voire illégales face à la jurisprudence.

On ne peut donc pas valablement les comparer avec les dispositions du RLPI.

Par ailleurs, lors de la phase diagnostic, une analyse des RLP en vigueur a été faite afin d'examiner les règles qui ont démontré un intérêt pour le territoire.

##### > Les associations n'ont pas été suffisamment consultées par rapport aux afficheurs.

Des séances de présentation aux associations et aux afficheurs se sont tenues au cours de la procédure.

#### Avis de la commission :

La commission d'enquête prend acte des réponses apportées par la métropole.

#### - Association « Sites et Monuments » :

Par mel du 21 avril 2022, Madame Martine BONIN a formulé les observations suivantes :

En zone P1

« Dans un SPR, le règlement déroge pour certaines publicités et pré-enseignes aux interdictions légales de publicités telles qu'elles résultent de l'article L581-8 du code de l'environnement au profit des dérogations de L581-14.



*Citons en exemple les boulevards Béranger et Heurteloup à Tours situés en limite du SPR qui présentent des publicités installées sur le sol ou sur mobilier urbain. Elles sont placées soit au début des boulevards devant des massifs de fleurs qui annoncent le mail ou aux différents carrefours et dans le sens inverse de la circulation, ce qui est regrettable. De plus la pose temporaire d'oriflammes pour des événements culturels constitue une véritable pollution visuelle. Enfin dans la partie Sud de la place Jean-Jaurès la publicité atteint une densité maximale pour les mêmes types de publicité déposée sur du mobilier urbain notamment sur les abri-bus!*

*En revanche à l'intérieur du SPR elle est plus discrète aux abords des MH.*

*Depuis 20 ans des efforts considérables ont été faits pour supprimer la publicité en bordure de Loire et des villages et moins en bordure du Cher ».*

En zone P2

*« Sur le domaine public la publicité est limitée à 2m2 sur mobilier d'information, portée à 8m2 des communes de Tours, Saint-Pierre-des-Corps et Joué-Les-Tours (la publicité numérique étant quant à elle limitée à 2m2).*

*Dommage que cela ne soit pas étendu à toutes les communes et que la publicité numérique, même restreinte, soit autorisée car elle est énergivore et constitue une véritable pollution visuelle ».*

En zone P3

*« La publicité sur les axes structurants est excessive. Elle distraît le conducteur et ne devrait jamais exister dans le sens inverse de la circulation.*

*Exemple : Lorsqu'on sort de La Membrolle-sur-Choisille et qu'on emprunte sur le plateau le boulevard Charles de Gaulle vers Tours, la circulation se fait sur 4 voies séparées par un muret. Avant d'arriver au rond-point KATRINEHOLN sont disposées depuis peu de temps deux ou grandes publicités installées sur chevalets dans le sens inverse de la circulation à l'approche du rond-point lorsque la voie est sinueuse.*

*Sur les routes importantes le RLPi ne prévoit plus une interdiction de publicité dans un rayon de 40m autour des giratoires comme précédemment. De plus la distance entre les panneaux est ramenée à 50m et non plus 60m. On permet une densification plutôt qu'une incitation à une réduction de publicité au mépris de la dangerosité des lieux. Les entrées de ville devraient être mieux protégées car elles dénaturent le paysage suburbain ».*

En conclusion :

*« Sites & Monuments souhaite une protection optimale de l'environnement et du cadre de vie sur ce territoire ».*

#### Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

> Les différents sujets évoqués ont été traités dans les réponses aux précédents avis et aux questions de la commission d'enquête (Cf courrier du 9/05/2022).

#### Avis de la commission :

La commission d'enquête prend acte des réponses apportées par la métropole.

#### 4-5-4 Questions de la commission d'enquête

1) Question concernant la commune de Villedandry : il apparaît que la commune de Villedandry se trouve dans le périmètre de protection du parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine et qu'à ce titre la publicité y est interdite, en vertu de la charte actuellement en vigueur. Toutefois, cette charte est en cours de révision et le projet de nouvelle charte prévoit de donner aux communes la possibilité de réintroduire la publicité extérieure. Compte tenu du décalage dans le temps entre l'approbation prochaine du RLPi et l'aboutissement de la révision de la charte du PNR, qui devrait être effective en 2024, quelle position entend adopter Tours métropole Val-de-Loire pour remédier à cette situation ?

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

L'article L.581-8 du code de l'environnement dispose que, en agglomération, la publicité est interdite dans les PNR ; un RLP pouvant déroger à cette interdiction.

Lorsqu'un RLP lève l'interdiction de publicité dans les parties agglomérées d'un PNR (hors agglomération, toute publicité est interdite de manière absolue), il existe une obligation de compatibilité entre le RLP et la charte du PNR (art.L.581-14 c.env.).

La loi du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages a introduit une exigence supplémentaire : le RLP ne peut déroger à l'interdiction de publicité en PNR que si la charte du PNR contient des orientations ou mesures relatives à la publicité.

Ce n'est pas le cas de la charte actuelle du PNR (2008-2023).

En conséquence, le plan de zonage, le rapport de présentation et le règlement du projet de RLPi arrêté seront donc corrigés après l'enquête publique : la commune de Villedandry ne sera couverte par aucune zone de publicité, ce qui signifie que la réglementation nationale (interdiction de publicité) y sera maintenue.

Il n'est pas possible, juridiquement, d'anticiper le contenu de la future charte du PNR ni son nouveau périmètre qui pourrait couvrir d'autres communes que Villedandry.

Avis de la commission :

La réponse apportée par la Métropole sur la situation de la commune de Villedandry est satisfaisante et les décisions prises de sortir la commune de Villedandry du RLPi sont conformes à notre souhait.

2) Question relative à la protection des monuments historiques de la ville de Tours : le tableau pages 30, 31 et 32 du rapport de présentation liste les protections patrimoniales qui existent dans les différentes communes membres de la métropole. La ville de Tours possède 150 monuments historiques mais n'a pas de périmètres délimités des abords (PDA). Cela signifie-t-il que le SPR se substitue au PDA ?



Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Site Patrimonial Remarquable (SPR) et Périimètre Délimité des Abords (PDA) sont deux protections différentes relevant du code du patrimoine.

Un SPR correspond au site d'une ville, d'un village ou d'un quartier dont la conservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présentent, au point de vue architectural, archéologique, artistique ou paysager, un intérêt public. Un SPR englobe généralement plusieurs monuments historiques et a valeur de servitude d'utilité publique. L'outil de gestion du SPR à Tours est le PSMV.

Le PDA concerne chaque monument historique. Son périmètre est déterminé selon la notion de covisibilité. Les travaux sur un immeuble inclus dans un PDA sont soumis à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France.

Un PDA peut « dépasser » d'un SPR.

Dans la réglementation de l'affichage, SPR et PDA emportent les mêmes conséquences : toute publicité est par principe interdite dans les périmètres ainsi couverts (sans nécessité d'apprécier la covisibilité avec un monument historique), avec possibilité de dérogation par un RLP (art.L.581-8 c.env.).

Dans le cas de Tours, le territoire est protégé à la fois par le SPR et les protections des abords des monuments historiques qui dépassent le périmètre du SPR.

Avis de la commission :

La réponse apportée par la Métropole sur la distinction entre le SPR et le PDA est satisfaisante et indique clairement que le périmètre délimité des abords peut dépasser les limites du SPR et donc augmenter la surface concernée par la protection.

L'avant dernier paragraphe indique clairement que " dans la réglementation de l'affichage, SPR et PDA emportent les mêmes conséquences: toute publicité est par principe interdite dans les périmètres ainsi couverts, **avec possibilité d'y déroger par un RLP**" " *Dans le cas de Tours, le territoire est protégé à la fois par le SPR et les protections des abords des monuments historiques qui dépassent le périmètre du SPR*". Il est regrettable que le tableau de la page 32 du rapport de présentation ne mentionne pas l'existence des PDA pour les monuments historiques de la ville de Tours comme dans les autres communes, compte tenu de leur importance en nombre.

3) Question relative au rapport de présentation : pourquoi ne pas avoir intégré au rapport de présentation un tableau récapitulatif pour chaque commune, les surfaces en agglomération, hors agglomération et pour chaque zone de protection ZP1 à ZP4 ?

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

Cette information n'est ni obligatoire ni nécessaire à l'appréciation de l'économie générale du RLPi, qui est conçu à l'échelle métropolitaine et non communale.

Les réalités paysagères sont différentes d'une commune à une autre : une commune au caractère semi-rural ou naturel prégnant aura nécessairement une proportion d'espaces non agglomérés bien supérieure à celle des communes urbaines. Il en va de même pour la situation des grandes zones commerciales par exemple.

Avis de la commission :

La réponse apportée par le mémoire en réponse est vraiment sans intérêt car non étayée. Le rapport de présentation est un outil de compréhension et non un document devant répondre à des critères définis par la réglementation.

4) Question relative à la publicité numérique : lors de son intervention à l'occasion de la réunion de la CDNPS du 25 février 2022, madame LUTTON a affirmé (début de la page 5 du PV de réunion) : *« Elle précise que la publicité numérique en SPR (ZP1) ne peut être autorisée que sur le mobilier urbain qui est de fait installé dans le cadre d'un contrat conclu par la commune ou la collectivité avec un opérateur. Elle est interdite sur mobilier urbain en SPR, éventuellement, elle serait autorisée en bord de Loire mais encore faudrait-il que les collectivités passent commande en ce sens. Elle rappelle que la possibilité de publicité numérique n'est possible que sur 8 communes (les communes de plus de 10 000 habitants), il n'y a donc pas de craintes à avoir sur le paysage des bords de Loire à ce sujet »*. La commission estime que cette affirmation est ambiguë et souhaite avoir une réponse précise sur la possibilité d'installer ou non de la **publicité numérique sur mobilier urbain en SPR**.

Réponse de Tours Métropole Val-de-Loire :

L'article 2 du projet de règlement arrêté précise expressément que la publicité numérique sur mobilier urbain est interdite en SPR.

En dehors des SPR, elle est admise selon des règles nationales et locales :

- elle ne peut être installée que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit seulement 8 communes de la Métropole (art. R.581-42 c.env.). Elle est donc de fait interdite en ZP4 ;
- elle est soumise à autorisation préalable du Maire, au cas par cas, avec accord requis de l'Architecte des Bâtiments de France dans les abords des monuments historiques ;
- le RLP contraint sa surface sur mobilier d'information : 2m2 en ZP1, ZP2, ZP3a1 et ZP3a2 et 8m2 en ZP3b.

Avis de la commission :

La rédaction de cette question, telle qu'elle est indiquée dans le mémoire en réponse ne correspond pas du tout à la question posée dans le PV de synthèse des observations.



La question était la suivante:

*« Madame LUTTON précise que la publicité numérique en SPR (ZP1) ne peut être autorisée que sur le mobilier urbain qui est de fait installé dans le cadre d'un contrat conclu par la commune ou la collectivité avec un opérateur. Elle est interdite sur mobilier urbain en SPR, »*

La réponse apportée est conforme à la rédaction de l'article 2 des dispositions réglementaires. "La publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence n'étant admise qu'en dehors des SPR dans les agglomérations de plus de 10000 habitants". Cette rédaction pourrait donc admettre la publicité numérique dans les PDA des monuments historiques dans les communes de plus de 10000 habitants.

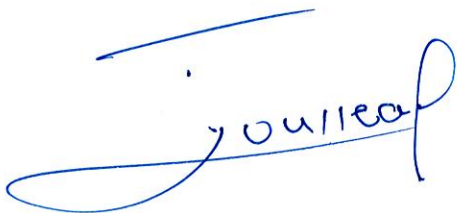
Il serait souhaitable de compléter la rédaction de l'article 2 par les périmètres délimités des abords.

=====

**Conformément aux dispositions de l'article R123-19 du code de l'environnement, les conclusions et avis de la commission d'enquête font l'objet d'un document séparé.**

Fait à Tours, le 19 mai 2022

Jean-Jacques ROUSSEAU  
Président

A blue ink signature, appearing to read 'J. Rousseau', written in a cursive style.

Alain Van KEYMEULEN  
Membre

A blue ink signature, appearing to read 'Alain Van Keymeulen', written in a cursive style.

Yves CORBEL  
Membre

A blue ink signature, appearing to read 'Yves Corbel', written in a cursive style.