



# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## 1. Rapport de présentation

Juillet 2022

Accusé de réception en Préfecture:049-20007



mesures & perspectives

AUDIT CONSEIL



**Le Choletais**  
L'audace pour réussir

# TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>4</b>
<b>CONTEXTE LÉGISLATIF</b> .....	<b>4</b>
<b>INTÉRÊT D'UN RLPI</b> .....	<b>4</b>
<b>1   LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL</b> .....	<b>6</b>
1.1   LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE .....	6
1.2   LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLPI .....	8
1.2.1   Le rapport de présentation .....	8
1.2.2   Le règlement .....	8
1.2.3   Les annexes .....	8
1.3   LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL .....	9
1.3.1   La publicité .....	9
1.3.2   L'enseigne .....	10
1.3.3   La préenseigne .....	11
1.3.4   Le cas particulier des préenseignes dérogatoires .....	12
1.3.5   L'affichage d'opinion .....	13
1.3.6   Les bâches .....	15
1.3.7   La publicité de petit format .....	15
1.3.8   La publicité sur véhicules terrestres .....	16
1.3.9   Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation .....	16
<b>2   ANALYSE TERRITORIALE</b> .....	<b>18</b>
2.1   LES PAYSAGES .....	18
2.2   LE PATRIMOINE NATUREL .....	21
2.3   LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL .....	22
2.4   LES ZONES D'ACTIVITÉS .....	24
2.5   LE RÉSEAU VIAIRE .....	25
2.6   SYNTHÈSE DES ENJEUX .....	26
<b>3   LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES</b> .....	<b>27</b>
3.1   LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE .....	27
3.1.1   La population de référence .....	27
3.1.2   Définition de l'agglomération .....	27
3.1.3   Définition de la communauté d'agglomération (INSEE) .....	27
3.1.4   Définition de l'unité urbaine (INSEE) .....	28
3.2   LA NOTION D'AGGLOMÉRATION .....	29
3.3   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ .....	31
3.3.1   Les interdictions relatives ou absolues .....	31
3.3.2   La surface de la publicité .....	32
3.3.3   Les principales règles applicables à la publicité murale .....	32
3.3.4   Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol .....	32
3.3.5   Le régime applicable au mobilier urbain .....	33
3.3.6   Le régime applicable à la publicité numérique .....	33
3.3.7   La publicité sur véhicules terrestres .....	33
3.3.8   La publicité sur bâches .....	34
3.3.9   La règle nationale de densité .....	34
3.3.10   L'obligation d'extinction nocturne .....	35

3.4   LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES.....	36
3.4.1   Les principales règles applicables à l’enseigne murale .....	36
3.4.2   Les principales règles applicables à l’enseigne scellée au sol.....	36
3.4.3   Les principales règles applicables à l’enseigne sur toiture ou terrasse .....	37
3.4.4   Les principales règles d’extinction nocturne.....	37
3.5   LE POUVOIR DE POLICE.....	38
3.6   LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL.....	39
<b>4   LE DIAGNOSTIC .....</b>	<b>42</b>
4.1   MÉTHODE DE RECENSEMENT .....	42
4.1.1   Publicité.....	42
4.1.2   Enseignes.....	43
4.2   LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ.....	44
4.2.1   Hors Cholet .....	45
4.2.2   À Cholet.....	48
4.3   LA LÉGALITÉ DES DISPOSITIFS.....	51
4.3.1   La publicité hors Cholet.....	51
4.3.2   La publicité à Cholet au regard du RNP.....	54
4.3.3   La publicité à Cholet au regard du RLP .....	56
4.3.4   Les enseignes hors Cholet.....	58
4.3.5   Les enseignes à Cholet au regard du RNP.....	60
4.3.6   Les enseignes à Cholet au regard du RLP .....	61
4.4   LES CONSTATS.....	62
4.4.1   Publicité hors Cholet .....	62
4.4.2   Publicité à Cholet .....	64
4.4.3   Enseignes .....	68
4.4.4   Synthèse des constats .....	72
<b>5   LES ORIENTATIONS.....</b>	<b>73</b>
5.1   LES ORIENTATIONS POUR L’ENSEMBLE DE L’AGGLOMÉRATION DU CHOLETAIS.....	73
5.2   LES ORIENTATIONS POUR LA VILLE DE CHOLET .....	74
<b>6   EXPLICATION DES CHOIX .....</b>	<b>75</b>
6.1   PUBLICITÉ.....	76
6.1.1   Dispositions générales .....	76
6.1.2   Zone publicité P 1 .....	77
6.1.3   Zone publicité P 2 .....	78
6.1.4   Zone publicité P 3.....	79
6.1.5   Zone publicité P 4.....	80
6.1.6   Zone publicité P 5.....	80
6.1.7   Zone publicité P 6 .....	80
6.1.8   Zone publicité P 7.....	80
6.2   ENSEIGNES.....	81
6.2.1   Dispositions générales .....	81
6.2.2   Zone enseignes E 1 .....	82
6.2.3   Zone enseignes E 2 .....	83
6.2.4   Zone enseignes E 3 .....	84
6.2.5   Zone enseignes E 4 .....	85
6.2.6   Zone enseigne E 5 .....	85

## CONTEXTE LÉGISLATIF

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE ou « Grenelle II ») est le dernier grand texte législatif ayant adopté des dispositions en matière de publicité. Parmi les nombreuses modifications apportées aux règles antérieures, toutes codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'environnement, il convient de retenir celles qui concernent l'institution par les communes ou leurs groupements compétents en matière de PLU d'un règlement local de publicité (RLP). Cette loi a fait l'objet de plusieurs décrets d'application qui constituent le règlement national de la publicité (RNP). Ils ont été codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'environnement.

Depuis la loi ENE, les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) compétents en matière de plan local d'urbanisme (PLU) disposent de la compétence de principe pour élaborer un RLP qui devient donc intercommunal (RLPi).

## INTÉRÊT D'UN RLPi

### Éviter la caducité

Actuellement, une seule commune, Cholet, dispose d'un règlement local de publicité (RLP) communal. Adopté antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi ENE, on dit à son propos qu'il s'agit d'un règlement de première génération. Or l'article L.581-14-3 du Code de l'environnement impose que les règlements de publicité adoptés avant l'entrée en vigueur de la loi ENE – soit le 13 juillet 2010 – soient modifiés ou révisés dans un délai de 10 ans à compter de cette entrée en vigueur, sous peine de caducité.

En 2020, ce délai a été prorogé de deux ans si la délibération de prescription a été prise avant juillet 2020, ce qui est le cas de Cholet. Le RLP sera donc caduc le 13 juillet 2022.

### Adopter des règles plus restrictives que les règles nationales et adaptées au territoire

Les règlements locaux de publicité intercommunaux (RLPi) sont devenus de véritables instruments de planification locale. Ils offrent aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et préenseignes.

Les RLPi s'inscrivent dans une vision stratégique du territoire. Ils visent à préserver les paysages et à améliorer le cadre de vie. Ils renforcent l'identité du territoire.

Les dispositions issues du RNP constituent un standard en fonction duquel le RLPi sera établi.

**Le RLPi institue, par principe, des règles plus restrictives que celles issues du RNP. Par exception, dans les lieux énumérés à l'article L.581-8 du Code de l'environnement où la publicité est interdite, un RLPi peut lever cette interdiction en permettant l'implantation de la publicité. Sont notamment concernés les lieux suivants :**

- les sites patrimoniaux remarquables (SPR) ;
- les abords des édifices classés ou inscrits parmi les monuments historiques ;
- les sites inscrits et les sites Natura 2000.

# 1 | LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## 1.1 | LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA PROCÉDURE

La procédure d'élaboration, de révision ou de modification (à l'exclusion de la procédure de modification simplifiée) d'un RLPI est identique à celle d'un PLUi (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

Les modalités de collaboration entre l'Agglomération du Choletais (AdC) et les communes membres de la communauté d'agglomération ont été définies à l'occasion d'un conseil de communauté, le 19 octobre 2020, regroupant l'ensemble des maires des communes membres.

La délibération de prescription du RLPI en date du 17 février 2020 qui a précisé les objectifs poursuivis, a également défini les modalités de la concertation pendant toutes les étapes de l'élaboration du RLPI (articles L.103-2 et L.153-11 du Code de l'urbanisme).

**Ces modalités de concertation revêtent la forme suivante :**

- un dossier du projet de RLPI sera mis à disposition du public au siège de l'Agglomération du Choletais et dans chacune des mairies des communes membres, aux jours et heures habituels d'ouverture au public. Le contenu de ce dossier évoluera et sera complété au fur et à mesure de l'avancement de la démarche ;
- le contenu de ce dossier sera également disponible sur le site internet de l'Agglomération du Choletais ;
- l'information sera par ailleurs assurée par divers supports et moyens de communication (presse locale, journal intercommunal...)
- un cahier destiné à recevoir les observations du public sera mis à disposition du public au siège de l'Agglomération du Choletais et dans chacune des mairies des communes membres, aux jours et heures habituels d'ouverture au public ;
- le public pourra s'exprimer et faire connaître ses observations tout au long de la concertation, en les adressant par courrier au président de l'Agglomération du Choletais à l'adresse : Hôtel d'Agglomération - Rue Saint-Bonaventure - BP 32135 49321 CHOLET Cedex ou par courriel à l'adresse suivante : [rlpi@choletagglomeration.fr](mailto:rlpi@choletagglomeration.fr) ;
- une ou des réunions publiques ;
- une ou des réunions avec les personnes publiques associées (PPA) ;
- une ou des réunions avec les acteurs économiques locaux, les sociétés de publicité extérieure et les associations de protection de l'environnement.

Parallèlement à l'élaboration du projet, un débat sur les orientations du règlement est organisé deux mois au moins avant son arrêt en conseil d'agglomération. En vue de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation est tiré. Le projet arrêté est ensuite soumis pour avis aux personnes publiques associées (PPA), aux communes membres, ainsi qu'à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) ce qui constitue, pour cette dernière consultation, la seule différence avec la procédure du PLU.

Le projet fait ensuite l'objet d'une enquête publique dans les conditions fixées par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement.

Le projet est éventuellement modifié pour tenir compte des résultats de l'enquête, de l'avis du commissaire enquêteur et des PPA. Après une nouvelle conférence intercommunale qui tire le bilan de toute la procédure, le projet de RLPi est définitivement approuvé par le conseil de communauté.

Après l'accomplissement des mesures de publicité réglementaires et sa transmission au préfet au titre du contrôle de légalité, le RLPi entre en vigueur. Il est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront ou seront modifiées postérieurement à cette entrée en vigueur, mais ne sera opposable que deux ans plus tard pour les publicités et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'environnement).

	Nouveaux dispositifs	Dispositifs en place
Publicité	Application immédiate	2 ans après approbation
Enseignes	Application immédiate	6 ans après approbation

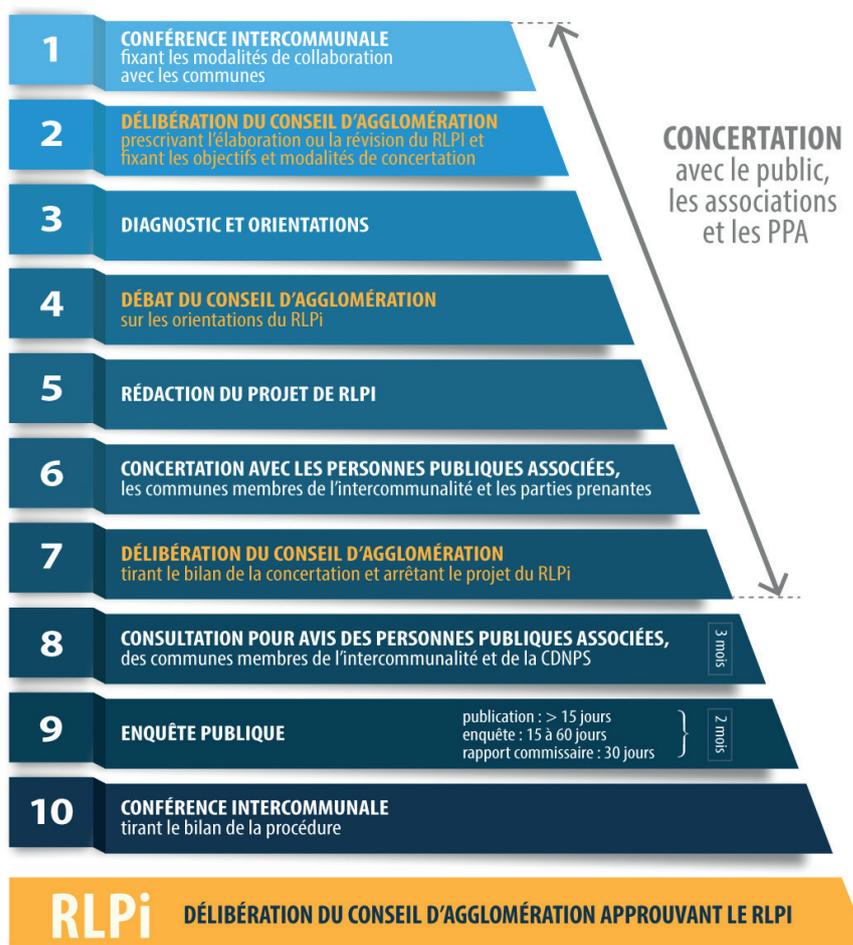


Schéma de la procédure du RLPi

## 1.2 | LES PIÈCES CONSTITUTIVES DU RLPI

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

### 1.2.1 | Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure sur le territoire. Il procède à un recensement des dispositifs en mesurant leur impact sur le cadre de vie et analyse leur conformité aux dispositions du RNP et, le cas échéant, des RLP en vigueur. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces à enjeux. Pour cela, il relève les secteurs nécessitant du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique.

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

### 1.2.2 | Le règlement

Le règlement comprend les prescriptions réglementaires applicables sur le territoire couvert par le RLPI à la publicité, aux enseignes et préenseignes. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLPI, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables aux territoires concernés.

### 1.2.3 | Les annexes

**Les annexes sont constituées :**

- des documents graphiques matérialisant les différentes zones et, le cas échéant, les périmètres identifiés ( ) existants dans le rapport de présentation et le règlement ;
- des arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré des différentes communes membres de l'agglomération ;
- des documents graphiques les matérialisant.

## 1.3 | LE CHAMP D'APPLICATION MATÉRIEL

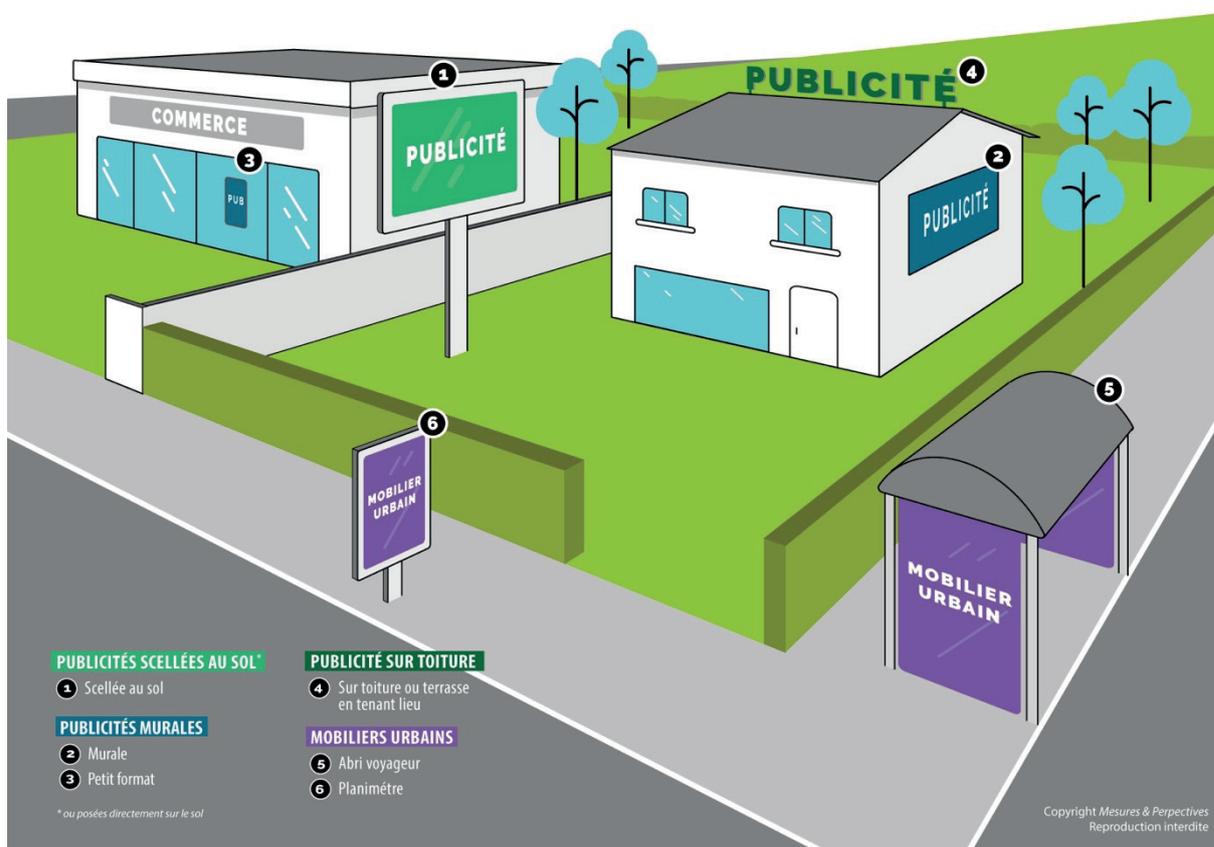
L'article L.581-2 du Code de l'environnement définit les dispositifs concernés par la réglementation. Trois catégories de dispositifs sont visées : il s'agit de la publicité, des enseignes et des préenseignes.

### 1.3.1 | La publicité

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3-1° du Code de l'environnement). Sont aussi considérés comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images.

#### TYPES DE PUBLICITÉS

Publicité : toute inscription forme ou image destinée à informer le public ou à attirer l'attention.



Le caractère généraliste de la définition de la publicité conduit à prendre en considération tous les types de publicité suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicités scellées au sol, apposées sur un support existant, sur bâches, apposées sur du mobilier urbain) ;
- leurs dimensions ;
- leur caractère lumineux ou non ;
- leur mobilité (publicité sur véhicules terrestres, sur voies navigables).

Ces différents types de publicité font l'objet de dispositions spécifiques fixées par le RNP en fonction de l'importance de la population de la commune d'implantation et de son appartenance à une unité urbaine.

## 1.3.2 | L'enseigne

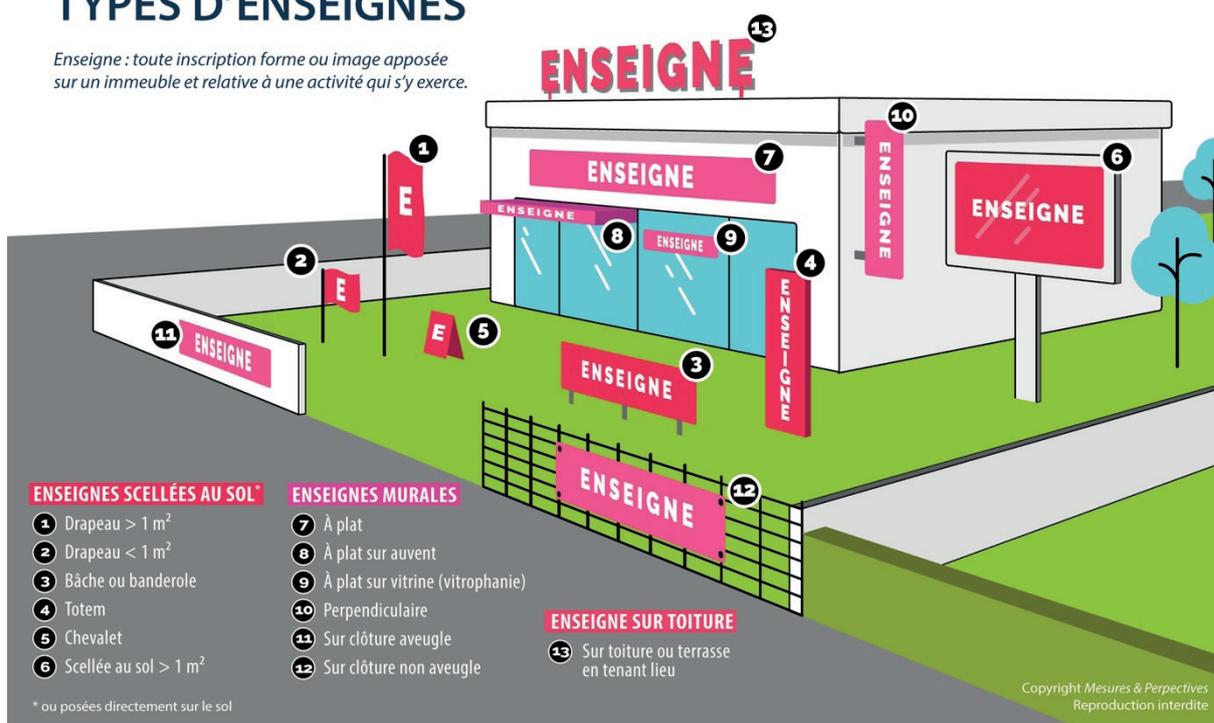
Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581-3-2° du Code de l'environnement).

Les dispositions applicables aux enseignes dépendent de leur mode ou de leur lieu d'implantation :

- enseignes murales installées à plat ou perpendiculaires ;
- enseignes sur toiture ;
- enseignes scellées au sol ou implantées directement sur le sol ;
- enseignes lumineuses.

### TYPES D'ENSEIGNES

Enseigne : toute inscription forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

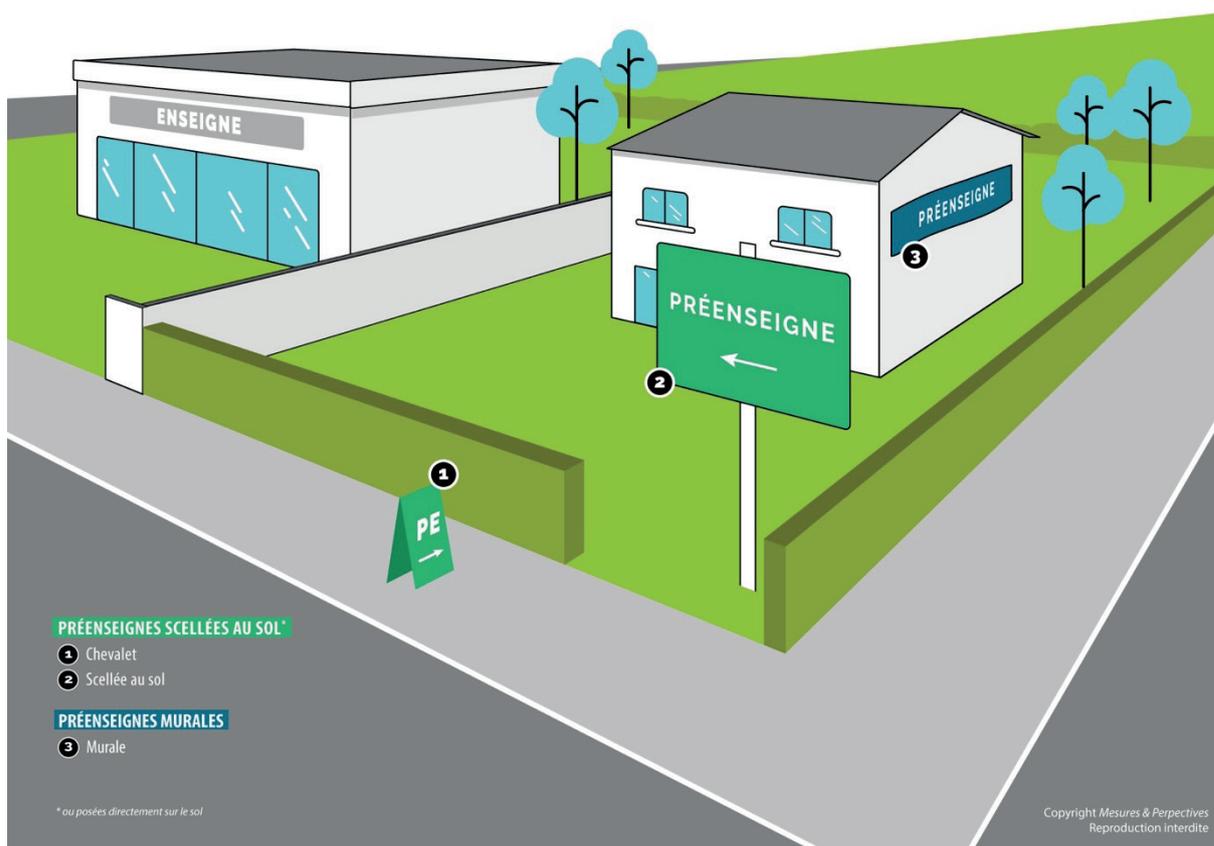


### 1.3.3 | La préenseigne

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L. 581-3-3° du Code de l'environnement).

La préenseigne informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction ou de distance.

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article L. 581-19 du Code de l'environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Par conséquent, un RLPi ne peut instituer de dispositions particulières les concernant différentes de celles qui sont envisagées en matière de publicité, à peine d'illégalité.



### 1.3.4 | Le cas particulier des préenseignes dérogatoires

Seules les préenseignes dérogatoires (articles L.581-19 et R.581-66 et 67) sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. Par dérogation à l'interdiction, elles sont implantées hors agglomération.

**Pour bénéficier de ce régime dérogatoire, ces préenseignes ne peuvent signaler que :**

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles ;
- les monuments historiques ouverts à la visite.
- à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois, mentionnées dans les articles L.581-20, R.581-68, 69 et 71 du Code de l'environnement. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

**Elles sont soumises à des conditions de format, de distance par rapport à l'entrée de la commune ou du lieu où est exercée l'activité et de nombre par rapport à l'activité signalée :**

Activité signalée	Format maximum	Nombre	Distance
Fabrication ou vente de produits du terroir	Monopied 1m (h) x 1,5 m (L)	2	5 km
Activités culturelles		2	5 km
Monuments historiques ouverts à la visite		4	10 km
Temporaires		4	-



Préenseigne dérogatoire –  
Lys - Haut - Layon



### 1.3.5 | L'affichage d'opinion

Le régime de l'affichage d'opinion et de la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (l'article L.581-13 du Code de l'environnement) exige que chaque commune réserve sur l'ensemble de son territoire des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.

**La surface minimale ainsi réservée est de :**

- 4 m<sup>2</sup> pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m<sup>2</sup> + 2 m<sup>2</sup> par tranche de 2 000 habitants pour les communes dont la population est comprise entre 2 000 et 10 000 habitants ;
- 12 m<sup>2</sup> + 5 m<sup>2</sup> par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants pour les communes dont la population est supérieure à 10 000 habitants.

Population		Surface en m <sup>2</sup>
De	A	
0	2 000	4
2 001	2 000	6
4 001	6 000	8
6 001	8 000	10
8 001	10 000	12
au-delà de 10 000		5 m <sup>2</sup> par tranche supplémentaire de 10 000

Les emplacements sont fixés par arrêté municipal.

**La surface à mettre à disposition dans chaque commune de la communauté d'agglomération est la suivante :**

Commune	Population	Surface minimale en m <sup>2</sup>
BÉGROLLES-EN-MAUGES	2 131	6
CERNUSSON	350	4
CHANTELOUP-LES-BOIS	700	4
CHOLET et LE PUY-SAINT-BONNET	56 127	37
CLÉRÉ-SUR-LAYON	346	4
CORON	1 618	4
LA PLAINE	1 034	4
LA ROMAGNE	2 001	6
LA SÉGUINIÈRE	4 285	8
LA TESSOUALLE	3 270	6
LE MAY-SUR-ÈVRE	3 901	6
LES CERQUEUX	890	4
LYS-HAUT-LAYON	8 008	12

MAULÉVRIER	3 268	6
MAZIÈRES-EN-MAUGES	1 228	4
MONTILLIERS	1 249	4
NUAILLÉ	1 500	4
PASSAVANT-SUR-LAYON	129	4
SAINT-CHRISTOPHE-DU-BOIS	2 826	6
SAINT-LÉGER-SOUS-CHOLET	3 043	6
SAINT-PAUL DU BOIS	613	4
SOMLOIRE	897	4
TOUTLEMONDE	1 361	4
TRÉMENTINES	3 100	6
VEZINS	1 751	4
YZERNAY	1 857	4



Panneau d'affichage  
d'opinion - Cholet



### 1.3.6 | Les bâches

Les bâches de chantier sur échafaudage ou publicitaires peuvent être autorisées par le maire, tout comme les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS).



Bâche de chantier (photo prise en dehors du territoire)

### 1.3.7 | La publicité de petit format

L'article L.581-8 du Code de l'environnement permet l'installation de dispositifs de petit format intégrés à la devanture commerciale dès lors qu'ils ne recouvrent que partiellement la baie.

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



Publicité de petit format (photo prise en dehors du territoire)

### 1.3.8 | La publicité sur véhicules terrestres

Dès lors que les véhicules sont utilisés ou équipés aux fins essentiellement de servir de supports de publicité, ils ne peuvent stationner en des lieux où ils sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique et à proximité des monuments historiques. Ils ne peuvent circuler en convoi, ni rouler à une vitesse anormalement réduite. La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 12 m<sup>2</sup> (article R. 581-48 du Code de l'environnement).



Véhicule publicitaire (photo prise en dehors du territoire)



### 1.3.9 | Les dispositifs exclus du champ d'application de la réglementation

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

Tel est le cas des dispositifs régis par le Code de la route, dont la signalisation d'information locale (SIL), ou des dispositifs dont l'unique objet est d'apporter des informations à caractère général ou de service public à la population. Sont concernés les dispositifs à message défilant de type journal électronique d'information (JEI) ou à message fixe que l'on trouve sur d'autres types de mobilier urbain.



Signalisation routière - Cholet



Signalisation d'Information locale (SIL) – Nuillé



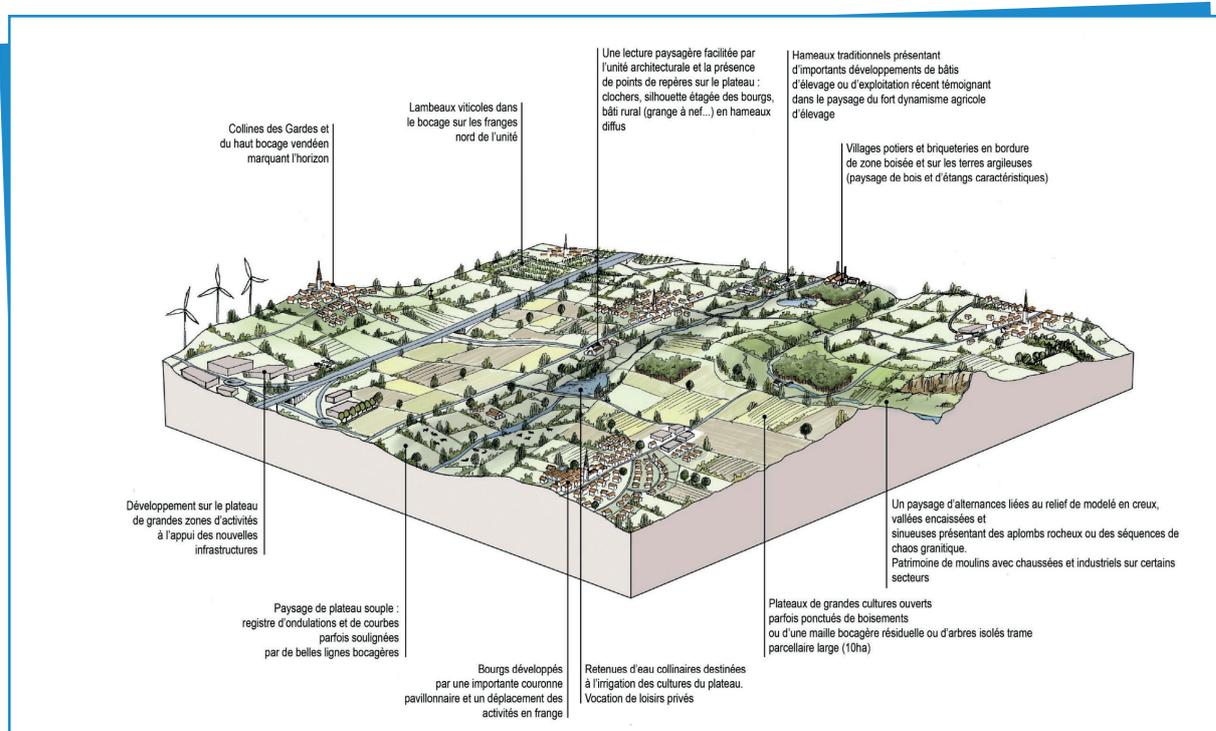
## 2 | ANALYSE TERRITORIALE

### 2.1 | LES PAYSAGES

L'unité paysagère des bocages vendéens et maugeois s'étend jusqu'au nord des Deux-Sèvres et couvre l'ensemble du territoire de l'agglomération choletaise. Elle se caractérise par un relief de modelé en creux caractéristique de la partie méridionale du massif armoricain. Cela se traduit par un paysage d'alternance entre plateaux aux ondulations souples et des vallées encaissées et sinueuses présentant des aplombs rocheux ou des « chaos granitiques ».

C'est un paysage de bocages semi-ouverts alternant entre des zones plus ouvertes de grandes cultures sur les plateaux et des secteurs de vallées avec des trames de haies plus denses. Les lignes de haies soulignent les ondulations du relief tout comme quelques lambeaux viticoles visibles dans le bocage sur la frange nord de l'unité. Sur le plateau, c'est un paysage ouvert de grandes cultures parfois ponctué de boisements ou d'une maille bocagère résiduelle.

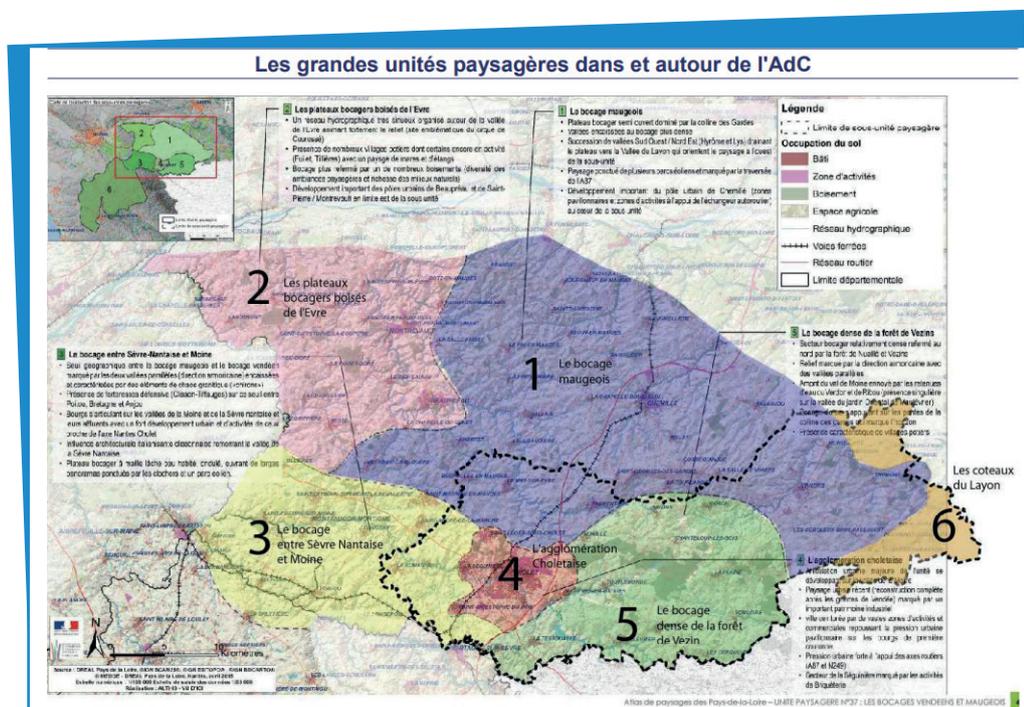
La lecture paysagère est facilitée par l'unité architecturale et par des points de repères sur le plateau : clochers, silhouette étagée des bourgs, bâti rural (granges à nef...) en hameaux diffus. Les bourgs sont quasiment tous développés par une importante couronne pavillonnaire. Ils se caractérisent par une présence industrielle forte et ancienne en cœur de bourg (modèle de « l'usine à la campagne ») qui évolue aujourd'hui avec un déplacement des activités en frange notamment à proximité des nombreux grands axes routiers. De même, les hameaux traditionnels présentent d'importants développements de bâti d'élevage ou d'exploitation témoignant, dans le paysage, du fort dynamisme agricole.



Bloc diagramme des bocages vendéens et maugeois  
(Source : Atlas de paysages des Pays-de-la-Loire – UNITE PAYSAGERE N°37 : LES BOCAGES VENDEENS ET MAUGEOIS)

## Le territoire de l'Agglomération du Choletais est également segmenté en 5 sous-unités paysagères :

- L'agglomération choletaise (ville de Cholet et sa première couronne) se caractérise par un paysage urbain récent en évolution sur la vallée du Moine, qui de plus, est marqué par un important patrimoine industriel. La ville est ceinturée par de vastes zones d'activités et commerciales repoussant la pression des zones pavillonnaires sur les bourgs de première couronne. La pression urbaine est également importante autour des grands axes routiers (A87 et N249).
- Le bocage dense de la forêt de Vezens dont le relief est marqué par des vallées parallèles. Le bocage dense s'appuie sur les pentes de la colline des Gardes qui marque l'horizon. Il est aussi marqué par les villages potiers, très caractéristiques. La zone de bocage dense se referme au nord par la forêt de Vezens.
- Le bocage entre Sèvre Nantaise et Moine est marqué par les deux vallées parallèles suivant la direction nord-ouest/sud-est. Elles sont particulièrement encaissées et caractérisées par des éléments de chaos granitique et un patrimoine de moulin à eau en fond de vallée, de moulin à vent en haut de coteaux. L'ensemble des bourgs s'articule en limite de plateau sur les petits affluents des vallées de la Moine et de la Sèvre Nantaise. La présence de la 2x2 voies Cholet/Nantes sur le plateau en parallèle de la vallée de la Moine a induit un fort développement urbain et d'activités sur les principaux échangeurs et les bourgs les plus proches.
- Le bocage maugeois, au nord de l'AdC, est marqué par la présence du bocage de la vallée de l'Èvre et de l'autoroute A87 et sur la partie nord-est par le bocage et la vallée du Lys.
- Les coteaux du Layon proposent un paysage de vallée dissymétrique avec un effet de paroi rocheuse marquée sur le coteau nord et de terrasses viticoles sur le coteau sud. La sous-unité joue un rôle d'articulation entre Anjou blanc et Anjou noir, Saumurois oriental et Mauges occidentales. S'il présente toujours un profil encaissé et dissymétrique, le fond de vallée est parfois fermé, constitué de prairies bocagères denses dans une vallée étroite, parfois au contraire plus ouvert, offrant un recul visuel sur les coteaux.



Source : DREAL Pays de la Loire, 2015



Photo de la forêt de Vezins  
(Source : ot-cholet.fr)

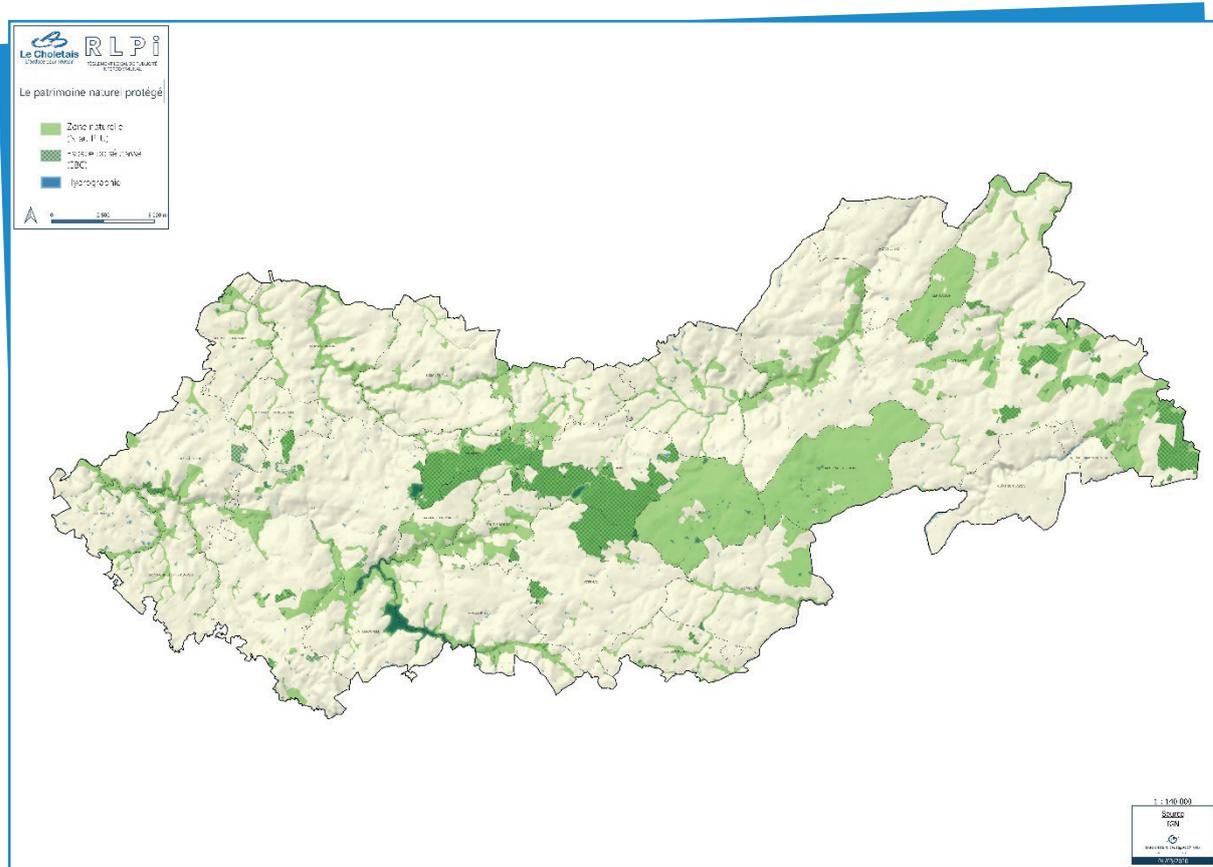
## 2.2 | LE PATRIMOINE NATUREL

La richesse du patrimoine naturel de l'AdC réside dans son paysage bocager entretenu et conservé. Il reflète une gestion agricole respectueuse de l'environnement.

Au regard de la réglementation de la publicité extérieure, le Code de l'environnement définit plusieurs zones de restriction en lien avec la protection de l'environnement. Sur le territoire de Cholet, seules les zones naturelles N du PLU et les espaces boisés classés (EBC) y sont recensés.

Les zones naturelles identifiées au PLU protègent particulièrement les vallées et les rivières (l'Èvre, l'Ouère, la Moine, le Lys, le Layon), ainsi que les forêts de feuillus à Nuillé, Chanteloup-les-Bois et Lys-Haut-Layon.

Sur l'ensemble du territoire, les EBC mettent en valeur les forêts de conifères et de feuillus situées entre Nuillé, Chanteloup-les-Bois et Yzernay.



Le patrimoine naturel protégé de l'Agglomération du Choletais

## 2.3 | LE PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Publicités, enseignes et préenseignes sont des dispositifs qui ont un impact visuel direct sur les différents éléments du patrimoine architectural des villes. Le RLPi est un outil efficace pour lutter contre la pollution visuelle et préserver les éléments architecturaux, reflets de l'identité du territoire.

Sur les monuments historiques inscrits et classés, la publicité est interdite (article L.581-4 1° et L.581-4 2° du Code de l'environnement) et il n'est pas possible de déroger à cette interdiction par l'établissement d'un RLP. À moins de 500 mètres et en covisibilité d'un édifice, la publicité est interdite. Il peut être dérogé à cette interdiction par le RLPi, qui établira des règles d'implantation plus contraignantes que celles fixées par la réglementation nationale. Enfin, l'installation ou la modification des enseignes sont soumises à autorisation (article L.581-18 du Code de l'environnement) après accord de l'architecte des Bâtiments de France lorsqu'elles sont envisagées sur l'immeuble ou dans son champ de visibilité (article R.581-16 du Code de l'environnement).

**35 monuments historiques ont été comptabilisés sur le territoire de l'AdC dont :**

- 6 classés ;
- 29 inscrits (voir liste ci-dessous).

NOM	CATEGORIE	DATE	PROTECTION	COMMUNE
Moulin des Landes	architecture industrielle	inscription le 24/06/1975	Inscrit	Bégrolles-en-Mauges
Moulins à vent de Péronne   Moulin nord			Inscrit	Chanteloup-les-Bois
Moulins à vent de Péronne   Moulin sud-est			Inscrit	Chanteloup-les-Bois
Eglise paroissiale Notre-Dame	architecture religieuse	inscription le 01/07/1999	Inscrit	Cholet
Eglise du Sacré Cœur	architecture religieuse	classement le 25/11/1991	Classé	Cholet
Tour dite du Grenier à sel	architecture fiscale	inscription le 01/12/1969	Inscrit	Cholet
Menhir de la Garde ou Pierre à l'huile	architecture funéraire	inscription le 06/01/1976	Inscrit	Cholet
Menhir dit La Pierre Plate	architecture funéraire	inscription le 06/01/1976	Inscrit	Cholet
Moulin à vent de la Noue Ronde	architecture industrielle	inscription le 01/08/1975	Inscrit	Coron
Menhir dit La Pierre des Hommes	architecture funéraire	classement le 31/12/1889	Classé	Coron
Château du Coudray Montbault		inscription le 12/04/1965	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Manoir de la Roche Coutant	architecture domestique	inscription le 24/04/1989	Partiellement inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Grand Riou		inscription le 19/05/1988	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Coudray Montbault   Ensemble de bâtiments   Façade et toitures		inscription le 12/04/1965	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Coudray Montbault   Douves		inscription le 12/04/1965	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Chapelle Sainte-Anne	architecture religieuse	inscription le 17/07/1926	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Coudray Montbault   Ancienne chapelle prieural Saint-Jacques		classement le 27/04/1965	Classé	Lys-Haut-Layon
Château du Grand Riou   Vestiges des murs d'enceinte		inscription le 19/05/1988	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Grand Riou   Tour Sud Ouest		inscription le 19/05/1988	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Grand Riou   Vestiges Tour Nord Est		inscription le 19/05/1988	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Manoir de la Roche Coutant   Deux puits		inscription le 24/04/1989	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château du Grand Riou   Tour isolée		inscription le 19/05/1988	Inscrit	Lys-Haut-Layon
Château des Colbert		inscription le 06/07/1995	Inscrit	Maulévrier
Château des Colbert		inscription le 06/07/1995	Inscrit	Maulévrier
Château des Colbert   Façades et toitures   Communs nord-est			Inscrit	Maulévrier
Château des Colbert   Façades et toitures   Communs nord-ouest			Inscrit	Maulévrier
Menhir dit La Pierre au sel	architecture funéraire	classement le 13/05/1975	Classé	Maulévrier
Eglise	architecture religieuse	inscription le 19/12/1973	Inscrit	May-sur-Èvre
Château de Passavant	architecture domestique	inscription le 09/08/1999	Inscrit	Passavant-sur-Layon
Eglise Saint Etienne	architecture religieuse	classement le 17/07/1926	Partiellement Classé	Passavant-sur-Layon
Eglise	architecture religieuse	inscription le 01/04/1986	Inscrit	Séguinière
Château   Douves		inscription le 29/11/1974	Inscrit	Somloire
Château   Château   Façades et toitures		inscription le 29/11/1974	Inscrit	Somloire
Château   Tour isolée   Façades et toitures		inscription le 29/11/1974	Inscrit	Somloire

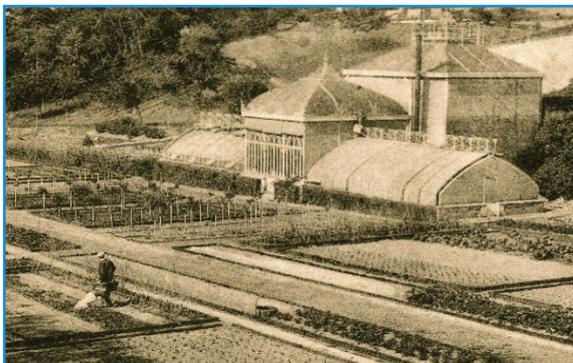
### La zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) de Cholet

Créée le 9 mai 2005, elle constitue une servitude d'utilité publique annexée au PLU et détermine un périmètre et des modalités de protection adaptés aux caractéristiques historiques, architecturales, urbaines et paysagères du patrimoine choletais. La ZPPAUP se substitue aux périmètres de protection des monuments historiques. Les 5 monuments historiques de la ville de Cholet sont concernés :

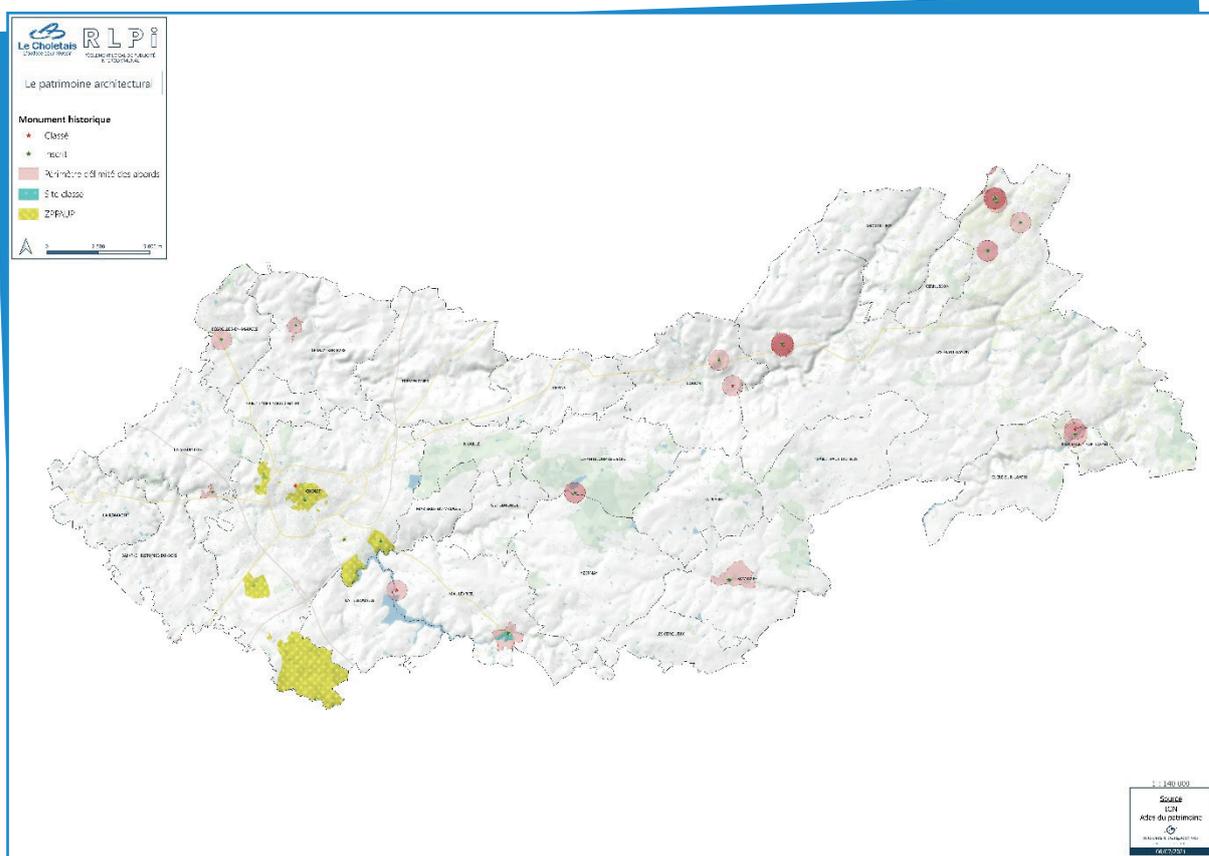
- L'église Notre-Dame ;
- L'église du Sacré Cœur ;
- La tour des Vieux Greniers
- Le menhir de la Garde ;
- Le menhir de la Pierre Plate.

## Le site classé du parc du Château des Colbert

Situé au sud de la commune de Maulévrier, le Château des Colbert possède un potager de 8 000 m<sup>2</sup> créé en 1768. De nombreux aménagements ont ensuite été réalisés par les successeurs de la famille Colbert. Les actuels propriétaires ont décidé de le restaurer dans sa totalité.



Photos du parc potager du Château des Colbert, 1929 et aujourd'hui (potagercolbert.com)

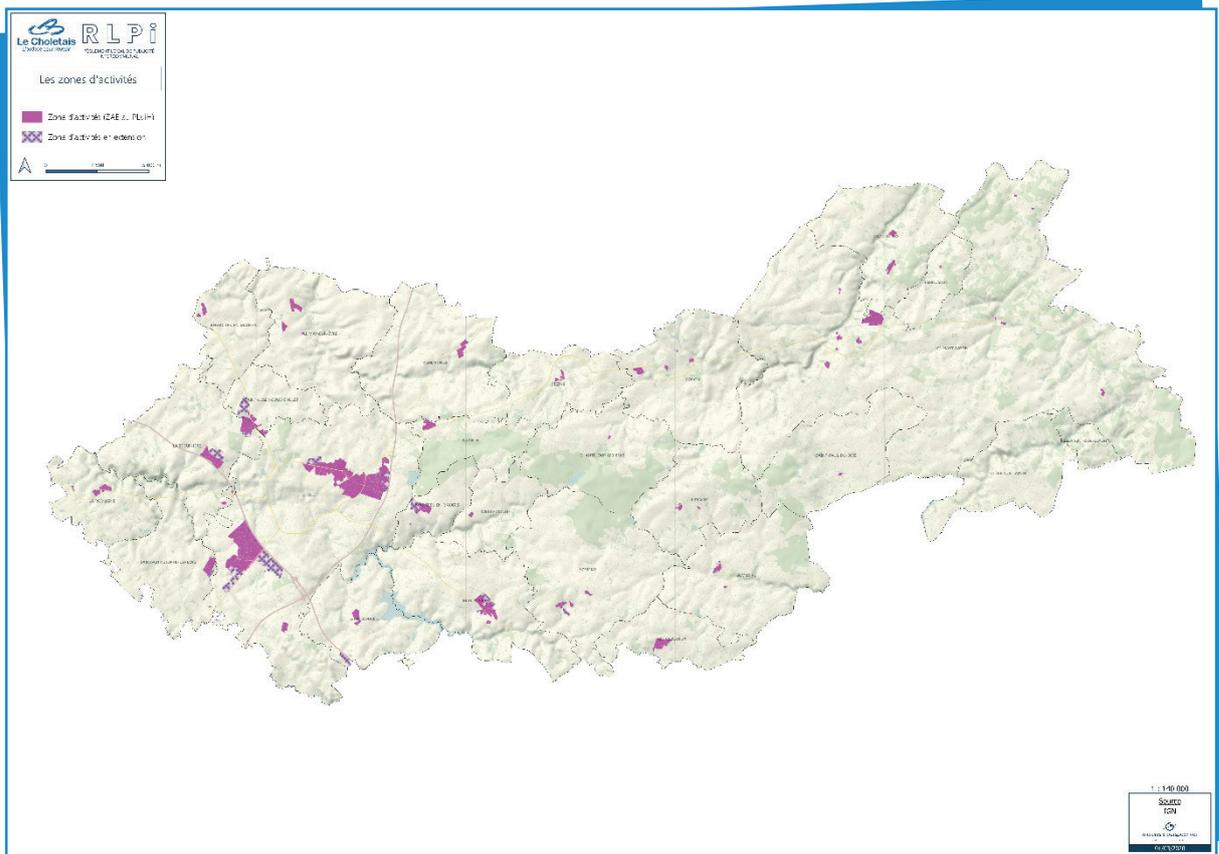


Ensemble des éléments protégés du patrimoine historique de l'Agglomération du Choletais

## 2.4 | LES ZONES D'ACTIVITÉS

Historiquement, Cholet constitue un pôle important d'attractivité de l'emploi, au centre d'un bassin économique très étendu, caractérisé par une forte imbrication de l'industrie et de l'artisanat dans le milieu rural, constituant ainsi un maillage propice au développement homogène du territoire.

Les zones d'activités économiques (ZAE) de l'AdC sont majoritairement des zones mixtes, c'est à dire qu'elles sont constituées d'un mélange d'activités (industrie, artisanat, commerce, tertiaire). Ces ZAE sont d'ampleur variable, allant de quelques hectares pour des zones à vocation essentiellement artisanales à plusieurs centaines d'hectares pour les plus stratégiques ( le Cormier et l'Écuyère à Cholet, la Bergerie à la Séguinière).



Les zones d'activités de l'Agglomération du Choletais

## 2.5 | LE RÉSEAU VIAIRE

L'AdC occupe une position géographique stratégique, à équidistance des métropoles régionales d'Angers et de Nantes, et au cœur d'un réseau routier d'importance régionale.

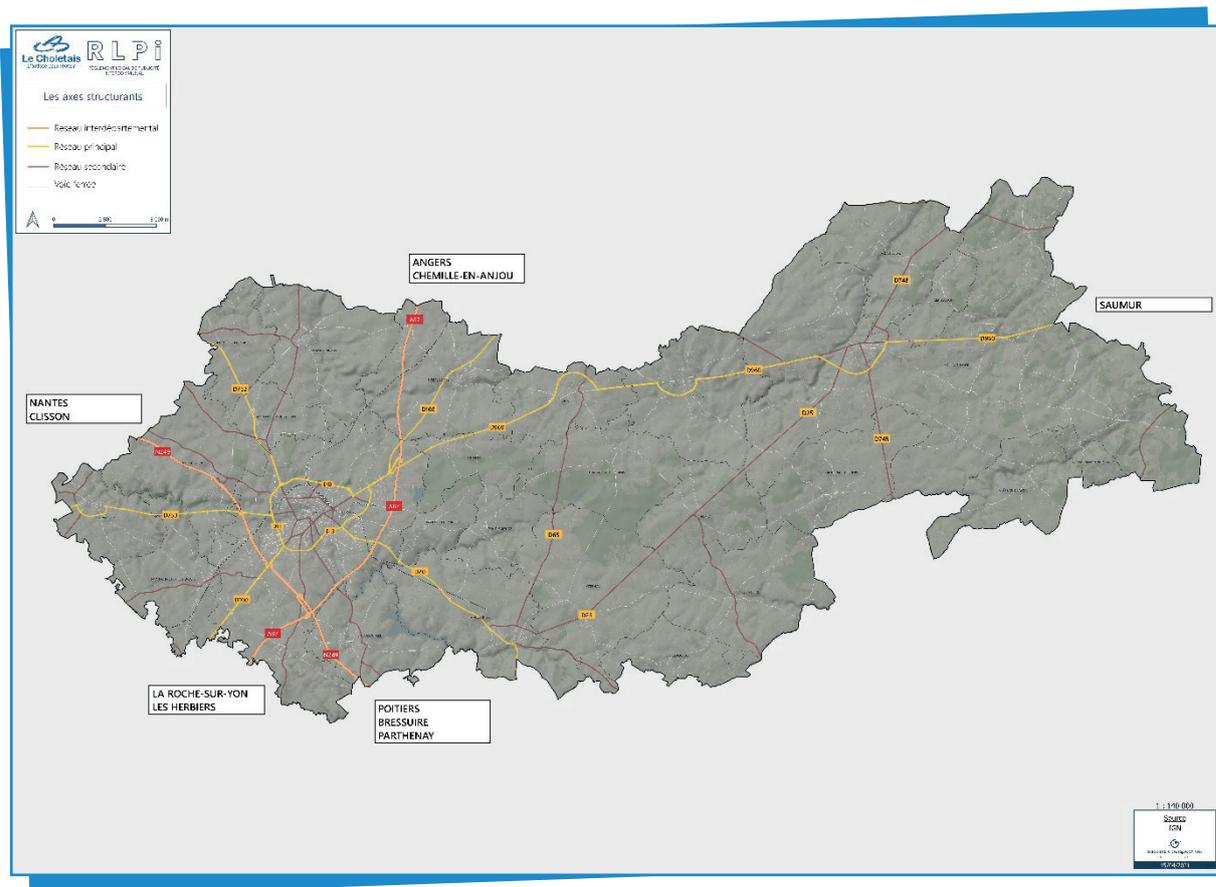
L'autoroute A87 Angers – La Roche-sur-Yon permet de rejoindre en 45 minutes ces deux villes depuis Cholet.

La RN 249 (2x2 voies) mène à Nantes en 45 minutes et à Poitiers en 1 heure trente minutes.

La RD 960 place Cholet à 1 heure environ de Saumur vers l'est et relie Cholet aux communes de Nuaillé, Vezens, Coron et Vihiers.

**Le territoire est également maillé d'un réseau de routes départementales qui assurent les liaisons entre les pôles et les communes, depuis le périphérique choletais :**

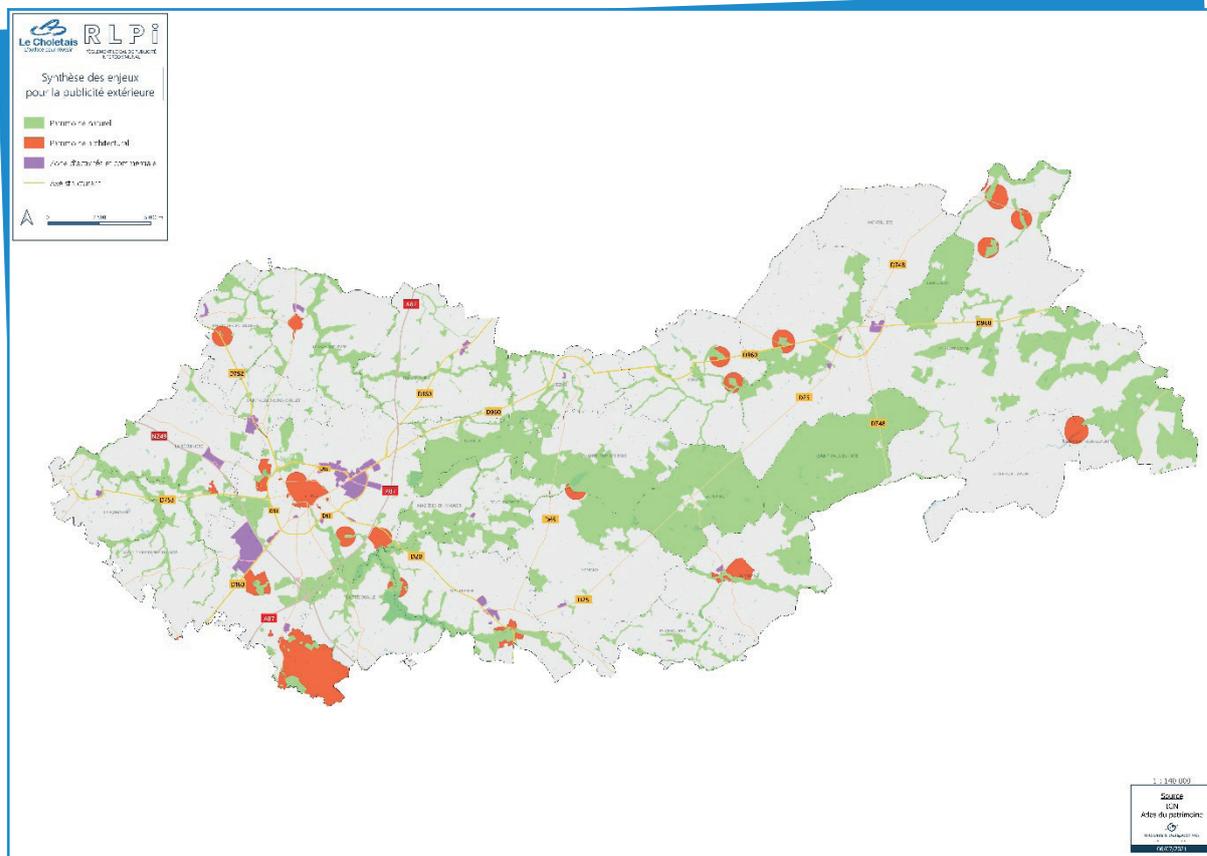
- La RD753, axe est-ouest desservant La Séguinière et La Romagne ;
- La RD752, axe nord-sud desservant Saint-Léger-sous-Cholet et Bégrolles-en-Mauges ;
- La RD160, axe sud-ouest/nord-est desservant Trémentines ;
- La RD20, axe nord-ouest/sud-est desservant Maulévrier.



Réseau viaire de l'Agglomération du Choletais

## 2.6 | SYNTHÈSE DES ENJEUX

Le recueil de toutes les informations précédentes permet, en les synthétisant sur une seule et même carte, de visualiser les enjeux à prendre en compte pour réaliser le zonage et pour établir les règles du futur RLPi.



Synthèse des enjeux pour la publicité extérieure

# 3 | LES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES

Le Code de l'environnement édicte des règles liées aux différentes spécificités des territoires.

## 3.1 | LE CHAMP D'APPLICATION GÉOGRAPHIQUE

**Agglomération, population et unité urbaine sont trois notions fondamentales pour comprendre, appliquer et adapter localement le Code de l'environnement en matière de publicité extérieure :**

- la publicité est interdite hors agglomération. Il importe donc de connaître précisément les lieux situés en agglomération ou hors agglomération.
- le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.
- toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique, à l'exception de quelques règles.

### 3.1.1 | La population de référence

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

### 3.1.2 | Définition de l'agglomération

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

### 3.1.3 | Définition de la communauté d'agglomération (INSEE)

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

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

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

Sur les 26 communes, seule Cholet dépasse les 10 000 habitants.

Il n'y a pas d'unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Commune	Population	Unité urbaine d'appartenance
BÉGROLLES-EN-MAUGES	2 131	Commune hors unité urbaine
CERNUSSON	350	Commune hors unité urbaine
CHANTELOUP-LES-BOIS	700	Commune hors unité urbaine
CHOLET	56 127	Unité urbaine de CHOLET
CLÉRÉ-SUR-LAYON	346	Commune hors unité urbaine
CORON	1 618	Commune hors unité urbaine
LA PLAINE	1 034	Commune hors unité urbaine
LA ROMAGNE	2 001	Commune hors unité urbaine
LA SÉGUINIÈRE	4 285	Commune hors unité urbaine
LA TESSOUALLE	3 270	Commune hors unité urbaine
LE MAY-SUR-EVRE	3 901	Commune hors unité urbaine
LES CERQUEUX	890	Commune hors unité urbaine
LYS-HAUT-LAYON	8 008	Commune hors unité urbaine
MAULÉVRIER	3 268	Commune hors unité urbaine
MAZIÈRES-EN-MAUGES	1 228	Commune hors unité urbaine
MONTILLIERS	1 249	Commune hors unité urbaine
NUAILLÉ	1 500	Commune hors unité urbaine
PASSAVANT-SUR-LAYON	129	Commune hors unité urbaine
SAINT-CHRISTOPHE-DU-BOIS	2 826	Commune hors unité urbaine
SAINT-LÉGER-SOUS-CHOLET	3 043	Commune hors unité urbaine
SAINT-PAUL-DU-BOIS	613	Commune hors unité urbaine
SOMLOIRE	897	Commune hors unité urbaine
TOUTLEMONDE	1 361	Commune hors unité urbaine
TRÉMENTINES	3 100	Commune hors unité urbaine
VEZINS	1 751	Commune hors unité urbaine
YZERNAY	1 857	Commune hors unité urbaine

## 3.2 | LA NOTION D'AGGLOMÉRATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « *en agglomération/hors agglomération* ». La publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. Les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, ainsi que le document graphique afférent sont annexés au RLPi.

La matérialité de l'agglomération primant sur son aspect formel, les panneaux doivent être implantés au droit des immeubles bâtis rapprochés afin d'éviter toute interprétation des règles applicables.



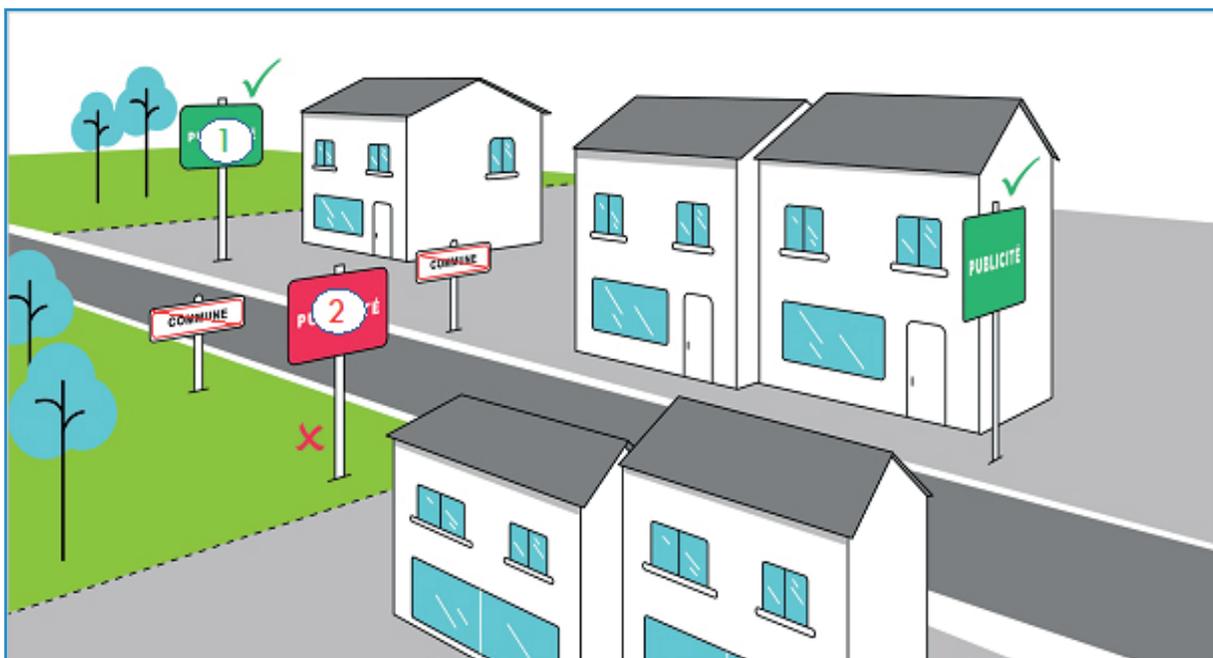
Panneaux d'entrée (EB 10) et de sortie d'agglomération (EB 20)

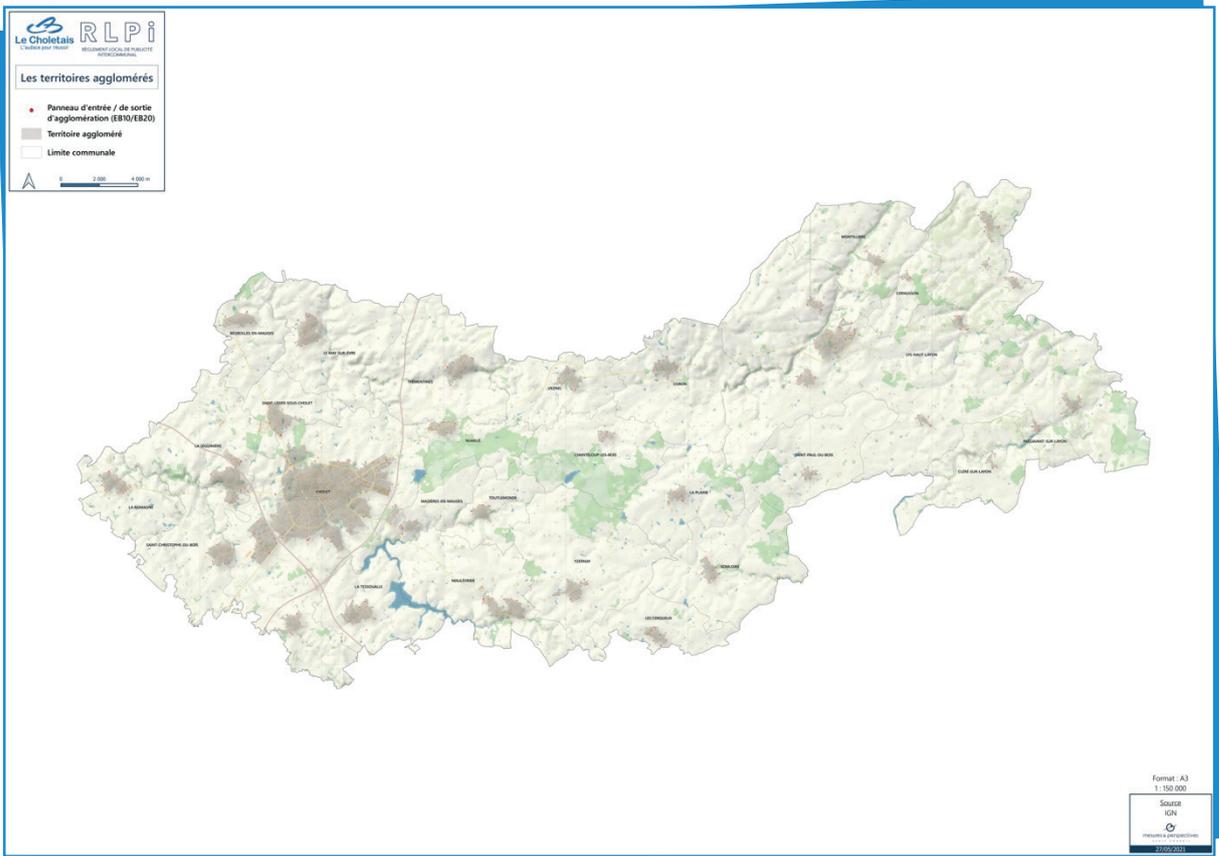
Cependant, les espaces entre les panneaux et les implantations bâtis ne sont pas toujours en parfaite correspondance.

L'illustration ci-dessous présente les deux cas de figures les plus courants :

**1** - l'espace de part et d'autre du panneau ville peut accueillir des dispositifs publicitaires, l'ensemble étant considéré comme un milieu aggloméré ;

**2** - l'espace entre le panneau ville et la première maison ne peut pas accueillir de publicité parce qu'il est considéré comme en dehors du milieu aggloméré.





Carte des territoires agglomérés de l'Agglomération du Choletais

## 3.3 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES À LA PUBLICITÉ

Comme indiqué plus haut, la particularité des communes de l'AdC est d'être soumises à des règles en matière de publicité extérieure distinctes selon que leur agglomération compte plus ou moins 10 000 habitants.

**Au vu des chiffres de la population, cela conduit à évoquer le régime juridique de la publicité et des enseignes applicable :**

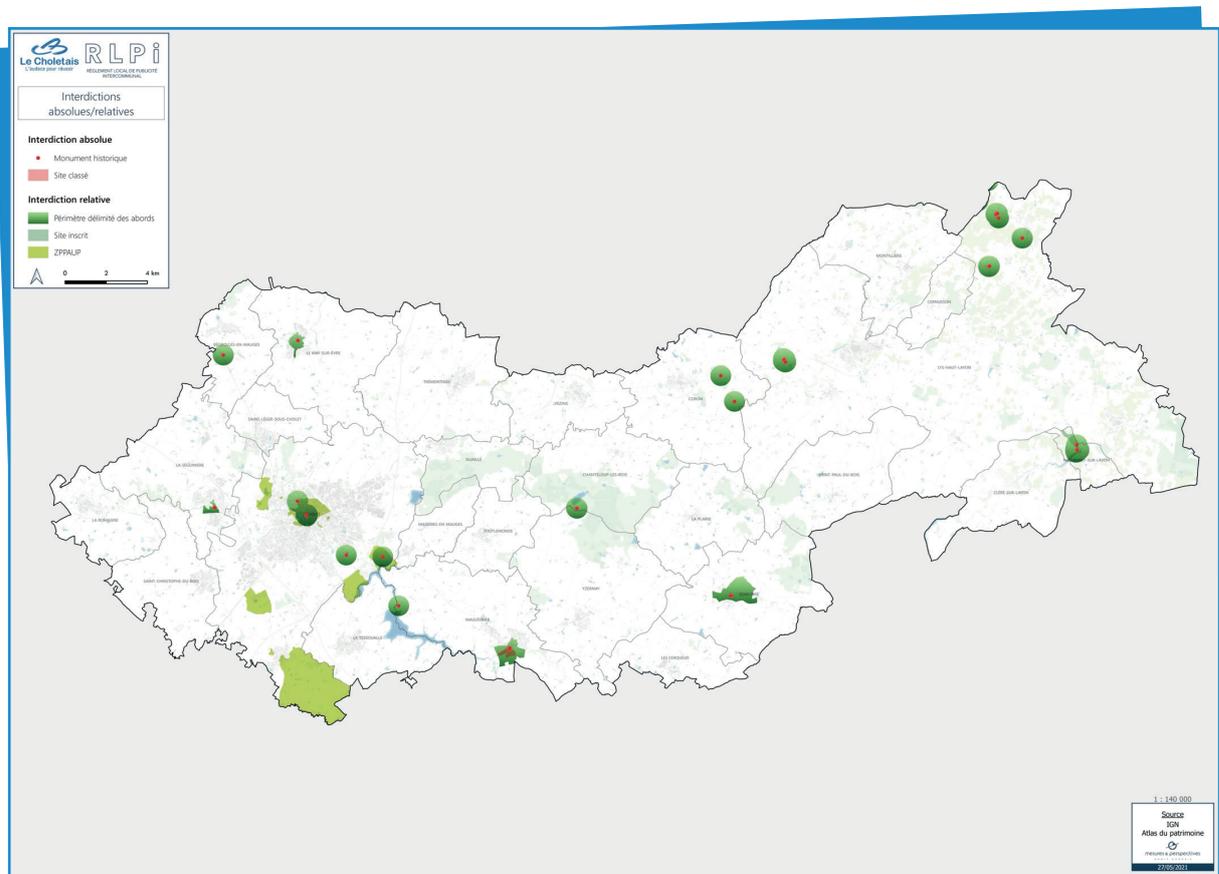
- à Cholet ;
- dans les autres communes de l'AdC.

Le RNP a fixé un régime propre à la publicité murale, à la publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol, à la publicité numérique, à la publicité sur toiture, et à la publicité sur bâche. A également été instituée une règle nationale de densité et, pour la publicité lumineuse, une obligation d'extinction nocturne.

### 3.3.1 | Les interdictions relatives ou absolues

Le RNP fixe des lieux d'interdiction relatives ou absolues suivant l'appartenance ou non à une zone de protection (patrimoine architectural ou patrimoine naturel). La publicité y est interdite.

Cependant, on distingue les interdictions absolues où la publicité est interdite des interdictions relatives où il est possible de réintroduire la publicité dans le cadre de l'élaboration d'un RLPi.



Carte des interdictions relatives ou absolues de l'Agglomération du Choletais

### 3.3.2 | La surface de la publicité

L'instruction du ministère de la transition écologique et solidaire en date du 18 octobre 2019 fixe les modalités de calcul des formats des publicités.

- pour le mobilier urbain, la surface est la surface de l'affiche ;
- pour toutes les autres publicités, la surface est la surface de l'affiche et de l'encadrement ;
- lorsqu'il s'agit d'un dispositif scellé au sol, le pied n'est pas pris en compte dans le calcul.

### 3.3.3 | Les principales règles applicables à la publicité murale

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

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 7,5 m au-dessus du niveau du sol (article R.581-26 du Code de l'environnement).

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
Surface maximale 4 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup>
Hauteur maximale 6 m	Hauteur maximale 7,5 m

### 3.3.4 | Les principales règles applicables à la publicité scellée au sol

La publicité scellée au sol ou directement installée sur le sol est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (article R.581-31 du Code de l'environnement).

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m<sup>2</sup> (article R.581-32 du Code de l'environnement).

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
Interdite	Surface maximale 12 m <sup>2</sup>
	Hauteur maximale 7,5 m

### 3.3.5 | Le régime applicable au mobilier urbain

Le mobilier urbain fait l'objet d'articles spécifiques définissant les mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité. Les surfaces publicitaires propres à chaque type de dispositif (colonne culturelle, abri-voyageur, ...) sont spécifiées.

**Pour les dispositifs de communication supportant à titre accessoire de la publicité, les surfaces sont :**

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
Surface maximale 2 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup>
Hauteur maximale 3 m	Hauteur maximale 6 m

### 3.3.6 | Le régime applicable à la publicité numérique

La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse. Elle est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Elle est autorisée sur propriété privée, mais interdite sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (article R.581-42 du Code de l'environnement).

Sa surface unitaire ne peut dépasser 8 m<sup>2</sup> et elle ne peut s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol (article R.581-34 du Code de l'environnement). Elle est toujours soumise à autorisation au cas par cas.

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
Interdite	Surface maximale 8 m <sup>2</sup>
	Hauteur maximale 6 m

### 3.3.7 | La publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur les véhicules terrestres est réglementée par le Code de l'environnement. Il est à souligner que tous les véhicules terrestres sont concernés dès lors que leur utilisation est essentiellement publicitaire, quel que soit le nombre de roues, que le véhicule soit motorisé ou non, etc.

### 3.3.8 | La publicité sur bâches

Les bâches comportant de la publicité sont classées en deux catégories :

- les bâches de chantier, installées sur des échafaudages « nécessaires à la réalisation de travaux » ;
- les bâches publicitaires, qui sont toutes les autres bâches.

Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
Interdite	Bâche de chantier : surface de publicité < à 50% de la surface de la bâche

### 3.3.9 | La règle nationale de densité

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

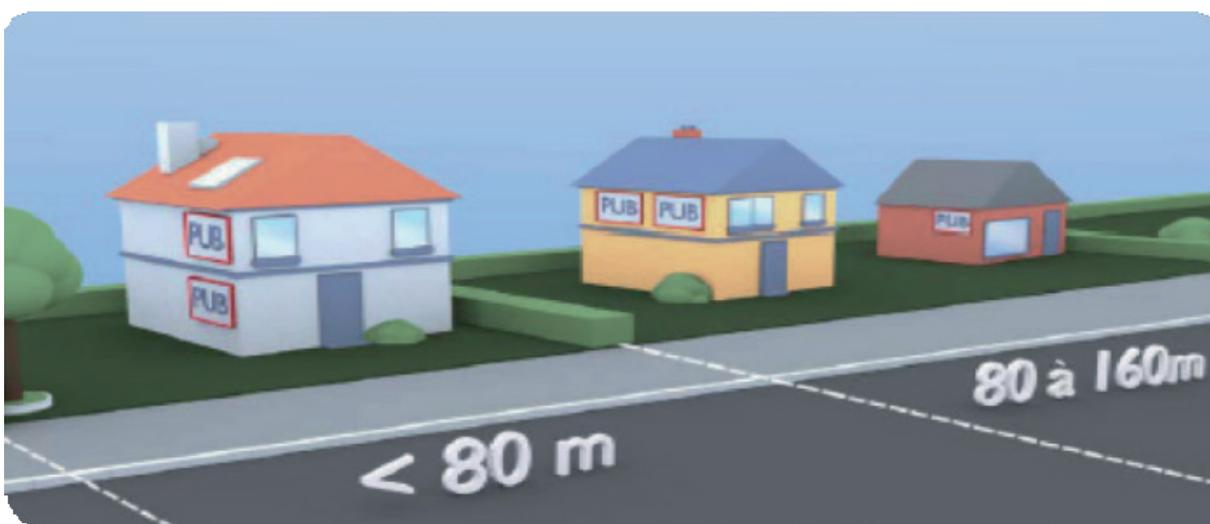


Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire

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

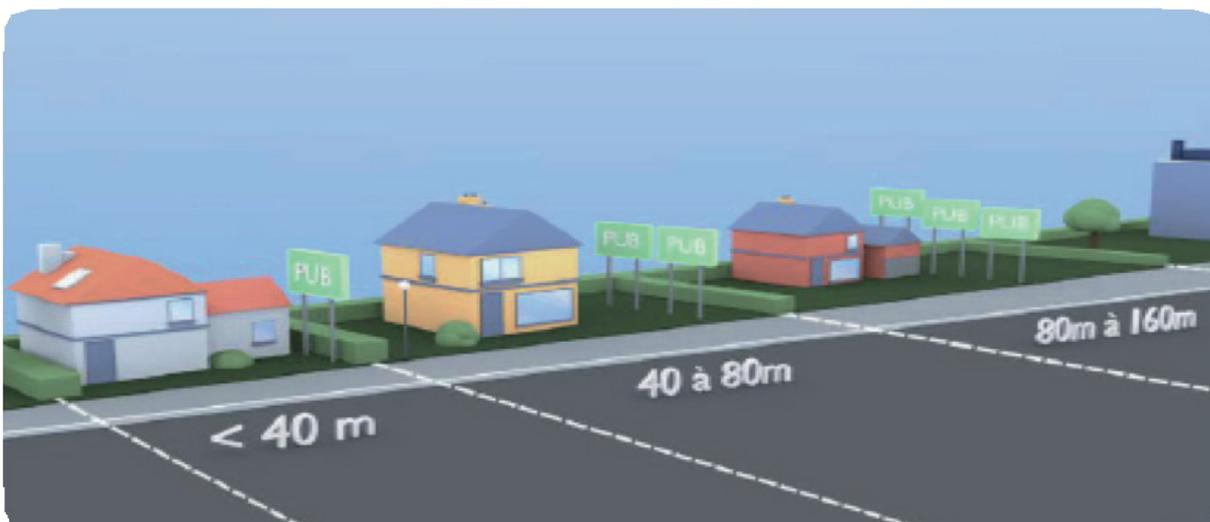


Illustration extraite du guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure publié par le ministère de la transition écologique et solidaire

### 3.3.10 | L'obligation d'extinction nocturne

La publicité lumineuse sous toutes ses formes, y compris la publicité éclairée par projection ou transparence et à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain, est soumise à une obligation d'extinction nocturne entre 1 h et 6 h du matin.

## 3.4 | LES DISPOSITIONS DU RNP APPLICABLES AUX ENSEIGNES

Le RNP s'applique aux enseignes. Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement à un mur, scellées au sol ou directement installées sur le sol, installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

### 3.4.1 | Les principales règles applicables à l'enseigne murale

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

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

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

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, dans la limite de 2 m.

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

### 3.4.2 | Les principales règles applicables à l'enseigne scellée au sol

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

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

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

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, appartenant ou non à une unité urbaine, la surface unitaire maximale de l'enseigne scellée au sol est de 6 m<sup>2</sup>.

	Agglomérations de - de 10 000 habitants	Cholet
	Surface maximale 6 m <sup>2</sup>	Surface maximale 12 m <sup>2</sup> et 6 m <sup>2</sup> hors agglomération
Densité	Surface > 1 m <sup>2</sup> = par voie bordant l'établissement Surface > 1 m <sup>2</sup> = pas de limitation de nombre	
Hauteur	8 m si largeur < 1 m 6,5 m si largeur > 1 m	

### 3.4.3 | Les principales règles applicables à l'enseigne sur toiture ou terrasse

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

La hauteur est limitée à 3 mètres si la hauteur de façade qui la supporte est inférieure à 15 mètres. Cette hauteur est portée au 1/5 de la façade si cette dernière est supérieure à 15 mètres dans la limite de 6 mètres.

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

### 3.4.4 | Les principales règles d'extinction nocturne

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

## 3.5 | LE POUVOIR DE POLICE

Comme le prévoit l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement, le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un règlement local de publicité (Cholet). Dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones au sein desquelles le RLP ne prévoit pas de règles spécifiques, ou si le RLP ne prévoit aucune règle spécifique pour l'ensemble de la commune.

Lorsque le RLPi sera adopté, chaque maire sera compétent sur l'ensemble du territoire de sa commune, qu'il soit couvert ou non par le zonage.

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

**À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au maire ou au président de l'EPCI, RLP(i) ou non selon la population :**

Commune de moins de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent (ou non) en matière de PLU ou de RLP	Le président de l'EPCI dans tous les cas
Commune de plus de 3 500 habitants appartenant à un EPCI compétent en matière de PLU ou RLP	Le président de l'EPCI

Les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 30 juin 2024.

Si un ou plusieurs maires s'y opposent, le président de l'EPCI peut renoncer à cette compétence sur tout le territoire.

L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF).

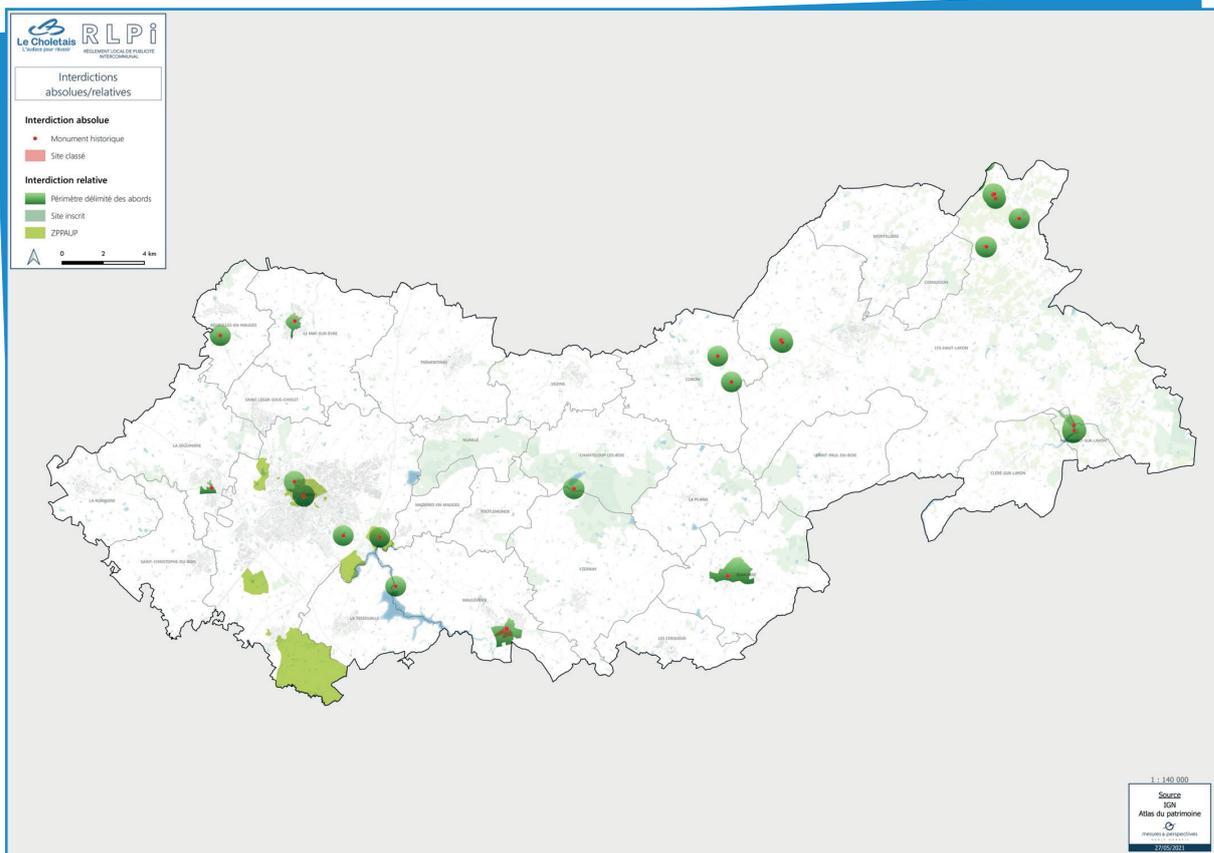
## 3.6 | LES DISPOSITIONS FIGURANT DANS LE RLP ACTUEL

Seule la commune de Cholet est actuellement dotée d'un RLP.

Le document a été adopté par arrêté du 7 juillet 2008.

Les principales règles sont synthétisées dans les tableaux ci-dessous :

PUBLICITÉ									
zone	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5 / ZPA 5	ZPR 6 / ZPA 6	ZPR 7 / ZPR 7		
sur mur	interdit			RNP					
scellé au sol	interdit			modèle validé par la ville, monopied pied de couleur grise					
				si doublem, alignement, même structure, même surface					
				surface comprise entre 6 et 12 m <sup>2</sup> perpendiculaires à la voie					
				dans bande de 20 m de la voie					
				recul 5 m carrefours et rds-pts recul de 35 ou 20 m des rds-pts repérés					
				recul 15 m ou 0 des limites de propriété		0 m des limites de propriété		0 m des limites de propriété ou 3m	
				recul > 3 m habitation				recul > 3 m habitation	
				éclairage par rampe				doublem si L > à 100	
densité	/			L < à 30 m = 0					
				L > à 30 m = 1					
				L > à 100 m pas de limites avec interdistance de 100 m		L > à 100 m pas de limites avec interdistance de 100 m		L > à 100 m pas de limites avec interdistance de 100 m	
	ZPR 1	ZPR 2	ZPR 3	ZPR 4	ZPR 5 / ZPA 5	ZPR 6 / ZPA 6	ZPR 7 / ZPR 7		
numérique	interdit			autorisé		interdit			
sur toiture	interdit			RNP					
bâches publicitaires	interdit			RNP					
petit format	format identique - limité à 3 - surface cumulée < à 20 % surface vitrine - interdit sur les portes								
	interdit sur les murs								
mobilier urbain	surface < 2 m <sup>2</sup>		surface < 8 m <sup>2</sup>		surface < 8 m <sup>2</sup>		surface < 8 m <sup>2</sup>		
	surface > à 2 m <sup>2</sup> recul 5 m carrefours et rds-pts et recul de 35 ou 20 m des rds-pts repérés		surface > à 2 m <sup>2</sup> recul 5 m carrefours et rds-pts et recul de 35 ou 20 m des rds-pts repérés		surface > à 2 m <sup>2</sup> recul 5 m carrefours et rds-pts et recul de 35 ou 20 m des rds-pts repérés		surface > à 2 m <sup>2</sup> recul 5 m carrefours et rds-pts et recul de 35 ou 20 m des rds-pts repérés		
horaires d'extinction	RNP								
palissades de chantier	interdit sauf prom oïon immobilière			RNP					
présenseignes	interdit	sur mu		sauf sur dispositif gd format ou mu					
présenseignes temporaires	interdit								
ENSEIGNES									
à plat	entre RdC et 1 <sup>er</sup> étage			sous l'acrotère ou ligne d'égoût			entre RdC et 1 <sup>er</sup> étage		
	interdit sur balcon et dans le reste des étages et balcon			lettres découpées en relief posées sur la façade					
	hauteur < à 0,60 m			lettres peintes ou adhésives directement sur la façade					
	intégrées dans la vitrine ou petits éléments sur la maçonnerie			sur panneau tablette					
perpendiculaire	store et bannes dans la largeur de chaque vitrine inscription sur lambrequin			lettres constituées de tube linéaire mécon					
	3 par voie surface < à 0,5 m <sup>2</sup>			sous l'acrotère ou le faîtage surface < à 2 m <sup>2</sup>			surface < à 0,5 m <sup>2</sup>		
	saillie < à 1 m								
scellé au sol	interdites			éclairage par petits projecteurs		caisson ne débore pas sur le domaine public		débordement sur domaine public cf. Codevoite rouléme	
				hauteur < à 6 m largeur < à 2 m L < H/3					
				hauteur < acrotère ou égoût toiture L < à 30 m = 0 30 < L < 60 m = 1 L > à 60 m = 2					
				Recul de 10 m dans les carrefours et rds-pts repérés					
lumineuses	caissons interdits sauf pour raison sociale			spots fixés sur façade interdits			si éclairage, rampes lumineuses ou tubes linéaires mécon sur les acrotères ou ligne d'égoût	si éclairage, rampes lumineuses ou tubes linéaires mécon	
				caissons plastiques interdits sauf lettres ou symboles en négatif					
sur toiture	RNP								
temporaires	j-8 pour 3 semaines et limitées à 4 opérations par an								



Zonage du RLP de Cholet

#### Commentaire :

Ce règlement de 2008 complète et adapte à la ville les prescriptions issues du Code de l'environnement. Comme souligné en introduction, il deviendra caduc à l'approbation du RLPI.

#### Il segmente le territoire en 7 zones :

- la ZPPAUP du centre-ville de Cholet (Z.P.R.1) ;
- la ZPPAUP du centre Bourg du Puy St Bonnet (Z.P.R.2) ;
- les secteurs des espaces protégés (Z.P.R.3) ;
- le secteur du boulevard périphérique (Z.P.R.4) ;
- le secteur des principales voies pénétrantes (Z.P.R.5 et Z.P.A.5) ;
- le secteur des zones d'activités (Z.P.R.6 et Z.P.A.6) ;
- le secteur du surplus de la zone agglomérée (Z.P.R.7 et Z.P.A.7) ;

Toutes les formes de publicité sont prises en compte, avec des niveaux de restrictions distincts par zones et types de supports.

Dans les dispositions générales, le règlement impose de nombreuses règles esthétiques pour les dispositifs publicitaires scellés au sol, avec un coloris imposé. De même, des règles sur leur entretien sont très contraignantes.

En ZPR1, ZPR2 et ZPR3 (centre-ville, centre bourg, secteurs des espaces protégés), la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain et encadre bien les enseignes.

En ZPR3, la publicité lumineuse et les préenseignes (sauf longue durée) sont interdites. De nombreuses règles de densités sont imposées. Les totems sont très encadrés.

Les autres zones ont des règles assez similaires.

Le RLP de Cholet est donc assez restrictif et contraignant pour tous les types de dispositifs. La publicité est bien cadrée et autorisée dans les lieux opportuns. Les enseignes sont également bien traitées. Certaines règles sont aujourd'hui obsolètes (dans les ZPA, les publicités seront de fait illégales puisque ce type de zones n'est plus autorisé), et d'autres règles peuvent s'avérer difficile à faire appliquer.

En résumé, ce règlement est composé de règles bien adaptées à la ville de Cholet et a apporté de nombreux points positifs. Plusieurs d'entre elles seront à reprendre dans le futur règlement.

# 4 | LE DIAGNOSTIC

## 4.1 | MÉTHODE DE RECENSEMENT

L'élaboration du RLPi nécessite de connaître la situation des publicités et des enseignes en place.

Le diagnostic a pour objet de faire un état de l'existant de tous les types de dispositifs implantés sur le territoire et concernés par la réglementation.

Il permet d'établir un bilan qualitatif de la publicité extérieure en la replaçant dans l'espace public, en lien avec les orientations fixées par la délibération de prescription.

L'observation qualitative permet de déterminer les enjeux : infraction à la réglementation en vigueur, lieux surchargés, matériels inadéquats...

Au-delà de l'analyse qualitative, l'analyse quantitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

### 4.1.1 | Publicité

La totalité du territoire de la communauté d'agglomération a été parcourue, permettant le relevé des dispositifs de plus de 1,5 m<sup>2</sup>, mobilier urbain compris, hors mobilier urbain non publicitaire.

Une base de données SIG a été constituée sur la base des relevés terrain, permettant d'établir une cartographie de répartition des dispositifs recensés.

**Pour chaque dispositif, les données sont présentées sous forme d'une fiche détaillée reprenant tous les éléments nécessaires à son analyse et son suivi :**

- nature du dispositif ;
- adresse ;
- photo ;
- dimensions ;
- éclairage ;
- légalité ou non vis-à-vis du RLP ou du RNP.

The image shows a screenshot of a web-based form titled 'Géopano' with the date '20/01/2021'. The form is used for recording public advertising panels. It contains several sections of input fields:

- Identification:** Numéro du panneau (74), Date de décommissionnement, Date d'installation, Date de retrait.
- Adresse:** Rue de Belleville, Code postal (41000), Ville (Chateaubriant), Société (RUEP).
- Adresse locale de la société:** (Empty field)
- Propriété:** (Empty field), Format (A), Support (M), Autre format (A), Scale (A), Mécanisme du panneau (A), Pied (A), Éclairage (A).
- Mobilier Urbain:** (Empty field)
- Autre mobilier:** (Empty field)
- Légalité:** (Empty field)
- Illégalité RNP:** (Empty field)
- Illégalité RLP:** (Empty field)
- Autre infraction:** (Empty field)
- Commentaire:** écrit le 17/11/2020
- Code attribué par la société exploitante:** (Empty field)
- Latitude:** 46.008209, **Longitude:** 1.714219
- Photo:** A photograph of a billboard on a building facade.
- Date de création de la fiche panneau:** 17/11/2020, **Date de modification de la fiche panneau:** 27/11/2020

Exemple de fiche de recensement publicitaire

## 4.1.2 | Enseignes

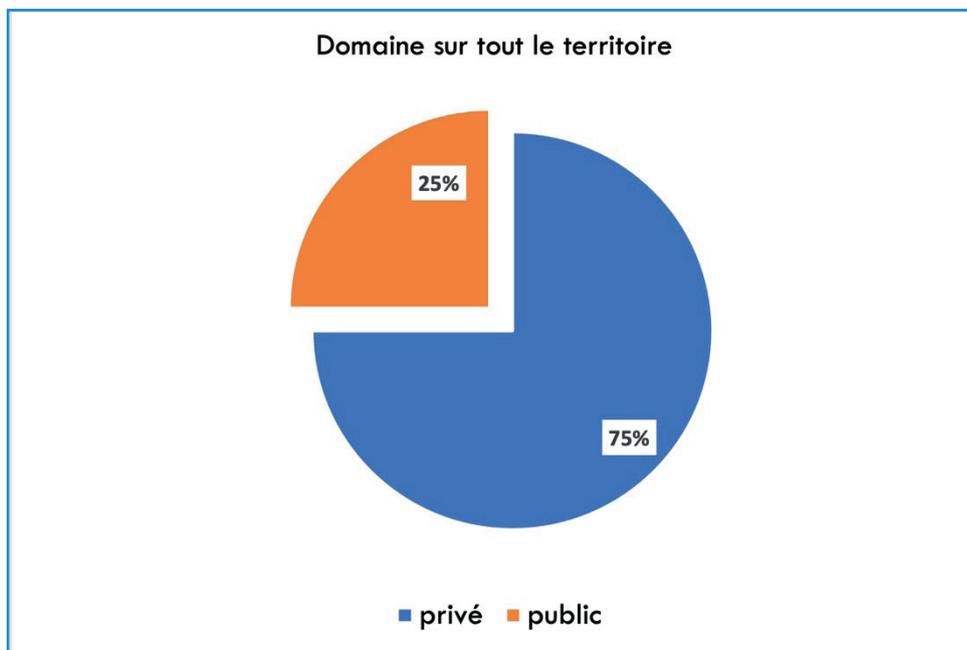
Un recensement exhaustif des enseignes a été réalisé sur la totalité du territoire.

En complément un repérage qualitatif a été effectué, permettant de mettre en évidence les secteurs à réglementer et les règles à établir pour permettre une meilleure intégration dans leur environnement.

## 4.2 | LES CHIFFRES CLEFS DE LA PUBLICITÉ

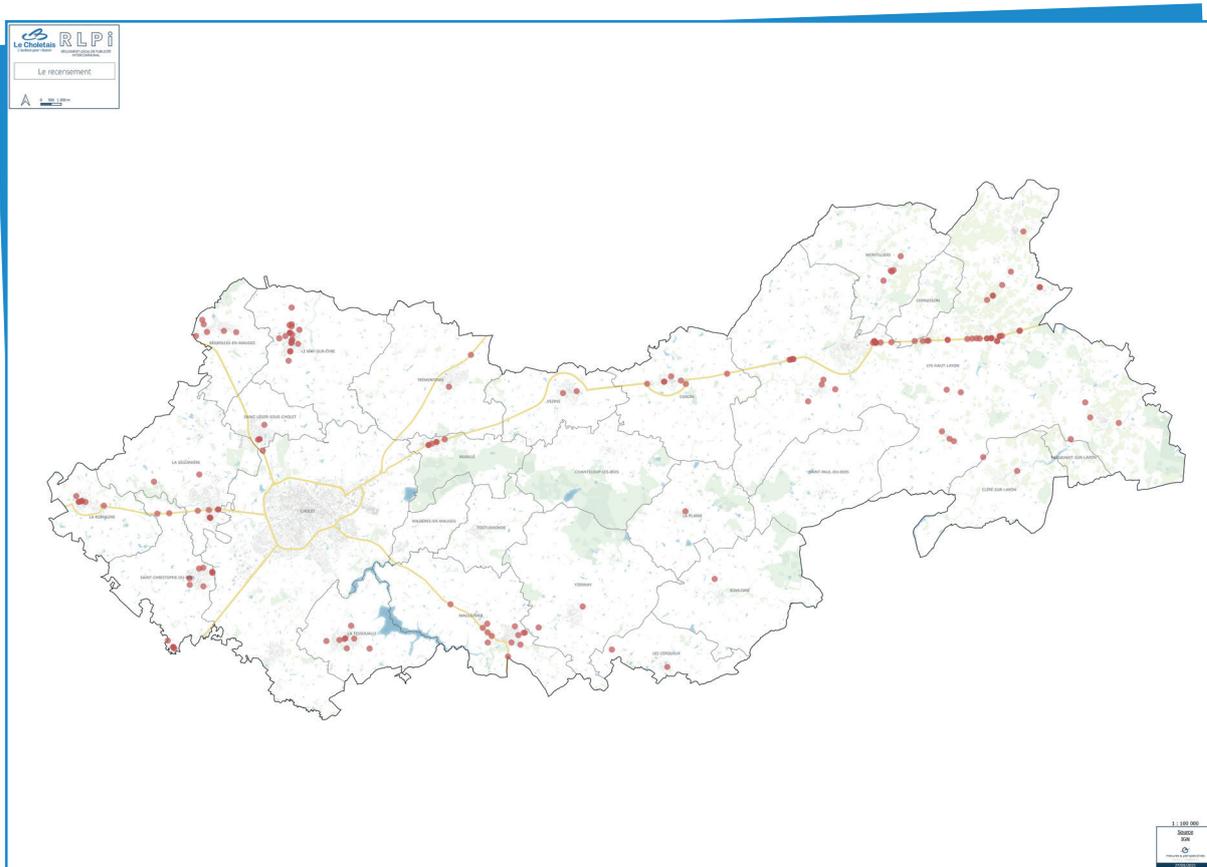
Le nombre de dispositifs supérieurs à 1,5m<sup>2</sup> relevé s'élève à 451. La répartition s'effectue comme suit :

- 336 publicités sur propriétés privées ;
- 115 mobiliers urbains publicitaires.



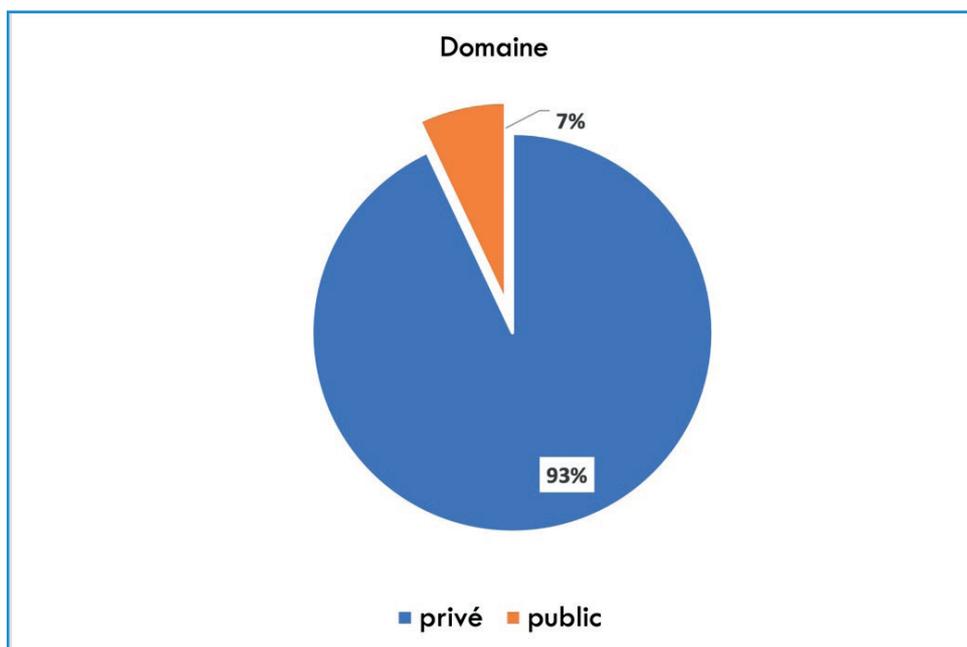
## 4.2.1 | Hors Cholet

Les publicités recensées sur le territoire de l'AdC en dehors de la ville de Cholet sont au nombre de 153 et sont positionnées sur la carte suivante :

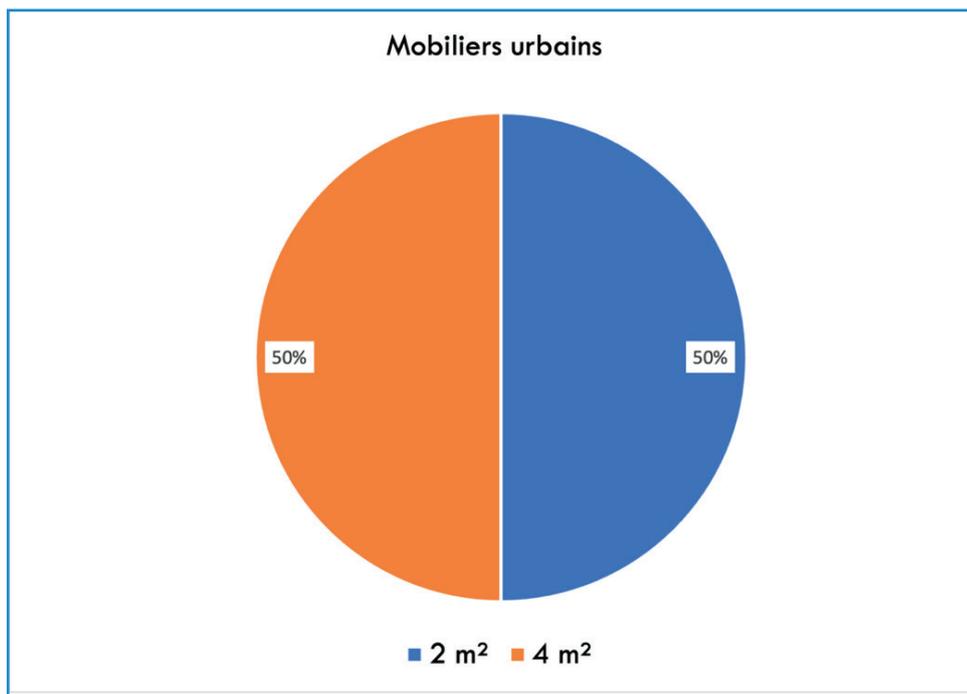


Carte des implantations publicitaires sur le territoire (hors Cholet)

La part de mobilier urbain publicitaire est très faible puisqu'elle ne concerne que 10 dispositifs.

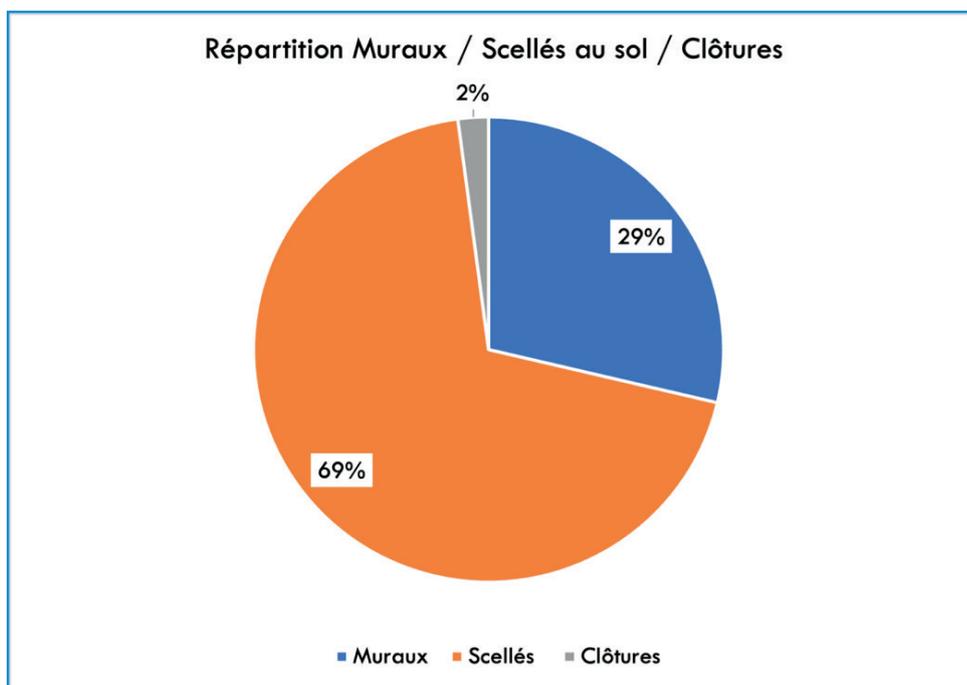


La répartition par type de mobilier urbain est la suivante :

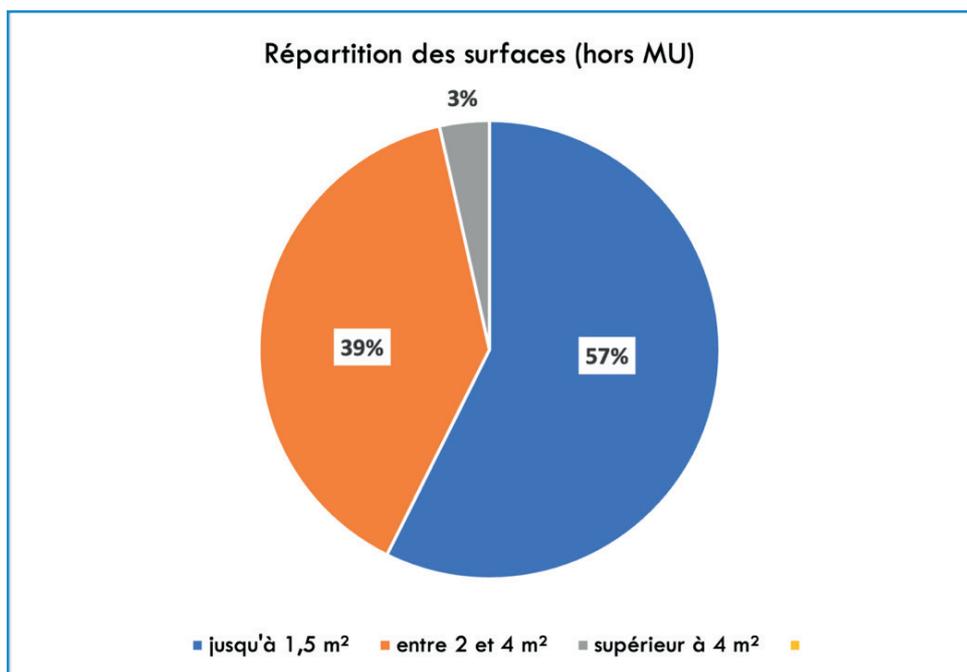


Il est important de souligner que les dispositifs de 4 m<sup>2</sup> sont scellés au sol, ce qui n'est pas autorisé par le RNP.

Sur propriété privée, on distingue les muraux et les scellés au sol. Leur impact sur l'environnement est différent : les muraux s'appuient sur un obstacle visuel existant, alors que les scellés au sol en génèrent un.

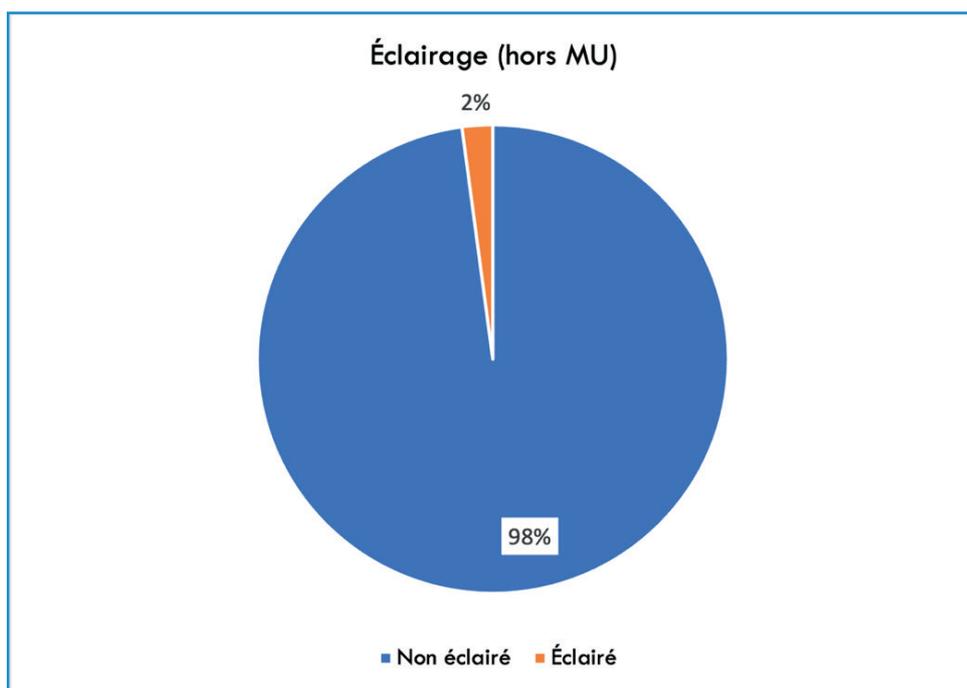


Sur propriété privée, les surfaces sont les suivantes :



La majorité des dispositifs ont une surface inférieure à 4 m<sup>2</sup>. Les 3% sont anecdotiques.

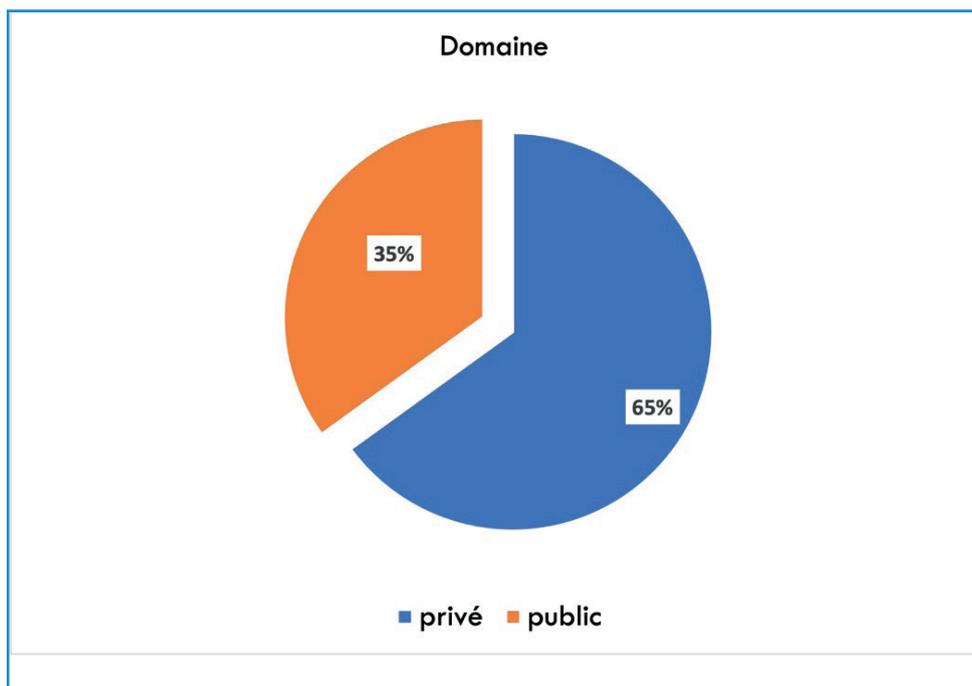
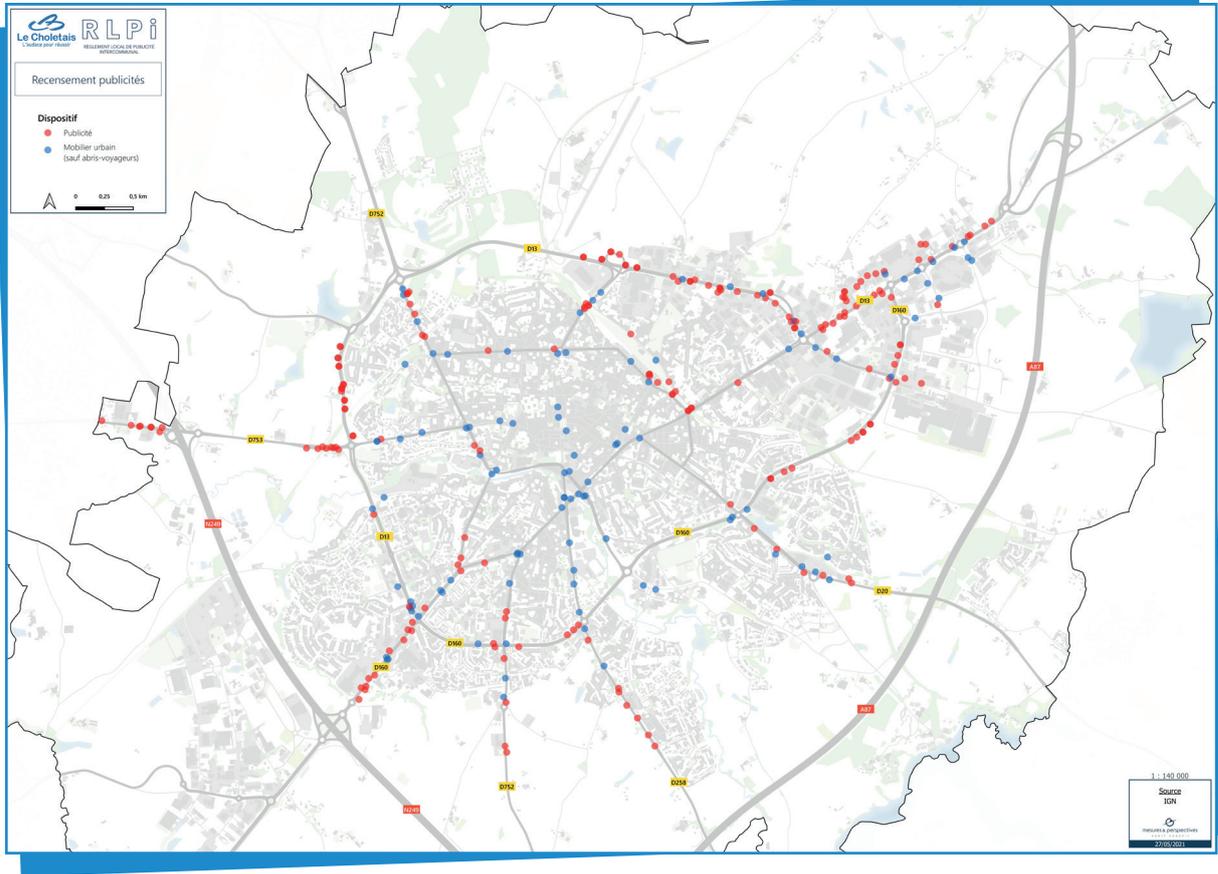
Seulement 2% des dispositifs sur propriété privée sont éclairés.



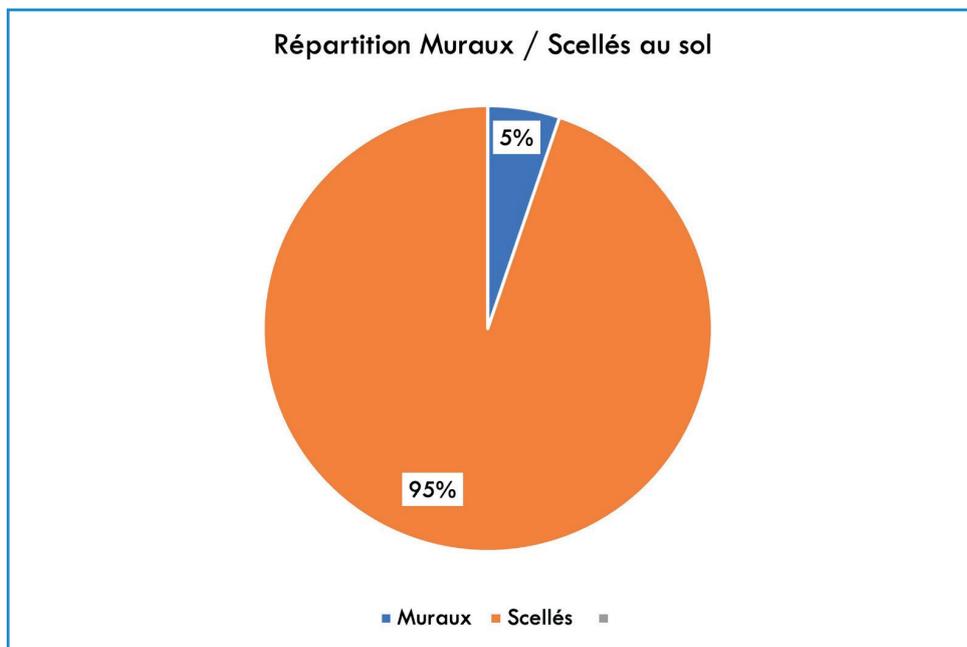
## 4.2.2 | À Cholet

Les publicités recensées sur la ville de Cholet sont au nombre de 298. La carte suivante illustre leur position. La répartition s'effectue comme suit :

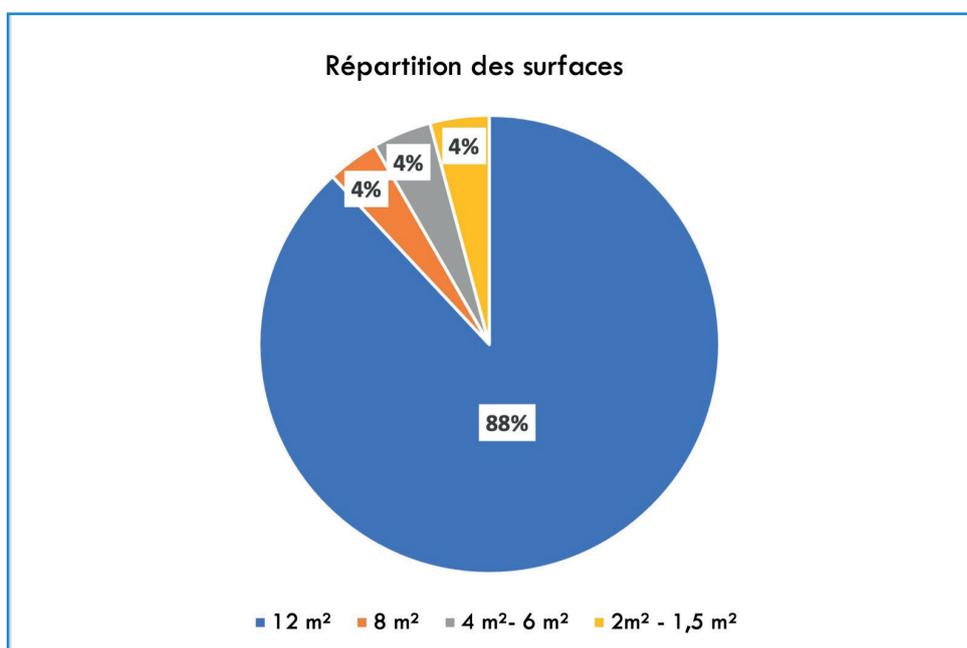
- 193 publicités sur propriétés privées ;
- 105 mobiliers urbains.



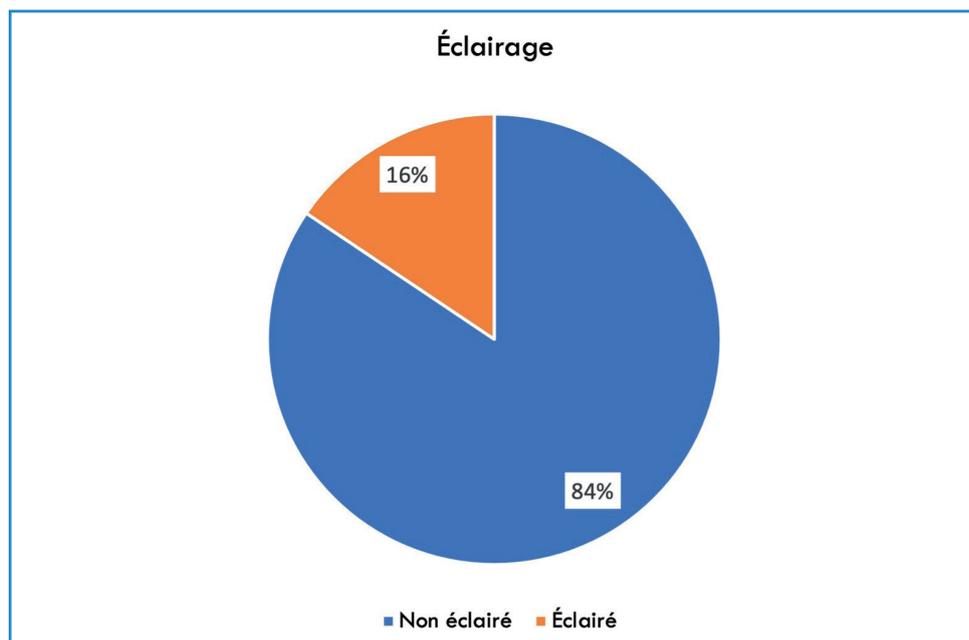
La majorité des dispositifs sont scellés au sol. Ils sont au nombre de 183.



Les dispositifs de 12 m<sup>2</sup> sont les plus nombreux (170). Les autres surfaces sont réparties équitablement.

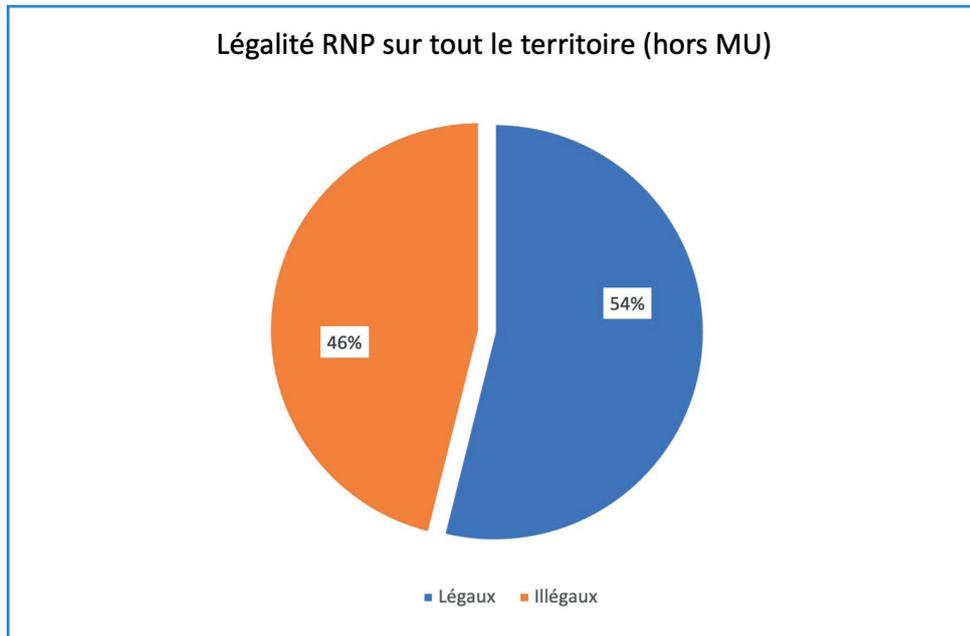


L'éclairage met en évidence des publicités. Seulement 30 dispositifs sur propriété privée sont éclairés, dont 3 numériques.



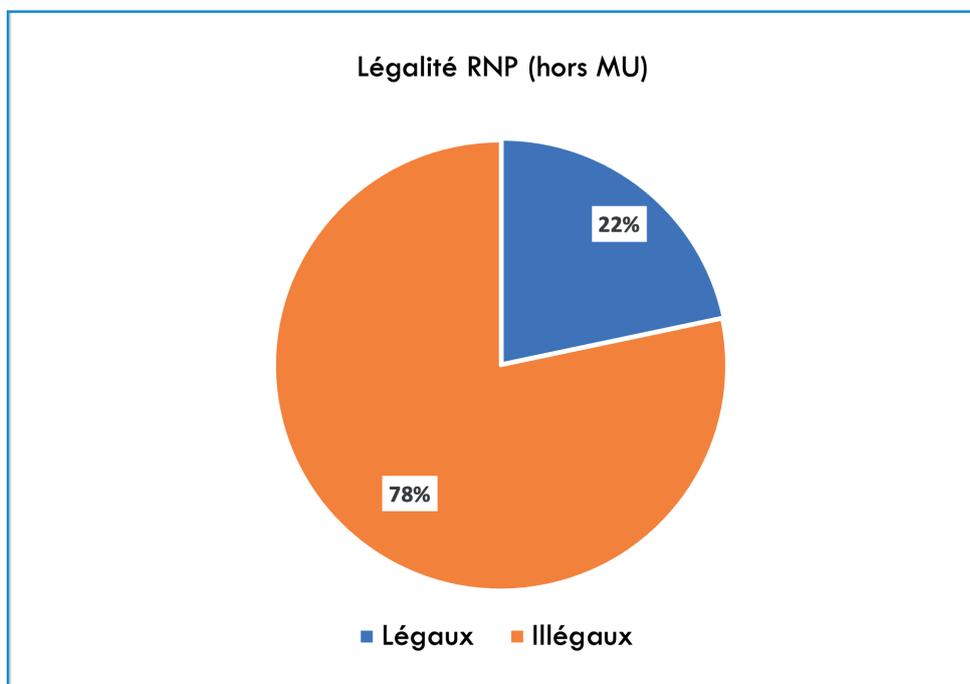
## 4.3 | LA LÉGALITÉ DES DISPOSITIFS

Sur les 366 publicités installées sur domaine privé hors mobilier urbain, 155 sont illégales.



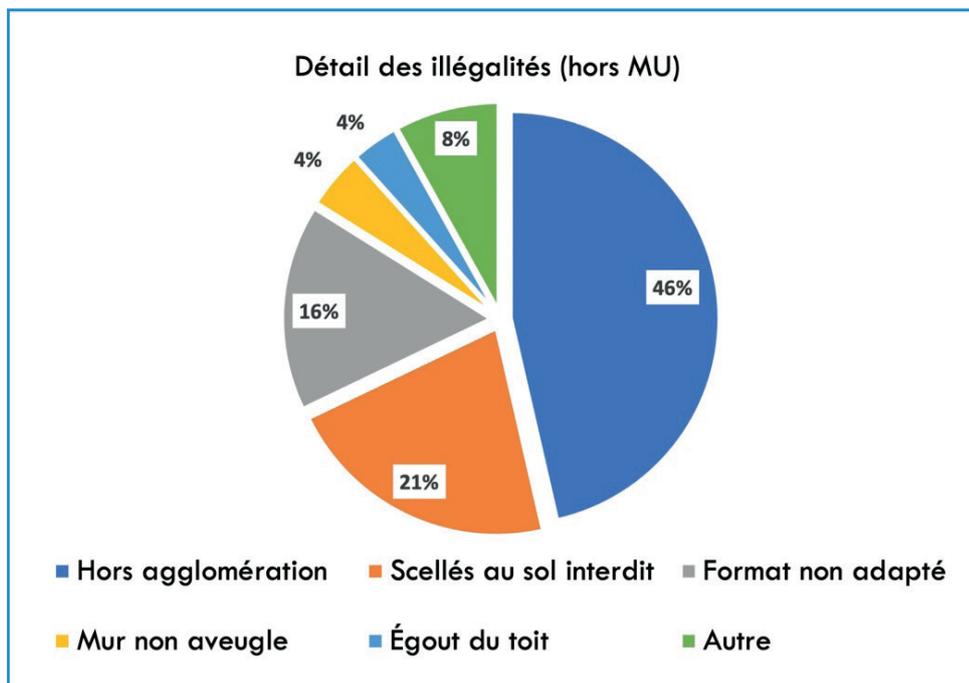
### 4.3.1 | La publicité hors Cholet

Hors Cholet, 112 dispositifs sur 143 sont illégaux, soit les 3/4 d'entre eux.



Les dispositifs hors agglomération (52), les dispositifs scellés au sol (24) et les préenseignes dérogatoires non conformes (18) sont les plus nombreux.

La nature des illégalités est la suivante :



Préenseigne située hors agglomération  
(article L. 581-7 du Code de l'environnement)  
- Coron



Préenseigne scellée au sol dans une  
commune de moins de 10 000 habitants  
(article R. 581-31 du Code de l'environnement)  
- Maulévrier



Préenseigne illégale, n'étant pas installée sur un support monopied et dont les dimensions sont excessives – Lys-Haut-Layon (Vihiers)



Publicité apposée sur un mur non aveugle (article R. 581-22 du Code de l'environnement) – La Romagne



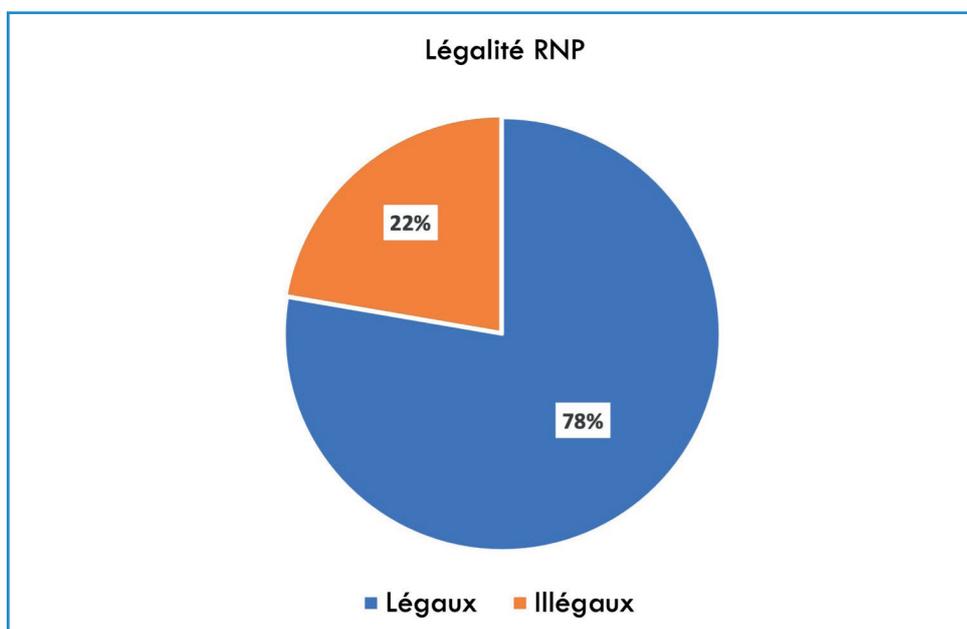
Publicité dépassant la limite de l'égout du toit (article R. 581-27 du Code de l'environnement) et implantée sur un mur non aveugle (article R. 581-22 du Code de l'environnement) – La Romagne



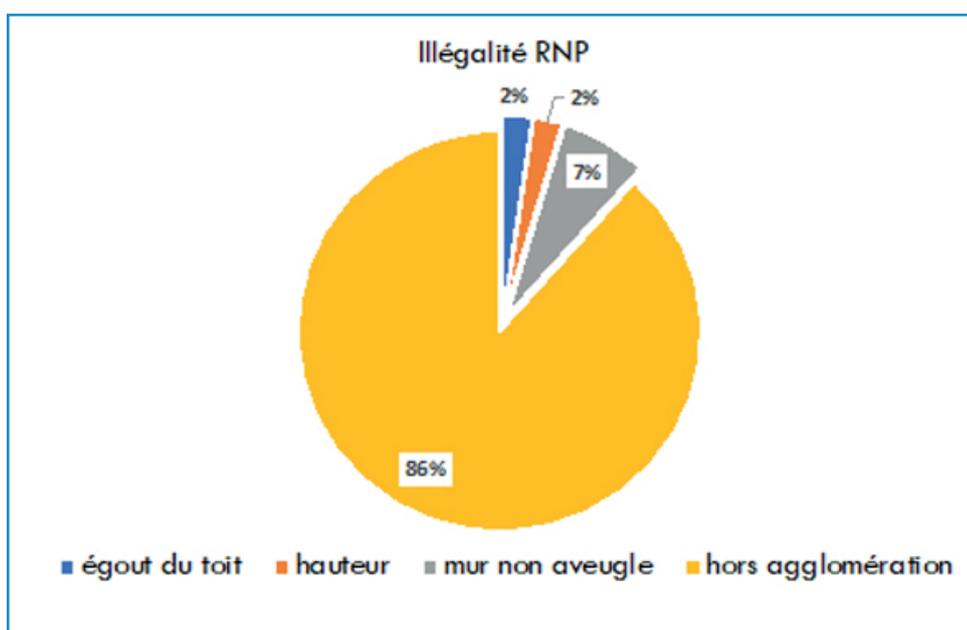
Publicité murale dont la surface est supérieure à 4 m<sup>2</sup> (article R. 581-26 du Code de l'environnement) – Le May-sur-Èvre

### 4.3.2 | La publicité à Cholet au regard du RNP

44 dispositifs sur 193 sont illégaux au regard du RNP.

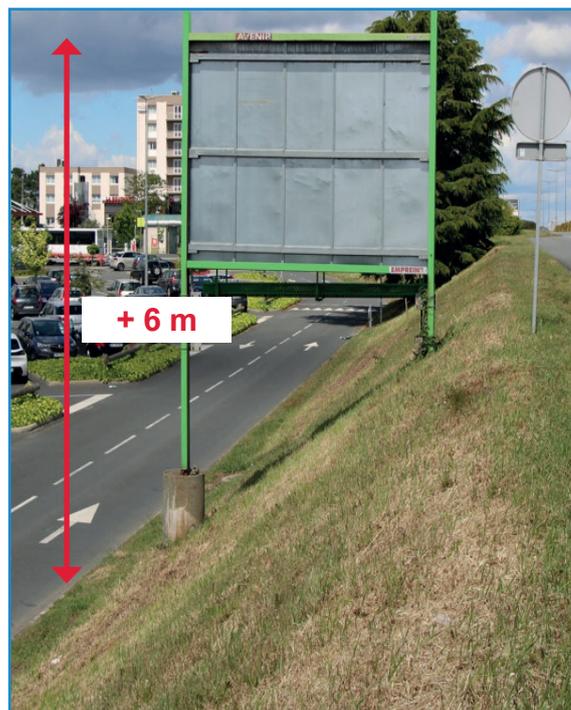


La majorité des dispositifs illégaux sont installés hors agglomération. Cela s'explique en partie par le RLP qui a créé 3 zones de publicités autorisées (ZPA). Cette disposition était possible dans la loi du 29 décembre 1979. Elle ne l'est plus aujourd'hui.





Publicités situées hors agglomération (article L. 581-7 du Code de l'environnement)



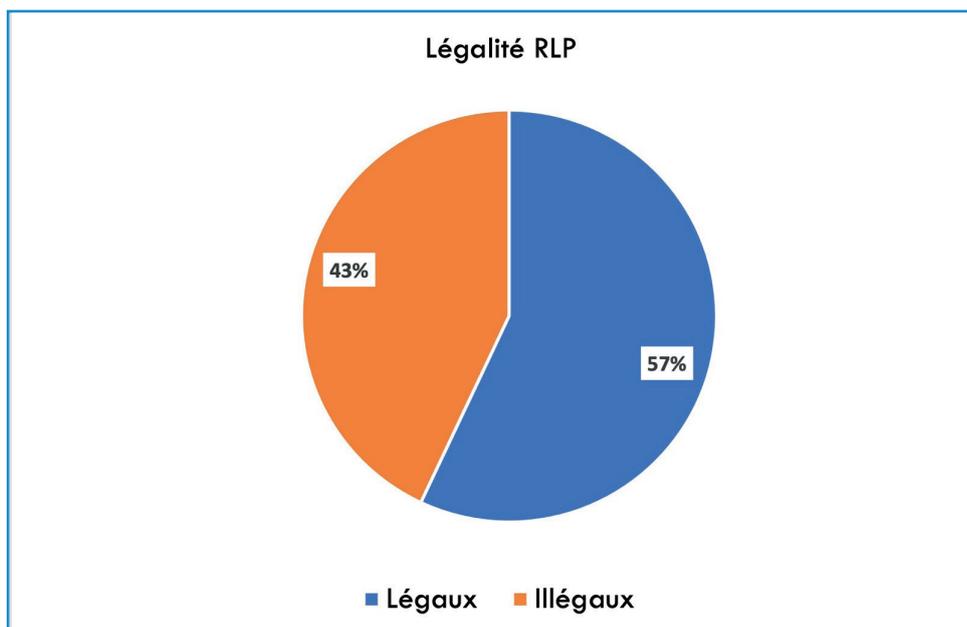
Publicité s'élevant à plus de 6m au-dessus du niveau du sol (article R. 581-32 du Code de l'environnement)



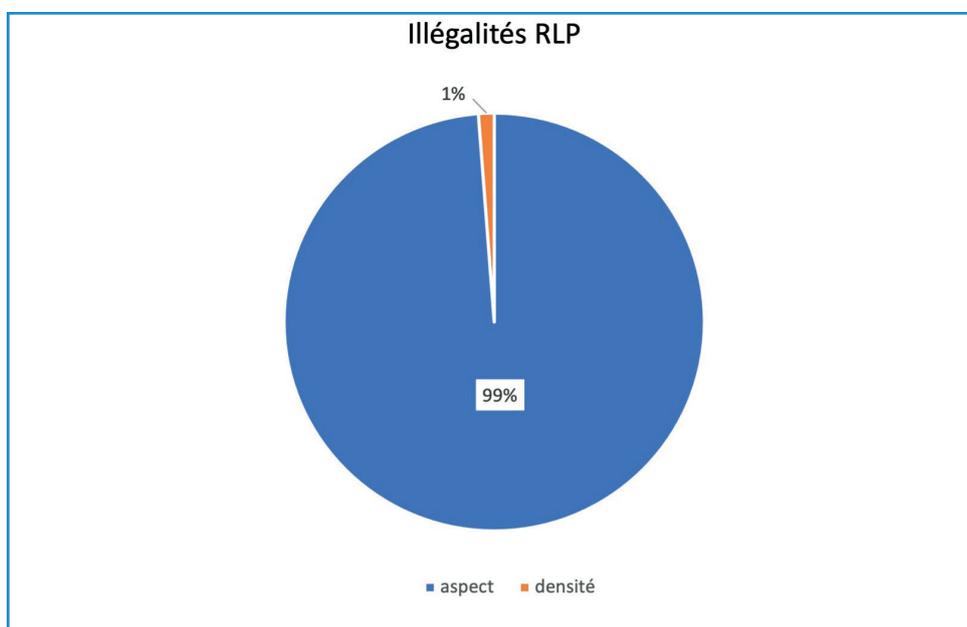
Publicité dépassant de la limite de l'égout du toit (article R. 581-27 du Code de l'environnement)

### 4.3.3 | La publicité à Cholet au regard du RLP

Au regard du RLP de Cholet, de très nombreuses illégalités ont été constatées.



Les principales irrégularités concernent les règles liées à l'aspect des panneaux. D'autres sont dues à des coloris différents de celui imposé, aux passerelles visibles, ou encore à l'utilisation de dispositifs bipieds...





Dispositif scellé au sol bipied  
(Chapitre 1- Article 6)



Utilisation d'une passerelle non escamotable  
(Chapitre 1- Article 6)



Règle de densité non respectée (Chapitre 5 - Article 2-2)

### 4.3.4 | Les enseignes hors Cholet

Si la grande majorité des enseignes installées sont conformes avec le Code de l'environnement, on constate néanmoins des irrégularités.



Enseignes avec une surface cumulée trop importante (article R. 581.3 du Code de l'environnement) – Lys-Haut-Layon (Vihiers)



Enseigne apposée à plat dépassant les limites de l'égout du toit (article R. 581-60 du Code de l'environnement) – Saint-Paul-du-Bois



Enseignes scellées au sol supérieures à 1 mètre carré en surnombre. Elles sont limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement (article R. 581-60 du Code de l'environnement). On peut également noter que l'enseigne de gauche est supérieure à 6 m<sup>2</sup> (article R. 581-65 du Code de l'environnement) – La Séguinière



Enseigne murale dépassant du mur (article R.581-60 du Code de l'environnement). En abaissant celle-ci, elle devient conforme – La Tessoualle



Enseigne sur toiture en lettres non découpées (article R.581-62 du Code de l'environnement) - Yzernay

Enseigne perpendiculaire mal positionnée car elle n'est pas située sur le lieu où s'exerce l'activité (le bar-tabac se trouve uniquement au rez-de-chaussée de cet immeuble). C'est donc une publicité. Les publicités sont illégales lorsqu'elles sont installées sur un mur non aveugle (article R. 581-22 du Code de l'environnement) - Bégrolles-en-Mauges



### 4.3.5 | Les enseignes à Cholet au regard du RNP

Les motifs d'illégalités des enseignes à Cholet sont les mêmes que ceux rencontrés sur le reste du territoire. Elles peuvent être régularisées simplement, sans remettre en cause la visibilité des messages.



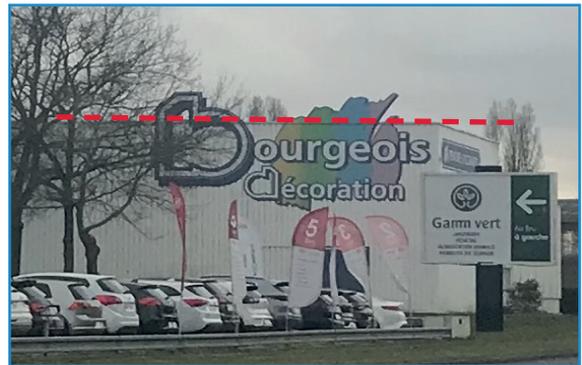
Surface cumulée d'enseignes trop importante (article R. 581.3 du Code de l'environnement)



Enseignes apposées à plat dépassant les limites de l'égout du toit (article R. 581-60 du Code de l'environnement)



Enseignes scellées au sol supérieures à 1 m<sup>2</sup> en surnombre. Elles sont limitées à un dispositif par voie bordant l'établissement (article R. 581-60 du Code de l'environnement).



Enseigne dépassant du mur (article R.581-60 du Code de l'environnement). En l'abaissant, elle devient conforme.



Enseigne perpendiculaire mal positionnée car elle n'est pas située sur le lieu où s'exerce l'activité (la pharmacie se trouve uniquement au rez-de-chaussée de cet immeuble). C'est donc une publicité. Les publicités sont illégales lorsqu'elles sont installées sur un mur non aveugle (article R. 581-22 du Code de l'environnement)



Enseignes sur toiture en lettres non découpées ou avec structure apparente (article R.581-62 du Code de l'environnement)

### 4.3.6 | Les enseignes à Cholet au regard du RLP

Quelques enseignes sont en infraction en regard du RLP, plus particulièrement les enseignes perpendiculaires.



5 enseignes perpendiculaires en façade au lieu d'une seule (Chapitre 2 - Article 5).



Enseigne perpendiculaire située au-dessus du premier étage (Chapitre 2 - Article 5)

## 4.4 | LES CONSTATS

### 4.4.1 | Publicité hors Cholet

Des publicités scellées au sol hors agglomération :

De nombreux dispositifs installés anarchiquement hors agglomération sur le territoire engendrent une pollution visuelle importante dans les paysages. Ces dispositifs sont illégaux.



Préenseignes scellées au sol hors agglomération illégales – Maulévrier

Des publicités scellées au sol en agglomération :

Quelques publicités scellées au sol sont illégales car situées dans des agglomérations de moins de 10 000 habitants.



Préenseignes scellées au sol en agglomération illégales – Maulévrier et Yzernay

Des matériels disparates :

Les matériels utilisés sont très hétérogènes. Imposer par exemple des cadres avec moulures améliorerait la qualité des messages sur le territoire.



Publicités murales avec ou sans cadre avec moulures - Le-May-sur-Èvre et Montilliers

### Des densités variables :

Si la règle de densité fixée pour les publicités murales par le RNP est globalement respectée, il n'y a pas de cohérence d'installation sur le terrain. Les doublons n'ont pas de légitimité car redoublant souvent le même message. Ils ont un impact visuel important. Fixer une règle limitant le nombre de panneaux par façade est à étudier.



Publicités murales avec un seul ou deux dispositifs par pignon - La Romagne et La Plaine

### Des préenseignes dérogatoires au format illégal :

Si la nature des activités permet leur installation, certaines préenseignes ne respectent pas les dimensions réglementaires ou le type de matériel exigé. Essentielles à la bonne activité des établissements qu'elles signalent, elles doivent néanmoins être mises en conformité.



Préenseigne dérogatoire qui ne respectant pas le format légal – Lys-Haut-Layon (Trémont)

## 4.4.2 | Publicité à Cholet

### Hors agglomération :

Hors du territoire aggloméré, matérialisé par les plaques d'entrée et de sortie d'agglomération (respectivement EB10 et EB20), certains dispositifs publicitaires ont été admis par le RLP actuel, mais sont illégaux.



### Les entrées de ville :

Les entrées d'agglomération représentent des zones cibles pour les afficheurs. Première impression donnée aux visiteurs, elles doivent être traitées prioritairement.



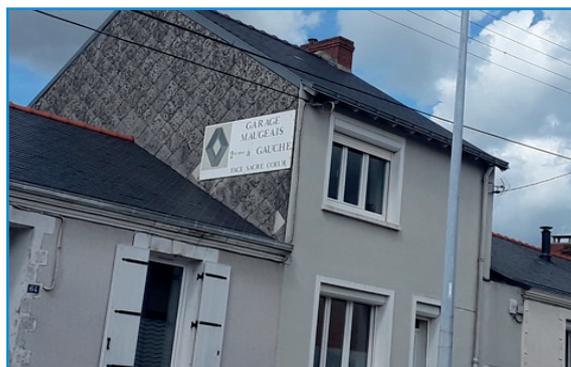
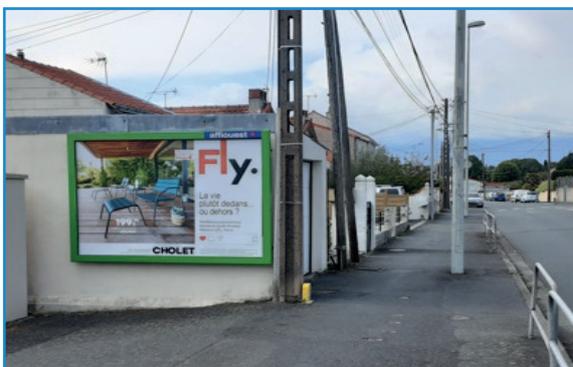
### Les zones commerciales et d'activités :

Un grand nombre de dispositifs sont installés dans ces zones. Leur organisation est bien souvent anarchique et leur accumulation devient contre-productive.



### Les zones résidentielles :

Peu de dispositifs sont installés dans les zones résidentielles. Leur présence n'est pas toujours pertinente.



### Les grands axes :

Au regard de la forte fréquentation d'automobilistes, les grands axes de circulation sont également prisés par les afficheurs.



### Les zones naturelles :

Plusieurs dispositifs de grands formats ont été recensés dans les espaces de nature ou proches de ceux-ci. Ces sites doivent être protégés de toute nuisance visuelle.



### La publicité numérique :

Les premiers dispositifs numériques ont été installés en France dans les années 1980, mais cette technique s'est véritablement développée depuis 2010, favorisée par la baisse des coûts et le progrès de la qualité du matériel : nombre de pixels démultiplié, visibilité de jour améliorée.

Que les publicités et enseignes numériques soient considérées comme une expression de la modernité ou comme une nuisance, elles doivent être maîtrisées. Leur luminosité peut nuire au voisinage, leur multiplicité peut rendre illisible l'espace urbain. Elles sont soumises à autorisation. Les lieux pouvant les accueillir seront à déterminer.



Publicités numériques

### Les chevalets :

Les commerces de centre-ville les utilisent fréquemment pour mieux se signaler. Ils peuvent être un élément d'animation de la rue.

Ces dispositifs posés sur le domaine public doivent faire l'objet d'une autorisation d'occupation temporaire et respecter les normes d'accessibilité. Les conditions de leur installation doivent être encadrées.



Chevalets sur domaine public

### Du matériel disparate :

La structure des panneaux est globalement disparate. Sur l'exemple ci-dessous figurent un dispositif monopied et un dispositif bipied. Pour une meilleure cohérence, il est préférable d'avoir un matériel homogène sur l'ensemble du territoire. La reprise des règles du RLP actuel sera suffisante. « Article 6 : Tous ces nouveaux dispositifs installés doivent être du type « monopied », sauf à justifier de contraintes techniques relatives à la topographie ou à la consistance du sol, et en cas de pose en doublon lorsqu'elle est autorisée. »



Publicité scellée au sol monopied à gauche et bipied à droite

### Du matériel non entretenu et des accessoires inesthétiques :

Tout matériel installé dans l'espace public contribue à l'image de la ville. L'état doit en être irréprochable. Les éléments ajoutés à la structure principale, les fixations ou fondations apparentes, les dispositifs totalement ou partiellement en panne sont préjudiciables au cadre de vie. Le RNP exige succinctement que les dispositifs soient maintenus en « bon état d'entretien et de fonctionnement ».

Ces dispositions peuvent être complétées par le RLPI.



Publicité scellée au sol avec une passerelle à gauche, dispositif non entretenu à droite

### 4.4.3 | Enseignes

De belles réalisations conformes au RNP :

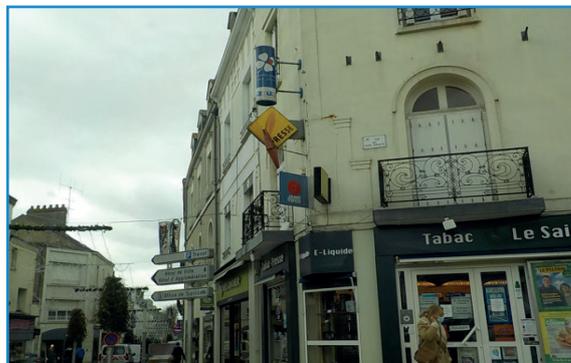
L'appréciation de la qualité d'une enseigne est liée pour partie aux matériaux (matières nobles, couleurs, typographie, graphismes...) et pour beaucoup à l'intégration de l'enseigne dans le bâti. Le respect du rythme des façades (vertical ou horizontal), des murs (enduit, pierres apparentes, bois...) est le gage d'une enseigne bien intégrée donc réussie.



Exemples d'enseignes bien intégrées dans leur environnement

### Des enseignes perpendiculaires en surnombre :

Les enseignes perpendiculaires peuvent affecter les perspectives des rues lorsqu'elles sont trop nombreuses ou mal positionnées. De nombreux établissements de centre-ville ont choisi des enseignes uniques et de petite dimension. L'enseigne doit être placée au rez-de-chaussée sauf lorsque l'activité s'étend aux étages.



Exemples d'enseignes perpendiculaires en surnombre

### Des enseignes inférieures à 1 m<sup>2</sup> :

On les rencontre essentiellement dans les zones commerciales ou d'activités. Le RNP ne les réglemente pas. Leur multiplicité peut perturber la lecture d'un espace. Il faut s'interroger sur leur traitement.



Enseignes inférieures à 1 m<sup>2</sup> sous forme d'oriflammes



## Des confusions liées au matériel employé :

Certaines enseignes scellées au sol utilisent le même matériel que la publicité. Il est parfois difficile de différencier la nature du message : enseigne ou publicité. Cette situation ne favorise pas la visibilité de l'établissement commercial. Une forme spécifique pour les enseignes est à étudier.



À gauche une préenseigne indiquant la proximité d'un commerce, à droite une enseigne signalant l'emplacement du commerce. Les dispositifs sont de même nature. Il est donc difficile de décrypter le message.



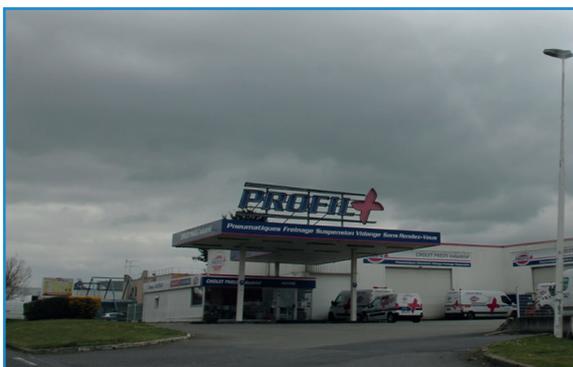
Leur multiplication sur un même site peut par ailleurs totalement brouiller la lecture.

Le regroupement sur un support unique rendrait la lecture plus aisée.



### Des enseignes sur toiture peu nombreuses :

Les enseignes sur toiture sont peu nombreuses sur le territoire, y compris dans les zones commerciales de Cholet. Elles ne respectent pas toujours les règles du Code de l'environnement.



Enseignes sur toitures – Cholet et La Séguière

### Des enseignes temporaires :

Les enseignes temporaires se situent principalement dans les zones d'activités. Leur impact sur les perspectives de vue sont parfois importantes.



Enseignes temporaires – Cholet

#### 4.4.4 | Synthèse des constats

La publicité est principalement concentrée sur la ville de Cholet. Dans les autres communes, les dispositifs sont peu nombreux.

La simple application du RNP permettrait de supprimer certains dispositifs notamment ceux situés hors agglomération.

Les préenseignes dérogatoires sont illégales du fait de leur non-respect de la forme imposée par le RNP.

Les règles du RLP de Cholet sont pertinentes dans leur ensemble. Il serait intéressant d'en conserver certaines, bien adaptées à la ville, dans le futur RLPi (règles de densité, type de matériel, protection des ronds-points).

L'essor de la publicité numérique est à prendre en compte dans les futures règles.

Les enseignes respectent majoritairement les règles du RNP ou du RLP. De nombreux dispositifs s'intègrent bien à l'architecture.

Les enseignes sur toiture sont rares sur le territoire, y compris à Cholet.

Certains dispositifs ayant des formats similaires aux publicités nuisent à la lecture des messages.

Beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. Elles doivent être encadrées pour améliorer leur lisibilité et embellir les perspectives dans les centres villes.

Les enseignes scellées au sol, quelle que soit leur surface, nécessitent un traitement, afin de les distinguer des dispositifs publicitaires.

La luminosité des enseignes numériques peut générer de nuisances environnementales.

# 5 | LES ORIENTATIONS

La réglementation nationale, l'étude des enjeux, l'analyse du règlement en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d'enseignes, ont permis d'établir les orientations pour l'élaboration des futures règles du RLPi.

## 5.1 | LES ORIENTATIONS POUR L'ENSEMBLE DE L'AGGLOMÉRATION DU CHOLETAIS

### 1) Encadrer les dispositifs aux entrées de ville :

*Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être aménagés.*

### 2) Augmenter les horaires d'extinction des dispositifs :

*Les horaires d'extinction sont fixés de 1 h à 6 h du matin. La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire plus importante.*

### 3) Limiter la densité des publicités et préenseignes :

*Les règles de densité du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées.*

### 4) Harmoniser le format des préenseignes dérogatoires :

*Afin d'apporter une cohérence et une harmonie sur le territoire, les préenseignes dérogatoires doivent être harmonisées (ex : codes couleurs, formats, typographie , etc...)*

### 5) Encadrer les enseignes perpendiculaires :

*Les enseignes perpendiculaires, souvent très nombreuses et très concentrées, dénaturent les perspectives des centres villes.*

### 6) Réglementer les enseignes temporaires :

*Les enseignes temporaires, par leur nature et leur positionnement, créent un sentiment d'anarchie.*

### 7) Harmoniser les enseignes scellées au sol :

*Obstacles visuels à fort impact, leur forme doit être définie. De plus, la surface autorisée par le RNP étant distincte entre communes de moins de 10 000 habitants (6 m<sup>2</sup>) et plus de*

*10 000 habitants (12 m<sup>2</sup>), le principe d'harmonisation devra s'appliquer chaque fois que possible.*

### 8) Encadrer les enseignes numériques :

*Le RNP ne fixe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLPi doit en limiter les lieux d'installation et les dimensions.*

## 5.2 | LES ORIENTATIONS POUR LA VILLE DE CHOLET

### 1) Interdire les dispositifs multiples sur un même emplacement :

*La prolifération des dispositifs enlaidit les perspectives.*

### 2) Améliorer l'esthétisme des dispositifs :

*Le RLP de Cholet comprend des règles esthétiques qu'il est intéressant de conserver : monopied obligatoire sans accessoires et structures invisibles.*

### 3) Réglementer la hauteur des panneaux par rapport à la chaussée :

*Cette règle permet de maintenir une hauteur maximum et homogène pour éviter les dispositifs qui dépassent de la ligne d'horizon.*

### 4) Réglementer les dispositifs dans les zones résidentielles :

*Les spécificités de ces zones doivent être prises en compte pour y adapter les dispositifs.*

### 5) Réduire le format de dispositifs :

*La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant afin de mieux les intégrer.*

### 6) Encadrer les publicités et préenseignes numériques :

*L'écran numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Il ne peut être accepté partout.*

### 7) Réglementer les enseignes sur toiture :

*Les enseignes sur toiture sont rares sur le territoire. Les réglementer permettra de limiter préventivement les impacts visuels dans leur environnement.*

### 8) Limiter le nombre d'enseignes scellées au sol de moins de 1m<sup>2</sup> :

*Le nombre d'enseignes scellées au sol inférieures à 1m<sup>2</sup> n'est pas réglementé par le RNP. Pour éviter tout débordement, ce type d'enseigne doit être encadré.*

## 6 | EXPLICATION DES CHOIX

Sur la base des objectifs définis par le conseil de communauté, des enjeux se rapportant à chaque lieu et au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, un zonage a été établi, distinguant la publicité et les enseignes.

Pour la publicité, 5 zones sont créées à Cholet et 2 zones dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Pour les enseignes, 3 zones sont créées à Cholet et 2 zones dans les communes de moins de 10 000 habitants.

Pour un même type d'espace, les enjeux d'intégration et les modalités de traitement des enseignes et de la publicité peuvent être différents, au regard notamment de la nature même des dispositifs concernés. C'est pourquoi le choix a été fait de découper le règlement en deux parties, et de retenir un zonage et des règles spécifiquement applicables à la publicité, et un autre zonage et des règles spécifiques aux enseignes.

Chaque partie est présentée selon une même articulation : les règles communes à toutes les zones, suivies des règles spécifiques à chacune des zones identifiées.

La publicité n'étant admise qu'en agglomération, le zonage relatif à la publicité ne couvre que les secteurs agglomérés du territoire de l'AdC.

Les enseignes étant pour leur part admises hors agglomération, le zonage relatif aux enseignes couvre la totalité du territoire de la communauté d'agglomération de manière à accompagner qualitativement les implantations d'enseignes en tous lieux.

## 6.1 | PUBLICITÉ

### 6.1.1 | Dispositions générales

En agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (art. L.581-19 du code de l'environnement). Afin de simplifier la lecture du RLPi, il n'est donc fait référence qu'à la publicité.

#### Dérogation à l'interdiction de la publicité

L'AdC a fait le choix d'admettre au sein de son RLPi, la publicité dans les lieux d'interdiction relative énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement : abords des monuments historiques et site patrimonial remarquable. Ce choix s'est fondé notamment sur le constat qu'il apparaît nécessaire de garantir une certaine présence publicitaire au sein de ces espaces, au regard notamment du rôle qu'elle joue en faveur du tissu économique du territoire et de la nécessité de maintenir un service permettant de relayer les informations municipales auprès de la population (art. P.A).

#### Publicité murale

Une règle de recul des panneaux de 0,50 mètre minimum ou de la largeur du chaînage d'angle par rapport aux arrêtes verticales des murs permettra notamment d'en préserver la visibilité (pierre de taille par exemple) (art. P.B).

#### Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que celle supportée par mobilier urbain

Le RLPi instaure des règles visant à garantir la qualité esthétique des dispositifs publicitaires ou à alléger l'impact visuel de leur structure sur leur environnement.

Des dispositions ont été retenues afin d'habiller, dissimuler, ou supprimer les éléments de structure apparents peu esthétiques. Dans le même objectif, des règles visent à ne retenir que des dispositifs présentant un seul pied au-delà d'une surface de 2 mètres carrés (art. P.C).

#### Publicité de petit format

La publicité de petit format ne peut être réglementée de manière plus restrictive que celle fixée par le RNP (CAA Bordeaux 26/04/2021 : 19BX01464). Un simple rappel en est fait (art. P.D).

#### Hauteur des dispositifs

Dans un objectif d'harmonisation des implantations, la hauteur des dispositifs muraux est limitée à 6 mètres y compris à Cholet où le RNP l'admet jusqu'à 7,5 mètres (art. P.F).

#### Accessoires

Dans la continuité de ces dispositions, le RLPi prévoit de n'admettre les accessoires de type passerelles ou échelles, qu'à la condition de n'être visibles des voies ouvertes à la circulation du public que lors des interventions d'affichage ou de maintenance du panneau (art. P.G).

### Horaires d'extinction

Afin de contribuer à la lutte contre la facture énergétique et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLPi prévoit une règle d'extinction des publicités plus restrictive que la règle nationale. La plage horaire d'extinction de ces dispositifs a été fixée de 22 h à 7 h au lieu de 1 h à 6 h dans le RNP. Cette disposition est, par souci de cohérence et d'efficacité de la démarche, également applicable à la publicité sur mobilier urbain.

Elle tient toutefois compte des obligations de service public et des questions de sécurité lorsque la publicité est supportée par les abris-voyageurs. Ceux-ci sont éteints entre la fermeture et l'ouverture du service.

Le RLPi rappelle que la luminosité des publicités ne doit pas être éblouissante par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère. Il rappelle qu'elle ne doit pas induire de dangers, causer de troubles excessifs, ou porter atteinte à son environnement (art. P.I).

### Préenseignes dérogatoires

Pour marquer l'identité du Choletais, des critères d'identification seront précisées dans une charte (art. P.J).

## 6.1.2 | Zone publicité P 1

Cette zone correspond aux principales zones d'activités ou commerciales et aux principaux équipements sportifs et culturels de Cholet.

Lieux privilégiés d'implantation de la publicité, les zones d'activités ou commerciales attirent les afficheurs. Elles doivent être identifiées pour y définir des règles adaptées.

### Densité

Une densité plus restrictive que celle fixée par le code de l'environnement, applicable indistinctement à la publicité murale et scellée au sol, est retenue.

Elle a pour effet de limiter très fortement l'installation de la publicité dans ces secteurs où elle doit être maîtrisée (art. P.1.2).

### Publicité murale ou scellée au sol

La surface de la publicité, murale ou scellée au sol, est réduite par rapport à celle fixée par le RNP. Compte tenu de l'urbanisme, cette surface y reste néanmoins adaptée (art. P.1.3 et P.1.4).

### Chevalets sur le domaine public

Les chevalets installés sur le domaine public sont admis devant les établissements commerciaux qu'ils signalent. Cette exception est fondée sur la nécessité pour le tissu économique local de pouvoir se signaler dans ces zones, tout en employant des dispositifs de format réduit et en nombre restreint (art. P.1.5).

### Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface réduite par rapport à celle fixée par le RNP, adaptée aux lieux environnants (art. P.1.6).

## Publicité numérique

Lieux d'animation et de vie commerciale, ces zones peuvent admettre la publicité numérique dans les conditions fixées par le RNP. Il est également imposé une règle d'interdistance de 200 mètres entre deux écrans numériques lorsqu'ils sont visibles en même temps. Cette règle d'interdistance n'est instaurée que pour la publicité numérique qui, par sa technologie, a aujourd'hui un impact visuel dans le paysage urbain plus important que la publicité traditionnelle (art. P.1.7).

## Publicité sur bâche

La publicité sur bâche de chantier est autorisée en raison de son caractère temporaire.

Les bâches publicitaires sont inexistantes sur le territoire de la communauté d'agglomération. Ces installations trouveraient difficilement une place harmonieuse dans le paysage local, du fait de leurs dimensions et de leur nature. Compte tenu des autres possibilités d'implantations publicitaires rendues possibles au travers du RLPI, le choix a donc été fait d'interdire les bâches publicitaires (art. P.1.8).

### 6.1.3 | Zone publicité P 2

Cette zone correspond aux principaux secteurs résidentiels de Cholet et aux axes les maillant.

#### Densité

Dans une démarche de cohérence, la densité retenue est identique à celle en P.1.

Elle a pour effet de privilégier la protection du cadre de vie des riverains (art. P.2.2).

#### Publicité murale ou scellée au sol

Dans une logique d'harmonisation de traitement sur tous les secteurs agglomérés de l'AdC, la surface de la publicité, murale ou scellée au sol, est limitée à 4 mètres carrés (art. P.2.3 et P.2.4).

#### Chevalets sur le domaine public

Les chevalets installés sur le domaine public sont admis devant les établissements commerciaux qu'ils signalent. Cette exception est fondée sur la nécessité pour le tissu économique local de pouvoir se signaler dans ces zones, tout en employant des dispositifs de format réduit et en nombre restreint (art. P.2.5).

#### Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité sur mobilier urbain est admise avec une surface adaptée pour permettre une large diffusion des informations municipales d'intérêt public (art. P.2.6).

#### Publicité numérique et sur bâches

Les publicités numériques et sur bâches, du fait de leur fort impact sur leur environnement proche, sont interdites (art. P.2.7 et P.2.8).

## Domaine ferroviaire

Le domaine ferroviaire formant une unité foncière particulière, des règles qui lui sont propres sont déterminées.

La surface est identique à celle prescrite pour les autres formes de publicité sur la zone. Pour éviter des effets d'accumulation, tout en maintenant une présence publicitaire, une règle d'interdistance a été définie entre deux panneaux présents sur ce domaine. Cette règle d'espacement entre les dispositifs est globalement comparable aux règles de densité (art. P.2.9).

### 6.1.4 | Zone publicité P 3

Cette zone correspond au site patrimonial remarquable (SPR) de Cholet.

Le RLPi participe pleinement à l'enjeu et à la politique de reconnaissance et de protection de ce patrimoine bâti. Du fait de ses caractéristiques urbaines spécifiques et de la nature de son architecture, ce secteur sensible doit faire l'objet d'une très forte protection. Dans un but de cohérence, la zone reprend le périmètre du SPR.

Le SPR constituant également le pôle central d'animation de la ville, le RLPi y lève pour certains types de dispositifs l'interdiction d'installation de la publicité, qui reste pour l'essentiel, proscrite.

## Chevalets sur le domaine public

Les chevalets installés sur le domaine public sont admis devant les établissements commerciaux qu'ils signalent. Cette exception est fondée notamment sur la nécessité pour le tissu économique local de pouvoir se signaler dans ces zones, mais tout en employant des dispositifs de format réduit et en nombre restreint (art. P.3.4).

## Publicité supportée par le mobilier urbain

La publicité, y compris numérique, est admise sur le mobilier urbain dans une limite de 2 mètres carrés. Cette possibilité d'implantation publicitaire sur mobilier urbain vise à permettre notamment le relais des informations municipales d'intérêt public au sein de ces espaces (art. P.3.5 et P.3.6).

## Publicité sur bâches

Les bâches sur échafaudage protégeant les travaux de rénovation des immeubles recevant de la publicité dans les conditions fixées par le RNP sont autorisées, au regard de leur caractère temporaire notamment (art. P.3.7).

### 6.1.5 | Zone publicité P 4

Cette zone correspond aux principales entrées de ville.

Sur certains axes situés hors zone 1, un périmètre est défini sur le plan de zonage. Compte-tenu de leur grande attractivité pour les annonceurs, il est nécessaire de les protéger contre la profusion de publicité.

Toute forme de publicité est interdite, à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain qui vise à permettre notamment le relais des informations municipales d'intérêt public au sein de ces espaces (art. P.4.2).

### 6.1.6 | Zone publicité P 5

Cette zone correspond aux espaces boisés classés (EBC) et aux zones naturelles (zones N du PLU) en agglomération de Cholet.

L'interdiction totale de la publicité est prévue dans ces secteurs à haute valeur environnementale (art. P.5.2).

### 6.1.7 | Zone publicité P 6

Cette zone, dite de protection renforcée, correspond aux zones naturelles (zones N des PLU) dans les secteurs agglomérés de moins de moins de 10 000 habitants, y compris ceux situés à Cholet : la Promenade, le Bois d'Ouin, les Bois Lavau, Mazières Parc et le Puy-Saint-Bonnet pour une égalité de traitement.

L'interdiction totale de la publicité est prévue dans ces secteurs à haute valeur environnementale (art. P.6.2).

### 6.1.8 | Zone publicité P 7

Ces secteurs agglomérés sont déjà fortement protégés de l'implantation publicitaire (format réduit et uniquement sur mur).

#### Publicité murale

L'interdiction de la publicité murale dans les secteurs de protection au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement est maintenue sur les communes de Maulévrier, du May-sur-Èvre, de La Séguinière, de Somloire, et de la commune associée du Puy-Saint-Bonnet du fait de leur caractère qualitatif (art. P.7.2).

#### Densité

Une règle de densité plus restrictive que celle fixée par le RNP est adoptée, la multiplicité de dispositifs sur un même support générant un trop fort impact visuel (art. P.7.3).

#### Publicité supportée par le mobilier urbain

En tous secteurs, le mobilier urbain est admis pour les mêmes raisons qu'en zone P3.

## 6.2 | ENSEIGNES

### 6.2.1 | Dispositions générales

#### Autorisation des enseignes

Le règlement rappelle que les enseignes sont soumises à l'autorisation de l'autorité de police compétente, après consultation de l'Architecte des bâtiments de France (ABF) le cas échéant.

Afin de préserver la qualité, le RLPi rappelle que les demandes d'autorisations d'enseignes seront acceptées uniquement si, au-delà du seul respect des prescriptions réglementaires, la bonne intégration des enseignes dans leur environnement est garantie. Les enseignes devront donc, en toutes zones, prendre en compte et respecter la qualité des façades, des lieux avoisinants, des perspectives, du paysage en général, et tenir compte des normes de sécurité de la voie publique. Le respect des chartes est également pris en compte lors de l'instruction (art. E.A).

#### Suppression des enseignes

Le RNP impose à l'article R.581-58 du code de l'environnement, que l'enseigne soit supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité qu'elle signale. Il arrive toutefois que cette obligation ne soit pas respectée et il est alors difficile pour l'autorité de police de retrouver l'ancien occupant du local pour lui imposer cette obligation.

Le règlement oblige également le propriétaire à supprimer les enseignes lorsqu'elles sont demeurées en place au-delà des trois mois réglementaires (art. E.B).

#### Enseignes sur les arbres et les haies

À la différence de la publicité, le RNP n'interdit pas l'installation des enseignes sur les arbres. Dans un souci de protection du patrimoine végétal, le RLPi soumet les enseignes à un même régime d'interdiction sur les arbres et les haies (art. E.C).

#### Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Le RLPi prévoit des dispositions visant à garantir la qualité esthétique des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol. Elles ont notamment vocation à alléger l'impact visuel de la structure sur son environnement (art. E.D). Un gabarit est imposé pour ces panneaux : l'obligation de présenter une hauteur au moins égale à deux fois leur largeur, de manière à présenter une forme de totem. Le format vise à une simplification de leur aspect, et une distinction plus aisée des enseignes par rapport aux panneaux publicitaires.

Leur hauteur, quelle que soit leur largeur, est limitée en correspondance avec la limitation de hauteur des différents types de dispositifs publicitaires, à 6 mètres.

#### Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires lumineuses sont interdites pour suivre la démarche environnementale traitant des enseignes lumineuses (art. E.E).

## Horaires d'extinction

À l'instar de la publicité lumineuse, afin de contribuer à la lutte contre la facture énergétique et de prendre part à la lutte contre la pollution lumineuse nocturne, le RLPi prévoit une règle d'extinction pour les enseignes, identique à celle des publicités. Par souci de cohérence, la plage horaire d'extinction retenue pour les enseignes est donc également fixée de 22 h à 7 h. Il est également tenu compte de la nécessité pour les activités s'exerçant durant cette plage horaire de se signaler. Par conséquent, lorsque l'activité commence ou cesse entre 21 h et 8 h, le RLPi précise que les enseignes doivent être éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité et peuvent être allumées une heure au plus tôt avant la reprise de l'activité. Intégrant la possibilité offerte par la loi Climat et Résilience, les enseignes situées à l'intérieur des vitrines suivent le même régime.

La possibilité de dérogation prévue par le RNP à l'occasion d'évènements exceptionnels a été maintenue (art. E.F).

## Enseignes lumineuses

Pour ne pas multiplier les sources lumineuses, le nombre d'enseignes perpendiculaires clignotantes des pharmacies et autres services d'urgence est limité par voie bordant l'établissement. Comme pour la publicité, le RLPi rappelle qu'aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse doit notamment ne pas être éblouissante (art. E.G).

### 6.2.2 | Zone enseignes E 1

Cette zone correspond aux principales zones d'activités ou commerciales.

La vocation économique de ces secteurs justifie l'adoption d'un régime applicable aux enseignes plus souple que les règles retenues pour les autres zones. L'urbanisme et les enjeux paysagers plus modestes, permettent de reprendre en grande partie les dispositions du RNP. Afin d'assurer la qualité et la cohérence de l'ensemble, le RLPi prévoit certaines dispositions complémentaires au RNP.

#### Enseignes sur façade

Les enseignes parallèles au mur qui les supporte sont soumises aux seules dispositions du RNP. Cette dernière semble en effet suffisamment adaptée aux caractéristiques des bâtiments présents au sein de cette zone, et à même de permettre au tissu économique de larges possibilités pour se signaler (art. E.1.2).

#### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Pour les mêmes motifs que ceux attribués aux enseignes sur façade, le RNP s'applique pour leur surface (art. E.1.3).

#### Enseignes de moins de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Leur présence participant à l'animation commerciale, le RNP s'applique (art. E.1.4). Les chevalets et porte-menus, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre et en positionnement (art. E.1.5).

### Enseignes lumineuses

Un principe d'interdiction des caissons lumineux et des éclairages par spots a été retenu au sein du RLPi. Cette règle vise à améliorer la qualité des enseignes et matériaux les composant. Les caissons lumineux présentent un aspect moins qualitatif que les autres enseignes lumineuses, et sont moins à même de s'intégrer aux façades. Par leur aspect, ils portent souvent atteinte au caractère et à l'intérêt du bâti et de son environnement, d'où le choix de leur interdiction dans cette zone (art. E.1.6).

### Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Une politique de suppression de ces enseignes est menée sur la ville depuis plusieurs années.

Très peu de dispositifs sont recensés. Leur interdiction finalise cette démarche (art. E.1.7).

### Enseignes numériques

En relation avec la vocation économique de la zone, les enseignes numériques y sont autorisées, mais en limitant leur surface lorsqu'elles sont sur façade ou scellées au sol. Pour celles situées l'intérieur d'une vitrine, un pourcentage d'occupation de la vitrine est défini (art. P.1.8).

## 6.2.3 | Zone enseignes E 2

La zone correspond au site patrimonial remarquable de Cholet, dans la totalité de son emprise (espaces agglomérés et non agglomérés). Elle répond à l'enjeu de valorisation et préservation de la qualité patrimoniale et paysagère reconnue par le SPR.

### Enseignes sur façade

Si les enseignes à plat se voient appliquer le RNP, le diagnostic a montré que les enseignes perpendiculaires devaient répondre à des règles particulières. Leur nombre par voie bordant l'établissement est contingenté et adapté pour certaines activités (débits de tabac) ou aux linéaires de façade. Leur positionnement est encadré pour ne pas les voir implantées anarchiquement.

Les activités situées exclusivement en étages disposent de possibilités pour se signaler en respectant l'architecture (art. 2.2).

### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Du fait de leur impact sur les perspectives, la surface autorisée est très réduite par rapport à celle autorisée par le RNP (art. E.2.3).

### Enseignes de moins de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Leur présence participant à l'animation commerciale, le RNP s'applique (art. E.2.4). Les oriflammes ou les drapeaux sont interdits, leur aspect ne correspondant pas à la nature du SPR. Les chevalets et porte-menu, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre et en positionnement (art. E.2.5).

### Enseignes lumineuses

Comme en zone E 1, le principe d'interdiction des caissons lumineux et des éclairages par spots a été retenu au sein du RLPI. Cette règle vise à améliorer la qualité des enseignes et matériaux les composant. Les caissons lumineux présentent un aspect moins qualitatif que les autres enseignes lumineuses, et sont moins à même de s'intégrer aux façades. Par leur aspect, ils portent souvent atteinte au caractère et à l'intérêt du bâti et de son environnement, d'où le choix de leur interdiction dans cette zone (art. E.3.6).

### Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Pour les mêmes motifs qu'en zone E 2, elles sont interdites (art. E.3.7).

### Enseignes numériques

Elles participent à l'animation du commerce, mais doivent être réglementées. Les enseignes numériques y sont autorisées, mais en limitant leur surface lorsqu'elles sont sur façade. Pour celles situées à l'intérieur d'une vitrine et pour s'adapter au contexte, c'est un pourcentage d'occupation de la vitrine plus réduit qu'en zone E 1 qui est retenu.

Du fait de leur impact sur les perspectives, les enseignes numériques perpendiculaires sont interdites (art. E.2.8).

## 6.2.4 | Zone enseignes E 3

La zone correspond au reste du territoire communal non compris en zone E 1 ou E 2.

### Enseignes sur façade

Bien que couvrant des secteurs architecturaux moins qualitatifs que le SPR, les mêmes règles s'y appliquent pour harmoniser la présentation de ces enseignes sur les deux zones (art. E.3.2).

### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Autorisées, leur surface est plus adaptée à la zone, mais reste cependant inférieure à celle autorisée par le RNP pour être en relation d'échelle avec le bâti (art. E.3.3).

### Enseignes de moins de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Leur présence participant à l'animation commerciale, le RNP s'applique (art. E.3.4).

Les chevalets et porte-menus, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre et en positionnement (art. E.3.5).

### Enseignes sur toiture

Pour les mêmes motifs qu'en zone E 1, elles sont interdites (art. E.4.6).

### Enseignes numériques

Du fait de leur impact et pour protéger le cadre de vie, les enseignes numériques sont interdites, à l'exception de celles situées à l'intérieur des vitrines respectant un pourcentage d'occupation de la vitrine réduit à l'identique de celui fixé en zone E 2. Cette disposition permet aux commerces de bénéficier de cette technologie (art. E.3.8).

## 6.2.5 | Zone enseignes E 4

Les secteurs à caractère patrimonial ou paysager sont regroupés dans cette zone, car nécessitant une protection adaptée.

### Enseignes sur façade

Les enseignes parallèles au mur qui les supporte sont soumises aux seules dispositions du RNP. Ce dernier semble suffisamment adapté aux caractéristiques des bâtiments présents au sein de cette zone, et à même de permettre au tissu économique de larges possibilités pour se signaler (art. E.4.2).

### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Autorisées, leur surface et leur hauteur sont inférieures à celles admises par le RNP pour être en relation d'échelle avec le bâti (art. E.4.3).

### Enseignes de moins de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Leur présence participant à l'animation commerciale, le RNP s'applique (art. E.4.4).

Les chevalets et porte-menus, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre et en positionnement (art. E.4.5).

### Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

En raison de leur impact sur les perspectives, elles sont interdites (art. E.4.6).

### Enseignes numériques

Pour les mêmes raisons que les enseignes sur toiture, elles sont interdites (art. E.4.7).

## 6.2.6 | Zone enseigne E 5

Cette zone couvre le reste des territoires hors zone de protection renforcée.

### Enseignes sur façades

Ces territoires ne nécessitant pas de protections spécifiques, le RNP s'applique pour les enseignes sur façade (art. E.5.2).

### Enseignes de plus de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Autorisées, leur hauteur respecte la hauteur maximale de 6 mètres fixée par le RLPi pour tous les dispositifs (art. E.5.3).

### Enseignes de moins de 1 mètre carré scellée au sol ou installées directement sur le sol

Leur présence participant à l'animation commerciale, le RNP s'applique (art. E.5.4).

Les chevalets et porte-menus, utiles au commerce de proximité, sont limités en nombre et en positionnement (art. E.5.5).

### Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Utiles à certaines activités implantées dans cette zone, leur hauteur est limitée, quelle que soit la hauteur de façade de l'établissement (art. E.5.6).

### Enseignes numériques

Dans l'optique de ne pas trop contraindre les petits commerces, elles sont autorisées, avec une restriction de surface pour celles situées à l'intérieur des vitrines (art. E.5.7).