



Troyes

1- RAPPORT DE PRESENTATION

Annexe à la délibération du Conseil Municipal en date du 21 décembre 2018 approuvant le règlement local de publicité, des enseignes et des préenseignes.

Modification °1

Délibération du Conseil Communautaire
Troyes Champagne Métropole
03 avril 2025

Règlement local de la publicité,
des enseignes et des pré-enseignes

RLP



supermarché
affichage environnement
publicité
hôtel
pizzeria
boulangerie
banque
cinéma
assurance
coiffeur
marque
pharmacie enseigne
téléphonie
boucherie
réglementation
saldes
zonage

Mairie de Troyes
Direction de l'Urbanisme
Place Alexandre Israël
BP 767
10026 Troyes Cedex

03 25 71 75 51
mail.urbanisme@ville-troyes.fr
www.ville-troyes.fr

SOMMAIRE

Introduction

PARTIE 1 : Contexte territorial

- 1.1- Caractéristiques du territoire et démographique
- 1.2- Le patrimoine historique et naturel

PARTIE 2 : Diagnostic

- 2.1- RLPi actuel
- 2.2- Présentation et analyse
- 2.3- Caractéristiques des publicités et pré-enseignes
- 2.4- Caractéristiques des enseignes
- 2.5- Carte des enjeux sur Troyes

PARTIE 3 : Objectifs et Orientations (du nouveau RLP)

- 3.1- Les objectifs poursuivis par le RLP
- 3.2- Les orientations

PARTIE 4 : Justification des choix retenus et présentation du zonage

- 4.1- Publicités et pré-enseignes
- 4.2- Enseignes

Introduction

« **Le territoire est le patrimoine commun de la nation** » selon la définition donnée par le code de l'urbanisme (1). Dans le domaine de la publicité extérieure (publicités, pré-enseignes, enseignes), la loi Grenelle 2 portant « engagement national pour l'environnement » du 12 juillet 2010 (2), et son décret d'application du 30 janvier 2012, a refondé les procédures d'élaboration des Règlements Locaux de Publicité (RPL) afin d'en réguler les impacts négatifs dans le paysage et créer de nouveaux outils de planification et d'aménagement pour les collectivités.

Annexés aux Plans Locaux d'Urbanisme qui traduisent le projet urbain du territoire à l'échelle communale ou intercommunale, les collectivités peuvent ainsi agir sur l'embellissement du cadre de vie, préserver les paysages et l'architecture et ainsi permettre une meilleure identification des territoires.

Par délibération du 23 juin 2017, la Ville de Troyes a fait le choix de prescrire l'élaboration de son propre RLP communal qui se substituera au RLP intercommunal sur l'aire urbaine de 11 communes (qui constituaient la Communauté d'Agglomération Troyenne en 2001). Le 14 juillet 2020 et dans la mesure où les communes de TCM n'ont pas délégué la compétence en matière d'urbanisme, le RLP actuel sera caduc.

Véritable outil de mise en œuvre de la politique du paysage à l'échelle communale, le RLP permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire, tout en étant plus restrictif que celle-ci. Avec la mise en place d'un RLP, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire. Le RLP est constitué d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et d'annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic avec le rappel du contexte du droit de la publicité extérieure sur le territoire (partie 1), le diagnostic de territoire (partie 2), les objectifs et orientations (partie 3), et explique les choix retenus au regard des orientations (partie 4).
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions écrites adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **les annexes du RLP** comportant notamment les documents graphiques font apparaître les périmètres identifiés par le règlement du RLP, l'arrêté municipal fixant les limites de l'agglomération et pris en application de l'article R 411-2 du code de la route et la liste des emplacements dédiés à l'affichage d'opinion.

(1) Article L 101 du code de l'urbanisme

(2) Loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) du 12/07/2010, décret d'application du 30/01/2012

Règles et définitions communes

Le RLP permet de fixer des règles concernant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes qui sont définies par le Code de l'Environnement.

Constitue **une publicité** toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités, à l'exclusion des enseignes et des pré-enseignes.

Constitue **une enseigne** toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce.

Constitue **une pré-enseigne** toute inscription forme et/ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Les pré-enseignes sont régies par les mêmes règles que les publicités.

Ces notions sont respectivement définies par les articles L 581-3 1°, L 581-3 2° et L 581-3 3° du code de l'environnement.

PARTIE 1 : le contexte territorial

1.1- Caractéristiques du territoire et démographique

Troyes est le chef-lieu du département de l'Aube et son territoire est rattaché à la Région Grand Est. Située à 180 km au sud-est de Paris, la Ville est en relation avec les principales agglomérations de l'Est de la France (environ deux heures de Reims, Dijon et Nancy).

La population municipale troyenne compte 60 928 habitants (au 1/01/2018) au sein d'une agglomération dénommée « Troyes Champagne Métropole » (TCM depuis le 1/01/2017) qui regroupe 168 350 habitants.

Enfin, Troyes Champagne Métropole regroupe 81 communes et s'inscrit dans la dynamique d'un nouveau pôle métropolitain « Bourgogne-Sud Champagne-Portes de Paris » associant les villes de Troyes, Chaumont, et Sens (création par arrêté Préfectoral du 26/04/2018).

1.2- Le patrimoine historique et naturel

Troyes est l'ancienne capitale de la Champagne, connue dans toute l'Europe pour ses foires médiévales des 12^{ème} et 13^{ème} siècle, ses monuments civils et religieux, son école de sculpture et ses vitraux. La ville médiévale a pris la forme d'un « bouchon de champagne » hérité de nombreuses transformations comme la démolition des anciennes fortifications ou les travaux hydrauliques pour dériver le cours de la Seine. Après l'incendie de 1524, la ville façonne son image patrimoniale, mêlant les maisons à colombages, l'architecture de pierre et les damiers de craie et de brique. Au 19^{ème} siècle, Troyes devient la capitale de la bonneterie. Ainsi, le paysage périphérique de la ville se transforme avec la création de résidences bourgeoises, l'implantation de sites usiniers... alors que le cœur de ville est investi par la population ouvrière.

Le bouchon regroupe 43 immeubles protégés (, monuments historiques, religieux, hôtels particuliers, maisons...) dont 23 immeubles classés et 20 immeubles inscrits à l'inventaire supplémentaire. La création d'un secteur sauvegardé dès la fin des années 60 sur une partie du centre-historique, devenu aujourd'hui le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) représente une surface de 137 hectares, soit la surface du Bouchon de Champagne. Il est le révélateur de la richesse architecturale et urbaine à Troyes. Le PSMV comprend des îlots (82ha) et des espaces publics non bâtis (54,9 ha) incluant des voies, des places, des jardins publics et des cours d'eau.

Par ailleurs et depuis 2022, la ville de Troyes a créé une Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) pour protéger le patrimoine industriel. Le PSMV et l'AVAP constituent des outils de mise en valeur du territoire à travers la revitalisation des quartiers, du commerce, de l'habitat, des espaces publics..., tout en participant à une prise de conscience de la part de la population. Depuis la loi LCAP de 8 juillet 2016, le PSMV et l'AVAP sont intégrés dans le Site Patrimonial Remarquable (SPR) de Troyes.



La Ville est également dotée d'un Plan Local d'Urbanisme (PLU) qui permet également de protéger des espaces naturels d'intérêt écologique et paysager. Il met ainsi en avant une trame bleue (réseau hydraulique), une trame verte (espaces naturels, parcs et jardins, arbres d'alignement ou arbres isolés) et une trame urbaine (caractéristiques et entités urbaines du territoire communal). De plus, le territoire communal est divisé en 3 zones (une zone urbaine, une zone à urbaniser et une zone naturelle et forestière) et il met en place des dispositions particulières (espaces boisés, alignement d'arbres à protéger ou à créer etc...).

Sur le plan économique, le territoire communal compte près de 6 452 établissements économiques qui se déclinent dans différents domaines (services, immobilier, commerce, administrations publiques...) et qui, selon leur nature, ont besoin de communiquer et de se signaler. Le Bouchon de Champagne concentre à lui seul 2 074 établissements, soit 32 %.

La périphérie et la motorisation des ménages se développant, la ville centre élabore un réseau de voirie composé de 7 axes d'échanges, d'axes inter-quartiers et d'un réseau de dessertes interne aux quartiers. Le stationnement dans le Bouchon de Champagne totalise 4 524 places payantes qui s'ajoutent à celles gratuites. La Ville développe également un réseau de circulations douces à l'aide des pistes cyclables représentant une vingtaine de kilomètres sur le territoire. De plus, la Ville possède des cheminements piétons qui sont encore à développer. Dans le même temps, le réseau de bus (la TCAT), représente 25 lignes totalisant plus 150 kilomètres et desservant la commune et les quartiers périphériques.

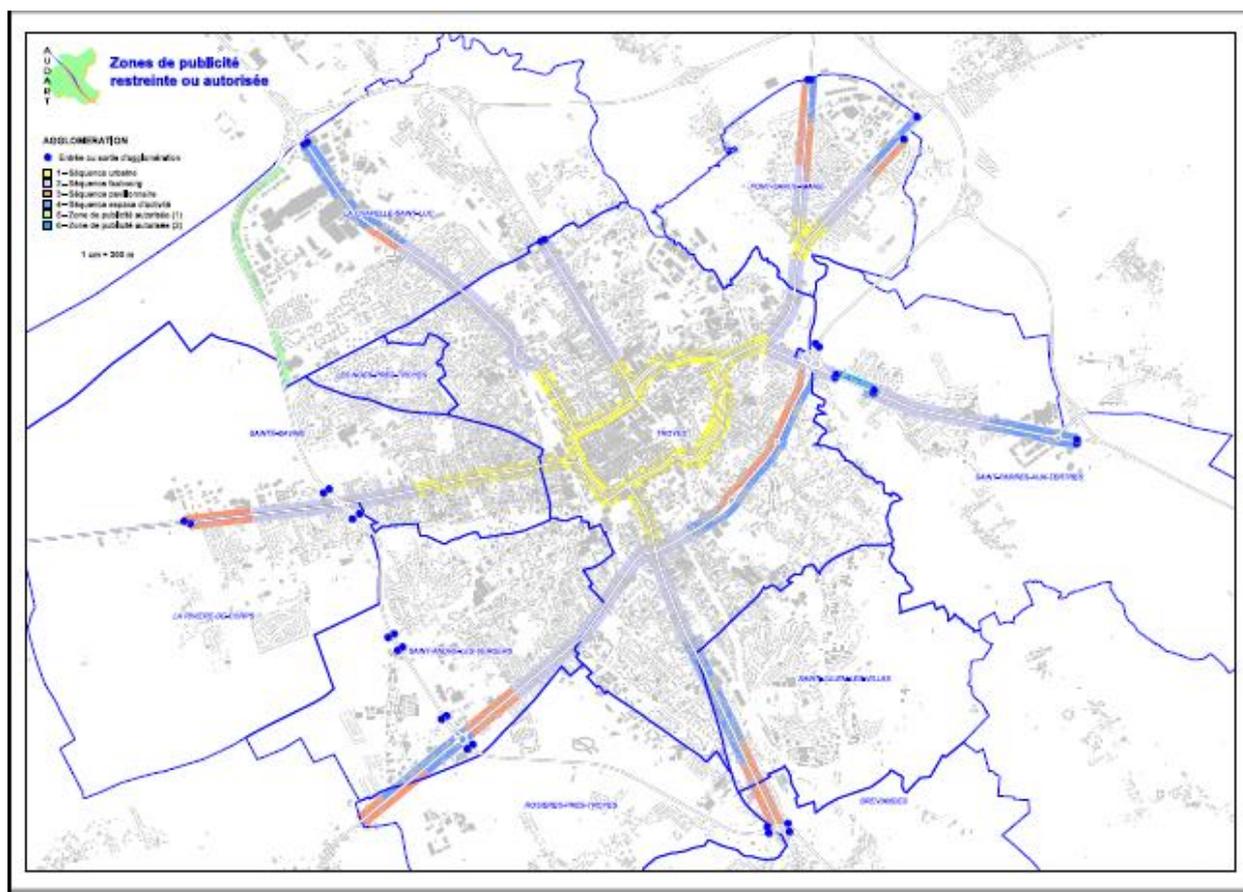
PARTIE 2 : Diagnostic

2.1- Un RLP actuel à l'échelle de 11 communes

Le territoire communal est couvert par un Règlement Local de Publicité à l'échelle de 11 communes depuis 2001 (ancien périmètre de la Communauté de l'Agglomération Troyenne, dénommée CAT).

Le Règlement Local de Publicité est un document de planification de l'affichage publicitaire qui adapte la réglementation nationale aux spécificités locales. Il est annexé au Plan Local d'Urbanisme et au Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur. Celui-ci s'inscrit dans le droit de l'environnement et a vocation à définir la réglementation applicable en matière de publicité, d'enseigne et pré-enseigne.

Le règlement actuel qui s'applique à la Ville de Troyes n'encadre l'implantation des dispositifs publicitaires extérieurs que sur les grands axes de compétence intercommunale. Il comporte 4 Zones de Publicités Restreintes (ZPR 1, 2, 3, 4) et 2 Zones de Publicité Autorisée (ZPA 1 et 2). Ainsi, les dispositifs et mobiliers urbains supports de publicité situés sur le reste de la commune ainsi que les enseignes ne sont régis que par la réglementation nationale issue du Code de l'Environnement.



2.2- Présentation et Analyse

Le RLP actuel ne couvre donc que les grands axes communautaires et n'a pas connu d'évolution depuis son approbation en 2001. Par conséquent, les quartiers de Troyes et le Bouchon de Champagne ne disposent pas de réglementation spécifique alors que leur qualité patrimoniale le nécessite. Sur les seuls axes principaux de la commune, s'appliquent 4 Zones de Publicité Restreintes :

ZPR 1 « séquence urbaine » : ce périmètre se caractérise par un bâti dense, un front urbain continu et des commerces à l'alignement, (généralement en rez-de-chaussée). Il vise à protéger un ensemble patrimonial et architectural de qualité, par une réglementation adaptée aux caractéristiques des lieux, et dans une perspective plus large que celle offerte par l'application de la réglementation nationale. De ce fait, les prescriptions de cette zone sont très restrictives.

ZPR 2 « séquence faubourg » : la zone se caractérise par un tissu urbain moins dense, un front bâti discontinu et des activités ponctuelles. Les prescriptions de cette zone sont assez restrictives, puisqu'elles visent à protéger un environnement urbain assez dense, généralement dans la continuité de la ZPR 1.

ZPR 3 « séquence pavillonnaire » : il se caractérise par un tissu urbain aéré, un retrait des constructions et un front de clôtures. Ce sont des espaces moins sensibles du point de vue architectural et patrimonial, mais dont les enjeux en matière de paysage restent importants ; les prescriptions sont peu restrictives.

ZPR 4 « séquence espace d'activité » : la zone se caractérise par un bâti industriel et des activités économiques. Les prescriptions sont très peu restrictives, tout en visant une certaine densification des dispositifs afin d'éviter une prolifération ponctuelle. S'ajoutent 2 Zones de Publicités Autorisées qui ne concernent pas la Ville de Troyes (ces zones correspondent aux portions d'axes hors agglomération répondant aux conditions requises par les textes législatifs pour faire l'objet d'une réglementation locale de la publicité) :

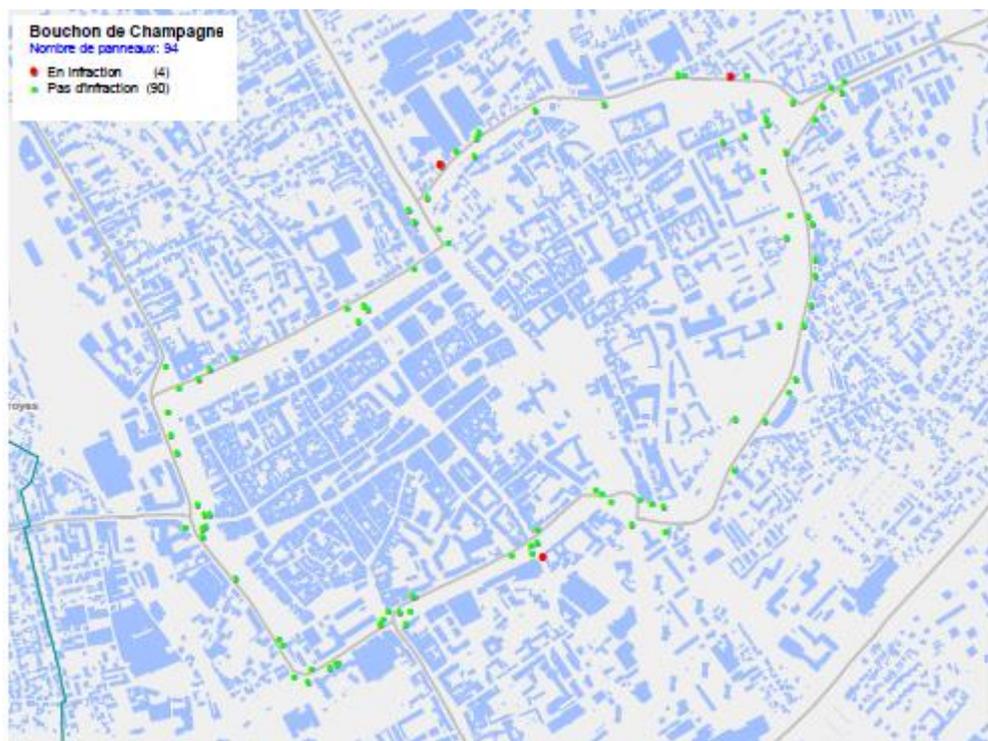
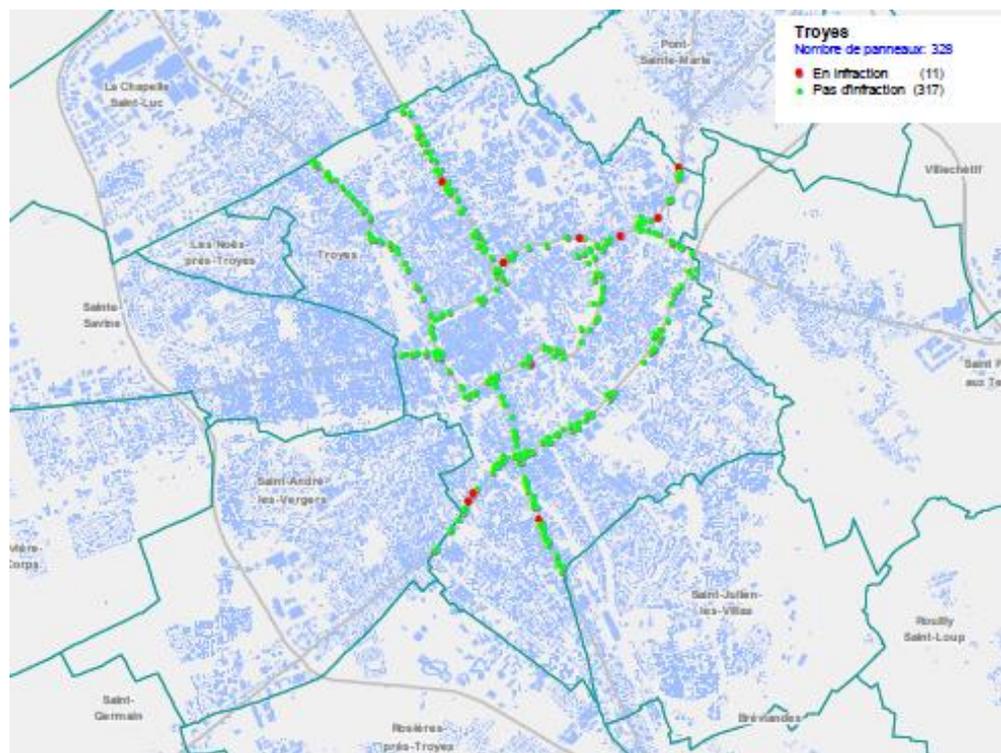
ZPA 1 : cette zone concerne le côté Est d'une petite portion de la Rocade Ouest, qui se caractérise par sa proximité immédiate avec une zone industrielle et commerciale. Les prescriptions de cette zone sont très restrictives, puisqu'elle vise à interdire la publicité et à limiter la taille et le nombre des enseignes dans une zone très investie par l'information commerciale.

ZPA 2 : cette zone concerne deux portions de voirie situées entre les panneaux d'agglomération de Troyes et ceux de Saint Parres-aux-Tertres. Elles se caractérisent par leur proximité immédiate avec des groupements d'habitation. Les prescriptions de cette zone sont assez restrictives, en raison de la configuration du site qui a toutes les caractéristiques d'un territoire aggloméré.

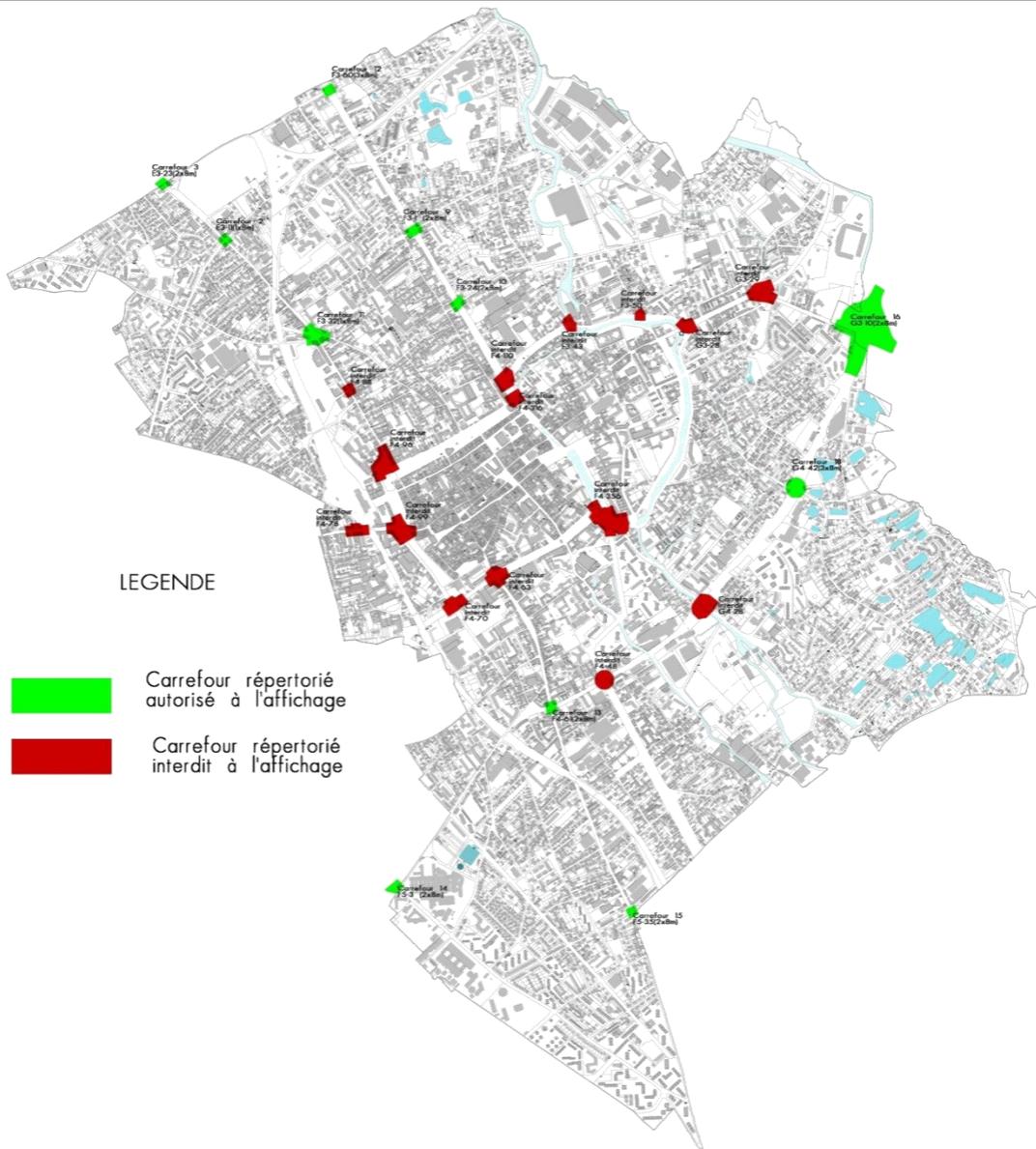
Ainsi, la Ville de Troyes bénéficie d'un cadre réglementaire relatif aux dispositifs publicitaires sur ses grands axes, mais la majeure partie de son territoire relève de la réglementation nationale. Dans la pratique, en Site Patrimonial Remarquable depuis la loi LCAP de juillet 2017 (périmètre 500 mètres, PSMV et AVAP), la régulation des enseignes ou des publicités s'appuie sur l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (service de l'Etat) puisque les périmètres de protection liés au patrimoine urbain sont importants sur la commune (plus d'un tiers du territoire communal). La relation avec les afficheurs et commerçants peut s'avérer laborieuse et atteste du besoin de se doter d'un document réglementaire spécifique à ces quartiers protégés dont les périmètres couvrent à Troyes la majorité du territoire communal.

Etat des lieux de la publicité à travers le RLP actuel (source observatoire de TCM en décembre 2017) :

328 dispositifs sur le territoire, dont 94 sur le Bouchon de Champagne



Les carrefours réglementés dans le règlement actuel :



Source : Observatoire publicité TCM 2017



Dispositif publicitaire dans le Bouchon de Champagne (site SPR)
La publicité est interdite dans la future ZRP 1



Plusieurs dispositifs accolés boulevard Jules Guesde.
Axe en entrée de la future ZRP 1 supprimant la publicité



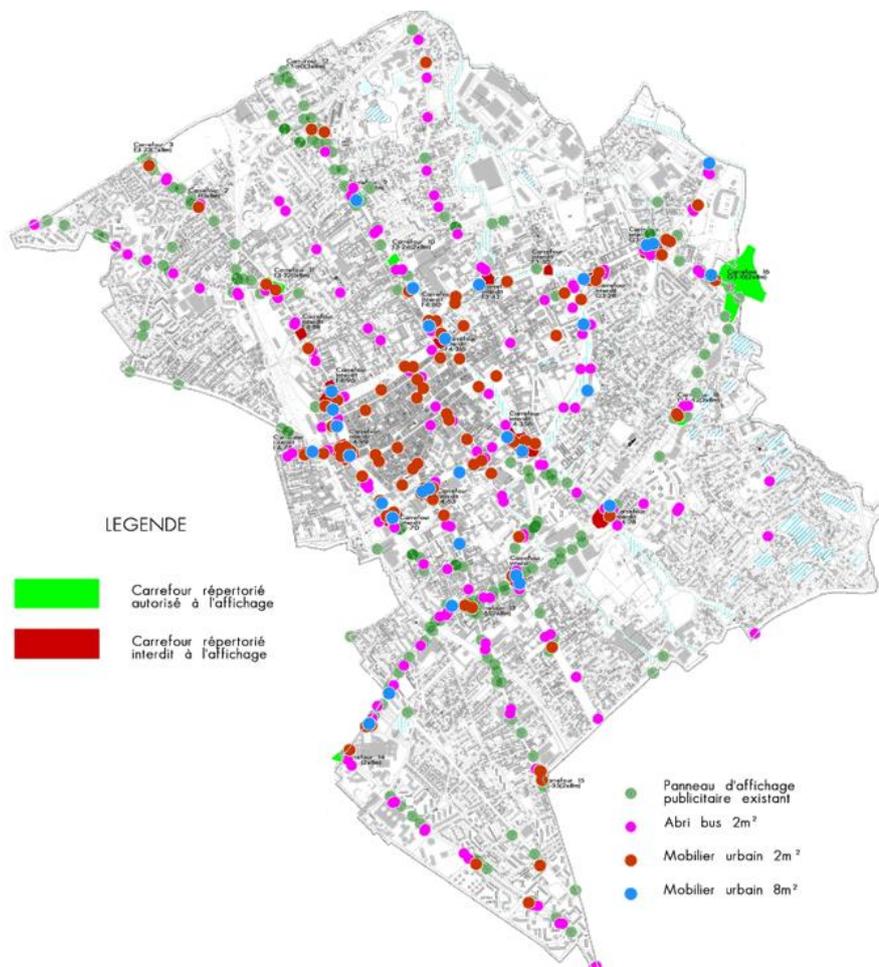
Dispositif sur la Chaussée du Vouldy.
Axe en entrée de la future ZRP 1 supprimant la publicité

2.3- Caractéristiques des publicités et pré-enseignes

Le territoire troyen compte **338 dispositifs publicitaires et pré-enseignes** recensés, ce qui représente une surface totale d'affichage de **2 902 m²**.

- 204 panneaux d'affichage existants (sur toute la commune de Troyes)
- 45 mobiliers urbains de 2 m² (sur les axes d'entrée de ville)
- 31 mobiliers urbains de 8 m² (sur les axes d'entrée de ville)
- 58 abris-bus avec affichage de 2m² (sur les axes d'entrée de ville)

Il y a donc 134 dispositifs qui composent le mobilier urbain sur le domaine public (affichage et abris bus).



L'agglomération troyenne a une connaissance approfondie des dispositifs publicitaires puisque dès 1998 un observatoire de la publicité avait été mis en place par l'ancienne agence d'urbaine de l'agglomération (ex AUDART). Ainsi, la métropole et les villes connaissent le nombre de demandes annuelles, le nombre de dispositifs par axes, autorisés ou en infraction.

Sur Troyes, les dispositifs publicitaires se concentrent principalement sur les grands axes de compétence intercommunale (avenues P. Brossolette, Pasteur, 1 mai, Chomedey, A France, boulevard J Guesde...). Ces dispositifs peuvent utiliser différents matériaux selon la configuration des lieux et le mode de gestion des sociétés qui les exploitent : simple face, double face, tri-vision, lumineux...

Enfin, concernant la publicité lumineuse, il existe 4 dispositifs sur le territoire, soit 2 % des panneaux d'affichage.

2.4- Caractéristiques des enseignes

Le centre historique de Troyes tient un rôle essentiel dans l'armature commerciale du territoire et cette attractivité remonte au temps des foires de champagne. Il n'existe pas de recensement des enseignes mais un observatoire du commerce mis en place par TCM et qui comptabilise sur la ville environ 6 452 activités recensés (chiffre 2017). Le Bouchon de Champagne représente le pôle commercial majeur de Troyes avec près de 2 074 activités ainsi que le marché couvert, soit plus de 30% des activités.

Des pôles secondaires s'organisent le long des grands axes ou dans les quartiers tels que les secteurs : boulevard Pompidou, les avenues Pierre Brossolette, Pasteur, du 1 Mai, ou bien les quartiers comme « le Pont vert » (avenue Chomedey/rue Brocard), la place Romain Roland aux Chartreux... Ces lieux regroupent de multiples commerces de proximité (boulangerie, pharmacie, alimentaire...) et des services (banques, automobiles, coiffeurs.... Le long de certaines grandes avenues, entre le centre historique et les grandes surfaces périphériques, des moyennes surfaces alimentaires se sont développées ou redéployées ces derniers temps : enseignes « Colruyt » (2 points de vente), « Lidl » (2 points de vente), « Aldi » (2 points de vente), « Leader Price » (2 points de vente), supermarché « Casino » ...avec ou sans commerces à proximité.

Enfin, quelques grandes enseignes liées à l'automobile ou à l'ameublement sont présentes sur le territoire toujours le long des grands axes telles que les grandes concessions « Renault » et le groupe « VAG » ou l'enseigne « Conforama ».

Sur le plan fiscal, la Ville a mis en place la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure en 2010 (délibérations du 25/09/2008 et 12/10/2012) qui permet de taxer les enseignes de plus de 7 m² et de limiter ainsi les messages publicitaires dans le paysage urbain.

Compte tenu des caractéristiques urbaines, les commerces du centre-ville possèdent des enseignes perpendiculaires et en façade. Les dispositifs scellés au sol ne concernent que les commerces les plus importants le long de grands axes.

Le constat fait sur le territoire est le suivant :

- Les enseignes surdimensionnées ou criardes qui ne s'intègrent pas dans l'architecture et le paysage urbain



Enseigne sur 2 immeubles ; fond de panneau noir, couleurs criardes...



Enseigne surdimensionnée par rapport à la façade, la taille des lettrages...

- La répétition des dispositifs sur une façade (en applique, perpendiculaire, vitrophanie...),



*Multiplicité des dispositifs
Notamment des tabacs-presse*



Répétition des messages en vitrophanie

- Les panneaux qui couvrent la majorité des façades commerciales et masquent l'architecture,



*L'enseigne masque un bâtiment type
atelier du XIX^{es}*



*L'enseigne a été composée de manière à
couvrir intégralement la façade commerciale*

- La vitrophanie qui couvre la majorité des façades commerciales,



Vitrophanie sur 2 faces, rue Voltaire



*Vitrophanie à l'angle de 2 rues rue du Colonel
Driant (Bouchon)*

- Les enseignes dormantes, non démontées par l'ancien exploitant,



Enseigne non démontée dans les étages



Commerce vacant et façade restée en place depuis la fermeture

- La multiplication des dispositifs enseigne, pré-enseignes, vitrophanie et défaut de déclaration...à un angle de rue très « stratégique » à Troyes



Enfin, la réglementation nationale interdit la publicité dans les espaces suivants ;

- Les Sites Patrimoniaux Remarquables : Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur, AVAP, abords 500 m des monuments historiques
- Les grands espaces verts : Parc des Moulins, Parc des Vassales...

PARTIE 3 : Objectifs et Orientations du nouveau RLP

Les objectifs du RLP troyen ont été fixés par la délibération prescrivant l'élaboration du document réglementaire le 23 juin 2017 et sont les suivants :

- **Préciser et adapter** les règles nationales aux spécificités du territoire et en fixant un nouveau règlement se substituant à l'actuel règlement intercommunal,
- **Encadrer** la mise en œuvre des enseignes pour assurer une visibilité des vitrines commerciales et leur insertion dans l'environnement urbain,
- **Adopter** une réglementation plus restrictive des enseignes et de pré-enseignes pour garantir la mise en valeur du centre ancien historique et des secteurs protégés,
- **Etablir** les conditions dans lesquelles la publicité peut prendre place dans la future AVAP,
- **Encadrer** la typologie et l'implantation des matériels et techniques constituant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes en cohérence avec les morphologies des quartiers,
- **Maitriser** l'essor des nouveaux modes de communication publicitaires, en réglementant notamment la publicité lumineuse et numérique,

- **Conserver** le pouvoir de police spéciale du maire qu'il détient en matière de répression des publicités, enseignes et pré-enseignes illégaux.

Objectif n°1 : Préciser et adapter les règles nationales aux spécificités du territoire troyen en fixant un nouveau règlement se substituant à l'actuel règlement intercommunal

Le règlement actuel datant de 2001 est devenu obsolète et s'avère incomplet à l'échelle du territoire communal. La mise en œuvre d'un nouveau règlement propre à Troyes et adapté aux réalités du territoire devient une priorité pour la Ville. Le RLP porte notamment sur une protection plus forte en centre-ancien en raison du PSMV qui couvre depuis 2003 le cœur historique et qui a été étendu par arrêté préfectoral le 15/12/2017 à l'ensemble du Bouchon de Champagne. Par ailleurs, les faubourgs qui ceignent le centre historique sont majoritairement couverts par une AVAP qu'il convient de mettre en valeur également sur cet aspect.

Dans un souci d'équité, l'ensemble du territoire sera couvert par le présent règlement et celui-ci est rédigé de manière à être gradué, du plus restrictif sur le Bouchon de champagne vers plus de marge de manœuvre dans les quartiers périphériques.

Objectif n°2 : Encadrer la mise en œuvre des enseignes pour assurer une visibilité des vitrines commerciales et leur insertion dans l'environnement urbain,

La Ville souhaite encadrer la pose des enseignes dans le paysage urbain, en lien notamment avec les qualités architecturales des quartiers. Le parcellaire très spécifique du cœur historique engendre des façades étroites d'environ 6 mètres de large et la typologie des activités est constituée essentiellement des commerces de proximité ; dans les faubourgs, des moyennes/grandes surfaces. Par conséquent, les enseignes peuvent être en façade ou perpendiculaires en centre-ancien ; en toitures ou scellées au sol en périphérie. Il convient également de ne pas favoriser la surenchère des dispositifs (enseignes, vitrophanie...) compte tenu du gabarit des bâtiments ou des voies. Le zonage se distingue par une progressivité des règles, des plus strictes en centre-ville aux moins strictes sur le reste du territoire permettant de traiter tous les cas de figure.



Enseignes qualitatives en applique et perpendiculaire en PSMV



Enseigne métallique perpendiculaire en PSMV

Objectif n°3 : Adopter une réglementation plus restrictive des enseignes et de pré-enseignes pour garantir la mise en valeur du centre ancien historique et des secteurs protégés,

Cet objectif rejoint le précédent. En Site Patrimonial Remarquable (SPR), le tissu urbain est très dense et possède une architecture spécifique.

- En PSMV : des maisons majoritairement à pan de bois, un linéaire sur rue réduit (moins de 10 mètres), une hauteur à l'égout du toit inférieure à 10 mètres, une implantation du bâti en limites de propriétés formant une continuité urbaine très forte....
- En AVAP : une architecture de faubourg en brique et pierre, bâti bourgeois avec petits jardins ou ouvriers en bande, des cités jardins, des usines reconverties en logements ou commerces, de grands équipements, etc.

Selon chaque contexte urbain, la densité des dispositifs publicitaires, le nombre, la forme, la nature et la taille des enseignes doivent être fortement réglementés afin de ne pas altérer l'aspect architectural des façades qui sont mises en valeur par les différents documents d'urbanisme (PSMV et AVAP).

Sur le volet enseigne, une attention particulière est portée sur la limitation des dispositifs par commerce, avec des dimensions contenues, la qualité des matériaux utilisés, l'épaisseur des enseignes en drapeau, les dispositifs d'éclairage...

Objectif n°4 : Etablir les conditions dans lesquelles la publicité peut prendre place dans le périmètre d'étude de la future AVAP,

Les faubourgs issus de l'aire industrielle couvrent actuellement 180 ha et sont protégés par une AVAP thématique et multi-sites. La mise en révision lancée en 2015 a permis de définir les extensions possibles pour garantir une meilleure cohérence du paysage de cette époque, soit une extension projetée à 240 ha. Ces faubourgs constituent par ailleurs les entrées de ville vers le centre-historique et il convient par conséquent de ne pas totalement geler les implantations publicitaires. Des règles spécifiques sont mises en œuvre pour encadrer enseignes et dispositifs publicitaires le long des pénétrantes (avenues, boulevard...).

En effet, si la ville centre doit préserver la qualité du tissu urbain, elle ne doit pas économiquement être pénalisée et risquer de voir les activités se relocaliser en périphérie. Enseignes et affichages publicitaires doivent être autorisés mais encadrés.

Objectif n°5 : Encadrer la typologie et l'implantation des matériels et techniques constituant les publicités, les enseignes et les pré-enseignes en cohérence avec les morphologies des quartiers,

La Ville souhaite intégrer harmonieusement les dispositifs publicitaires, les enseignes, les pré-enseignes, les supports et les mobiliers urbains à l'environnement dans lequel ils sont implantés. Ils doivent être esthétiques et en matériaux inaltérables afin de garantir la pérennité de leur aspect initial et la conservation de leurs qualités techniques dans le temps.

Objectif n°6 : Maitriser l'essor des nouveaux modes de communication publicitaires, en réglementant notamment la publicité lumineuse et numérique,

Plus restrictif que l'article R.581-35 du code de l'environnement, le projet prévoit que les publicités lumineuses soient éteintes entre 0h00 et 6h00 du matin, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Dans le même objectif, les enseignes lumineuses sont éteintes entre 0h00 et 6h00 du matin, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7h du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation de l'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Concernant l'affichage numérique, la Ville souhaite l'encadrer et non l'interdire afin de limiter les effets de gêne que ces dispositifs peuvent occasionner (défilement permanent nuit et jour, gêne pour l'environnement immédiat des logements...). Par ailleurs, ces dispositifs sont acceptés pour du mobilier urbain car ils peuvent offrir de nouveaux services à la population dans le cadre de l'embellissement de la ville (informations pratiques ou touristiques) et de l'adaptation permanente offerte par ce support par exemple pour des événements (manifestations sportives, culturelles...).



Contestation face à la pose d'un panneau numérique sur avenue Chomedey

Objectif n°7 : Conserver le pouvoir de police spéciale du maire qu'il détient en matière de répression des publicités, enseignes et pré-enseignes illégales,

L'approbation d'un règlement local de publicité sur le territoire communal permet de conserver les pouvoirs de police spéciale du maire au nom de la commune en matière de réglementation des publicités, pré-enseignes et enseignes. Dans ce cadre, le maire statue sur les demandes préalables en matière d'enseigne et de dispositifs publicitaires lumineux.

PARTIE 4 : Justification des choix retenus et présentation des zonages

4.1. Un document réglementaire bicéphale

La Ville de Troyes a fait le choix d'adapter au mieux à la morphologie et aux enjeux de son territoire les zonages et les règles encadrant publicité, pré-enseignes et enseignes. Il en ressort un document réglementaire bicéphale qui dissocie les périmètres de réglementation des enseignes d'une part, des zones réglementées relatives aux dispositifs publicitaires d'autre part. Les pré-enseignes sont intégrées dans la partie publicité et la partie enseigne est traitée de manière indépendante.

Ainsi, le zonage Enseignes a été établi en tenant compte de l'attractivité commerciale de certains axes ou de secteurs marchands tels que le cœur historique, les faubourgs protégés, les voies pénétrantes qui sont pour l'essentiel d'anciennes routes nationales... Il en ressort trois zones de réglementation des enseignes (ZRE) :

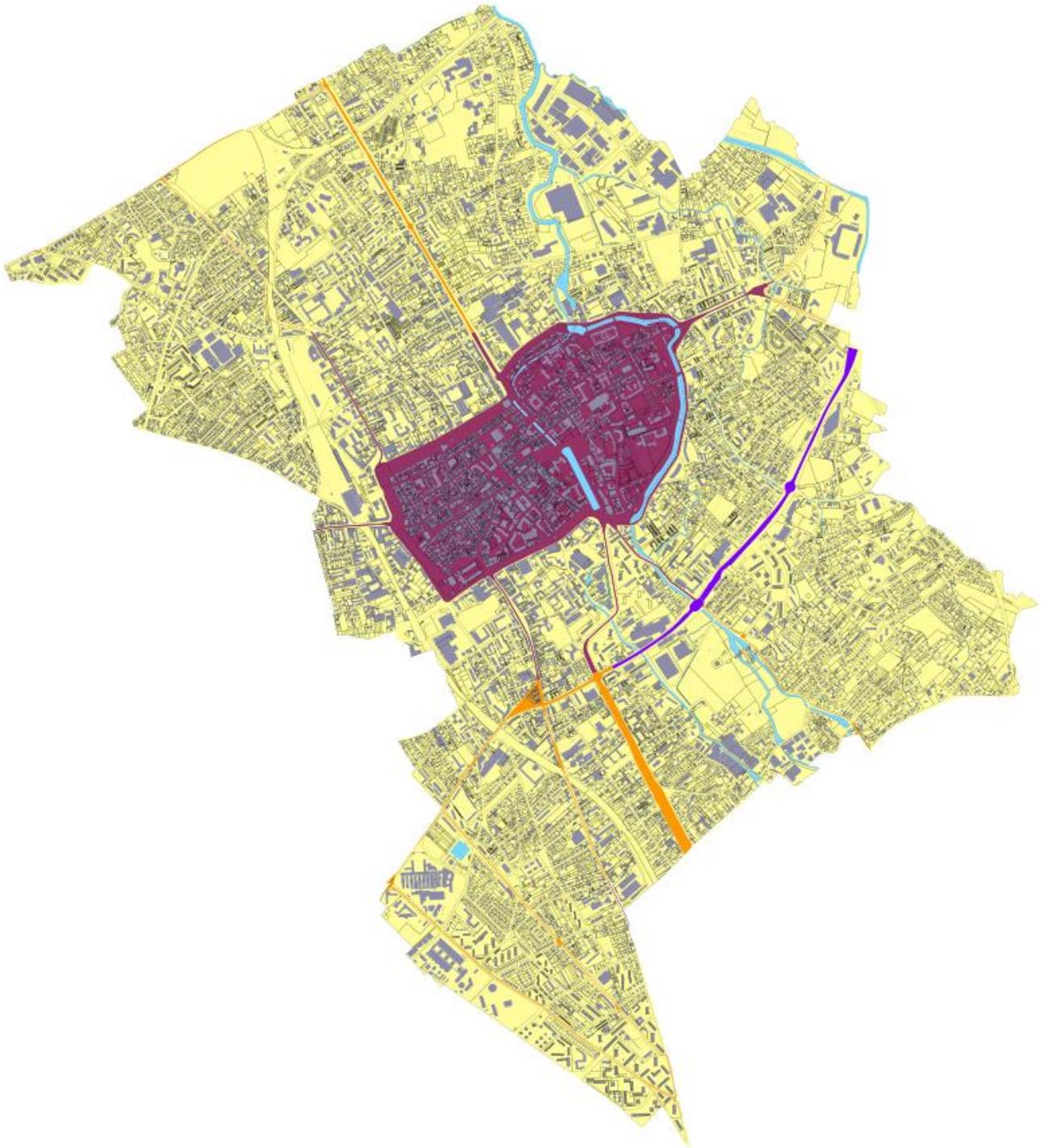
- **ZRE 1** : Enseignes correspondant au centre historique ;
- **ZRE 2** : Enseignes correspondant aux faubourgs et qui recouvre les quartiers anciens industriels et les secteurs limitrophes du centre ancien ;
- **ZRE 3** : Enseignes recouvrant le reste du territoire communal.

Concernant les dispositifs publicitaires, le zonage spécifique mis en place s'appuie sur la structure viaire et la morphologie du tissu parcellaire le long des grands axes. Il se décline en 4 zones et des carrefours routiers réglementés :

- **ZRP 1** : Publicité « séquence urbaine » ;
- **ZRP 2** : Publicité « séquence faubourgs » ;
- **ZRP 3** : Publicité « séquence pavillonnaire et espace d'activité » ;
- **ZRP 4** : Publicité « séquence diffus ».

Chaque volet contient donc un règlement et un zonage spécifique.

4.2 Publicités et pré-enseignes



0 500 1 000 m

La Ville de Troyes souhaite que les publicités et les pré-enseignes participent à l'effort de valorisation du cadre de vie sur son territoire. Le présent règlement poursuit donc les objectifs suivants :

- Préciser et adapter les règles nationales, issues notamment de la loi « Grenelle II » et codifiées au sein du Code de l'Environnement, aux spécificités locales troyennes dans un nouveau document qui entre en vigueur en lieu et place de l'actuel règlement intercommunal ;
- Adopter une réglementation plus restrictive que les règles nationales pour garantir la mise en valeur patrimoniale du centre ancien historique et des secteurs urbains protégés, en imposant des règles strictes d'implantation et de mise en œuvre ;
- Etablir les conditions dans lesquelles la publicité peut prendre place dans la future Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) ;
- Maîtriser l'essor des nouveaux modes de communication publicitaires, en réglementant notamment la publicité lumineuse et numérique ;
- Conserver le pouvoir de police spéciale du Maire que ce dernier tient en matière de répression des publicités, enseignes et pré-enseignes illégales.

Le règlement national (code de l'environnement) régit le format, l'implantation et la densité des dispositifs. La ville de Troyes souhaite aller plus loin à travers un règlement et un zonage spécifique qui s'appuiera sur la structure viaire et la morphologie du tissu parcellaire le long des grands axes. Il se décline en 4 zones :

- **ZRP 1 Publicité « séquence urbaine » correspondant :**
 - o **au centre historique de la Ville de Troyes** couvert par le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur étendu, mis en révision en 2011 et approuvé le 15 décembre 2017 ;
 - o **aux voies ceinturant le centre historique, jusqu'au droit du domaine privé :**
 - Boulevard du 14 juillet ;
 - Boulevard du 1^{er} RAM ;
 - Boulevard Victor Hugo ;
 - Place du Général Patton ;
 - Boulevard Carnot ;
 - Boulevard Gambetta ;
 - Boulevard Danton ;
 - Cours Jacquin ;
 - Mail des Charmilles ;
 - Mail Saint Dominique ;
 - Place du Vouldy ;
 - Rond-point François Mitterrand ;
 - o **aux portions d'axes suivantes (pénétrantes vers le centre historique) :**
 - axe nord-est (est et ouest) : Avenue du 1^{er} Mai et Rond-point de l'Europe (jusqu'à la rivière Fontaine) ;
 - RN 2019 – axe pénétrante nord : Avenue Chomedey de Maisonneuve (à l'est) jusqu'au n°24 inclus ; Avenue du Général Vanier (à l'ouest) jusqu'au n°35 inclus ;
 - RN 60 – axes nord-ouest (est et ouest) : Avenue Pasteur, jusqu'à la limite avec la Place Jean XXVIII ;
 - RN 2019 – axe ouest (nord et sud) : Rue Voltaire, jusqu'à la limite communale avec Sainte Savine ;

- RN 2019 – axe est (nord et sud) : Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny, du rond-point de l'Europe jusqu'à la rivière Fontaine ;
- RN 71 – axe sud-ouest : Avenue Pierre Brossolette, à l'est jusqu'à l'intersection avec la rue de Madagascar, à l'ouest jusqu'à l'intersection avec le Boulevard Anatole France ;
- axe sud : Boulevard Jules Guesde, jusqu'à l'intersection avec le Boulevard Georges Pompidou ;
- axe sud-est : Chaussée du Vouldy, jusqu'à l'intersection avec le Boulevard Georges Pompidou.

La ZRP 1 dite « séquence urbaine » vise à protéger un bâti dense, de grande qualité patrimoniale et architecturale, en instaurant une réglementation très restrictive de la publicité et des pré-enseignes. La publicité et les pré-enseignes sont interdites à l'intérieur du périmètre, sauf exceptions mentionnées article 3.2.2, à savoir la publicité sur mobiliers urbains et la publicité sur palissade de chantier.

Les justifications à la réglementation publicitaire en ZRP 1 sont les suivantes :

- L'interdiction de la publicité et des pré-enseignes s'explique par la volonté de protéger et mettre en valeur un centre historique remarquable couvert par un PSMV depuis 1964.
- Pour autant, les centres historiques comme Troyes doivent pouvoir accueillir des messages publicitaires de manière encadrée en nombre et en format car les activités commerciales ou tertiaires qui y sont implantées font aussi l'attractivité des cœurs de ville et ces dernières ont besoin de se signaler et de communiquer face à une forte concurrence du commerce en ligne et des zones marchandes périphériques. Il s'agit donc d'un enjeu d'équilibre économique du territoire entre le centre-ville et les zones périphériques.
- Par conséquent, la possibilité d'autoriser la publicité sur le mobilier urbain (dont le format unitaire sera de 2 m²) permet d'une part aux activités économiques d'exister, et d'autre part à la collectivité d'afficher sur ces supports d'autres informations d'ordre culturel, touristique, événementiel... y compris par le biais de l'affichage digital.

- **ZRP 2 Publicité « séquence faubourgs » correspondant :**

o **aux portions d'axes suivantes :**

- RN 77 – axes nord-est (est et ouest) : Avenue Robert Schumann (de la rivière Fontaine jusqu'à la limite communale avec Pont-Sainte-Marie) ;
- RN 2019 – axe pénétrant nord : Avenue Chomedey de Maisonneuve (à l'est) : du n°24 (exclu) jusqu'à la limite communale avec La Chapelle-Saint-Luc
- Avenue Major Général Georges Vanier (à l'ouest) : du n°35 (exclu) jusqu'à la limite communale avec La Chapelle-Saint-Luc ;
- RN 2019 – axe est (nord et sud) : Avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny (de la rivière Fontaine jusqu'aux limites communales avec Saint-Parres-aux-Tertres) ;
- RN 71 – axe sud-est : Avenue Pierre Brossolette (à l'est) : de l'intersection avec la rue de Madagascar jusqu'au n°309 (exclu)

- Avenue Pierre Brossolette (à l'ouest) : de l'intersection avec le Boulevard Anatole France jusqu'au n°260 ;
- RN 77 – axe sud-ouest : Avenue Anatole France (nord et sud) : jusqu'à la limite communale avec Saint-André-les-Vergers ;
- Boulevard Pompidou : de l'intersection avec les rues Rachi et Charles Dutreix jusqu'à la voie ferrée ;
- axe sud-ouest : Avenue des Lombards : de l'intersection avec le Boulevard Anatole France jusqu'à la limite communale avec Saint-Julien-les-Villas ;
- axe sud-ouest : Avenue Edouard Herriot : de l'intersection avec le Boulevard Anatole France jusqu'à la limite communale avec Saint-Julien-les-Villas ;
- axe pénétrant sud : Avenue Jules Guesde : de la limite communale avec Saint-Julien-les-Villas jusqu'à l'intersection avec le Boulevard Pompidou ;
- axe pénétrant sud-est : Chaussée du Vouldy : de la limite communale avec Saint-Julien-les-Villas jusqu'à l'intersection avec le Boulevard Pompidou ;
- Rue du Général Sarrail : de l'intersection avec la Rue des 3 communes, l'Avenue du Général Vanier et la limite communale avec La Chapelle-Saint-Luc.

La ZRP 2 couvre la « séquence faubourgs » ; elle vise à protéger un tissu urbain de faubourgs dont les séquences les plus qualitatives sont protégées. Les prescriptions de cette zone sont assez restrictives car elles visent à protéger un environnement urbain de caractère, dans la continuité de la ZRP 1. La publicité et les pré-enseignes sont autorisées à l'intérieur du périmètre, y compris en Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine, dans des conditions très encadrées :

- la surface unitaire d'affichage est limitée à 12 m² ;
- la superposition (2 panneaux l'un au-dessus de l'autre) et la juxtaposition (2 panneaux l'un à côté de l'autre) sont interdites ;
- l'implantation n'est admise que sur une unité foncière ayant au moins une façade sur une voie ouverte à la circulation du public ;
- dans le respect de règles de densité qui tiennent compte de la structure parcellaire comprise dans la zone et visant à limiter la prolifération des supports :
 - a) **sur tout le périmètre, hors exceptions mentionnées en b et c ci-dessous :**
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public inférieure à 25 mètres = interdit ;
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 25 mètres = 1 dispositif (simple ou double face) qu'il soit sur portatif ou sur support.
 - b) **sur l'axe pénétrant nord : Avenue Chomedey de Maisonneuve (à l'est) : du n°24 (exclu) jusqu'à la limite communale avec La Chapelle-Saint-Luc ; Avenue Major Général Georges Vanier (à l'ouest) : du n°35 (exclu) jusqu'à la limite communale avec La Chapelle-Saint-Luc :**
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public inférieure à 20 mètres = interdit ;
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 20 mètres = 1 dispositif (simple ou double face) qu'il soit sur portatif ou sur support.
 - c) **pour les unités foncières présentant plusieurs façades sur voie ouverte à la circulation du public** (par exemple sises à une intersection de voirie), le calcul de la longueur du linéaire tient

compte de toute la longueur des côtés de l'unité foncière bordant les dites voies, suivant les règles suivantes :

- façade additionnée sur voie de visibilité ouverte à la circulation du public inférieure à 30 mètres = interdit ;
- façade additionnée sur voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 30 mètres = 1 dispositif (simple ou double face) qu'il soit sur portatif ou sur support ;
- la publicité lumineuse numérique relève de règles spécifiques prévues dans le code de l'environnement pour en limiter le nombre sans pour autant l'interdire : surface unitaire limitée à 6 m², 1 seul dispositif par unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 30 mètres, distance supérieure à 10 mètres d'une limite séparative et supérieure à 15 mètres de toute façade non aveugle sur un fonds voisin ;
- les implantations de publicités sur mobilier urbain, sur palissade et sur domaine public et ferroviaire font par ailleurs l'objet de règles adaptées.

Les justifications à la réglementation publicitaire en ZPR 2 sont les suivantes :

La publicité et les pré-enseignes sont autorisées à l'intérieur du périmètre, y compris sur des portions d'axes en site SPR (couvert par l'AVAP) dans la mesure où des activités économiques sont historiquement implantées dans ces quartiers. Les justifications du maintien de la publicité en ZRP 2 sont les suivantes :

- La Ville de Troyes souhaite conserver la mixité des fonctions (équipements, activités, logements individuels ou collectifs...) dans les quartiers en AVAP (ou en future AVAP) avec une grande partie des faubourgs actuels. Ces secteurs constituent des entrées de ville qui sont traversées par de grandes artères qui convergent vers le Bouchon de Champagne (avenues Pasteur, Brossolette...);
- Face à la concurrence du commerce périphérique ou du commerce en ligne, la ville centre doit privilégier la qualité du tissu urbain, mais ne doit pas être économiquement pénalisée et risquer de voir les activités se relocaliser en périphérie. L'affichage publicitaire doit être autorisé notamment sur les grands axes qui constituent des entrées de ville et qui traversent cette zone, mais il convient de limiter le nombre de dispositifs et les effets dans le paysage urbain (densité, format, implantation...). Comme ces quartiers sont partiellement en AVAP (site SPR), il est proposé de les réintroduire avec le nouveau RLP ;
- De même, la publicité sur mobilier urbain et palissade est autorisée et encadrée dans le même objectif de préserver les activités économiques. Comme en ZRP 1, il s'agit d'éviter les délocalisations en zones périphériques (magasins d'usines, centres commerciaux...) et par ailleurs, la collectivité a besoin du mobilier urbain pour signaler des événements culturels, touristiques, sportifs... Le modèle économique prévu par le contrat de mobilier urbain permet d'atteindre cet objectif ;
- Les règles de densité énoncées permettant ou non l'implantation de supports sur les parcelles repose sur l'étude du parcellaire en ZRP 2. Elles se substituent aux interdites

précédemment instituées dans l'objectif de maintenir l'équilibre actuel entre dispositifs et dynamisme économique et préservation du cadre de vie en secteur d'intérêt patrimonial ;

- Le format des dispositifs lumineux est encadré pour ne pas interdire une évolution technologique tout en préservant d'éventuelles nuisances un public qui a manifesté son appréhension lors de la concertation.

- **ZRP 3 -Publicité « séquence pavillonnaire et espace d'activité » correspondant :**

La ZRP 3 couvre la séquence dite « pavillonnaire et espace d'activités ». Elle se caractérise par un tissu urbain plus aéré, des constructions en retrait par rapport à la voie publique, un front de rue constitué majoritairement de clôtures et d'espaces d'activités économiques implantés de manière ponctuelle (commerces, garages...). Les prescriptions sont peu restrictives au regard d'espaces moins sensibles d'un point de vue architectural et patrimonial. L'affichage publicitaire doit être autorisé notamment sur les grands axes qui constituent des entrées de ville et qui traversent cette zone, mais il convient de limiter le nombre de dispositifs et les effets dans le paysage urbain (densité, format, implantation...). Comme ces quartiers sont partiellement en AVAP (site SPR), il est proposé de les réintroduire avec le nouveau RLP

Les principales règles sont les suivantes :

- la surface unitaire d'affichage est limitée à 12 m²,
 - sur une même unité foncière, les dispositifs doivent être identiques (même typologie et même format),
 - respect de règles de densité avec une implantation définie selon la largeur du parcellaire.
- a) **sur tout le périmètre, hors exception mentionnée en b ci-dessous :**
- l'implantation n'est admise que sur une unité foncière ayant au moins une façade sur une voie ouverte à la circulation du public et est soumise à l'observation stricte des règles suivantes, relatives à la longueur de la façade parcellaire sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public :
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public inférieure à 20 mètres = interdit ;
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 20 mètres et inférieure à 60 mètres = 1 dispositif (simple ou double face) qu'il soit sur portatif ou sur support ;
 - o façade sur la voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 60 mètres = 2 dispositifs (simple ou double face) qu'ils soient sur portatif ou sur support.
- b) **pour les unités foncières présentant plusieurs façades sur voie ouverte à la circulation du public** (par exemple sises à une intersection de voirie), le calcul de la longueur du linéaire tient compte de toute la longueur des côtés de l'unité foncière bordant les dites voies, suivant les règles suivantes :
- o façade additionnée sur voie de visibilité ouverte à la circulation du public inférieure à 30 mètres = interdit ;
 - o façade additionnée sur voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 30 mètres = 1 dispositif (simple ou double face) qu'il soit sur portatif ou sur support ;
 - o façade additionnée sur voie de visibilité ouverte à la circulation du public supérieure à 90 mètres = 2 dispositifs (simple ou double face) qu'ils soient sur portatif ou sur support.

- la publicité lumineuse numérique relève des mêmes règles spécifiques prévues par le code de l'environnement et mise en place en ZRP 2 pour en limiter le nombre sans pour autant l'interdire : surface unitaire limitée à 6 m², 1 seul dispositif par unité foncière dont la façade sur voie est supérieure à 30 mètres, distance supérieure à 10 mètres d'une limite séparative et supérieure à 15 mètres de toute façade non aveugle sur un fonds voisin ;
- les implantations de publicités sur mobilier urbain, sur palissade et sur domaine public et ferroviaire font l'objet de règles adaptées.

Les justifications à la réglementation publicitaire en ZRP 3 sont les suivantes :

- Bien que disposant d'un intérêt paysager moindre avec des tailles de parcelles souvent plus importantes, il convient d'éviter une prolifération ponctuelle de supports publicitaires en introduisant des règles sur le linéaire de façade pour limiter la multiplicité des dispositifs. La règle d'inter-distances entre dispositifs qui prévalait dans l'ancien règlement n'a pu être maintenue et a été réécrite ;
- Comme en ZRP 2, les règles de densité énoncées permettant ou non l'implantation de supports sur les parcelles repose sur l'étude du parcellaire en ZRP 3 ;
- Le format des dispositifs lumineux est encadré pour ne pas interdire une évolution technologique tout en préservant d'éventuelles nuisances un public qui a manifesté son appréhension lors de la concertation.
- La publicité sur mobilier urbain et palissade est autorisée et encadrée pour préserver les activités économiques. Comme pour les autres zones, il s'agit d'éviter les délocalisations en zones périphériques (magasins d'usines, centres commerciaux...) et par ailleurs, la collectivité a besoin du mobilier urbain pour signaler des événements culturels, touristiques, sportifs...

- **ZRP 4 -Publicité « séquence diffus » qui recouvre le territoire communal non compris dans les zones de publicité restreinte 1, 2 et 3.**

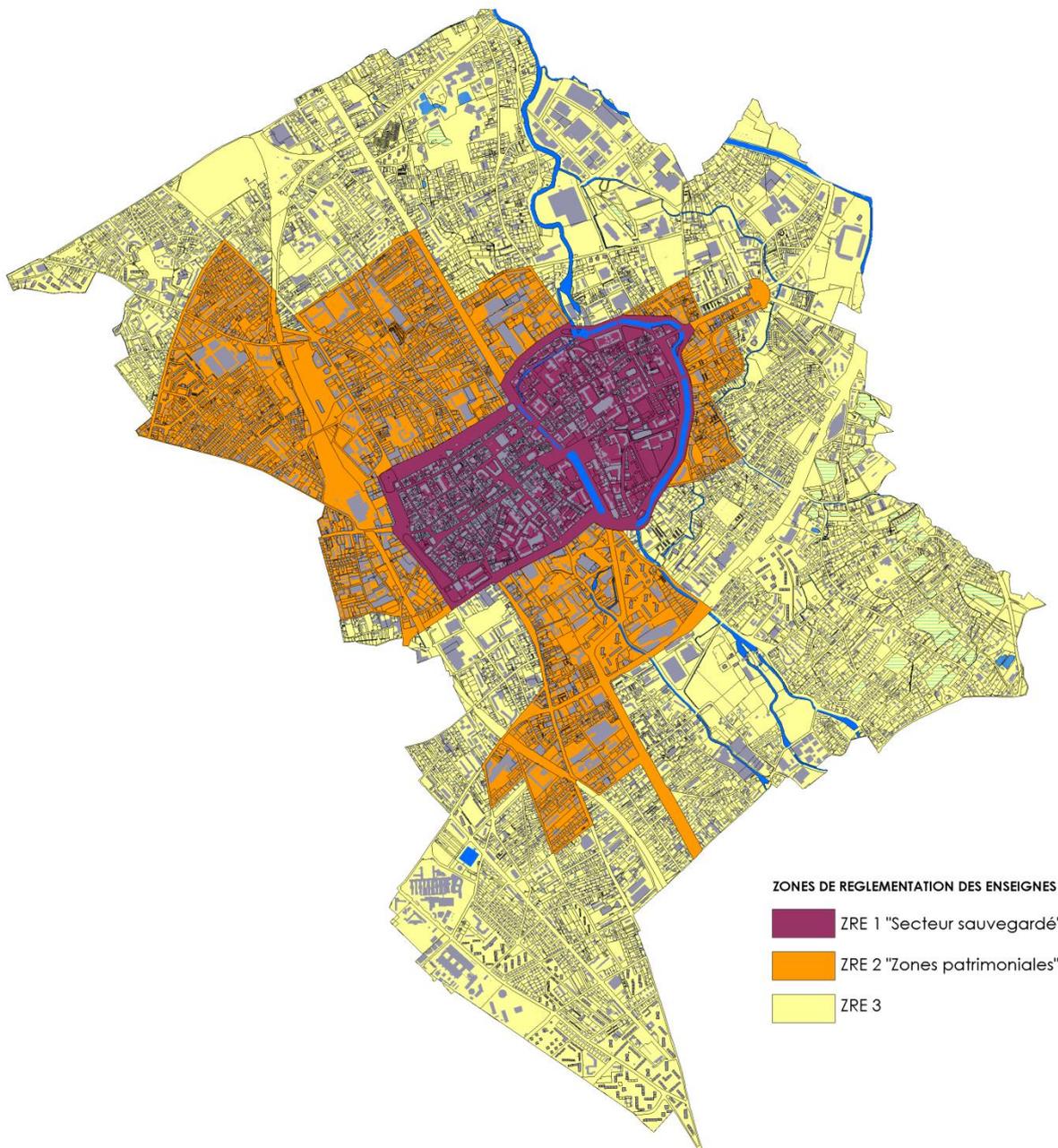
Dans cette zone où les enjeux paysagers et patrimoniaux sont moindres, la publicité et les préenseignes sont autorisées, y compris en Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine, et donc le Règlement Local de Publicité permet de les réintroduire. Pour les autres règles, les prescriptions respectent la réglementation nationale.

Seule la publicité lumineuse numérique est encadrée : 1 seul dispositif par unité foncière, distance supérieure à 10 mètres d'une limite séparative et supérieure à 15 mètres de toute façade non aveugle sur un fonds voisin.

Les justifications à la réglementation publicitaire de la quatrième zone sont les suivantes :

- La nécessité de limiter les distorsions trop importantes entre le centre-historique et les faubourgs (ZRP 1, 2, 3) et les autres espaces urbains périphériques de la commune ;
- Ces espaces sont également des entrées de ville qui répondent à une logique paysagère ;

4.3 Enseignes



Comme pour les dispositifs publicitaires, la Ville de Troyes souhaite encadrer l'implantation des enseignes qui marquent fortement le cadre de vie, en particulier en centre-ville et au sein des pôles commerciaux et d'activités secondaires. En dehors de l'objectif commun de préciser et adapter aux spécificités locales les règles nationales issues de la loi « Grenelle II » et codifiées au sein du Code de l'Environnement, les objectifs poursuivis sont :

- Encadrer la mise en œuvre des enseignes pour assurer une lisibilité des vitrines commerciales et leur insertion dans leur cadre architectural, notamment la morphologie du parcellaire (parcelles étroites, bâti étroit, architecture de pignon pour les immeubles du XVI^e siècle...) et du tissu urbain (trame viaire) ;

- Adopter une réglementation plus restrictive que les règles nationales en matière d'enseignes pour garantir la mise en valeur patrimoniale du centre ancien historique et des secteurs urbains protégés, en imposant des règles plus strictes d'implantation et de mise en œuvre ;
- Encadrer la typologie et l'implantation des matériels et techniques qui seront autorisées ou interdites dans certaines zones ;
- Maîtriser l'essor des nouveaux modes de communication (enseignes lumineuses, numériques, vitrophanie...).

Le zonage « Enseignes » a été établi en tenant compte de l'attractivité commerciale de certains axes ou de secteurs marchands tels que le cœur historique, les faubourgs protégés, les voies pénétrantes qui sont pour l'essentiel d'anciennes routes nationales... Il en ressort trois zones de réglementation applicables aux enseignes (ZRE) :

- **La ZRE 1 :**

La ZRE 1 a pour objectif de veiller à une protection optimale du patrimoine historique et architectural du centre ancien de la commune, et de favoriser son attractivité économique et touristique.

Cette zone est par conséquent la plus contraignante du règlement puisqu'elle couvre le périmètre du PSMV de la Ville de Troyes (Bouchon de Champagne) avec son architecture très caractéristique du XVI^e au XX^e siècle. Les enseignes doivent obligatoirement s'intégrer au tissu bâti composé de bâtiments assez étroits et de rues peu larges. Quelques bâtiments commerciaux accueillent de grands commerces (l'immeuble « FNAC », la Bourse du Travail en cours de reconversion, « Monoprix » ...) mais le tissu commercial est majoritairement composé de petites surfaces de moins de 100 m² au sol (commerces, bars, restaurants...) avec des largeurs de parcelles souvent de moins de 10 mètres. Par arrêté du 15/12/2017, le PSMV couvre l'intégralité du Bouchon de Champagne qui est délimité par la ceinture des boulevards 14 juillet, Victor Hugo, Carnot, Gambetta, Danton, Cours Jacquin, Barbusse et Quai Saint Dominique, jusqu'au droit du domaine privé. Enfin, dans tous les cas, la surface des enseignes ne pourra excéder 15% de la façade commerciale ou 25% lorsque cette surface est inférieure à 50 m² (réglementation nationale).

Les dispositions réglementaires applicables à la ZRE 1 sont notamment :

- un établissement est autorisé à apposer :
 - o 1 enseigne en façade (bandeau ou en applique) ou adhésive sur vitrine, fixée à plat sur la façade, par tranche de 6 mètres linéaires de façade ;
 - o 1 enseigne perpendiculaire (en drapeau ou potence), fixée perpendiculairement au mur de la façade (2 enseignes pour les établissements d'angle, soit 1 par rue) ;
- chaque typologie d'enseigne autorisée fait l'objet de prescriptions spécifiques et précises (enseigne bandeau, enseigne drapeau, vitrophanie...) ;
- l'emploi de certains matériaux pour une typologie d'enseigne peut être imposé dans les rues patrimoniales les plus qualitatives ;
- les interdictions sont précisément énumérées et contribuent toutes à l'enjeu de protection et de valorisation du patrimoine spécifique au centre historique (exemples : non occultation des

motifs architecturaux, interdiction des enseignes lumineuses numériques, clignotantes ou défilantes...).

Autre particularité de cette zone, la Ville de Troyes souhaite conserver un « caractère pittoresque » ou patrimonial de certaines rues anciennes, qui ont fait l'objet d'une requalification en faveur des piétons et qui sont intégrés dans le circuit des visites touristiques. Ainsi, pour une douzaine de rues au cœur du Bouchon, la Ville souhaite imposer les enseignes métalliques en drapeau afin de mettre en avant le caractère historique de ces rues, dont la liste est la suivante ;

Dans le corps du Bouchon :

- rue Paillot Montabert
- rue Champeaux
- ruelle des Chats
- rue Molé
- rue Urbain IV
- rue Turenne
- rue Saussier
- rue de la Trinité
- rue de la Montée des Changes
- rue Larivey
- rue Pithou
- rue Gambey
- rue de la Monnaie

Dans la tête du Bouchon

- rue Linard Gonthier
- rue du Paon
- rue de la Cité

Les justifications à la réglementation des enseignes en ZRE 1 sont les suivantes :

- Les prescriptions réglementaires strictes s'expliquent par la volonté de protéger et mettre en valeur un centre historique remarquable couvert par un PSMV depuis 1964 ;
- Elles s'appuient sur la Charte Enseigne créée par la Ville à l'élaboration de laquelle les commerçants et professionnels du Bouchon de Champagne ont participé et dont ils ont assimilé le cadre et les contraintes. La ZRE 1 donne un cadre réglementaire obligatoire à cette Charte qui a démontré sa pertinence ces dernières années.
- Dans tous les cas, la ZR1 respectera la réglementation nationale en ce que la surface des enseignes ne dépassera pas 15% de la façade commerciale ou 25% lorsque la façade est inférieure à 50 m².

- **La ZRE 2 :**

La Zone de Réglementation des Enseignes ZRE 2 correspond aux secteurs d'intérêt architectural et paysager. Il s'agit des faubourgs aux portes du Bouchon de Champagne qui se caractérisent par la présence d'un patrimoine de l'époque industrielle (Bonneterie) et de grandes avenues marchandes qui convergent vers le centre-historique (avenues du 1^{er} mai, Pasteur, Gallieni, boulevard P. Brossolette).

Son périmètre s'étend des abords extérieurs de la ceinture des boulevards 14 juillet, Victor Hugo, Carnot, Gambetta, Danton, Cours Jacquin, Barbusse et Quai Saint Dominique, des façades d'immeubles jusqu'au droit du domaine public ; jusqu'aux limites suivantes :

- **AU NORD :**

- o Boulevard Blanqui (inclus) ;
- o Avenue du Général Leclerc : côté pair du n°170 (inclus) et côté impair du n°173 jusqu'à l'Avenue Marguerite Buffard ;
- o Avenue Marguerite Buffard (incluse) jusqu'à la Place Jean XIII ;
- o de la Place Jean XIII (exclue) jusqu'au n°31 (inclus) de l'Avenue Marie de Champagne ;
- o Rue de la Reine blanche (incluse) ;
- o Rue Gaston Rogelin (incluse) ;
- o Avenue Chomedey de Maisonneuve : du n°112 (inclus) au n°48 (inclus).

- **A L'EST (axes inclus) :**

- o Rue du Général Gaston Billotte (incluse) ;
- o Rue Etienne Pédron : côté impair du n°27 (inclus) et côté pair du n°16 (inclus) jusqu'à l'angle du Cours Jacquin ;
- o Cours Jacquin (exclus) ;
- o Rue de Chaillouet (incluse) ;
- o Avenue du 1^{er} Mai (incluse) jusqu'au Carrefour de l'Europe ;
- o Carrefour de l'Europe (inclus) ;
- o Rue Louis Morin (inclus) ;
- o Rue du parc des Sports (inclus) ;
- o Rue de Jouselin (inclus) ;
- o Rue de Gournay : côté impair du n°53 (inclus) et côté pair du n°36 (inclus) jusqu'à l'intersection avec la Rue de Jouselin ;
- o Rue Fortier (incluse) ;
- o Mail des Charmilles (inclus) ;
- o Mail Saint Dominique (inclus).

- **AU SUD :**

- o Chaussée du Vouldy : section comprise entre le Rond-point West et Wood et l'intersection avec l'avenue Georges Pompidou ;
- o Avenue Georges Pompidou : section comprise entre l'intersection avec la Chaussée du Vouldy et l'intersection avec le Boulevard Jules Guesde ;
- o Boulevard Jules Guesde, côté pair : de l'intersection avec l'Avenue Georges Pompidou jusqu'au n° 152 (inclus) ;
- o Place Jean Macé (incluse) ;
- o Rue Emile Clévy (incluse) ;

- Rue du Faubourg Croncels : côté pair du n°202 (inclus) au n° 226 (inclus) et côté impair du n°223 (inclus) au n° 251 (inclus).
- **A L'OUEST :**
- Rue de la Somme : section comprise entre la Rue du Faubourg Croncels et la Rue Edouard Vaillant ;
- Rue Edouard Vaillant : côté pair du n° 82 (inclus) au n°20 (inclus) et côté impair du n°51 (inclus) au n°7 (inclus) ;
- Rue Charles Nungesser (incluse) ;
- Rue de Verdun : côté pair du n°22 (inclus) et côté impair du n°11 (inclus) jusqu'à l'intersection avec l'Avenue Anatole France ;
- Avenue Anatole France : section comprise entre l'intersection avec la Rue de Verdun et l'intersection avec l'Avenue Pierre Brossolette ;
- Avenue Pierre Brossolette : côté pair du n°124 (inclus) et côté impair du n°135 (inclus) jusqu'au Rond-point François Mitterrand ;
- Boulevard du 1^{er} RAM (côté impair) ;
- Boulevard Charles Baltet (inclus) ;
- Rue Courtalon : section comprise entre le Rond-point Robert Galley et la Rue Lachat ;
- Rue Lachat : jusqu'à la limite communale avec Sainte Savine ;
- Villa Rothier ;
- Rue Bersat (côté pair à Troyes) ;
- Rue des Noës (côté pair à Troyes)

Les dispositions particulières applicables à la ZRE 2 sont :

- un établissement est autorisé à apposer :
 - 1 enseigne en applique ou bandeau, fixée à plat sur la façade (une deuxième enseigne peut être accordée aux établissements dont la façade sur une même rue est supérieure à 10 mètres linéaires) ;
 - 1 enseigne perpendiculaire ou en drapeau ou potence, fixée perpendiculairement au mur de la façade (2 enseignes pour les établissements d'angle, soit 1 par rue) ;
 - la surface cumulée des enseignes, toutes typologies confondues, ne devant pas excéder 15% de la façade commerciale principale.
- des dispositions particulières sont admises pour les sites d'activités qui réunissent les trois conditions : être un établissement commercial ou de service ou une administration publique ou privée qui accueille du public, avoir une façade sur une même rue supérieure à 20 mètres linéaires et être implantés en retrait de plus de 15 mètres par rapport au domaine public :
 - plusieurs enseignes pourront leur être accordées mais la surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder 20% de la façade commerciale principale et tout dispositif, sauf dérogation relative aux enseignes scellées au sol mentionnée à l'article 4.3.4, sera limité à une surface maximale unitaire de 7 m² (10 m² pour les établissements en retrait de plus de 20 mètres par rapport au domaine public) ;
 - en cas de multi-activités regroupées dans un même bâtiment, s'exerçant dans la totalité du bâtiment, et présentant des entrées différenciées par activités, les surfaces pourront être calculées par activités.

- chaque typologie d'enseigne autorisée fait l'objet de prescriptions spécifiques. A noter que les enseignes scellées au sol et en toiture terrasse sont ici autorisées ;
- les interdictions spécifiques sont énumérées (exemple : non occultation des motifs architecturaux...).

Les justifications à la réglementation des enseignes en ZRE 2 sont les suivantes :

- La ZRE 2 couvre un tissu urbain de faubourg majoritairement protégé. Les prescriptions de cette zone sont assez restrictives car elles visent à protéger un environnement urbain de caractère ;
- La trame parcellaire est différente du parcellaire étroit en lanière du Bouchon de Champagne hérité du moyen âge. De ce fait, les règles d'implantation des différentes typologies d'enseignes cumulent prescriptions en termes de ml et % de façades commerciales ;
- La présence ponctuelle de grands sites d'activités est prise en compte et fait l'objet de dérogations.

La ZRE 3 :

Cette zone recouvre les secteurs du territoire communal non compris dans les zones de réglementation des enseignes 1 et 2. Elle se caractérise par des prescriptions moins restrictives au regard d'espaces moins sensibles d'un point de vue architectural et patrimonial, mais nécessitant néanmoins un cadre réglementaire.

Les dispositions particulières applicables à la ZRE 3 sont :

- la surface totale des enseignes, toutes typologies confondues, ne doit pas excéder 15% de la façade commerciale principale, cette dernière étant constituée par la (les) façade(s) comprenant la (les) entrée(s) du public, y compris les décrochements de façade avec ou sans vitrine situés sur le même plan ;
- des dispositions particulières peuvent être admises pour les sites d'activités qui réunissent trois conditions : être un établissement commercial ou de service ou une administration publique ou privée qui accueille du public, avoir une façade sur une même rue supérieure à 20 mètres linéaires et être implantés en retrait de plus de 15 mètres par rapport au domaine public :
 - plusieurs enseignes pourront leur être accordées mais la surface cumulée des enseignes ne devra pas excéder 20 % de la façade commerciale principale et tout dispositif sera limité à une surface maximale unitaire de 10 m² ;
 - en cas de multi-activités regroupées dans un même bâtiment, s'exerçant dans la totalité du bâtiment, et présentant plusieurs entrées différenciées, les surfaces pourront être calculées par activités.
- les enseignes doivent respecter l'architecture du bâtiment, s'harmoniser avec les lignes de composition de la façade et tenir compte des emplacements des baies, des portes d'entrée, porches, piliers, arcades, ainsi que tous motifs décoratifs ;

- chaque typologie d'enseigne autorisée fait l'objet de prescriptions spécifiques. A noter que les enseignes lumineuses numériques, défilantes ou clignotantes sont autorisées, mais encadrées.

Les justifications à la réglementation des enseignes en ZRE 3 sont les suivantes :

- La ZRE 3 concerne des secteurs urbains moins qualitatifs et plus résidentiels (bâti individuel...) où les prescriptions en matière d'enseignes peuvent être moins restrictives. Les activités peuvent ainsi se doter des enseignes classiques bandeau et drapeau mais également de dispositifs scellés au sol, en toiture ou lumineux, sous réserve de respecter un cadre minimal de prescriptions.