

ENQUETE PUBLIQUE
relative à
la révision du Règlement Local de publicité (RLP)
de la ville de QUEVEN (56)

RAPPORT
CONCLUSIONS ET AVIS

Commissaire enquêteur : Michèle EVARD-THOMAS

Table des matières

Rapport

1. Considérations générales.....	3
2. Objet de l'enquête publique.....	3
3. Organisation et déroulement de l'enquête publique.....	3
4. Projet soumis à l'enquête publique.....	5
5. Avis formulés par les personnes publiques.....	12
6. Observations formulées par le public.....	14
7. Procès-verbal de synthèse des observations du public.....	14
8. Mémoire en réponse.....	14
9. Pièces jointes et documents annexes.....	14

Conclusions et avis

1. Rappel du projet soumis à l'enquête publique.....	15
2. Bilan de l'enquête publique.....	15
3. Appréciations du commissaire enquêteur.....	15
4. Conclusions et avis du commissaire enquêteur.....	24

RAPPORT

1. Considérations générales

La ville de Quéven, qui compte près de 9 000 habitants, est constituée de 3 agglomérations : une principale et 2 secondaires. Limitrophe de Lorient, elle fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'affichage publicitaire est un moyen de communication qui constitue un élément du cadre de vie. Il peut impacter le paysage et être source de pollution visuelle en l'absence de dispositions pour en assurer la maîtrise.

La ville de Quéven est dotée d'un Règlement Local de Publicité datant de 1993 devenu obsolète depuis le 13/01 /2021, suite à l'application de la loi Grenelle II de 2010 (loi ENE).

2. Objet de l'enquête publique

Le conseil municipal de Quéven a délibéré le 28/02/2019 afin d'engager la révision de son Règlement Local de Publicité pour le rendre compatible avec les évolutions réglementaires, le mettre en adéquation avec les réalités locales dans un souci de protection et de mise en valeur du patrimoine et de soutien au développement économique et commercial de la commune.

3. Organisation et déroulement de l'enquête publique

3.1. Désignation du commissaire enquêteur

Le 5 août 2022, j'ai été désignée par le Tribunal administratif de Rennes pour conduire l'enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Quéven.

Le maire de Quéven a prescrit l'enquête publique par arrêté du 22 août 2022.

3.2. Modalités de l'enquête publique

L'enquête s'est déroulée du 9 septembre 2022 au 26 septembre 2022 inclus, soit pour une durée de 18 jours.

Les 2 permanences se sont tenues à la mairie de Quéven les :

- Vendredi 9 septembre 2022 de 9h à 12h
- Lundi 26 septembre 2022 de 14h à 17h

3.3. Moyens d'accès au dossier par le public

Le dossier était consultable sous forme papier et sur un poste informatique en mairie de Quéven aux jours et heures ouvrables habituels.

Il était également accessible sur le site internet de la commune : www.queven.com

3.4. Moyens de participation du public

Le public pouvait formuler ses observations :

- en écrivant dans le registre d'enquête mis à sa disposition à la mairie, en présence ou non du commissaire enquêteur
- en adressant un courrier à l'attention du commissaire enquêteur à la mairie Place Pierre Quinio CS 30010 56531 Quéven Cedex
- en utilisant l'adresse électronique urbanisme@mairie-queven.fr

3.5. Moyens d'accès aux dépositions du public

Toutes les observations formulées étaient accessibles dans le registre d'enquête, en mairie.

3.6. Publicité de l'enquête publique

- Les annonces légales ont paru dans Ouest-France et le Télégramme le 26/08/2022 et le 17/09/2022.
- Des affiches ont été apposées en 17 points de l'agglomération sur les axes passants, aux intersections ou angles des rues, dans les giratoires et sur les bâtiments publics comme la mairie, la médiathèque, les services techniques ou la salle des Arcs.
- L'avis d'enquête était en ligne sur le site de la commune ww.queven.com
- L'enquête publique était annoncée sur le panneau d'information lumineux de la ville.

3.7. Composition du dossier

Le dossier présenté comporte 5 chemises contenant :

- une note de présentation de l'enquête publique
- le projet de règlement local de publicité
rapport de présentation (35 pages)
règlement (20 pages)
annexe 1: plans de zonage de publicités et des enseignes
annexe 2 : limites des agglomérations
- l'avis de l'Etat sur le projet arrêté
- l'avis de la CDNPS
- les actes
délibération prescrivant la révision du RLP (28/02/2019)
délibération du débat d'orientation (16/12/2021)
délibération du bilan de la concertation et arrêté du projet (19/05/2022)
arrêté municipal du 22/08/2022
- porter à connaissance de l'Etat (18/06/2020)

Il est complété par des documents annexes :

- un procès-verbal d'affichage établi le 26/08/2022 par la police municipale
- deux articles de presse des 18 et 19/12/2021 parus dans Ouest-France et le Télégramme

3.8. Bilan de la concertation

Les modalités de la concertation associée à la révision du RLP ont été définies par la délibération du 28/02/2019. Le bilan de la concertation a été établi par délibération le 19/05/2022.

Le registre de concertation tenu à la disposition du public en mairie n'a recueilli aucune observation.

La réunion publique du 21/02/2022 a permis de présenter le diagnostic et le projet de réglementation à une vingtaine de personnes. Les commerçants et les entreprises de la ville avaient été informés de la tenue de cette réunion. Les échanges ont particulièrement porté sur les publicités numériques, les banderoles et la pré-signalisation en zones d'activités.

Une vingtaine d'entreprises (afficheurs exploitant des publicités sur la commune, syndicats représentatifs de la profession, fabricants et poseurs d'enseignes locaux) ont été conviés à une réunion le 21/02/2022. Une dizaine de professionnels a participé à cette rencontre. Les échanges ont surtout concerné les règles de densité et de format des publicités, les règles d'éclairage des publicités et des enseignes. Le règlement proposé pour les enseignes a été jugé cohérent en regard du contexte.

3.9. Réunions et visite du site avant l'enquête publique

Le commissaire enquêteur a échangé, le 07/09/2022 avec deux responsables du cabinet Cyprim à qui la commune a confié la révision de son RLP.

Ce même jour, il a rencontré M. Baudet, délégué au développement et à l'animation économique, et Mme Lhyver, en charge de l'urbanisme, en mairie de Quéven. Cet échange a été suivi d'une visite du site concerné.

4. Projet soumis à l'enquête publique

4.1. Eléments de contexte

- La ville de Quéven n'ayant pas transféré la compétence urbanisme à Lorient Agglomération est légitime à conduire la procédure de révision de son RLP.
- Le patrimoine :
 - 1 site inscrit : les rives du Scorff, en partie hors agglomération
 - 2 monuments historiques avec un périmètre délimité des abords : le calvaire de l'ancien cimetière et le cairn mégalithique autour de Kerroc'h dit « trou des Chouans », également hors agglomération.

Le Code de l'environnement prévoit une interdiction absolue de publicité sur les monuments historiques et une interdiction relative, en agglomération, dans les périmètres délimités des abords des monuments historiques et dans le site inscrit.

Les secteurs naturels ou boisés :

- Zones N
- Espaces boisés classés (EBC)

En zone N et dans les EBC, en agglomération, les dispositifs publicitaires installés au sol, la publicité sur mobilier urbain sont interdits.

4.2. Diagnostic

- Les règles en vigueur - Règles du Code de l'environnement :

Les règles nationales du Code de l'environnement sont applicables à Quéven mais la règle du RLP peut se substituer à la règle nationale.

Les règles nationales les plus significatives concernent :

- les publicités et pré-enseignes. Elles sont interdites hors agglomération, hors pré-enseignes dérogatoires et pré-enseignes temporaires, le RLP ne pouvant pas réglementer ces 2 types de pré-enseignes.
- les supports interdits, la densité sur propriété privée, la publicité lumineuse ou non apposée sur un mur, les installations scellées ou posées au sol, les heures d'extinction des publicités lumineuses en agglomération.
- la publicité sur mobilier urbain
- les enseignes permanentes
- les enseignes temporaires.

- Les règles en vigueur - RLP

Le RLP de 1993, caduc depuis le 13/01/2021, continue de produire ses effets jusqu'au 13/01/2023.

Les règles du RLP en vigueur jusqu'en 2023 s'appliquent aux seules publicités et pré-enseignes puisque le RLP n'a défini aucune règle spécifique pour les enseignes.

Le RLP est constitué d'un zonage en 4 parties :

- une zone d'interdiction pour le site inscrit et le périmètre de 100 m autour des monuments historiques
- une zone « Kerdual » où la publicité est limitée au mobilier urbain avec une surface maximale de 4 m²
- une ZPA (Zone de Publicité Autorisée) sur un tronçon de la RD6 au niveau de la zone d'activité « Beg Runio »
- le reste de l'agglomération

- Le diagnostic des publicités et pré-enseignes

Etat des lieux :

Le territoire communal comporte 39 publicités ou pré-enseignes couvrant une surface de 270 m² environ. La publicité sur mobilier urbain représente 11 supports.

Le format standard de 12 m² comporte 8 supports, 10 supports font moins de 1 m² et 8 supports présentent des formats disparates allant de 1,5 m² à 8 m².

8 afficheurs exploitent des supports de la commune.

Les densités les plus importantes se situent aux abords des zones d'activités du Mourillon et de Beg Runio. Le mobilier urbain est disséminé le long des axes traversant de la commune. Le reste de la commune est largement exempt de publicité (on n'en trouve aucune en centre-ville et dans les zones résidentielles).

Diagnostic réglementaire

27 publicités et pré-enseignes sur les 39 recensées sont en infraction par rapport aux règles nationales et au RLP du 08/07/1993. 14 motifs d'infractions ont été déterminés dont 3 relatifs au RLP de 1993 (publicité installée hors agglomération ou dont l'affiche est visible d'une voie située hors agglomération ou en zone d'interdiction du RLP ou sur supports interdits, ou sur un linéaire de façade inférieur au seuil de 50 m, ou en surnombre...).

Diagnostic qualitatif

La publicité se concentre sur les axes d'entrées de villes.

Rue Joliot Curie, les densités et les surfaces importantes donnent une impression de surcharge publicitaire en entrée de ville : les publicités grand format s'accordent mal au bâti, il y a peu d'espaces libres sur les propriétés et les axes sont étroits.

- Le diagnostic des enseignes

Les enseignes scellées au sol affectent particulièrement le cadre de vie aux abords de la RN 165 de par leur surface, leur nombre, leur côté disparate, leur absence d'entretien... La simple application des règles nationales du code de l'environnement améliorerait déjà la situation.

Le manque de soin de certaines installations d'enseignes, l'usage fréquent des banderoles affectent aussi le cadre de vie.

4.3. Objectifs poursuivis et orientations générales

Objectifs :

- mettre le RLP en conformité avec les évolutions réglementaires et en adéquation avec les réalités locales
- maîtriser l'implantation de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes
- protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et paysager de la commune
- trouver une cohérence avec le PLU
- garantir et pérenniser le développement économique et commercial de la commune
- limiter la densification de l'affichage le long des axes structurants
- limiter les dispositifs de publicité lumineuse

Orientations générales :

- protection du patrimoine naturel et bâti
- amélioration des perspectives en entrée de ville et des paysages à partir de la RN 165
- réduction de la pression publicitaire rue Joliot Curie et préservation des quartiers non investis
- mise en valeur des devantures commerciales en centre-ville
- limitation de l'impact environnemental des supports lumineux

4.4. Contenu du règlement- justification des choix

Justification du zonage et des règles relatives aux publicités et aux pré-enseignes

4 zones nommées Zone de Publicité Réglementée (ZPR) ont été déterminées dans les limites des agglomérations :

La **ZPRO** correspond aux secteurs à protéger. La publicité y est interdite. Ce zonage et cette disposition d'interdiction répondent aux orientations de protection du patrimoine naturel et bâti, d'amélioration des perspectives d'entrée de ville et des paysages à partir de la RN 165, de réduction de la pression publicitaire rue Joliot Curie.

Il est décidé de ne pas déroger à l'interdiction relative de publicité aux abords du monument historique et dans le site inscrit.

Les 2 agglomérations secondaires sont concernées par ce zonage ainsi que la RN 165 et les bretelles d'accès à Quéven qui sont des voies hors agglomération.

La **ZPR1** correspond aux parties de l'agglomération principale non couvertes par les autres zones (secteurs résidentiels et partie la plus commerçante de la rue Jean Jaurès). Dans cette zone, les possibilités de publicité se limitent au micro-affichage publicitaire, moyennant une restriction à 0,5 m² par support et à un seul support par devanture. Le RLP ne peut interdire ce type de publicité. Ce zonage et ces dispositions répondent à l'orientation de préservation des quartiers non investis.

La **ZPR2** correspond aux tronçons d'axes d'entrée de ville (axes surtout résidentiels situés aux abords des zones commerciales ou d'activités ou constituant les accès principaux au centre-ville). Sur ces axes un peu larges avec des espaces libres sur les parcelles devant le bâti, le format 12 m² est surdimensionné et inapproprié avec l'habitat. Le RLP autorise une surface maximale de 2 m² et limite la densité. Le zonage ne s'étend pas jusqu'aux limites de l'agglomération. Le zonage ZPR1 s'applique sur une certaine distance sur 3 des axes d'entrée de ville. Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations d'amélioration et de maintien des perspectives en entrée de ville, de réduction de la pression publicitaire rue Joliot Curie, de préservation des quartiers non investis.

La **ZPR3** est constituée par la zone d'activités du Mourillon, incluant un tronçon de la rue Joliot Curie, la zone d'activités de Beg Runio, une zone délimitée autour du centre commercial jusqu'à l'ancienne conserverie Minerve. Ces zones économiques présentent des axes, des bâtiments et des reculs plus importants. La publicité de plus grand format y est mieux adaptée. Ces secteurs accueillent aujourd'hui la plus grande densité publicitaire. Le RLP retient la surface d'affichage maximale de 4 m² et un critère qui dépend de la longueur du linéaire de façade. Il ne retient pas la possibilité offerte par le code de l'environnement d'une deuxième publicité sur la première tranche de 80 m. Cette surface est la surface maximale possible pour les villes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une densité urbaine de plus de 100 000 habitants. On peut, en effet, considérer que, si la commune de Quéven est limitrophe de celle de Lorient, cette frontière n'est pas en continuité d'activité ou d'habitat dense et que la RN 165 constitue une coupure naturelle.

Ce zonage et ces dispositions répondent aux orientations d'amélioration et de maintien des perspectives en entrée de ville et de réduction de la pression publicitaire.

La publicité numérique, sous-ensemble, de la publicité lumineuse n'est pas installée à Quéven. La publicité numérique 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.

Le RLP limite la surface maximale à 0,15 m² pour une seule publicité lumineuse à l'intérieur des devantures. Aucune publicité lumineuse de ce type n'est présente à ce jour à Quéven.

La durée d'extinction des publicités lumineuses est augmentée par rapport à celle qui est définie par le Code de l'environnement.

Justification des règles relatives aux enseignes

Les règles applicables aux enseignes dépendent du secteur dans lequel l'activité se situe. La commune est composée de 2 zones :

- **Zone 1** : secteur centre-ville, début des rues partant de la place, prolongation au-delà du périmètre délimité des abords sur certains axes. Il n'est pas fait de distinction dans les règles entre ce secteur patrimonial et le reste de la zone ; le périmètre délimité des abords du cair mégalithique et les agglomérations secondaires sont intégrés à la zone. On trouve, dans cette zone, la presque totalité des commerces de détail. Les problématiques concernent surtout les façades (critères de hauteur de l'enseigne à plat sur le mur, ou lettres découpées en cas de pierres apparentes ou d'ouverture cintrée, taux maximal d'occupation des enseignes sur baies, réduction du nombre d'enseignes perpendiculaires).
- **Zone 2** : les problématiques principales à résoudre sont celles des enseignes scellées au sol de part et d'autre de la RN 165 et celles des banderoles dont l'usage s'étend. L'application de la règle du Code de l'environnement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (une seule enseigne de 6 m² maximum scellée au sol le long de la voie bordant l'immeuble où s'exerce l'activité) et le RLP qui exige une imposition de forme totem ainsi que des règles concernant l'entretien en attente d'affichage vont apporter une amélioration.

Les banderoles sont réglementées.

Des dispositions sont prévues pour les enseignes lumineuses. Les enseignes numériques ainsi que les caissons épais éclairés par transparence, les spots sur tige, les ampoules ou LED à nu sont interdits. Des règles d'extinction plus restrictives que les règles nationales sont prévues.

L'ensemble des règles instituées pour les enseignes vise à :

- protéger le patrimoine naturel et bâti
- améliorer des perspectives en entrée de ville et des paysages à partir de la RN 165
- mettre en valeur les devantures du centre-ville
- limiter l'impact environnemental des supports lumineux.

4.5. Applicabilité des nouvelles dispositions

Les publicités, pré-enseignes ou enseignes installées avant l’approbation du RLP disposent de délais pour se mettre en conformité : 2 ans pour les publicités et pré-enseignes et 6 ans pour les enseignes. Toutefois, ce délai ne s’applique que si les supports sont conformes au Code de l’environnement, au moment de l’approbation du RLP. Si ce n’est pas le cas, la mise en conformité avec le RLP est requise sans délai.

4.6. Sanctions encourues

Toute infraction au code de l’environnement et au RLP est sanctionnée suivant les dispositions prévues par les articles L.581 et suivants du Code de l’environnement.

La procédure administrative prévoit, dès constatation d’une publicité, enseigne, pré-enseigne irrégulière que le maire prenne un arrêté ordonnant, dans les 5 jours, soit la suppression, soit la mise en conformité voire la remise en état des lieux. Au-delà des 5 jours, la personne concernée par la mise en demeure est redevable d’une astreinte réévaluable chaque année (219,70 € /jour et par dispositif en infraction depuis le 20/02/2022). Des sanctions pénales peuvent également être mises en œuvre.

4.7. Règlement

- Dispositions générales

Article 1 : Portée du règlement

En l’absence de disposition particulière contenue dans le présent règlement, et sur les parties du territoire communal ne faisant pas l’objet de prescription particulière au titre du présent règlement, la réglementation nationale issue du Code de l’environnement s’applique dans son intégralité.

Article 2 : Champ d’application

Sont concernés les dispositifs de publicité, pré-enseignes, enseignes visibles d’une voie ouverte à la circulation publique sur la commune de Quéven (constituée d’une agglomération principale et de 2 agglomérations secondaires).

Article 3 : Dispositifs admis dans toutes les zones

Affichage municipal, administratif et légal, affichage d’opinion ou d’association sur les supports prévus, affichage lié à des manifestations sur des supports aménagés à cet effet.

Article 4 : Conditions d’installation

Déclaration ou autorisation préalables.

Article 5 : Dépose

Dispositions à respecter concernant la dépose et remise en état des lieux.

Article 6 : Délai d’application du présent règlement

Le présent règlement est opposable dès l’accomplissement de la dernière des mesures de publicité.

Article 7 : Sanctions

Application du Code de l'environnement et du RLP ; procédures administratives et /ou pénales ; amendes, astreintes.

- Dispositions relatives aux publicités et pré-enseignes

Article 8 : Zones de publicité

Le RLP détermine 4 zones de publicité réglementée de ZPR0 à ZPR3 dans lesquelles publicités et pré-enseignes sont soumises à des prescriptions complémentaires plus restrictives que celles du régime général fixé par le Code de l'environnement (Cf plan de zonage). Ces zones s'appuient sur les limites des agglomérations de Quéven.

Article 9 : ZPR0 - définition de la zone et règles applicables

Publicité interdite.

Article 10 : ZPR1 - définition et règles applicables

Micro-affichage publicitaire autorisé sous réserve d'une surface limitée à 0,5 m² et d'une densité limitée à un dispositif par établissement.

Article 11 : ZPR2- définition de la zone et des règles applicables

Micro-affichage sous réserve de surface et de densité d'affichage limitées,

Publicité sur mobilier urbain,

Publicité non lumineuse éclairée par projection ou transparence (2 m² maximum et densité limitée par unité foncière),

Publicité numérique interdite.

Article 12 : ZPR 3- définition de la zone et des règles applicables

Micro-affichage sous réserve de surface et densité d'affichage limitées,

Publicité sur mobilier urbain,

Publicité non lumineuse éclairée par projection ou transparence (4 m² maximum), et densité d'affichage limitée à une publicité par tranche de 80 m de linéaire de façade de l'unité foncière. Dans l'unité foncière, distance de 50 m entre les publicités.

Publicité numérique interdite.

Article 13 : publicités lumineuses à l'intérieur des vitrines

Surface limitée à 0,15 m² et à un seul dispositif par établissement

Article 14 : règles d'extinction des publicités lumineuses

Eteintes de 22 h à 7 h y compris sur mobilier urbain ou à l'intérieur des vitrines.

- Dispositions relatives aux enseignes

Zone 1 : règles 15 et 17

Zone 2 : règles 16 et 17

Article 15 : règles applicables à l'installation des enseignes en zone 1

Localisation générale des enseignes sur la façade :

L'enseigne à plat ou perpendiculaire est contenue dans les limites de la façade commerciale.

Elle est interdite sur un mur ne disposant pas d'ouverture liée au commerce et sur une porte

d'accès à l'étage. Elle est constituée de lettres découpées ou d'un bandeau en applique. Un espace libre doit être présent tout autour. Le bandeau n'est pas admis sur un mur de pierres et/ou avec des encadrements d'ouverture en pierres apparentes ou cintrées. Le bandeau a une couleur de fond unie et une épaisseur inférieure à 8 cm.

L'enseigne perpendiculaire au mur :

La densité est limitée à 1 par façade commerciale et la surface à 0,4 m² ou 0,6 m² pour une enseigne regroupée.

L'enseigne sur baie ou ouverture :

Elle est constituée de lettres collées. Sa surface est au plus égale à 25% de la surface de la baie.

L'enseigne scellée au sol :

Elle a une forme de totem et une surface maximale de 3 m².

Les enseignes interdites :

En zone 1 : enseigne en toiture, sur banderole, enseigne numérique sauf la croix de la pharmacie.

Article 16 : règles applicables à l'installation des enseignes en zone 2

Enseignes en façade : application du Code de l'environnement,

Enseigne scellée ou posée au sol, supérieure ou inférieure à 1 m² : forme rectangulaire, surface limitée à 6 m², densité limitée à 1 enseigne, structures vides déposées, faces maintenues sans inscription interdites,

Enseigne utilisant comme support une banderole : banderole interdite sur clôture non aveugle, interdite si visible de la RN 165, posée par le biais d'une structure, banderole scellée au sol limitée à 4 m²,

Enseignes interdites : enseigne en toiture, enseigne numérique extérieure au local.

Article 17 : règles relatives aux enseignes lumineuses

Eclairages interdits : spots sur tiges, LED ou ampoules à nu, éclairages multicolores, caissons éclairés par transparence sur toute leur face, l'éclairage devant se limiter aux inscriptions

Extinction des enseignes de 22h et 7h sauf si l'activité continue de s'exercer durant cette période ; l'allumage est alors lié à l'ouverture du commerce.

5. Avis formulé par les personnes publiques

- Mairies des communes limitrophes

La mairie de Quéven a adressé, le 11/04/2021, un courrier aux mairies de Caudan, Gestel, Guidel, Lorient, Ploemeur et Pont Scorff pour leur demander si elles souhaitaient être consultées dans le cadre de l'élaboration du RLP. Ploemeur et Guidel ont répondu favorablement et la ville de Ploemeur a émis un avis favorable au projet de RLP le 08/07/2022.

- Avis de la CDNPS (formation spécialisée)

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites a émis un avis favorable (Voir son PV du 23/08/2022) assorti du commentaire suivant : Les associations environnementales soulignent la qualité du travail réalisé par la commune de Quéven et sa volonté de se réappropriier le paysage urbain. Elles ont présenté des propositions tendant à diminuer les dimensions des dispositifs et leur densité et à restreindre les publicités numériques.

- Avis de la DDTM (service eau biodiversité risques – Unité risques et nuisances)

Dans son courrier du 31/08/2022, l'Etat a émis les remarques suivantes sur le projet de RLP :

- Observations concernant la légalité et la sécurité juridique du document

Dans l'article 3 du règlement qui mentionne trois dispositifs autorisés dans toute zone, seul le 3^{ème} est réglementé puisqu'il s'agit des affichages liés à des manifestations qui sont assimilables à des publicités, enseignes ou pré-enseignes temporaires. Les deux autres dispositifs (affichage municipal ou affichage d'opinion) ne relèvent pas des règles nationales.

- Observations concernant la cohérence et la compréhension du règlement

Les articles 1, 2, 4 et 7 de la première partie sont des redites de la réglementation nationale.

Dans la 3^{ème} partie, 2 zones réglementées sont définies pour les enseignes. La définition de ces zones, qui sont la base du règlement, ne doivent pas être mises en avant-propos mais faire l'objet d'un article intitulé : « définition des zones d'enseigne ».

Les schémas/photos figurant dans les articles 15 et 17 ont plutôt leur place dans un document annexe, guide d'explication de la réglementation.

Article 15 : Les dispositifs sur vitres ne peuvent être réglementés que s'ils sont apposés à l'extérieur.

Article 16 : Il vaut mieux utiliser le terme « dispositif » pour les enseignes scellées ou posées au sol car ce terme désigne les enseignes simples et les enseignes doubles faces.

Article 16 : Le RLP interdit les banderoles sur les clôtures non aveugles. Cela suppose qu'elles sont autorisées sur les clôtures aveugles sans limitation de nombre et de surface. La remarque vaut aussi pour les enseignes murales.

Article 17 : Les faisceaux lasers ne figurent pas dans les types des éclairages interdits pour les enseignes lumineuses. Ce type d'enseigne exige de consulter la base d'aéronautique navale de Lan Bihoué.

- Dernière remarque : les plans de zonage au format A4 ne sont pas lisibles.

L'Etat émet un avis favorable au projet de RLP et invite la commune à analyser les éléments fournis qui permettent de préciser le projet.

6. Observations formulées par le public

Le registre d'enquête ne porte que 5 observations mais elles sont représentatives des parties prenantes : un habitant de Quéven, une association de défense des paysages, des professionnels de la publicité.

7. Procès-verbal de synthèse des observations formulées par le public

Il a été remis et commenté en mairie de Quéven le 27 septembre 2022.

8. Mémoire en réponse

Le mémoire en réponse de la mairie aux observations du public est parvenu le 10 octobre 2022 et répond à chaque observation formulée.

9. Pièces jointes et documents annexes

Registre d'enquête publique

Procès-verbal de synthèse des observations formulées par le public

Mémoire en réponse de la mairie de Quéven

ENQUETE PUBLIQUE RELATIVE A LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA VILLE DE QUEVEN (56)

CONCLUSIONS et AVIS

1. Rappel du projet soumis à l'enquête publique

La commune de Quéven s'est dotée d'un Règlement de Publicité Restreinte (RLP) en juillet 1993. La loi ENE (loi portant Engagement National pour l'Environnement) de 2010 a rendu ce règlement caduc à compter de janvier 2021.

Le conseil municipal de Quéven a donc délibéré le 28/02/2019 afin d'engager la révision de son règlement local de publicité pour le rendre compatible avec les évolutions réglementaires, le mettre en adéquation avec les réalités locales dans un souci de protection et de mise en valeur du patrimoine et de soutien au développement économique et commercial de la commune.

Quéven, qui compte près de 9 000 habitants et est limitrophe de la ville de Lorient, fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. Le RLP présente des règles plus restrictives que celles qui s'appliquent aux agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

2. Bilan de l'enquête publique

Le registre comporte 5 observations formulées par un habitant de Quéven, par une association et par des professionnels de la publicité. Le maître d'ouvrage a répondu précisément à ces contributions fournies et a pu tenir compte de certaines remarques (voir ci-après).

3. Appréciations du commissaire enquêteur

- Sur les observations du public et les réponses du maître d'ouvrage

Les observations produites au cours de l'enquête publique sont classées **R** (écrites dans le registre), **C** (parvenues par courriel), **L** (reçues par courrier) suivies du n° d'ordre.

Les réponses du maître d'ouvrage aux observations du public sont en bleu.

Observation R1 : M. Ruello habite rue Joliot Curie à Quéven. Il signale qu'il est gêné par le panneau publicitaire situé au n° 36 de sa rue. Ce panneau est éclairé et tourne sans arrêt. Dès la tombée de la nuit, il se reflète dans la véranda de la maison où il devient impossible de lire ou de regarder la TV voire de séjourner.

Réponse du maître d'ouvrage :

La légalité de cette installation va être analysée. Quand bien même cette installation mettrait en évidence une illégalité, et comme il l'est rappelé en article 1 du RLP : « *Le présent règlement ne fait pas obstacle aux droits des tiers, qui sont réservés* ». Ainsi, nulle publicité, préenseigne ou enseigne ne peut constituer une gêne avérée sur son voisinage.

Appréciation du commissaire enquêteur :

La légalité de ce panneau publicitaire semble pouvoir être interrogée à plusieurs titres. La mairie peut donc s'engager à faire cesser la gêne occasionnée dans des délais assez brefs.

Observation C1 : L'association Paysages de France formule quelques recommandations pour améliorer le projet de RLP :

- Pour se prémunir contre de nouvelles formes de publicité, interdire toutes les formes de publicité non explicitement citées dans le règlement.

Réponse du maître d'ouvrage :

L'article L.581-14 du Code de l'environnement confère au RLP la possibilité d'adapter les dispositions prévues aux articles L581-09 et L581-10. L'interdiction des formes de publicité non citées va au-delà des possibilités offertes à un Règlement Local de Publicité.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Avis conforme.

- Interdire les dispositifs publicitaires numériques à l'intérieur des vitrines (les écrans numériques ont un fort impact sur l'environnement).

Réponse du maître d'ouvrage :

Les publicités numériques à l'intérieur des vitrines ne sont pas interdites par le RLP, elles sont restreintes en surface et en densité, et en durée de fonctionnement. Ces critères apportent des garanties qui semblent suffisantes, en matière de préservation de l'impact sur l'environnement.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Ce dispositif publicitaire est autorisé avec de fortes contraintes dans le RLP ce qui en limite les effets négatifs sur l'environnement.

- Préciser si l'installation des publicités numériques à l'intérieur des vitrines est possible en ZPRO

Réponse du maître d'ouvrage :

Il serait effectivement souhaitable de ne pas admettre de publicité lumineuse à l'intérieur des devantures en ZPRO, par cohérence avec les règles applicables à la publicité dans cette zone. L'article 13 pourrait ainsi être modifié, pour interdire la publicité lumineuse intérieure aux devantures en ZPRO.

Appréciation du commissaire enquêteur :

En ZPRO, la publicité étant interdite, l'article 13 pourrait, en effet, rappeler cette interdiction.

- Interdire les dispositifs publicitaires déroulants sur mobilier urbain (ils font usage de préenseignes).

Réponse du maître d'ouvrage :

Cette demande semble inadaptée au contexte.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Ces dispositifs publicitaires déroulants qui font office de préenseignes et qui sont souvent placés le long des voies pourraient ne pas être autorisés, les professionnels pouvant choisir de recourir à ce dispositif pour compenser la limitation des surfaces d'affichage imposée par le RLP.

- Placer les informations municipales pour qu'elles soient visibles dans le sens principal de circulation (pour le mobilier urbain d'information).

Réponse du maître d'ouvrage :

Ce critère ne relève pas du RLP.

Appréciation du commissaire enquêteur :

On peut penser que la logique induit une disposition de l'affichage favorable à la lecture.

- Imposer une implantation perpendiculaire ou parallèle à la chaussée aux dispositifs publicitaires scellés au sol.

Réponse du maître d'ouvrage :

Cette demande semble inadaptée au contexte ; le diagnostic n'a pas mis en avant une telle problématique, et la configuration des axes concernés par les implantations publicitaires n'est pas propice à une installation autre que perpendiculaire ou parallèle à la chaussée.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Avis conforme. Il semble préférable que le RLP évite de s'alourdir avec des contraintes que le contexte ne justifie pas.

- Pour les enseignes sur façade, les limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m² et à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².

Réponse du maître d'ouvrage :

La limitation imposée par le Code de l'environnement (15% de la façade supérieure à 50 m², et 25% de la façade inférieure à 50 m²) semble plus souple et plus adaptée que la règle proposée qui ne respecte pas cette logique de proportionnalité.

Appréciation du commissaire enquêteur :

La règle de la proportionnalité semble en effet plus souple mais aussi plus rigoureuse.

- Appliquer aux enseignes temporaires de moins de 3 mois ou de plus de 3 mois les dispositions des enseignes permanentes correspondant à la zone dans laquelle elles sont installées ou définir des prescriptions particulières.

Réponse du maître d'ouvrage :

Il n'a pas été souhaité aller jusqu'à réglementer les enseignes temporaires, étant donné que ce sujet ne répond pas à une problématique rencontrée sur la commune.

Néanmoins, suite aux échanges tenus lors de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, ayant examiné le projet de RLP, il pourrait être pertinent de réglementer les enseignes scellées au sol installées pour plus de 3 mois, dans le cadre des programmes immobiliers. Ces enseignes peuvent en effet avoir une surface allant jusqu'à 12 m² (RNP), ce qui semble peu cohérent avec la surface de 6 m², limite maximale pour les enseignes permanentes, et la surface de 4 m² imposées pour les publicités (RLP).

Proposition : autoriser pour les enseignes temporaires une surface de 8 m². Surface légèrement supérieure aux enseignes permanentes mais adaptée aux dispositifs habituellement utilisés.

Appréciation du commissaire enquêteur :

En effet, pour respecter le principe d'adaptation du RLP au contexte local et dans un souci d'harmonie, il semble nécessaire de réglementer les enseignes temporaires. La surface de 8 m² semble un bon compromis.

- Interdire ou réglementer les enseignes numériques placées à l'intérieur d'une vitrine (1 seule enseigne par établissement de taille inférieure ou égale à 1 m²).

Réponse du maître d'ouvrage :

Compte tenu de l'évolution des modes de consommation, actuels et à venir, il n'a pas été souhaité de réglementer les enseignes lumineuses placées à l'intérieur des devantures, en surface et en densité. Des règles strictes de fixité d'image s'appliquent aux enseignes numériques. Des règles d'extinction, plus strictes que les règles nationales, s'appliquent à l'ensemble des enseignes lumineuse, intérieures ou extérieures.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Image fixe, durée limitée d'éclairage et contraintes liées à la sobriété énergétique limitent déjà ce type de dispositif sans qu'il soit nécessaire d'ajouter des contraintes supplémentaires.

Par ailleurs, l'association apprécie :

- L'interdiction de la publicité commerciale sur mobilier urbain (abris-voyageurs) et sur mobilier urbain accessoirement publicitaire en ZPRO et ZPR1.
- L'interdiction de la publicité extérieure murale ou scellée au sol éclairée ou numérique en ZPRO et ZPR1.
- L'interdiction des publicités éclairées ou numériques sur toiture ou terrasse.
- L'interdiction de la publicité numérique extérieure en ZPR2 et ZPR3.
- Le choix des dimensions des dispositifs muraux ou scellés au sol et celui de dispositifs publicitaires non éclairés ou éclairés par projection ou transparence.
- Les prescriptions retenues en Z1 : taille des totems, interdiction des enseignes sur toiture et des enseignes numériques extérieures (sauf pharmacie).

Observation L1 : M. Gille, directeur du Patrimoine à Affouest, rappelle que la publicité par affichage extérieur est le seul média réglementé par le Ministère de l'environnement et que, depuis la loi ENE de 2010 complétée par la loi climat et résilience de 2021, les panneaux non conformes ont été retirés des villes. 11 mobiliers urbains publicitaires sont disposés sur l'espace public de Quéven que les collectivités responsables n'ont pas fait déposer. L'activité se déroule donc en harmonie avec les milieux urbains et la réglementation. L'activité représente plusieurs dizaines d'emplois sur l'agglomération lorientaise.

- La publicité par affichage se plie à des exigences environnementales : labellisation RSE, papier issu de forêts FSC, encres végétales...
- Pourquoi la ville de Quéven souhaite-t-elle mettre en cause cet équilibre ?

- Restreindre l’affichage extérieur sur le domaine privé laissera le champ libre à internet et aux applications mobiles moins soucieux de l’impact environnemental.
- D’accord pour mettre à plat l’implantation géographique des panneaux d’affichage et sur la réduction de leur format en passant à un maximum de 8 m² d’affichage en zones d’activités et axes structurants. Demande le maintien du format portatif de 4 m² et un encadrement de 15 cm qui correspond au standard des panneaux.
- Les entreprises ont besoin de communiquer pour se maintenir. Les afficheurs et leurs sous-traitants souhaitent participer à la construction d’un mieux vivre ensemble.

Réponse du maître d’ouvrage :

Le zonage du RLP ne remet pas en cause fondamentalement les lieux d’implantation actuels de la publicité. L’interdiction en entrée de ville par l’échangeur du Mourillon ne fait qu’intégrer l’interdiction de visibilité des affiches à partir d’une voie située hors agglomération, fixée par l’article R.581-31 du Code de l’environnement.

Le choix du format maximum de 4 m², pour la publicité murale ou scellée au sol, en ZPR3, résulte de l’analyse de la ville (largeur des axes, aspect « rural » des villes), et de l’impact des actuelles publicités, de surface 12 m² ou 8 m².

L’encadrement a été fixé à 12 cm, suite à une réunion de concertation avec les afficheurs. Cette épaisseur correspond à une épaisseur standard et adaptée, en relation avec la surface maximale de l’affichage, fixée à 4 m².

Appréciation du commissaire enquêteur :

La ville de Quéven a fait le choix d’adapter le RNP au contexte local. Le diagnostic réalisé est sans appel : les panneaux actuels de grande dimension altèrent la qualité du paysage urbain de cette petite ville. Les dimensions des dispositifs retenus dans le RLP permettent aux entreprises de communiquer. Les proportionnalités retenues permettront d’équilibrer les effets de communication recherchés sans les atténuer mais en les rendant acceptables.

Observation C2 : L’UPE (Union de la Publicité Extérieure) propose un certain nombre d’aménagements réglementaires afin de parvenir à un compromis qui satisfassent les parties prenantes et permettent de trouver un juste équilibre.

- (Article 2) : exclure les éléments accessoires qui n’ont pas pour objet de recevoir de la publicité dans le calcul des formats de publicité.

Réponse du maître d’ouvrage :

Les éléments accessoires ne sont pas inclus dans le calcul de la surface maximale admise par le RLP. En effet, dès lors qu’une surface est déterminée par le règlement, elle y est définie comme une « surface maximale d’affichage, hors encadrement ». On comprend donc aisément que seule la surface de l’affiche est définie, et que les éléments accessoires, notamment l’encadrement, ne sont pas inclus.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Le libellé de la règle applicable en ZPR2 et ZPR3 ne prête pas à ambiguïté puisqu’on y parle de « surface maximale d’affichage ».

- (Article 4) : remplacer le terme « publicités » par celui de « dispositifs publicitaires »

Réponse du maître d'ouvrage :

Le remplacement de terme « publicités » par dispositifs publicitaires dans l'article 4 permet effectivement de ne pas introduire d'ambiguïté dans la compréhension des obligations déclaratives.

Appréciation du commissaire enquêteur :

D'une manière générale, il semble préférable d'utiliser le terme « dispositif publicitaire ». Voir aussi la remarque de la DDTM pour l'article 16.

- (Article 10 ZPR1, article 11 ZPR2, article 12 ZPR3) : appliquer les dispositions du règlement national pour l'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales

Réponse du maître d'ouvrage :

Compte tenu de la jurisprudence, il est en effet souhaitable de retirer du RLP les règles relatives aux surfaces et densités de publicité de type micro-affichage, en dehors des lieux concernés par les articles L581-4 et L.581.8 du Code de l'environnement.

Le RLP prévoit en ZPR1, ZPR2 et ZPR3, une surface d'affichage, hors encadrement, limitée à 0,5 m² et une densité limitée à un dispositif par établissement. Ces dispositions sont à retirer. La réglementation nationale prévoit le respect de 2 règles : la surface des dispositifs doit être inférieure à 1 mètre et leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite de 2 m².

Appréciation du commissaire enquêteur :

Avis partagé. Appliquer le RNP qui précise les règles qui s'appliquent au micro-affichage.

- (Article 11 ZPR2) : pour les publicités murales et pour les publicités scellées au sol en ZPR2 et ZPR3, limiter le format « hors tout » à 10,50 m², format qui englobe la quasi-totalité des dispositifs actuellement implantés et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² ». Par ailleurs et à défaut de fixer la surface d'affiche des publicités à 8 m², limiter, en ZPR2 et ZPR3, la largeur de l'encadrement des publicités à 15 cm qui correspond au design des dispositifs publicitaires de l'ensemble des sociétés d'affichage.

Réponse du maître d'ouvrage :

Le diagnostic a mis en évidence le fait que la publicité de grand format (12 m² ou 8 m²) était mal adaptée à la ville, compte tenu de la largeur des axes, et de la dimension des parcelles. Le format de 4 m² a été choisi, il permet d'assurer la lisibilité des messages, tout en garantissant une meilleure insertion dans le cadre de vie.

La surface de l'affiche est définie, associée à une largeur d'encadrement, proportionnelle au choix du format.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Si les grands formats publicitaires peuvent convenir aux larges avenues, le choix du format de 4 m² par la ville est en adéquation avec les proportions de la largeur de ses rues et à la taille de l'habitat. Ils conservent, en conséquence, toute leur lisibilité. La largeur de l'encadrement des publicités est proportionnée à la surface de l'affichage et semble être un format ordinairement pratiqué.

- (Article 11 ZPR2) : ajouter « lorsqu'une unité foncière située à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique constitue un pan coupé, la longueur du pan coupé est ajoutée pour moitié au linéaire de chaque voie ».

Réponse du maître d'ouvrage :

Conformément à la jurisprudence, le linéaire d'une propriété située en angle doit être considérée dans son ensemble, incluant un éventuel pan coupé. Le RLP prévoit deux seuils d'installation différents, suivant que l'unité foncière longe un seul axe, ou se situe en angle de rue.

Appréciation du commissaire enquêteur :

La formulation du RLP semble plus simple.

- Publicités lumineuses : les mesures prévues sont inadaptées et préjudiciables à certaines activités. Elles s'apparentent à des interdictions déguisées. La surface limitée à 0,15 m² ne permet pas au message d'être visible et lisible et n'est pas adaptée aux différents formats des dispositifs utilisés à ce jour dans les commerces. Fixer une surface cumulée à 2 m² de la publicité lumineuse implantée derrière une vitrine ou une baie.

Réponse du maître d'ouvrage :

La surface choisie, pour la publicité lumineuse située à l'intérieur des devantures est de 0,15 m², ce qui correspond à un écran d'une diagonale d'environ 60 cm, qui permet d'afficher des messages publicitaires lisibles, destinés aux piétons.

La surface de 2 m² demandée par l'UPE semble beaucoup trop importante par rapport au souhait de limiter les publicités lumineuses à l'intérieur des devantures, et disproportionnée en regard de la principale rue commerçante de la ville.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Le choix fait par la ville de limiter la surface des publicités lumineuses est restrictif mais adapté à la surface des devantures que l'on trouve dans le centre-ville.

- Agglomération : retenir la définition suivante : la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

Réponse du maître d'ouvrage :

La définition inscrite en article 2 du RLP est extraite du Code de la route. L'annexe 2 du RLP est l'arrêté du Maire, pris pour l'application du Code de la route, qui définit la position des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération. La position de ces panneaux est en totale cohérence avec les contours agglomérés associés à cette annexe, étant eux-mêmes en parfaite correspondance avec le zonage du RLP.

Il n'y a donc pas lieu de modifier la définition de l'article 2 du RLP, qui n'entend pas contrevenir à la définition de l'agglomération, résultant de la jurisprudence.

Appréciation du commissaire enquêteur :

La correspondance entre les contours de l'agglomération, le zonage du RLP et le positionnement des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération ne prêtent à aucune ambiguïté.

Observation L2 et C3 : La direction régionale Pays de Loire de JC Decaux France rappelle que le code de l'environnement prévoit 5 types de mobilier urbain susceptibles de recevoir de la publicité à titre accessoire. Ces supports de publicité ne peuvent pas être assimilés à un dispositif publicitaire et, par ailleurs, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est

contrôlée et maîtrisée par la collectivité via contrat public. Toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP demeure donc surabondante.

JC Decaux formule les observations suivantes :

- La commune doit autoriser le mobilier urbain publicitaire y compris dans les abords de monuments historiques et les sites inscrits de son territoire (après validation de l'ABF). Le futur règlement doit donc procéder à une levée générale de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain.

Réponse du maître d'ouvrage :

Le RLP doit conserver une logique dans les installations prévues, entre le domaine public et la propriété privée pour les publicités, et au regard des règles imposées sur les enseignes. La volonté de la ville, traduite dans les objectifs liés à la révision du RLP, et dans les orientations débattues par le Conseil Municipal, est de préserver le patrimoine naturel et bâti. Un périmètre délimité des abords a été élaboré autour des monuments historiques.

Il n'y a donc pas lieu de faire bénéficier à la publicité sur mobilier urbain un régime de faveur, dans ces périmètres protégés.

Pour mémoire, l'interdiction de publicité sur mobilier urbain dans le périmètre des monuments historiques était également en vigueur dans le précédent RLP.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Avis partagé.

- L'article 14 qui prévoit l'extinction de toutes les publicités lumineuses entre 22h et 7h doit être précisé. Le code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence. En outre, l'éclairage, la nuit, des mobiliers urbains assure une fonction d'information des usagers et contribue à la sécurité publique. L'article 14 pourrait être libellé comme suit : Les publicités lumineuses sont éteintes entre 22h et 7h. Cette règle s'applique également à la publicité sur mobilier urbain pour les abris-voyageurs qui doivent être éteints entre la fermeture et l'ouverture des lignes et à la publicité située à l'intérieur des vitrines (pour cette dernière, les images sont fixes entre 20h et 22 et entre 7h et 9h30).

Réponse du maître d'ouvrage :

Dans la situation actuelle, les planimètres ne sont pas éclairés ; la restriction de leur éclairage entre 22h00 et 7h00 n'apporte pas une entrave trop importante à leur installation.

Concernant les panneaux d'informations municipales (place de Toulouse et derrière mairie) : à ce jour éclairés de 6h00 à 23h00 ; ils seront désormais éteints de 22h00 à 7h.

Les lignes de bus fonctionnent quant à elles, actuellement, jusqu'à 22h45 le soir, et à partir de 5h45 le matin. La période d'extinction de la publicité sur les abris-voyageurs en relation sera alignée avec les horaires de fonctionnement des lignes de bus.

Appréciation du commissaire enquêteur :

Avis partagé.

- Sur le dossier présenté au public

Le dossier ne présente pas de difficulté de lecture. Toutefois, le lexique qui figure, page 19, en fin de dossier, aurait gagné à être présenté au début et à être encore davantage illustré afin de mettre le lecteur en condition de bonne compréhension du texte.

La formulation (page 17) « enseigne scellée ou posée au sol *de surface supérieure ou inférieure à 1 m²* » peut surprendre si on ignore qu'elle renvoie aux termes du règlement national. Une précision du type « *concerne toutes les surfaces, même inférieures à 1 m²* » placée à la fin du paragraphe pourrait être préférée.

Pour faciliter la compréhension du règlement, un tableau comparatif des différentes ZPR permettrait de synthétiser les règles applicables à chaque ZPR et afficherait ainsi la progressivité des contraintes imposées.

Un lexique, des exemples illustrés, des renvois au règlement national pourraient trouver place dans un guide de lecture et d'application qui permettrait de mieux faire appréhender le règlement national et le nouveau règlement local de publicité à ceux qui auront à appliquer les deux textes en vigueur dans la commune.

Suite à la remarque du service Eau Biodiversité Risques de la préfecture du Morbihan, les plans de zonage de publicités, des enseignes et de limites des agglomérations au 1/7000^{ème} sont venus utilement compléter le dossier et lever toute ambiguïté sur la délimitation des zonages.

On aurait, peut-être, pu trouver un développement montrant les liens entre le RLP (ses objectifs), le PADD (ses orientations) et les zonages du PLU.

- Sur l'avis de l'Etat

Toutes les remarques formulées par la Direction départementale des territoires et de la mer (DDTM) sont à prendre en compte afin de sécuriser juridiquement le RLP mais aussi d'en améliorer la compréhension. Il s'agit, en effet, de présenter un règlement simple à faire respecter et à mettre en œuvre qui ne présente que les dispositions qui dérogent au règlement national, les dispositifs admis et dans quelles conditions.

- Sur l'intérêt du diagnostic

L'état des lieux réalisé permet de relever les publicités et pré-enseignes en infraction par rapport aux règles nationales et au RLP en vigueur depuis 1993. La simple application du règlement national devrait donc permettre, à brève échéance, d'améliorer la qualité du paysage urbain en supprimant les publicités installées hors agglomération, celles qui sont visibles des voies situées hors agglomération, celles qui utilisent des supports interdits, qui sont en surnombre ou ont des surfaces trop importantes...

L'état des lieux montre aussi que la publicité est surtout concentrée sur les axes d'entrée de ville épargnant les secteurs résidentiels et la partie commerçante du centre-ville.

On note, en outre, aussi que la publicité numérique n'est pas installée sur Quéven, pas plus que le recours aux faisceaux de type laser.

Tous ces points constituent des atouts importants sur lesquels la municipalité peut s'appuyer pour atteindre les objectifs assignés au RLP.

- Sur les fondements du RLP

Quéven faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants peut fonder son RLP sur les règles qui s'appliquent aux agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. On notera, toutefois, que le RLP fait parfois le choix de retenir des règles plus restrictives qui correspondent aux règlements s'appliquant dans les villes de moins de 10 000 habitants, ce qu'est Quéven. C'est ainsi, par exemple, qu'en ZPR3 la publicité murale ou scellée au sol est limitée à une surface de 4 m² au lieu des 12 m² possibles ou que la publicité numérique est interdite. Quéven fait donc clairement le choix d'adapter le règlement national aux réalités locales et de réduire la pression publicitaire.

- Sur le contenu du règlement

Afin de conforter les avancées significatives de son règlement, et en s'inspirant des remarques des services de l'Etat, la commune pourrait peut-être prendre la précaution de lever toute ambiguïté que pourraient contenir les articles du règlement, sachant que tout ce qui n'est pas interdit est tacitement autorisé.

4. Conclusions et avis

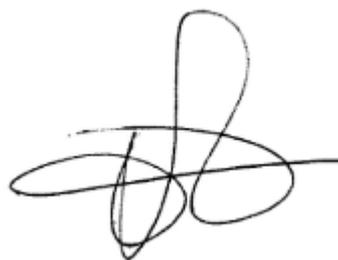
Désignée par le tribunal administratif de Rennes pour conduire l'enquête publique relative à la révision du règlement local de publicité de la ville de Quéven, je considère que :

- En faisant le choix de réactualiser son règlement local de publicité, la commune de Quéven se donne les moyens d'adapter le règlement national aux réalités de son territoire, celles d'une petite ville dont certains secteurs conservent encore un caractère rural.
- Le bilan du règlement local en vigueur permet déjà de mesurer les écarts à corriger pour être en conformité avec les règles nationales issues de la loi ENE de 2010. La commune pourra montrer sa détermination à maîtriser et améliorer son cadre de vie en faisant appliquer le Code de l'environnement et le RLP en vigueur.
- La commune peut s'appuyer sur les pratiques déjà en place pour les corriger ou les proroger. En effet, l'état des lieux réalisé permet de constater que la commune a su se préserver des excès auxquels peuvent conduire la prolifération et le dimensionnement des dispositifs de publicité. Le règlement local de publicité révisé lui permettra de préserver cet acquis.
- Le règlement local de publicité proposé a le mérite de continuer à préserver des zones encore non investies, à limiter les surfaces et la densité de la publicité murale ou au sol dans les secteurs d'activités économiques, à interdire la publicité numérique, à limiter les dispositifs lumineux et à en réduire la durée d'éclairage.

- Les règles quantitatives (maîtrise de l'implantation de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes), les règles qualitatives (enseignes du centre-ville) ne contreviennent pas au développement économique de la commune mais permettent, au contraire, une mise en valeur des établissements commerciaux et du paysage urbain.
- Les limitations des surfaces autorisées pour les messages publicitaires ont été établies pour être proportionnelles aux dimensions du paysage urbain dans lequel elles s'inscrivent : largeur des voies, type d'habitat, caractère à dominante rurale d'une petite ville. Ces justes proportions qui visent à l'harmonie ne constituent pas une entrave à la communication publicitaire mais lui permettent d'être intégrée et acceptable.
- S'appuyant sur une situation initiale favorable, la commune peut, en conséquence, se doter de règles plus restrictives que celles du règlement national et continuer ainsi à protéger son patrimoine bâti et paysager, se donner les moyens d'améliorer les entrées de la ville, se plier aux exigences de sobriété énergétique.

Et, en conséquence, émets **un avis favorable** au projet de révision du règlement local de publicité de la ville de QUEVEN.

Tréméoc, le 15 octobre 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line extending to the right.