

Département de Maine et Loire

Communauté Urbaine d'Angers-Loire-Métropole



Rapport d'enquête publique sur le **Règlement Local de Publicité intercommunal**

Enquête publique du mardi 3 septembre au vendredi 4 octobre 2019

Décision du TA Nantes n° E19000124 / 44 du 14/06/2019

Arrêté d'Angers-Loire-Métropole 2019 - 113 du 12/07/2019

Jean-Claude MORINIÈRE
Commissaire Enquêteur

Sommaire du rapport d'enquête

1. Généralités sur L'enquête publique	P 03
1.1 Désignation du commissaire enquêteur et cadre juridique de l'enquête	p 03
1.2 Les Acteurs du projet de Règlement Local de Publicité	p 03
1.3 Composition du dossier soumis à enquête publique	p 04
2. Présentation du Projet de Règlement Local de Publicité	P 05
2.1 L'élaboration du Règlement Local de Publicité	p 05
2.2 La concertation sur le projet	p 06
2.3 Les éléments mis en évidence par le diagnostic	p 06
2.4 Les objectifs du Règlement intercommunal Local de Publicité.	p 06
3. Contenu et explication des choix faits sur le RLPi	P 07
3.1 Le zonage de la publicité	p 07
3.2 Le zonage des enseignes	p 11
4. Organisation de l'enquête	P13
4.1 Démarches préalables	p 13
4.2 La procédure d'enquête	p 13
5. Les Permanences, personnes rencontrées, observations relevées	P 15
6. Résumé des observations provenant des 16 dépositions	P 17
7. Synthèse des observations	P 24
8. Les Avis des PPA et Autorités consultées	P 26
9. Les Avis des associations consultées	P 28
10. Le Procès-verbal de synthèse et le Mémoire en réponse	P 30
11. Les réponses d'ALM aux Observations sur le volet publicité	P 31
11.1 Aux observations/questions du commissaire enquêteur	p 31
11.2 Aux observations du public pendant l'enquête	p 32
12. Les réponses d'ALM aux Observations sur le volet enseignes	P 38
13. Synthèse du rapport d'enquête	P 40
 Les pièces jointes au rapport d'enquête	 p 40

1. Généralités sur L'enquête publique

1.1. Désignation du commissaire enquêteur et cadre juridique de l'enquête

Par décision du Président du Tribunal Administratif de Nantes N° E19000124/44 en date du 14/06/2019 suite à la demande de Monsieur le Président de la Communauté urbaine d'Angers-Loire-Métropole enregistrée le 16/05/2019, Monsieur Jean-Claude Morinière a été désigné commissaire enquêteur pour conduire la présente enquête publique **«Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal d'Angers Loire Métropole»**.

L'arrêté du Président de Angers Loire Métropole n° 2019-113 du 12/07/2019 ordonne la réalisation de l'enquête dans les formes prescrites par le code de l'environnement aux articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants, articles relatifs à l'organisation des enquêtes publiques.

Le Règlement Local de Publicité modifie, complète et précise la réglementation nationale qui résulte du Chapitre 1er Titre VIII du Livre V du code de l'environnement. Son élaboration est encadrée conjointement par le code de l'Environnement et le code de la Route.

Le règlement local de publicité est régi par les articles L 581-14 à L581-14-3 du code de l'environnement pour ce qui est des procédures d'élaboration, révision modification ; et R 581-72 à R 581-78 du code de l'environnement en ce qui concerne les pièces du dossier et leur contenu. Le dispositif soumis à la réglementation comporte trois catégories : la publicité, les enseignes et les pré-enseignes.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification, des plans locaux d'urbanisme, définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par [l'article L. 153-45](#) et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.

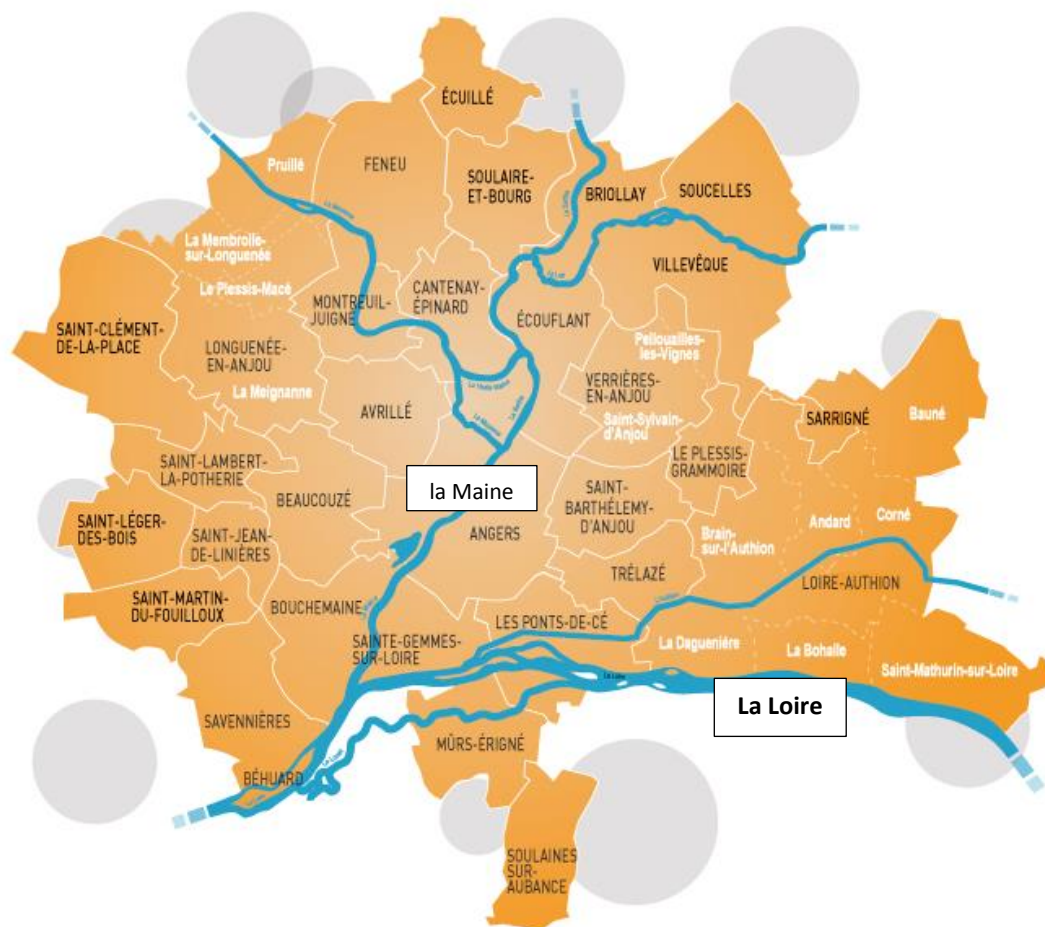
Dans la situation présente il s'agit de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal à l'échelle d'Angers Loire Métropole le cadre est celui de la procédure d'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunales « PLUi ».

1.2. Les Acteurs du projet de Règlement Local de Publicité

La Communauté d'agglomération créée au 1^{er} janvier 2001 a été transformée en communauté urbaine le 1^{er} janvier 2016. Angers Loire Métropole fait partie des quelques 2500 EPCI existants sur le territoire national. Elle couvre un territoire de 29 communes suite aux regroupements de plusieurs communes sur une superficie d'environ 55000 hectares s'étendant principalement au nord de la Loire. Le territoire concerné compte une population d'environ 301 000 habitants.

Parmi ses compétences ALM a en charge le territoire en termes d'aménagement de l'espace communautaire. Angers Loire Métropole est la structure porteuse du PLUi approuvé le 13 février 2017 et entré en vigueur le 25 mars 2017. Elle est dès lors en charge de son adaptation de ses évolutions sur l'ensemble de son territoire. ALM est ainsi le maître d'ouvrage du projet d'élaboration du Règlement de Publicité intercommunal **« RLPi »** sur le territoire couvert par le PLUi. Une fois approuvé le RLPi sera annexé au PLUi d'ALM.

Carte des communes membres de Angers-Loire -Métropole :



1.3. Composition du dossier soumis à enquête publique

Le dossier d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal comprend plusieurs pièces :

- L'arrêté de mise en enquête publique du Président de ALM.
- Le bilan de la procédure de concertation.
- Les avis des personnes publiques associées, de la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites « CDNPS » de Maine et Loire, des autres autorités consultées.
- Les avis des Associations notamment : celles reconnues pour leur actions au regard de la protection de l'environnement du paysage, du patrimoine...
- Un registre d'Enquête Publique côté et paraphé par le commissaire enquêteur.
- L'avis d'enquête publique paru dans deux journaux d'annonces légales.
- Un dossier arrêté de projet du RLPI comprenant lui-même plusieurs pièces :
 - La délibération du conseil communautaire du 13 mai 2019 sur le bilan de concertation et l'arrêt de projet ainsi que les délibérations prises par les communes constituant les zones agglomérées d'ALM.
 - La pièce constituant le rapport de présentation comprend 192 pages. le rapport expose entre autre : le champ d'application matériel pour la publicité et les enseignes, puis à

l'issu du diagnostic les enjeux liés aux caractéristiques territoriales, enfin les dispositions règlementaires applicables selon les zones retenues pour la publicité et pour les enseignes avec l'explication des choix.

- La pièce présentant les zones agglomérées sous forme de cartes au format A3 sur le territoire et pour chaque commune, soit 30 cartes, avec les arrêtés fixant les limites d'agglomération.
- La pièce présentant le plan de zonage de publicité sous forme de cartes au format A3 sur le territoire et pour chaque commune ou commune déléguée, soit 40 cartes. Cette pièce met en évidence 8 zones de publicité différentes ainsi que les composantes patrimoniales du PLUi, et les communes appartenant à l'unité urbaine d'Angers.
- La pièce présentant le plan de zonage des enseignes sous forme de cartes au format A3 sur le territoire et pour chaque commune, soit 30 cartes. Cette pièce met en évidence 4 zones d'enseignes différentes.
- La pièce règlement écrit du projet RLPi comprenant 29 pages composées d'un préambule et des deux volets : Publicité et Enseignes. En annexe la pièce indique : les communes membres d'ALM (29), les communes appartenant à l'unité urbaine d'Angers (9), les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Angers (5), les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Angers (20).

Le volet publicité présente les prescriptions communes à toutes les zones puis pour chacune des 8 zones donne les éléments ou caractéristiques définissant chaque zone et pour chacune ses prescriptions spécifiques en terme de: densité publicitaire, de dispositif publicitaire mural, de dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol, de publicité supporté par le mobilier urbain, de publicité numérique, de publicité de petit format, de publicité sur bâche de chantier.

Le volet enseigne présente aussi les prescriptions communes à toutes les zones puis pour chacune des 4 zones la délimitation et caractéristiques de la zone puis ses prescriptions spécifiques pour : les enseignes apposées à plat sur un mur, parallèlement ou perpendiculairement à un mur ; les enseignes scellées ou installées directement sur le sol ; les enseignes installées sur toitures ou terrasses en tenant lieu ; les enseignes numériques.

L'ensemble de ces pièces visées par le commissaire enquêteur sont à disposition sur les lieux de consultation : au siège d'ALM et dans chacune des mairies des 29 communes de l'agglomération. Ainsi le dossier et ses pièces soumises à enquête publique sont conformes à l'article R 581-72 du code de l'environnement.

2. Présentation du Projet de Règlement Local de Publicité d'ALM

Depuis la réforme de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE) les RLP sont des instruments de planification locale permettant aux collectivités de contrôler et d'harmoniser sur leur territoire l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicités, enseignes et pré enseignes.

2.1 L'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal

Le projet RLPi arrêté fait suite à une phase de collaboration à sa construction, au travers de réunions de travail, entre ALM et les communes dotées ou non d'un RLP en regroupant les communes selon

leurs caractéristiques. Un comité de pilotage composé d'élus représentatifs des communes s'est réuni à 5 reprises pour des arbitrages à différentes étapes du projet.

Les personnes publiques associées ont été conviées à l'élaboration du projet lors de 2 réunions spécifiques et/ou ont apporté des contributions spécifiques par écrit. Une 3^{ème} rencontre s'est tenue avec la Direction Départementale des Territoires (DDT) et l'Architecte des Bâtiments de France.

2.2 La concertation sur le projet

Prévue par la délibération prescrivant l'élaboration du RLPi la concertation avait pour objectif de diffuser l'information, de recueillir les observations, débattre pour affiner et alimenter le projet. Ainsi deux réunions se sont tenues avec les professionnels de la publicité extérieure et deux autres ont été organisées avec les associations de protection de l'environnement.

Six ateliers participatifs s'adressant au public ont été organisés, les représentants des commerçants, les enseignants et associations intéressées y étaient aussi conviés. Un registre de concertation a été mis en place dans chaque commune et au siège d'ALM, une adresse dédiée fut aussi mise en place pour recueillir les observations et questions. Des articles sont parus dans les magazines communautaires et communaux et une exposition évolutive ouverte au public installée au siège d'ALM.

Une réunion publique finale s'est tenue au siège d'ALM le 3 avril 2019 en présence d'une dizaine de personnes dont des professionnels de la publicité et représentants d'associations. Dix contributions par voie internet ou postale ont été apportées.

La pièce bilan de concertation rapporte les éléments ci-dessus et expose les observations formulées regroupées par thématique à savoir : les zonages, la réintroduction de la publicité dans les secteurs patrimoniaux protégés, le mobilier urbain, le numérique, l'extinction nocturne, la densité et le recul par rapport aux façades, la surface des dispositifs, les enseignes sur clôture...

2.3 Les éléments mis en évidence par le diagnostic.

Le diagnostic met en évidence des situations variées 9 communes font partie de la Communauté Urbaine mais n'appartiennent pas à l'unité urbaine d'Angers au sens INSEE ce qui change le régime de la publicité. Actuellement 6 communes sont déjà dotées d'un RLP, les autres non.

Certaines villes sont très impactées par la publicité d'autres non. Des entrées de villes voient leur qualité dégradée par la présence anarchique de la publicité. Les panneaux publicitaires et enseignes sont hétéroclites et /ou mal adaptés à l'environnement. Le procédé numérique a fait son apparition et se développe rapidement.

Les communes considèrent que la publicité ne trouve pas sa place dans les centres historiques et beaucoup veulent étendre la protection aux secteurs résidentiels ou seule, la signalétique des commerces de proximité paraît nécessaire dans ces lieux. La publicité numérique fait l'objet de fortes réserves. Les communes de la deuxième couronne se satisfont de la quasi inexistence de la publicité.

2.4 Les objectifs du Règlement intercommunal Local de Publicité.

A l'échelle d'ALM les objectifs du RLPi sont de préserver les sites à forte valeur patrimoniale et les paysages urbains. Cette préservation est modulée selon les lieux pour trouver le bon équilibre entre

préservation du cadre de vie et favoriser l'essor économique local. Ainsi différentes zones sont définies pour la publicité ainsi que pour les enseignes avec pour principaux objectifs:

- d'assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure afin de préserver le patrimoine naturel et architectural.
- de statuer sur l'introduction de la publicité à proximité des centres commerciaux situés hors agglomération.
- de réglementer les nouvelles technologies (publicité et enseignes numériques).
- de maîtriser l'impact des enseignes dans les secteurs commerciaux.
- d'instaurer des règles d'insertion qualitatives dans les centres villes, en cohérence avec la charte du paysage urbain pour la ville d'Angers.

3. Contenu et explication des choix faits sur le RLPi d'ALM

Sur la base des objectifs définis au regard du diagnostic et des orientations qui en découlent, un zonage a été établi, distinguant 8 zones pour la publicité et 4 zones pour les enseignes. Le règlement comporte donc deux parties, l'une consacrée à la publicité, l'autre aux enseignes.

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

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

- La publicité n'étant admise qu'en agglomération, le zonage relatif à la publicité ne couvre que les parties agglomérées du territoire d'Angers Loire Métropole.
- Les enseignes étant pour leur part admises hors agglomération, le zonage relatif aux enseignes couvre la totalité du territoire de la Communauté urbaine, de manière à accompagner qualitativement les implantations d'enseignes en milieu rural et naturel.

3.1 Le zonage de la publicité.

Sur le territoire d'ALM et ses 29 communes il est distinguée 8 zones de publicité différentes, les pré-enseignes en agglomération sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (article 581-19 du code de l'environnement), la pré-enseigne indique la proximité d'un immeuble ou s'exerce une activité déterminée.

Les 8 zones pour la publicité (P1 à P6) :

La zone 1 : repérée en vert sur la cartographie est constituée par les principaux espaces naturels, les sites inscrits, le périmètre Unesco, le parc naturel régional, le site patrimonial remarquable ligérien (hors site patrimonial remarquable d'Angers) et par le tissu résidentiel de certains secteurs adjacents.

La zone 2 : en orangé sur la cartographie est constituée des secteurs agglomérés du site patrimonial remarquable SPR de la ville d'Angers, et du quai Felix Faure augmenté de 50 mètres sur les unités foncières adjacentes.

La zone 3a : matérialisée en jaune clair sur la cartographie est constituée principalement :

- par les centres et les quartiers résidentiels des communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Angers.
- par les centres et les quartiers résidentiels des communes de Bouchemaine, Beaucouzé, Mûrs-Erigné, communes de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Angers.

La zone 3b : matérialisée en rose sur la cartographie est constituée principalement par les centres des communes et les quartiers résidentiels des communes de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine, à l'exception de Bouchemaine, Mûrs-Érigné, et Beaucouzé.

La zone 4 : matérialisée en framboise sur la cartographie est constituée par les voies accueillant les lignes de tramway, augmentées de 20 mètres de part et d'autre de l'alignement.

La zone 5 : matérialisée en violet sur la cartographie est constituée par certaines entrées d'agglomération ou voies structurantes.

La zone 6a : matérialisée en bleu foncé sur la cartographie est constituée principalement :

- des zones d'activités et des zones commerciales des communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Angers.
- des zones d'activités et des zones commerciales des communes de Bouchemaine, Mûrs-Érigné (en partie) et Sainte-Gemmes-sur-Loire, communes de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Angers.

La zone 6b : matérialisée en bleu clair sur la cartographie est principalement constituée des zones d'activités et des zones commerciales des communes de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Angers, à l'exception de Bouchemaine, Mûrs-Érigné (en partie) et Sainte-Gemmes-sur-Loire.

Résumé des Règles retenues concernant la publicité :(tableaux pages suivantes)

Résumé des Règles retenues concernant la publicité - lors de l'arrêt de projet du 13/05/2019

PRINCIPALES REGLES POUR LA PUBLICITE		
Dispositions générales Concernent les 8 zones	Périmètre patrimonial selon l'article L.581-8 du code de l'environnement	Publicité autorisée - selon les règles définies dans la zone retenue au plan de zonage
	Murs de clôtures ou clôtures aveugles ou non	Interdit
	Scellés au sol	Surface > à 2 m ² = pied unique
	Accessoires	Jambes de force, pieds-échelle, fondations dépassant le niveau du sol = interdit
	Passerelle	uniquement si amovible ou escamotable
Dispositions générales Concernent les 8 zones	sur mur	retrait de 0,50 m de toutes arêtes verticales
	Pré-enseignes temporaires	soumises aux dispositions du RLPi applicables à la publicité
	palissade de chantier	surface < à 4 m ²
	lumineuse	Extinction de 23 h à 7 h y compris sur mobilier urbain
	Domaine SNCF	Règle de densité d'un même côté de la voie ferrée : admis tous les 100 mètres

Zones de publicité	P1	P2	P3a	P3b	P4	P5	P6a	P6b
Règles spécifiques densité	/	/	1 par unité foncière	< à 20 m = 0	< à 20 m = 0	< à 20 m = 0	Règlement National de Publicité	Règlement National de Publicité
				20 m < L < 80 m = 1	20 m < L < 80 m = 1	20 m < L < 40 m = 1		
				> 80 m = + 1 par 80 m entamée et interdistance 50 m	> 80 m = + 1 par 80 m entamée et interdistance 50 m	40 m < L < 80 m = 1 mural ou 2 scellés et interdistance 50 m		
						> 80 m = + 1 par 80 m entamée interdistance 50 m		

murale	Interdit	Interdit	4 m ²	4 m ²	2 m ²	10,5 m ²	4 m ²	10,5 m ²
scellée au sol	Interdit	Interdit	Interdit	4 m ²	2 m ²	10,5 m ²	Interdit	10,5 m ²
chevalet	admis pour communes de l'UU <1m ²	admis <1m ²	admis pour communes de l'UU <1m ²	admis <1m ²	admis <1m ²	admis <1m ²	admis pour communes de l'UU <1m ²	admis <1m ²
mobilier urbain	2m ² sauf dans le PNR	2 m ² colonnes 12 m ²	2 m ²	4 m ²	2 m ²	10,5 m ²	2 m ²	10,5 m ²
numérique	Interdit	2 m ² sur mobilier urbain	interdit	2 m ² (sauf sur mobilier urbain pour communes de - de 10 000 hab)	2 m ²	6 m ² (sauf sur mur pour communes de - de 10 000 hab. interdistance 200 m si covisibilité	Interdit	8 m ² (sauf sur mur pour communes de - de 10 000 hab. interdistance 200 m si covisibilité
bâche de chantier	Interdit	Admis	Interdit	Admis pour les + de 10 000 habitants	Admis	Admis pour communes + de 10 000 hab.	Interdit	Admis pour Communes + de 10 000 hab.
petit format	Interdit	Interdit	3 dispositifs dans une limite de 2m ²	3 dispositifs dans une limite de 2m ²	3 dispositifs dans une limite de 2m ²	2 m ² (=RNP)	2 m ² (=RNP)	2m ² (=RNP)

UU = Unité urbaine ; PNR = Parc Naturel Régional ; RNP = Règlement National de Publicité ; mu = mobilier urbain

3.2 Le zonage des enseignes

Sur le territoire d'ALM et ses 29 communes il est distingué 4 zones différentes pour les enseignes. L'enseigne apposée sur un support indique l'activité qui s'exerce sur le lieu.

Les 4 zones pour les enseignes (E1 à E4) :

La zone 1 : représentée en vert sur la cartographie est constituée par le périmètre UNESCO, les sites classés et inscrits et le site patrimonial remarquable ligérien (hors site patrimonial remarquable d'Angers) et par le tissu résidentiel de certains secteurs adjacents.

La zone 2 : représentée en orange sur la cartographie couvre le site patrimonial remarquable de la ville d'Angers.

La zone 3 : représentée en gris sur la cartographie est constituée de la totalité du territoire de la communauté urbaine, en et hors agglomération, à l'exception des espaces compris dans les zones 1, 2 et 4.

La zone 4 : représentée en bleu sur la cartographie est constituée par la majorité des zones d'activités et des zones commerciales.

Résumé des Règles retenues concernant les Enseignes - lors de l'arrêt de projet du 13/05/2019

PRINCIPALES REGLES POUR LES ENSEIGNES		
Dispositions générales Concernent les 4 zones	Sur les arbres, les haies et plantations arbustives	Interdit
	Scellées au sol	Simple face = dos habillé, si double face = pas de séparation visible
	Sur murs de clôture et clôtures, aveugles ou non	si >1m², interdit sur clôtures non aveugles si <1m², 1 par établissement + 1 par tranche de 30m avec une interdistance de 20m
	Enseignes scellées au sol	Obligation de regrouper les enseignes sur un même totem (quand plusieurs activités sur une même unité foncière)
	Horaires d'extinction	de 23 H à 7 H éclairage dirigé vers le sol

Dispositions générales Concernent les 4 zones	Enseignes perpendiculaires	Saillie < à 0,80 m, soit dans le prolongement du bandeau, soit dans la hauteur du RDC
	Faisceau de rayonnement laser	Interdit
	Enseignes temporaires	Présence de 10 jours avant à 3 jours après + mêmes règles que les autres enseignes

Zones enseignes Dispositions spécifiques	E1	E2	E3	E4
à plat	Autorisées dans la largeur de l'ensemble des baies	Autorisées dans la largeur de l'ensemble des baies	Autorisées dans la largeur de la façade commerciale	Règlement National de Publicité
perpendiculaire	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m ²	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m ²	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m ²	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m ²
scellée au sol > à 1 m ²	drapeaux et oriflammes interdits surface < à 2 m ² (4 m ² si regroupement d'activités sur un même totem)	interdites	surface < à 4 m ² (6 m ² si regroupement d'activités sur un même totem)	surface < à 6 m ² (8 m ² si regroupement d'activités sur un même totem pour communes de + de 10 000 habitants)
scellée au sol < à 1 m ²	limitées à 2 par établissement Chevalet autorisé	Drapeaux et oriflammes interdits limitées à 2 par établissement Chevalet autorisé	limitées à 2 sur 30 m puis 1 supplémentaire par tranche de 30 m commencée Chevalet autorisé	limitées à 2 sur 30m puis 1 supplémentaire par tranche de 30m commencée Chevalet autorisé
numériques	Interdites à l'exception des équipements publics	Interdites à l'exception des équipements publics	Interdites à l'exception des équipements publics	surface < à 8 m ² (à l'exception des équipements publics) sur façade uniquement
sur toiture	Interdites	Interdites	Interdites	Hauteur limitée à 3 m

4. Organisation de l'enquête

4.1. Démarches préalables

Préalablement au début de l'enquête le commissaire enquêteur a pris contact avec le service urbanisme d'ALM pour préparer l'enquête et prévoir un rendez-vous avec les chargés de projet, des échanges de mails ont suivi. Une première rencontre s'est tenue le lundi 22 juillet 2019 au siège d'ALM avec madame Audrey Janvier et la participation de madame Lucie Hardouin pour une modification du SPR Ligérien qui devait débiter le 16 septembre et sera annulée dans un premier temps puis reportée en novembre.

La seconde partie de rencontre s'est déroulée en présence de Madame Fanny Hollet et de Monsieur Julien Dauplé en charge du projet RLPi. Au cours de cette rencontre une présentation du projet fut faite, elle comprend un volet publicité extérieure et pré-enseigne puis un volet enseigne pour les commerces, magasins... Un dossier de présentation a été remis au commissaire enquêteur.

Puis nous avons élaboré le planning de déroulement de l'enquête avec la programmation de 7 permanences du commissaire enquêteur pour recueillir les observations spécifiques au projet. Nous avons également traité de la publicité sur l'enquête, des affichages, de la mise à disposition du dossier, de la mise en ligne du dossier et d'une adresse de messagerie pour recueillir les observations du public. Le positionnement des affiches sur les sites a été discuté notamment pour la ville d'Angers.

Les dossiers définitifs et autres pièces (arrêtés d'enquête, les avis émis, les registres d'enquête...) en 30 exemplaires pour le projet de RLPi à l'échelle de l'agglomération ont été paraphés par le commissaire enquêteur le mercredi 28 août 2019. Ils ont été transmis par les services d'ALM à l'ensemble des mairies du territoire d'ALM.

Ce même jour le commissaire enquêteur a fait part de ses interrogations quant aux grandes divergences relevées dans les avis émis. Puis en après-midi le commissaire enquêteur est allé vérifier plusieurs sites d'affichages plus particulièrement sur la ville d'Angers. Sur les autres communes la vérification s'est faite lors des permanences.

4.2. La procédure d'enquête

La procédure attachée à l'enquête prescrite par le code de l'environnement dont article R.123-11, le code des relations entre le public et l'administration et en respect de l'arrêté du Président d'ALM n° 2019-113 du 12/06/2019 a mis en œuvre l'organisation suivante:

La Publicité

l'article 9 de l'arrêté prévoyait les modalités de publicité de l'enquête.

Une double parution a eu lieu dans deux journaux, dans le respect de la réglementation sur la publicité : « Ouest France » du 17-18 août et du 7-8 septembre 2019.

« Le courrier de l'Ouest » du 17août et du 7septembre 2019.

Les affichages ont été effectués dans les délais dans chaque mairie du territoire de l'agglomération et sur plusieurs quartiers du territoire exemple : (13 pour la ville d'Angers, 5 pour Saint Barthélémy d'Anjou...). Cet affichage a été présent pendant toute la durée de l'enquête.

Des informations relatives à l'enquête étaient communiquées sur le site internet d'ALM :

<http://www.angersloiremetropole.fr/un-territoire-en-mouvement/urbanisme/reglement-local-de-publicite-intercommunal/index.html>

La Durée de l'enquête

L'enquête publique susvisée s'est déroulée sur 32 jours consécutifs du mardi 3 septembre 2019 au vendredi 4 octobre 2019 au siège d'ALM 83 rue du mail à Angers et dans chaque mairie des communes du territoire d'ALM.

Sur cette période le dossier était consultable dans chacune des mairies pendant les heures d'ouverture des bureaux accompagné d'un registre papier pour y recevoir les observations du public. Il était aussi consultable au siège d'ALM et sur le site cité ci-dessus. Le public pouvait transmettre ses observations à l'adresse électronique suivante :

RLPi@angersloiremetropole.fr

Les Permanences tenues par le Commissaire enquêteur

Sept permanences ont été assurées par le commissaire enquêteur sur l'enquête Élaboration du RLPi d'ALM.

Au siège d'Angers Loire Métropole :

- Le Mardi 3 septembre 2019 de 9h à 12h
- Le Vendredi 4 octobre 2019 de 14h à 17h

En Mairie de Saint-Barthélemy-d'Anjou:

- Le Vendredi 20 septembre 2019 de 9h à 12h

En Mairie d'Angers :

- Le Vendredi 20 septembre 2019 de 14h à 17h en Mairie Centrale

En Mairie d'Avrillé :

- Le Mercredi 25 septembre 2019 de 14h à 17h

En Mairie de Beaucouzé :

- Le Vendredi 27 septembre 2019 de 9h à 12h

En Mairie des Ponts-de-Cé:

- Le Lundi 30 septembre 2019 de 14h à 17h

La Clôture de l'enquête

Au terme de l'enquête les services d'ALM ont collecté les dossiers et registres dans chacune des mairies et le commissaire enquêteur a clos chaque registre au siège d'ALM le mercredi 9 octobre à 14 heures 30. Seize dépositions ont été faites et la plupart formulent de nombreuses observations et demandes à la fois sur la publicité et sur les enseignes, concernant les règles envisagées au règlement du RLPi d'ALM. Trois dépositions sont faites sur 2 registres les 13 autres dépositions ont été faites par courrier ou à l'adresse dédiée (certaines dépositions comptent 6 – 10 pages l'une d'elle plus de 60 pages).

A la date de clôture 9 personnes Publiques Associées ou autorités consultées ont transmis un avis, et 5 associations pour la protection de l'environnement sollicitées ont aussi transmis leur avis, sur le projet. Les certificats d'affichages ont été rassemblés par le service urbanisme d'ALM, un tableau de synthèse a été remis au commissaire enquêteur le 30/10/2019 par messagerie.

5. Les Permanences, personnes rencontrées, observations relevées

- Permanence du 3 septembre Angers ALM

Prise en charge du dossier par le commissaire enquêteur auprès de Madame Cailleau et installation pour la permanence. Au début de celle-ci suite à l'interrogation du commissaire enquêteur sur la grande divergence des avis émis par les PPA et Associations, mesdames Janvier et Hollet accompagnées de monsieur Dauplé ont souhaité rencontrer le commissaire enquêteur pour un échange sur ces avis malgré les concertations indiquées au rapport. Il est convenu d'organiser une rencontre avec l' élu en charge du dossier en seconde partie d'enquête. En raison des emplois du temps cette rencontre aura lieu le jeudi 3 octobre matin avec Monsieur Daniel Dimicoli adjoint en charge du projet..

Au cours de la permanence le commissaire enquêteur reçoit 2 personnes :

Madame Esteline LANTIERI rue Brésigny Angers a vu l'affichage et est venue prendre connaissance du projet et du dossier. Elle signale qu'elle s'exprimera peut être par courrier ou messagerie.

Madame De SAINTE MARESVILLE chemin de la Chabalais Écouflant a aussi vu l'affiche derrière l'hippodrome, elle signale qu'en dehors des piétons personne ne peut en prendre connaissance. Sinon elle fait part d'une nuisance causée par les moustiques en raison d'eau stagnante. Le commissaire enquêteur lui indique que ce point ne relève pas de la présente enquête et lui suggère de s'adresser au service urbanisme d'ALM.

Au terme de la permanence le dossier est remis à madame Sandra Cailleau.

- Permanence du 20 septembre matin mairie de Saint Barthélémy d'Anjou

Le commissaire enquêteur est accueilli par madame Marie PERON qui le conduit à la salle de permanence et lui remet le dossier lequel est complet, aucune observation n'est portée au registre. Le commissaire enquêteur observe que la Mairie est en travaux et que cela produit un bruit très important par séquence. Il s'y présentera une seule personne.

Madame Agnès TINCHON adjointe, elle observe que des artisans posent des affiches publicitaires sur les poteaux téléphoniques entre autre et que celles-ci sont rarement enlevées. Elle demande si ce type d'affichage sera interdit à l'avenir. le commissaire enquêteur lui indique que ce type de support ne semble pas prévu.

Au terme de la permanence le dossier est remis à madame Marie Peron

- Permanence du 20 septembre après midi mairie centrale Angers

Madame Cailleau récupère le dossier auprès du service de la ville d'Angers et retrouve le commissaire enquêteur en salle de permanence pour lui remettre le dossier et plusieurs pièces à y joindre, aucune observation n'est portée au registre. Il s'y présentera une seule personne.

Monsieur Benjamin HOGOMMAT représentant la sauvegarde de l'Anjou et ayant siégé à la CDNPS sur le dossier RLPi s'exprime en reconnaissant des avancées au regard du RNP. Mais signale que la Sauvegarde de l'Anjou a donné un avis défavorable pour manque d'ambition du RLPi d'ALM. Il estime que la publicité numérique ne doit pas être présente en zone P2 avec le SPR. et qu'en zones

P3a et P3b elle ne présente pas d'intérêt, n'est pas pertinente, il s'agit de secteurs résidentiels, d'écoles...

Il signale la pression des publicitaires pour faire admettre en zone P5 notamment le format 12,5 m² en place du format 8 m² envisagé. Il s'interroge sur le transfert de la police administrative au Maires en place du Préfet.

Au terme de la permanence le dossier est remis à madame Sandra Cailleau.

- Permanence du 25 septembre Mairie d'Avrillé

Le commissaire enquêteur est accueilli par madame Touraine et conduit salle du conseil pour la permanence. Elle lui remet le dossier lequel est complet, aucune observation n'est portée au registre. Une personne s'est présentée.

Monsieur Éric JUSTIN représentant Monsieur Karim El-Kadi société Prisma-Immobilier centre commercial la Musardièrre Montreuil-Juigné. Il signale que dans le cadre d'un acte notarié de 1992 il a été convenu l'exonération de la taxe sur les enseignes pour les entreprises en contre partie de la cession du parking à la commune. Il demande ce qu'il en sera après l'approbation du RLPi d'ALM.

Le commissaire enquêteur a interpellé ALM sur ce point. Il lui a été répondu que si l'élaboration du RLPi relève des orientations et choix d'ALM, la question de la taxation relève de la politique de chaque commune donc de Montreuil-Juigné en occurrence. Ce sont deux sujets distincts.

Au terme de la permanence le dossier est remis à l'accueil

- Permanence du 27 septembre Mairie de Beaucouzé

Le commissaire enquêteur est accueilli par madame Émilie Plard et conduit dans une salle proche de l'accueil, elle lui remet le dossier lequel est complet, aucune observation n'est portée au registre. Aucune personne ne s'est présentée lors de la permanence.

Au terme de la permanence le dossier est remis à madame Plard.

- Permanence du 30 septembre Mairie des Pont-de-Cé

Le commissaire enquêteur est accueilli par madame Nathalie Guérif et Monsieur Alain Rollet et conduit à la salle du conseil pour la permanence, ils lui remettent le dossier lequel est complet, aucune observation n'est portée au registre. Quatre personnes sont venues à la permanence.

Messieurs Régis FOUREL et Thierry TÉTU pour UPE (Union de la Publicité Extérieure) regroupant environ 70% des sociétés annonceurs. Ils ont déposé et remis au commissaire enquêteur un document de 65 pages. Ils y présentent ce qu'est la publicité extérieure, les impacts du projet de RLPi et formulent leurs demandes d'aménagement du projet. Ils argumentent principalement sur les formats proposés, les zonages envisagés, la densité, l'application du règlement... (obs n°5).

Messieurs Stéphane FRIMAUDEAU et Grégoire TERTRAIS (conseil) groupe Cocktail-Vision composé des sociétés cocktail développement et Pixity. Lesquelles sont positionnées essentiellement sur la publicité numérique. Ils ont déposé et remis au commissaire enquêteur un document de 15 pages. Ils y exposent les orientations de la loi Grenelle II, pour argumenter l'orientation vers le numérique. Ils dénoncent les orientations favorables aux publicités et aux enseignes sur mobilier urbain. Ils dénoncent le cumul des contraintes en termes de densité et d'inter distance. Ils demandent l'adoption de règles plus équilibrées concernant les supports les types de publicité et d'enseignes (obs n°6).

Au terme de la permanence le dossier est remis à madame Guérif.

- Permanence du 4 octobre Angers ALM

Le commissaire enquêteur est accueilli par madame Sandra CAILLEAU et conduit à la salle de permanence, elle lui remet le dossier lequel est complet, aucune observation n'est portée au registre. Cinq personnes se sont présentées à cette dernière permanence.

Monsieur benjamin HOGOMMAT représentant la Sauvegarde de l'Anjou passe pour la seconde fois. Il remet un document de 9 pages dans lequel il indique que cette déposition vient compléter l'avis formulé par ailleurs en tant que association sollicitée. Que la présente déposition formule des observations au regard des dépositions faites par ailleurs lors de cette enquête et en particulier vis-à-vis des représentants des publicitaires, voire de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

Ainsi la déposition de la Sauvegarde de l'Anjou reprend de très nombreux points de modification sollicités par les autres structures en les contestant avec un argumentaire et en réaffirmant sa propre position d'association laquelle s'appuie sur l'objectif : « préservation de la qualité des paysages et du cadre de vie – élément essentiel et impératif de développement durable, credo du Grenelle de l'environnement » (obs n°11).

Madame Tiphaine COULLAUD et Monsieur Bruno RUGANI société Extérieur-Média ils ont déposé au registre et joint une pièce de 5 pages. Leur déposition porte sur 3 points : le format 8 m² au lieu de 4 en zone P3b ; la densité des publicités et la distance minimale entre deux dispositifs en zones P3b, P4, P5 (obs n°14).

Madame Christine MINIER société Affiouest filiale PRÉCOM du groupe Ouest France, a déposé au registre et joint 3 pages avec photos. En qualité d'opérateur publicitaire de petit format 4 m² et concerné sur la publicité en périphérie d'Angers madame Minier formule 2 demandes : que le format 4 m² soit la surface utile en zone P6a ; que la notion de retrait de 0.50 m de l'arrête ne soit pris en compte que coté axe de circulation (obs n°15).

Monsieur Jean-Marie DELALANDE représentant l'association Paysage de France avait déposé via l'adresse de messagerie créée pour cette enquête. Il s'est présenté à la permanence suite à la sollicitation du commissaire enquêteur pour être entendu.

Monsieur Delalande exprime que les afficheurs ne sont pas là pour défendre et protéger l'environnement, le cadre de vie des populations, qu'autour de la publicité il y a surconsommation et gaspillage et que cela ne va pas dans le sens de la protection de la planète terre. Il rejette entre autre le numérique sur mobilier urbain, sur toiture, ou scellé au sol. Il indique les orientations prises par la ville de Grenoble (voir obs n°2).

Au final 13 personnes différentes sont venues aux 7 permanences tenues par le commissaire enquêteur, parmi elles une personne est passée à deux reprises. Ces personnes ont laissé 6 observations sur un total de 16 dépositions remises soit par écrit sur deux registres (3) soit par courriers remis ou transmis par messagerie (13).

6. Résumé des observations provenant des 16 dépositions

Observation n°1 ; Mr. Richard Benoît

Revendique *l'arrêt* de toutes dépenses énergétiques à des fins d'affichage extérieur et *spécifiquement les écrans numériques publicitaires.*

Observation n°2 ; Paysages de France

Interdire toutes formes de publicités non explicitement citées dans le règlement.

Appliquer ***un format unique de 4 m² maximum sur l'ensemble des secteurs*** où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE code de l'environnement) ;

Proscrire la publicité scellée au sol là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m² ni 2 m de hauteur.

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE. En cas de maintien des dérogations, il conviendrait à tout le moins ***d'exclure les dispositifs défilants et de limiter la surface des publicités à 2 m² au grand maximum.***

Limiter à 4 m² la publicité murale en Z5 et Z6b ; Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en Z6a et Z6b, et limitée à 2 m².

Limiter sur le ***mobilier urbain à 2 m² maximum. Interdire le numérique.*** Pas de mobilier urbain supportant de la publicité dans les agglomérations hors unité urbaine.

Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en Z6 b, limitée à 1 m²

Limiter à ***12 m² la publicité sur les bâches de chantier.***

Dans les zones enseignes 2 ; 3 ; 4 aux articles E.2.1, E.3.1 et E.4.1, ajouter la couleur correspondant..

Interdire les enseignes numériques.

Limiter les ***enseignes à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m² ; à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².***

Interdire les enseignes scellées au sol sauf si l'enseigne n'est pas visible de la voie publique

Zone 4 : Interdire les ***enseignes sur toiture ou les limiter à 8 m²***

Zone PNR : la commune déléguée de Sarrigné, commune de Loire Authion située dans le PNR, la zone agglomérée longeant la route de la Prioulière est en Z3a, Cette zone doit être requalifiée en Z1 .

Observation n°3 ; Mr ; Michel Blain

Limiter la surface des ***publicités scellées au sol à 4 m².***

Interdire tous les dispositifs numériques lesquels sont : agressifs, énergivores, accidentogènes .

Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton

Limiter drastiquement les publicités numériques, ***notamment au sein du SPR.***

Bannir la publicité ***en zone résidentielle zones 3a et 3b. Réduire les dimensions des panneaux autorisés*** notamment zones 3a, 5, 6b.

Observation n°5 ; UPE Union de la Publicité Extérieure

Sur les dispositions générales

Article P.B : Composantes patrimoniales (bâties et végétales) identifiées au PLUi « La publicité est interdite. ***Nous souhaitons conditionner l'interdiction sur l'unité foncière concernée à un périmètre défini autour du composant patrimonial ou par l'exigence d'une co-visibilité.***

Article P.C : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, Aucun point des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. ***Nous souhaitons le retrait de cette contrainte afin de conserver uniquement la disposition prévue par le code de l'environnement prévoyant une hauteur limitée à 6 m au-dessus du niveau du sol où est implanté le dispositif (article R.581-32 dudit code).***

Article P.C : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol d'une surface supérieure à 2 mètres carrés reposent sur un pied unique. Les sections apparentes de la structure, ainsi que les jambes de force, pieds-échelle et fondations dépassant le niveau du sol sont interdites. Aucun élément ne peut déborder du cadre. ***Nous souhaitons conserver les aménagements d'éclairage, et donc autoriser la présence d'éléments de débord.***

Article P.F : Règles de densité « Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. La longueur du linéaire pris en compte et le nombre de panneaux rendu possible sont calculés pour chaque voie. ***Nous préconisons de tenir compte de la jurisprudence (CAA Nancy, 18 mai 2017, « Société Oxial », N° 16NC00986) au sein du RLPi et de modifier en conséquence les dispositions prévues à l'article P.F .***

Article P.F : Règles de densité « Sur le domaine public ferroviaire, ***nous souhaitons compléter cette disposition de la façon suivante : « Aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée ».***

Article P.H : Palissades de chantier « La publicité sur palissades de chantier est admise. ***Limiter la surface des dispositifs à 4 m² ne répond pas à cet impératif. Le format limité à 4m² n'est pas à ce jour commercialisé. Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral, pouvant être complété par un arrêté municipal.***

Article P.I : Publicité lumineuse ne doit, par son intensité, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. La publicité lumineuse ne doit pas être éblouissante. ***Cette disposition est sujette à interprétation, l'article R.418-4 du code de la route prévoit de telles dispositions. Nous préconisons la suppression de cette disposition.***

Article P.J : Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits. ***Nous préconisons de ne pas interdire de manière générale ces types de supports publicitaires mais de les prévoir dans le RLPi afin d'anticiper tout type de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux.***

Article P.L : Autres dispositifs publicitaires « Toute autre forme de publicité non régie par le présent règlement est interdite» ***Cette disposition empêchera la métropole de bénéficier des innovations, nous préconisons donc de supprimer cette disposition.***

Sur les dispositions particulières :

ZONE 2 – Quai Félix Faure , Boulevard Baranger : ***nous souhaitons que ces secteurs réintègrent le zonage 6b « Activités ».***

ZONE 3b, rue Larevellière, rue de Pruniers et Montesquieu, boulevard de la Romanerie, rue de la Meignananne – Angers ; rue Jean Jaurès – Angers / Trelazé & rue Camille Perdriau – Les Ponts de Cé ;

axes Amiral Chauvin / Galliéni / David d'Angers– Les Ponts de Cé : ***nous considérons que ces axes doivent être intégrés à la zone 5 «Voies structurantes ».***

ZONE 3b, rue du Petit launay – Angers ; Campus de Belle-Beille : ***nous suggérons de les intégrer à leurs caractéristiques en zone 6b « zone d'activités ».***

ZONE 5 : Article P.5.2 : Densité publicitaire « I » - Dans les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieur ou égal à 20 mètres, aucun dispositif publicitaire n'est admis. ***Un dispositif sur support pignon ne perturbe pas la perspective, nous demandons l'application des dispositions du règlement national de publicité*** (article R.581-25 du CE).

Observation n°6 ; Cocktail Développement et Pixity groupe Cocktail Vision

Zone ZP 2 : l'article P.2 : autorise la publicité numérique sur mobilier urbain tout en limitant la surface à 2m². Ce choix révèle une position discriminatoire au bénéfice des opérateurs capables d'associer la mise à disposition de mobilier urbain et la diffusion de publicité numérique et au préjudice des acteurs de la publicité numérique proprement dite. ***Le Groupe COCKTAIL VISION, sollicite des règles identiques pour l'ensemble des dispositifs de publicité numérique en terme de support qu'ils soient ou non intégrés sur du mobilier urbain mais aussi en termes de densité.***

Zone ZP3b : la publicité numérique est autorisée en étant limitée à 2 m² au lieu de 8 m². Cette disposition réglementaire cible le panneau situé 2 square de la Penthère. ***Ce rond-point ou se situe ce panneau dessert une zone commerciale importante inscrite en ZP 6b. Cocktail Vision demande à ajuster le zonage de cette ZP 3b, pour intégrer à minima, le rond-point et l'emprise du secteur commercial qui l'entoure en zone ZP6b.***

Zone ZP 4 : la publicité numérique est limitée à des dispositifs à 2m², le long des voies accueillant les lignes de tramways, augmentée de 20 mètres de part et d'autre. ***Cocktail Vision sollicite une révision des dispositions de l'article P.4.6 au titre de la limitation de surface de la publicité numérique.***

Zone ZP5 : article P5.6 la publicité numérique est autorisée et limitée à la surface de 6 m² par dispositif. ***Cocktail Vision sollicite une révision à 8 m² au motif de discrimination avec les dispositifs muraux et scellés au sol ou sur mobilier urbain. Et qu'il convient d'ajuster la limitation de surface à 8m² en précisant qu'elle concerne la surface de diffusion à l'exclusion du dispositif support.***

Zone ZP5 : article P5.6 notion d'inter-distance de 200m entre écrans numériques. ***Cocktail Vision sollicite le non cumul des règles de densité et d'inter-distance. Et propose qu'il soit indiqué que les règles de densité fixées à l'article 5.2 « densité » ne s'appliquent pas à la publicité numérique soumise à la règle d'inter distance fixée à l'article P.5.6. Que La règle de covisibilité doit, par ailleurs, être explicitée en précisant qu'elle s'applique aux faces de diffusion concernées lorsqu'elles sont visibles en même temps.***

Zone ZP6a : la publicité numérique indique qu'elle y est interdite y compris sur le mobilier urbain. Cette disposition reprend celle de l'article R. 581-34 du CE. ***Cocktail Vision propose d'adapter la rédaction de cet article P.6a.6 pour dire que "la réglementation nationale s'applique".***

En zone E1, E2, E3 (articles 5). Les enseignes numériques sont interdites à l'exception des équipements publics. Cette interdiction est discriminatoire et porte atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie. ***Cocktail Vision demande l'abandon de cette règle.***

En zone 4 la surface maximale des enseignes est limitée à 8 m² mais ne s'applique pas sur les équipements publics. Les enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites. ***Cocktail Vision demande un meilleur équilibre entre commerce industrie et équipements publiques, et les supports autorisés ainsi il sollicite une modification de ces règles.***

Observation n°7 ; SNPN Syndicat National de la Publicité Numérique

Zone ZP2 : les emplacements sont quasi-inexistants sur le domaine privé, la ville autorise le numérique limité à 2 m². ***Pour le SNPN la ville considère dès lors que la publicité est compatible avec le cadre de vie dans le cœur de ville.*** Aussi la Sté JCDecaux y exploite une vingtaine de mobiliers numériques.

Zones ZP3b et ZP4 : la publicité numérique est autorisée sur le domaine public ou privé et limitée à 2 m². ***Le SNPN demande à tenir compte des standards de la profession tant pour le numérique que le non numérique (ex : 10.5 m² en ZP5) soit pour le numérique 3.5 m² en zone ZP3b et ZP4.***

Zone ZP5 : la publicité numérique est autorisée et limitée à 6 m². ***Comme précédemment le SNPN demande que le standard autorisé pour la publicité numérique soit porté à 8 m² cadre compris, les affiches produites dépassent les 6 m².***

Zone ZP5 : l'inter-distance de 200 m entre 2 écrans numériques. Pour le SNPN toute installation gèle les installations concurrentes sauf concernant le mobilier urbain. Cette mesure ne vise plus à protéger le domaine public mais valorise le domaine public. ***Le SNPN demande que cette mesure soit retirée, elle porte atteinte à la liberté du commerce et à la libre concurrence.***

Zone ZP6b : même observation que pour la zone ZP5 ***le SNPN demande la suppression de la règle d'inter-distance de 200 m ou de fixer des règles proportionnées et égalitaires en termes de densité quel que soit le support.***

Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM

Je ***souhaiterais voir le nombre d'enseignes publicitaires et de panneaux*** diminuer et être plus en accord avec le paysage urbain de ce que devrait être une ville du 21^{ème} siècle.

Que ***la densité des installations publicitaires soit revue à la baisse*** pour l'ensemble des secteurs.

Que La ***publicité soit bannie des zones résidentielles*** (zones 3a et 3b).

Que la publicité numérique soit interdite au sein du périmètre du ***secteur patrimonial remarquable*** d'Angers tout comme le mobilier urbain numérique.

Il faut envisager d'***élargir encore la période d'extinction*** et ce, entre 19h et 6h.

Que la ***taille des panneaux publicitaires autorisés soit réduite avec un maximum de 4m²*** pour les secteurs les plus laxistes.

Que **les bâches publicitaires sur les échafaudages et autres supports** (barrière de chantiers, ...) soient **interdites** sur l'ensemble des secteurs.

Que la réglementation liée aux **zones situées dans le PNR** Loire Anjou Touraine ainsi que dans **le site UNESCO** soit respectée et **qu'aucune publicité ne soit autorisée** sur ces secteurs.

Que les **enseignes scellées au sol** notamment dans les secteurs à dominante naturelle et patrimoniale **soient supprimées (E1 et E2)**.

Que les **enseignes sur façades démesurées** mais aussi sur toitures **soient interdites où à minima limitées à 4 m²**. Je souhaiterais que les enseignes publicitaires à ce jour illégales soient déposées le plus rapidement possible.

Que Le mobilier urbain soit limité et **que cesse être installées des affiches publicitaires sur chaque arrêt de bus**.

Je souhaiterais que **les panneaux publicitaires à ce jour illégaux soient déposés** le plus rapidement possible.

Observation n°9 ; Madame Alix HELME-GUIZON

Elle propose d'interdire tous les affichages publicitaires numériques pour être en cohérence avec l'image « d'une ville du paysage et du végétal ». Et **d'introduire dans le règlement toutes formes de publicité non explicitement citées sont interdites**.

Elle préconise de **limiter la publicité non numérique sur mobilier urbain à un élément de mobilier tous les 100 m**. (le mobilier urbain ne supporte pas de publicité dans les agglomérations hors unité urbaine).

Elle **recommande pour la publicité un format unique de 4 m² sur l'ensemble des secteurs** (au motif d'égalité). **Que la publicité scellée au sol et sur mur ne soit admise que dans les zones Z6a et Z6b puis limitée à 2 m² et 2 m de hauteur**. Que la **publicité sur les bâches de chantier soit limitée à 12 m²**.

Elle préconise pour **les enseignes** sur façade **de les limiter à 6 m² pour les façades supérieures à 50 m² et à 4 m² pour les façades inférieures à 50 m²**. Et **d'interdire les enseignes sur toiture en Zone E4 à défaut les limiter à 8 m²**.

Observation n°10 ; Cocktail Développement et Pixity groupe Cocktail Vision

Il s'agit d'une seconde déposition sur l'extinction de la publicité la nuit de 23 heures à 7 heures du matin. Le Groupe COCKTAIL VISION observe que cette règle ne concerne pas les abris-bus au bénéfice des acteurs commercialisant du mobilier urbain. **Cocktail Vision demande qu'il soit retenu la règle nationale d'extinction entre 1 h. et 6 h. du matin**.

Observation n°11 ; La Sauvegarde de l'Anjou

En préambule la Sauvegarde de l'Anjou écrit que cette déposition vient compléter l'avis formulé en tant qu'associée à l'élaboration du RLPi, et en réponse aux observations des publicitaires et CCI.

Ainsi dans sa déposition l'Association Sauvegarde de l'Anjou commente principalement les positions et sollicitations de l'UPE, de cocktail Vision et du SNPN.

Pour le commissaire enquêteur l'Association a parfaitement le droit d'exprimer ses positions au regard de celles qu'elle conteste ou soutien chez les autres dépositaires.

Cela étant au stade du procès-verbal de synthèse le commissaire enquêteur ne reprendra pas les éléments de la présente déposition de l'Association pour demander au maître d'ouvrage une réponse qui consisterait à donner raison à l'une ou l'autre des parties selon le sujet en cause.

Pour le commissaire enquêteur, ALM maître d'ouvrage du RLPi a à donner sa réponse aux questions soulevées ou propositions formulées par les différents dépositaires en argumentant ses propres choix.

Observation n°12 ; SNPE Syndicat National de la Publicité Extérieure

Limitation du format des publicités à 2 m² et 4m². Ce format est, en pratique, réservé au mobilier urbain publicitaire. La réduction du format entraînerait, dans l'immense majorité des cas, leur suppression pure et simple. *Afin de conserver certains de ces emplacements, nous suggérons, hors périmètre sensible à définir, que la publicité murale et scellée au sol soit admise jusqu'au format 8m² dans ces zones.*

Règle de densité : les dispositions du projet de règlement imposent que le linéaire de façade de référence soit celui le plus long et interdisent ainsi le cumul des linéaires d'une unité foncière en angle de rue. *Le SNPE suggère de retirer cette règle au motif que l'instruction du gouvernement disant que le linéaire de façade de référence soit celui le plus long est dépourvue de valeur réglementaire.*

Observation n°13 ; JCDcaux

A titre préliminaire JCDcaux indique que le mobilier urbain ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire et ne peut être assimilé aux dispositifs publicitaires. D'ailleurs le code de l'Environnement traite le mobilier urbain publicitaire dans une sous-section différente de celle de la publicité dite « classique » (articles R 581-42 à R 581-47 du CE).

Au chapitre préambule JCDcaux *demande l'ajout de : « La publicité supportée par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi ».*

Concernant la taille des affiches JCDcaux préconise aux articles de préciser la dimension ainsi : *« la publicité supportée par le mobilier urbain est admise. Sa surface d'affichage unitaire utile est limitée à X m² ».*

Au lexique de préciser les définitions suivantes :

- *« surface utile = surface de l'affiche ou de l'écran publicitaire hors encadrement » ;
« surface hors tout = surface comprenant l'affiche ou l'écran, ainsi que les surfaces d'encadrement hors piètement, et éléments accessoires ».*
- Sur les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol d'ajouter à la définition : *« le mobilier urbain ne supportant qu'à titre accessoire de la publicité, n'est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire ».*
-

Aux prescriptions communes :

- Article P.B. JCDecaux rappelle que **la publicité apposée sur mobilier urbain est interdite** par application des articles R.581-30 et R.581-42 du CE. **La collectivité demeure seule juge de l'opportunité d'une implantation.**
- Article P.I. JCDecaux interpelle sur l'interprétation de : « intensité lumineuse ou son contraste excessif de luminosité », elle est source d'insécurité juridique. JCDecaux indique aussi que l'article R.581-35 du CE ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence et **demande d'en tenir compte au règlement à l'égard des abris voyageurs.**

Observation n°14 ; SOCIÉTÉ EXTERION MÉDIA (Mme Couillaud, Mr Rugani)

Zone 3b limiter la taille des publicités à 4 m² est préjudiciable pour l'activité (manque de visibilité, difficile à implanter en présence de haie ou clôture,...). **EXTERION MÉDIA demande d'autoriser le format 8 m².**

Zones P3b, P4, P5 **EXTERION MÉDIA demande de réduire à 15 m l'unité foncière au lieu de 20m l'interdiction d'implantation des dispositifs** au motif de la fréquente petite taille des parcelles en zone urbaine. De même pour la distance entre plusieurs **dispositifs de ramener à 40 m cette distance au lieu des 50 m.**

Observation n°15 ; SOCIÉTÉ AFFIOUEST (groupe Ouest France, Mme Minier)

Zone P6a : **AFFIOUEST demande que soit précisé le format 4 m² comme surface utile.**

En P.E. des prescriptions communes : le dispositif ne peut être apposé à moins de 0.50 m de toute arête verticale. **AFFIOUEST demande que soit prise en compte cette distance sur le mur que côté axe de circulation** (voir photos jointes à l'appui).

Observation n°16 ; Commune de TRÉLAZÉ (Mr le Maire Marc Goua)

La déposition de **Mr le Maire au registre de Trélazé formule la demande d'inscription de la rue Jean Jaurès en zone 5 axe structurant.** La délibération du conseil municipal du 1^{er} juillet 2019 y est jointe.

7. Synthèse des observations

➤ Concernant la publicité : les thèmes émergeant des dépositions

- La publicité extérieure quel que soit la forme : L'interdire des lieux mentionnés à l'article L 581-8 du CE, des zones résidentielles 3a et 3b ; introduire au règlement toute formes de publicité non explicitement citées sont interdites ; mais aussi demande d'assouplissement obs5 article P.B.
- La publicité numérique et lumineuse : La supprimer, l'interdire, l'interdire en zone SPR, la limiter en zone 2 SPR aux abris bus ; la limiter sur mobilier urbain et les arrêts de bus. Mais aussi l'autoriser dans l'espace privé au même titre que sur l'espace public et le mobilier urbain dans les

zones où elle y est autorisée, avec les mêmes règles. Il est demandé de suppression de la notion d'intensité lumineuse article P.I.

- Les formats de publicité : Demande de précision sur les formats utiles (pour l'affiche), les formats hors tout (avec encadrement, bandeau d'éclairage, accessoires...) et article P.C. Demandes de formats hors tout de 3.5 m² - 5 m² - 12.5 m²... Mais aussi demande d'un format 8 m² en zone 3b ainsi que la révision de la limite de 2 m² pour le numérique en zones 3b et 4 et demande pour les supports numériques des formats identiques aux affiches sur dispositifs muraux - scellés ou posés au sol ou sur mobilier urbain dans chaque zone. Mais aussi de limiter la publicité murale à 4 m², et sur bâche de chantier à 12 m²
- La densité des dispositifs : Demande de modification de la règle sur l'unité foncière bordée de plusieurs voies en permettant d'addition, et la réduction de la longueur de 20 m minimum par unité foncière, que le dispositif sur pignon n'est pas concerné. Demande l'application de règles identiques pour le mobilier urbain article P.F.
- l'interdistance entre dispositifs: Demande de réduction de la distance de 50 m minimum entre deux dispositifs publicitaires.
- l'interdistance 200 m entre dispositifs numériques: Demande de retirer la mesure mais aussi de précision sur la notion de Co visibilité, notamment si séparé par une voie routière ou ferrée ; et demande d'appliquer la même règle avec le mobilier urbain zones 5 et 6b.
- La plage d'extinction nocturne des dispositifs : Demande de se référer au RNP soit restreindre la durée d'extinction de 1 heure à 6 heures du matin, mais aussi d'élargir la période d'extinction.
- Les zones et les limites de zones : Interpellation sur les choix de zonages faits pour le quai Félix Faure, pour certaines portions de rues et boulevards, pour le campus Belle-Beille, le rond-point du square Penthèvre .
- Les supports de publicité : Proposition de proscrire la publicité scellée au sol, de l'exclure des zones résidentielles, de l'autoriser dans des secteurs restreints et la limiter en surface et en hauteur, de la limiter à 2 m² ou 4 m². De limiter la publicité sur mobilier urbain. De modifier la règle de recul au regard des arrêtes des murs ; et de supprimer la hauteur limitée à 6 m et demande de modification des articles P.H. palissades, P.J. bâches.

➤ **Concernant les enseignes : les thèmes émergeant des dépositions**

- Les enseignes numériques : Interdire les dispositifs numériques, Mais aussi demande de les autoriser en zones E1, E2, E3 et demande l'application des mêmes règles pour les équipements publics en termes d'autorisation et de format en E1, E2, E3, E4.
- Les enseignes sur façade : Interdire les « enseignes démesurées » les limiter à 4 m², ou limiter à 4 m² pour façade inférieure à 50 m² et 6 m² si supérieure à 50 m².

- Les enseignes scellées au sol : les interdire en E1, E2 sauf si façade non visible de la voie publique et les limiter à 4 m².
- Les enseignes sur toiture : les limiter à 8 m² en E4.

➤ **Concernant Le préambule**

Demande d'introduire : toutes formes de publicité non explicitement citées sont interdites ; et la publicité supportée par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi .

8. Les Avis des PPA et Autorités consultées (extrait)

- **État (DDT, DREAL, DRAC/ABF) et CDNPS Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites.**

A donné un avis favorable au projet de RLPi assorti de réserves :

- Aux règles des zones de publicité :
 - Interdire le numérique dans les secteurs L 581-8 zone P1 ainsi qu'en zone P2 particulièrement au sein du secteur en PSMV Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur. soit de supprimer l'article P.K.
 - Interdire le numérique en Z4 dans les secteurs L581-8.
 - Supprimer la possibilité de publicité numérique, à défaut la motiver et en encadrant le type de mobilier pour être conforme à l'esprit de la loi.
 - Ne permettre la publicité en ZP1 et ZP2 que sur les abribus.
 - Maintenir uniquement en Z3 b les axes principaux et basculer le reste en Z3 a.
 - En ZP5 et ZP6 b limiter les formats à 8 m² et non 10,5 m².
 - Interdire les chevalets en Z1 et Z2 faute d'une bonne intégration (souvent hétéroclites...).
- Aux règles des zones des enseignes :
 - Zones E1, E2, E3 Interdire le numérique
 - Zone E1 interdire les oriflammes et drapeaux
 - Zones E1, E2, E3 imposer un retrait de 40 cm de toute enseigne bandeau par rapport aux limites de mitoyenneté.
 - N'autoriser le dispositif scellé au sol que si l'activité est en retrait de l'espace public.

- **Le département de Maine et Loire**

A donné un avis favorable au projet de RLPi assorti d'une réserve :

- En E4 prendre en compte l'ensemble de l'emprise du parc Terra Botanica avec ses zones de stationnement bordées de voies ouvertes ou à ouvrir à la circulation publique.

- **Région pays de la Loire**

A donné un avis favorable au projet de RLPi en rappelant :

- A veiller à interdire toutes formes de publicités sauf (mobilier urbain) dans les espaces naturels, les sites inscrits, périmètre UNESCO, PNR Loire Anjou Touraine (hors SPR d'Angers) et avec interdiction des enseignes numériques.

- **Le PNR Loire Anjou Touraine**

A donné un avis favorable au projet de RLPi sous réserve de recommandations:

- Observe qu'une petite partie de la commune déléguée de Bauné est classée en Zone Z3 a. Le PNR suggère que le rapport de présentation précise ce point et justifie ce choix.
- Aux règles communes des zones des enseignes
 - o E.B préciser le ton pour l'habillage au verso.
 - o E.D les surfaces pourraient être plus restrictives que le RNP.
 - o E.I Diminuer la surface maximale des enseignes temporaires.
 - o Limiter le nombre d'enseigne par activité.
- Zone E1 (bord de Loire)
 - o Limiter la palette de couleurs à 3.
 - o Ne pas autoriser les enseignes scellées au sol ou demander justification.
 - o Supprimer l'exception enseigne numérique sur les équipements publics.
- Zone E3 Ensemble de la commune de Loire Authion sauf (bord de Loire)
 - o Laisser la mention lettres découpées en recommandation (voir E1 et E2)
 - o Réduire les enseignes scellées au sol à 4 m².
 - o Supprimer l'exception enseigne numérique sur les équipements publics.

- **La CCI Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine et Loire**

A donné un avis défavorable au projet de RLPi et demande :

- Aux règles communes des zones de publicité
 - o P.C. III autoriser le dépassement d'un bandeau signalant l'entreprise gestionnaire.
 - o P.I. demande l'extinction de 23 h30 à 6 h30.
 - o P.L. demande de ne pas fermer la porte à toutes les innovations numériques et une nouvelle concertation avec les professionnels.
 - o Toutes zones la CCI demande l'autorisation d'affichage sur chevalet en l'autorisant par établissement le long de chaque voie.
- Aux règles spécifiques de la publicité
 - o Zone P2 quai Félix Faure, la CCI n'est pas favorable à l'interdiction totale et propose à la place l'introduction d'une mesure d'inter distance.
- Aux règles communes des zones enseignes.
 - o E.E la CCI souhaite l'application de la règle dans le cas d'une cessation définitive et non temporaire.
 - o E.F les enseignes sont soumises à de nombreuses prescriptions et à autorisation, la CCI sollicite une annexe illustrée des règles retenues.

- **Le pôle métropolitain Loire Angers, Le PETR du Segréen, et la commune de Cornillé-les-Caves Ont donné un avis favorable au projet de RLPi d'ALM sans réserve.**

9. Les Avis des associations consultées (extrait)

- **La Sauvegarde de l'Anjou**

A donné un avis défavorable au projet de RLPI et a formulé des propositions afin de le faire évoluer avant son approbation finale :

La sauvegarde indique que plusieurs propositions ont été discutées en commission CDNPS le 4 juillet 2019 laquelle a assorti de réserves son avis favorable.

- Aux règles communes des zones de publicité
 - P.H. permet la publicité sur « palissade de chantier » laquelle est souvent une bâche, l'article P.J l'interdit sur « bâches » dans l'ensemble des zones. Il y a lieu de clarifier sous peine d'insécurité juridique.
 - P.K. cet article ne semble pas pertinent le sujet est traité en Z1 et Z2.
 - le volet chevalet non traité aux prescriptions communes donne lieu à une disposition très proche pour chaque zone, mais doit viser essentiellement les commerces de bouche. Il est demandé de l'autoriser en tant qu'enseigne.
- Aux règles spécifiques de la publicité
 - En Z1 et Z2 secteurs bénéficiant d'une interdiction totale de la publicité au RNP, les possibilités sur Mobilier Urbain paraissent inadaptées et insuffisamment justifiées.
 - En Z2 au sein du SPR la publicité numérique est inacceptable, et constitue le point noir du projet de RLPI.
 - Faire évoluer la publicité en Z3a et Z3b, elle n'a pas sa place en secteur strictement résidentiel.
 - En Z3a, Z5, Z6b le format des panneaux doit être revu à la baisse.
 - En Z3b il est demandé la suppression de la publicité scellée au sol et du numérique au sein des secteurs résidentiels
 - En Z4 tracé du tramway la publicité numérique n'est pas acceptable.
 - En Z5 réduire le format des publicités à 8 m² et 4 m² pour celles scellées au sol et la suppression du numérique
 - En Z6b redimensionner le format des panneaux à 8 m².
- Aux règles des enseignes
 - E.G enseignes lumineuses toutes zones il est proposé l'extinction de 23 h. à 7 h. en permettant le maintien des enseignes allumées en cas d'ouverture plus large. La Sauvegarde propose de retenir l'extinction de 19 h. à 8 h. tout en permettant la souplesse d'une heure selon l'ouverture du local.
 - En zones E1 et E2 limiter les enseignes scellées au sol aux activités en retrait de l'espace public.

- **Paysage de France**

A donné un avis défavorable au projet de RLPI et a formulé des propositions afin de le faire évoluer avant son approbation finale :

Paysage de France a aussi déposé ses observations pendant l'enquête voir ci-dessus. Ci-après synthèse de ses préconisations émises lors de son avis.

Sur le volet publicité :

- Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement ; paysage de France propose :
 - o qu'un format unique de 4 m² maximum soit appliqué aux secteurs où la publicité est autorisée soit hors secteurs L581-8 du CE.
 - o Proscrire la publicité scellée au sol, à défaut admise en secteurs restreints alors limitée à 2 m² et 2 m de haut.
- La déconstruction des mesures instaurées par le code de l'environnement ; paysage de France propose :
 - o Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L581-8.
 - o En cas de maintien de dérogations, exclure les dispositifs défilants et limiter la surface à 2 m².
- Publicités scellées au sol et sur mur incompatibles avec la protection de l'environnement ; paysage de France propose :
 - o Limiter à 4 m² la publicité murale en Z5 et Z6b.
 - o Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en Z6a et Z6b (2 m²).
- L'omniprésence de la publicité sur mobilier urbain ; paysage de France propose :
 - o Limiter le mobilier urbain à 2 m², y interdire le numérique.
 - o Pas de publicité sur mobilier urbain en agglomération hors unité urbaine.
- La publicité numérique un très mauvais exemple ; paysage de France propose :
 - o Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en Z6b et limitée à 1 m².
- bâche de chantier : pollution ; paysage de France propose :
 - o Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier.

Sur le volet enseigne :

- Des enseignes sur façade démesurées ; paysage de France propose :
 - o Les limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m².
 - o Les limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ; paysage de France propose :
 - o Interdire les enseignes scellées au sol sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.
- Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes ; paysage de France propose :
 - o Interdire les enseignes numériques.
- Des enseignes sur toiture énormes ; paysage de France propose :
 - o Interdire les enseignes sur toiture, ou à défaut les limiter à 8 m².

Autres points : Commune de Bauné route de la Prioulrière voir le zonage Z3a ou Z1. Au document règlement sur les enseignes indiquer les couleurs.

• **L'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturne ANPCEN**

Avis émis : l'ANPCEN considère que la prise en compte des enjeux environnementaux menacés par l'augmentation de pollution lumineuse et énergétique est insuffisante. Qu'une ambition environnementale très forte et exemplaire d'ALM serait fortement appréciée des habitants :

Aussi l'Association suggère :

- A défaut d'interdire totalement la publicité sur panneaux numériques de la réserver aux zones commerciales dans la limite de 1 m² ou en extrême limite de diviser par deux les surfaces envisagées.
- Concernant l'extinction des panneaux lumineux et des enseignes, elle renouvelle sa demande d'extinction de 21 h. à 7 h. avec pour les enseignes des commerces l'extinction 1 h après la fermeture et rallumage 1 h. avant l'ouverture.
- **L'Association Vitrines d'Angers (association des commerçants du centre-ville).**
A donné un avis défavorable au projet de RLPI et a formulé observations ou demandes suivantes :
Sur le volet publicité :
 - Ne pas réglementer l'espace « privé » pour sa communication ou celle de ses partenaires.
 - Concernant toutes zones article P.L (écran publicitaires, panneaux digitaux/tactiles...) sont à conserver, ne pas rester en retrait des innovations technologiques et numériques.
 - En zone P2 les chevalets sont indispensables pour les commerçants, notamment bars/restaurants.
 - En zone P2 article P.2.7 la publicité petit format / affiches / vitrophanies est nécessaire et à conserver.Sur le volet enseigne :
 - En zone E2 ne pas interdire les enseignes lumineuses outil de communication important. d'autant que la plage d'éclairage est réduite.
 - En zone E2 les enseignes perpendiculaires article E.2.2 III ne doit pas être contraint.
- **L'Association du Camp de César (Sainte-Gemmes-sur-Loire)**
A donné son accord au projet de RLPI , mais relève l'absence de la notion de pré-enseigne au document d'arrêté d'enquête approuvé.
Aussi l'Association suggère :
 - La prise en compte de la nécessité des pré-enseignes permettant de signaler la présence de restaurants, superettes, garages voir d'entreprises enclavées en zone commerciale ou artisanale... aux automobilistes circulant sur les voies structurantes.

10. Le Procès-verbal de synthèse et le Mémoire en réponse

Lors de la clôture des registres le mercredi 9 octobre dans les locaux d'ALM le commissaire enquêteur a disposé de l'ensemble des dépositions pour établir son procès-verbal de synthèse soit 5 jours après la clôture de l'enquête. Celui-ci à été remis le mardi 15 octobre 2019 dans les bureaux d'ALM.

Le procès-verbal de synthèse :

Le procès-verbal de synthèse relate succinctement le déroulement de l'enquête et son objet, la participation. Il présente les observations et questions soulevées par le public puis elles sont organisées selon le plan du document « REGLEMENT » en citant leur n° (obs. n°1). En fin de PV le commissaire enquêteur rappelle les avis et observations des PPA et autorités consultées puis celles des Associations Environnementales sollicitées pour avis. Enfin le Commissaire enquêteur a relevé 3 sujets dominants opposants les personnes ayant déposé. Le PV de synthèse comprend 21 pages (voir document joint au rapport). Il a été remis et commenté par le commissaire enquêteur à Monsieur Daniel Dimicoli vice-président d'ALM lequel était accompagné des Mesdames Janvier et Hollet puis de Monsieur Dauplé.

Le mémoire en réponse :

Le commissaire enquêteur a reçu le vendredi 25 octobre par messagerie la réponse d'ALM au PV de synthèse. La transmission par courrier recommandé a été reçue le 26 octobre. En préambule il est indiqué : *« ce mémoire apporte des réponses aux observations et questions soulevées par le commissaire enquêteur. Le reste des observations relevées dans le PV de synthèse pourra faire l'objet de compléments de réponses de la part d'ALM dans la délibération qui approuvera le RLPi ».*

Le mémoire en réponse d'ALM compte 10 pages (voir document joint au rapport). Il développe principalement les réponses aux observations/questions du commissaire enquêteur sur : la publicité lumineuse et numérique, la publicité sur mobilier urbain, les formats et la densité des supports numériques.

Puis le mémoire en réponse apporte des réponses aux observations rapportées au PV sur : les observations de portée générale, les observations concernant le préambule du document règlement, les observations sur le volet publicité (prescriptions communes aux zones et propres à chaque zone), les observations concernant les enseignes.

Pour le commissaire enquêteur le mémoire en réponse d'ALM apporte réponses à l'ensemble des sujets et questions soulevés lors de l'enquête.

11. Les réponses d'ALM aux Observations sur le volet publicité

11.1. Aux observations/questions du commissaire enquêteur

Sur la publicité lumineuse et numérique :

Question du CE : *elle interpelle toutes les parties (personnes publiques, publicitaires, associations, commerçants, habitants des zones résidentielles...). En quoi sert-elle à la fois: la préservation de la qualité des paysages et du cadre de vie et le nécessaire maintien ou développement économique du territoire couvert par le projet de RLPi d'ALM ?*

Réponse d'ALM extrait: La question de la publicité numérique a fait l'objet de nombreux débats lors de l'élaboration du document, avec des positions parfois très opposées entre les interlocuteurs.

Il s'agit d'un mode d'expression très efficace de plus en plus utilisé au regard des multiples intérêts qu'il représente. La diversité et multiplicité des messages diffusés sur un même dispositif, pouvant le cas échéant permettre de mieux réguler et limiter le nombre total de panneaux installés. Elle offre plus de flexibilité dans le renouvellement des messages et la gestion à distance. Elle permet de réduire les impacts en matière de déplacements, d'impressions et de consommation de papier, d'utilisation de colle, de manutention. La visibilité des messages diffusés y est plus forte. Il s'agit donc d'un mode de communication particulièrement efficace plébiscité par les afficheurs et acteurs économiques.

Il s'agit également d'un mode de communication particulièrement impactant pour le paysage urbain et le cadre de vie. La technologie numérique induit des images lumineuses et animées, parfois très contrastées, plus visibles et avec un pouvoir de captation de l'attention décuplé. Il en ressort une présence visuelle plus forte. Un ressenti négatif sur ce type de dispositifs est remonté lors de la concertation. Il apparaît donc essentiel de réguler plus fortement sa présence sur le territoire, et de la limiter dans les secteurs les plus sensibles.

En réponse à ces enjeux, le RLPi s'efforce de définir un cadre réglementaire permettant :

- de préserver les secteurs sensibles, au sein desquels la présence de la publicité numérique doit être limitée,
- tout en maintenant des possibilités d'utilisation de ce mode d'expression pour soutenir les acteurs économiques du territoire et permettre la diffusion de l'information locale.

Des règles spécifiques ont été définies pour encadrer davantage ce mode de communication. Elle se voit imposer des règles des restrictions supplémentaires :

- Son format est limité à 2m² dans la plupart des zones présentant des enjeux paysagers ou constituant les principaux lieux de vie des angevins : c'est à dire dans le site patrimonial remarquable d'Angers (Zone 2) où elle sera limitée au mobilier urbain, aux abords du tramway (zone 4), et dans les quartiers résidentiels (zone 3b).
- La réduction du format, de 8m² à 2m² maximum, en plus des autres règles notamment de densité et d'interdistance, permet de maintenir une certaine présence du numérique sur le territoire pour les acteurs économiques, tout en en régulant le nombre et l'impact paysager.
- Une présence plus importante du numérique est admise dans les grands lieux de passage que sont les grands axes (zone 5) et les zones d'activité (zone 6b) sous des formats de 6m² à 8m². Néanmoins, pour réguler la densité des panneaux numériques le long des axes de circulation et des zones d'activités, en plus de l'interdistance de 50m entre deux dispositifs, une distance minimale de 200m a été imposée entre deux écrans numériques lorsqu'ils sont en covisibilité .

Tous les dispositifs publicitaires lumineux, y compris les panneaux numériques, et ceux correspondant à du mobilier urbain, devront être éteints entre 23h et 7h du matin, de manière à lutter contre la pollution lumineuse, à renforcer la protection du ciel nocturne, le gaspillage énergétique.

Toute implantation d'un panneau publicitaire numérique est soumise à autorisation préalable délivrée par la commune après évaluation de son impact potentiel sur le paysage urbain, et est conditionnée, dans les secteurs les plus sensibles, à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France.

Position du CE : Dans sa réponse très développée ALM argumente ses choix au regard de cette forme de publicité. Les choix faits selon les 8 zones arrêtées sont le résultat de positions très divergentes entre celles des publicitaires et celles des Associations environnementales. Ainsi les choix d'ALM constituent une position « politique sur le sujet » pouvant être qualifiée de « médiane ». Le RNP prend appui sur l'article L581-8 du code de l'environnement pour interdire la publicité numérique en zone couverte par un SPR. Par contre l'élaboration d'un RLP autorise le porteur du projet à introduire du numérique. Il y a quelque part contradiction avec le principe qu'un RLP se doit être plus protecteur pour l'environnement, le cadre de vie qu'un RNP (sauf exceptions). Aussi, bien qu'ALM écrive « vouloir la réguler fortement et la limiter dans les secteurs les plus sensibles », ALM semble dans son droit en permettant la publicité numérique de façon limitée et mesurée dans plusieurs zones dont celle couverte en partie par le SPR (art. L 581-8-I du code de l'environnement),

La publicité sur mobilier urbain :

Question du CE : La publicité sur mobilier urbain apparaît moins contraignante que sur les autres supports. En quoi ces distinctions se justifient-elles au sein de la ville d'Angers et plus particulièrement sur la zone SPR?

Réponse d'ALM extrait: Le RLPi d'ALM distingue la publicité supportée par le mobilier urbain et la publicité hors mobilier urbain, par les objectifs différents recherchés :

- Le mobilier urbain ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire et répond à un besoin de

- service public (abris-bus, communication et information des habitants).
- les autres dispositifs publicitaires ont pour objet que de supporter toute inscription, forme ou image destinées au public à des fins commerciales.

L'installation de mobilier urbain est soumise à l'accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d'implantations intempestives ou malencontreuses. Pour ces raisons, la publicité supportée par le mobilier urbain est, dans de rares cas et certaines zones définies par le RLPi, règlementée de manière moins contraignante.

Ce choix s'explique par l'enjeu de préservation de la qualité patrimoniale et paysagère caractérisant les zones 1 et 2. Les secteurs à forts enjeux patrimoniaux, tels que les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR d'Angers et SPR ligérien) et le secteur UNESCO, font ainsi l'objet d'un encadrement fort. Au sein du SPR, chaque implantation doit être validée par la commune, et par l'Architecte des Bâtiments de France.

Cette différence de traitement est néanmoins à relativiser, sur les autres zones de publicité définies par le RLPi d'Angers Loire Métropole, à savoir les zones 3, 4, 5 et 6, les formats autorisés pour la publicité supportée par du mobilier urbain sont les mêmes que pour la publicité hors mobilier urbain.

Une dernière différence de traitement est à souligner à savoir l'absence de règle de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Cette différence s'explique par le fait que les collectivités ont le contrôle, la maîtrise ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

Concernant spécifiquement la zone 2, réglementant la publicité dans le SPR de la ville d'Angers, qui concerne le cœur historique de la ville. Le SPR, outre sa qualité patrimoniale remarquable, est le principal pôle économique et commercial d'Angers Loire Métropole et concentre une densité de flux importante (flux automobiles, piétons, locaux, touristiques, ...). Le choix fait est de réintroduire la publicité supportée sur mobilier urbain car pouvant jouer en faveur du tissu économique local, notamment intramuros.

Cependant, au regard des particularités architecturales et patrimoniales fortes du SPR, cette autorisation est encadrée par des règles strictes en matière de format avec une surface limitée à 2 m², afin que la publicité supportée par ce mobilier urbain ne puisse constituer un élément prégnant dans le paysage urbain de cet espace reconnu pour sa qualité patrimoniale.

Position du CE : *L'argumentation développée par ALM s'entend, le SPR au sein du cœur de la ville d'Angers représente un périmètre relativement important de part et d'autre de la Maine, l'activité commerciale y est très présente et doit être soutenue pour que le centre-ville demeure attractif. De même l'attractivité du cœur de ville liée au patrimoine bâti historique doit être préservée des impacts excessifs que peut engendrer la publicité extérieure sur le caractère patrimonial et architectural. Le CE prend acte de la volonté d'ALM de préserver la qualité patrimoniale et paysagère des zones 1 et 2 en maîtrisant et limitant la publicité extérieure sur le seul mobilier urbain autorisé. Ce mobilier n'est cependant pas soumis à des règles de densité ce qui laisse place à beaucoup de liberté, bien que devant être validé par l'ABF en termes d'implantation. En complément il pourrait être mieux défini le type de mobilier urbain autorisé et introduit une règle de densité permettant cette publicité par X m de linéaire de rue par exemple...*

Sur les formats et la densité des supports :

Question du CE : *La multiplicité des formats et des supports de publicité ainsi que la densité des supports sont des enjeux très forts en termes de qualité des paysages et de qualité de vie en agglomération urbaine. En quoi ces orientations servent-elles réellement et objectivement le développement économique et l'attractivité d'un territoire comme l'agglomération d'Angers ?*

Réponse d'ALM extrait: La publicité extérieure est un média de proximité, qui permet de développer une communication locale, sur une zone géographique précise. Il s'agit d'un outil utilisé notamment par les acteurs économiques du territoire pour soutenir et promouvoir leur activité.

Les dispositions du RLPi, permettent au tissu économique local et aux afficheurs, de pouvoir assurer un relai d'informations publicitaires sur une large partie des zones agglomérées d'Angers Loire Métropole, via différents types de supports selon les zones.

Néanmoins, au regard des enjeux de préservation du cadre de vie et de protection de la qualité patrimoniale et paysagère, la présence de la publicité est admise selon des conditions d'implantation restreintes (dimension, densité ...). Ces conditions sont calibrées en fonction des enjeux paysagers et environnementaux des différents secteurs, de manière à ce que cette présence publicitaire présente un impact mesuré sur le paysage local.

Des formats et densités différenciés ont été définis pour chaque zone, pour répondre à ces enjeux.

- Dans les zones à plus forts enjeux paysagers, patrimoniaux, elle n'est autorisée que sur mobilier urbain dans la limite de 2m². C'est le cas notamment du SPR, du quai Félix Faure, et de la ZP1. Au sein des autres secteurs à enjeux, et des principaux lieux de vie, les formats sont limités soit à 2m², soit à 4m² maximum. A cette limitation des surfaces s'ajoutent des règles de densité et d'interdistance pour certaines zones, limitant davantage les implantations.
- Dans les autres secteurs, correspondant aux grands axes (zone 5) et aux zones d'activités (zone 6b) la réglementation définie offre des possibilités plus étendues en matière de format (affiche de 8m² pour un panneau de 10,5m² maximum), de densité, et maintient une règle d'interdistance. Ces zones, correspondent davantage à des lieux de passages, accueillant de nombreux flux, ou constituant les grands pôles économiques de territoire. Des règles plus restrictives que la réglementation nationale viennent néanmoins modérer cette présence pour limiter l'impact potentiel sur le paysage et l'environnement.

Concernant les formats autorisés et au regard des nombreuses remarques, l'opportunité de préciser les modalités d'application de ces règles sera étudiée.

Position du CE : *le CE prend acte des réponses données par ALM, lesquelles apportent un éclairage sur le rôle dévolu à la publicité extérieure de proximité au bénéfice des acteurs économiques présents sur le territoire et des afficheurs afin de promouvoir et soutenir leurs activités. Le CE relève qu'au regard des enjeux de préservation du cadre de vie et de protection du patrimoine et du paysage selon les zones, des conditions d'implantation et des règles plus restreintes que le RNP sont retenues au RLPi afin de réduire les impacts sur le paysage local. Enfin le CE note que ALM se propose d'étudier de préciser les modalités d'application des règles retenues au projet. Il semble malgré tout regrettable que sur la zone 5 la contrainte de format (hormis le numérique) ne soit pas supérieure à la zone 6b. Il s'agit généralement de voies qui en entrée de ville introduisent ou non une image qualitative du paysage urbain.*

11.2. Aux observations du public pendant l'enquête

Sur les observations de portée générale rapportées au PV de synthèse :

Ces observations diverses qualifiées de portée générale par le commissaire enquêteur portent sur les thèmes : de l'utilité de la publicité et ses interdictions, du numérique, des formats des publicités, des supports, des règles de densité, d'extinction, etc...

Réponse d'ALM extrait: Les observations reprises dans cette partie montrent bien l'opposition de deux parties sur la thématique de la publicité en milieu aggloméré. Le RLPi répond en partie aux observations de ces parties. En effet, les règles définies répondent à la volonté politique d'aboutir à un équilibre entre, d'une part, la protection du cadre de vie en interdisant la publicité sur certains secteurs à enjeux, réduisant la taille des formats, encadrant la période d'éclairage des dispositifs lumineux, définissant des règles de densités adaptées aux caractéristiques du territoire, etc. et, d'autre part, l'attractivité économique, en autorisant la publicité et sa réintroduction dans la plupart des secteurs, en définissant un gradient dans la surface des dispositifs au regard des besoins ...

Ainsi, sur une grande partie du territoire, la surface maximale des dispositifs y compris pour le mobilier urbain est de 4m². Des surfaces supérieures sont autorisées le long de certains grands axes où les flux sont importants et dans les zones d'activités et commerciales où les dispositifs de grandes tailles y trouvent plus aisément leur place

Le lexique du RLPi sera intégré dans les premières pages du règlement. Il pourra éventuellement être revu au regard des observations reçues.

Position du CE : *le CE prend acte des réponses données par ALM, aux questions de portée générale rapportées au PV. Il note la réaffirmation de recherche d'un équilibre entre protection du cadre de vie et moyen au soutien de l'économie locale. Il relève l'engagement à intégrer le lexique au règlement et à prendre en compte les observations visant à l'alimenter.*

Sur les observations concernant le préambule :

Il était demandé : d'introduire dans le règlement toutes formes de publicité non explicitement citées sont interdites, et l'ajout de : « La publicité supportée par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions ».

Réponse d'ALM extrait : L'interdiction des formes de publicité non régies par le règlement est inscrite dans les dispositions générales. Et la publicité supportée par le mobilier urbain est réglementée par une partie spécifique dans chaque zone.

Position du CE : *le CE prend acte des réponses données par ALM à ces propositions lesquelles sont effectives au document règlement.*

Sur les observations concernant les prescriptions communes :

Les demandes de modifications concernent les articles : P.B, P.C, P.E, P.F, P.H, P.I, P.J, P.L soit 8 articles sur les 13 constituant les prescriptions communes aux zones de publicité (voir détails au PV).

Réponse d'ALM extrait: Les dispositions générales cherchent à encadrer au mieux la qualité des dispositifs. La grande majorité de ces prescriptions ne feront pas l'objet d'évolutions car elles sont essentielles pour le bon encadrement de la publicité sur le territoire d'ALM (horaire d'extinction, règle de densité, ...)

Au sein de cette partie du règlement, quelques règles pourront être réétudiées telles que: Les règles sur les composantes patrimoniales pour aboutir à une rédaction répondant de manière plus cohérente aux objectifs recherchés. Les règles sur les accessoires notamment sur la question des débords.

Position du CE : *le CE prend acte des réponses données par ALM, aux questions concernant le volet prescriptions communes aux zones de publicité rapportées au PV. Il note la réaffirmation du maintien de la grande majorité des prescriptions communes à l'ensemble des zones de publicité. Il relève aussi l'engagement à réétudier les règles sur les composantes patrimoniales, les accessoires aux supports publicitaires, la reformulation des règles sur bâches et palissades de chantier..*

Sur les observations concernant les dispositions propres à chaque zone

Pour les observations relevées pour chacune des 8 zones de publicité voir les détails au PV de synthèse.

Ci-après les extraits de la réponse d'ALM aux observations des différentes zones de publicité sous forme de tableau (voir les détails au mémoire en réponse au PV de synthèse).

Zone concernée	Eléments de réponse apportés par ALM
ZP1	La publicité y est interdite, la publicité sur mobilier urbain est autorisée avec une surface maximale de 2m ² . La publicité numérique, y compris sur mobilier urbain est interdite.
ZP2	Dans le SPR d'Angers, la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain. Ainsi, Angers Loire Métropole réintroduit la publicité dans ce secteur patrimonial mais de manière maîtrisée. Ces implantations doivent également faire l'objet d'une validation de l'Architecte des Bâtiments de France. D'autre part, la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2m² pour éviter les dispositifs de grand format dans ce secteur de grande qualité patrimoniale. Enfin, la publicité numérique n'est autorisée que sur mobilier urbain avec une surface maximale de 2m². <i>La possibilité d'introduire une règle de densité applicable aux mobiliers urbains numériques en covisibilité sera étudiée.</i> <i>La possibilité d'interdire la publicité installée sur le sol de type chevalet (jusqu'à 1m²) sera également analysée.</i> Au regard des enjeux sur le secteur du Quai Felix Faure, qui constitue une entrée d'agglomération majeure, en bord de Maine, la suppression de la publicité le long de cet axe sera maintenu, même s'il longe une zone commerciale et d'activité. Cela permettra de résorber l'image peu valorisante de ce secteur longeant la Maine, induite par la surabondance publicitaire, et offrira une meilleure lisibilité à cette zone, et aux activités qui s'y trouvent, (qui pour leur part pourront disposer d'enseignes commerciales).
ZP3a	La réglementation proposée pour ces zones résidentielles des communes de moins de 10 000 habitants situées pour l'essentiel hors unité urbaine (sauf exceptions) prévoit que : la publicité scellée au sol y est interdite et la publicité murale est limitée à 4m² , comme en dispose le code de l'environnement. En complément, leur nombre a été limité à 1 par unité foncière par le RLPi (étant entendu que seuls les murs considérés comme aveugles au sens du code de l'environnement peuvent accueillir un panneau). La combinaison de ces règles, auxquelles s'ajoutent d'autres protections telles que celles liées aux composantes patrimoniales et végétales du PLUi, limite déjà les sites pouvant faire l'objet d'implantations publicitaires, permettant de garantir la protection du cadre de vie des habitants de ces secteurs résidentiels, tout en maintenant des possibilités d'affichage.
ZP3b	Ce zonage concerne des zones résidentielles. Le projet de RLPi prévoit d'y limiter le format et la densité des panneaux publicitaires : la publicité murale et scellée au sol y est autorisée dans la limite de 4m², avec une même règle de densité et d'interdisance, le numérique y est admis dans la limite de 2m². Des nombreuses remarques ont sollicité une restriction plus forte de la publicité dans ces secteurs dans la mesure où ils constituent les principaux lieux de vie des habitants. Pour accentuer encore la préservation du cadre de vie la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol pourra être étudiée, en contrepartie d'une adaptation des règles applicables à la publicité murale. L'impact visuel des panneaux scellés au sol est notablement plus fort que celui de la publicité murale Cette adaptation

ZP3b	<i>potentielle, qui fera l'objet d'une étude approfondie, viserait à réduire globalement l'impact visuel des installations publicitaires</i>, tout en maintenant un équilibre garantissant une certaine présence. Concernant <i>la demande de la commune de Trélazé portant sur l'intégration de la rue Jean Jaurès en zone 5 en lieu et place du zonage 3b</i> : Cette demande sera étudiée au regard de la morphologie et des caractéristiques de cette voie, qualifiée d'axe structurant par la commune, de manière à retenir le zonage le plus cohérent. <i>Les différentes demandes pour une évolution de zonage seront analysées au cas par cas et au regard de la morphologie des différents secteurs et des enjeux associés.</i> <i>Concernant le secteur du rond-point 2 square de la Penthière à Angers : le zonage 3b sera réétudié et approfondi, pour déterminer si une adaptation se révélerait pertinente</i>, ou s'il nécessite d'être confirmé au regard des enjeux initialement relevés.
ZP4	La zone 4 concerne les voies accueillant les lignes de tramway. Ces voies correspondent à des secteurs de traitement urbain prioritaire, faisant l'objet de travaux et investissements visant à leur valorisation urbaine et paysagère. La publicité doit y être encadrée pour ne pas altérer les efforts de valorisation. <i>Par conséquent la surface de la publicité, qu'elle soit murale, scellée au sol, numérique, ou sur mobilier urbain, y est limitée à 2m².</i> S'y ajoute des règles de densité, permettant notamment de préserver les parcelles présentant un linéaire réduit le long de la voie, ainsi qu'une interdistance de 50m.. Ces dispositions permettent de répondre aux objectifs fixés en matière de régulation de la publicité le long de ces voies.
ZP5	Cette zone concerne les voies structurantes et certaines entrées d'agglomération. <i>La publicité murale, scellée au sol et sur mobilier urbain est limitée à 8m² (10,5m² cadre inclus).</i> Des règles de densité ainsi <i>qu'une interdistance minimale de 50m entre deux dispositifs ont également été intégrées dans le règlement arrêté. Une interdistance complémentaire de 200m entre deux écrans numériques</i> s'ajoute, lorsqu'ils sont en covisibilité. <i>Il sera précisé que cette règle d'interdistance de 200 m s'applique bien aux faces de diffusion des panneaux numériques.</i> <i>Le format maximal de la publicité numérique est limité à 6m²</i> du fait de son impact visuel notablement plus fort sur le cadre de vie et de sa présence plus marquée dans le paysage urbain, ce qui justifie un encadrement plus important. La règle d'interdistance de 200m entre deux écrans a été établie pour les mêmes motifs et enjeux. Au regard de la morphologie des voies concernées et des enjeux identifiés, les règles de format, de densité et d'interdistance semblent nécessaires pour ne pas décupler l'impact notable des dispositifs sur le paysage de ces secteurs.
ZP6a	Dans cette zone, <i>les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits</i>, excepté sur mobilier urbain. <i>La publicité numérique est interdite, y compris sur le mobilier urbain.</i> Supprimer cette règle ne peut être envisagé, car les évolutions de la réglementation nationale ne peuvent être anticipées. Ainsi, en cas d'évolution de cette réglementation, et si et seulement si elle est en accord avec le projet politique d'Angers Loire Métropole, le règlement pourra être modifié pour s'adapter à cette nouvelle réglementation. <i>La demande de AFFIOUEST est illégale au regard du code de l'Environnement.</i>

ZP6b	Au sein de cette zone, qui regroupe les principales zones d'activités et commerciales du territoire, la surface maximale des affiches est de 8m² (10,5m² avec cadre) et pour le numérique la surface maximale est de 8m². Ces formats sont adaptés à cet environnement où les voies sont larges, les flux sont importants et où le besoin de communication commerciale se fait plus fort. Néanmoins, des règles de densité et d'interdistance sont nécessaires La surface de la publicité sur les bâches pourra être réétudiée.
-------------	--

Position du CE : le commissaire enquêteur prend acte des réponses données par ALM, aux questions soulevées par le public sur les règles proposées au RLPi pour les 8 zones de publicité retenues par le maître d'ouvrage. ALM affirme ses choix politiques au regard des enjeux relevés afin de préserver au mieux le cadre de vie, la protection du patrimoine et des paysages tout en permettant à la publicité de favoriser le développement économique local par la promotion des activités et services auprès des populations. Ainsi ALM confirme la plupart des règles envisagées pour chacune des différentes zones. ALM se propose cependant :

En zone 2 : d'étudier la possibilité d'introduire une règle de densité applicable aux mobiliers urbains numériques en covisibilité ; d'analyser la possibilité d'interdire la publicité installée sur le sol de type chevalet (jusqu'à 1m²).

En zone 3b : d'étudier la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, en contrepartie d'une adaptation des règles applicables à la publicité murale ; l'intégration de la rue Jean Jaurès en zone 5 en lieu et place du zonage 3b ; le secteur du rond-point 2 square de la Penthière à Angers ; et différentes demandes pour une évolution de zonage ...

En zone 5 : il sera précisé que la règle d'interdistance de 200 m s'applique bien aux faces de diffusion des panneaux numériques. Sur cette zone le CE renouvelle sa position quant au format en axe structurant d'entrée de ville au regard de la qualité du paysage urbain.

En zone 6b : que pourra être réétudié La surface de la publicité sur les bâches

12. Les réponses d'ALM aux Observations sur le volet enseignes

Observation concernant les couleurs des zones E2 ; E3 ; E4 correspondantes à la cartographie, elles ne sont pas données.

Réponse d'ALM : c'est un oubli les couleurs des zones enseignes seront indiquées au document règlement.

Observations sur le format des enseignes sur façades :

Réponse d'ALM : Le code de l'environnement prévoit que la surface maximale des enseignes apposées sur une même façade est limitée au maximum à :

- 25% de la surface de la façade lorsque cette dernière mesure moins de 50m² ;
- 15 % de la surface de la façade lorsqu'elle mesure plus de 50m².

ALM a fait le choix de ne pas restreindre davantage les surfaces maximales des enseignes en façade, les proportions évoquées ci-dessus étant complétées par d'autres dispositions créant un ensemble réglementaire étant à même d'encadrer qualitativement l'implantation des enseignes, sans porter de restriction trop forte pour le tissu économique local.

Le RLPi prévoit des règles d'implantation qualitative des enseignes aux façades dans les zones 1 et 2. Il est rappelé dans les règles applicables aux zones 1, 2, et 3, que les enseignes doivent notamment respecter l'architecture des bâtiments sur lesquelles elles s'implantent. Les enseignes sont soumises à autorisation préalable, délivrée par la commune, et à accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans les secteurs les plus sensibles.

Observations concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Réponse d'ALM : Le choix a été fait d'interdire les enseignes scellées au sol de plus de 1m² dans la zone la plus sensible pour ce type d'installation : la ZE2 (SPR d'Angers). En revanche, ces dispositifs sont autorisés dans les autres zones, avec une graduation des formats allant de 2m² en ZE1, 4m² en ZE3, et 6m² en ZE4.

Lorsque plusieurs activités sont présentes sur une même unité foncière elles doivent le faire sur un même dispositif, de manière à ne pas multiplier les panneaux et leurs impacts le long d'un même linéaire. Dans ce cas, le format maximal est majoré de 2m². En contrepartie, le format de totem est imposé pour améliorer la lisibilité et l'intégration paysagère de ces dispositifs, et éviter les confusions avec les dispositifs publicitaires.

Le RLPi s'est attaché à permettre à chaque activité de pouvoir disposer d'une enseigne scellée au sol de plus de 1m² sur son domaine privé (hors SPR), de manière à renforcer sa visibilité, tout particulièrement lorsque l'activité se trouve en retrait de la voie, et tout en encadrant le nombre et le format maximal pour ne pas porter atteinte à la qualité paysagère.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins de 1m² sont admises, mais sous certaines conditions..

Observations concernant les enseignes sur toiture

Réponse d'ALM : Elles ne sont autorisées qu'en zone 4, correspondant aux grands pôles commerciaux et secteurs d'activité. Le choix a été fait de maintenir les surfaces maximales déjà définies par le Code de l'environnement, au regard des zones et du bâti concerné, mais de limiter la hauteur maximale de ces installations pour éviter un impact visuel trop fort et disproportionné au regard de ce bâti. Du fait de leur impact visuel très fort, et de leur intégration difficile dans leur environnement, elles sont interdites dans les autres secteurs (ZE1, ZE2, ZE3).

Observations concernant les enseignes numériques :

Réponse d'ALM : Les enseignes numériques sont interdites dans les zones 1 à 3, hormis sur équipement public, du fait de la nature de message transmis sur ces grands équipements visant un intérêt général. Elles sont admises en zone ZE4 sous un format maximal de 8m² (sous réserve du respect des autres règles de surface).

Position du CE : le commissaire enquêteur prend acte des réponses données par ALM, aux questions soulevées par le public sur les règles proposées au RLPi pour les 4 zones d'enseignes retenues par le maître d'ouvrage. ALM affirme ses choix politiques visant à faire en sorte que chaque entreprise ou activité puisse disposer d'une enseigne pour se faire connaître et cela dans un cadre organisé, qualitatif au regard du patrimoine, de l'architecture des bâtiments, puis en limitant leur impact négatif sur le cadre de vie des personnes et les enjeux paysagers de chaque zone.

13. Synthèse du rapport d'enquête

Après la désignation du commissaire enquêteur par le TA de Nantes et la prise de contact avec les services d'Angers-Loire-Métropole, l'arrêté du Président de ALM du 12 juillet 2019 organisait l'enquête Élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de l'agglomération urbaine.

Le projet de RLPi sur l'agglomération consiste à réglementer la publicité extérieure et les enseignes au bénéfice des entreprises et activités de services publics ou privés sur l'ensemble du territoire, ceci dans le respect du cadre de vie des habitants, de la protection du patrimoine et des paysages.

La publicité officielle sur l'enquête avec les parutions dans la presse et les affichages, ont été effectuées. Les certificats d'affichage ont été remis au commissaire enquêteur sous la forme d'un tableau de synthèse.

L'enquête s'est déroulée sur 32 jours entre le 3 septembre et le 4 octobre 2019, conformément à l'arrêté d'ALM. Les registres ont été ouverts paraphés et clôturés par le CE.

Le dossier était consultable dans toutes les mairies et sur le site d'ALM. Sept permanences du CE ont été tenues. Quatorze personnes sont venues à la rencontre du CE. 16 dépositions aux registres ou par courriers ont été faites. Les dépositions expriment de très nombreuses observations notamment sur le volet « publicité », elles sont aussi très divergentes. Ce qui a conduit le CE à rencontrer monsieur Dimicoli adjoint en charge du projet pour échanger sur le déroulement de la concertation.

La procédure de Procès-verbal et de mémoire en réponse a été appliquée dans le respect des règles. ALM a répondu aux questions/observations du commissaire enquêteur et a formulé son point de vue sur les demandes du public. Le CE a obtenu tous les compléments d'information sollicités auprès d'ALM maître d'ouvrage. Aucun incident n'est intervenu lors de l'enquête.

Fait à Andrezé, le 4 novembre 2019

Jean-Claude MORINIERE

Commissaire enquêteur



Les pièces annexes jointes au rapport:

A1 - L'arrêté d'enquête publique de Monsieur le Président d'ALM.

A2 - Le procès-verbal de synthèse du 15 octobre 2019 du CE : document de 21 pages.

A3 - Le mémoire en réponse d'ALM du 25 octobre 2019 : document de 10 pages.

Département de Maine et Loire
Communauté Urbaine d'Angers-Loire-Métropole



Conclusion et Avis
sur le
Règlement Local de Publicité intercommunal

Enquête publique du mardi 3 septembre au vendredi 4 octobre 2019

Décision du TA Nantes n° E19000124 / 44 du 14/06/2019

Arrêté d'Angers-Loire-Métropole 2019 - 113 du 12/07/2019

Jean-Claude MORINIÈRE
Commissaire Enquêteur

Sommaire

■ Généralités sur l'enquête publique	p. 01
■ L'objet du projet soumis à enquête publique	p. 01
■ Élaboration et contenu du projet de RLPi	p. 02
■ Le dossier d'enquête publique	p. 02
■ Rappel des avis sur le projet de RLPi	p. 03
■ Déroulement de l'enquête	p. 04
■ Synthèse des observations remises au cours de l'enquête	p. 05
■ Le procès-verbal et son mémoire en réponse	p. 06
■ Avis du CE sur les réponses aux observations sur le volet publicité	p. 07
■ Avis du CE sur les réponses aux observations sur le volet enseignes	p. 12
■ Conclusion Générale et Avis du Commissaire Enquêteur	p. 13

■ Généralités sur l'enquête publique

Désignation du commissaire enquêteur, et procédure :

Par décision du Président du Tribunal Administratif de Nantes N° E19000124/44 en date du 14/06/2019 suite à la demande de Monsieur le Président de la Communauté urbaine d'Angers Loire Métropole enregistrée le 16/05/2019, Monsieur Jean-Claude Morinière a été désigné commissaire enquêteur pour conduire la présente enquête publique « **Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal d'Angers Loire Métropole** ».

L'arrêté du Président d'Angers Loire Métropole n° 2019-113 du 12/07/2019 ordonne la réalisation de l'enquête dans les formes prescrites par le code de l'environnement aux articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants, articles relatifs à l'organisation des enquêtes publiques. Le règlement local de publicité est régi par les articles L 581-14 à L581-14-3 du code de l'environnement.

Les Acteurs du projet :

La Communauté d'agglomération a été transformée en communauté urbaine le 1^{er} janvier 2016 et est composée de 29 communes. ALM est la structure porteuse du PLUi entré en vigueur le 25 mars 2017.

La Communauté urbaine Angers Loire Métropole couvre aujourd'hui un territoire de 28 communes suite aux regroupements de plusieurs communes. Parmi ses compétences ALM a en charge le territoire en termes d'aménagement de l'espace communautaire. Angers Loire Métropole est la structure porteuse du PLUi approuvé le 13 février 2017, entré en vigueur le 25 mars 2017. Elle est en charge de son adaptation de ses évolutions sur l'ensemble de son territoire. ALM est ainsi le maître d'ouvrage du projet d'élaboration du Règlement de Publicité intercommunal « **RLPi** » sur le territoire couvert par le PLUi.

■ L'objet du projet soumis à enquête publique

Depuis la réforme de la loi ENE du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. Les RLP sont des instruments de planification locale permettant aux collectivités de contrôler et d'harmoniser sur leur territoire les dispositifs constituant la publicité extérieure : publicités, enseignes et pré enseignes.

Ainsi le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) d'ALM est un document qui permet de réglementer, à l'échelle de la Communauté Urbaine, les panneaux publicitaires, les enseignes commerciales, et les préenseignes. **Le but est d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du paysage et de l'environnement, tout en garantissant la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie. L'enjeu est de trouver un équilibre entre protection de l'environnement et du cadre de vie, et l'attractivité, le développement économique.**

■ **Élaboration et contenu du projet de RLPi**

Une phase de co-construction entre les communes sous l'égide d'un comité de pilotage a présidé à l'élaboration du projet de RLPi. Une élaboration faite d'étapes avec : état des lieux, diagnostic, mise en évidence d'enjeux, d'orientations, de choix politiques. Lesquels constituent le projet et ses documents soumis à enquête publique. Au cours de ce cheminement un plan de concertation avec les professionnels de la publicité, les associations environnementales, la population a été mis en place et réalisé. Un bilan de la concertation a été rédigé et validé en conseil de communauté le 13 mai 2019.

Pour trouver le bon équilibre entre protection des paysages patrimoine, préservation du cadre de vie, et favoriser l'essor économique local, différentes zones sont définies pour adapter la publicité ainsi que les enseignes aux enjeux et aux principaux objectifs définis, lesquels sont :

- d'assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure afin de préserver le patrimoine naturel et architectural.
- de statuer sur l'introduction de la publicité à proximité des centres commerciaux situés hors agglomération.
- de réglementer les nouvelles technologies (publicité et enseignes numériques).
- de maîtriser l'impact des enseignes dans les secteurs commerciaux.
- d'instaurer des règles d'insertion qualitatives dans les centres villes, en cohérence avec la charte du paysage urbain pour la ville d'Angers.

Sur ces bases, un zonage a été établi, distinguant 8 zones pour la publicité et 4 zones pour les enseignes). Le règlement comporte donc deux parties, l'une consacrée à la publicité, l'autre aux enseignes.

■ **Le dossier d'enquête publique**

Le dossier d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal est composé de nombreuses pièces :

- L'arrêté de mise en enquête publique du Président de ALM. Le bilan de la procédure de concertation.
- Un dossier arrêté de projet du RLPi comprenant lui-même plusieurs pièces dont : le rapport de présentation (192 pages), la pièce présentant la zone agglomérée, la pièce présentant le plan de zonage de publicité, la pièce présentant le plan de zonage des enseignes, la pièce règlement écrit du projet RLPi comprenant un préambule et les deux volets : Publicité et Enseignes.
- Les avis des personnes publiques associées, de la « CDNPS » de Maine et Loire et autres autorités consultées.
- Les avis des Associations reconnues pour leur actions au regard de la protection de l'environnement du paysage, du patrimoine...

- Un registre d'Enquête Publique côté et paraphé par le commissaire enquêteur.
- Les avis d'enquête publique parus dans deux journaux d'annonces légales.

Le dossier règlement du RLPi est donc constitué de 2 grands volets :

- **Un volet consacré à la publicité extérieure** : sur ce volet 8 zones ont été déterminées et mise en perspectives sur un plan de zonage. Sur ces zones des prescriptions communes à toutes les zones et des prescriptions spécifiques à chacune des zones constituent la réglementation sur la publicité.
- **Un volet consacré aux enseignes** : sur ce volet 4 zones ont été déterminées et mises en perspectives sur un plan de zonage. Sur ce volet aussi des prescriptions sont communes à toutes les zones et des prescriptions spécifiques à chaque zone constituent la réglementation sur les enseignes.

Au rapport d'enquête plusieurs tableaux de synthèse présentent les règles proposées pour chacune des 8 zones de publicité et pour chacune des 4 zones d'enseigne.

POSITION DU COMMISSAIRE ENQUETEUR SUR LE DOSSIER

Le contenu du dossier avec ses différentes pièces est conforme à ce qui est exigé par l'article R 581-72 du code de l'environnement pour la procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité. Le dossier de présentation est bien articulé. Cependant le lexique présent au sein du «Rapport de Présentation» mériterait être positionné au «document Règlement» en intégrant au lexique les définitions concernant les 3 types d'agglomérations citées au dossier. Le projet de règlement est facile à appréhender et bien mis en évidence avec les différentes cartes présentant les zones de publicité et d'enseignes.

■ **Rappel des avis sur le projet de RLPi d'ALM**

- **Les avis de la CDNPS, des PPA et autorités consultées**

- La CDNPS, la DREAL, la DDT, la DRAC/ ABF; ont donné un **avis favorable avec des réserves** sur les zones de publicité portant sur : les secteurs L 581-8 du code de l'environnement, le numérique sur mobilier urbain, zonages Z3a Z3b, formats, chevalets... Ainsi qu'aux zones d'enseignes portant sur : le numérique, les enseignes bandeau, scellées au sol, oriflammes...(voir rapport).
- Le Département de Maine et Loire : a donné un **avis favorable avec demande de prise en compte** du parc Terra Botanica.
- La Région Pays de la Loire : a donné un **avis favorable avec prise en compte d'interdictions** sur les zones P1, P2 (voir rapport).
- Le PNR : a donné un **avis favorable sous réserve** de recommandations sur les règles communes enseignes, les zones E.1, E.3 ; les zones de publicité Z1, Z3 (voir rapport).
- Le pôle métropolitain Loire Angers, Le PETR du Segréen, la commune de Cornillé-les-Caves ont donné un **avis favorable sans réserve** au projet de RLPi d'ALM.

- La CCI : a donné un **avis défavorable** avec demande de modifications de règles communes aux zones de publicité et zone P2 (quai Félix Faure) ; ainsi qu'aux zones communes d'enseigne E.E et E.F (voir rapport).
- **Les avis des Associations consultées**
 - La Sauvegarde de l'Anjou a **donné un avis défavorable et formule des propositions afin de le faire évoluer le projet sur** les règles communes de publicité : articles P.H, P.J, P.K et volet Chevalet... ; les règles spécifiques de publicité sur toutes les zones (hormis Z6a); les règles enseignes : article E.G, zones E1, E2...(voir rapport) .
 - Paysage de France a donné **un avis défavorable et formule des propositions sur** le volet publicité concernant : l'interdiction en secteurs L581-8 du CE, les formats, la publicité numérique, les supports scellés, le mobilier urbain, les bâches... ; le volet enseignes concernant : la taille, les scellées au sol, les numériques, celles sur toiture...) ; sur le zonage retenu concernant Bauné.
 - l'ANPCEN indique **qu'une ambition environnementale très forte et exemplaire d'ALM serait fortement appréciée**. Elle suggère de diviser par deux les surfaces envisagées sur panneaux numériques. Demande l'extinction de 21 h. à 7 h. et pour les enseignes 1 h avant et après la plage d'ouverture.
 - L'Association Vitrites d'Angers a donné **un avis défavorable au projet de RLPI et demande** : au volet publicité : la suppression de l'article P.L, en zone P2 de conserver les chevalets la publicité petit format affiches... ; au volet enseignes en zone E2 ne pas interdire les enseignes lumineuses ni trop contraindre ...
 - L'Association du Camp de César a **donné son accord au projet mais suggère** la nécessité de **prendre en compte les pré-enseignes** afin de signaler la présence de restaurants, superettes, garages voir d'entreprises enclavées dans des zones...

POSITION DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR SUR LES AVIS ÉMIS

Le commissaire enquêteur observe que parmi les personnes publiques « les services de l'état » et parmi les associations « celles œuvrant pour la protection de l'environnement » portent des attentes supérieures en terme de protection du patrimoine de l'architecture et finalement du cadre de vie. Ces organisations ont aussi moins de proximité envers les acteurs économiques locaux (commerçants, artisans, services marchands). Ces acteurs économiques ont aussi besoin de communiquer pour se faire connaître, afin de maintenir leur activité voir la développer. Ainsi le politique, la collectivité territoriale doivent ils prendre position et décider des orientations en appréciant les conséquences potentielles de leurs choix au regard de ses objectifs dévolus au RLPI d'ALM.

■ Déroulement de l'enquête

- Une première rencontre s'est tenue le lundi 22 juillet 2019 au siège d'ALM avec madame Audrey Janvier, la participation de Madame Fanny Hollet et de Julien Dauplé en charge du dossier RLPI. Au cours de cette rencontre une présentation du projet d'élaboration du RLPI a été faite, un rapport de présentation remis au commissaire enquêteur. Puis nous avons élaboré le planning de déroulement de l'enquête avec la programmation de 7 permanences.

- Le commissaire enquêteur a visité le 3 octobre accompagné de Madame Hollet 3 secteurs de la ville d'Angers (Grand Maine, Montaigne Espace Anjou, Cœur de ville SPR). Puis ce même jour une rencontre s'est tenue avec Monsieur DIMICOLI sur le déroulement de l'élaboration du RLPi et plus spécifiquement sur l'organisation et les résultats de la concertation préalable.
- Le dossier définitif et autres pièces (arrêté d'enquête, les avis émis, le registre d'enquête...) en 30 exemplaires ont été paraphés par le commissaire enquêteur le 28 août 2019, puis transmis par les services d'ALM à l'ensemble des 29 mairies du territoire d'ALM dans lesquelles le dossier était consultable.
- Les affichages ont été effectués dans les délais dans chaque mairie du territoire et réparties sur les principales places notamment sur la ville d'Angers. L'annonce a été effectuée à deux reprises dans deux journaux Ouest France et Courrier de l'Ouest.
- L'enquête s'est déroulée comme prévu du 3 septembre au 4 octobre inclus. Sept permanences ont été tenues. Le commissaire enquêteur reçu 14 visites, venues pour s'informer, et s'exprimer sur le projet.
- Au terme de l'enquête les services d'ALM ont collecté les dossiers et registres, le commissaire enquêteur a clos chaque registre au siège de ALM le mercredi 9 octobre. 16 dépositions ont été faites dont 3 sur registres et 13 via l'adresse internet dédiée à l'enquête ou courrier. Ce même jour le commissaire enquêteur a pris possession des registres et dépositions pour établir son Procès-verbal de synthèse.

■ Synthèse des observations remises au cours de l'enquête

➤ Concernant la publicité : thèmes émergeant des dépositions (voir au rapport)

- La publicité extérieure quelle que soit la forme : La bannir dans certaines zones : lieux mentionnés à l'article L 581-8 du CE, Z3a, Z3b. Mais aussi assouplir l'art.P.B des prescriptions communes.
- La publicité numérique et lumineuse : l'interdire en zone SPR, la limiter en zone 2 SPR aux abris bus ; la limiter sur mobilier urbain. Mais aussi l'autoriser dans l'espace privé au même titre que sur l'espace public et le mobilier urbain avec les mêmes règles. Suppression de la notion d'intensité lumineuse article P.I. des prescriptions communes.
- Les formats de publicité : Demande de précision sur les formats utiles, et l'article P.C des prescriptions communes. Demande d'un format 8 m² en zone 3b ainsi que la révision de la limite de 2 m² pour le numérique en zones 3b et 4. Mais aussi de limiter la publicité murale à 4 m². l'interdiction sur bâche de chantier ou aussi les limiter à 12 m².
- La densité des dispositifs : Demande de modification de la règle sur l'unité foncière, la réduction de la longueur de 20 m minimum par unité foncière en Z3b, Z4, Z5. Demande l'application de règles identiques pour le mobilier urbain article P.F des prescriptions communes.
- l'interdistance entre dispositifs: Demande de réduction de la distance de 50 m minimum entre deux dispositifs publicitaires en Z3b, Z4, Z5.

- l'interdistance 200 m entre dispositifs numériques: Demande de retirer la mesure mais aussi de précision sur la notion de Co visibilité, d'appliquer la même règle avec le mobilier urbain en zones 5 et 6b.
- La plage d'extinction nocturne des dispositifs : Demande de se référer au RNP soit restreindre la durée d'extinction de 1 heure à 6 heures du matin, mais aussi d'élargir la période d'extinction de 21h. à 7 h.
- Les zones et les limites de zones : Interpellation sur les choix de zonages faits pour le quai Félix Faure, pour certaines portions de rues et boulevards, pour le campus Belle-Beille, le rond-point du square Penthère .
- Les supports de publicité : Proposition de proscrire la publicité scellée au sol, de l'exclure des zones résidentielles. De limiter la publicité sur mobilier urbain. De modifier la règle de recul au regard des arrêtes des murs, de supprimer la hauteur limitée à 6 m et demande de modification des articles P.H. palissades, P.J. bâches des prescriptions communes.

➤ **Concernant les enseignes : thèmes émergeant des dépositions** (voir au rapport)

- Les enseignes numériques : Interdire les dispositifs numériques, demande l'application des mêmes règles pour les équipements publics Mais aussi demande de les autoriser en zones E1, E2, E3.
- Les enseignes sur façade : Interdire les « enseignes démesurées » les limiter à 4 m², ou encore 4 m² pour façade inférieure à 50 m² et 6 m² si supérieure à 50 m².
- Les enseignes scellées au sol : les interdire en E1, E2 sauf si façade non visible de la voie publique et les limiter à 4 m².
- Les enseignes sur toiture : les limiter à 8 m² en E4.

■ **Le Procès-verbal de synthèse et son mémoire en réponse**

Le procès-verbal de synthèse du commissaire enquêteur (voir document joint au rapport) : Conformément à la réglementation, il a été remis le 15 octobre 2019 à Monsieur Dimicoli représentant ALM. Le PV compte 21 pages il fait état de la participation avec 14 personnes différentes rencontrées aux permanences, de 16 dépositions. Ces dernières formulent de multiples observations sur le volet publicité, au sujet : des zonages retenus pour la publicité et sur les règles définies pour les différentes zones. Les dépositions sur le volet enseignes portent principalement sur la nature de l'enseigne (numérique) la taille, son support (scellé au sol et toiture...).

Le PV reprend les avis et observations des PPA et autorités consultées puis celles des Associations à caractère environnementale et se termine par trois observations questions du Commissaire enquêteur.

Le mémoire en réponse du pétitionnaire (voir document joint au rapport)

Il est parvenu au commissaire enquêteur par messagerie le vendredi 25 octobre, puis par courrier recommandé le 26 octobre. Le mémoire en réponse d'ALM compte 10 pages). Il développe principalement les réponses aux observations/questions du commissaire enquêteur. Puis apporte des réponses aux observations rapportées au PV sur : les observations de portée générale, les observations concernant le préambule du document règlement, les observations sur le volet publicité (prescriptions communes aux zones et propres à chaque zone), les observations concernant les enseignes.

Il est indiqué en préambule « *Le reste des observations relevées dans le PV de synthèse pourra faire l'objet de compléments de réponses de la part d'ALM dans la délibération qui approuvera le RLPi* ».

Position du Commissaire enquêteur : le mémoire en réponse d'ALM au procès-verbal de synthèse apporte réponses à l'ensemble des sujets et questions soulevés lors de l'enquête. Les réponses apportées sont pour la plupart développées et argumentées. Elles sont pour le CE la preuve d'un réel investissement sur la problématique de la publicité extérieure face aux demandes très divergentes relevées au sein des dépositions.

▪ **Avis du CE sur les Réponses apportées aux observations sur le volet publicité**

- **la publicité lumineuse et numérique :**

Observations :

En quoi sert-elle à la fois: la préservation de la qualité des paysages, du cadre de vie et le nécessaire maintien ou développement économique du territoire couvert par le projet de RLPi d'ALM ?(le CE)

L'interdire en zone SPR, la limiter en zone 2 SPR aux abris bus ; la limiter sur mobilier urbain. Mais aussi l'autoriser dans l'espace privée au même titre que sur l'espace public et le mobilier urbain avec les mêmes règles (synthèse des dépositions).

Réponses d'ALM : (voir développement au rapport et au mémoire en réponse)

Elle représente de multiples intérêts : diversité et multiplicité des messages diffusés sur un même dispositif, pouvant le cas échéant permettre de mieux réguler et limiter le nombre total de panneaux installés. Elle offre plus de flexibilité dans le renouvellement des messages et la gestion à distance. Elle permet de réduire les impacts en matière de déplacements, d'impressions et de consommation de papier, d'utilisation de colle, de manutention.

Il s'agit également d'un mode de communication particulièrement impactant pour le paysage urbain et le cadre de vie. La technologie numérique induit des images lumineuses et animées, parfois très contrastées, plus visibles et avec un pouvoir de captation de l'attention décuplé. Il en ressort une présence visuelle plus forte. Un ressenti négatif sur ce type de dispositifs est remonté lors de la concertation. Il apparaît donc essentiel de réguler plus fortement sa présence sur le territoire, et de la limiter dans les secteurs les plus sensibles.

Des règles spécifiques ont été définies pour encadrer davantage ce mode de communication. Elle se voit imposer des règles des restrictions supplémentaires en termes de formats, de densité d'interdistance, de période d'extinction selon les zones. Les implantations sont délivrées par les communes et sont conditionnées à l'accord de l'ABF.

Avis du CE :

Les choix d'ALM constituent une position « médiane », au regard de positions très divergentes entre celles des publicitaires et celles des Associations environnementales. Concernant l'article L581-8 du CE interdisant la publicité numérique au Règlement National de Publicité RNP sur lequel s'appuient les

dépositions et les avis de PPA ou Associations pour demander l'interdiction du numérique en zone SPR de la ville d'Angers. Il apparaît qu'ALM est dans son droit avec l'élaboration du RLPI, dans ce cas le porteur du projet est autorisé à introduire du numérique en zone « SPR ». Cependant ALM doit veiller à ce que le patrimoine historique et le paysage ne soient pas impactés négativement, notamment par la publicité animée. Aussi la publicité numérique doit y être limitée et mesurée. D'où à minima la nécessité de mettre en œuvre sur ces zones des règles de densité, mais aussi de supports autorisés à la recevoir.

- **la publicité sur mobilier urbain :**

Observations :

Sur mobilier urbain apparaît moins contraignante que sur les autres supports. En quoi ces distinctions se justifient-elles au sein de la ville d'Angers et plus particulièrement sur la zone SPR ? (le CE).

Demande l'application de règles identiques pour la publicité sur mobilier urbain en espace public que les règles imposées aux supports dans l'espace privé, en termes de zones autorisées, de formats, de densité..., (obs : n°6, n°8, n°13).

Réponses d'ALM :

Le mobilier urbain ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire et répond à un besoin de service public.

Les autres dispositifs publicitaires ont pour objet que de supporter toute inscription, forme ou image destinées au public à des fins commerciales.

L'installation de mobilier urbain est soumise à l'accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d'implantations intempestives ou malencontreuses. Pour ces raisons, la publicité supportée par le mobilier urbain est, dans de rares cas et certaines zones définies par le RLPI, règlementée de manière moins contraignante. Cependant au sein du SPR le format est limité à 2 m²

Ce choix s'explique par l'enjeu de préservation de la qualité patrimoniale et paysagère caractérisant les zones 1 et 2. Les secteurs à forts enjeux patrimoniaux, tels que les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR d'Angers et SPR ligérien) et le secteur UNESCO. Au sein du SPR, chaque implantation doit être validée par la commune, et par l'Architecte des Bâtiments de France. Aussi ces dispositifs font l'objet d'un encadrement fort.

L'absence de règle de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité, s'explique par le fait que les collectivités ont le contrôle, la maîtrise de ce qui peut s'implanter sur le domaine public.

Le choix fait est de réintroduire en zone 2 la publicité supportée sur mobilier urbain car pouvant jouer en faveur du tissu économique local, notamment intramuros.

Avis du CE :

Le CE prend acte de la volonté d'ALM de préserver la qualité patrimoniale et paysagère des zones 1 et 2 en maîtrisant et limitant la publicité extérieure sur le seul mobilier urbain autorisé. Ce mobilier n'est cependant pas soumis à des règles de densité ce qui laisse place à beaucoup de liberté, bien que devant être validé par l'ABF en termes d'implantation. Il pourrait être défini en secteurs concernés par l'article L581-8 du code de l'environnement, une indication sur les types de mobiliers urbains autorisés et l'établissement de règles de densité, plus particulièrement sur ceux pouvant recevoir la publicité numérique.

- **Sur les formats et la densité des supports :**

Observations :

Les formats ainsi que la diversité des supports leur densité sont des enjeux très forts en termes de qualité des paysages et de qualité de vie en agglomération urbaine. Ces orientations servent-elles réellement et objectivement le développement économique, l'attractivité de l'agglomération d'Angers ?(le CE)

Plusieurs observations proposent de proscrire la publicité scellée au sol, de l'exclure des zones résidentielles, de l'autoriser dans des secteurs restreints et les limiter en surface et en hauteur (*synthèse des dépositions*).

Réponses d'ALM:

La publicité extérieure est un média de proximité, qui permet de développer une communication locale, sur une zone géographique précise. Il s'agit d'un outil utilisé notamment par les acteurs économiques du territoire pour soutenir et promouvoir leur activité.

Néanmoins, au regard des enjeux de préservation du cadre de vie et de protection de la qualité patrimoniale et paysagère, la présence de la publicité est admise selon des conditions d'implantation. Ces conditions sont calibrées en fonction des enjeux paysagers et environnementaux des différents secteurs, de manière à ce que cette présence publicitaire présente un impact mesuré sur le paysage local.

Dans les zones à plus forts enjeux paysagers, patrimoniaux, elle n'est autorisée que sur mobilier urbain dans la limite de 2m². Dans d'autres secteurs, correspondant aux grands axes (zone 5) et aux zones d'activités (zone 6b) la réglementation définie offre des possibilités plus étendues en matière de format, de densité, mais avec une règle d'interdistance.

Concernant les formats autorisés et au regard des nombreuses remarques, l'opportunité de préciser les modalités d'application de ces règles sera étudiée.

Avis du CE:

Ces réponses apportent un éclairage sur l'intérêt de la publicité extérieure de proximité au bénéfice des acteurs économiques présents sur le territoire pour lesquels la communication est un droit. Le CE relève qu'au regard des enjeux de préservation du cadre de vie et de protection du patrimoine et du paysage selon les zones, des conditions d'implantation et des règles plus restreintes que le RNP sont retenues. Il note que ALM se propose d'étudier de préciser les modalités d'application des règles retenues. Concernant les formats le CE demande que soit particulièrement réétudiées les dimensions en zone 5 entrées de ville et voies structurantes, afin d'optimiser la qualité du paysage urbain des entrées de ville.

- **les observations de portée générale :**

Observations:

Elles portent sur les thèmes : de l'utilité de la publicité et ses interdictions, du numérique, des formats des publicités, des supports, des règles de densité, d'extinction, etc... de l'introduction d'un lexique au règlement.

Réponses d'ALM:

La volonté politique est la recherche d'équilibre entre, d'une part, la protection du cadre de vie en interdisant la publicité sur certains secteurs à enjeux en : réduisant la taille des formats, en encadrant la période d'éclairage des dispositifs lumineux, en définissant des règles de densités adaptées aux caractéristiques du territoire, etc... et, d'autre part, en permettant l'information pour soutenir l'attractivité économique. Le lexique du RLPi sera intégré dans les premières pages du règlement.

Avis du CE:

Le CE note la réaffirmation de recherche d'un équilibre entre protection du cadre de vie et de moyen au soutien de l'économie locale. Le CE partage l'utilité d'un lexique au règlement.

- **les observations concernant les prescriptions communes aux zones de publicité:**

Observations:

Elles portent sur 8 articles des prescriptions communes: P.B, P.C, P.E, P.F, P.H, P.I, P.J, P.L

Réponses d'ALM :

La grande majorité de ces prescriptions ne feront pas l'objet d'évolutions car elles sont essentielles pour le bon encadrement de la publicité sur le territoire d'ALM (horaire d'extinction, règle de densité, ...). **Quelques règles pourront être réétudiées** telles que: Les règles sur les composantes patrimoniales pour aboutir à une rédaction répondant de manière plus cohérente aux objectifs recherchés.

Avis du CE :

Le CE note la réaffirmation du maintien de la grande majorité des prescriptions communes, la majorité de ces articles ont leur raison d'être pour encadrer clairement les choix retenus. Il relève l'engagement à réétudier les règles sur les composantes patrimoniales, les accessoires aux supports publicitaires, la reformulation des règles sur bâches et palissades de chantier...Ces points méritent clarification et précisions.

- **les observations concernant les dispositions propres à chaque zone :**

Observations (voir détail tableau au PV de synthèse) :

Elles portent sur 8 zones de publicités avec remise en cause du périmètre pour certaines, et demande de lever certaines contraintes, ou d'en imposer de plus fortes, selon la zone et les enjeux qui y ont été mis en évidence.

Réponses d'ALM :

En ZP1 (espaces naturels et sites inscrits) : sur cette zone aucune modification n'est proposée. ALM indique dans sa réponse que seule la publicité sur mobilier urbain, sauf le numérique, est autorisée, (hormis sur la zone PNR).

En ZP2 (SPR d'Angers et Félix Faure) : sur cette zone dans sa réponse ALM ne modifie pas ses orientations sauf à la marge. ALM indique : ***la possibilité d'introduire une règle de densité applicable aux mobiliers urbains numériques en covisibilité ; et la possibilité d'interdire la publicité installée sur le sol de type chevalet (jusqu'à 1m²).***

La suppression de la publicité (hors mobilier urbain) le long du quai Félix Faure sera maintenue.

En ZP3a (zones résidentielles < à 10 000 hab) : sur cette zone aucune modification n'est proposée. ALM indique dans sa réponse que ***la publicité scellée au sol y est interdite et la publicité murale est limitée à 4m. Le nombre a été limité à 1 par unité foncière et seulement sur mur aveugle.*** A cela s'ajoute d'autres protections tout en maintenant des possibilités d'affichage.

En ZP3b (zones centres des communes > à 10 000 hab et communes constituant de l'UU Unité Urbaine) : sur cette zone la publicité murale et scellée au sol y est autorisée ainsi que le numérique avec des limites de formats et des règles de densité et d'interdistance. ALM indique dans sa réponse que ***la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol pourra être étudiée, en contrepartie d'une adaptation des règles applicables à la publicité murale. Que les demandes : de sortie de la rue Jean Jaurès, du rond-point 2 square de la Penhière seront étudiées ainsi que différentes demandes d'évolutions de zonages.***

En ZP4 (voies accueillant le tramway) : sur cette zone aucune modification n'est proposée. ALM indique dans sa réponse que La publicité doit y être encadrée pour ne pas altérer les efforts de valorisation. ***Par conséquent la surface de la publicité, qu'elle soit murale, scellée au sol, numérique, ou sur mobilier urbain, y est limitée à 2m².*** S'y ajoute des règles de densité et d'interdistance.

En ZP5 (entrées d'agglomération et voies structurantes) : sur cette zone aucune modification n'est proposée. ALM indique : *la publicité murale, scellée au sol et sur mobilier urbain est limitée à 8m² (10,5m² cadre inclus), la publicité numérique est limitée à 6m². S'y ajoute des règles de densité et d'interdistance (50 m et 200 m pour le numérique). Il sera précisé que cette règle d'interdistance de 200 m s'applique bien aux faces de diffusion des panneaux numériques.*

En ZP6a (zones commerciales des communes < à 10 000 hab hors UU) : sur cette zone aucune modification n'est proposée. ALM indique dans sa réponse que *les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits*, excepté sur mobilier urbain. Que *la publicité numérique est interdite, y compris sur le mobilier urbain*. Supprimer cette règle pour indiquer « le RNP s'applique » ne peut être envisagé,

La demande sur la distance entre panneaux et arrêtes est illégale au regard du code de l'Environnement.

En ZP6b (zones commerciales des communes > à 10 000 hab et communes présentes au sein de l'UU) : sur cette zone ALM indique dans sa réponse que *la surface maximale des affiches est de 8m² (10,5m² avec cadre) et pour le numérique la surface maximale est de 8m². Que des règles de densité et d'interdistance sont nécessaires.*

Que la surface de la publicité sur les bâches pourra être réétudiée.

Avis du CE :

ALM confirme la plupart des règles envisagées pour chacune des différentes zones. ALM se propose cependant :

- *d'introduire une règle de densité applicable au mobilier urbain en zone 2 et d'y interdire le support chevalet.*
- *d'étudier le maintien ou non de la publicité scellée ou directement installée au sol en zone 3b. De réétudier la modification de zonage pour certains secteurs actuellement en zone 3b.*
- *de préciser la règle d'interdistance concernant le numérique en zone 5.*
- *de réétudier la surface de publicité sur bâche.*

Le CE prend acte de ces orientations et ouvertures d'ALM. Cependant le commissaire enquêteur propose d'aller plus loin sur certains points déjà signalés plus haut. Concernant le mobilier urbain en zone 2 le type de mobilier autorisé pourrait se limiter aux abris bus et aux mobilier d'une superficie de 2 m². Et ainsi proscrire les colonnes de 12 m² et autres supports sources d'affichages supérieurs à 2 m². Une certaine harmonie des dispositifs au sein de cette zone ne peut être que positive et cohérente avec le cadre architectural et patrimonial du cœur de la ville d'Angers.

En zone 5 le CE est d'avis pour que les formats autorisés soient réduits au regard de ce qui est autorisé pour la zone 6b. Il s'agit de donner aux entrées d'agglomération une image qui mette d'abord en valeur le paysage urbain, le bâti l'architecture. Aussi une superficie de 8 m² cadre compris pour les dispositifs laisse suffisamment place à la communication.

▪ Avis du CE sur les Réponses apportées aux observations sur le volet enseignes

- **La couleur des zones enseignes:**

Observations :

La couleur matérialisant les zones d'enseignes n'est pas donnée.

Réponses d'ALM :

ALM a seulement répondu que les couleurs pour les zones E2 ; E3 ; E4 **seront indiquées au document règlement**, il s'agit d'un oubli.

Avis du CE :

Le CE prend acte de cette réponse sur un point qu'il avait porté à la connaissance d'ALM.

- **Le format des enseignes sur façade :**

Observations :

Elles visent à réduire la dimension à 4m² ou 6 m² si façade >50 m²

Réponses d'ALM :

ALM indique le code de l'environnement limite les formats à 25% de la façade ou 15 % si la façade est > à 50 m². **ALM ajoute faire le choix de ne pas restreindre davantage les surfaces maximales mais d'encadrer qualitativement l'implantation par d'autres dispositions réglementaires.** Que Les enseignes sont soumises à autorisation préalable, délivrée par la commune, et à accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans les secteurs les plus sensibles.

Avis du CE :

Le CE prend acte de cette réponse et invite le maître d'ouvrage à restreindre la multiplicité des formes ou types d'enseignes ainsi que leur densité.

- **les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol:**

Observations :

Elles visent à les interdire sauf si non visibles de la voie publique.

Réponses d'ALM :

ALM indique que les enseignes > 1 m² sont autorisées (sauf zone 2 SPR) avec graduation selon la zone. Qu'en cas de plusieurs activités sur une même unité foncière le format totem est imposé.

Avis du CE :

Le CE prend acte de cette réponse visant à ce que chaque activité puisse être repérée sans multiplier les panneaux au sol.

- **Les enseignes sur toiture :**

Observations :

Elles visent à les limiter à 4 ou 8 m².

Réponses d'ALM :

ALM indique elles ne sont autorisée qu'en zone 4 avec des surfaces définies par le code de l'environnement mais en limitant leur hauteur à 3 m.

Avis du CE :

Le CE prend acte de cette réponse laquelle limite l'impact visuel du fait de la hauteur maximum autorisée au-dessus des immeubles supports.

- **Les enseignes numériques :**

Observations :

Demande d'interdiction des enseignes numériques, mais aussi de les autoriser en zones E1, E2, E3 avec règles identiques aux équipements publics.

Réponses d'ALM :

ALM indique elles ne sont autorisées qu'en zone 4 avec un format maximal de 8 m² sous réserve d'observation des autres règles. Seuls les équipements publics sont autorisés pour toutes les zones

Avis du CE :

Le CE prend acte de cette réponse, il considère qu'il n'apparaît pas envisageable d'interdire toutes les enseignes numériques, dans toutes les zones. Par contre ces enseignes demanderaient à être précisées en taille et les enseignes « animées » pourraient être interdites sur les équipements publics bien que l'extinction s'impose à ces équipements.

▪ **Conclusion Générale et avis du commissaire enquêteur**

Le dossier **Élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal d'Angers Loire Métropole** a pour objet d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du paysage et de l'environnement, tout en garantissant la liberté d'expression, du commerce de l'artisanat et des services locaux au travers de la publicité extérieure.

Le futur RLPi d'ALM se substitue au règlement national de publicité et aux règlements locaux des communes qui en disposent. Son application relèvera du pouvoir du Maire de la commune et non du Préfet.

Au règlement le RLPi d'ALM comprend deux volets : l'un concerne la publicité avec la définition de 8 zones, l'autre concerne les enseignes avec la définition de 4 zones. Ces zones sont le résultat des enjeux mis en évidence sur le territoire des 28 communes. Des règles sont définies pour chacune des zones.

Au cours de son élaboration le projet a fait l'objet de concertations préalables entre les communes puis avec les personnes publiques associées, les Associations, les professionnels de la publicité extérieure, la population.

La publicité sur le projet et l'enquête publique a été faite dans les formes prescrites par la loi en matière d'information du public. Sept permanences du commissaire enquêteur ont été tenues.

Quatorze personnes ont été rencontrées par le CE, 16 dépositions ont été remises. Elles comprennent de très nombreuses observations s'ajoutant aux avis émis par les PPA et Associations. Les observations et/ou demandes sont multiples mais aussi contradictoires voire opposées. Aussi le CE s'est interrogé quant au résultat de la concertation d'où sa rencontre avec l' élu porteur du dossier en cours d'enquête.

Aussi,

Après étude du dossier soumis à enquête publique, après avoir effectué plusieurs visites sur le terrain, étude de la réglementation de la publicité extérieure (*guide pratique du Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie*).

Après prise en compte des observations du public, des PPA, des Associations et des réponses apportées par le maître d'ouvrage ALM.

Et considérant :

- Que le projet d'élaboration du RLPi est conforme à la réglementation : articles L 581-14 à L581-14-3 du code de l'environnement.
- Que le maître d'ouvrage ALM a mis en œuvre les moyens pour une concertation effective avec les PPA, les Associations, les professionnels de la publicité au cours de l'élaboration du projet.
- Que le projet a été présenté lors de réunions publiques, qu'une exposition évolutive était installée sur le site d'ALM.
- **Que le porteur du projet s'est engagé** dans sa réponse en mémoire au procès-verbal de synthèse du CE **à réétudier plusieurs points cités au présent document** notamment : des secteurs intégrés en zone ZP3, les formats et la précision des règles d'application, l'introduction d'une règle de densité du mobilier urbain et l'interdiction du chevalet en ZP2, la publicité scellée au sol en ZP3b, la publicité sur bâche ...
- **Que le porteur du projet se doit d'aller plus loin sur plusieurs points en zone 2, en zone 5, sur le numérique, afin d'améliorer la protection : du patrimoine, du paysage urbain sans que cela nuise au droit à la communication des acteurs économiques locaux.**

En conséquence, j'émet un **AVIS FAVORABLE** au projet de **Règlement Local de Publicité** intercommunal, sur le territoire d'Angers-Loire Métropole, sous réserve :

En zone ZP2 : - *de limiter la publicité sur mobilier urbain aux abris-bus et aux supports de 2m² sur monopied.*
- *de limiter la publicité numérique animée en introduisant une règle de densité et/ou d'interdistance > 100 m.*

En zone ZP5 : - *de limiter les formats de la publicité murale, scellée ou posée au sol à 8 m² cadre compris. Il s'agit de préserver la qualité des entrées de ville pour mettre en évidence le bâti et son architecture, le paysage urbain.*

Fait à Andrezé, le 4 novembre 2019

Jean-Claude MORINIERE
Commissaire enquêteur





AR-2019-113

ARRÊTÉ

Le Président d'Angers Loire Métropole,
Maire de la Ville d'Angers,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment les articles L.5211-9 et L.5211-10 ;

Vu la délibération DEL-2017-97 du Conseil de communauté du 9 mai 2017 par laquelle le Conseil donne délégation d'attributions au Président,

Vu l'arrêté n° AR-2018-50 du 23 mars 2019 par lequel le Président donne délégation de fonctions et de signature à Daniel DIMICOLI ;

Vu le Code de l'Environnement et notamment ses articles L.581-14-1 et suivants, L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants ;

Vu le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L.153-8 et suivants, R.153-1 et suivants, L.103-3 ;

Vu les délibérations du Conseil de Communauté d'Angers Loire Métropole en date du 10 septembre 2018 prescrivant d'une part, l'Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) et définissant les modalités de la concertation, et, d'autre part, les modalités de collaboration avec les communes ;

Vu la délibération du Conseil de Communauté en date du 13 mai 2019 portant Bilan de la Concertation et Arrêt de Projet du Règlement Local de Publicité intercommunal ;

Vu la phase de consultation des Personnes Publiques Associées, des Personnes Publiques Consultées, des Associations et autres personnes intéressées sur le projet de RLPi arrêté ;

Vu la décision du Président du Tribunal Administratif de NANTES en date du 14 juin 2019 désignant Monsieur Jean-Claude MORINIERE en qualité de Commissaire Enquêteur pour l'enquête publique relative au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) ;

Vu les pièces du dossier soumis à enquête publique ;

ARRÊTE :

Article 1 :

Il sera procédé à une enquête publique sur le territoire d'Angers Loire Métropole, pour une durée de 32 jours consécutifs du **Mardi 3 septembre 2019 au Vendredi 4 octobre 2019 inclus**.

Article 2 :

L'enquête publique est organisée afin d'informer le public et de recueillir ses appréciations, suggestions et contre-propositions relatives au projet de Règlement Local de Publicité intercommunal arrêté par le Conseil Communautaire du 13 mai 2019.

Un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document qui permet de règlementer, à l'échelle de la Communauté Urbaine, les panneaux publicitaires, les enseignes commerciales et les préenseignes. Le but est d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du paysage et de l'environnement, tout en garantissant la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie. L'enjeu principal du RLPi pour la Communauté Urbaine est de trouver un équilibre entre protection de l'environnement et du cadre de vie, attractivité, et développement économique.

Article 3 :

Ce projet de Règlement Local de Publicité intercommunal figure en annexe au présent arrêté.

Ce projet ne fait pas l'objet d'une évaluation environnementale. L'ensemble des pièces du dossier seront consultables au cours de l'enquête publique dans les mairies des communes de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole.

Article 4 :

Le Président du Tribunal Administratif de Nantes a désigné un commissaire enquêteur par décision du 14 juin 2019 :

- Jean-Claude MORINIERE, Ingénieur en Techniques Agricoles, retraité.

Article 5 :

Les pièces du dossier, ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés au siège d'Angers Loire Métropole, Direction Aménagement et Développement des Territoires – 3^{ème} étage – 83 rue du Mail à Angers, pendant toute la durée de l'enquête, afin que chacun puisse en prendre connaissance et obtenir les informations nécessaires, du lundi au vendredi de 9 heures à 17 heures 30 et consigner éventuellement, ses observations sur le registre d'enquête. Toute correspondance relative à l'enquête pourra être adressée au Commissaire enquêteur à l'adresse d'Angers Loire Métropole (83 rue du Mail - BP 80011 - 49020 ANGERS Cedex 02), siège de la présente enquête publique.

Pendant ce même délai, les pièces du dossier et un registre d'enquête seront disponibles dans toutes les communes de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole, aux heures habituelles d'ouverture des mairies.

Angers Loire Métropole ne retient pas pour cette enquête le recours à l'enquête électronique. Néanmoins le public peut transmettre ses observations et propositions à l'adresse électronique suivante : RLPi@angersloiremetropole.fr

Article 6 :

Le Commissaire enquêteur se tiendra à disposition du public pour recevoir les observations qui pourraient être faites sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal :

Au siège d'Angers Loire Métropole :

- Le Mardi 3 septembre 2019 de 9h à 12h
- Le Vendredi 4 octobre 2019 de 14h à 17h

En Mairie de Saint-Barthélemy-d'Anjou:

- Le Vendredi 20 septembre 2019 de 9h à 12h

En Mairie d'Angers :

- Le Vendredi 20 septembre 2019 de 14h à 17h en Mairie Centrale

En Mairie d'Avrillé :

- Le Mercredi 25 septembre 2019 de 14h à 17h

En Mairie de Beaucouzé :

- Le Vendredi 27 septembre 2019 de 9h à 12h

En Mairie des Ponts-de-Cé:

- Le Lundi 30 septembre 2019 de 14h à 17h

Article 7 :

Des informations relatives à la présente enquête pourront être consultées sur le site internet d'Angers Loire Métropole, à l'adresse suivante :

<http://www.angersloiremetropole.fr/un-territoire-en-mouvement/urbanisme/reglement-local-de-publicite-intercommunal/index.html>

Article 8 :

A l'expiration du délai d'enquête, les registres d'enquête seront clos par le Commissaire enquêteur.

Celui-ci examinera les observations consignées ou annexées aux registres. Il recontactera, dans un délai de huit jours, le responsable du plan et lui communiquera les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le responsable du plan disposera d'un délai de quinze jours pour produire ses observations éventuelles. Le Commissaire enquêteur transmettra ensuite les dossiers, avec un rapport, dans lequel devront figurer ses conclusions motivées, au Président d'Angers Loire Métropole, dans les trente jours à compter de la fin de l'enquête. Copie de ce rapport sera adressée à M. le Préfet de Maine-et-Loire et au Président du Tribunal Administratif de Nantes.

Le public pourra consulter le rapport et les conclusions du Commissaire enquêteur au siège d'Angers Loire Métropole, à l'accueil de la Direction Aménagement et Développement des Territoires situé au 83 rue du Mail – 3^{ème} étage à Angers, dans toutes les communes de la Communauté Urbaine membres, ainsi que sur le site internet d'Angers Loire Métropole à l'adresse suivante : <http://www.angersloiremetropole.fr/un-territoire-en-mouvement/urbanisme/reglement-local-de-publicite-intercommunal/index.html>, pendant un an à compter de la date de clôture d'enquête.

Article 9 :

Un avis au public faisant connaître l'ouverture de l'enquête sera publié quinze jours au moins avant le début de celle-ci, dans les journaux « Le Courrier de l'Ouest » et « Ouest France », et rappelé dans les huit premiers jours de l'enquête dans les mêmes publications.

Cet avis sera affiché au siège d'Angers Loire Métropole et publié par voie d'affiches dans toutes les communes de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole. Ces mesures de publicité seront justifiées par un certificat d'affichage du Président et des Maires concernés ainsi que par un exemplaire des journaux qui sera annexé au dossier avant l'ouverture de l'enquête pour la première insertion et au cours de l'enquête pour la deuxième insertion.

Article 10 :

Le Conseil Communautaire de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole est l'autorité compétente pour approuver le Règlement Local de Publicité intercommunal. S'il n'est pas donné suite au projet, la Communauté Urbaine en informera le public par indication sur son site internet. Toute information relative au Règlement Local de Publicité intercommunal peut être demandée au Président

de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Direction Aménagement et Développement des Territoires.

Article 11 :

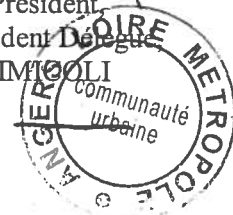
Le Directeur Général des Services d'Angers Loire Métropole est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Fait à ANGERS, le

12 JUL. 2019

12 JUL. 2019

Pour le Président,
Le Vice-Président Délégué
Daniel DIMICOLI



Le présent arrêté est susceptible de faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif de Nantes ou sur le site télérecours dans un délai de deux mois.

Accusé de réception - contrôle de légalité

Nature de l'acte : Arrêté du Président

Numéro attribué à l'acte : AR-2019-113

Objet de l'acte : Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) - Enquête Publique

Thème Préfecture : 2 - Urbanisme 1 - Documents d urbanisme 4 - Délibérations diverses

Date de l'acte :

Annexe :

Identifiant de télétransmission : 049-244900015-20190712-lmc1H30329H1-AR

Identifiant unique de l'acte : lmc1H30329H1

Date de transmission en Préfecture : 12 juillet 2019

Date de réception en Préfecture : 12 juillet 2019



Procès-Verbal de synthèse

Enquête publique Élaboration Du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) sur le territoire de Angers-Loire-Métropole

Enquête publique du mardi 3 septembre au vendredi 4 octobre 2019

Décision du TA Nantes n° E19000124 / 44 du 14/06/2019

Arrêté d'Angers-Loire-Métropole 2019 - 113 du 12/06/2019

L'enquête relève du code de l'environnement et notamment ses articles L.123-1 et suivants, R. 123-1 et suivants

Le règlement local de publicité est régi par les articles L 581-14 à L581-14-3 du code de l'environnement

**P.V. à l'attention de Monsieur le Président de la Communauté urbaine d'Angers Loire Métropole représenté par
Monsieur Daniel Dimicoli vice-président**

En application du Code de l'Environnement (art.L.123-1 et suivant, R.123-1 et suivant, notamment R.123-18), le commissaire enquêteur Monsieur Jean-Claude MORINIÈRE a l'honneur de porter à votre connaissance le déroulement de l'enquête les observations, questions et suggestions qui ont été émises au cours de l'enquête publique rappelée ci-dessus.

➤ **Déroulement de l'enquête**

- Préalablement au début de l'enquête le commissaire enquêteur a pris contact avec le service urbanisme de ALM début juillet des échanges de mails ont suivi. Une première rencontre s'est tenue le lundi 22 juillet 2019 au siège d'ALM avec madame Audrey Janvier, la participation de Madame Fanny Hollet et de Julien Dauplé .
Au cours de cette rencontre une présentation du projet d'élaboration du RLPi a été faite, un rapport de présentation remis au commissaire enquêteur. Puis nous avons élaboré le planning de déroulement de l'enquête avec la programmation de 7 permanences du commissaire enquêteur.
- Le commissaire enquêteur a visité le 3 octobre accompagné de Madame Hollet 3 secteurs de la ville d'Angers (Grand Maine, Montaigne Espace Anjou, Cœur de ville SPR). Puis ce même jour une rencontre s'est tenue avec Monsieur DIMICOLI sur le déroulement de l'élaboration du RLPi et sur l'organisation de la concertation préalable.
- Le dossier définitif et autres pièces (arrêté d'enquête, les avis émis, le registre d'enquête...) en 30 exemplaires ont été paraphés par le commissaire enquêteur le 28 août 2019. Ils ont été transmis par les services d'ALM à l'ensemble des mairies du territoire d'ALM.

Le dossier élaboration du RLPi est constitué de 2 grands volets :

- **Un volet consacré à la publicité extérieure** : sur ce volet 8 zones ont été déterminées et mise en perspectives sur un plan de zonage. Sur ces zones des prescriptions communes à toutes les zones et des prescriptions spécifiques à chacune des zones constituent la réglementation sur la publicité.
- **Un volet consacré aux enseignes** : sur ce volet 4 zones ont été déterminées et mises en perspectives sur un plan de zonage. Sur ce volet aussi des prescriptions sont communes à toutes les zones et des prescriptions spécifiques à chaque zone constituent la réglementation sur les enseignes.

.

- Les affichages ont été effectués dans les délais dans chaque mairie du territoire et réparties sur les principales places notamment sur la ville d'Angers. L'annonce de cette enquête a été effectuée à deux reprises dans deux journaux Ouest France et Courrier de l'Ouest ceci dans le respect de la réglementation sur la publicité.

- L'enquête s'est déroulée comme prévu du 3 septembre au 4 octobre inclus. Les dossiers mis à disposition du public pendant ce temps étaient consultables dans l'ensemble des Mairies du territoire et au siège d'ALM puis sur le site d'Angers Loire Métropole. Dans ces mêmes lieux et sur le site un registre était à disposition pour recevoir les observations ou dépositions du public.
- Sept permanences ont été tenues comme envisagé. Le commissaire enquêteur y a rencontré 14 personnes venues pour s'informer ou s'exprimer sur le projet.
- Au terme de l'enquête les services d'ALM ont collecté les dossiers et registres dans chacune des mairies et le commissaire enquêteur a clos chaque registre au siège de ALM le mercredi 9 octobre. 16 dépositions ont été faites dont 3 sur registres et 13 via l'adresse internet dédiée à l'enquête ou courrier.

➤ Synthèse des observations se rapportant à la publicité

➤ Observations de portée générale :

Observation n°1 ; Mr. Richard Benoît

Revendique *l'arrêt* de toutes dépenses énergétiques à des fins d'affichage extérieur et *spécifiquement les écrans numériques publicitaires*.

Observation n°2 ; Paysages de France

Interdire toutes formes de publicités non explicitement citées dans le règlement. Et Appliquer un format unique de 4 m² maximum sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE). *Interdire la publicité numérique. Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum.* Proscrire la publicité scellée au sol là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, ou à tout le moins *qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m² ni 2 m de hauteur.*

Zone PNR : la commune déléguée de Sarrigné, *commune de Loire Authion située dans le PNR*, la zone agglomérée longeant la route de la Prioulière est en Z3a, *Cette zone doit être requalifiée en Z1* et non Z3a .

Observation n°3 ; Mr ; Michel Blain

Limiter la surface des publicités scellées au sol à 4 m² et *Interdire tous les dispositifs* numériques lesquels sont : agressifs, énergivores, accidentogènes

Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM

Souhaiterais voir le nombre d'enseignes publicitaires et de panneaux diminuer et être plus en accord avec le paysage urbain de ce que devrait être une ville du 21^{ème} siècle. *Que la densité des installations publicitaires soit revue à la baisse* pour l'ensemble des secteurs.

Que la taille des panneaux publicitaires autorisés soit réduite avec un maximum de 4m² pour les secteurs les plus laxistes. Que les bâches publicitaires sur les échafaudages et autres supports (barrières de chantiers, ...) soient interdites sur l'ensemble des secteurs. Que la réglementation liée aux zones situées dans le *PNR Loire Anjou Touraine ainsi que dans le site UNESCO soit respectée et qu'aucune publicité ne soit autorisée* sur ces secteurs.

Que le mobilier urbain soit limité et que cesse d'être installées des affiches publicitaires sur chaque arrêt de bus. Que les panneaux publicitaires à ce jour illégaux soient déposés le plus rapidement possible.

Observation n°9 ; Madame Alix HELME-GUIZON

Propose d'interdire tous les affichages publicitaires numériques pour être en cohérence avec l'image « d'une ville du paysage et du végétal ». Et *d'introduire dans le règlement toutes formes de publicité non explicitement citées sont interdites.*

Recommande pour la publicité un format unique de 4 m² sur l'ensemble des secteurs (au motif d'égalité). *Que la publicité scellée au sol et sur mur ne soit admise que dans les zones Z6a et Z6b puis limitée à 2 m² et 2 m de hauteur.*

Observation n°11 ; La Sauvegarde de l'Anjou.

En préambule la Sauvegarde de l'Anjou écrit que cette déposition de 8 pages vient compléter l'avis formulé en tant qu'associée à l'élaboration du RLPi, et en réponse aux observations des publicitaires. Si l'**Association a parfaitement le droit d'exprimer ses positions au regard de celles qu'elle conteste ou soutient chez les publicitaires ou de la CCI**, le commissaire enquêteur n'a pas repris cette déposition pour en faire part de façon détaillée. **Pour le Commissaire Enquêteur il s'agit de réflexions, de commentaires et d'avis sur plusieurs dépositions.** Dans sa conclusion la présente déposition invite à prendre en compte cette contribution en complément de l'avis formulé par courrier du 14 août 2019

Observation n°12 ; SNPE Syndicat National de la Publicité Extérieure

Limitation du format des publicités à 2 m² et 4m². Ce format en pratique, réservé au mobilier urbain publicitaire entraîne, dans l'immense majorité des cas, entraîne la suppression de nombreux supports. *Nous suggérons, hors périmètre sensible à définir, que la publicité murale et scellée au sol soit admise jusqu'au format 8m² dans ces zones.*

Observation n°13 ; JCDecaux demande de préciser le lexique sur les définitions suivantes :

Sur les surfaces ; « *surface utile = surface de l’affiche ou de l’écran publicitaire hors encadrement* » ; « *surface hors tout = surface comprenant l’affiche ou l’écran, ainsi que les surface d’encadrement hors piètement, et éléments accessoires* ».

Sur les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installé directement sur le sol, ajouter à la définition : « *le mobilier urbain ne supportant qu’à titre accessoire de la publicité, n’est pas considéré au titre du présent RLPi comme un dispositif publicitaire* ».

Concernant la taille des affiches JCDecaux préconise aux articles de préciser la dimension ainsi : « *la publicité supportée par le mobilier urbain est admise. Sa surface d’affichage unitaire utile est limitée à X m²* ».

RÉPONSE D’ALM :

➤ **Concernant le Préambule :**

Observation n°9 ; Madame Alix HELME-GUIZON propose *d’introduire dans le règlement toutes formes de publicité non explicitement citées sont interdites.*

Observation n° 13 JCDecaux *demande l’ajout de : « La publicité supportée par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d’autres dispositions contenues dans le RLPi ».*

RÉPONSE D’ALM :

➤ **Concernant les prescriptions communes à l’ensemble des zones :**

Observation n°5 ; UPE Union de la Publicité Extérieure

Article P.B : Composantes patrimoniales (bâties et végétales) identifiées au PLUi « La publicité est interdite. *Nous souhaitons conditionner l’interdiction sur l’unité foncière concernée à un périmètre défini autour du composant patrimonial ou par l’exigence d’une co-visibilité.*

Article P.C : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, Aucun point des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peut s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. *Nous souhaitons le retrait de cette contrainte afin de conserver uniquement la disposition prévue par le code de l'environnement prévoyant une hauteur limitée à 6 m au-dessus du niveau du sol où est implanté le dispositif (article R.581-32 dudit code).*

Article P.C : Dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol d'une surface supérieure à 2 mètres carrés reposent sur un pied unique. Les sections apparentes de la structure, ainsi que les jambes de force, pieds-échelle et fondations dépassant le niveau du sol sont interdites. Aucun élément ne peut déborder du cadre. *Nous souhaitons conserver ces aménagements d'éclairage, et donc autoriser la présence d'éléments de débord.*

Article P.F : Règles de densité « Lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs ne peuvent être cumulées entre elles. La longueur du linéaire pris en compte et le nombre de panneaux rendu possible sont calculés pour chaque voie. *Nous préconisons de tenir compte de la jurisprudence (CAA Nancy, 18 mai 2017, « Société Oxial », N° 16NC00986) au sein du RLPi et de modifier en conséquence les dispositions prévues à l'article P.F*

Article P.F : Règles de densité « Sur le domaine public ferroviaire, *nous souhaitons compléter cette disposition de la façon suivante : « Aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée ».*

Article P.H : Palissades de chantier « La publicité sur palissades de chantier est admise. *Limiter la surface des dispositifs à 4 m² ne répond pas à cet impératif. Le format limité à 4m² n'est pas à ce jour commercialisé. les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral*

Article P.I : Publicité lumineuse ne doit, par son intensité, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. La publicité lumineuse ne doit pas être éblouissante. *Cette disposition est sujette à interprétation, l'article R.418-4 du code de la route prévoit de telles dispositions. Nous préconisons la suppression de cette disposition.*

Article P.J : Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles sont interdits. *Nous préconisons de ne pas interdire de manière générale ces types de support publicitaire mais de les prévoir dans le RLPi afin d'anticiper tous types de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux.*

Article P.L : Autres dispositifs publicitaires « Toute autre forme de publicité non régie par le présent règlement est interdite» *Cette disposition empêchera la métropole de bénéficier des innovations, nous préconisons donc de supprimer cette disposition.*

Observation n°10 ; Cocktail Vision

Article P.I : l'extinction de la publicité la nuit prévue être éteinte de 23 heures à 7 heures du matin. Cette règle ne concerne pas les abris-bus au bénéfice des acteurs commercialisant du mobilier urbain. *Cocktail Vision demande qu'il soit retenu la règle nationale d'extinction entre 1 h. et 6 h. du matin.*

Observation n°12 ; SNPE Syndicat National de la Publicité Extérieure

Article P.F : Règle de densité : les dispositions du règlement imposent que le linéaire de façade de référence soit celui le plus long. *Le SNPE suggère de retirer cette règle au motif que l'instruction du gouvernement disant que le linéaire de façade de référence soit celui le plus long est dépourvue de valeur réglementaire.*

Observation n° 13 : JCDecaux

Article P.B.: JCDecaux rappelle que la publicité apposée sur mobilier urbain est interdite par application des articles R.581-30 et R.581-42 du CE. *La collectivité demeure seule juge de l'opportunité d'une implantation.*

Article P.i.: JCDecaux interpelle sur l'interprétation et source d'insécurité juridique de la notion de : « intensité lumineuse ou son contraste excessif de luminosité ». JCDecaux indique aussi que l'article R.581-35 du CE ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence et *demande d'en tenir compte au règlement à l'égard des abris voyageurs.*

Observation n°15 ; SOCIÉTÉ AFFIOUEST (groupe Ouest France, Mme Minier)

Article P.E.: le dispositif ne peut être apposé à moins de 0.50 m de toute arête verticale. *AFFIOUEST demande que soit prise en compte cette distance sur les murs que sur le seul côté axe de circulation* (voir photos jointes).

RÉPONSE D'ALM :

➤ Concernant les prescriptions spécifiques à chaque zone de publicité :

La zone concernée	Les auteurs de l'observation	Le point interpellé	La demande formulée	Réponse d'ALM
ZP1	Observation n°2 ; Paysages de France	Taille des publicités et Numérique	Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum. Interdire le numérique.	

ZP2	Observation n°2 ; Paysages de France	Taille des publicités - Numérique	Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE. il conviendrait à tout le moins d'exclure les dispositifs défilants et de limiter la surface des publicités à 2 m² . Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum. Interdire le numérique. Pas de mobilier urbain supportant de la publicité dans les agglomérations hors unité urbaine.
	Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton Observation n°8 ; Mr J.D.Yatem	La Zone du SPR d'Angers	Limiter drastiquement les publicités numériques, notamment au sein du SPR Que la publicité numérique soit interdite au sein du périmètre du secteur patrimonial remarquable d'Angers tout comme le mobilier urbain numérique.
	Observation n°5 ; UPE	Quai Félix Faure , Boulevard Baranger	<i>nous souhaitons que ces secteurs réintègrent le zonage « Activités » 6b.</i>
	Observation n°6 ; Cocktail Vision	Discrimination entre mobilier urbain et les autres dispositifs	<i>COCKTAIL VISION, sollicite des règles identiques pour l'ensemble des dispositifs de publicité numérique en terme de support qu'ils soient ou non intégrés sur du mobilier urbain mais aussi en terme de densité.</i>
	Observation n°7 ; SNPN	Publicité numérique 2 m² sur mobilier urbain	<i>la ville considère dès lors que la publicité est compatible avec le cadre de vie dans le cœur de ville...</i>
	Observation n°9 ; Mme Alix HELME- GUIZON	Densité du numérique sur Mobilier urbain	<i>limiter la publicité non numérique sur mobilier urbain à un élément de mobilier tous les 100 m.</i>

ZP3a	Observation n°2 ; Paysages de France Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM	Publicité sur mobilier urbain La publicité en zone résidentielle Taille des publicités	Pas de mobilier urbain supportant de la publicité dans les agglomérations hors unité urbaine. Bannir la publicité en zone résidentielle zones 3a et 3b Réduire les dimensions des panneaux autorisés notamment zones 3a, 5, 6b	
ZP3b	Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton Observation n°5 ; UPE Observation n°16 ; Commune TRÉLAZÉ Observation n°6 ; Cocktail Vision Observation n°7 ; SNPN	la publicité en zone résidentielle rues : Larevellière, Pruniers et Montesquieu Angers, bd la Romanerie, la Meignanne – Angers ; Jean Jaurès – Angers / Trelazé Camille Perdriau – Les Ponts de Cé ; axes Amiral Chauvin / Galliéni / David d'Angers– Les Ponts de Cé : rue du Petit launay – Angers ; Campus de Belle-Beille . Panneau numérique au rond-point 2 square de la penhière Publicité numérique 2 m²	Bannir la publicité en zone résidentielle zones 3a et 3b <i>nous considérons que ces axes doivent être intégrés à la zone 5 – Voies structurantes.</i> <i>Mr le Maire au registre de Trélazé formule la demande d'inscription de la rue Jean Jaurès en zone 5 axe structurant (délibération à l'appui).</i> <i>nous suggérons de les intégrer à leurs caractéristiques en zone 6b zone d'activités.</i> Ce rond-point ou se situe ce panneau dessert une zone commerciale importante inscrite en ZP 6b. <i>Cocktail Vision demande à ajuster le zonage de cette ZP 3b pour intégrer, a minima, le rond-point et l'emprise du secteur commercial qui l'entoure en zone ZP 6b.</i> <i>Le SNPN demande à tenir compte des standards de la profession tant pour le numérique que le non numérique (ex : 10.5 m² en ZP5) soit 3.5 m² en zone ZP3b et ZP4.</i>	

ZP3b	Observation n°9 ; Mme Alix HELME-GUIZON Observation n°14 ; SOCIÉTÉ EXTERION MÉDIA	Densité du numérique sur Mobilier urbain Le format 4 m² contraignant en présence de haies et clôture	<i>limiter la publicité non numérique sur mobilier urbain à un élément de mobilier tous les 100 m.</i> <i>EXTERION MÉDIA demande d'autoriser le format 8 m².</i>	
ZP4	Observation n°6 ; Cocktail Vision Observation n°7 ; SNPN Observation n°14 ; SOCIÉTÉ EXTERION MÉDIA	dispositifs à 2m², le long des voies accueillant les lignes de tramways, Publicité numérique 2 m²	<i>Cocktail Vision sollicite une révision des dispositions de l'article P.4.6 au titre de la limitation de surface de la publicité numérique.</i> <i>Le SNPN demande à tenir compte des standards de la profession tant pour le numérique que le non numérique (ex : 10.5 m² en ZP5) soit 3.5 m² en zone ZP3b et ZP4.</i> <i>EXTERION MÉDIA demande de réduire à 15 m l'unité foncière au lieu de 20m l'interdiction d'implantation des dispositifs au motif de la fréquente petite taille des parcelles en zone urbaine. De même pour la distance entre plusieurs dispositifs de ramener à 40 m cette distance au lieu des 50 m.</i>	

ZP5	Observation n°2 ; Paysages de France	Taille des publicités	Limiter à 4 m² la publicité murale en Z5 et Z6b Interdire la publicité scellée au sol
	Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton	Taille des publicités	Réduire les dimensions des panneaux autorisés notamment zones 3a, 5, 6b
	Observation n°5 ; UPE	Densité publicitaire dans les unités foncières inférieures ou égales à 20 m,	Un dispositif sur support pignon ne perturbe pas la perspective, <i>nous demandons l'application des dispositions du règlement national de publicité</i> (article R.581-25 du CE).
	Observation n°6 ; Cocktail Vision	Publicité numérique limitée à 6 m²	<i>Cocktail Vision sollicite une révision à 8 m² au motif de discrimination avec les dispositifs muraux et scellés au sol ou sur mobilier urbain. et de préciser ce que comprend la surface.</i>
		L'inter distance de 200 m et densité	<i>Cocktail Vision sollicite le non cumul des règles de densité et d'inter-distance. propose qu'il soit indiqué que les règles de densité fixées à l'article 5.2 ne s'appliquent pas à la publicité numérique soumise à la règle d'inter distance.</i>
		Taille publicité numérique 6 m²	
		l'inter-distance de 200 m	<i>Que La règle de covisibilité doit, par ailleurs, être explicitée en précisant qu'elle s'applique aux faces de diffusion concernées lorsqu'elles sont visibles en même temps.</i>
	Observation n°7 ; SNPN	l'unité foncière de 20 m	sauf concernant le mobilier urbain ; <i>Le SNPN demande que cette mesure soit retirée, elle porte atteinte à la liberté du commerce et à la libre concurrence.</i>
	Observation n°14 ; SOCIÉTÉ EXTERION MÉDIA	distance entre dispositifs	<i>EXTERION MÉDIA demande de réduire à 15 m l'unité foncière au lieu de 20m l'interdiction d'implantation des dispositifs au motif de la fréquente petite taille des parcelles en zone urbaine. De même pour la distance entre plusieurs dispositifs, de ramener à 40 m cette distance au lieu des 50 m.</i>

ZP6a	Observation n°2 ; Paysages de France Observation n°6 ; Cocktail Vision Observation n°15 ; SOCIÉTÉ AFFIOUEST	Support scellé au sol La publicité numérique interdite sur tous supports (article R. 581-34 du CE) Le Format 4 m²	Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en Z6a et Z6b, et limitée à 2 m² <i>Cocktail Vision propose d'adapter la rédaction de cet article P.6a.6 pour dire que "la réglementation nationale s'applique".</i> <i>demande que soit précisé le format 4 m² comme surface utile.</i>	
ZP6b	Observation n°2 ; Paysages de France Observation n°4 ; Mr. Claude Gratton Observation n°7 ; SNPN Observation n°9 ; Mme Alix HELME- GUIZON	Numérique Taille des publicités Taille des publicités l'inter-distance de 200 m Bâches de chantier	Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en Z 6b, limitée à 1 m² Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier. Limiter à 4 m² la publicité murale en Z5 et Z6b Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en Z6a et Z6b, et limitée à 2 m² Réduire les dimensions des panneaux autorisés notamment zones 3a, 5, 6b <i>le SNPN demande la suppression de la règle d'inter-distance de 200 m ou de fixer des règles proportionnées et égalitaires en termes de densité quel que soit le support.</i> <i>Limiter la publicité sur les bâches de chantier à 12 m².</i>	

➤ **Synthèse des observations se rapportant aux enseignes.**

➤ **Observations de portée générale :**

Observation n°2 ; Paysages de France

Dans les zones 2 ; 3 ; 4 aux articles E.2.1, E.3.1 et E.4.1, **ajouter la couleur correspondant à la zone.**

Limitier les enseignes à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m².

Limitier les enseignes à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².

Interdire les enseignes scellées au sol sauf si l'enseigne n'est pas visible de la voie publique

Interdire les enseignes numériques.

Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM

Demande que les *enseignes sur façades démesurées mais aussi sur toitures soient interdites où à minima limité à 4 m²*. Je souhaiterais que les enseignes publicitaires à ce jour illégales soient déposées le plus rapidement possible.

Observation n°9 ; Madame Alix HELME-GUIZON

Elle préconise pour les enseignes sur façade *de les limiter à 6 m² pour les façades supérieures à 50 m² et à 4 m² pour les façades inférieures à 50 m²*.

➤ Concernant les prescriptions spécifiques à chaque zone d’enseigne

La zone concernée	Les auteurs de l’observation	Le point interpellé	La demande formulée	Réponse d’ALM
ZE1	Observation n°6 ; Cocktail Vision	Enseignes numériques	Les enseignes numériques sont interdites à l’exception des équipements publics. Cette interdiction est discriminatoire et porte atteinte à la liberté du commerce et de l’industrie. <i>Cocktail Vision demande l’abandon de cette règle.</i>	
	Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM	Article E.1.3 Enseignes au sol	<i>Supprimer les enseignes scellées au sol notamment dans les secteurs à dominante naturelle et patrimoniale (E1 et E2).</i>	
ZE2	Observation n°6 ; Cocktail Vision	Enseignes numériques	Les enseignes numériques sont interdites à l’exception des équipements publics. Cette interdiction est discriminatoire et porte atteinte à la liberté du commerce et de l’industrie. <i>Cocktail Vision demande l’abandon de cette règle.</i>	
	Observation n°8 ; Monsieur Jean-Dominique YATEM	Article E.2.3 Enseignes au sol	<i>Supprimer les enseignes scellées au sol notamment dans les secteurs à dominante naturelle et patrimoniale (E1 et E2).</i>	
ZE3	Observation n°6 ; groupe Cocktail Vision	Enseignes numériques	Les enseignes numériques sont interdites à l’exception des équipements publics. Cette interdiction est discriminatoire et porte atteinte à la liberté du commerce et de l’industrie. <i>Cocktail Vision demande l’abandon de cette règle.</i>	

ZE4	Observation n°2 ; Paysages de France Observation n°9 ; Mme Alix HELME- GUIZON	Article E.4.4 enseignes sur toiture	<i>Interdire les enseignes sur toiture ou les limiter à 8 m².</i>	
	Observation n°6 ; Cocktail Vision	Article E4.5 enseignes numériques	la surface maximale des enseignes est limitée à 8 m² mais ne s'applique pas sur les équipements publics. Les enseignes numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites. <i>Cocktail Vision demande un meilleur équilibre entre commerce, équipement public et supports autorisés ainsi sollicite une modification de ces règles.</i>	

➤ **Rappel des Avis des Personnes Publiques Associées et autres autorités consultées.**

- **État (DDT, DREAL, DRAC/ABF) et CDNPS Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites.**

A donné un avis favorable au projet de RLPi assorti de réserves :

- Aux règles des zones de publicité :
 - o Interdire le numérique dans les secteurs L 581-8 zone P1 ainsi qu'en zone P2 particulièrement le secteur en PSMV.
 - o Interdire le numérique en Z4 dans les secteurs L581-8.
 - o Supprimer la possibilité de publicité numérique, à défaut la motiver et en encadrant le type de mobilier pour être conforme à l'esprit de la loi.
 - o Ne permettre la publicité en ZP1 et ZP2 que sur les abribus.
 - o Maintenir uniquement en Z3 b les axes principaux et basculer le reste en Z3 a.
 - o En ZP5 et ZP6 b limiter les formats à 8 m² et non 10,5 m².
 - o Interdire les chevalets en Z1 et Z2 faute d'une bonne intégration (souvent hétéroclites...).
- Aux règles des zones des enseignes :
 - o Zones E1, E2, E3 Interdire le numérique
 - o Zone E1 interdire les oriflammes et drapeaux
 - o Zones E1, E2, E3 imposer un retrait de 40 cm de toute enseigne bandeau par rapport aux limites de mitoyenneté.
 - o N'autoriser le dispositif scellé au sol que si l'activité est en retrait de l'espace public.

- **Le département de Maine et Loire**

A donné un avis favorable au projet de RLPI assorti d'une réserve :

- En E4 prendre en compte l'ensemble de l'emprise du parc Terra Botanica avec ses zones de stationnement bordées de voies ouvertes ou à ouvrir à la circulation publique.

- **Région pays de la Loire**

A donné un avis favorable au projet de RLPI en rappelant :

- A veiller à interdire toutes formes de publicités sauf (mobilier urbain) dans les espaces naturels, sites inscrits périmètre UNESCO PNR Loire Anjou Touraine (hors SPR d'Angers) et avec interdiction des enseignes numériques.

- **Le PNR Loire Anjou Touraine**

A donné un avis favorable au projet de RLPI sous réserve de recommandations:

- Observe qu'une petite partie de la commune déléguée de Bauné est classée en Zone Z3 a. Le PNR suggère que le rapport de présentation précise ce point et justifie ce choix.
- Aux règles communes des zones des enseignes
 - o E.B préciser le ton pour l'habillage au verso.
 - o E.D les surfaces pourraient être plus restrictives que le RNP.
 - o E.I Diminuer la surface maximale des enseignes temporaires.
 - o Limiter le nombre d'enseigne par activité.
- Zone E1 (bord de Loire)
 - o Limiter la palette de couleurs à 3.
 - o Ne pas autoriser les enseignes scellées au sol ou demander justification.
 - o Supprimer l'exception enseigne numérique sur les équipements publics.
- Zone E3 Ensemble de la commune de Loire Authion sauf (bord de Loire)
 - o Laisser la mention lettres découpées en recommandation (voir E1 et E2)
 - o Réduire les enseignes scellées au sol à 4 m².
 - o Supprimer l'exception enseigne numérique sur les équipements publics.

- **La CCI Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine et Loire**

A donné un avis défavorable au projet de RLPI et demande :

- Aux règles communes des zones de publicité
 - P.C. III autoriser le dépassement d'un bandeau signalant l'entreprise gestionnaire.
 - P.I. demande l'extinction de 23 h30 à 6 h30.
 - P.L. demande de ne pas fermer la porte à toutes les innovations numériques et une nouvelle concertation avec les professionnels.
 - Toutes zones la CCI demande l'autorisation d'affichage sur chevalet en l'autorisant par établissement le long de chaque voie.
- Aux règles spécifiques de la publicité
 - Zone P2 quai Félix Faure, la CCI n'est pas favorable à l'interdiction totale et demande l'introduction d'une mesure d'inter distance.
- Aux règles communes des zones enseignes
 - E.E la CCI souhaite l'application de la règle dans le cas d'une cessation définitive et non temporaire.
 - E.F les enseignes sont soumises à de nombreuses prescriptions et à autorisation, la CCI sollicite une annexe illustrée des règles retenues.

- **Le pole métropolitain Loire Angers, Le PETR du Segréen, la commune de Cornillé-les-Caves**

Ont donné un avis favorable au projet de RLPI d'ALM sans réserve.

➤ **Rappel des Avis des Associations Agréées**

- **La Sauvegarde de l'Anjou**

A donné un avis défavorable au projet de RLPI et a formulé des propositions afin de le faire évoluer avant son approbation finale :

La sauvegarde indique que plusieurs propositions ont été discutées en commission CDNPS le 4 juillet 2019 laquelle a assorti de réserves son avis favorable.

- Aux règles communes des zones de publicité
 - o P.H. permet la publicité sur « palissade de chantier » laquelle est souvent une bâche, l'article P.J l'interdit sur « bâches » dans l'ensemble des zones. Il y a lieu de clarifier sous peine d'insécurité juridique.
 - o P.K. cet article ne semble pas pertinent le sujet est traité en Z1 et Z2.
 - o le volet chevalet non traité aux prescriptions communes donne lieu à une disposition très proche pour chaque zone, mais doit viser essentiellement les commerces de bouche. Il est demandé de l'autoriser en tant qu'enseigne.
- Aux règles spécifiques de la publicité
 - o En Z1 et Z2 secteurs bénéficiant d'une interdiction totale de la publicité au RNP, les possibilités sur Mobilier Urbain paraissent inadaptées et insuffisamment justifiées.
 - o En Z2 au sein du SPR la publicité numérique est inacceptable, et constitue le point noir du projet de RLPi.
 - o Faire évoluer la publicité en Z3a et Z3b, elle n'a pas sa place en secteur strictement résidentiel.
 - o En Z3a, Z5, Z6b le format des panneaux doit être revu à la baisse.
 - o En Z3b il est demandé la suppression de la publicité scellée au sol et du numérique au sein des secteurs résidentiels
 - o En Z4 tracé du tramway la publicité numérique n'est pas acceptable.
 - o En Z5 réduire le format des publicités à 8 m² et 4 m² pour celles scellées au sol et la suppression du numérique
 - o En Z6b redimensionner le format des panneaux à 8 m².
- Aux règles des enseignes
 - o E.F enseignes lumineuses toutes zones il est proposé l'extinction de 19 h. à 8 h. en permettant le maintien des enseignes allumées en cas d'ouverture plus large que 8 h. 19 h.
 - o En zones E1 et E2 limiter les enseignes scellées au sol aux activités en retrait de l'espace public.

- **Paysage de France**

A donné un avis défavorable au projet de RLPi et a formulé des propositions afin de le faire évoluer avant son approbation finale :

Paysage de France a aussi déposé ses observations pendant l'enquête voir ci-dessus. Ci-après synthèse de ses préconisations émises lors de son avis.

Sur le volet publicité :

- Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement ; paysage de France propose :
 - o qu'un format unique de 4 m² maximum soit appliqué aux secteurs où la publicité est autorisée soit hors secteurs L581-8 du CE.

- Proscrire la publicité scellée au sol, à défaut admise en secteurs restreints alors limitée à 2 m² et 2 m de haut.
- La déconstruction des mesures instaurées par le code de l'environnement ; paysage de France propose :
 - Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L581-8.
 - En cas de maintien de dérogations, exclure les dispositifs défilants et limiter la surface à 2 m².
- Publicités scellées au sol et sur mur incompatibles avec la protection de l'environnement ; paysage de France propose :
 - Limiter à 4 m² la publicité murale en Z5 et Z6b.
 - Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en Z6a et Z6b (2 m²).
- L'omniprésence de la publicité sur mobilier urbain ; paysage de France propose :
 - Limiter le mobilier urbain à 2 m², y interdire le numérique.
 - Pas de publicité sur mobilier urbain en agglomération hors unité urbaine.
- La publicité numérique un très mauvais exemple ; paysage de France propose :
 - Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en Z6b et limitée à 1 m².
- bâche de chantier : pollution ; paysage de France propose :
 - Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier.

Sur le volet enseigne :

- Des enseignes sur façade démesurées ; paysage de France propose :
 - Les limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m².
 - Les limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m².
- Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ; paysage de France propose :
 - Interdire les enseignes scellées au sol sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.
- Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes ; paysage de France propose :
 - Interdire les enseignes numériques.
- Des enseignes sur toiture énormes ; paysage de France propose :
 - Interdire les enseignes sur toiture, ou à défaut les limiter à 8 m².

Autres points : Commune de Bauné route de la Prioulère voir le zonage Z3a ou Z1. Au document règlement sur les enseignes indiquer les couleurs.

- **L'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturne ANPCEN**

Avis émis : l'ANPCEN considère que la prise en compte des enjeux environnementaux menacés par l'augmentation de pollution lumineuse et énergétique est insuffisante. Qu'une ambition environnementale très forte et exemplaire d'ALM serait fortement appréciée des habitants :

Aussi l'Association suggère :

- A défaut d'interdire totalement la publicité sur panneaux numériques de la réserver aux zones commerciales dans la limite de 1 m² ou en extrême limite de diviser par deux les surfaces envisagées.
- Concernant l'extinction des panneaux lumineux et des enseignes, elle renouvelle sa demande d'extinction de 21 h. à 7 h. avec pour les enseignes des commerces l'extinction 1 h après la fermeture et rallumage 1 h. avant l'ouverture.

- **L'Association Vitrites d'Angers (association des commerçants du centre-ville).**

A donné un avis défavorable au projet de RLPI et a formulé observations ou demandes suivantes :

Sur le volet publicité :

- Ne pas règlementer l'espace « privé » pour sa communication ou celle de ses partenaires.
- Concernant toutes zones article P.L (écran publicitaires, panneaux digitaux/tactiles...) sont à conserver, ne pas rester en retrait des innovations technologiques et numériques.
- En zone P2 les chevalets sont indispensables pour les commerçants, notamment bars/restaurants.
- En zone P2 article P.2.7 la publicité petit format / affiches / vitrophanies est nécessaire et à conserver.

Sur le volet enseigne :

- En zone E2 ne pas interdire les enseignes lumineuses outil de communication important. d'autant que la plage d'éclairage est réduite.
- En zone E2 les enseignes perpendiculaires article E.2.2 III ne doit pas être contraint.

- **L'Association du Camp de César (Sainte-Gemmes-sur-Loire)**

A donné son accord au projet de RLPI , mais relève l'absence de la notion de pré-enseigne au document d'arrêté d'enquête approuvé.

Aussi l'Association suggère :

- La prise en compte de la nécessité des pré-enseignes permettant de signaler la présence de restaurants, superettes, garages voir d'entreprises enclavées en zone commerciale ou artisanale... aux automobilistes circulant sur les voies structurantes.

➤ **Observations-questions du Commissaire Enquêteur :**

- La publicité lumineuse et numérique interpelle toutes les parties (personnes publiques, publicitaires, associations, commerçants, habitants des zones résidentielles...). *En quoi sert-elle à la fois: la préservation de la qualité des paysages et du cadre de vie et le nécessaire maintien ou développement économique du territoire couvert par le projet de RLPI d'ALM ?*
- La publicité sur mobilier urbain apparaît moins contraignante que sur les autres supports. *En quoi ces distinctions se justifient-elles au sein de la ville d'Angers et plus particulièrement sur la zone SPR?*
- La multiplicité des formats et des supports de publicité ainsi que la densité des supports sont des enjeux très forts en termes de qualité des paysages et de qualité de vie en agglomération urbaine. *En quoi ces orientations servent-elles réellement et objectivement le développement économique et l'attractivité d'un territoire comme l'agglomération d'Angers ?*

&&&&&&&&&&

Procès-verbal comprenant 21 pages, établi en deux exemplaires.

Document remis le mardi 15 octobre 2019 à Monsieur Dimicoli au siège d'Angers Loire Métropole 83 rue du Mail Angers.

Conformément à l'article R. 123-18 du code de l'environnement, Angers Loire Métropole dispose de 15 jours pour répondre au Procès-verbal soit au plus tard le 29/10/2019.

Veuillez recevoir Monsieur le Président l'expression de ma considération.

Le Commissaire enquêteur
Jean-Claude MORINIÈRE



le représentant d'Angers Loire Métropole
Daniel DIMICOLI

Manfred Angers Ltd
el DIMICOLI

Enquête publique :

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) d'Angers-Loire-Métropole

Mémoire en réponse au Procès-Verbal de Synthèse

remis par le Commissaire enquêteur le mardi 15 octobre 2019 à Monsieur Daniel DIMICOLI

Nota : ce mémoire apporte des réponses aux observations et questions soulevées par le Commissaire Enquêteur. Le reste des observations relevées dans le PV de synthèse pourra faire l'objet de compléments de réponses de la part d'ALM dans la délibération qui approuvera le RLPi.

Concernant la publicité lumineuse et numérique

Observations/questions du commissaire enquêteur :

La publicité lumineuse et numérique interpelle toutes les parties (personnes publiques, publicitaires, associations, commerçants, habitants des zones résidentielles...). En quoi sert-elle à la fois: la préservation de la qualité des paysages et du cadre de vie et le nécessaire maintien ou développement économique du territoire couvert par le projet de RLPi d'ALM ?

Éléments de réponse apportés par ALM :

La question de la publicité numérique a fait l'objet de nombreux débats lors de l'élaboration du document, avec des positions parfois très opposées entre les différents interlocuteurs.

Il s'agit d'un mode d'expression très efficace de plus en plus utilisé par les afficheurs au regard des multiples intérêts qu'il représente. La publicité numérique a l'avantage de garantir une large diversité et multiplicité des messages diffusés sur un même dispositif, pouvant le cas échéant permettre de mieux réguler et limiter le nombre total de panneaux installés. Elle offre plus de flexibilité et des facilités dans le renouvellement régulier des messages et la gestion à distance. Elle permet de réduire les impacts en matière de déplacements, d'impressions et de consommation de papier, d'utilisation de colle, et de manutention par rapport aux affiches traditionnelles par exemple. La visibilité des messages diffusés y est plus forte. Il s'agit donc d'un mode de communication particulièrement efficace plébiscité par les afficheurs et acteurs économiques.

En revanche, il s'agit également d'un mode de communication particulièrement impactant pour le paysage urbain et le cadre de vie. La technologie numérique induit des images lumineuses et animées, parfois très contrastées, plus visibles et avec un pouvoir de captation de l'attention décuplé par rapport aux autres

panneaux non numériques. Il en ressort une présence visuelle plus forte. Il est à noter également qu'un ressenti négatif sur ce type de dispositifs est remonté lors de la concertation. Il apparaît donc essentiel de réguler plus fortement sa présence sur le territoire, et de la limiter dans les secteurs les plus sensibles.

En réponse à ces enjeux, le RLPi s'efforce de définir un cadre réglementaire permettant :

- de préserver les secteurs sensibles, au sein desquels la présence de la publicité numérique doit être limitée du fait de son fort impact sur le paysage urbain et le cadre de vie,
- tout en maintenant des possibilités d'utilisation de ce mode d'expression particulièrement efficace pour soutenir les acteurs économiques du territoire et promouvoir leur activité et permettre la diffusion de l'information locale.

Le projet de RLPi d'ALM a donc recherché le meilleur équilibre possible dans l'encadrement de ces dispositifs.

Il en ressort que des règles spécifiques ont été définies pour encadrer davantage ce mode de communication par rapport aux autres dispositifs non numériques. La publicité numérique se voit imposer, en plus des règles applicables aux autres types de panneaux publicitaires, des restrictions supplémentaires :

- Son format est limité à 2m² dans la plupart des zones présentant des enjeux paysagers ou constituant les principaux lieux de vie des angevins : c'est à dire dans le site patrimonial remarquable d'Angers (Zone 2) où elle sera limitée au mobilier urbain, aux abords du tramway (zone 4), et dans les quartiers résidentiels (zone 3b, étant rappelé qu'elle est interdite en zone 3a). La réduction du format, de 8m² à 2m² maximum, en plus des autres règles notamment de densité et d'interdistance, permet de maintenir une certaine présence du numérique sur le territoire pour les acteurs économiques, tout en en régulant le nombre et l'impact paysager du fait de panneaux numériques moins nombreux, plus petits, plus espacés, sur une large partie du territoire.
- Une présence plus importante du numérique est admise dans les grands lieux de passage que sont les grands axes (zone 5) et les zones d'activité (zone 6b, étant rappelé qu'elle est interdite en zone 6a), sous des formats de 6m² à 8m². Néanmoins, pour réguler la densité des panneaux numériques le long des axes de circulation et des zones d'activités, en plus de l'interdistance de 50m entre deux dispositifs, une distance minimale de 200m a été imposée entre deux écrans numériques lorsqu'ils sont en covisibilité (étant entendu que cette règle s'applique aux faces d'affichage des écrans). Ces dispositions s'ajoutent aux autres règles de densité. Le cumul de ces dispositions doit permettre également de maîtriser la quantité et l'impact global des panneaux publicitaires numériques sur le paysage tout en permettant leur présence.

Par ailleurs, tous les dispositifs publicitaires lumineux, y compris les panneaux numériques, et y compris ceux correspondant à du mobilier urbain, devront être éteints entre 23h et 7h du matin, de manière à lutter contre la pollution lumineuse, à renforcer la protection du ciel nocturne, de la biodiversité, et du cadre de vie, et à lutter contre le gaspillage énergétique. Si des arrêtés municipaux imposent des plages horaires d'extinction de l'éclairage public plus étendues, alors la publicité devra s'y conformer.

Le règlement rappelle également qu'aucune « publicité lumineuse ne doit par son intensité, ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement. La publicité lumineuse ne doit pas être éblouissante ».

Enfin, toute implantation d'un panneau publicitaire numérique est soumise à autorisation préalable délivrée par la commune après évaluation de son impact potentiel sur le paysage urbain, et est conditionnée, dans les secteurs les plus sensibles, à l'accord préalable de l'Architecte des Bâtiments de France.

Concernant la publicité sur mobilier urbain

Observations/questions du commissaire enquêteur :

La publicité sur mobilier urbain apparaît moins contraignante que sur les autres supports. En quoi ces distinctions se justifient-elles au sein de la ville d'Angers et plus particulièrement sur la zone SPR?

Éléments de réponse apportés par ALM :

Le RLPi d'Angers Loire Métropole distingue la publicité supportée par le mobilier urbain et la publicité hors mobilier urbain. Cette différence de traitement s'explique par les objectifs différents recherchés par ces deux types de support.

En effet, le mobilier urbain ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire et répond à un besoin de service public (abris-bus, communication et information des habitants) alors que les autres dispositifs publicitaires n'ont pour objet que de supporter toute inscription, forme ou image destinée à attirer l'attention du public à des fins commerciales.

Enfin, l'installation de mobilier urbain est soumise à l'accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d'implantations intempestives par leur nombre ou malencontreuses par leur position.

C'est pour ces raisons, que la publicité supportée par le mobilier urbain est, dans de rares cas et certaines zones définies par le RLPi, réglementée de manière moins contraignante que les autres supports publicitaires. Ainsi, seules les zones de publicité 1 et 2, où la publicité est interdite, font une différence forte de traitement en autorisant la publicité apposée sur mobilier urbain. Ce choix s'explique par l'enjeu de préservation de la qualité patrimoniale et paysagère caractérisant ces deux zones. Les secteurs à forts enjeux patrimoniaux, tels que les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR d'Angers et SPR ligérien) et le secteur UNESCO, font ainsi l'objet d'un encadrement fort de la publicité en l'interdisant, pour des raisons évidentes de préservation du patrimoine architectural et bâti. Seule la publicité sur mobilier urbain y est autorisée car permettant également d'assurer, sur ce même dispositif, une fonction de support d'expression citoyenne, et de diffusion d'informations d'intérêt général, tout en s'implantant en cohérence avec le paysage urbain grâce à un format maîtrisé. Au sein du SPR, chaque implantation doit être validée par la commune, et par l'Architecte des Bâtiments de France.

Cette différence de traitement est néanmoins à relativiser car sur les autres zones de publicité définies par le RLPi d'Angers Loire Métropole, à savoir les zones 3, 4, 5 et 6, les formats autorisés pour la publicité supportée par du mobilier urbain sont les mêmes que pour la publicité hors mobilier urbain.

Enfin, une dernière différence de traitement est à souligner à savoir l'absence de règle de densité pour le mobilier urbain supportant de la publicité. Cette différence s'explique par le fait que les collectivités ont le contrôle de ce qui peut s'implanter sur le domaine public. Elles maîtrisent l'implantation de ce mobilier urbain et peuvent ainsi l'organiser de manière cohérente et adaptée aux caractéristiques et enjeux du territoire dans lequel il s'implante.

Concernant spécifiquement la zone 2, réglementant la publicité dans le SPR de la ville d'Angers, comme expliqué précédemment, la publicité supportée par le mobilier urbain est autorisée, à la différence des autres supports de publicité. Le SPR d'Angers concerne le cœur historique de la ville centre où la densité urbaine et la diversité fonctionnelle sont les plus importantes de la communauté urbaine. Le SPR, outre sa qualité patrimoniale remarquable, est le principal pôle économique et commercial d'Angers Loire Métropole et concentre une densité de flux importante (flux automobiles, piétons, locaux, touristiques, ...).

Pour maintenir le dynamisme de ce pôle de vie, tout en préservant sa qualité, il a été fait le choix de réintroduire la publicité supportée sur mobilier urbain car pouvant jouer en faveur du tissu économique local, notamment intramuros. Ces mêmes supports permettent également d'afficher des informations à caractère local qui, dans certains cas, contribuent à la promotion d'événements en lien avec les éléments protégés qui fondent l'identité du territoire (visites, expositions, etc.). Implantés au cœur de ce pôle de vie, ces informations, numériques ou non, sont vues par le plus grand nombre. Cependant, au regard des particularités architecturales et patrimoniales fortes du SPR, cette autorisation est encadrée par des règles strictes en matière de format avec une surface limitée à 2 m². Ce format maximal d'affichage sur mobilier urbain s'inscrit également dans la dynamique exposée afin que la publicité supportée par ce mobilier urbain ne puisse constituer un élément prégnant dans le paysage urbain de cet espace reconnu pour sa qualité patrimoniale.

Concernant les formats et la densité des supports publicitaires

Observations/questions du commissaire enquêteur :

La multiplicité des formats et des supports de publicité ainsi que la densité des supports sont des enjeux très forts en termes de qualité des paysages et de qualité de vie en agglomération urbaine. En quoi ces orientations servent-elles réellement et objectivement le développement économique et l'attractivité d'un territoire comme l'agglomération d'Angers ?

Éléments de réponse apportés par ALM :

La publicité extérieure est un média de proximité, qui permet de développer une communication locale, sur une zone géographique précise. Elle permet aux activités économiques locales de se faire connaître, de développer leur image de marque, de faire leur promotion sur leur zone de chalandise. Il s'agit donc d'un outil utilisé notamment par les acteurs économiques du territoire pour soutenir et promouvoir leur activité.

C'est pourquoi les dispositions du RLPi, permettent au tissu économique local et aux afficheurs, de pouvoir assurer un relai d'informations publicitaires sur une large partie des zones agglomérées d'Angers Loire Métropole, via différents types de supports selon les zones (mobilier urbain, panneaux scellés au sol ou installés directement sur le sol (hormis pour les zones 3a et 6a), et panneaux muraux).

Néanmoins, au regard des enjeux de préservation du cadre de vie et de protection de la qualité patrimoniale et paysagère, la présence de la publicité est admise parfois uniquement à titre accessoire, ou selon des conditions d'implantation restreintes (dimension, densité notamment). Ces conditions sont calibrées en fonction des enjeux paysagers et environnementaux des différents secteurs, de manière à ce que cette présence publicitaire présente un impact mesuré sur le paysage local.

Par conséquent, des formats et densités différenciés ont été définis pour chaque zone, pour répondre de façon cohérente et équilibrée à ces enjeux.

- Dans les zones à plus forts enjeux paysagers, patrimoniaux, elle n'est autorisée que sur mobilier urbain dans la limite de 2m². C'est le cas notamment du SPR, du quai Félix Faure, et de la ZP1. Au sein des autres secteurs à enjeux, et des principaux lieux de vie, les formats sont limités soit à 2m², soit à 4m² maximum. A cette limitation des surfaces s'ajoutent des règles de densité et d'interdistance pour certaines zones, limitant davantage les implantations. La combinaison de ces règles permet le maintien d'une présence publicitaire équilibrée, dans des formats garantissant une lisibilité

suffisante au regard du parc déjà existant de panneaux de ce type, et permettant une réduction globale du nombre de panneaux, de leur format, et une réduction de leur impact paysager.

- Dans les autres secteurs, correspondant aux grands axes (zone 5) et aux zones d'activités (zone 6b) la réglementation définie offre des possibilités plus étendues en matière de format (affiche de 8m² pour un panneau de 10,5m² maximum), de densité, et maintient une règle d'interdistance. Ces zones, correspondent davantage à des lieux de passages, accueillant de nombreux flux, ou constituant les grands pôles économiques de territoire. Ils sont naturellement ciblés par les acteurs économiques pour garantir une bonne diffusion et efficacité de leurs messages au plus grand nombre. Les secteurs concernés présentent une morphologie et un paysage plus à même d'absorber la présence publicitaire. Des règles plus restrictives que la réglementation nationale viennent néanmoins modérer cette présence pour limiter l'impact potentiel sur le paysage et l'environnement.

Concernant les formats autorisés et au regard des nombreuses remarques, l'opportunité de préciser les modalités d'application de ces règles sera étudiée.

Réponse aux observations de portée générale :

Les observations reprises dans cette partie montrent bien l'opposition de deux parties sur la thématique de la publicité en milieu aggloméré. Le RLPi répond en partie aux observations de ces parties. En effet, les règles définies répondent à la volonté politique d'aboutir à un équilibre entre, d'une part, la protection du cadre de vie en interdisant la publicité sur certains secteurs à enjeux, réduisant la taille des formats, encadrant la période d'éclairage des dispositifs lumineux, définissant des règles de densités adaptées aux caractéristiques du territoire, etc. et, d'autre part, l'attractivité économique, en autorisant la publicité et sa réintroduction dans la plupart des secteurs, en définissant un gradient dans la surface des dispositifs au regard des besoins ...

Ainsi, sur une grande partie du territoire, la surface maximale des dispositifs y compris pour le mobilier urbain est de 4m². Des surfaces supérieures sont autorisées le long de certains grands axes où les flux sont importants et dans les zones d'activités et commerciales où les dispositifs de grandes tailles y trouvent plus aisément leur place

Le lexique du RLPi sera intégré dans les premières pages du règlement. Il pourra éventuellement être revu au regard des observations reçues.

Réponse aux observations concernant le préambule :

L'interdiction des formes de publicité non régies par le règlement est inscrite dans les dispositions générales.

La publicité supportée par le mobilier urbain est réglementée par une partie spécifique dans chaque zone.

Réponse aux observations concernant les prescriptions communes à l'ensemble des zones :

Les dispositions générales cherchent à encadrer au mieux la qualité des dispositifs, à préciser le mode de calcul des règles de densité, à gérer de manière globale sur le territoire des dispositifs souhaités ou non.

La grande majorité de ces prescriptions ne feront pas l'objet d'évolutions car elles sont essentielles pour le bon encadrement de la publicité sur le territoire d'ALM (horaire d'extinction, règle de densité, ...)

Néanmoins, au sein de cette partie du règlement, quelques règles pourront être réétudiées telles que notamment :

Les règles sur les composantes patrimoniales pour aboutir à une rédaction répondant de manière plus cohérente aux objectifs recherchés.

Les règles sur les accessoires notamment sur la question des débords.

La reformulation des règles sur les bâches et palissades de chantier pour clarifier les définitions et règles.

Réponse aux observations concernant les dispositions propres à chaque zone

Zone concernée	Eléments de réponse apportés par ALM
ZP1	La publicité y est interdite, la publicité sur mobilier urbain est autorisée avec une surface maximale de 2m ² et la publicité numérique, y compris sur mobilier urbain est interdite.
ZP2	Dans le SPR d'Angers, la publicité est interdite sauf sur mobilier urbain. Ainsi, Angers Loire Métropole réintroduit la publicité dans ce secteur patrimonial mais de manière maîtrisée. D'une part, la Ville d'Angers maîtrise l'implantation de ce mobilier urbain, en validant les lieux d'implantation des mobiliers au regard de ses besoins de diffusion d'informations, en lien avec la société bénéficiant du contrat de mobilier urbain (sur le domaine privé, il ne peut y avoir cette gestion des implantations). Ces implantations doivent également faire l'objet d'une validation de l'Architecte des Bâtiments de France. D'autre part, la publicité sur mobilier urbain est limitée à 2m² pour éviter les dispositifs de grand format dans ce secteur de grande qualité patrimoniale. Enfin, la publicité numérique n'est autorisée que sur mobilier urbain avec une surface maximale de 2m². Ces dispositifs lumineux affichent en très grande partie des informations locales et permettent ainsi d'informer les habitants, en plein cœur du centre-ville d'Angers. La possibilité d'introduire une règle de densité applicable aux mobiliers urbains numériques en covisibilité sera étudiée. La possibilité d'interdire la publicité installée sur le sol de type chevalet (jusqu'à 1m²) sera également analysée. Au regard des enjeux sur le secteur du Quai Felix Faure, qui constitue une entrée d'agglomération majeure, en bord de Maine, menant directement au cœur de Ville, et en continuité avec les aménagements Cœur de Maine, le choix fort et affirmé d'une suppression de la publicité le long de cet axe sera maintenu, même s'il longe une zone commerciale et d'activité. Le zonage du RLPi d'ALM a été défini au regard d'une réalité de terrain mais également d'un projet politique qui cherche à aboutir à une intégration et régulation de la publicité en milieu urbain. Cela permettra de résorber l'image peu valorisante de ce secteur longeant la Maine, induite par la surabondance

	publicitaire, et offrira une meilleure lisibilité à cette zone, et aux activités qui s'y trouvent, (qui pour leur part pourront disposer d'enseignes commerciales).
ZP3a	La réglementation proposée pour ces zones résidentielles des communes de moins de 10 000 habitants situées pour l'essentiel hors unité urbaine (sauf exceptions) prévoit que : la publicité scellée au sol y est interdite et la publicité murale est limitée à 4m ² , comme en dispose le code de l'environnement. En complément, leur nombre a été limité à 1 par unité foncière par le RLPi (étant entendu que seuls les murs considérés comme aveugles au sens du code de l'environnement peuvent accueillir un panneau). La combinaison de ces règles, auxquelles s'ajoutent d'autres protections telles que celles liées aux composantes patrimoniales et végétales du PLUi, limite déjà les sites pouvant faire l'objet d'implantations publicitaires, permettant de garantir la protection du cadre de vie des habitants de ces secteurs résidentiels, tout en maintenant des possibilités d'affichage.
ZP3b	Ce zonage concerne des zones résidentielles. Le projet de RLPi prévoit d'y limiter le format et la densité des panneaux publicitaires : la publicité murale et scellée au sol y est autorisée dans la limite de 4m², avec une même règle de densité et d'interdisance, le numérique y est admis dans la limite de 2m². Des nombreuses remarques ont sollicité une restriction plus forte de la publicité dans ces secteurs dans la mesure où ils constituent les principaux lieux de vie des habitants. Pour accentuer encore la préservation du cadre de vie des habitants dans ces zones résidentielles, un renforcement des règles applicables à la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol pourra être étudié, en contrepartie d'une adaptation des règles applicables à la publicité murale. L'impact visuel des panneaux scellés au sol est notablement plus fort que celui de la publicité murale (dont l'impact n'est pas neutre non plus), car créant un obstacle visuel supplémentaire déconnecté de tout bâti et implanté le long de la voie. Cette adaptation potentielle, qui fera l'objet d'une étude approfondie, viserait à réduire globalement l'impact visuel des installations publicitaires, tout en maintenant un équilibre garantissant une certaine présence. Concernant la demande de la commune de Trélazé portant sur l'intégration de la rue Jean Jaurès en zone 5 en lieu et place du zonage 3b : Cette demande sera étudiée au regard de la morphologie et des caractéristiques de cette voie, qualifiée d'axe structurant par la commune, de manière à retenir le zonage le plus cohérent. Les différentes demandes pour une évolution de zonage seront analysées au cas par cas et au regard de la morphologie des différents secteurs et des enjeux associés. Concernant le secteur du rond-point 2 square de la Penthière à Angers : le zonage 3b sera réétudié et approfondi, pour déterminer si une adaptation se révélerait pertinente, ou s'il nécessite d'être confirmé au regard des enjeux initialement relevés. Le zonage arrêté a été défini en fonction d'une analyse de la réalité de terrain, et au regard d'un projet politique visant une meilleure prise en compte des enjeux paysagers et d'amélioration du cadre de vie.
ZP4	La zone 4 concerne les voies accueillant les lignes de tramway. Ces voies correspondent à des secteurs de traitement urbain prioritaire, faisant l'objet de travaux et investissements visant à leur valorisation urbaine et paysagère. Dans cette même logique, la présence de la publicité doit y être encadrée pour ne pas altérer les efforts de valorisation. Par conséquent la surface de la publicité, qu'elle soit murale,

	scellée au sol, numérique, ou sur mobilier urbain, y est limitée à 2m². A cela s'ajoutent des règles de densité, permettant notamment de préserver les parcelles présentant un linéaire réduit le long de la voie, ainsi qu'une interdistance de 50m. Les panneaux publicitaires peuvent donc être présents sous différentes formes, mais avec un impact visuel plus limité du fait de leur format et fréquence plus réduits. Ces dispositions permettent de répondre aux objectifs fixés en matière de régulation de la publicité le long de ces voies.
ZP5	Cette zone concerne les voies structurantes et certaines entrées d'agglomération. La publicité murale, scellée au sol et sur mobilier urbain est limitée à 8m² (10,5m² cadre inclus). Des règles de densité ainsi qu'une interdistance minimale de 50m entre deux dispositifs ont également été intégrées dans le règlement arrêté. Une interdistance complémentaire de 200m entre deux écrans numériques s'ajoute, lorsqu'ils sont en covisibilité. La publicité numérique est limitée à 6m². Concernant l'application de la règles d'interdistance de 200m entre deux panneaux numériques en covisibilité : il sera précisé que cette règle s'applique bien aux faces de diffusion des panneaux. Le format maximal de la publicité numérique est limité à 6m², contre 8m² d'affichage pour les dispositifs non numériques, du fait de son impact visuel notablement plus fort sur le cadre de vie et de sa présence plus marquée dans le paysage urbain, ce qui justifie un encadrement plus important. La règle d'interdistance de 200m entre deux écrans a été établie pour les mêmes motifs et enjeux. Elle vise à mieux maîtriser cet impact, pour ce mode de publicité dont le parc global augmente régulièrement. Au regard de la morphologie des voies concernées et des enjeux identifiés, les règles de format, de densité et d'interdistance semblent nécessaires pour ne pas décupler l'impact notable des dispositifs sur le paysage de ces secteurs.
ZP6a	Dans cette zone, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits, excepté sur mobilier urbain. La publicité numérique est interdite, y compris sur le mobilier urbain. Supprimer cette règle, pour indiquer que la réglementation nationale s'y applique, ne peut être envisagé, car les évolutions de la réglementation nationale ne peuvent être anticipées. Ainsi, en cas d'évolution de cette réglementation, et si et seulement si elle est en accord avec le projet politique d'Angers Loire Métropole, le règlement pourra être modifié pour s'adapter à cette nouvelle réglementation. S'il est jugé que cette évolution de réglementation est trop souple au regard des enjeux identifiés sur ALM, la règle actuellement proposée sera maintenue. La demande de AFFIOUEST est illégale au regard du code de l'Environnement.
ZP6b	Au sein de cette zone, qui regroupe les principales zones d'activités et commerciales du territoire, la surface maximale des affiches est de 8m² (10,5m² avec cadre) et pour le numérique la surface maximale est de 8m². Ces formats sont adaptés à cet environnement où les voies sont larges, les flux sont importants et où le besoin de communication commerciale se fait plus fort. Néanmoins, des règles de densité et d'interdistance sont nécessaires pour éviter une surenchère de dispositifs aboutissant à une dégradation forte du paysage urbain de ces zones. La surface de la publicité sur les bâches pourra être réétudiée.

Concernant les enseignes :

Couleur des différentes zones sur le plan de zonage :

Les couleurs correspondant à chaque zone seront ajoutées au sein du règlement.

Réponse aux observations concernant le format des enseignes sur façade :

Le code de l'environnement prévoit que la surface maximale des enseignes apposées sur une même façade est limitée au maximum à :

- 25% de la surface de la façade lorsque cette dernière mesure moins de 50m² ;
- 15 % de la surface de la façade lorsqu'elle mesure plus de 50m².

Dans le cadre du RLPi d'ALM, le choix a été fait de ne pas restreindre davantage les surfaces maximales des enseignes en façade, les proportions évoquées ci-dessus étant complétées par d'autres dispositions créant un ensemble réglementaire étant à même d'encadrer qualitativement l'implantation des enseignes, sans porter de restriction trop forte pour le tissu économique local.

En plus de ces dispositions, le RLPi prévoit des règles d'implantation qualitative des enseignes aux façades dans les zones 1 et 2 qui présentent les plus forts enjeux paysagers et patrimoniaux. Il est par ailleurs rappelé dans les règles applicables aux zones 1, 2, et 3 que les enseignes doivent notamment respecter l'architecture des bâtiments sur lesquelles elles s'implantent. Les enseignes sont soumises à autorisation préalable, délivrée par la commune, et à accord de l'Architecte des Bâtiments de France dans les secteurs les plus sensibles, ce qui permet un suivi et une validation préalable de la qualité des projets de signalétique commerciale au regard de leur bonne intégration dans leur environnement.

Réponse aux observations concernant les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol :

Le choix a été fait d'interdire les enseignes scellées au sol de plus de 1m² dans la zone la plus sensible pour ce type d'installation : la ZE2 (SPR d'Angers). En revanche, ces dispositifs sont autorisés dans les autres zones, avec une graduation des formats allant de 2m² en ZE1, 4m² en ZE3, et 6m² en ZE4. Lorsque plusieurs activités présentes sur une même unité foncière souhaitent se signaler par ce biais, elles doivent le faire sur un même dispositif, de manière à ne pas multiplier les panneaux et leurs impacts le long d'un même linéaire. Dans ce cas, le format maximal est majoré de 2m², pour garantir une lisibilité suffisante. En contrepartie, le format de totem (enseigne plus haute que large) est imposé pour améliorer la lisibilité et l'intégration paysagère de ces dispositifs, et éviter les confusions avec les dispositifs publicitaires.

Le RLPi s'est attaché à permettre à chaque activité de pouvoir disposer d'une enseigne scellée au sol de plus de 1m² sur son domaine privé (hors SPR), de manière à renforcer sa visibilité, tout particulièrement lorsque l'activité se trouve en retrait de la voie, et tout en encadrant le nombre et le format maximal pour ne pas porter atteinte à la qualité paysagère.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de moins de 1m² sont admises, mais sous certaines conditions. Les règles définies visent à pallier le développement anarchique et parfois disgracieux de ces installations qui, cumulées, marquent fortement et négativement le paysage urbain.

Réponse aux observations concernant les enseignes sur toiture :

Elles ne sont autorisées qu'en zone 4 correspondant aux grands pôles commerciaux et secteurs d'activité. Le choix a été fait de maintenir les surfaces maximales déjà définies par le Code de l'environnement, au regard des zones et du bâti concerné, mais de limiter la hauteur maximale de ces installations pour éviter un impact visuel trop fort et disproportionné au regard de ce bâti. Du fait de leur impact visuel très fort, et de leur intégration difficile dans leur environnement, elles sont interdites dans les autres secteurs (ZE1, ZE2, ZE3).

Réponse aux observations concernant les enseignes numériques :

Les enseignes numériques sont interdites dans les zones 1 à 3, hormis sur équipement public, du fait de la nature de message transmis sur ces grands équipements visant un intérêt général. Elles sont admises en zone ZE4 sous un format maximal de 8m² (sous réserve du respect des autres règles de surface).

Monsieur Daniel DIMICOLI,
Vice-Président chargé de l'Habitat,
du Logement, et de l'Aménagement du Territoire

