

ANNEXE 3 :
Rappel des principales étapes de la procédure d'élaboration du RLPi
Composition et principales orientations du RLPi

A. Principales étapes de la procédure d'élaboration

Conférence intercommunale des Maires

Une Conférence intercommunale des Maires a été tenue le 2 juillet 2018. Cette conférence a porté notamment sur les modalités de collaboration entre Angers Loire Métropole et ses communes membres, dans un esprit de co-construction.

Prescription

Par délibérations du 10 septembre 2018, le conseil de communauté d'Angers Loire Métropole a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal sur l'ensemble de son territoire, a défini les modalités de concertation à mettre en œuvre dans le cadre de cette procédure, et a fixé les modalités de collaboration entre la communauté urbaine et ses communes membres.

Ces modalités de collaboration avec les communes et les modalités de concertation ont ensuite été mises en œuvre, permettant notamment de définir les grandes orientations et objectifs poursuivis par le RLPi.

Débat sur les orientations du RLPi

Entre novembre 2018 et janvier 2019, les conseils municipaux des 29 communes membres ont débattu sur les grandes orientations et objectifs du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal.

Ces éléments ont ensuite été débattus le 11 février 2019 au sein du Conseil de communauté, permettant de valider ces orientations.

Collaboration et concertation

De multiples échanges ont eu lieu entre ALM et les communes membres tout au long de la procédure. Des échanges ont également été tenus aux différentes étapes du projet avec les personnes publiques associées, mais également à l'occasion de réunions de concertation avec le grand public, les associations pour la protection de l'environnement et les professionnels de la publicité extérieure et des enseignes notamment. Cela a permis d'affiner progressivement le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal.

Un bilan de cette concertation a été dressé préalablement à l'arrêt de projet.

Arrêt de projet

Par délibération du 13 mai 2019, le Conseil de communauté d'Angers Loire Métropole a arrêté le projet de RLPi, a clôturé la concertation et en a approuvé le bilan. Cette délibération rappelle les modalités de concertation, la façon dont elles ont été mises en œuvre, ses acteurs, les principales remarques émises et la façon dont le projet en a tenu compte. Ces éléments sont détaillés dans l'annexe à la délibération précitée.

Avis

Suite à son arrêt, le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal a été soumis à l'avis de l'ensemble des communes membres d'Angers Loire Métropole. Par délibération de leur

conseil municipal, vingt-huit communes d'Angers Loire Métropole ont fait part de leur avis favorable, parfois assorti de remarques complémentaires. La commune de Bouchemaine a émis un avis tacite favorable.

Le RLPi a également été soumis à avis des personnes publiques associées, de la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS), des personnes consultées, et des associations agréées pour la protection de l'environnement.

Enquête publique, rapport et conclusions du commissaire enquêteur

Une enquête, publique a été diligentée entre le 3 septembre 2019 et le 4 octobre 2019 inclus. Le commissaire enquêteur a remis, le 15 octobre 2019, un procès-verbal de synthèse à Angers Loire Métropole. Le 25 octobre 2019, Angers Loire Métropole a fait parvenir au commissaire enquêteur une réponse aux éléments soulevés dans le PV de synthèse. Le 5 novembre 2019, le commissaire enquêteur a remis à Angers Loire Métropole son rapport et ses conclusions, portant un avis favorable assorti de réserves. L'ensemble de ces éléments est annexé à la présente délibération.

Conférence intercommunale des Maires

La Conférence intercommunale des Maires s'est à nouveau réunie le 6 janvier 2020, séance au cours de laquelle ont été présentés aux Maires les avis joints au dossier, les observations du public, le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur, et les évolutions apportées au RLPi après analyse de ces contributions.

Approbation

L'approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal a été proposée au Conseil de communauté lors de sa séance du 13 janvier 2020.

B. Composition, principales orientations et objectifs poursuivis par le RLPi

Le RLPi est constitué de trois principaux éléments : un rapport de présentation, un règlement, et des annexes.

➤ **Rapport de présentation**

Le rapport de présentation dresse le contexte territorial et réglementaire concernant la publicité extérieure sur Angers Loire Métropole. Il met en évidence les principaux éléments ressortis du diagnostic, et les grandes orientations du projet :

a) Analyses réglementaires

Elles montrent des situations extrêmement variées. Neuf communes font partie de la Communauté Urbaine mais n'appartiennent pas à l'unité urbaine d'Angers au sens de l'INSEE, ce qui change le régime de la publicité. Certaines communes sont dotées de RLP, d'autres non. L'étude des RLP communaux a montré que de bonnes mesures avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène.

b) Diagnostic du territoire

Le diagnostic territorial a mis en avant que suivant la fréquentation des axes qui les traversent ou la présence de centres commerciaux, certaines villes sont très impactées par la publicité, d'autres le sont très peu. Certaines entrées de ville et abords des axes structurants voient leur qualité dégradée par une présence anarchique de la publicité.

Les panneaux publicitaires et les enseignes sont très hétéroclites, et globalement mal adaptés à leur environnement.

Le procédé numérique, tant pour les enseignes que les publicités, fait son apparition et se développe rapidement.

Les rencontres avec les communes, qui ont eu lieu en juin et juillet 2108, ont montré la volonté unanime de protéger le cadre de vie, plusieurs maires considérant que la qualité de vie est une caractéristique majeure de leur commune. Les communes considèrent que la publicité ne trouve pas sa place dans leurs centres historiques et doit être limitée dans les secteurs résidentiels. Seule, la signalétique des commerces de proximité leur semble nécessaire dans ces lieux. Les communes de deuxième couronne se satisfont de la quasi inexistence de la publicité.

La publicité numérique fait l'objet de fortes réserves. Il est admis qu'elle peut être acceptée dans certains lieux, à condition d'être très encadrée.

Ce diagnostic a fait émerger différents secteurs à enjeux :

- le patrimoine naturel, forestier et agricole et le réseau hydrographique ;
- le Parc Naturel Régional ;
- le secteur UNESCO ;
- le patrimoine bâti et les sites naturels ;
- les centres de communes ou les pôles d'attraction ;
- le réseau du tramway ;
- les voies structurantes et les entrées d'agglomération ;
- les zones d'activités économiques et commerciales.

Il met en avant que le RLPi doit être l'outil d'une préservation de sites à forte valeur patrimoniale et des paysages urbains et naturels. Cette préservation doit être contextualisée et modulée selon l'intérêt des lieux pour trouver le bon équilibre entre la volonté de favoriser l'essor économique local en permettant aux entreprises de se signaler et le souci de préserver le cadre de vie et valoriser le paysage local.

c) Principales orientations et objectifs poursuivis

Au regard de ce diagnostic, et des enjeux identifiés, les grandes orientations et objectifs poursuivis par le RLPi sont énoncés au sein du rapport de présentation.

Les principales orientations qui ont présidé l'élaboration du RLPi ont été débattues au sein de l'ensemble des conseils municipaux et du Conseil de communauté. Ces orientations ont visé à assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure et des enseignes à l'échelle du territoire d'Angers Loire Métropole, de préserver et valoriser le patrimoine naturel et/ou architectural, de réglementer les nouvelles technologies, de garantir une présence adaptée

de l'affichage en fonction des enjeux des différents secteurs, etc... Ces orientations générales portaient sur la nécessité de :

Pour la publicité

- Limiter la densité des dispositifs ;
- Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique ;
- Supprimer la publicité dans les espaces verts ;
- Valoriser les abords du tramway en limitant les implantations publicitaires ;
- Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville ;
- Réduire et harmoniser la surface des dispositifs ;
- Exiger une qualité de matériel et d'entretien ;
- Accepter raisonnablement la publicité sur mobilier urbain notamment dans les sites protégés ;
- Élargir la plage des horaires d'extinction.

Pour les enseignes

- Poursuivre la politique de respect de l'architecture ;
- Encadrer les enseignes en toitures ;
- Fixer la forme et les dimensions des enseignes scellées au sol ;
- Réguler le nombre d'enseignes perpendiculaires et accompagner leur implantation ;
- Encadrer les dimensions des enseignes numériques et les secteurs où elles seraient admises ;
- Élargir la plage des horaires d'extinction.

Le rapport de présentation présente enfin l'explication des différents choix réglementaires et de zonage au regard des orientations retenues.

➤ Règlement

Afin de croiser la mise en œuvre de orientations et les différents secteurs à enjeux identifiés au terme d'un diagnostic territorial, un zonage a été défini et des règles y ont été associées.

Pour la publicité, le règlement délimite et règlemente 8 zones :

- Zone 1 : les principaux espaces naturels, les sites inscrits, le périmètre UNESCO, le Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine, le Site Patrimonial Remarquable Ligérien (hors Site Patrimonial Remarquable d'Angers) ;
- Zone 2 : les secteurs agglomérés du Site Patrimonial Remarquable de la ville d'Angers et le quai Felix Faure augmenté de 50 mètres sur les unités foncières adjacentes ;
- Zone 3a : Les centres et les quartiers résidentiels des communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Angers et par les centres et les quartiers résidentiels des communes de Beaucouzé, Bouchemaine et Mûrs-Érigné ;
- Zone 3b : les centres et les quartiers résidentiels des communes de plus de 10 000 habitants ou de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Angers, hormis Beaucouzé, Bouchemaine, Mûrs-Érigné et Sainte-Gemmes-sur-Loire ;

- Zone 4 : les voies accueillant les lignes de tramway, augmentées de 20 mètres sur les unités foncières adjacentes ;
- Zone 5 : certaines entrées d'agglomération et voies structurantes, augmentées de 20 mètres sur les unités foncières adjacentes ;
- Zone 6a : les zones d'activités et des zones commerciales des agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Angers et les zones d'activités et des zones commerciales des communes de Bouchemaine, Mûrs-Érigné (en partie) et Sainte-Gemmes-sur-Loire ;
- Zone 6b : les zones d'activités et des zones commerciales des agglomérations 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.

Pour les enseignes, le règlement délimite et régleme 4 zones :

- Zone 1 : le périmètre UNESCO, les Sites Classés et inscrits et le Site Patrimonial Remarquable Ligérien, hors Site Patrimonial Remarquable d'Angers ;
- Zone 2 : le Site Patrimonial Remarquable de la ville d'Angers ;
- Zone 3 : 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 ;
- Zone 4 : la majorité des zones d'activités et des zones commerciales.

La réglementation qui s'appliquera à ces zones veille autant que possible à s'appuyer sur le zonage du PLU intercommunal. Une cohérence d'ensemble du dispositif réglementaire est recherchée sur l'ensemble du territoire d'Angers Loire Métropole afin d'assurer une meilleure gestion de l'affichage publicitaire, de faciliter la mise en œuvre des pouvoirs de police et de la gestion des autorisations et d'éviter les phénomènes de reports de la publicité extérieure vers des communes voisines où les règles seraient plus « favorables ».

➤ **Annexes**

Les annexes comprennent les documents graphiques faisant apparaître les diverses zones du RLPi pour la publicité et les enseignes ainsi que les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et les plans les matérialisant.