

ANNEXE 4 :

Synthèse des avis, des observations émises au cours de l'enquête publique, des conclusions du commissaire enquêteur, et de leur prise en compte au sein du RLPi

Suite à l'arrêt de projet du RLPi, ce dernier a été envoyé pour avis aux Personnes Publiques Associées (PPA), aux Personnes Publiques Consultées, et aux associations agréées. **Six PPA**, la **Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS)**, **cinq associations** et deux personnes publiques consultées ont rendu un avis express (cf. tableau résumé) ; les autres ont émis un avis tacite favorable.

STRUCTURES	AVIS
Pôle Métropolitain Loire Angers	Favorable
Conseil Départemental du Maine et Loire	Favorable avec recommandation
Chambre de Commerce et d'Industrie	Défavorable
Conseil Régional des Pays de la Loire	Favorable
Etat	Favorable avec réserves
Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine (PNR)	Favorable avec recommandations
CDNPS	Favorable avec réserves
Paysages de France	Défavorable
Sauvegarde de l'Anjou	Défavorable
Camps de César	Favorable avec réserve
Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN)	Défavorable
Vitrines d'Angers	Défavorable
Commune de Cornillé-les-Caves	Favorable
Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du segréen	Favorable

Les avis des structures ayant émis un avis favorable avec recommandations ou avec réserves ou un avis défavorable sont développés synthétiquement ci-dessous :

- Le conseil Départemental du Maine-et-Loire n'émet qu'une recommandation à savoir intégrer le parking de Terra Botanica en zone 4.
- Le PNR émet plusieurs recommandations en matière de règles sur les enseignes telles que: des dispositions qualitatives à ajouter, des formats d'enseignes et une place aux enseignes numériques parfois trop importants.
- L'Etat émet plusieurs réserves notamment sur la réintroduction de la publicité dans les secteurs protégés, les règles en matière de mobilier urbain dans le Site Patrimonial Remarquable de la Ville d'Angers, la place faite à la publicité numérique sur le territoire de la communauté urbaine et le format maximal autorisé en zone 5 (entrées de ville et axes structurants).

- La CDNPS reprend les réserves émises par l'Etat et les recommandations du PNR.
- Le Camps de César émet une réserve sur le traitement des pré-enseignes dans le RLPi.
- La CCI a émis un avis défavorable et se fait le porte-parole des afficheurs. Elle juge ainsi que le RLPi est trop restrictif en matière de publicité. Elle souhaite notamment que les règles de format soient assouplies et que les règles de calcul de ces derniers soient précisées, que les période d'extinction imposée soit réduite et que le quai Felix Faure ne soit pas intégré à la zone 2 pour permettre le maintien de la publicité de long de cet axe.
- Les associations Paysages de France, Sauvegarde de l'Anjou et ANPCEN ont émis un avis défavorable sur le RLPi au regard des règles sur la publicité qui selon elles ne sont pas assez restrictives notamment concernant la réintroduction de la publicité dans les secteurs protégés, les formats autorisés dans les zones résidentielles et les axes structurants, la place des dispositifs scellés au sol et de la publicité numérique sur Angers Loire Métropole.
- Enfin l'association les Vitrines d'Angers a émis un avis défavorable. Il est demandé à ce que d'une manière générale, le RLPi ne règlemente pas l'espace privé (le commerce), qu'il n'interdise pas les dispositifs de publicité et d'enseignes de type numérique et ne limite pas les enseignes perpendiculaires et les chevalets.

Dans un deuxième temps, une enquête publique a été organisée du 3 septembre 2019 au 4 octobre 2019 inclus, sur l'ensemble du territoire de la communauté urbaine. Lors de cette enquête, **seize observations** ont été déposées.

En conclusion, le Commissaire Enquêteur a rendu un **avis favorable avec deux réserves** :

- en zone ZP2 (principalement Site Patrimonial d'Angers) :
 - o de limiter la publicité sur mobilier urbain aux abris-bus et aux supports de 2m² sur monopied
 - o de limiter la publicité numérique animée en introduisant une règle de densité et/ou d'interdistance > 100 m.
- en zone ZP5 (entrées de ville et axes structurants) : 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.

Au regard de l'ensemble des avis, des observations et des conclusions du commissaire enquêteur, Angers Loire Métropole a réalisé plusieurs modifications de son projet de RLPi. La communauté urbaine souhaite, par la synthèse ci-dessous, répondre globalement et expliquer ses choix de prise en compte ou non des demandes et avis. Cette synthèse s'organise autour de 3 grandes thématiques mises en évidence par le commissaire enquêteur ayant suivi l'enquête publique du RLPi.

1. En matière de règles sur la publicité :

- La place de la publicité lumineuse et numérique au sein du RLPi :

Synthèse des avis et observations : dans la grande majorité, les observations et avis portent sur l'impact de la publicité numérique sur le paysage urbain et le cadre de vie. Il en ressort que de nombreux avis en demandent l'interdiction sur le territoire d'Angers Loire Métropole ou souhaitent un renforcement des règles notamment au sein du Site Patrimonial Remarquable d'Angers, des tissus résidentiels et des axes structurants.

Réponse apportée 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. 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 règlementaire permettant :

- de préserver les secteurs sensibles, au sein desquels la présence de la publicité numérique doit être fortement 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.

Des règles spécifiques ont ainsi 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'activités (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 (en zone 5), une distance minimale de 200m a été imposée entre deux écrans numériques lorsqu'ils sont en covisibilité (en zone 5 et 6b - 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 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.

Evolution apportée entre l'arrêt de projet et l'approbation : La place de la publicité numérique et les formats définis pour chaque zone du RLPi sont maintenus dans le RLPi approuvé. Néanmoins, pour répondre aux demandes fortes de limitation du numérique dans le SPR d'Angers, il a été ajouté, en zone 2, une règle d'interdistance en covisibilité de 100 m entre deux faces numériques sur l'ensemble du mobilier urbain. Cette règle permettra une répartition géographique adaptée du mobilier urbain supportant de la publicité numérique et évitera les éventuels effets de surdensité du numérique.

- Le traitement de la publicité sur mobilier urbain, notamment au sein du Site Patrimonial Remarquable d'Angers (zone 2) :

Synthèse des avis et observations : d'une manière générale, il est demandé que la publicité sur mobilier urbain soit traitée de la même manière que la publicité sur domaine privé notamment en matière d'interdiction dans le SPR d'Angers et de règle de densité.

Réponse apportée 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, règlementée 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 3b, 4, 5 et 6b, 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 (sauf exception nouvelle en zone 2, cf. réponse précédente). 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, règlementant la publicité dans le SPR de la ville d'Angers et sur le quai Félix Faure, 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'évènements 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.

Evolution apportée entre l'arrêt de projet et l'approbation : Angers Loire Métropole n'a pas modifié les règles encadrant la publicité supportée par le mobilier urbain. La seule évolution est celle apportée par l'introduction en zone 2 d'une règle d'interdistance en covisibilité de 100 m entre deux faces numériques sur l'ensemble du mobilier urbain numérique (cf. réponse précédente).

- Le traitement des formats et la densité des supports publicitaires :

Synthèse des avis et observations : il a été demandé d'une part de préciser les règles de calcul des formats autorisés dans le RLPi et, d'autre part, de faire évoluer (de manière plus souple ou plus stricte) les règles de formats et de densité notamment dans les zones 3b et 5.

Réponse apportée par ALM : 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 et du quai Félix Faure (zone de publicité 2), et de la zone de publicité 1 ;
- 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, de densité, et maintient des règles 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.

Evolution apportée entre l'arrêt de projet et l'approbation : l'équilibre recherché par ALM en matière de règles encadrant la publicité sur son territoire a été maintenu. Il a ainsi été fait le choix de ne pas modifier les formats et règles de densité arrêtés par Angers Loire Métropole. Néanmoins, des précisions ont été apportées sur le calcul des formats autorisés ainsi que sur la règle d'interdistance entre deux dispositifs publicitaires numériques.

Concernant les formats, Angers Loire Métropole prend en compte la récente instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019, relative aux modalités de calcul des formats des publicités. Un traitement différent est ainsi fait entre la publicité supportée sur mobilier urbain et hors mobilier urbain.

Pour les dispositifs publicitaires hors mobilier urbain, la surface totale des dispositifs englobe l'encadrement. Ainsi, les formats autorisés de 2m², 4m², 6m² et 10,5m² s'entendent cadre inclus.

Lorsqu'il s'agit de mobilier urbain, la surface maximale autorisée correspond à la surface maximale d'affiche. Les encadrements ne doivent pas être pris en compte dans le calcul du format.

Enfin, la règle d'interdistance pour la publicité numérique (hors mobilier urbain) définie en zone 5 et 6b a été précisée pour éviter les éventuelles incompréhensions. Cette règle de covisibilité s'applique entre deux « faces » numériques et non deux « écrans ».

- Evolution diverses en réponse aux observations :
 - Evolution du règlement écrit :

Au regard de plusieurs observations, d'autres règles ont évoluées notamment sur :

- la protection des composantes patrimoniales figurant dans les prescriptions communes à l'ensemble des zones. La règle a été réécrite pour mieux répondre à l'objectif de préservation des composantes. Un périmètre de protection a ainsi été défini autour de celles-ci et au sein d'une même unité foncière ;
- les dispositions applicables aux panneaux scellés au sol ou installés directement sur le sol dans les prescriptions communes à l'ensemble des zones. La règle a été précisée concernant l'autorisation des systèmes d'éclairage ;
- les bâches de chantier et les publicités sur palissade de chantier figurant dans les prescriptions communes à l'ensemble des zones. Une règle portant sur la publicité sur les bâches de chantier a été intégrée dans les prescriptions communes. Le lexique a été complété en intégrant les différentes définitions de chaque dispositif et un format maximal plus strict a été défini pour la publicité sur bâches de chantier lorsqu'elle est autorisée dans la zone ;
- la protection des monuments historiques figurant dans les prescriptions communes à l'ensemble des zones . La dérogation définie dans le RLPi est maintenue mais est précisée en interdisant la publicité sur les unités foncières où est implanté un monument historique ;
- les chevalets en zone 1 et 2. La règle est renforcée et précisée pour ne permettre les chevalets sur domaine public, en dehors d'une emprise de terrasse commerciale, qu'aux commerces peu visibles de l'espace public.

De plus la rédaction de certaines règles a été modifiée sans en changer la finalité. Ces évolutions permettant d'homogénéiser la rédaction du règlement et de rendre plus claire certaines dispositions. Quelques articles ont été réorganisés ou déplacés pour plus de cohérence et faciliter la compréhension.

- Evolutions du zonage :

D'un point de vue territorial, quelques modifications ont été apportées suite aux observations reçues. Ainsi 3 modifications de zonage ont été effectuées (sur une portion du Boulevard de la Romanerie et de la rue de la Meignanne à Angers, sur la rue Jean Jaurès à Trélazé). De plus, des erreurs matérielles présentes dans les plans de zonage et le règlement arrêtés ont été rectifiées.

- Prise en compte des réserves du commissaire enquêteur :

A l'issue de l'enquête publique, le commissaire enquêteur a émis un avis favorable sur le projet de RLPi assorti de deux réserves qui tendaient à :

- ✓ en zone ZP2 (principalement Site Patrimonial Remarquable d'Angers) : limiter la publicité sur mobilier urbain aux abris-bus et aux supports de 2m² sur monopied et limiter la publicité numérique animée en introduisant une règle de densité et/ou d'interdistance supérieure à 100 mètres ;
- ✓ en zone ZP5 (axes structurants) : limiter les formats de la publicité murale, scellée ou posée au sol à 8 m² cadre compris afin de préserver la qualité des entrées de ville pour mettre en évidence le bâti et son architecture, le paysage urbain.

Après analyse, Angers Loire Métropole fait le choix :

- en zone 2 (ZP2), de maintenir, en plus des abris bus et des supports de 2m², la possibilité d'implanter des kiosques et colonnes culturelles. Ces éléments sont peu présents dans le SPR

d'Angers mais sont néanmoins qualitatifs et permettent de communiquer sur les évènements culturels ;

- en zone 2 (ZP2), d'introduire une règle d'interdistance pour le mobilier urbain supportant de la publicité numérique. Ainsi, une règle d'interdistance en covisibilité de 100m entre deux faces numériques est ajoutée au règlement et permet de répondre à la réserve apportée ;
- en zone 5 (ZP5), de maintenir les formats définis à l'arrêt de projet à savoir 10,5m² pour la publicité murale, scellée au sol ou installée sur le sol, et supportée par du mobilier urbain. La communauté urbaine ne répond pas favorablement à cette réserve car il est considéré que les règles de densité définies dans cette zone, associées aux règles sur les formats permettent de répondre à l'enjeu de préservation du paysage urbain. Angers Loire Métropole vient apporter des précisions quant aux modalités de calcul des formats autorisés.

2. En matière de règles sur les enseignes:

Peu de remarques ont été faites sur le traitement des enseignes dans le RLPi. Le commissaire enquêteur n'a pas émis de réserve sur les enseignes.

Il est cependant possible de synthétiser les observations en deux thématiques : les enseignes numériques, et les dimensions et intégrations des enseignes dans leur environnement.

- La place des enseignes numériques

Synthèse des avis et observations : Plusieurs associations agréées ont demandé à ce que les enseignes numériques soient interdites sur l'ensemble de la communauté urbaine. Les services de l'Etat ont exprimé le même souhait sur les zones 1 (périmètre UNESCO, SPR ligérien et site inscrits et classés), 2 (SPR d'Angers) et 3 (ensemble du territoire d'ALM non couvert par les zones 1, 2, et 4) du RLPi.

A l'inverse, les Vitrites d'Angers demandent à ce que l'ensemble du territoire puisse recevoir ce type d'enseigne. La CCI partage cette position et souhaite que le RLPi ne soit pas un frein au développement des innovations en matière de numérique.

Réponse apportée par ALM : La place des enseignes numériques a été traitée avec la même philosophie que pour la publicité numérique. Ces dispositifs se développent progressivement sur le territoire. Ils permettent de répondre à un besoin de signalétique et d'animation du message lié à l'activité du commerce ou de l'activité s'exerçant sur l'unité foncière. Néanmoins, ils ont un impact considérable sur le paysage urbain et sont dans certains cas peu qualitatifs (couleurs très vives, très contrastées, très animées notamment).

C'est pour ces raisons qu'Angers Loire Métropole a souhaité encadrer de manière différente et plus stricte les enseignes numériques par rapport aux autres enseignes. Ainsi, elles ne sont autorisées dans les secteurs patrimoniaux et naturels (zone 1 et 2) et les zones résidentielles ou situées hors agglomération, que sur les équipements publics. Seules dans la zone 4, spécifique aux zones d'activités et commerciales, les enseignes numériques sont autorisées en façade, et dans la limite de 8m². Elles sont interdites lorsqu'elles sont scellées au sol ou installées directement sur le sol afin de limiter leur impact.

Evolution apportée entre l'arrêt de projet et l'approbation : Angers Loire Métropole n'a pas effectué de modification sur ce point. La position ferme affirmée lors de l'arrêt de projet est maintenue pour l'approbation.

- Les surfaces et l'intégration des enseignes dans leur environnement sur ALM

Synthèse des avis et observations : Plusieurs observations ont été formulées sur les enseignes scellées au sol, concernant la trop grande souplesse laissée à ces dispositifs notamment en matière de format. D'autres remarques ont porté sur les formats des enseignes apposées en façade, considérés comme trop importants, et sur le volet qualitatif de l'encadrement de ces enseignes et de leur intégration dans leur environnement.

Réponse apportée par ALM : Concernant les enseignes scellées au sol, le RLPi définit des règles de format, graduées selon les enjeux de chaque zone. De plus, afin d'éviter la multiplication d'enseignes scellées lorsque plusieurs activités sont présentes sur la même unité foncière, le RLPi impose un regroupement sur une seule enseigne au sol. Dans ce cas, les formats autorisés sont majorés

Ainsi, en matière de surface

- en zone 1, elles ne peuvent dépasser 2m² et 4m² en cas de regroupement
- en zone 2, elles sont limitées à 1m²
- en zone 3, elles ne peuvent dépasser 4m² et 6m² en cas de regroupement
- en zone 4, elles sont limitées à 6m² et 8m² en cas de regroupement (sur certains territoires).

Concernant l'intégration des enseignes dans leur environnement, leur format, et le volet qualitatif des dispositions retenues au sein du RLPi :

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 de son RLPi, ALM a fait le choix de ne pas restreindre davantage ces surfaces maximales pour les enseignes en façade, les proportions évoquées ci-dessus étant complétées par d'autres dispositions d'implantation créant un ensemble réglementaire 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 après 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.

- Evolution apportée entre l'arrêt de projet et l'approbation

Les règles applicables aux enseignes apposées en étage parallèlement aux murs sont uniformisées, pour les établissements exerçant leur activité sur plusieurs niveaux et ceux l'exerçant uniquement en étage. Cette uniformisation permet de gagner en cohérence, en lisibilité, et de mieux répondre aux objectifs poursuivis visant à garantir une bonne visibilité et une intégration harmonieuse de ces dispositifs au niveau des façades.

Concernant le zonage, quelques erreurs matérielles sont corrigées. Les parkings de Terra Botanica sont inscrits en zone 4 en lieu et place de la zone 3 à la demande du Conseil Départemental du Maine et Loire, pour mieux tenir compte des besoins de signalétique de cet équipement spécifique à fort rayonnement.

Quelques articles ont été réorganisés ou déplacés pour plus de cohérence et faciliter la compréhension.