

Département de Maine-et-Loire

Communauté urbaine Angers Loire Métropole

Enquête publique du 15 février au 15 mars 2024
relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité
intercommunal d'Angers Loire Métropole



Procès-verbal de synthèse

Remis à

Le/...../2024

Gérard DUHESME

Commissaire-enquêteur

Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes

Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023

Gérard Duhesme
Commissaire-enquêteur

Le 26 mars 2024

A l'attention de
Monsieur le président d'Angers Loire Métropole

OBJET : Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole

Références :

- Arrêté n° 23000197 du 9 novembre 2024 de Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes
- Arrêté n° AR-2024-7 du 9 janvier 2024 de Monsieur le président de Angers Loire Métropole
- Code de l'environnement, articles L581-14 à L581-14-4
- Code de l'environnement, articles L123-1 et suivants, articles L214-1 et suivants, articles L211-7

En application des textes de référence, j'ai conduit l'enquête citée en objet du jeudi 15 février à 9h au vendredi 15 mars 2024 à 17h30.

Au terme de cette enquête, j'ai l'honneur de porter à votre connaissance l'ensemble des observations et questions posées par les personnes et les organismes associatifs ou professionnels qui se sont exprimés.

J'y ajoute plusieurs questions de synthèse que j'ai été moi-même amené à formuler.

Je vous rappelle qu'aux termes de l'article R123-18 du Code de l'environnement, vous disposez, en votre qualité de maître d'ouvrage du projet, d'un délai de quinze jours, à compter de la date de remise du présent procès-verbal, pour produire vos observations et vos réponses à l'ensemble des questions et observations formulées ci-après. Vous pourrez y joindre tous les compléments d'information que vous jugerez utiles à la bonne compréhension du dossier et des réponses aux questions qu'il appelle.

Restant à votre disposition, je vous prie de croire à l'assurance de ma haute considération.

PREAMBULE

Le présent procès-verbal de synthèse a été rédigé conformément aux dispositions de l'article R123-18 du Code de l'environnement, et cité à l'article 8 de l'arrêté communautaire du n° AR-2024-7 du 9 janvier 2024 portant organisation de l'enquête publique relative à la modification n°1 du règlement local de publicité d'Angers Loire Métropole.

Il a pour but de rendre compte au président d'Angers Loire Métropole et au vice-président en charge de l'urbanisme et de la politique du logement, maître d'ouvrage du projet soumis à enquête, des conditions de déroulement et la synthèse des observations recueillies au cours cette procédure.

Celle-ci résulte d'une première analyse effectuée par le commissaire enquêteur, qui sera complétée à la lumière des réponses et commentaires que le maître d'ouvrage voudra bien lui apporter.

I. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE PUBLIQUE

L'enquête s'est déroulée en totale conformité avec les dispositions prescrites dans l'arrêté communautaire cité en 2^{ème} référence, du jeudi 15 février à 9h au vendredi 15 mars 2024 à 17h30, soit pendant 30 jours consécutifs.

Il convient de souligner en particulier tout l'intérêt procuré par l'utilisation du registre dématérialisé (à l'adresse <https://registre-dematerialise.fr/4824/>) auquel le maître d'ouvrage avait fait le choix de recourir.

Des multiples possibilités offertes, il s'est avéré le principal canal d'expression utilisé par le public pour déposer des contributions ou formuler des observations individuelles.

Par ailleurs, l'ergonomie de l'outil s'est avéré satisfaisant, et a semblé facile d'accès auprès des utilisateurs, aucun incident n'ayant été signalé. Le commissaire enquêteur déplore juste une déconnexion imprévue subie en cours d'utilisation, mais sans conséquence majeure.

Au cours des trois permanences tenues, le commissaire enquêteur a pu recevoir individuellement les personnes qui se sont présentées dans de bonnes conditions d'accessibilité. Il a ainsi pu s'entretenir avec trois personnes à la mairie des Ponts de Cé, et cinq personnes lors de sa dernière permanence au siège d'ALM, dont quatre venues groupées au titre d'un collectif associatif.

La tonalité des propos échangés à ces occasions a toujours été courtoise. Sur le fond ceux-ci traduisaient principalement une certaine lassitude, voire une forme d'opposition face à la surabondance perçue de publicité, notamment lumineuse, mais également l'inquiétude d'un professionnel directement concerné par la mesure relative aux dispositifs lumineux en vitrine.

Aucune des personnes venues seules ou à deux n'ont déposé d'observation manuscrite dans les registres papier mis à leur disposition, mais ce contact leur a permis de recueillir les éléments de compréhension préalable au dépôt d'une contribution éclairée sur le registre dématérialisé.

En revanche, les quatre représentants du collectif « On n'en peut pub » ont remis au commissaire enquêteur le texte d'une déposition co-signée et une pétition d'environ 650 signatures.

II. BILAN DE LA PARTICIPATION DU PUBLIC

II.1. Bilan quantitatif

II.1.1 Constats

Au total 98 observations et/ou contributions ont été déposées au cours de cette enquête par les différents canaux de communication mis à la disposition du public. Parmi celles-ci figurent 4

Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole Procès-verbal de synthèse	Page 1 sur 48
--	--	---------------

doublons (contributions identiques provenant du même auteur), de sorte que le nombre total de contributions retenu est de 94.

- 96 (dont 4 doublons) ont été déposées en ligne sur le registre dématérialisé.
- 2 ont été remises en mains propres au commissaire enquêteur au cours des permanences ;
- Aucune observation manuscrite n'a été apposée sur les 4 registres papier mis à la disposition du public dans les mairies d'Avrillé, des Ponts de Cé et d'Angers ainsi qu'au siège d'ALM.

Si la voie dématérialisée représente 98 % des dépositions, il importe de rappeler que parmi les 2 % de contributions déposées en mains propres figure une pétition d'environ 650 signataires.

A ce propos, le commissaire enquêteur relève que 21 personnes signataires de cette pétition ont également déposé une contribution en ligne.

Par ailleurs, compte tenu du nombre significatif de contributeurs en ligne qui ont souhaité conserver leur anonymat, soit 42 personnes, il est raisonnable d'imaginer qu'une partie d'entre eux fasse également partie des signataires de la pétition.

10 contributions ont été déposées par des associations environnementales ou professionnelles, 9 d'entre elles comprenaient un ou plusieurs fichiers séparés.

II.1.2 Analyse

Rapporté aux 2161 personnes qui ont consulté le site dématérialisé de l'enquête publique, le nombre total des 92 contributions déposées en ligne peut apparaître relativement faible (4,3 %). Il l'est encore plus si on le rapporte aux 305 000 habitants du territoire d'Angers Loire Métropole et peut, de ce fait ne traduire qu'une mobilisation relativement modeste autour de ce thème.

Pour autant, il convient naturellement d'intégrer dans cette mise en perspective les 650 signataires de la pétition évoquée, mais également les entreprises représentées par certaines associations professionnelles signataires.

De surcroît, on notera que ce chiffre est en nette hausse par rapport aux 16 dépositions enregistrées lors de l'enquête publique de 2019 relative au RLPI.

S'il est vrai que la mise en place d'un registre dématérialisé conjuguée aux actions des associations initiatrices de la pétition, ont pu stimuler la libre expression du public, le nombre de dépositions est suffisamment significatif aux yeux du commissaire enquêteur pour traduire un enracinement progressif dans les esprits de la thématique de la publicité en zone urbaine, phénomène s'exprimant à présent par des signaux qu'on ne peut plus seulement qualifier de « faibles ».

Par ailleurs la quasi absence de visites lors des permanences, ni de dépositions manuscrites sur les registres papiers mis à la disposition du public ne laisse pas d'interroger. Là encore l'accès au registre dématérialisé, permettant l'économie d'un déplacement en mairie, peut fournir une partie de l'explication. Mais on peut également y voir l'absence de situations concrètes « d'insatisfactions de proximité » qu'il est généralement plus facile d'exposer « in situ » lors d'un contact direct avec un commissaire enquêteur. Certaines ont néanmoins été reportées en ligne.

Ajoutons que si l'objet de l'enquête publique est assez simple à appréhender dans son principe, sa traduction réglementaire – en l'occurrence le RLPI et le document de présentation de son projet de modification – peut apparaître comme difficilement accessible à un public non averti, et de ce fait dissuader certaines personnes de prendre part au débat.

Enfin, si l'analyse des interventions semble traduire une réelle attention du public à la problématique de la recherche – généralement à la baisse - d'une juste place de la publicité dans la cité, le commissaire enquêteur fait le constat d'un nombre relativement faible de contributions individuelles de la part de professionnels exerçant des activités directement concernées par les mesures prévues dans ce projet de modification. Hormis les dirigeants de salles de cinéma, la communauté des acteurs économiques et commerciaux s'est principalement exprimée par la voix des associations professionnelles.

II.2. Analyse des thématiques abordées

II.2.1 Méthodologie

L'analyse de chacune des contributions permet de dégager plusieurs axes structurants. La méthodologie adoptée a consisté à attribuer à chacune d'elle une ou plusieurs thématiques discriminantes.

En premier lieu, il convient de distinguer **celles qui expriment des prises de positions (PP)** génériques ou des orientations très générales (par ex « *stop à la pollution lumineuse* », « *la publicité est une forme de communication vitale pour nous* ») de **celles qui proposent des aménagements plus précis** (par ex « *Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines* »).

De surcroît, parmi ces dernières, il y a lieu de faire la part entre :

- celles qui proposent des **aménagements à au moins une des 11 propositions** présentées (**AP**) dans le projet de modification du RLPi (par ex : « *assujettir le mobilier urbain aux mêmes créneaux d'extinction* », « *maintenir une plage d'extinction 23 h - 9 h dans "les secteurs Centre-ville/quartiers/lignes de tramway* »),
- et celles qui proposent des **aménagements supplémentaires (AS)** portant sur d'autres sujets couverts par le RLPi (par ex : « *interdire les panneaux publicitaires à proximité des écoles, des monuments historiques* »).

Par ailleurs, certaines observations font état de **situations spécifiques (SS)**,

- soit parce qu'elles heurtent ou sont jugées **anormales (SSA)** et/ou non conformes aux yeux de leur rédacteur (par ex : « *mécontentement à l'encontre à la pub géante ayant recouvert l'immeuble des Galeries Lafayette* ») ;
- soit parce qu'elles traduisent une prise en compte insuffisante de certaines **contraintes locales ou professionnelles (SSP)** (par ex : « *une affiche de film, même numérique, n'est pas une publicité* »).

Enfin, certaines dépositions formulent d'**autres demandes (AD)** ou d'autres propositions sur des sujets non directement couverts par le RLPi (par ex : « *privilégier le mail pour les publications municipales ou départementales* »).

Le choix de cette méthodologie implique qu'une même déposition peut être rattachée à plusieurs thématiques ainsi répertoriées.

Le tableau ci-dessous décrit la liste des thématiques retenues pour l'analyse et, pour chacune d'elles, en précise le sens.

Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole Procès-verbal de synthèse	Page 3 sur 48
--	--	---------------

PP	Prises de Positions	Elles expriment une ou plusieurs positions génériques, argumentées ou non, portant sur... ⚡
	PP0 publicité réponse à un besoin	... la justification du besoin de communication publicitaire
	PP1 suppression / réduction publicité	... la réduction, voire la suppression de la publicité
	PP2 sobriété énergétique	
	PP3 pollution visuelle et lumineuse	... les principaux effets attribués à la publicité
	PP4 Surconsommation	
	PP5 Sécurité / Eblouissement, Attention	
	PP6 Position Autres	
	PP7 Capacité de contrôle / police / complexité	... des commentaires sur la complexité de la réglementation et/ou des injonctions sur l'application des procédures de contrôle et de sanctions.
AP	Demandes d'Aménagement aux mesures Proposées	Elles concernent les 11 mesures portées par le projet de modification du RLPI, spécifiquement ... ⚡
	AP1 écrans vitrines	... la modification n°1 du RLPI
	AP2 horaires extinction	... la modification n°2 du RLPI
	AP3 autres modifications	... les autres modifications (n°3 à 11) du RLPI
AS	Demandes d'Aménagements Supplémentaires	Elles portent sur d'autres sujets du RLPI, non directement concernée par le projet de modification spécifiquement ... ⚡
	AS1 Réduction / suppression de dispositifs lumineux	... des règles génériques allant dans le sens d'une réduction, voire de la suppression des dispositifs lumineux
	AS2 mobilier urbain / JCDecaux	... des règles encadrant la publicité sur les mobiliers urbains et/ou la relation contractuelle avec le publicitaire JCDecaux
	AS3 Sélectivité thématique ou zonale	... des règles limitant l'accès à la publicité, soit selon la nature de certains produits ou services, soit en fonction de la sensibilité des lieux d'implantation (proximité d'écoles, ...)
	AS4 publicités	... les autres règles concernant la publicité et/ou les enseignes (lumineuses ou non)
	AS5 autres	... des règles et/ou propositions portant sur tout autre sujet
SS	Situations Spécifiques	Elles expriment ... ⚡
	SSA Situations jugées anormales	... une contrariété provoquée par une situation factuelle dénoncée
	SSP prise en compte de spécificités professionnelles	... généralement une ou plusieurs demandes d'aménagement de la réglementation pour certains type d'activités
AD	Autres Demandes	Elles expriment ... ⚡
	AD Autres demandes	... des commentaires et/ou des propositions sur des thématiques hors du champ du RLPI.

II.3. Bilan détaillé des observations et/ou contributions déposées

L'ensemble des observations – de quelque origine qu'elles soient - a été consignée dans un document unique présenté sous forme du tableau présenté ci-après.

La colonne n°1 contient la référence affectée à l'observation, composée d'un code lettre selon son mode de transmission, suivi d'un numéro d'ordre (voir la légende en tête de tableau) ;

RDXX : déposition n°XX, sur le registre dématérialisé

DMYY : déposition n°YY, remise en mains propres au commissaire enquêteur

La colonne n°2 indique le nom de l'auteur, ou le cas échéant, la mention « anonyme » ;

La colonne n°3 indique par mots-clés les thématiques abordées (c.f. colonne jaune du tableau au §II.2.1) ;

La colonne n°4 propose une synthèse de l'observation ou de la déposition ; les « mentions en italique entre guillemets » sont directement extraites des dépositions écrites.

Ces synthèses ont été rédigées dans le souci de restituer le plus fidèlement possible les prises de positions de leurs auteurs, ainsi que – le cas échéant - leurs propositions. Dans les cas de déposition sur fichier séparé, la synthèse porte sur le contenu de ce fichier.

On pourrait objecter que certaines dépositions sortent du cadre stricto sensu des onze mesures présentées par le projet de modification du RLPI. Mais la sincérité de l'analyse oblige à les considérer dans la mesure où celles-ci peuvent refléter des contrariétés à l'encontre du projet de modification proposé, jugé insuffisamment exploré.

Afin de préserver la richesse de la consultation, le choix a donc été fait ici de présenter l'ensemble des contributions de sorte de permettre à chacun de leurs auteurs de prendre connaissance des réponses et des éventuelles suites données à leurs requêtes.

Pour en faciliter la lecture et l'exploitation, un cartouche est inséré sous chaque ligne de contribution afin de permettre au maître d'ouvrage d'insérer la réponse qu'il voudra bien y apporter.

Le commissaire enquêteur souligne que certaines dépositions traduisent une réelle appropriation du dossier de la part de leur auteur et émettent des propositions appelant des réponses personnalisées.

Pour autant, plusieurs interventions portent sur des sujets très voisins. Dans ce cas les réponses pourront se référer à celle apportée à la première d'entre elles en renvoyant à son numéro de référence (1^{ère} colonne).

Enfin, dans le cas de dépositions formulées sur fichiers séparés, le maître d'ouvrage est invité à les consulter en pièces jointes au présent procès-verbal.

Remarque liminaire : dans le tableau qui suit, les " **caractères gras en italique entre guillemets** " sont directement extraits de la déposition.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
DM98	GREENPEACE	AP1 AP2 AP3 AS1 AS2 AS3 AS4 PP1 pp2 PP3 PP4 PP7	<p>Cette contribution, rédigée par le collectif citoyen "On n'en peut pub" regroupant les associations Greenpeace Angers, Extinction Rébellion et Justice climatique Angers, a été déposée et commentée par quatre de leurs représentants auprès du commissaire enquêteur lors de sa permanence du 15 mars. Elle était accompagnée d'une pétition remise également à cette occasion (contribution n°97 web).</p> <p>S'inscrivant dans le cadre de l'urgence climatique et se référant aux travaux récents du GIEC et de la convention citoyenne pour le climat, elle cite la régulation de la publicité extérieure comme un levier d'action permettant d'atteindre les objectifs en matière de neutralité carbone.</p> <p>La réduction de la consommation d'énergie par la publicité est certes un volet important, mais il faut combattre "l'idéologie qu'elle soutient" du fait du phénomène de surconsommation qu'elle génère.</p> <p>Le texte dénonce par ailleurs l'impact de la publicité lumineuse, grandissant depuis l'apparition des LED, sur la santé humaine et la faune nocturne. Enfin, il déplore la persistance de stéréotypes - de genres principalement - dans la conception et le contenu des messages diffusés par la publicité.</p> <p>Plus spécifiquement à Angers, le texte, tout en saluant la mise en place d'un RLPI, remet en cause certaines déclarations récentes sur la réalité de ses effets, principalement concernant l'empreinte (dimension et nombre) des panneaux publicitaires dans l'espace public.</p> <p>Il présente les revendications suivantes.</p> <p><u>Modification n°1</u> : interdire tout dispositif lumineux numérique en vitrine. A défaut les limiter à un seul écran de 0,15 m² en toutes zones et quelle que soit la taille de l'établissement.</p> <p><u>Modification n°2</u> : faire coïncider la plage d'extinction des enseignes et publicités lumineuses avec celle de la fermeture des commerces, y compris les jours d'inactivité. Par ailleurs, interdire toute publicité extérieure, y compris sur mobilier urbain entre 21h et 7h, sauf pour les abris voyageurs qui restent assujettis aux horaires d'activité de leurs lignes respectives.</p> <p><u>Modification n°6</u> : interdire toute publicité en enseigne numérique en extérieur, dans toute l'agglomération pour les établissements culturels.</p> <p><u>Modification n°9</u> : renforcer les règles de densité en portant "à 25 m la longueur d'unité foncière au delà de laquelle la publicité murale ou scellée au sol sera autorisée dans le domaine public". "Un seul dispositif (...) entre 25 et 100 m et un supplémentaires par tranche de 100m entamés" avec une "règle d'inter-distance minimum de 80m".</p> <p>Cette revendication est assortie d'une demande d'interdiction de la publicité aux abords des établissements scolaires.</p> <p>Au-delà des revendications directement liées au projet de modification du RLPI, ce texte exprime le souhait des associations signataires d'engager un processus de « révision », portant sur :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) "L'interdiction de toute publicité et enseigne numérique en extérieur dans toute l'agglomération." 2) Le suppression de la règle dérogatoire (article PC du RLPI) autorisant la publicité aux abords des monuments historiques. 3) La réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol à 4 m² maximum et à 12 m² pour les

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			publicités sur bâches de chantier. Dans sa conclusion, les signataires interpellent le " maire de faire valoir ses compétences en matière de police de la publicité ", faisant le constat de nombreuses situation d'infractions.
Réponse du maître d'ouvrage			
DM97	Anonyme	AP1 AP2 AP3 AS1 AS3 AS5 PP2 PP3 PP5 PP6 PP7	<p>Cette pétition a été remise au commissaire enquêteur le 15 mars 2024, sur le lieu de sa permanence au siège d'ALM, par un collectif d'associations intitulé "On n'en peut pub", regroupant Greenpeace Angers, Extinction Rébellion et Justice climatique Angers. Ce collectif était représenté par Messieurs Bronsard et Cioffi ainsi que deux personnes qui ont souhaité conserver leur anonymat.</p> <p>La pétition constituée de deux documents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une liasse de 12 feuillets dactylographiés comprenant, en page 1 et 2 le texte d'une pétition mise en lignes sur le site : https://link.infini.fr/vers-une-reduction-de-la-publicite-a-angers - une liasse de 23 feuillets numérotés de 1 à 24 (deux pages vides non numérotées) comprenant 208 noms manuscrits, la plupart accompagnés d'une adresse électronique et d'un code postal et, pour 24 d'entre eux d'une signature manuscrite ; 36 sont surlignés en jaune indiquant qu'ils n'ont pas été déjà comptabilisés dans la pétition en ligne. <p>Le total des noms comptabilisés dans cette pétition est donc de 658.</p> <p>Le texte, rédigé sous forme de lettre ouverte à l'attention du président d'ALM dénonce les effets néfastes de la publicité en invitant à la dénoncer sur le site de l'enquête publique.</p> <p>Situant cette action dans le cadre de l'urgence climatique, il détaille un à un les effets néfastes de la publicité : son caractère invasif invitant à la surconsommation, son impact environnemental (pollution lumineuse, effets sur la biodiversité), ses effets sur la santé (lumière bleus des LED) et sur la sécurité routière, ainsi que son coût.</p> <p>Enfin, invitant les élus à "aller plus loin" et à "montrer l'exemple", il exprime ses demandes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "l'interdiction de toute publicité lumineuse et enseigne numérique en extérieur sur tout le territoire de l'agglomération" ; - "la réduction au minimum légal de la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines" ; - "l'extinction des enseignes et publicités lumineuses intérieures et extérieures dès la fermeture du commerce" ; - "l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, comme la loi le permet" ; - "la réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol" ;

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			- " moins de publicités avec des règles de densité plus strictes " ; - " une application stricte des réglementations ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD96	TARRIEUX	PP0 SSP	Monsieur Claude Éric Poiroux et Madame Isabelle Tarrieux, respectivement PDG et directrice des Cinémas "Les 400 Coups" à Angers déposent vendredi 15 mars à 17 h 28 une contribution exprimant le souhait d'être entendus par le commissaire enquêteur. Le texte de cette déposition fait valoir la spécificité de leur activité classée " Art et essai " depuis plus de quarante ans. Il souligne le besoin de disposer d'une communication spécifique de nature promotionnelle et informationnelle à l'attention de son public, qui de ce fait ne peut être cantonnée au rang de simple publicité. Le commissaire enquêteur prendra contact avec les auteurs de cette déposition afin d'entendre leurs arguments, les informant toutefois qu'il ne leur sera plus possible d'adresser de contributions écrites.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD95	Anonyme	PP6	Cette personne anonyme émet un commentaire à quelques minutes de la clôture de l'enquête pour signaler certaines interventions récentes émanant de ce qu'il qualifie de lobbies ("lobites"). Celles-ci allant à ses yeux à l'encontre de la tendance observée jusqu'à présent en faveur d'une atténuation des principaux effets néfastes de la publicité.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD94	Fédération Nationale des Cinémas Français	PP0 SSP	La Fédération Nationale des Cinémas Français exprime ses préoccupations à l'encontre " de mesures susceptibles d'affecter la diffusion culturelle en interdisant l'affichage numérique des salles ", estimant qu'" une affiche de film, même numérique, n'est pas une publicité ". Elle souligne l'importance que revêt " l'affichage « dynamique » - les affiches de films numériques à l'intérieur des cinémas - pour les salles de cinéma " pour faire connaître au public les films à l'affiche dans les salles.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD93	Anonyme	AP2 AS3 PP1	<p>Tout en appelant de ses vœux un environnement sans publicité, cette personne anonyme souhaiterait que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « les enseignes des magasins soient éteintes entre leur fermeture et leur ouverture ; - le nombre de panneaux publicitaires soit diminué de 50% ; - la publicité sur les panneaux (NDR : extérieur ?) soit réservée aux commerces et industries locales. <p>Même si le mieux serait qu'il n'y ait plus de pub! »</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD92	Cinéville Les Ponts-de-Cé	AP1 AP3 PPO SSP	<p>Monsieur Hervouet, directeur du Cinéville des Ponts-de-Cé qui avait rencontré le commissaire enquêteur lors de sa permanence du 28 février dans cette commune, rappelle dans sa déposition "la spécificité des établissements culturels, en particulier les cinémas". Celle-ci se caractérise par la richesse de la proposition culturelle qu'ils doivent présenter chaque semaine à leur public : "en moyenne de 12 à 20 films différents, sur 250 à 400 séances".</p> <p>Il plaide donc en faveur d'un aménagement à la proposition de modification n°1 limitant à deux par établissement les dispositifs numériques en vitrine.</p> <p>Par ailleurs, soulignant la vocation culturelle des cinémas, il souhaiterait que, par souci d'équité, la règle dérogatoire (proposition n° 6) à l'interdiction en zones 1, 2 et 3, des enseignes lumineuses bénéficiant "aux équipements publics à vocation culturelle" s'applique également aux cinémas. Pour mémoire, le Cinéville est implanté en zone Enseignes en vitrine 3 de la commune des Ponts de Cé.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD91	Anonyme	AS2	<p>Cette personne anonyme interpelle en termes vigoureux le groupe JPDecaux et réfute le contenu de la déposition précédemment mise en ligne par son représentant.</p> <p>Il justifie sa crispation en mettant en cause le contenu des publicités généralement diffusées : produits de luxe, à caractère sexiste ou polluants.</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD90	BILLIARD Matthieu	AP1 AP2 PP0 SSP	<p>Le président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine et Loire, Monsieur Matthieu Billiard, a déposé une contribution de deux pages dans laquelle il rappelle en préambule le principe de concertation qui a toujours prévalu entre la CCI et ALM sur l'élaboration du RLPi et son projet de modification.</p> <p>La CCI, tout en partageant les enjeux de protection du cadre de vie et de l'environnement, souhaite voir garantis l'attractivité et le développement économique, et rappelle les principaux axes structurant ses attentes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - adopter une approche équilibrée les trois piliers du développement durable ; - garantir, pour les entreprises, le droit à l'expression et à la diffusion d'informations nécessaires à leurs activités ; - préserver un minimum d'espace de liberté pour l'innovation numérique et les mesures d'adaptation garantissant aux points de vente de conserver une capacité à communiquer. <p>Par ailleurs il rappelle les propositions et points de vigilance déjà portés à la connaissance de l'Agglomération :</p> <ul style="list-style-type: none"> - adopter une approche plus équitable entre les localisations commerciales, afin de ne pas pénaliser les activités commerciales du centre-ville par rapport à celles des périphéries ; - ne pas restreindre à l'excès les formats des écrans (NDR : sans précision de seuil) les rendant sans utilité commerciale (concerne la proposition n°1) ; - conserver le principe, approuvé par la CCI, d'une métrique de taille d'écrans exprimée en termes de surface de préférence à celle, plus contraignante, exprimée en termes de format (L x l) ; - maintenir une plage d'extinction 23 h - 9 h dans "les secteurs « centre-ville/quartiers/lignes de tramway »" réputés plus animés en soirée, mais aussi lieux où les activités commerciales et économiques s'exercent différemment (concerna la proposition n°2).
Réponse du maître d'ouvrage			
RD89	Groupe Angers Ecologique et Solidaire	AD AP1 AP2 AP3 AS1 AS2	<p>L'association intitulée "Le groupe Angers Ecologique et Solidaire" a déposé, sans mention de représentant signataire, une contribution à laquelle elle joint un fichier de deux pages reproduisant le même texte.</p> <p>En préambule l'association déplore l'omniprésence de la publicité dans l'espace public, soulignant ses conséquences en termes écologiques et sociologiques. En conséquence, le RLPi doit être :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ambitieux dans sa volonté de réduire l'empreinte de la publicité dans l'agglomération ; - exemplaire dans ses objectifs e réduction de consommation d'énergie ;
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 10 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		AS4 PP1 PP2 PP3 PP4 PP7	<p>- rigoureux en matière de contrôle de son application.</p> <p>L'association émet 11 propositions (le détail figure dans la déposition) :</p> <p>1 - interdiction de toute publicité lumineuse et enseigne numérique en extérieur, dans toute l'agglomération ;</p> <p>2 - "réduction au maximum de la publicité lumineuse et numérique à l'intérieur des vitrines", en limitant à un écran numérique par établissement (concerne la mesure n°1) ;</p> <p>3 - "interdiction totale des caissons lumineux", quel que soit le modèle (concerne la mesure n°3) ;</p> <p>4 - "extinction totale du mobilier urbain pour l'information sur tout le territoire d'Angers Loire Métropole, et plus seulement de 23h à 7h" (concerne la mesure n°2) ;</p> <p>5 - "extinction des enseignes et publicités lumineuses intérieures et extérieures dès la fermeture du commerce" (concerne la mesure n°2) ;</p> <p>6 - suppression de l'article P.C. du RLPI dérogeant à l'interdiction de publicité dans les zones énumérées à l'article L.581-8 du Code de l'environnement ;</p> <p>7 - instauration de "règles de densités plus restrictives. Et notamment l'interdiction de la publicité dans un périmètre de 500 mètres aux abords des établissements scolaires, établissements recevant des personnes mineures ou à risque" ;</p> <p>8 - "réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol à 4m² maximum et à 12m² pour la publicité sur bâche de chantier pour toute l'agglomération" ;</p> <p>9 - "adoption du "Oui pub" et plus du "Stop pub"" ;</p> <p>10 - "mise en place d'un score CO2 pour lutter contre les produits polluants" ;</p> <p>11 - "renégociation des contrats de mobilier urbain, réduction d'au moins la moitié de la publicité sur le mobilier urbain" ;</p> <p>12 - "application stricte des réglementations" par le plein exercice des pouvoirs de police conféré au "maire d'Angers"</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD88	Laporte Oriane	AP1 AP2 AS1 AS2 AS3 AS4 AS5	<p>Madame Oriane Laporte invite, dans sa déposition (rédigée en termes identiques à ceux de la déposition n°81 et 83), les élus à opérer une "régulation significative" de la publicité, faisant référence au 6e rapport du 3e groupe de travail du GIEC et à la convention citoyenne pour le climat.</p> <p>Par ailleurs, elle en dénonce les "effets néfastes" : omniprésence, caractère intrusif, incitation à la surconsommation, promotion de produits non vertueux à ses yeux, consommation énergétique, pollution visuelle et lumineuse.</p> <p>En conséquence, elle émet une première série de propositions qu'elle juge en lien avec le projet de modification :</p>
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 11 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		PP1 PP2 PP3 PP4	<ul style="list-style-type: none"> - "interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines" ; - imposer l'"extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces" ; - imposer l'"extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris", les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ; - "réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités" en tous lieux. <p>Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin "en révisant en profondeur le règlement", elle propose une seconde liste de mesures :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire toute publicité et enseigne numérique" ; - "interdire les publicités aux abords des monuments historiques" ; - "limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol" ; - "limiter au maximum la publicité quel que soit le format" ; - "interdire la publicité aux abords des écoles".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD87	GOURDON, Valentin	AP2 AS2 PP0 SSP	<p>Monsieur Valentin Gourdon, Directeur Régional Bretagne Pays de la Loire du Groupe JCDecaux a déposé une contribution sous forme d'un document de deux pages.</p> <p>Il rappelle que le terme "mobilier urbain" obéit à une définition et à un usage précisément définis dans le code de l'environnement, et qu'il pour vocation première de répondre à un besoin des usagers et qu'il n'a qu'une « vocation publicitaire accessoire ».</p> <p>Par ailleurs, il indique qu'"il ne pèse pas sur le budget des collectivités", l'ensemble des coûts d'installation, de fonctionnement et de maintenance étant financés par les recettes publicitaires.</p> <p>Enfin il souligne que, "contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité" (contrat public, autorisations d'occupation du domaine public, déclarations / autorisations préalables).</p> <p>Ce contexte posé, il estime que "le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, toute restriction à son égard au sein d'un RLPi demeure alors surabondante", indiquant qu'une limitation de ses possibilités d'exploitation pourrait avoir pour conséquence une réduction des ressources publicitaires entraînant une baisse du niveau de service attendu par ces dispositifs.</p> <p>Considérant la modification du RLPi, il relève et salue la prise en compte de la spécificité du mobilier urbain traduite dans ce projet par une différenciation des horaires d'extinction nocturne, rappelant que le principe de cette différenciation résulte du décret n°2022-1294 du 5 octobre 2022.</p> <p>Toutefois, il pointe spécifiquement la clause assimilant la publicité lumineuse sur mobilier urbain aux autres publicités en cas de</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			décision prise par arrêté municipal d'étendre les horaires d'extinction (introduite dans la modification n°2). Estimant cette clause potentiellement préjudiciable à l'éclairage des abris-voyageurs, il préconise de ne pas la retenir.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD86	Charles-Henri Doumerc	AP1 AP2 AP3 AS5 PP0 SSP	<p>Monsieur Charles-Henri Doumerc, responsable juridique de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) a déposé, au nom de cette association professionnelle, une contribution composée d'une lettre d'une page signée de son président et d'un document d'analyses et de propositions de douze pages portant sur 4 des propositions de modification du RLPi (Modifications 1, 2, 7 et 9).</p> <p>- Dans la lettre d'accompagnement, signée par Monsieur Stéphane Dottelonde, l'UPE exprime sa "grande inquiétude" à l'égard du projet de modification du RLPi, estimant qu'il est "contraire au principe de conciliation" entre les objectifs de préservation du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Par ailleurs, elle déplore le surcroît de complexité qu'il induit.</p> <p>- Le document joint, après avoir rappelé que l'UPE représente les opérateurs de la publicité extérieure, introduit son propos par un exemple montrant qu'un de ses adhérents a vu son parc réduit de 40 % par les effets du RLPi depuis 2020.</p> <p>Concernant les dispositifs lumineux en vitrine (modification n°1), l'UPE indique que "les principaux utilisateurs sont les magasins de proximité positionnés en centre-ville".</p> <p>Par ailleurs, elle indique que le format 0,15 m² ne répond pas à l'utilisation souhaitée, estimant même qu'une limite à 0,60 m² impliquerait le remplacement de la quasi-totalité des écrans dans les vitrines du centre-ville (PSMV).</p> <p>Enfin, s'appuyant sur le "guide pratique sur la publicité extérieure" édité par la DGALN, elle remet en cause la conformité légale des mesures conditionnées aux linéaires de façade, les estimant de surcroît "discriminatoires". Ces considérations la conduisent à formuler les amendements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - limiter à "un dispositif numérique maximum" (NDR : en vitrine) par façade et par rue ; - limiter son format "à 10% de la surface vitrée dans la limite de 2m² par dispositif". <p>Le document développe ensuite un plaidoyer en faveur de la "communication extérieure" reposant sur sa finalité de communication de proximité, y compris au service des Collectivités, et sur "une empreinte énergétique maîtrisée", étude chiffrée à l'appui.</p> <p>L'UPE y déclare que vouloir la pénaliser reviendrait à creuser davantage l'écart entre ce média et la communication digitale, son principal concurrent, qui pourrait, en 2030, capter 65 % des recettes de publicité. De surcroît, la communication extérieure est un employeur régional significatif (15 000 salariés sur l'ensemble du territoire).</p> <p>Concernant la modification des horaires (modification n°2), l'UPE estime que la plage d'extinction 21h - 7 h, notamment en période hivernale, se traduira par "une nouvelle perte d'audience sur des périodes de déplacements actifs au sein des villes". En conséquence, elle suggère la plage 22 h - 6 h.</p>
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole. Procès-verbal de synthèse	
		Page 13 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>Par ailleurs, elle pointe le dernier alinéa de l'article P.I. du règlement, § Prescriptions communes à l'ensemble des zones, le qualifiant d'"interprétatif et (de) source d'insécurité juridique".</p> <p>Concernant l'articulation du RLPi avec le code la route (Modification n°7), l'UPE estime qu'il n'est pas opportun d'y faire référence.</p> <p>Concernant la précision apportée sur la règle de densité (Modification n° 9), l'UPE relève que, dans le cas d'une unité foncière bordée par deux rues et présentant un pan coupé à l'intersection, ces dispositions sont de nature à empêcher la pose d'un dispositif publicitaire dans le pan coupé, réputé le plus en visibilité. Rappelant de surcroît que ces "dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière" (art R581-25 du code de l'environnement), l'UPE demande la suppression de cette proposition de modification.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD85	Didier Demilly	AD PP5 SSA	<p>Monsieur Didier Demilly dénonce dans sa déposition la situation particulière d'un panneau lumineux implanté "sur la façade du bowling silver Bowl Av Paul Prosper Guilhem", à 105 mètre de la RD 523, et qui semble avoir un effet éblouissant sur les usagers de la route.</p> <p>Par ailleurs, il pointe ce qu'il considère une anomalie dans la rédaction d'un paragraphe en p186 du rapport de présentation du RLPi (et non du projet de modification) relatif à une annexe consacrée à l'analyse du RLPi de Beaucouzé.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD84	Brichant, Anna	AP2 AS1 AS5	<p>Madame Anna Brichant préconise dans sa déposition :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'"interdire les panneaux numériques"; - d'"interdire les panneaux publicitaires rétro-éclairés"; - d'imposer l'"extinction des vitrines 1h maximum après la fermeture du commerce"; - de "mettre en place les propositions de la convention citoyenne pour le climat en matière de publicités".
Réponse du maître d'ouvrage			

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD83	Anonyme	AP1 AP2 AS1 AS2 AS3 AS4 AS5 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>Cette personne anonyme invite, dans sa déposition (<u>rédigée en termes identiques à ceux de la contribution n°81 et 88</u>), les élus à opérer une "régulation significative" de la publicité, faisant référence au 6e rapport du 3e groupe de travail du GIEC et à la convention citoyenne pour le climat.</p> <p>Par ailleurs, elle en dénonce les "effets néfastes" : omniprésence, caractère intrusif, incitation à la surconsommation, promotion de produits non vertueux à ses yeux, consommation énergétique, pollution visuelle et lumineuse.</p> <p>En conséquence, elle émet une première série de propositions qu'elle juge en lien avec le projet de modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines" ; - "imposer l'extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces" ; - "imposer l'extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris", les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ; - "réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités" en tous lieux. <p>Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin "en révisant en profondeur le règlement", elle propose une seconde liste de mesures :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire toute publicité et enseigne numérique" ; - "interdire les publicités aux abords des monuments historiques" ; - "limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol" ; - "limiter au maximum la publicité quel que soit le format" ; - "interdire la publicité aux abords des écoles".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD82	GOUESSET Anne	AP2 AS1 AS2 AS5 PP1 PP3 PP4	<p>Madame Anne Goueset invite les élus à être "à la hauteur des enjeux sociétaux et environnementaux" en régulant la publicité produisant des effets de surconsommation, de pollution lumineuse et de saturation de mise en visibilité d'écrans.</p> <p>En conséquence, elle émet les propositions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire les écrans numériques" ; - "faire éteindre dès leur fermeture les enseignes et autres publicités des magasins" ; - "enlever toute publicité commerciale pour la remplacer par du végétal ou pour passer de l'information municipale ou sur l'offre culturelle locale y compris sur les abris bus".

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD81	OZOUF Franck	AP1 AP2 AS1 AS2 AS3 AS4 AS5 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>Monsieur Franck OZOUF, invite, dans sa déposition (<u>rédigée en termes identiques à ceux des dépositions n°83, 88</u>), les élus à opérer une "régulation significative" de la publicité, faisant référence au 6e rapport du 3e groupe de travail du GIEC et à la convention citoyenne pour le climat.</p> <p>Par ailleurs, elle en dénonce les "effets néfastes" : omniprésence, caractère intrusif, incitation à la surconsommation, promotion de produits non vertueux à ses yeux, consommation énergétique, pollution visuelle et lumineuse.</p> <p>En conséquence, elle émet une première série de propositions qu'elle juge en lien avec le projet de modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines" ; - "imposer l'extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces" ; - "imposer l'extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris", les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ; - "réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités" en tous lieux. <p>Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin "en révisant en profondeur le règlement", elle propose une seconde liste de mesures :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "interdire toute publicité et enseigne numérique" ; - "interdire les publicités aux abords des monuments historiques" ; - "limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol" ; - "limiter au maximum la publicité quel que soit le format" ; - "interdire la publicité aux abords des écoles".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD80	Anonyme	AS3 PP1 PP2	<p>Cette personne anonyme estime que la diffusion de la publicité n'a de sens que si le message à faire passer concerne la diffusion d'informations d'intérêt public (municipales, culturelles, associatives, sportives, ...), excluant toute promotion à caractère commercial.</p> <p>S'agissant des supports pour diffuser ces informations, elle exclut tout dispositif consommant de l'énergie, hormis ceux qui ont un usage fonctionnel. Elle souhaite donc voir proscrits tous les écrans lumineux.</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD79	Vincent NICOLAS	AP3 PP1 PP7	Monsieur Vincent NICOLAS déclare partager les propositions (vues sur une affiche) de " réduire la densité de pub au mètre carré ou celle de faire respecter le règlement ". Il invite à " la réduire au maximum ", suivant ainsi les exemples de Grenoble ou de Lyon.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD78	Anonyme	AS1 AS5 PP1	Cette personne anonyme invite à : - arrêter (" stop à ") la publicité ; - interdire les " écrans lumineux dans les rues et les enseignes () de jour comme de nuit " ; Il suggère également de remplacer les panneaux publicitaires par du " végétal ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD77	FROGER Noël	PP1	Monsieur Noël Froger, qui avait rencontré le commissaire enquêteur lors de sa permanence au Ponts de Cé, formule une déposition qui, sous couvert de propositions d'amendements aux différents articles du règlement concernés par le projet de modification, émet une position de nature assez radicale pouvant se résumer à la suppression de toute forme de publicités et d'enseignes sur l'ensemble du territoire.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD76	Anonyme	AP1, AP2 PP2, PP3 PP7	Cette personne anonyme, dénonçant la pollution lumineuse et le gaspillage énergétique, préconise de " restreindre au maximum l'usage d'écran vidéo publicitaire et sanctionner " les infractions aux règles d'extinction. Considérant que les zones commerciales sont désertes à partir de 20 h et les centre villes à partir de 22 h, il estime que les horaires d'extinction de tous les dispositifs lumineux devraient être définis en conséquence.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD75	Frandsen Andrea	PP1 PP2 PP3	Madame Andrea Frandsen, qui avait rencontré le commissaire enquêteur lors de sa permanence aux Ponts de Cé, s'insurge contre " cette pollution visuelle " et déplore " l'énergie gaspillée pour pousser à la consommation ". Elle invite les élus à réagir et à mettre fin à " cette publicité incitant insidieusement à consommer ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD74	PIPARD Samuel	PP5	Monsieur Samuel Pipard déplore l'excès d'affichages numérisés "qui forcent le regard et gênent la vision nocturne pendant la conduite".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD73	Anonyme	AS3 PP1 PP2 PP4 PP7	Cette personne anonyme inscrit sa déposition dans le cadre des enjeux en matière de transition écologique, et de sobriété énergétique. Elle déplore en conséquence l'excès " d'enseignes numériques et lumineuses en milieu urbain où l'éclairage publique est amplement suffisant pour distinguer les commerces " et a fortiori lorsque l'activité est fermée. Par ailleurs, elle dénonce l'excès de publicités, génératrices de surconsommation, qui devraient, selon elle, être davantage dédiées aux informations et activités locales. Enfin elle enjoint la Collectivité à exercer son pouvoir de police à l'encontre des situations d'infraction au RLPi.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD72	Anonyme	PP1, PP5 PP6, SSA	Cette personne anonyme s'insurge contre l'excès de publicités qu'il observe autour du lac de Maine . Il appelle de ses vœux " la fin de ce matraquage publicitaire, gênant pour les espèces, pour la vision du conducteur, pour le passant ".
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 18 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD71	baudry emmanuel	AP2	Monsieur Emmanuel Baudry souhaite un encadrement plus strict des horaires d'extinction des écrans numérique en vitrine. En conséquence, il propose l'extinction obligatoire entre 20 h et 8 h, y compris en centre-ville, du lundi au samedi et toute la journée le dimanche.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD70	Anonyme	PP1, PP2 PP3, PP6	Cette personne anonyme déplore les effets négatifs des panneaux publicitaires, notamment des écrans lumineux : pollution visuelle, consommation d'énergie, perturbation de la biodiversité. Il appelle de ses vœux leur suppression.
RD69	Anonyme	PP3	Cette personne anonyme fait part de son mécontentement récurrent et " <i>viscéral</i> " à propos de la pollution lumineuse dont elle constate régulièrement l'ampleur, de nombreux dispositifs lumineux restant allumés la nuit. Elle déplore le manque d'intérêt de " <i>la classe politique</i> " à l'égard de cette cause.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD68	Anonyme	AS3 PP2 PP3 PP6	Cette personne anonyme invite Angers à " <i>davantage affirmer par des actions concrètes son statut de ville verte</i> ". Elle déplore l'excès d'enseignes lumineuses et de vitrines allumées toute la nuit, en termes de pollution lumineuse, de consommation énergétique et d'impact sur la biodiversité. Elle propose par ailleurs de dédier les espaces occupés par la publicité - génératrice de pollution visuelle - apposée dans des endroits stratégiques à des communications à caractère pédagogiques sur des thèmes environnementaux (compostage, mobilité douce).
Réponse du maître d'ouvrage			

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD67	Anonyme	PP1, PP2 PP3, PP4	Cette personne anonyme condamne " toute cette pollution visuelle " et déplore " l'énergie gaspillée pour pousser à la consommation ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD66	Anonyme	PP3 SSA	Cette personne anonyme dénonce l'excès - jugé " agressif " - de panneaux lumineux, pointant spécialement " celui de l'horloge quartier lac de Maine ". Elle interroge par ailleurs sur la mise en place de nouveau panneaux dans ce secteur.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD65	Lancelot, Véronique	AP1 AS1 AS3 PP1 PP2 PP4	Madame Véronique Lancelot s'insurge contre l'omniprésence de la publicité, en dénonçant le paradoxe existant entre - d'une part la surconsommation à laquelle elle incite et la frugalité à laquelle sont invités les citoyens ; - d'autre part l'énergie qu'elle consomme - la nuit notamment - et les appels à la réduction de nos dépenses en ce domaine. Elle préconise donc : - de " supprimer toutes les publicités lumineuses de la ville ", et de l'interdire dans les vitrines des magasins ; - de supprimer " tous les panneaux publicitaires visant à la surconsommation et à la consommation de produits à forte empreinte carbone ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD64	Anonyme	PP1 PP2 PP4	Cette personne anonyme appelle les élus à agir de toute urgence - en mettant " fin à cette publicité incitant insidieusement à consommer " ; - en mettant fin à cette consommation électrique inutile. " Afin de préserver les générations futures ".

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage e			
RD63	BRONSARD Melaine	AP1 AP2 AP3 AS1 AS2 AS4 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>Madame Melaine Bronsard inscrit sa déposition dans la cadre de la lutte contre le réchauffement climatique et fait référence à la régulation de la publicité, "<i>mise en avant par le 3e groupe de travail du GIEC (...) et par la convention citoyenne pour le climat dans ses propositions</i>".</p> <p>Elle dénonce les principaux néfastes qu'elle attribue à la publicité : consommation de ressources et d'énergie, messages véhiculés discutables, pollution lumineuse, appel à la surconsommation.</p> <p>En conséquence elle propose une première série de mesures en lien avec le projet de modification :</p> <p>- "<i>interdiction des publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines</i> (modification N°1)"</p> <p>- "<i>horaires d'allumage des publicités et enseignes intérieures et extérieures conditionnés aux horaires d'ouvertures du commerce et extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux entre 21h et 7h, mobilier urbain compris. À l'exception des abris voyageurs qui devraient être conditionnés aux horaires de circulation des lignes les desservants</i> (modification N°2)"</p> <p>- "<i>interdiction des publicités et enseignes numériques sur les établissements culturels</i> (modification N°6)"</p> <p>- "<i>une seule publicité admise par unité foncière, et à partir de 50m de long uniquement</i> (modification N°9)"</p> <p>Mais au delà, Madame Bronsard milite en faveur d'une révision du RLPi visant à réduire au minimum la publicité dans l'espace public, sans pour autant l'interdire.</p> <p>Dans cette perspective elle recommande de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - "<i>interdire toute publicité et enseigne numérique de manière générale</i>" ; - "<i>interdire les publicités aux abords des monuments historiques lieux remarquables</i>" ; - "<i>limiter la surface des publicités à 4m² pour les panneaux muraux et scellés au sol et 12m² pour les bâches de chantier</i>". <p>Par ailleurs elle suggère de profiter de l'opportunité offertes par les prochaines renégociations de contrats de mobilier urbain, d'ajouter une clause pour favoriser la communication des commerces locaux.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD62	Anonyme	PP1	<p>Cette personne anonyme interpelle la Collectivité : "<i>Supprimez les panneaux publicitaires dans toute la ville</i>".</p> <p>Sans autre commentaire</p>
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		<p>Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.</p> <p>Procès-verbal de synthèse</p>	
		Page 21 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD61	Anonyme	PP1 PP3	Cette personne anonyme demande de " stopper l'affichage de pubs en surnombre dans la ville d'Angers. " Elle dénonce autant la pollution lumineuse que la pollution générée par la consommation de papier pour un affichage éphémère.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD60	Anonyme	AS1 AS4 PP2	Cette personne anonyme demande ; - " de réduire les spots publicitaires ", invoquant leur caractère intrusif dans sa vie quotidienne ; - " de réduire les publicités lumineuses dans la métropole d'Angers ", afin d'économiser les ressources énergétiques et de les réorienter vers des activités plus vertueuses (hôpital). Elle ajoute que cette mesure ne pourrait qu'être bénéfique à la biodiversité, plus spécifiquement à la faune nocturne. Elle joint par ailleurs à sa déposition un lien vers une pétition en ligne : https://agir.greenvoice.fr/petitions/moins-de-pub-a-angers-c-est-possible (NDR : le résultat de cette pétition a été remis au commissaire enquêteur. Voir n°DM97.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD59	Elie Doublet	AS1 AS3	Monsieur Elie Doublet se déclare : - " Contre la publicité lumineuse et numérique. " - " Contre la publicité incitant à la surconsommation, celle des grandes firmes ++ " - " Pour la promotion d'initiatives locales et culturelles ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD58	Emmanuelle	PP1	Cette personne, se présentant sous le prénom Emmanuelle, se déclare " CONTRE toute publicité dans l'espace public ".
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 22 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD57	Anonyme	PP7 SSA	Cette personne anonyme signale divers exemples de lieux éclairés en plein jour (spots en vitrines, couloirs de résidence pour défaillance de minuterie), et déplore l'absence de motivation des responsables à prendre les mesures correctives (« une « brigade municipale » anti-gaspi ? »)
Réponse du maître d'ouvrage			
RD56	Longuet Mélanie	AP1 AS1 AS4	Madame Mélanie Longuet recommande de : - " réduire la publicité lumineuse, dont le numérique en intérieur et en extérieur " - " interdire la publicité aux abords des monuments historiques " - " réduire les surfaces d'affichage et renforcer les règles sur la densité des publicités "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD55	Anonyme	AP1 AP2 AS2 PP4	Cette personne anonyme, soulignant l'urgence climatique, et appelant à la sobriété en matière d'énergie et de ressource ainsi qu'à la lutte contre la surconsommation propose : - d'" interdire tous les écrans publicitaires, en vitrine et dans l'espace public, de jour comme de nuit " ; - de " supprimer tous les panneaux publicitaires aux arrêts de bus " ; - d'" imposer l'extinction des enseignes des commerces dès leur fermeture et jusqu'à leur ouverture le lendemain matin, ainsi que leur extinction les jours où ces commerces sont fermés ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD54	Moreau Christophe	AD PP3	Monsieur Christophe Moreau fait observer que, " concernant la Pollution visuelle, il y a aussi le problème des caisses enregistreuses avec les écrans et certaines armoires réfrigérées avec des éclairages qui restent allumés dans les magasins toutes la nuit. "
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 23 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD53	Jean-Marie DELALANDE	AP1 AP2 AP3 AS1 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>L'association Paysages de France (PdF) a déposé une contribution de quatre pages (reproduite intégralement en annexe).</p> <p>Dans son préambule, l'association PdF dénonce les modèles économiques incitant "à la surconsommation", et générant une course au profit à laquelle contribue largement la publicité qu'elle considère comme "un des vecteur majeur" du réchauffement climatique.</p> <p>De ce fait les règlements locaux de publicité doivent "réduire drastiquement la place de publicités et enseignes...". Se félicitant de la prise en compte d'éléments nouveaux, PdF déplore toutefois l'absence dans le projet de modification du RLPi - qu'elle qualifie de "cosmétique" - de réflexion sur la "place de la publicité commerciale et des enseignes dans l'environnement quotidien".</p> <p>Le document développe quatre thématiques, assorties de propositions :</p> <p>1) Publicités et enseignes lumineuses derrière les vitrines (concerne la proposition n° 1)</p> <p>Considérant la publicité lumineuse en vitrine cause de "dégâts environnementaux", l'association PdF propose d'interdire toute publicité lumineuse sans lien avec l'objet de l'activité du commerçant qui l'héberge, ainsi que toutes les enseignes numériques en vitrine. Elle assortit sa proposition d'"autoriser uniquement les enseignes éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m²".</p> <p>2) Règles d'extinction (concerne la proposition n° 2)</p> <p>Saluant la perspective d'élargissement de la plage horaire d'extinction obligatoire de la publicité lumineuse, PdF dénonce la clause dérogatoire appliquée au mobilier urbain estimant peu crédible sa justification relative aux informations de service public, et sous-entendant le souci de satisfaire les entreprises publicitaires opérant ce type d'équipements. Elle demande donc d'assujettir les mobiliers urbains aux mêmes plages d'extinction que les autres dispositifs.</p> <p>Par ailleurs, concernant les enseignes lumineuses, PdF estime qu'à partir de l'heure de fermeture de l'activité et jusqu'à sa réouverture, elles s'apparentent à de la publicité. L'association propose ainsi de faire coïncider leur plage d'extinction strictement avec celle de l'activité des établissements, plus ou moins une heure le cas échéant.</p> <p>3) Mesures concernant les auvents, marquises et balcons (concerne les propositions n° 4 et 5)</p> <p>Sans formuler d'objection sur ces mesures, PdF regrette que le projet de modification n'ait pas ciblé des dispositifs "plus impactants sur le paysage" comme les enseignes scellées au sol (atteignant 4 ou 6 m² en zones 3 et 4) ou les enseignes numériques de 8 m² en zone 4.</p> <p>4) Enseignes numériques (concerne la proposition n° 6)</p> <p>L'association PdF estime que la vocation culturelle des messages diffusés ne suffit pas à justifier de clauses dérogatoires aux règles d'implantation d'enseignes numériques.</p> <p>Elle propose "de limiter la surface des enseignes numériques sur les établissements culturels à 2 m²" et d'"imposer l'extinction de ces enseignes de 21 h à 7 h (sauf pendant les heures de fonctionnement)"</p>
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.		Page 24 sur 48
Procès-verbal de synthèse			

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>5) Règles de densité (concerne la proposition n° 9)</p> <p>L'association PdF estime que la complexité des règles proposées en zone 3, 4 et 5 les rendent "inapplicables", alors que les zones 6a et 6b sont régies "uniquement par le règlement national de publicité qui autorise de nombreuses dérives".</p> <p>Elle propose d'instaurer une "nouvelle règle de densité, en limitant l'installation de panneaux publicitaires à un par unité foncière, sous réserve que la longueur de l'unité foncière bordant la voie publique soit supérieure à 50 m."</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD52	Fleurette	PP1 PP5	<p>Cette personne, s'exprimant sous le nom ou le pseudonyme de Fleurette, souligne la dangerosité des "panneaux publicitaires lumineux avec changement de page de pub", qui captent davantage l'attention.</p> <p>Plus généralement, dénonçant l'excès d'espace accordé à la publicité et ses conséquences en termes de consommation et d'impact écologique, elle invite la collectivité à faire "un choix de santé sociétale" en redoublant d'efforts pour en réduire l'emprise dans l'espace public.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD51	Guillaume GRACIEUX	AS1 AS3 PP1 PP2 PP4	<p>Monsieur Guillaume GRACIEUX souhaite un encadrement de la publicité dans les villes.</p> <p>Il dénonce en premier lieu l'excès de consommation d'énergie des panneaux lumineux, du fait de leur grand nombre, au regard de leur faible valeur ajoutée, et propose de "les interdire entièrement."</p> <p>Par ailleurs, sans remettre en cause le principe consumériste, il déplore le phénomène de surconsommation induit par la publicité et propose d'encadrer son usage dans les villes en interdisant la promotion de certains produits réputés nocifs pour l'environnement (voitures thermiques, certains composants de smartphones, fast fashion,...)</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD50	Romain Laveau	AP1 AP2 AS3	<p>Monsieur Romain Laveau souhaite que la "révision" du RLPi aboutisse à une meilleure régulation de "l'espace laissé aux messages publicitaires sur notre espace public". Il dénonce l'excès de dépenses énergétiques induit par la publicité et le phénomène de surconsommation qu'il génère.</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		AS4 PP1 PP2 PP4	Il invite la collectivité à " aller plus loin " en formulant cinq propositions : - " extinction complète des panneaux lumineux et numériques sur voirie ", y compris des abris bus éclairés indépendamment du panneau publicitaire. - tendre " vers l'extinction complète des enseignes commerciales " - " réduire au maximum la luminosité et la taille des écrans (30x50cm) à l'intérieur des commerces quelle que soit la zone ", dans un souci d'équité entre quartiers - " interdire la publicité aux abords des écoles ". - " réduire le plus possible les surfaces d'affichage " ainsi que " la densité des publicités quel que soit le quartier ou la commune ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD49	Anonyme	AS1 AS3 AS4 PP1 PP2 PP4	Cette personne dénonce les injonctions contradictoires qu'il perçoit de la part de la parole publique qui promeut la stimulation de la croissance, dont la publicité est un des leviers, tout en appelant à la sobriété énergétique, dont la publicité lumineuse est un contre exemple. Déplorant le phénomène de surconsommation qu'elle génère, il estime que " la publicité est encore beaucoup trop présente dans l'espace public ", par sa localisation (abords des écoles et des monuments historiques) ou par la grande taille des supports (entrée de ville, par exemple secteur Grand Maine). et invite la Collectivité à plus d'exemplarité et d'ambition en interdisant " au moins toutes les publicités lumineuses et toutes les publicités vantant les produits les plus climaticides et polluants (malbouffe, fast fashion, Voiture (même électriques car néfastes pour les ressources de la planète), voyage en Avion, 5G... ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD48	Anonyme		Contribution faisant « doublon » avec la n° RD49
RD47	sellier Jean	AP1 AS2	Monsieur Jean Sellier se déclare en faveur d'une restriction de la publicité lumineuse qui consomme de l'énergie, génère de la pollution lumineuse, voire des gênes pour le voisinage, et dont l'efficacité lui paraît - à ce titre - discutable.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD46	Anonyme	AP1 AS2	<p>Cette personne anonyme soulève la question des écrans digitaux de publicité en vitrine (NDR : cette pratique permet à des publicitaires de louer à des entreprises des espaces disponibles dans leurs vitrines pour y installer des écrans numériques diffusant des publicités).</p> <p>Il signale, photo à l'appui, avoir vu plusieurs d'entre elles, appartenant au groupe Phenix, en fonctionnement un dimanche en différents endroits du centre-ville d'Angers, alors que les magasins qui les abritaient étaient fermés.</p> <p>S'interrogeant sur l'existence d'un lien entre les gérants des magasins et le groupe en question, il invite la communauté urbaine "à agir".</p> <p>Par ailleurs, il demande l'interruption du contrat entre la ville et l'entreprise JCDecaux.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD45	Anonyme	AS4, PP1 PP7	<p>Cette personne anonyme fait part de son exaspération "La pub, ça suffit !!! Enlevez tout !". Par ailleurs, il souhaite un renforcement des contrôles des "vitrines abusives".</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD44	Lorna Calie	AS3 PP1	<p>Madame Lorna Calie estime que la publicité est devenue inutile Elle serait à ses yeux avantageusement remplacée par des messages prévenant les violences et/ou les discriminations existantes.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD43	Anonyme	AS1	<p>Cette personne anonyme estime qu'"il faut arrêter ces illuminations lumineuses nocturnes inutiles", en interdisant, dès 21h, tout éclairage, y compris à l'intérieur des enseignes. Il conviendrait également d'inciter les personnes concernées "à bien tout débrancher ou couper l'alimentation des multiprises".</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD42	ROUTHIAU Nicolas	PP3	M Nicolas ROUTHIAU ne perçoit pas l'intérêt de ce " mode de communication " (sans préciser lequel). Il invite à s'opposer à toute pollution lumineuse, par égard aux générations futures
Réponse du maître d'ouvrage			
RD41	ROUTHIAU Nicolas		Contribution faisant doublon avec la n° RD42
RD40	Anonyme	PP1 PP3	Cette personne anonyme " souhaite la disparition de toute Pollution visuelle de type publicitaire dans l'agglomération (voirie, mobilier urbain, panneau publicitaires, etc.) "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD39	Graveleau Monique ANPCEN	AP1 AP2 AS2 AS4	<p>L'Association nationale pour la protection du ciel et de l'environnement nocturnes (ANPCEN) partage les objectifs de réduction des nuisances lumineuses mais demande 4 modifications.</p> <p>Les deux premières sont directement liées au projet de modification du RLPi :</p> <p>1 - Écrans numériques installés à l'intérieur des vitrines : l'ANPCEN demande à n'autoriser en vitrine qu'un seul écran numérique de 0,15m² quels que soient la dimension du bâtiment et/ou la zone d'implantation. Cette mesure est assortie d'une obligation d'extinction dès la fermeture d'activité jusque, au plus tôt, à l'ouverture d'activité y compris pour les panneaux rétroéclairés comme par exemple des agences immobilières.</p> <p>2 : horaires d'extinction obligatoire de la publicité et des enseignes : l'ANPCEN demande de d'étendre la plage horaire d'extinction pour l'ensemble des dispositifs lumineux strictement entre la fermeture d'activité jusque, au plus tôt, à l'heure d'ouverture de l'activité.</p> <p>Les deux mesures suivantes s'apparentent à des demandes de modification supplémentaire au RLPi.</p> <p>3 - La mesure 3 concerne les enseignes numériques en zone 4 (Enseignes) : "pour les enseignes numériques apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur : leur surface maximale ne doit pas être limitée à 8 mètres carrés mais 2 fois moins."</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			4 - La mesure 4 concerne les Publicités numériques sur mobilier urbain : " A interdire pour la publicité à titre accessoire/commerciale sauf éventuellement zone commerciale, extinction de 21h à 8h et la limiter à 1 m². "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD38	France Nature Environnement Anjou	AP1 AP2 AP3	<p>L'association France Nature Environnement Anjou (anciennement "Sauvegarde de l'Anjou") a déposé le 29 février une contribution de 5 pages.</p> <p>Dans son préambule, elle rappelle son fort investissement à l'occasion de l'élaboration du RLPi, dont elle avait loué la démarche tout en regrettant, dans le texte adopté in fine, un champ encore excessif de possibilités d'affichage sur le territoire. A cet égard, elle indique qu'une procédure de révision serait nécessaire.</p> <p>Elle salue par ailleurs la mesure d'encadrement de la publicité qui constitue à ses yeux la principale motivation de la présente enquête sans perdre de vue les autres mesures correctives qui, pour certaines souffrent d'un déficit d'explications.</p> <p>S'ensuit une analyse point à point des 11 mesures proposées.</p> <p><u>1 - Règlementation des dispositifs lumineux en vitrines</u></p> <p>En total accord avec les objectifs poursuivis, FNEA exprime des réserves sur leur traduction concrète comme la surface excessive des écrans en zone 2. Par ailleurs, elle voit, dans le principe de limitation à 2 écrans par établissement, une incitation pour les 90% d'entre eux qui n'en ont aujourd'hui qu'un seul, à augmenter leur nombre d'écrans.</p> <p><u>2 - Modification des horaires d'extinction de la publicité et des enseignes</u></p> <p>FNEA soutient le créneau d'extinction retenu (21h-7h), qui va dans le sens de la proposition faite lors de l'élaboration du RLPi (19h-8h).</p> <p>Elle considère en revanche totalement incompréhensible la mesure dérogatoire appliquée au "mobilier urbain accueillant de la publicité à titre accessoire". Si elle admet l'application de cette dérogation aux abris-voyageurs sur les lignes qui le justifient, elle ne l'estime absolument pas justifiée dans tous les autres cas, notamment pour les panneaux publicitaires double faces, estimant qu'en l'espèce ALM "prend le risque majeur d'une suspicion de céder aux pressions de la société JCDecaux".</p> <p>La modification de ce point constitue « la réserve majeure du présent avis ».</p> <p><u>3 Modification de l'article E.2.6 et ajout d'un article E.1.6 et E.3.6</u></p> <p>Exprimant une réserve, faute d'illustration parlante, à la perspective d'autorisation de nouveaux modèles d'enseigne en zone 2, FNEA soutient l'interdiction d'implanter des enseignes lumineuses sur lambrequins de store banne ou parasol en zones E.1, E.2 et E.3.</p> <p><u>4 - Modification des règles relatives aux enseignes sur marquises et auvents Articles E.1.2, E.2.2, E.3.2</u></p> <p>FNEA n'exprime "pas d'opposition de principe", mais exprime un doute sur le fait que l'enseigne désormais autorisée sur marquise et auvent ne vienne s'ajouter à une enseigne déjà apposée sur la façade.</p>
Arrêté n° E23000197/49 du 9 novembre 2023		Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.	
		Procès-verbal de synthèse	
		Page 29 sur 48	

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p><u>Modifications 5 à 11</u> : FNEA n'exprime pas de remarque, tout en soutenant particulièrement la modification n°6.</p> <p>En conclusion, FNEA partage les objectifs poursuivis par ce projet de modification, sans perdre de vue la perspective d'une révision du RLPi.</p> <p>Mais elle exprime une réserve appuyée sur ce qu'elle considère une exception "incompréhensible et inacceptable" accordée à « l'unique exploitant » de mobilier urbain.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD37	Anonyme	AS4, PP2 PP4, PP6	<p>Cette personne anonyme estime nécessaire de limiter la place et l'expansion de la publicité dans l'espace public afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - protéger le patrimoine architectural et les espaces publics ; - réduire la consommation énergétique "dans une période ou la "fin de l'abondance" et la "sobriété" sont encouragés" ; - éviter de pousser à la surconsommation.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD36	Anonyme	AP2	Cette personne anonyme estime qu" Il faut éteindre toutes les vitrines et lumières superflues. "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD35	Anonyme	PP2 PP3	Cette personne anonyme fait part de son incompréhension sur l'usage encore autorisé d'écrans lumineux qui, « à l'heure de la sobriété énergétique, (...) devraient être interdits ». De plus, ils contribuent à la pollution visuelle.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD34	Pineau Pierre	PP1, PP2 PP3	Monsieur Pierre Pineau souhaite que tous les dispositifs de publicité consommateurs d'énergie (éclairage, écran, rouleau,...), soient retirés au bénéfice de supports plus simples, statiques, non énergivore et moins producteur de pollution visuelle ou sonore.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD33	Anonyme	AP2, PP2 PP3, PP5	Invoquant des raisons de sécurité, de pollution et d'économie, cette personne anonyme souhaite l'extinction obligatoire de tous les panneaux publicitaires, publics et privés, de la tombée de la nuit jusqu'au lever complet du jour. " Et cela toute l'année, en toute saison. "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD32	VAILLANT	AP1 AP2	Monsieur Felipe VAILLANT propose de doter " tous les dispositifs lumineux en vitrine " d'un " dispositif d'extinction automatique en dehors des horaires d'activités (23h à 6h par exemple) ". Il propose par ailleurs que : " Ces dispositifs permettront uniquement l'affichage d'informations liées à l'intérêt général : - environnement - citoyenneté, santé - solidarité excluant les publicités à caractère commercial. " Sans toutefois préciser si cette dernière proposition représente une dérogation à l'obligation d'extinction la nuit ou si elle s'applique pendant les horaires d'allumage autorisés.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD31	Anonyme	AP2 AS4	Cette personne anonyme souhaite : - d'une part l'extinction des enseignes et des magasins dès 19h, soit à la fin des heures d'ouvertures de leur commerce. - d'autre part de ne plus augmenter le nombre d'affiches publicitaires au sein de la métropole.
Réponse du maître d'ouvrage			

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD30	Anonyme	AP2 PP1 PP5	Cette personne anonyme salue ce qui a déjà été fait et propose quelques mesures pour aller plus loin : - extinction des " écrans publicitaires dans les vitrines et en boutique lorsque les magasins sont fermés " ; - interdire " tout écran lumineux publicitaire proche d'une route car ça gêne la conduite surtout la nuit " ; - supprimer toute publicité sous les abris bus, celle-ci imposant parfois le désagrément de devoir cohabiter avec certains messages et/ou images jugés inappropriés ; - tenir les panneaux d'affichage publics éloignés des écoles estimant qu'ils servent régulièrement de support à des " messages extrémistes contre les familles homo parentales (...) " ou à des publicités inadaptées à des enfants.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD29	Orhon didier	SSA	Monsieur Didier Orhon, habitant Ecoflant, signale que dans la ZI de sa commune, une entreprise pose des panneaux solaires, ainsi qu'une " nouvelle énorme enseigne lumineuse ", laquelle est visible de l'autoroute. Il signale par ailleurs la présence de chauves-souris qui pourraient être potentiellement perturbées, ainsi qu'il le ressent lui-même par " ces changements imposés à la vue de tous. " Il se demande qu'en penser ?
Réponse du maître d'ouvrage			
RD28	Angeline	AS1 PP3	Madame Angeline Le Guay souligne le surcroît de pollution lumineuse apporté par la publicité lumineuse, estimant incohérent " de continuer à la maintenir alors que les éclairages publics sont réduits la nuit ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD27	Lecourbe Jean-louis	PP1, PP2 PP3, PP4 PP6	Monsieur Jean-Louis Lecourbe estime que la publicité " défigure " inutilement la ville car : - chacun connaît son besoin sans qu'il soit nécessaire de l'inciter à consommer ; - les coûts de publicité entrent dans la composition du prix des produits et services ; - la publicité, conçue pour agir parfois de façon intrusive sur l'individu, s'apparente à de la manipulation ; - " la publicité consomme de l'énergie et des matières qui seraient bien utiles ailleurs ".

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD26	Anonyme	AS3 PP1 PP3 PP5 SSA	Cette personne anonyme souhaite " que la publicité n'envahisse plus l'espace public et cesse d'enlaidir la ville. " Elle dénonce par ailleurs la présence de " <i>publicités pour de l'alcool devant des établissements scolaires, place Monprofit notamment.</i> " Elle considère que " la publicité sur écran constitue une Pollution visuelle ainsi qu'une source de distraction supplémentaire pour les conducteurs " Enfin elle « demande le non renouvellement des contrats avec l'entreprise JCDecaux ».
Réponse du maître d'ouvrage			
RD25	Anonyme	PP1	Cette personne anonyme considère panneaux publicitaires inutiles, estimant avoir d'autres moyens à sa disposition pour trouver ce dont elle a besoin. Leur suppression rendrait les villes "beaucoup plus agréables sans ces verrues".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD24	Anonyme	PP1 PP2 PP3	Cette personne anonyme estime que " les panneaux, affiches, et écrans publicitaires sont des pollutions visuelles et des dépenses énergétiques inutiles ", dont on n'a pas besoin " pour savoir ce que l'on doit/peut consommer ou pas ". Par ailleurs, elle invite " les services publics à montrer l'exemple ", " à l'heure où l'on demande à chacun de la sobriété ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD23	Anonyme	PP1 PP4	Cette personne anonyme ayant remarqué que l'agglomération " avait voté l'urgence climatique " estime " urgent de supprimer la publicité de l'espace public. " Saluant la position de Monsieur Béchu à propos de la campagne de l'ADEME sur les " dévendeurs ", il considère la publicité comme un appel malvenu à la (sur)consommation.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			Il demande explicitement la suppression de " ces publicités ", et à leur remplacement par des espaces végétalisés, sur le mode de ce qui se fait à Grenoble.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD22	LIGNIE Nicolas	PP1 PP2 PP3	Monsieur Nicolas LIGNIE considère que " la publicité a un impact fort sur l'environnement et le cadre de vie des habitants de la métropole ", en enlaidissant la ville. Il souligne par ailleurs l'impact carbone produit par les écrans lumineux. Il demande " de la réduire au maximum, voire totalement ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD21	Bertrand Lisa	AS1 AS4 PP7	Monsieur Bertrand Lisa demande : - " la réduction de la publicité lumineuse, dont le numérique, en intérieur et en extérieur ". - l'" interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques ". - la " réduction des surfaces d'affichage " et le " renforcement des règles sur la densité des publicités ". - l'" application stricte de la réglementation ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD20	Raulin Marc	AS4 PP1 PP2	Monsieur Marc Raulin, demeurant dans la Sarthe, compte s'installer prochainement à Angers. Dans cette perspective, il émet le souhait de voir les publicités " limitées afin de préserver la beauté de la ville ". Par ailleurs dans le souci de réduire collectivement la consommation d'énergie, il suggère de " l'utiliser pour des activités plus essentielles, comme se chauffer par exemple ".
RD19	Raulin Marc		Contribution faisant doublon avec la n° RD20

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD18	Anonyme	PP1 PP2 PP4	Cette personne anonyme déclare qu'"à l'heure où le climat connaît une trajectoire dramatique, il convient de modifier radicalement nos modes de (sur)consommation." Elle ajoute que " le monde de la publicité appartient au passé. Comme la ville de Grenoble, Angers doit refuser que les publicités envahissent l'espace public. "
Réponse du maître d'ouvrage			
RD17	Anonyme	PP1 PP2 PP3	Cette personne anonyme estime qu'il " est juste logique d'interdire les publicités lumineuses (enseignes et abris de bus...) ". Considérant l'urgence écologique, une telle mesure est de nature à réduire la consommation d'énergie, la pollution lumineuse, mais aussi les incitations à surconsommer.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD16	LESTAGE Amalia	AS2 AS3 PP1 PP2 PP4	Madame Amalia LESTAGE, estimant " les élus (...) sur des modèles d'un autre temps (sur de nombreux sujets) " s'insurge contre les publicités retro éclairées qu'elle considère comme une " honte ", notamment dans les abri-voyageurs lorsqu'elles présentent des images de femmes dénudées. Elle ajoute que la multiplicité de panneaux, souvent de grande taille, aux entrées de ville donne une image dégradée de la ville. Plus généralement, estimant la publicité principalement au service " des grands groupes nationaux et internationaux ", elle demande aux élus d'engager une réflexion approfondie en vue de la réduire de façon plus ambitieuse, et au commissaire enquêteur d'émettre une réserve en ce sens.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD15	Anonyme	AP2	Cette personne anonyme propose d'aligner les " temps d'extinction " sur les horaires de fermeture et d'ouverture des activités.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD14	cosnard clotaire	AS1 AS2 AS3 AS4 PP2	<p>Monsieur Clotaire Cosnard, se référant à politique d'ALM en faveur de la sobriété énergétique et de la transition écologique, souhaite que la diffusion de la publicité ne puisse se faire qu'à la condition de ne pas consommer d'énergie. Il ajoute que "les publicités lumineuses ne soient pas possible pour les entreprises", contribuant ainsi à l'effort de réduction de la consommation d'énergie.</p> <p>Il souhaite par ailleurs la mise en place d'une règle sélective excluant l'accès à la publicité de tout produit ou service réputé émetteur de CO2 ("voitures, téléphone ou pour les fast-food").</p> <p>De surcroît, il propose "qu'aucune publicité ne puisse dépasser les 2m²."</p> <p>Enfin s'agissant des abris-voyageurs, il propose d'y réserver les publicités aux collectivités, associations ou acteurs culturels. A cet égard, il ajoute un commentaire qui semble indiquer(1) qu'il assume de privilégier ainsi l'intérêt général aux recettes publicitaires provenant d'entreprises privées, à l'exception peut-être de messages publicitaires invitant à un comportement écologique vertueux.</p> <p>(1) il s'agit là d'une interprétation du commissaire enquêteur des propos de l'auteur dont la formulation littérale peut prêter à confusion.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD13	Landes François	AP1 AS1 AS3 AS4 PP1 PP4	<p>Monsieur François Landes rappelle que la Convention citoyenne pour le Climat a formulé une proposition visant à "réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation".</p> <p>Il en déduit quatre propositions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - réguler de façon sélective la publicité en l'interdisant "de manière efficace et opérante" pour les "produits les plus émetteurs de GES"; mais aussi la réguler dans le but de réduire la surconsommation, y compris par des mentions incitatives. 2. "interdire les illuminations des enseignes, des vitrines et des écrans dans les commerces la nuit" 3. "interdire les panneaux publicitaires numériques". 4. "interdire l'éclairage des panneaux publicitaires rétroéclairés".

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
Réponse du maître d'ouvrage			
RD12	Beaumont Jean Marie	AP2 PP7	<p>Monsieur Jean Marie Beaumont abonde dans le sens d'un encadrement de toutes les communications, numériques ou non, qui "troublent et perturbent l'environnement et la concentration des usagers qui passent."</p> <p>Pour autant, il juge beaucoup trop volumineuses et complexes les réglementations en vigueur (ou envisagées) au point de les rendre inaccessibles à la compréhension du public et réservées à l'usage de quelques spécialistes. De sorte qu'elles perdent de leur portée et risquent de ne pas être convenablement appliquées.</p> <p>Dans le souci de "faire simple", il préconise donc :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'appliquer les mêmes règles pour tous les acteurs et équipements diffusant des messages, qu'ils soient publics ou privés, estimant que toute différence de traitement sera vue comme un passe-droit ; - de laisser des marges d'initiatives "aux élus de terrain, donc aux conseils municipaux". <p>Enfin, il interroge sur la capacité de contrôle de la puissance publique et demande quelles sanctions seront appliquées en cas d'infraction, laissant entrevoir sa perplexité quant au respect des mesures envisagées.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD11	Lize Françoise	AS3	<p>Madame Françoise Lize exprime son vif mécontentement à la vue des "publicités affichées pour les sous-vêtements féminins", évoquant notamment une recrudescence de ce type d'annonces observée en février avant la St Valentin.</p>
Réponse du maître d'ouvrage			
RD10	Christophe Grevin	PP1 PP2 PP3	<p>Monsieur Christophe Grevin déclare la publicité et les écrans "nocifs pour notre santé, nos imaginaires, les efforts de sobriété, le climat, la biodiversité et les ressources de la planète".</p> <p>Mise en perspective d'un "petit bénéfice financier pour quelques-uns", elle devrait selon lui être réduite au maximum.</p>
RD9	John	AP2, AS1 AS3, PP1	<p>Monsieur John Cioffi dénonce les publicités numériques comme sources de consommation d'énergie et de pollution visuelle, et d'appel à la surconsommation. Il préconise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de "réduire fortement la quantité de dispositifs de publicité numérique (écran géant, écran dans les enseignes même...)" ;

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		PP2, PP3 PP4	- d'imposer l'extinction de ces dispositifs entre 20h et 9h ; - d'interdire toute publicité aux abords des écoles, collège ou lycée.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD8	Geslot		Contribution faisant « doublon » avec la n° RD7
RD7	Geslot	PP1 PP2 PP3	Monsieur (ou Madame) Geslot se déclare " totalem^{ent} en accord avec cette action non violente ". Estimant le contexte critique pour l'avenir de notre planète et de ses ressources, cette personne juge les panneaux publicitaires lumineux envahissants et les qualifie de " complètement archaïques et dépassés " au regard de l'énergie électrique qu'ils consomment et de la pollution visuelle qu'ils produisent. Elle appelle par ailleurs de ses vœux la mise en place d'une vraie politique urbaine.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD6	Dupin Julie	AS5 PP1 PP3	Madame Julie Dupin dénonçant la pollution, visuelle le jour et lumineuse la nuit, propose de planter "des arbres, arbustes, fruitiers en remplacement des panneaux publicitaires". Elle souligne par ailleurs les effets perturbateurs de la publicité lumineuse nocturne sur les écosystèmes et pour l'observation du ciel.
Réponse du maître d'ouvrage			
RD5	Geslot Gaëtan	AS1 AS2 AS4 PP1 PP2 PP3 PP4	Monsieur Gaëtan Geslot, estimant que " la place et la forme que prend la publicité " commerciale sur le territoire d'ALM " n'a fait qu'empirer ces dernières décennies ", souhaiterait idéalement sa disparition totale dans l'espace public. S'il se montre favorable à la diffusion de " messages promouvant du contenu non-commercial d'intérêt public ", il dénonce principalement la publicité commerciale, la qualifiant d'intrusive, dont il expose les effets nocifs : - dégradation de l'attrait visuel et de la qualité de vie d'Angers, pourtant réputée en ce domaine ; - incitation à la surconsommation matérielle ; - facteur de coût pour la Collectivité et/ou de dépendance de la Collectivité vis à vis de publicitaires privés ; - cause de perte d'attention chez les automobilistes ;

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		PP5 SSA	- nuisances sur la biodiversité nocturne ; - gaspillage de ressources matérielles et énergétiques. A défaut d'une suppression totale de la publicité commerciale sur ALM, il appelle de ses vœux un renforcement des mesures encadrant les panneaux publicitaires qu'il souhaite moins nombreux, plus espacés, visuellement moins envahissants, non animés, moins grands et surtout non éclairés. Enfin il tient à exprimer son " mécontentement particulier à l'encontre à la pub géante ayant récemment recouvert l'immeuble des galeries Lafayette (et qui allait d'ailleurs à l'encontre du RLPI), véritable tache de mauvais goût en plein cœur du centre-ville ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD4	Anonyme	AD AP2 AS1 AS3 AS5 PP1 PP3 PP5	Cette personne anonyme dénonce la nocivité des panneaux ou écrans lumineux pour l'environnement mais aussi pour la sécurité routière et les usagers de la voie publique. Elle propose une série de mesures : - réduire le nombre des publicités (notamment lumineuses) ; - les supprimer, au moins les éteindre la nuit (Sauf services publics ou d'urgence) ; - interdire la publicité de produits polluants ou nocifs pour la santé ; - accorder une priorité à certains domaines : artisanat local, programmation culturelle ou touristique, sécurité ou environnement ; - interdire la publicité à proximité des bâtiments classés et des écoles ; - instaurer un quota du nombre de publicité au m ² (NDR : sans précision sur la nature de ces m ²) ; - imposer l'extinction totale des enseignes et vitrines la nuit, ainsi que des logos des entreprises dans les zones d'activités ; - imposer l'extinction des écrans (notamment pour les agences immobilières ou de voyages) la nuit ; Par ailleurs elle suggère : - de sanctionner certaines pratiques - observées à Angers - de publicités " à même le sol " et autres publicités " sauvages " ; - d'instaurer "le oui pub" concernant la publicité dans les boîtes aux lettres ; - de privilégier le mail pour les publications municipales ou départementales.
Réponse du maître d'ouvrage			

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD3	HOUDART, Xavier	AP2, AS1 PP3, PP5	Monsieur Xavier HOUDART, invoquant la lutte contre la pollution lumineuse et les économies d'énergie, demande : - la suppression de " tous les panneaux d'information dynamiques rétroéclairés ou lumineux placés au bord des voies de circulation " ; - " l'extinction obligatoire des enseignes et de la publicité hors horaires d'ouverture des magasins et enseignes professionnelles ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD2	Chédru Lucie	AS2 AS3 PP5	Madame Lucie Chédru salue l'initiative de la "Métropole", et approuve les règles relatives aux écrans lumineux intérieurs, qu'elle estime particulièrement éblouissants la nuit. Concernant les publicités extérieures, elle comprend qu'elles " sont alimentés en partie par l'éclairage public " et demande si, de ce fait " elles resteront aussi visibles toutes la nuit ? ", précisant que dans ce cas, un surcroît de redevance devrait être imputé à leur propriétaire. Par ailleurs, dans un souci d'équité, elle souhaite que la publicité diffusé via les "panneaux d'information propriété des villes" soit interrompue entre 21h et 7h. P Enfin, elle interroge sur la possibilité de " refuser les publicités pour des produits polluants du passé, comme les SUV ".
Réponse du maître d'ouvrage			
RD1	Anonyme	PP1 PP3 PP5	Cette personne anonyme dénonce la pollution visuelle, et parfois éblouissante, générée par la présence grandissante d'encarts lumineux dans les villes, et la gêne qu'ils occasionnent auprès des promeneurs et conducteurs, ainsi que pour la biodiversité. Il demande " que ces dispositifs évoluent dans le bon sens ".
Réponse du maître d'ouvrage			

II.4. Synthèse des problématiques exprimées et questions du commissaire enquêteur

Rappelons au préalable que plusieurs thématiques peuvent être affectées à une même déposition.

Une grande majorité des dépositions individuelles ou associatives vont dans le sens d'un encadrement plus ambitieux, voire plus sévère – si ce n'est plus radical pour certaines d'entre elles - de la publicité.

Leurs signataires sont des personnes privées, mais aussi des représentants d'associations : France Nature Environnement Anjou (FNEA), Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes ANPCEN), Paysages de France (PdF), groupe Angers Ecologique et Solidaire (GAES), collectif « On n'en peut pub »¹.

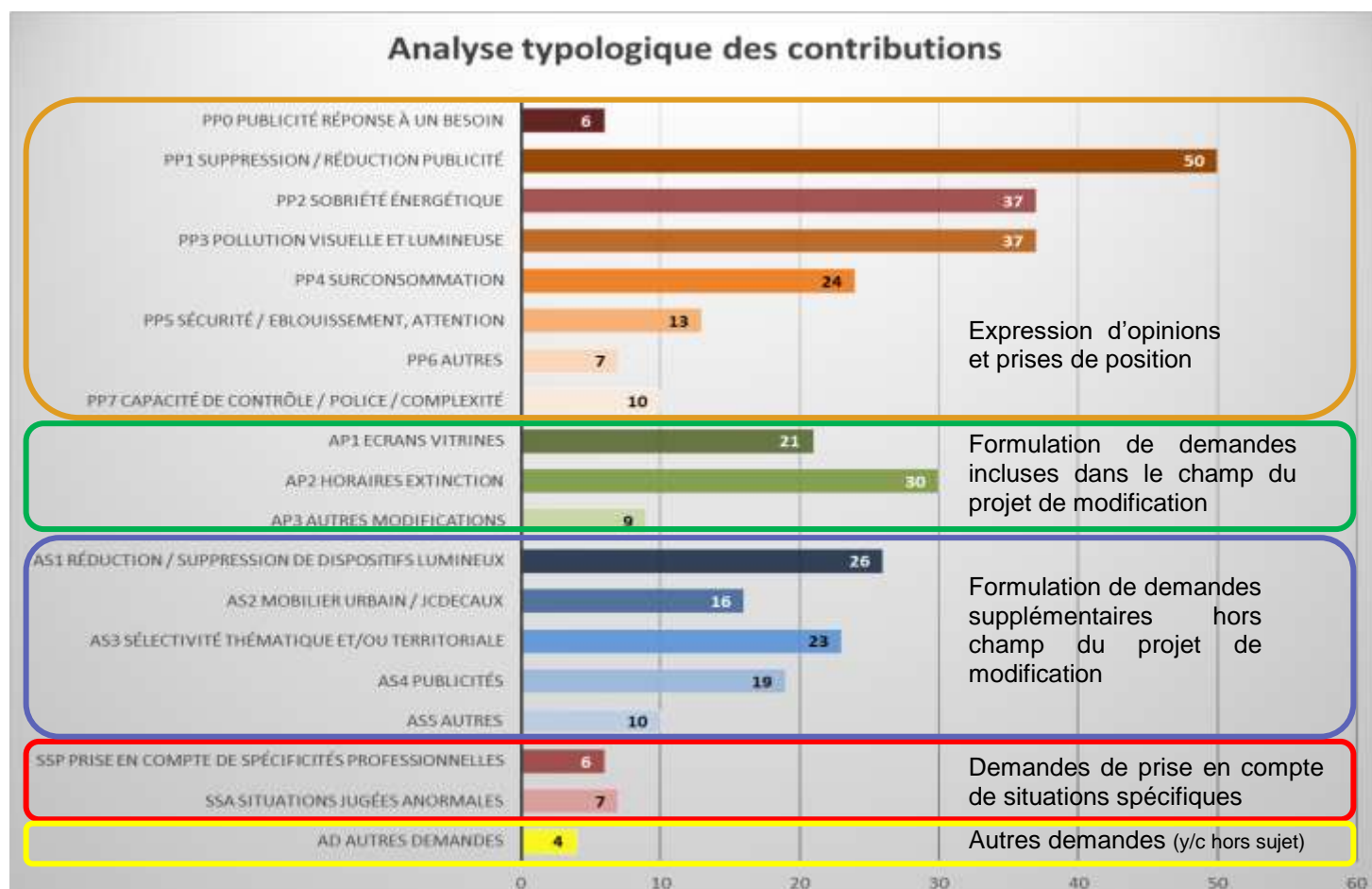
Pour autant d'autres voix se sont exprimées pour rappeler les fondements de la communication publicitaire et faire valoir la spécificité de certaines activités, parfois considérées comme des angles morts.

A l'exception des responsables opérant deux cinémas d'Angers, les principaux porteurs de ces messages sont des entreprises ou associations professionnelles : Union de la Publicité Extérieure (UPE), groupe JCDecaux, Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine et Loire (CCI 49), Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF).

Le commissaire enquêteur note qu'aucun commerçant ne s'est manifesté au cours de cette enquête.

S'agissant de l'ensemble des contributions reçues, il souligne la variété des sujets abordés, mais également la pertinence des argumentaires qui parfois les accompagnaient.

Les différentes thématiques relevées au cours de cette enquête, définies au § II.2, sont analysées au travers du graphe suivant, dont il se dégage plusieurs blocs :



¹ regroupant Greenpeace Angers, Extinction Rébellion et Justice climatique Angers

Le premier bloc exprime des **opinions** et/ou des **prises de position (PP)** sur les principaux marqueurs de tout débat autour de la publicité en général, lumineuse en particulier. Il traduit d'une certaine manière la sensibilité des auteurs sur ce thème.

Plus de 50% des dépositions se prononcent, en termes plus ou moins nuancés, en faveur de la réduction, voire de la suppression pure et simple de la publicité en milieu urbain ; les autres dépositions étant majoritairement dans le même esprit.

Les principaux griefs qui lui sont opposés sont : la pollution visuelle et lumineuse, souvent qualifiée d'agressive ou d'intrusive, la consommation énergétique (cas des dispositifs lumineux), l'incitation non vertueuse à la surconsommation, et – dans une moindre mesure – les risques qu'elle peut générer par son pouvoir de captation d'attention. Par ailleurs, quelques dépositions font mention de la protection de la biodiversité, nocturne notamment, de la protection visuelle des monuments historiques, ou de la contribution de la publicité au prix de vente des produits ou services.

Les six dépositions qui ne vont pas dans ce sens ne s'opposent pas au principe de régulation de la publicité et des enseignes, mais appellent, pour la plupart, d'une part à rester dans le strict cadre des textes réglementaires en vigueur et, d'autre part à ce que cette réglementation ne crée pas, au bénéfice des enjeux environnementaux, un déséquilibre préjudiciable aux activités économiques.

Il est toutefois intéressant de souligner que des convergences peuvent se dégager, notamment sur la question de la communication publicitaire de proximité.

Enfin, en marge de ces considérations générales apparaît la question - classée dans ce bloc par convention mais qui aurait mérité un traitement spécifique - de l'exercice des compétences de la Collectivité en matière de police de la publicité. Si certaines observations estiment que la complexité du RLPi rend son application difficilement contrôlable, une dizaine enjoint la Collectivité à renforcer les contrôles.

L'analyse de ce premier bloc d'opinions fait émerger une première série d'interrogations (référéncées par le préfixe QC).

QC1 : Le commissaire enquêteur souhaiterait connaître la position d'ALM en réaction aux nombreuses prises de position en faveur d'une réduction générale de la publicité. En particulier, quelle est sa vision à moyen terme (3 à 5 ans) en matière d'empreinte publicitaire sur la partie agglomérée de son territoire ?

QC2 : Par ailleurs, la sobriété énergétique étant largement invoquée pour réduire l'usage de dispositifs lumineux, il serait utile de disposer d'une « métrique » permettant de mesurer objectivement la part de la publicité dans la consommation d'énergie sur le territoire de la Collectivité. ALM dispose-t-elle d'une méthodologie permettant de la mesurer et de suivre son évolution dans le temps ?

QC3 : L'idée d'une publicité bénéficiant directement au tissu économique local semblerait avoir du sens auprès de certains intervenants. Peut-on évaluer la part de retombées publicitaires bénéficiant directement à l'activité économique d'Angers Loire Métropole, y compris les enseignes lumineuses en vitrines ? A défaut, la part de messages publicitaires portant sur des activités locales ? Une politique favorisant la communication au bénéfice des acteurs de proximité aurait-elle du sens et semblerait-elle réaliste ?

QC4 : En matière de contrôle de l'application de la réglementation, quel bilan ALM peut-elle tirer de la mise en œuvre du RLPi ? Comment compte-t-elle accompagner la mise en application des mesures issues de la modification n°1, principalement les modifications 1 et 2 ?

Le **deuxième bloc** de commentaires contient des **propositions en lien direct avec le projet de modification** du RLPi (**AP**).

- Parmi les onze mesures présentées, celle des horaires d'extinction des publicités et des enseignes la nuit (Modification n°2) a suscité le plus de réactions avec 30 objections formulées.

Une majorité (27²) se prononce en faveur d'une plus grande restriction du temps d'éclairage, la plupart des demandes souhaitant le faire coïncider strictement avec les horaires d'activité, autrement dit supprimer la marge d'une heure précédant et suivant la plage d'ouverture. Certaines d'entre elles proposent des créneaux encore plus contraints (19h-8h), d'autres demandent même l'extinction dès la tombée de la nuit.

Pour leur part les représentants des professionnels (3) font valoir que cette mesure se traduira par une perte d'audience, spécialement dans certains quartiers (hyper centre, lignes de tramway) et en hiver, préconisant a minima un traitement spécifique prenant en compte la réalité de la vie économique en soirée.

Toujours concernant cette modification n°2, la clause dérogatoire aux règles d'extinction dont bénéficie le mobilier urbain apparaît comme un point de crispation significatif, l'exemplarité de la Puissance Publique apparaissant, de ce fait, mise en défaut.

Estimant peu crédible sa justification par l'importance des informations de service publics, plusieurs intervenants la dénoncent avec véhémence, l'association France Nature Environnement Anjou (FNEA) faisant d'ailleurs « de ce point la réserve majeure » à son avis.

A ce propos le représentant du groupe JCDecaux rappelle que ce principe dérogatoire est inscrit dans le RNP (art R581-35 du code de l'environnement) pour le « *mobilier affecté aux services de transports et durant les heures de fonctionnement desdits services* ».

- Le thème des publicités et enseignes en vitrine (Modification n°1) a également fait l'objet de plusieurs remarques allant, là encore majoritairement, dans le sens d'une restriction de leur usage.

Parmi celles-ci plusieurs voix, notamment les associations environnementales, s'élèvent contre la publicité numérique en vitrines - surtout lorsqu'elle est sans lien avec l'activité de l'établissement qui l'héberge - et demande son interdiction.

Par ailleurs, quelques interventions se prononcent en faveur d'une règle unique de taille et/ou de nombre d'écrans pour toutes les zones.

Si les règles de taille imposées aux écrans numériques en vitrine n'appellent pas de remarques majeures de la part des contempteurs de la publicité, le président de l'UPE indique que le format de 0,15m² « *ne répond absolument pas à l'utilisation souhaitée d'un tel dispositif* ».

De surcroît, dans la présentation jointe à son courrier (en page 6), celui-ci indique que la loi Climat et résilience ne permet pas à un RLP de fixer des prescriptions en matière de densité pour les dispositifs en vitrine. Cette position fait référence à l'article 163 du « guide pratique sur la publicité extérieure » édité par la DGEALN³ qui stipule en effet que les catégories de prescriptions pouvant être contenues dans le RLP sont « limitativement énumérées » et ne peuvent comprendre des mesures de densité par exemple.

Il s'agit là d'un point de vigilance significatif qui méritera à l'évidence d'être approfondi.

- S'agissant des mesures 3 à 11, les commentaires sont peu nombreux et émanent principalement des associations qui en soutiennent globalement le principe, certaines déplorant qu'elles laissent de côté les vrais problèmes (par ex : dimension des enseignes autorisées en zone 4, absence de règles de densité en zones 6a et 6b).

On notera toutefois que les demandes de renforcement des règles de densité d'implantation de publicité extérieure sont citées à 9 reprises.

Les questions appelées par l'analyse de ce bloc spécifiques aux modifications du RLPi sont les suivantes.

QC5 : Plusieurs voix s'élèvent en faveur d'un élargissement de la période d'extinction nocturne des publicités et enseignes lumineuses. Quelles raisons ont elles présidé au choix du créneau retenu

² Sur les 30 qui ont commenté cette mesure

³ Direction générale de l'environnement, de l'aménagement et de la nature

(21h-7h) par rapport à d'autres plages potentiellement considérées comme plus ambitieuses ? A contrario, l'assouplissement en certains lieux bien définis du créneau d'extinction a-t-il été envisagé (pour éviter par exemple l'effet « ville morte », en hiver en particulier) ?

QC6 : Par ailleurs, la clause dérogatoire aux règles d'extinction bénéficiant au « mobilier urbain accueillant de la publicité à titre accessoire » ne manque pas d'interroger. Hormis naturellement les plans de réseaux et les tableaux horaires figurant dans les abris voyageurs, ALM peut-elle préciser le type de communications répondant à des informations d'intérêt général justifiant qu'elles restent diffusées par un support lumineux au-delà de 21h ?

QC7 : Sur quelle méthodologie ALM s'est-elle appuyée pour déterminer la surface maximum autorisée d'écran numérique de 0,15 m² en zone 1 ? Y a-t-il eu concertation avec des représentants des commerçants concernés ? Est-il envisagé d'accompagner la transition pour les établissements – apparemment majoritaires – qui devront adapter leur parc aux contraintes de dimensions ?

QC8 : Enfin, la mesure d'assujettissement du nombre d'écrans numériques en vitrine aux longueurs de linéaire de façade pourrait être assimilée à une prescription de densité non spécifiquement autorisée par la loi Climat et résilience. Sur quel fondements, réglementaires notamment, ALM peut-elle asseoir la légitimité de cette mesure ?

Le **troisième bloc** regroupe des **propositions d'aménagements supplémentaires au RLPi (AS)** non directement liées à celles qui figurent dans le projet de modification n°1.

En fait, le terme « propositions » regroupe pour partie des mesures concrètes et formulées avec précision, mais aussi des orientations plus générales concernant certains volets du champ couvert par la réglementation (Publicités et enseignes).

Rappelons au préalable que le choix a été fait ici de rendre compte de ces propositions qui pourraient, en première analyse, être considérées comme hors du champ de la présente enquête publique. Le commissaire enquêteur a en effet estimé que leurs auteurs pouvaient exprimer ainsi leurs regrets de ne pas les voir incluses dans le champ de ce projet de modification n°1.

- Parmi celles-ci, le souhait de **réduire, voire de supprimer la publicité diffusée par support lumineux**, numérique notamment, est formellement exprimé dans 26 contributions tout en étant largement sous-entendu dans plusieurs autres.

D'un point de vue méthodologique, il est ici convenu de distinguer ces doléances ciblées sur les dispositifs lumineux de celles qui se sont exprimées contre toute forme de publicité, celles-ci ayant fait l'objet de la thématique évoquée dans le premier bloc. En effet, pour plusieurs d'entre elles, la dénonciation des seuls dispositifs lumineux ne semblait pas impliquer ipso facto celle de toute forme de publicité.

Si la majorité des dépositions allant en ce sens se montrent en faveur de la suppression pure et simple en ville de toute publicité lumineuse, y compris en vitrine, certaines sont plus nuancées (l'interdire « *au bord des voies de circulation* », la réserver « *à l'artisanat local, ...* », réduire « *la quantité de dispositifs (...) numériques...* »).

- Un second thème émerge de ce bloc, avec un nombre d'occurrences voisin (23) : il est ici qualifié de **sélectivité thématique et/ou territoriale**.

Il regroupe les propositions visant, soit à proscrire – totalement ou localement en certains lieux - les publicités en fonction de leur objet, soit à réserver les supports publicitaires à la diffusion de messages d'intérêt général ou d'initiatives locales et culturelles.

Il est ainsi demandé que certains produits voient leur accès à la publicité plus ou moins restreint ; produits ou services réputés non vertueux pour l'environnement (SUV, smartphone, transports aériens, fast fashion,...), produits non commercialisés sur le territoire d'ALM, produits de nature à heurter les sensibilités (sous-vêtements féminins).

Par ailleurs, certaines dépositions souhaitent « sanctuariser » certains lieux, les mettant à l'écart de la publicité, au moins de certains types de messages (par ex : produits alcoolisés) : écoles, monuments historiques, abris voyageurs.

- Un troisième sujet cristallise l'attention de certains intervenants, avec 16 occurrences : **la publicité sur mobilier urbain**, y compris les abris voyageurs.

Hormis la question des horaires d'extinction évoquée supra, la doléance majeure mise en avant est l'interdiction de la publicité dans ce type d'équipements, notamment dans les abris-voyageurs dont les espaces publicitaires devraient, selon quelques intervenants, être alloués aux collectivités, aux associations, ou aux initiatives d'intérêt culturel.

Pour sa part, le directeur régional du groupe JCDecaux – le nom de cette entreprise apparaissant dans quatre dépositions dont celle de FNEA – rappelle que le mobilier urbain est un dispositif au service de l'action municipale où la publicité n'y joue qu'un rôle accessoire, tout en assurant son financement sans peser sur les finances publiques.

- Par ailleurs, parmi les 19 personnes qui ont exprimé des attentes sur d'autres volets concernant la publicité la plupart souhaitent une diminution de la surface des panneaux muraux ou scellés au sol, certaines souhaitant la voir réduite à 4 m².

D'autres demandes vont plus loin et s'inscrivent davantage dans le moyen terme, amenant 6 contributeurs – parmi lesquels FNEA et le collectif à l'initiative de la pétition – à exprimer formellement une demande de révision du RLPi.

Cette analyse, qui ne prétend pas à l'exhaustivité, soulève les interrogations suivantes.

QC9 : Plusieurs voix s'élèvent contre la coexistence de publicités – au moins de certains messages - avec des lieux qu'elles estiment devoir être sanctuarisés (établissement scolaires, monuments historiques, mais aussi abris voyageurs). La Collectivité a-t-elle engagé (ou envisage-t-elle) une réflexion en ce sens ?

QC10 : Plus généralement, dans le prolongement de la question QC1 posée plus haut, une révision du RLPi mériterait-elle, selon ALM, d'être entreprise ?

QC11 : S'agissant de l'usage publicitaire « à titre accessoire » dévolu au mobilier urbain, évoquée à plusieurs reprises, y compris lors d'échanges du commissaire enquêteur avec les représentants d'associations environnementales, ALM peut-elle préciser la part décisionnaire qu'elle conserve (ou souhaiterait conserver à l'avenir) contractuellement sur les conditions d'exploitation de la publicité sur ces supports ?

Le quatrième bloc de dépositions, regroupé sous l'appellation **situations spécifiques (SS)**, englobe en fait deux réalités différentes.

- Tout d'abord, celles exprimées par les représentants **professionnels** à propos des spécificités de leur activité lorsqu'elle recourt à la communication publicitaire, voire lorsqu'elle en constitue l'essence même.

Peu nombreuses, 6 au total, elles émanent de 2 professionnels du cinéma opérant sur le territoire (Cinéville, Les 400 coups), de 3 associations professionnelles (UPE, CCI 49, FNCF⁴) et d'une entreprise spécialisée dans la publicité urbaine (JCDecaux). A ce propos, le commissaire enquêteur regrette l'absence de réactions de la part de commerçants ou de représentants d'entreprise.

Les représentants des cinémas revendiquent le statut d'établissement à vocation culturelle, et estiment que présenter un film à l'affiche ne relève pas de la seule publicité, mais participe à la promotion d'une œuvre artistique autant qu'à proposer de l'information au public.

Par ailleurs, d'un point de vue technique, ils doivent gérer un volume conséquent d'informations (12 à 20 films par semaine) qui nécessite des supports adaptés.

En conséquence ils souhaitent, sous des conditions restant à préciser, ne pas être assujettis au seuil maximum autorisé de deux écrans numériques en vitrine (modification n°1). De surcroît l'un d'eux souhaite également que la règle dérogatoire appliquée aux équipements publics à vocation culturelle (modification n°6) s'applique aussi aux cinémas.

⁴ Fédération Nationale des Cinémas Français

Les autres contributions partageant cette sensibilité, au-delà des points évoqués plus haut, mettent en garde contre les conséquences que pourrait entraîner un surcroît de réglementation imposé à la communication publicitaire, déjà abondamment encadrée et fragilisée par la concurrence de la publicité en ligne. De ce point de vue, ils souhaitent voir desserrée, dans certaines situations, les contraintes d'horaires et les seuils de dimensions d'écrans.

- Par ailleurs, dans un registre différent, 7 personnes font état dans leurs dépositions, de situations observées dans leur environnement qu'elles jugent anormales ou perturbantes. A ce propos l'environnement du lac de Maine est cité deux fois.

Considérant que ces observations n'entrent pas directement dans le champ de la présente enquête, le commissaire enquêteur en rend compte au maître d'ouvrage à toutes fins utiles, lui laissant le soin d'y répondre individuellement s'il le juge opportun.

Aussi les questions soulevées par ces situations spécifiques portent-elles essentiellement sur les considérations à caractère professionnel. Une partie d'entre elles a déjà été posée (questions QC5, QC7 et QC11) mais le cas de cinémas appelle de la part du commissaire enquêteur la question suivante.

QC12 : Les représentants des cinémas ont, semble-t-il, été pris de court par ce projet de modification du RLPi. Le commissaire enquêteur souhaiterait savoir si le cas de l'activité des salles de cinéma a été spécifiquement abordé dans les travaux ayant conduit à l'élaboration des modifications du RLPi ? Des représentants de cette activité ont-ils été consultés ?

Enfin un cinquième et dernier bloc regroupe des propositions qui, sous l'appellation **autres demandes (AD)**, sortent du champ même du RLPi.

Elles portent sur :

- une rédaction jugée obsolète dans une annexe du RLPi (RD85) ;
- la prise en compte d'autres sources lumineuses pour lutter contre la pollution lumineuse (RD54) ;
- une proposition de règle de type « oui / stop pub » dans les boîtes aux lettres (RD4, RD89).

De ce fait, elles n'appellent pas de commentaire particulier mais sont présentées à toutes fins utiles au maître d'ouvrage qui pourra y répondre s'il le juge opportun.

Fait à Allonnes, le 24 mars 2024

Gérard Duhesme

Commissaire enquêteur

PIECES JOINTES

- PJ n° 1. Déposition de France Nature Environnement Anjou jointe à la contribution RD 38
- PJ n° 2. Photo jointe à la contribution RD46
- PJ n° 3. Déposition de Paysages de France, jointe à la contribution RD53
- PJ n° 4. Déposition de l'Union de la Publicité Extérieure, jointe à la contribution RD86 de Monsieur Charles-Henri Doumerc (2 documents)
- PJ n° 5. Déposition du groupe JCDecaux jointe à la contribution RD86 de Monsieur Valentin Gourdon
- PJ n° 6. Déposition du Groupe Angers Ecologique et Solidaire jointe à la contribution RD89
- PJ n° 7. Déposition de de la CCI de Maine-et-Loire jointe à la contribution RD90 de Monsieur Matthieu Billiard
- PJ n° 8. Pétition du collectif « On n'en peut pub » joint à la contribution DM97 (2 documents)
- PJ n° 9. Déposition du collectif « On n'en peut pub » joint à la contribution DM98 déposée par Greenpeace