

# Département de Maine-et-Loire

## 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**

 **RÈGLEMENT LOCAL  
de PUBLICITÉ  
intercommunal**



**Modification N°1**

**1ère partie : rapport du commissaire enquêteur**

**2ème partie : conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur**

### **Pièces jointes**

- Procès-verbal de synthèse
- Mémoire en réponse d'Angers Loire Métropole
- Questions supplémentaires
- Courriers justifiant la prolongation de la date de remise du rapport et des conclusions

### **Annexes**

**Gérard DUHESME**

*Commissaire-enquêteur*

*Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes*

*Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023*

# Département de Maine-et-Loire

## 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**

 **RÈGLEMENT LOCAL  
de PUBLICITÉ  
intercommunal**



**Modification N°1**

### **1ère partie : rapport du commissaire enquêteur**

2ème partie : conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur

#### **Pièces jointes**

- Procès-verbal de synthèse
- Mémoire en réponse d'Angers Loire Métropole
- Questions supplémentaires
- Courriers justifiant la prolongation de la date de remise du rapport et des conclusions

#### **Annexes**

**Gérard DUHESME**

*Commissaire-enquêteur*

*Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes*

*Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023*

## SOMMAIRE

SIGLES ET ABREVIATIONS .....	1
I. DESIGNATION DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR .....	2
II. CADRE GÉNÉRAL DE L'ENQUÊTE.....	2
II.1. L'objet de l'enquête : la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole .....	2
II.2. Le cadre juridique du projet .....	2
II.3. Le maître d'ouvrage du projet : Angers Loire Métropole .....	3
II.4. Le Règlement Local de Publicité intercommunal, objet du projet de modification .....	5
II.4.1 Un cadre générique : le RNP et les possibilités d'aménagement offertes par le RLPi .....	5
II.4.2 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : des zonages différenciés.....	7
II.4.3 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : <b>volet Publicité</b> .....	8
II.4.4 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : <b>volet Enseignes</b> .....	11
III. ETUDE ET EVALUATION DU PROJET .....	13
III.1. La motivation du projet : une évolution du contexte appelant une mise à jour du RLPi.....	13
III.2. La recherche d'un équilibre entre plusieurs enjeux .....	13
III.3. La procédure d'élaboration et les consultations préalable .....	13
III.4. Une liste de onze évolutions proposées .....	14
III.4.1 Proposition n°1 : une nouvelle réglementation encadrant les dispositifs lumineux en vitrine.....	14
III.4.2 Proposition n°2 : Modification des horaires d'extinction obligatoire de la publicité et des enseignes..	15
III.4.3 Proposition n°3 : Modification de l'article E.2.6 et ajout d'un article E.1.6 et E.3.6 relatifs aux enseignes lumineuses .....	16
III.4.4 Proposition n° 4 : Modification des règles relatives aux enseignes sur marquises et auvents .....	16
III.4.5 Proposition n° 5 : Précisions pour l'application des règles relatives aux enseignes des activités s'exerçant sur plusieurs étages .....	17
III.4.6 Proposition n° 6 : Modification des articles relatifs aux enseignes numériques .....	17
III.4.7 Proposition n° 7 : Précisions du règlement en matière d'articulation entre le RLPi et Code de la route	17
III.4.8 Proposition n° 8 : Précision de l'article P.L relatif aux bâches publicitaires, bâches de chantier, et dispositifs de dimensions exceptionnelles.....	17
III.4.9 Proposition n° 9 : Précision de l'article P.G relatif aux règles de densité pour l'implantation des panneaux publicitaires sur les parcelles en angle de voies .....	18
III.4.10 Proposition n° 10 : Mise à jour du plan de zonage relatif à la publicité en intégrant les nouvelles composantes patrimoniales suite aux évolutions du PLUi .....	18
III.4.11 Proposition n° 11 : Correction d'une erreur matérielle dans les annexes.....	18
IV. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE .....	18
IV.1. Préparation de l'enquête publique .....	18
IV.1.1 Phase préparatoire avec Angers Loire Métropole .....	18
IV.1.2 Publicité.....	19
IV.2. Analyse et appréciations sur le contenu du dossier.....	21
IV.2.1 - sous-dossier I : Documents administratifs .....	21
IV.2.2 Sous-dossier II : Modification du RLPi.....	21
IV.2.3 Sous-dossier III avis des PPA et des autres autorités consultées .....	22

<b>IV.3. Déroulement de l'enquête</b> .....	<b>22</b>
IV.3.1 Ouverture de l'enquête .....	22
IV.3.2 Mise à disposition des dossiers .....	22
IV.3.3 Déroulement des permanences .....	23
IV.3.4 Clôture de l'enquête publique .....	24
<b>IV.4. Procès-verbal de synthèse</b> .....	<b>24</b>
<b>IV.5. Mémoire en réponse</b> .....	<b>24</b>
<b>IV.6. Questions complémentaires</b> .....	<b>25</b>
IV.6.1 Concernant les enseignes numériques extérieures dans les zones 1, 2 et 3.....	25
IV.6.2 Concernant les compétences en matière de police de la publicité .....	25
<b>V. AVIS DES PPA ET DES ORGANISMES CONSULTES</b> .....	<b>25</b>
<b>VI. BILAN DE L'ENQUETE PUBLIQUE</b> .....	<b>26</b>
<b>VI.1. Climat général</b> .....	<b>26</b>
<b>VI.2. Bilan quantitatif des observations et des questions déposées</b> .....	<b>27</b>
VI.2.1 Constats.....	27
VI.2.2 Analyse .....	27
<b>VI.3. Analyse des thématiques abordées</b> .....	<b>28</b>
VI.3.1 Méthodologie .....	28
VI.3.2 Bilan détaillé des observations et/ou contributions déposées.....	29
VI.3.3 Autres observations recueillies à l'initiative du commissaire enquêteur .....	54
<b>VII. ANALYSE DES REPONSES APPORTÉES PAR ALM</b> .....	<b>54</b>
<b>VII.1. En réponse aux demandes d'interdiction de la publicité extérieure et des dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines</b> .....	<b>54</b>
<b>VII.2. En réponse aux observations relatives aux règles de mise en œuvre des panneaux numériques en vitrine</b> .....	<b>55</b>
<b>VII.3. En réponse aux observations relatives aux règles d'extinction des publicités et enseignes lumineuses</b> .....	<b>56</b>
<b>VII.4. En réponse aux observations en faveur d'une plus grande restriction de la publicité et des règles chargées de l'encadrer</b> .....	<b>57</b>
<b>VII.5. En réponse aux demandes d'un exercice plus strict des pouvoirs de police</b> .....	<b>59</b>
<b>VII.6. En réponse aux observations relatives aux situations particulières propres à certains établissements, à caractère culturel notamment.</b> .....	<b>60</b>
<b>VII.7. Appréciation de synthèse du commissaire enquêteur sur l'ensemble des réponses apportées</b> .....	<b>60</b>
<b>VIII. CLOTURE DU RAPPORT ET REMISE DES CONCLUSIONS</b> .....	<b>61</b>

## SIGLES ET ABREVIATIONS

ALM	: Angers Loire Métropole
ANPCEN	: Association nationale pour la protection du ciel et de l'environnement nocturne
CE	: Commissaire enquêteur
DDT	: Direction départementale des territoires
DGEALN	: Direction générale de l'environnement, de l'aménagement et de la nature
EPCI	: Etablissement public de coopération intercommunal
FNEA	: France nature environnement Anjou (Association)
PdF	: Paysages de France (Association)
PLU (PLUi)	: Plan local d'urbanisme (Plan local d'urbanisme intercommunal)
PNR	: Parc naturel régional
PPA	: Personne publique associée
RLPi	: Règlement local de publicité intercommunal
RNP	: Règlement national de publicité
SPR	: Site patrimonial remarquable

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 1 sur <b>61</b>
---	--	----------------------

# I. DESIGNATION DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR

Par arrêté communautaire n° AR-2024-7 du 9 janvier 2024, Monsieur le président d'Angers Loire Métropole a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.

Monsieur Gérard DUHESME, inscrit sur la liste d'aptitude des commissaires-enquêteurs du Maine-et-Loire, avait été désigné pour conduire cette enquête par le président du Tribunal administratif de Nantes dans sa Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023.

Au terme de cette enquête, menée au cours d'une période de 30 jours consécutifs du 15 février à 9h au 15 mars 2024 à 17h30 conformément aux prescriptions de la réglementation en vigueur, le présent rapport rend compte de son déroulement et de ses résultats.

## II. CADRE GÉNÉRAL DE L'ENQUÊTE

Il est rappelé ici que « l'enquête publique a pour objet d'assurer l'information et la participation du public ainsi que la prise en compte des tiers lors de l'élaboration des décisions susceptibles d'affecter l'environnement » (article L123-1 du Code de l'environnement).

### II.1. L'objet de l'enquête : la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole

La communauté urbaine Angers Loire Métropole s'est dotée d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) approuvé le 13 janvier 2020. Ce document constitue un instrument de planification local permettant à la Collectivité d'adapter le règlement national de la publicité (RNP) aux spécificités de son territoire.

Encadré par les articles L581-14 à 14-4 du Code de l'environnement, il met en place un zonage permettant, selon la qualité du patrimoine architectural, paysager ou naturel, d'adopter dans certaines zones des dispositions plus restrictives en matière d'enseignes et de publicités.

Il peut également réintroduire la publicité dans des lieux où elle est en principe interdite et dont la liste figure à l'article L.581-8 du Code de l'environnement.

Quatre ans après la mise en application du RLPi, la Collectivité a souhaité prendre en compte plusieurs évolutions du contexte national et local, d'ordre législatif, environnemental ou technique, pour engager une procédure de modification du RLPi. Cette modification permettra par ailleurs de corriger et/ou de préciser certains points du règlement approuvé grâce au retour d'expérience.

Monsieur Roch Brancour, par la délégation qui lui a été donnée par le président d'ALM, a donc approuvé par arrêté n° AR-2023-227 du 21 novembre 2023, le lancement d'une procédure de droit commun de modification du RLPi.

### II.2. Le cadre juridique du projet

L'ensemble des prescriptions constituant le règlement national de la publicité sont codifiées aux articles L581-1 et suivants ainsi qu'aux articles R581-1 et suivants du code de l'environnement. Ces règles visent les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés. Elles s'appliquent aux dispositifs extérieurs visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Cette réglementation vise trois catégories de dispositifs : la publicité, les enseignes et les préenseignes.

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification, des plans locaux d'urbanisme, définies au titre V du livre 1er du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 2 sur <b>61</b>
---	--	----------------------

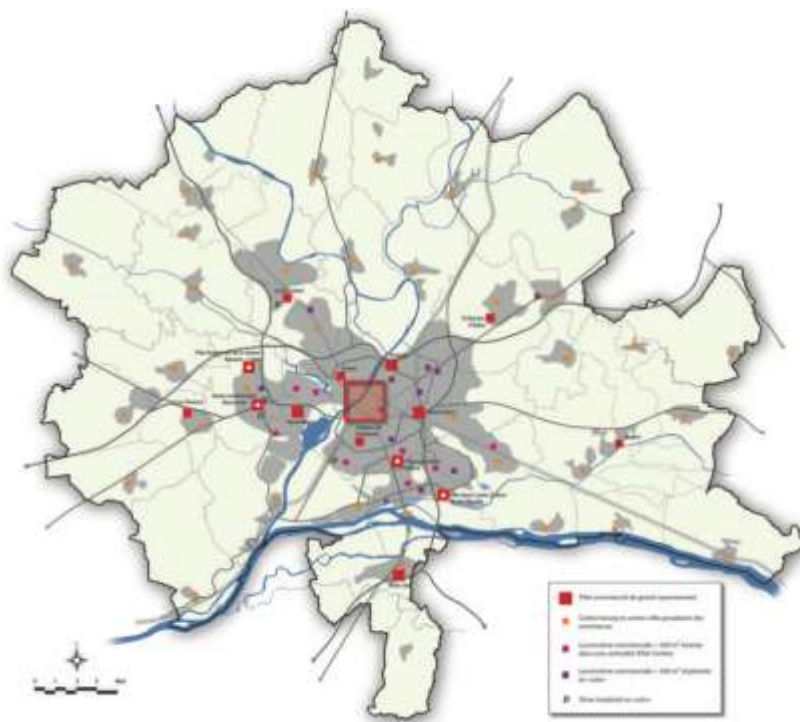


En termes d'activités, les grands pôles commerciaux se répartissent au sein du cœur urbain (hors centre historique), les plus importants d'entre eux se situant plutôt à ses marges, de sorte de pouvoir capter également une clientèle de la périphérie.

Par ailleurs, la plupart des communes adhérentes ont conservé un centre bourg comportant des commerces, de proximité pour la plupart.

Pôle régional d'attractivité historique, Angers – et par la suite ALM - est à la convergence d'axes de communications majeurs dont les principaux sont l'A11 (Paris, Nantes), l'A85 (Tours) et l'A87 (Cholet, La Roche sur Yon).

Avec une fréquentation de 6,3 millions de voyageurs en 2022, la gare d'Angers St Laud se situe à la 24ème place des gares françaises (source :



ressources.data.sncf.com).

Riche d'un patrimoine environnemental et architectural remarquable, elle compte deux grandes zones Natura 2000 : les Basses Vallées Angevines et la Vallée de la Loire.

Ce patrimoine est structuré autour de différentes typologies d'espaces<sup>1</sup> à enjeux paysagers et environnementaux spécifiques en matière d'enseignes et de publicités :

- **le patrimoine naturel, forestier et agricole et le réseau hydrographique.** Il est composé d'espaces de grande valeur écologique, mais aussi éléments de cadre de vie qu'il convient de préserver, dans les secteurs agglomérés, des logiques d'implantation publicitaires ;
- **le patrimoine bâti et les sites naturels.** Il comprend plusieurs sites patrimoniaux classés ou inscrits, parmi lesquels le site patrimonial remarquable (SPR) d'Angers, ainsi que 176 monuments historiques, dans, et autour desquels, une réglementation spécifique doit maîtriser la publicité et la pose d'enseignes, sans pour autant les exclure ;
- **le Parc naturel régional (PNR) Loire Anjou Touraine.** Il regroupe 117 communes dont la commune nouvelle Loire-Authion est la seule à appartenir à Angers Loire Métropole. Dans cette commune, la charte du PNR ne prévoit pas, comme le lui permet

<sup>1</sup> Identifiés dans le rapport de présentation du RLPi d'ALM



le Code de l'environnement, de déroger à l'interdiction de la publicité par un RLPi. La publicité n'y est donc pas réintroduite ;

- **les centres des communes et les pôles d'attraction.** Il s'agit souvent d'espaces peu étendus mais à réels enjeux de cadre de vie, et à proximité immédiate des tissus résidentiels des communes, dans lesquels le RLPi doit préserver le caractère et l'authenticité malgré la pression pour y implanter des publicités et enseignes ;
- **les abords du tramway.** Le réseau de tramway dispose de 3 lignes (A, B, C) desservant plusieurs quartiers du cœur urbain d'Angers. Il traverse des ambiances urbaines très diverses mais les axes parcourus sont structurées et valorisées par les aménagements le long, et de part et d'autre, des voies ;
- **les voies structurantes et les entrées d'agglomération.** A l'exclusion des autoroutes aux abords desquelles la publicité est interdite, les sites privilégiés d'implantation de publicités sont les carrefours, ronds-points et échangeurs situés le long des voies structurantes de l'agglomération ;
- **les zones d'activités économiques et commerciales.** Elles sont les lieux privilégiés d'implantation, et potentiellement de surenchères, en matière de publicité ;
- **l'enceinte sportive Raymond-Kopa.** Principal stade de la ville d'Angers, d'une capacité de 17 000 places, il bénéficie de règles spécifiques à la publicité ;
- **le secteur UNESCO.** Il comprend le périmètre encadrant les deux coteaux bordant la Loire depuis Sully-sur-Loire jusqu'à Challennes-sur-Loire sur une longueur de 280 km. Bien que ne relevant pas du Code de l'environnement ce secteur en bordure de Loire appelle des règles homogènes et harmonisées d'implantations publicitaires, mais aussi cohérentes avec différents types de secteurs couverts par ce périmètre ;
- **les périmètres commerciaux hors agglomération.** Seul le centre commercial Atoll, implanté à Beaucozé, entre dans ce cas de figure dérogatoire à l'interdiction de la publicité hors agglomération qui permet d'instituer des périmètres autorisés dans sa proximité immédiate.

#### **II.4. Le Règlement Local de Publicité intercommunal, objet du projet de modification**

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) est un document d'urbanisme élaboré à l'initiative de la communauté urbaine, qui a pour vocation de réglementer l'implantation et l'utilisation des enseignes, pré-enseignes et publicités extérieures sur l'ensemble de son territoire.

Il lui permet d'ajuster la réglementation nationale par rapport aux enjeux locaux et ainsi, selon le contexte local, d'adopter des mesures plus restrictives, mais aussi - dans certains cas bien précis - plus souples.

##### II.4.1 Un cadre générique : le RNP et les possibilités d'aménagement offertes par le RLPi

Le RNP représente l'ensemble des règles issues du décret 2012-118 du 30 janvier 2012. Il est aujourd'hui régi par les dispositions des articles L581-1 et suivants et R581-1 et suivants du Code de l'environnement.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 5 sur <b>61</b>
---	---	----------------------

Rappelons que le droit à la publicité est énoncé dans l'article L581-1 : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, conformément aux lois en vigueur...* ».

Par ailleurs, conformément à l'article L581-3 ces règles s'exercent sur les conditions d'implantation et le format :

- des publicités : « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ». Cette définition englobe : les dispositifs muraux, scellés au sol, lumineux numériques, le mobilier urbain, la publicité sur véhicule terrestres, sur bâches ;
- des enseignes : « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » ;
- et des pré-enseignes : « *toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* ».

Ces deux dernières définitions englobent : les enseignes murales, scellées au sol, et en toiture.

Le RNP interdit toute publicité sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, dans les sites classés, au cœur des parcs nationaux et dans les arbres. Celle-ci est également interdite hors agglomération.

Plus spécifiquement, à l'intérieur des agglomérations, l'interdiction porte également aux abords des monuments historiques, à moins de 100 m des sites classés, dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, ainsi que dans les zones spéciales de conservation (ZSC) et zones de protection spéciales (ZPS).

En matière de publicité extérieure, le RNP fixe des règles de densité, de surface, de hauteur, d'entretien, ainsi qu'une obligation d'extinction nocturne entre 1h et 6h du matin, « *à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports et des marchés d'intérêt national, et de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, à condition, pour ce qui concerne les publicités numériques, qu'elles soient à images fixes* » (art R581-35 du Code de l'environnement).

En matière d'enseignes, le RNP fixe, dans le même esprit, des règles distinctes selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculaires à un mur scellées ou posées au sol, installées en terrasse ou en toiture ; lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent également respecter une obligation d'extinction entre 1h et 6h du matin, ou en fonction des horaires de l'activité.

Il convient de noter que le RNP impose des règles de format et d'implantation de dispositifs publicitaires et des enseignes plus strictes dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, soit 20 communes d'Angers Loire Métropole.

Pour autant, le RNP ouvre aux maires et aux présidents d'ECPI la faculté de déroger à certaines de ces règles, par l'établissement d'un règlement local de publicité (RLP) ou d'un RLP intercommunal (RLPi).

Celui-ci « *définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.* » (Art L581-14)

Par ailleurs, l'établissement d'un RLPi permet également aux collectivités de déroger aux interdictions de publicités à l'intérieur des agglomérations décrites dans l'article L581-8 du Code de l'environnement :

- aux abords de monuments historiques ;
- dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables ;
- dans les parcs naturels régionaux ;

Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 6 sur 61
--	--	---------------

- dans les sites inscrits ;
- dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales.

Il convient par ailleurs de noter que le RNP ne s'applique pas « à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité » (Art L581-2 du Code de l'environnement).

Toutefois, la loi « Climat en résilience » a introduit un principe dérogatoire permettant au RLP de fixer à ces publicités des prescriptions « en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses » (Art L581-14-4 du Code de l'environnement).

#### II.4.2 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : des zonages différenciés

Le RLPi d'ALM présente deux zonages, l'un concernant la publicité (8 zones), l'autre les enseignes (4 zones), structurant ainsi le règlement en deux parties.



<b>Zonage publicité</b> Ne couvre que la partie agglomérée d'ALM	<b>Zonage enseignes</b> Couvre la totalité du territoire d'ALM
Z1 - Espaces naturels et patrimoniaux des bords de Loire et les sites inscrits	Z1 - Espaces patrimoniaux des bords de Loire, sites inscrits et classés
Z2 - Site Patrimonial Remarquable d'Angers et quai Félix Faure	Z2 - Site patrimonial remarquable d'Angers
Z3A, Z3B(*)- Centres et quartiers résidentiels	Z3 - Parties du territoire non comprises en zone 1, 2 et 4
Z4 - Abords du tramway	Z4 - zones d'activités et zones commerciales
Z5 - entrées de villes et voies structurantes d'ALM	(*)
Z6A, Z6B(*) - zones d'activités et zones commerciales	ZxA : agglomérations des communes de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine d'Angers ZxB : agglomérations de plus de 10 000 habitants et agglomérations de moins de 10 000 habitants rattachées à l'unité urbaine d'Angers

Il convient d'observer que la publicité n'étant admise qu'en agglomération, le zonage relatif à la publicité ne couvre que la partie agglomérée du territoire d'Angers Loire Métropole.

La différenciation en deux types de zonages consacrés respectivement à la publicité et aux enseignes a logiquement conduit à établir deux champs de réglementation distincts.

Chaque partie est ainsi présentée selon la même articulation : des règles communes, suivies des règles spécifiques à chaque zone.

#### II.4.3 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : volet Publicité

En matière de Publicité, le RLPi d'ALM contient donc plusieurs mesures ou aménagements dérogeant – ainsi que le permet le Code de l'environnement - à la réglementation du RNP.

Dans leurs grandes lignes celles-ci portent sur :

- Des mesures plus restrictives :

Dans toutes les zones « Publicités », le RLPi interdit la publicité sur clôture, sur bâches publicitaires (hors bâches de chantier). Il interdit également toute forme de publicité non spécifiquement abordée dans le RLPi.

Il insère également un principe d'interdiction de toute publicité, au sein des composantes patrimoniales, et à moins de 25 mètres de tous points de ces composantes, sur la même unité foncière que les composantes identifiées. Ces composantes ont été inscrites au plan du zonage du RLPi. Cette règle ne s'applique pas au mobilier urbain (voir ci-après).

Par ailleurs, le RLPi fixe une plage d'extinction de la publicité lumineuse (23 h à 7 h) plus restrictive que la règle nationale (1 h à 6 h), à l'exception de la publicité supportée par les abris-voyageurs qui peuvent rester allumés jusqu'à la fin du service de desserte.

- Des mesures d'assouplissement :

Parmi celles-ci, le RLPi admet, sous certaines conditions, la publicité aux abords de certains monuments historiques, sites patrimoniaux, sites inscrits. Elle demeure interdite sur les monuments eux-mêmes et au sein du PNR Anjou Touraine.

Il introduit par ailleurs un principe de « moindre contrainte » au mobilier urbain, considérant qu'il ne supporte la publicité qu'à titre accessoire et que ses règles d'implantation et de fonctionnement sont strictement encadrées par la Collectivité. Il se traduit par l'autorisation d'afficher de la publicité sur mobilier urbain en zones 1 et 2, zones où le RNP interdit la publicité<sup>2</sup> (article L581-8). Au sein du SPR d'Angers, chaque implantation de mobilier urbain doit toutefois être validée par l'architecte des bâtiments de France.

De surcroît, lorsque des arrêtés municipaux fixent des règles d'extinction de l'éclairage public sur des plages horaires plus étendues que 23h / 7h, la publicité sur mobilier urbain doit s'y conformer.

- Des mesures d'encadrement des dispositifs de publicité et des enseignes

Enfin, le RLPi prévoit un ensemble de règles visant à garantir la qualité esthétique des dispositifs publicitaires, ou à en alléger l'impact visuel.

<sup>2</sup> Interdiction à laquelle le RLPi peut légitimement déroger (art L581-8 I du Code de l'environnement)

Pour l'essentiel, ce corpus réglementaire porte sur le dimensionnement des dispositifs, leur structure et leurs conditions d'implantation. Il comprend également des règles de densité applicables aux unités foncières situées à l'angle de plusieurs voies.

Il accorde également une part significative à la publicité numérique, technologie autant plébiscitée par les professionnels pour son efficacité, que décriée par ses détracteurs pour les nuisances visuelles ou énergétiques qu'elle peut induire, et à ce titre objet de vifs débats. Le RLPi prévoit donc des règles de dimension, d'implantation et de densité, modulées en fonction des zones définies. Il précise en outre qu'aucun dispositif lumineux ne doit être « éblouissant », sans pour autant préciser les critères permettant d'attribuer à un dispositif cette qualification.

Ces règles, qu'il n'est pas nécessaire de détailler ici sont présentées de manière synthétique dans le tableau ci-après.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 9 sur <b>61</b>
---	--	----------------------

SYNTHESE DES PRINCIPALES REGLES POUR LA PUBLICITE		
Dispositions générales	Ciôtures aveugles ou non	Interdit
	Composantes patrimoniales du PLUI	Publicité interdite au sein des composantes patrimoniales et dans un rayon de 25m sur leur unité foncière
	Monuments historiques	Publicité interdite sur les Monuments Historiques et sur leur unité foncière
	Scellé au sol	Si surface > à 2 m <sup>2</sup> = monopied uniquement
	Accessoires	Jambes de forces, pieds-échelles, fondations dépassant du sol = interdit, passerelle uniquement si amovible ou escamotable, dos et flancs des panneaux habillés
	Sur mur	Retrait de 0,50 m de toutes arêtes verticales + sous le niveau de l'égout du toit
	Domaine SNCF	Admis tous les 100 mètres d'un même côté de la voie ferrée
	Lumineuse	Extinction de 23 h à 7 h y compris sur mobilier urbain
	Préenseignes temporaires	Soumises aux dispositions du RLPi applicables à la publicité
Règlementation nationale	Les dispositions du Règlement National de Publicité, non modifiées par le RLPi continuent de s'appliquer (articles R581-22 et suivants du Code de l'environnement notamment)	

	Zone 1	Zone 2	Zone 3a	Zone 3b	Zone 4	Zone 5	Zone 6a	Zone 6b
densité	/	/	1 par unité foncière	≤ à 20 m = 0	≤ à 20 m = 0	≤ à 20 m = 0	≤ à 80 m = 2 muraux alignés	≤ à 40 m = 2 muraux alignés ou 1 au sol
				20 m < L ≤ 80 m = 1	20 m < L ≤ 80 m = 1	20 m < L ≤ 40 m = 1	> 80 m = + 1 par 80 m entamée	40 m < L ≤ 80 m = 2 muraux alignés ou 2 au sol
				> 80 m = + 1 par 80 m entamée + interdistance 50 m	> 80 m = + 1 par 80 m entamée + interdistance 50 m	40 m < L ≤ 80 m = +1 mural ou 2 au sol + interdistance 50 m		
murale	Interdit	Interdit	4 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	10,5 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	10,5 m <sup>2</sup>
scellée au sol	Interdit	Interdit	Interdit	4 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	10,5 m <sup>2</sup>	Interdit	10,5 m <sup>2</sup>
chevalet	si commerce peu visible : 1 admis pour communes de l'UU ≤1m <sup>2</sup>	si commerce peu visible : 1 admis pour communes de l'UU ≤1m <sup>2</sup>	1 admis pour communes de l'UU ≤1m <sup>2</sup>	1 admis ≤1m <sup>2</sup>	1 admis ≤1m <sup>2</sup>	1 admis ≤1m <sup>2</sup>	1 admis pour communes de l'UU ≤1m <sup>2</sup>	1 admis ≤1m <sup>2</sup>
mobilier urbain	2m <sup>2</sup> interdit dans PNR et sites classés	2 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>
numérique	Interdit	sur mobilier urbain uniquement 2 m <sup>2</sup> interdistance 100 m si covisibilité	Interdit	2 m <sup>2</sup> (sauf sur mobilier urbain pour communes de - de 10000 hab)	2 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup> (sauf sur mobilier urbain pour communes de - de 10000 hab) interdistance 200 m si covisibilité	Interdit	8 m <sup>2</sup> (sauf sur mobilier urbain pour communes de - de 10000 hab) interdistance 200 m si covisibilité
petit format	Interdit	Interdit	3 dispositifs dans une limite de 2m <sup>2</sup>	3 dispositifs dans une limite de 2m <sup>2</sup>	3 dispositifs dans une limite de 2m <sup>2</sup>	2 m <sup>2</sup> (=RNP)	2 m <sup>2</sup> (=RNP)	2m <sup>2</sup> (=RNP)

UU = Unité urbaine  
PNR = Parc Naturel Régional  
RNP = Règlement National de Publicité

#### II.4.4 Le RLPi d'Angers Loire Métropole : volet Enseignes

La seconde partie du RLPi consacrée aux enseignes obéit à la même logique d'aménagement du RNP et comprend :

- Des mesures plus restrictives :

Dans toutes les zones « Enseignes », le RLPi interdit l'installation d'enseignes dans les arbres, restreint leur pose en clôtures, et leur impose un gabarit. Il renforce aussi les obligations des propriétaires d'enseignes en cas de fin d'activité.

Par ailleurs les enseignes sont assujetties aux mêmes règles d'extinction nocturne que la publicité (23 h – 7 h), les activités s'exerçant dans cette plage horaire disposant de la possibilité d'allumer et d'éteindre leur enseigne respectivement, une heure avant le début, et une heure après la fin, de l'activité.

Lorsqu'elles sont éclairées, les dispositifs d'éclairage doivent être orientés vers le bas et ne doivent pas être éblouissants. Par ailleurs, les lasers sont interdits

- Des mesures d'encadrement :

Celles-ci portent principalement, selon les zones, sur le dimensionnement et la surface des enseignes scellées au sol, leur intégration paysagère et précisent certains angles morts du RNP : enseignes temporaires, enseignes multiples sur une même unité foncière, assujettissement à plusieurs réglementations.

Ces règles, qu'il n'est pas non plus nécessaire de détailler ici sont présentées de manière synthétique dans le tableau ci-après.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 11 sur <b>61</b>
---	--	-----------------------



## SYNTHESE DES PRINCIPALES REGLES POUR LES ENSEIGNES

<b>Dispositions générales</b>	<b>Sur les arbres, les haies et plantations arbustives</b>	Interdit
	<b>Scellées au sol</b>	Simple face = dos habillé, double face = pas de séparation visible
	<b>Sur murs de clôture et clôtures, aveugles ou non</b>	si > à 1m <sup>2</sup> = interdit sur clôtures non aveugles si < à 1m <sup>2</sup> = 1 par tranche de 30m d'unité foncière + interdistance de 20m
	<b>Enseignes scellées au sol</b>	Obligation de regrouper les enseignes sur un même totem (quand plusieurs activités sur une même unité foncière)
	<b>Horaires d'extinction</b>	de 23 H à 7 h éclairage dirigé vers le sol
	<b>Enseignes perpendiculaires</b>	Saillie < à 0,80m, soit dans le prolongement du bandeau, soit dans la hauteur du RDC
	<b>Surface maximale sur façade</b>	si façade commerciale < à 50m <sup>2</sup> : 25% de la surface de la façade maximum si façade commerciale ≥ à 50m <sup>2</sup> : 15% de la surface de la façade maximum
	<b>Faisceau de rayonnement laser</b>	Interdit
	<b>Enseignes temporaires</b>	10 jours avant et 3 jours après l'évènement + mêmes règles que les autres enseignes
<b>Règlementation nationale</b>	Les dispositions du Règlement National de Publicité, non modifiées par le RLPi continuent de s'appliquer (articles R581-68 et suivants du Code de l'environnement notamment)	

Type d'enseigne	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4
<b>à plat (bandeau)</b>	Autorisées dans la largeur de l'ensemble des baies	Autorisées dans la largeur de l'ensemble des baies	Autorisées dans la largeur de la façade commerciale	Règlement National de Publicité
<b>perpendiculaire (drapeau)</b>	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m <sup>2</sup>	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m <sup>2</sup>	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m <sup>2</sup>	1 par voie bordant l'établissement surface < à 1 m <sup>2</sup>
<b>scellée au sol &lt; à 1 m<sup>2</sup></b>	limitées à 2 par établissement Chevalet autorisé	Drapeaux et oriflammes interdits limitées à 2 par établissement Chevalet autorisé	limitées à 2 sur 30m d'unité foncière, puis 1 supplémentaire par tranche de 30m commencée Chevalet autorisé	limitées à 2 sur 30m d'unité foncière puis 1 supplémentaire par tranche de 30m commencée Chevalet autorisé
<b>scellée au sol &gt; à 1 m<sup>2</sup></b>	drapeaux et oriflammes interdits surface < à 2 m <sup>2</sup> (4 m <sup>2</sup> si regroupement d'activités sur un même totem)	interdites	surface < à 4 m <sup>2</sup> (6 m <sup>2</sup> si regroupement d'activités sur un même totem)	surface < à 6 m <sup>2</sup> (8 m <sup>2</sup> si regroupement d'activités sur un même totem pour communes de + de 10 000 habitants)
<b>numériques</b>	Interdites à l'exception des équipements publics	Interdites à l'exception des équipements publics	Interdites à l'exception des équipements publics	surface < à 8 m <sup>2</sup> (à l'exception des équipements publics) sur façade uniquement
<b>sur toiture</b>	Interdites	Interdites	Interdites	Hauteur limitée à 3 m



### III. ETUDE ET EVALUATION DU PROJET

#### III.1. La motivation du projet : une évolution du contexte appelant une mise à jour du RLPi

Trois ans après la mise en application du RLPi, la Collectivité a pris acte de diverses évolutions, de natures réglementaire, environnementale, ou pratique, qui l'ont amenée à revisiter son contenu en vue de le mettre en cohérence avec ces évolutions et à exploiter les nouvelles opportunités qu'elles offrent.

ALM a ainsi identifié quatre facteurs d'évolution :

- les évolutions législatives ouvrant, notamment par la loi « Climat et résilience » du 22 août 2021, de nouvelles perspectives, avec notamment la possibilité d'encadrer les dispositifs lumineux en vitrines ;
- le renforcement des politiques environnementales consécutives à la récente crise énergétique et au changement climatique ;
- l'apparition sur le territoire de la Collectivité de nouveaux dispositifs en matière de publicité et d'enseignes ;
- les retours pratiques d'expérience après trois ans de mise en application du RLPi.

#### III.2. La recherche d'un équilibre entre plusieurs enjeux

Les principes qui avaient prévalu lors de l'élaboration du RLPi de 2020 sont conservés dans ce projet. Il s'agit bien de rendre compatible la légitime aspiration des acteurs économiques à promouvoir leur activité, en garantissant notamment leur droit à l'affichage, avec la préservation du cadre de vie des citoyens, mais aussi de l'environnement paysager des espaces et sites patrimoniaux de la Collectivité.

De surcroît, plusieurs thématiques spécifiques s'invitent dans cette réflexion, liées principalement à l'utilisation intensive – et jugées parfois excessive - de supports de publicité lumineuse.

En premier lieu apparaît le phénomène de pollution lumineuse abondamment souligné autant dans le RLPi que dans le présent projet de modification, dont la sensibilité va croissante auprès des citoyens.

Par ailleurs, le contexte énergétique, évoqué plus haut, appelle à rechercher une sobriété raisonnée en matière de consommation électrique, avec en corollaire la recherche d'une égalité de traitement entre acteurs privés et publics.

Il convient enfin de citer les risques d'éblouissement et leurs conséquences potentielles en matière d'accidentologie, notamment routière aux entrées d'agglomération.

On notera que cette recherche d'un scénario de compromis peut apparaître inégale du fait qu'elle oppose une vision commerciale et économique, qu'on pourrait qualifier de « consommatrice » de publicité, à tout un faisceau d'inconvénients, voire de nuisances, dont l'ampleur de la liste pourrait conduire à clore définitivement le débat.

Il convient donc d'aborder ce sujet avec le recul nécessaire pour intégrer l'ensemble des enjeux dans une approche la plus factuelle possible.

#### III.3. La procédure d'élaboration et les consultations préalable

La procédure de modification, lancée par arrêté du président d'Angers Loire Métropole en date du 21 novembre 2023, a été conduite sous la supervision d'un comité de pilotage composé d'élus des communes de l'unité urbaine d'ANGERS les plus concernées par les écrans numériques en vitrines, et la présence d'enseignes et de publicités : Angers, Avrillé, Saint-Barthélemy-d'Anjou, Trélazé, Les-Ponts-de-Cé, Sainte-Gemmes-sur-Loire, Mûrs-Erigné, Bouchemaine, Beaucozé.

Une première version du projet de modification a été présentée au comité de pilotage le 1<sup>er</sup> février 2023.

Une réunion de concertation a été organisée le 18 avril 2023. Malgré une campagne d'information et d'invitations ciblées (commerçants, groupements de commerçants, afficheurs, associations,...), elle n'a réuni que 7 personnes.

Les avis recueillis ont été repris dans l'élaboration d'une nouvelle version présentée par la suite au second comité de pilotage le 11 juillet 2023. Il est convenu que la présentation qui avait été faite à cette occasion tenait lieu de compte rendu de la réunion publique de concertation du 18 avril.

### **III.4. Une liste de onze évolutions proposées**

Le projet de modification du RLPi contient onze propositions de natures et de portées variées.

#### **III.4.1 Proposition n°1 : une nouvelle réglementation encadrant les dispositifs lumineux en vitrine**

Conséquence directe de la loi « Climat et résilience » du 22 août 2021, cette évolution résulte de la possibilité ouverte aux EPCI de réglementer l'usage des enseignes et publicités lumineuses à l'intérieur des vitrines.

ALM la considère par ailleurs comme un levier d'action supplémentaire et opportun au service de sa politique de transition écologique, ainsi que dans le cadre de son plan de sauvegarde de mise en valeur du centre-ville d'Angers.

Elle consiste à encadrer les dispositifs numériques<sup>3</sup> en vitrine par un ensemble de règles communes, mais également spécifiques, selon les secteurs d'implantation, et/ou en fonction d'un seuil de linéaire de façade commerciale ou d'activités.

Ces règles concernent pour l'essentiel :

- le nombre et la disposition des écrans : un, ou au maximum deux, par établissement le long d'une même rue, de même format et alignés (horizontalement ou verticalement) ;
- leur surface maximale, selon la zone d'implantation et en fonction de la longueur de façade commerciale ou d'activité ; de 0,15 à 0,85 m<sup>2</sup> selon les zones ;
- les plages horaires d'extinction obligatoire des dispositifs en vitrine alignées sur celles des nouveaux horaires introduits par la modification du RLPi (Cf. § III.4.2 ci-après) appliqués aux enseignes et publicités extérieures (hors mobilier urbain) : 21h – 7H.

Le zonage géographique distingue trois secteurs :

- Zone 1 : Secteurs patrimoniaux, résidentiels, lignes de tramway, espaces hors zones agglomérée ;
- Zone 2 : Grands axes de circulation et entrées de ville ;
- Zone 3 : Zones d'activités et commerciales dans, et en dehors des zones agglomérées.

Il a été établi dans le même esprit qui a prévalu à la définition des zones spécifiques « Publicité » et « enseignes » du RLPi, mais s'en distingue par son découpage propre aux « écrans numériques en vitrine ».

<sup>3</sup> Ces dispositions ne s'appliquent pas aux écrans rétro éclairés ou éclairés par transparence

Répartition des  
3 types de secteur  
ALM



- **Zone 1** : UNESCO, PNR, SPR Ligérien, espaces naturels, sites classés et inscrits, certains quartiers adjacents
- **Zone 2** : SPR d'Angers + Quai Félix Faure,
- **Zone 3a** : quartiers résidentiels, centres-bourg communes - de 10 000 hab hors Unité Urbaine (UU), + BOU, BEA, MUE
- **Zone 3b** : quartiers résidentiels, centres-bourg communes dans UU, sauf BOU, BEA, MUE, SGL
- **Zone 4** : lignes de tramway + 20m
- **Zone 5** : axes structurants et entrées d'agglomération + 20m
- **Zone 6a** : zones d'activités et commerciales communes - de 10 000 hab hors UU, + BOU, MUE, SGL, PDC (partiel)
- **Zone 6b** : zones d'activités et commerciales communes dans UU, sauf BOU, MUE, SGL, PDC (partiel)



Cette proposition se traduit par :

- l'introduction dans le RLPi d'un chapitre spécifique intitulé : « *Publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies des locaux à usage commercial destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique* »
- l'adjonction d'une cartographie spécifique au zonage des dispositifs lumineux en vitrine.

III.4.2 Proposition n°2 : Modification des horaires d'extinction obligatoire de la publicité et des enseignes

Il s'agit là d'une disposition visant à élargir la plage d'extinction obligatoire des publicités et enseignes lumineuses, et à étendre ces mesures aux écrans numériques en vitrine évoqués dans le point précédent.

En pratique la plage d'extinction obligatoire sera 21h - 7h pour l'ensemble des dispositifs lumineux, au lieu de 23h – 7h dans la version actuelle du RLPi. Trois cas de figure dérogatoires sont prévus :

- lorsque l'activité est exercée à l'intérieur de la plage d'extinction, les établissements concernés pourront allumer leurs dispositifs une heure avant l'ouverture et les éteindre une heure après la fermeture ;
- s'agissant du mobilier urbain accueillant de la publicité à titre accessoire – c'est-à-dire en sus de leur mission principale d'information d'intérêt général - les horaires d'extinction du RLPi seront maintenus entre 23h et 7h ;
- dans le même esprit les abris voyageurs ne seront éteints qu'entre 0h30 et 7h tel que déjà prévu au RLPi, en phase avec la plage d'arrêt de l'activité de transport.

Enfin, le RLPi stipule qu'en cas d'élargissement, fixé par arrêté municipal, de la plage d'extinction de l'éclairage nocturne, la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain s'y conforme. Il est ici proposé d'assujettir l'ensemble des dispositifs publicitaires – supportés ou non par du mobilier urbain - à cette mesure.

La transposition de ces propositions dans le RLPi se traduit par une actualisation, au sein des articles P.I. Publicité lumineuses et E.E. Enseignes lumineuses des nouvelles pages d'extinction. Elle comprend également l'introduction, dans le troisième et nouveau chapitre, évoqué supra concernant les écrans numériques en vitrines, d'un article imposant leurs horaires d'extinction, et précisant les situations dérogatoires.

Par ailleurs la mesure, conjoncturelle en cas d'arrêt, d'alignement des horaires d'extinction du mobilier sur ceux de la publicité lumineuse sera introduite dans la partie « Publicité lumineuse ».

Enfin, le terme « abri-bus » sera remplacé par le terme « abri-voyageurs » dans le souci d'englober dans une même terminologie les abris situés le long des lignes de bus ou de tramways.

#### III.4.3 Proposition n°3 : Modification de l'article E.2.6 et ajout d'un article E.1.6 et E.3.6 relatifs aux enseignes lumineuses

Cette formulation, peu accessible à un lecteur non averti, recouvre en fait deux mesures inspirées par l'émergence de nouveaux supports de communication lumineux, apparus depuis la mise en application du RLPi.

- d'une part un nouveau concept d'enseignes, s'apparentant à des caissons lumineux, mais à façade opaque et à champs diffusants limités au niveau des tranches. Si le RLPi interdit la pose de caissons lumineux traditionnels dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SPR) de la ville d'Angers, ce nouveau type d'enseignes apparaît – en accord avec l'architecte des bâtiments de France - compatible avec les exigences de nature patrimoniale attachées à cette zone, et pourrait dès lors y trouver sa place ;



- d'autre part, et a contrario, les dernières années ont vu se développer un grand nombre d'enseignes lumineuses apposées sur lambrequins<sup>4</sup> de store ou sur les stores et parasols situés en terrasse. Par leur multiplicité, leurs surfaces et leur caractère lumineux, elles ont été jugées inadaptées aux enjeux patrimoniaux, comme à ceux de préservation du cadre de vie et de réduction de la pollution lumineuse ainsi qu'aux enjeux de consommation énergétique. Il est donc proposé de les exclure des zones 1,2 et 3 du zonage « Enseignes » du RLPi.

Ces propositions se traduisent dans le RLPi par l'introduction dans l'article E.2.6 relatif aux enseignes lumineuses en zone 2, d'une clause dérogatoire concernant les enseignes présentant des faces opaques et des caissons lumineux au seul niveau de leurs tranches latérales.

Par ailleurs, l'interdiction des enseignes sur lambrequins de store et sur parasol sera précisée dans par l'introduction de deux nouveaux articles (E.1.6 et E.3.6), et la modification de l'article E.2.6 relatifs, respectivement, aux zones « enseignes » 1, 3 et 2.

#### III.4.4 Proposition n° 4 : Modification des règles relatives aux enseignes sur marquises et auvents

Cette proposition vise à introduire, dans l'article du RLPi traitant des enseignes, un facteur de souplesse concernant les enseignes sur marquises et auvents. Celles-ci sont actuellement interdites par le RLPi dans les zones 1, 2, et 3 du plan de zonage « Enseignes ».

Il est apparu que dans certains cas, notamment liés à des contraintes de construction ou à des partis pris architecturaux, l'installation d'une enseigne n'offre pas d'alternative à sa pose sur marquise ou auvent.

De surcroît, faisant le constat que certains projets ont dû être refusés du fait des dispositions actuelles du RLPi, et ce en dépit d'une conception d'intégration jugée compatible dans leur environnement, la Collectivité a souhaité rendre ces projets possibles en les encadrant par l'introduction de certaines règles modulant l'interdiction absolue.

<sup>4</sup> Bordure en tissu située sur la partie avant et verticale d'un store

Ces dispositions se traduisent par l'introduction dans les dispositions générales des articles E.1.2, E.2.2 et E.3.2 d'une règle autorisant l'installation d'une seule enseigne, posée à plat ou perpendiculaire sur les auvents, et uniquement à plat sur les marquises.

#### III.4.5 Proposition n° 5 : Précisions pour l'application des règles relatives aux enseignes des activités s'exerçant sur plusieurs étages

Cette proposition vise à clarifier les règles d'implantation d'enseignes, notamment dans le cas où une activité s'exercerait sur plusieurs étages.

Le RLPi prévoit en effet déjà un ensemble de règles, modulées selon les zones, de nature à permettre une bonne intégration des enseignes parallèles ou perpendiculaires dans leur environnement architectural et urbain. Celles-ci distinguent également les établissements qui exercent leur activité sur un ou plusieurs étages, mais selon des formulations qui se sont avérées parfois insuffisamment précises.

En particulier, les établissements exerçant leur activité sur plusieurs étages pourront désormais placer des enseignes perpendiculaires à l'étage lorsque celui-ci abrite des locaux ouverts au public.

La principale modification proposée, à valeur d'éclaircissement pour ce type d'établissements, se traduira par l'adjonction de cette disposition dans les articles E.1.2, E.2.2, E.3.2 et E.4.2.

Elle intègre par ailleurs dans ces mêmes articles, des dispositions précisant les modalités de pose des enseignes parallèles, qui se distinguent selon que l'activité ne s'exerce que sur un seul étage ou sur plusieurs étages.

#### III.4.6 Proposition n° 6 : Modification des articles relatifs aux enseignes numériques

Cette proposition vise à restreindre davantage l'usage des enseignes numériques extérieures, déjà très encadré dans les zones « Enseignes » n°1, 2, et 3 du RLPi où elles ne sont autorisées que sur les équipements publics.

Dans le même esprit, en zone n°4, elles sont autorisées sous une réserve de surface maximale (8m<sup>2</sup>), à laquelle les équipements publics peuvent également déroger.

La modification proposée consiste à n'appliquer ces clauses dérogatoires que sur les équipements publics à vocation culturelle.

Elle se traduira par l'ajout de cette restriction aux articles E.1.5, E.2.5, E.3.5, et E.4.5, relatifs aux enseignes numériques.

#### III.4.7 Proposition n° 7 : Précisions du règlement en matière d'articulation entre le RLPi et Code de la route

Si l'implantation des publicités et enseignes est principalement encadrée par le RLPi, elle ne doit pas s'exonérer des règles spécifiques du Code de la route. Celles-ci fixent notamment les conditions de retrait des panneaux et enseignes par rapport au bord extérieur de la chaussée.

Ces précisions n'étant pas formellement indiquées dans le RLPi, la Collectivité a tenu à les introduire, dans un double souci de clarification et de pédagogie.

Elles se traduisent par l'introduction dans le règlement de deux nouveaux articles, P.O et E.F, relatifs aux dispositions communes à l'ensemble des zones, respectivement dans les parties « Publicités » et « Enseignes », intégrant un renvoi explicite vers les articles R418-1 à R418-9 du Code de la route.

#### III.4.8 Proposition n° 8 : Précision de l'article P.L relatif aux bâches publicitaires, bâches de chantier, et dispositifs de dimensions exceptionnelles

Le RLPi contient des règles spécifiques encadrant la taille maximum des publicités apposées sur bâches de chantiers.

Il apparaît toutefois que, s'agissant des Monuments historiques, ces dispositions sont régies par le Code du Patrimoine.

La proposition consiste donc à dissiper tout malentendu en renvoyant le cas des bâches de chantiers sur monuments historiques au Code du Patrimoine, et en complétant l'article PL du règlement en conséquence.

#### III.4.9 Proposition n° 9 : Précision de l'article P.G relatif aux règles de densité pour l'implantation des panneaux publicitaires sur les parcelles en angle de voies

Il s'agit ici d'introduire une précision à caractère très technique concernant le mode de calcul du nombre de panneaux publicitaires autorisés en bordure de voie publique. La règle en vigueur consiste à autoriser l'implantation de panneaux en proportion du linéaire d'unités foncière bordant la voie.

Des règles spécifiques précisent par ailleurs le cas des parcelles bordées par plusieurs voies.

La précision apportée ici consiste à fixer une règle permettant dans ce cas d'identifier la voie sur laquelle un panneau pourra être posé.

La modification consiste donc à compléter l'article PG relatif aux prescriptions communes à l'ensemble des zones de publicité en y ajoutant la méthode de calcul permettant de statuer sur ce cas particulier.

#### III.4.10 Proposition n° 10 : Mise à jour du plan de zonage relatif à la publicité en intégrant les nouvelles composantes patrimoniales suite aux évolutions du PLUi

Le RLPi fixe des règles très strictes d'interdiction de publicité à l'intérieur et autour des zones patrimoniales identifiées au PLUi.

Or, le PLUi est un document évolutif dont les modifications peuvent porter sur la nature et/ou le dimensionnement de ces composantes patrimoniales. En l'espèce, depuis la mise en application du RLPi, le PLUi a fait l'objet d'une révision en 2021 et d'une modification en 2023.

La modification proposée ici consiste à mettre à jour le plan de zonage relatif à la publicité en y intégrant les nouvelles composantes patrimoniales récemment inscrites au PLUi.

#### III.4.11 Proposition n° 11 : Correction d'une erreur matérielle dans les annexes

Dans les annexes du RLPI, plus spécifiquement dans le tome « Arrêtés limites d'agglomérations » figure un arrêté de la commune de Feneu, sans aucun lien avec le RLPI, qui s'est substitué par erreur à l'arrêté fixant les limites d'agglomération.

La modification proposée consiste à remplacer les pages 7 et 8 du tome concerné des annexes du RLPi par l'arrêté fixant les limites de la commune d'Avrillé, qui retrouve ainsi la place qui aurait dû être la sienne.

## **IV. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE**

### **IV.1. Préparation de l'enquête publique**

#### IV.1.1 Phase préparatoire avec Angers Loire Métropole

- Un premier contact téléphonique a eu lieu le 6 novembre avec Madame Audrey Janvier, juriste chargée de l'organisation et du suivi de l'enquête publique et à ce titre correspondante du commissaire enquêteur tout au long de son déroulement, au cours duquel l'horizon d'organisation de l'enquête a été établi. A l'issue une ébauche de dossier a été transmise au commissaire enquêteur.

Au cours de l'entretien, le commissaire enquêteur a été informé du mode de gouvernance général du projet, notamment de la tenue de la réunion publique de concertation le 18 avril 2024, suivie de la réunion du comité de pilotage le 11 juillet 2023.

- Par la suite, une réunion préparatoire s'est tenue au siège d'ALM le 30 novembre 2023.

Au cours de cette réunion, en présence de Madame Audrey Janvier, Madame Fanny Hollet et Monsieur Julien Dauplé, urbanistes, ont présenté une synthèse des onze points constitutifs du projet de modification n°1 du RLPi.

Par ailleurs, cette réunion a permis de définir la composition du dossier d'enquête, de préciser les dates de l'enquête et d'arrêter les sites où seront déposés les dossiers soumis à la consultation du public. Ainsi, outre ALM, siège de l'enquête, les mairies d'Angers, d'Avrillé et des Ponts de Cé ont été retenus.

Enfin, ALM a indiqué qu'elle mettra en place un registre dématérialisé dont la mise en œuvre sera confiée à la société Prépreamble (qui assurera une formation au profit du commissaire enquêteur le 2 décembre 2023).

- A l'issue de cette réunion, les documents suivants ont été transmis au commissaire enquêteur :
  - un exemplaire du dossier technique ;
  - le support de la présentation du jour ;
  - le support de la présentation faite au Comité de pilotage N2 tenant lieu de compte rendu de la réunion de concertation du 18 avril.
- Par la suite, les dates définitives de l'enquête ainsi que le calendrier et les lieux des permanences ont été définitivement arrêtés, de sorte que les PPA ont pu être informées de l'organisation de l'enquête par courrier en date du 30 novembre.

Toutefois, à la date de début de l'enquête (15 février 2024), aucune d'entre elles ne s'était manifestée.

- Enfin le 2 février 2024 après-midi, le commissaire enquêteur a pu procéder à la signature des 4 dossiers et des 4 registres destinés à être mis à la disposition du public. A cette occasion, il a été convenu des modalités de la procédure de clôture et de collecte des registres à la date de fin de l'enquête : les registres déposés au siège d'ALM et à la mairie d'Angers seront récupérés directement par le commissaire enquêteur à l'heure de la clôture de l'enquête ; concernant ceux des Ponts de Cé et d'Avrillé une photo de dernière page annotée sera transmise au commissaire enquêteur, puis ils seront collectés par les services municipaux et remis au commissaire enquêteur le mardi 19 mars 2024.

#### IV.1.2 Publicité

Les informations relatives à l'organisation de l'enquête ont été diffusées conformément à l'arrêté communautaire du 9 janvier 2024. Elles répondent aux dispositions de l'article R123-11 du Code de l'environnement.

- Publicité par voie de presse :

Un premier avis a été publié dans les éditions du 27-28 janvier 2024 de Ouest-France et du 27 janvier 2024 du Courrier de l'Ouest ;

Un second avis est paru dans les éditions du 17-18 février 2024 de Ouest-France et du 17 février 2024 du Courrier de l'Ouest.

De surcroît, dans son édition du 25 janvier, le Courrier de l'Ouest a publié un article annonçant l'ouverture prochaine de l'enquête et les modalités de participation.





- Information diffusée voie d'affichage

L'affichage en mairie en format A3 des avis d'ouverture d'enquête publique a été organisée jusqu'au niveau des communes déléguées (dans le cas des communes nouvelles) et des relais mairie pour la commune d'Angers.

Ainsi 41 communes ont été concernées, qui ont également reçu une affiche en format A2 à implanter dans leurs centralités respectives.

De surcroît, des affiches supplémentaires en format A2 ont été distribuées et mises en places :

- 3 pour chacune des 8 communes du pôle centre, hors Angers ;
- 20 pour la ville d'Angers.

Par ailleurs, la plupart des communes ont communiqué par leur site en ligne et sur leurs supports d'information communale.

L'exemple ci-contre est une copie d'écran du site de la commune de Trelazé.

D'autres exemples sont rapportés en annexe du présent rapport.



- Information par voie numérique

L'information était également disponible :

- sur le site d'Angers Loire Métropole : <https://www.angersloiremetropole.fr/rloi/>



- sur les sites des communes, membres d'ALM ;
- par accès direct au registre dématérialisé mis en place par le prestataire Préambule à l'adresse : <https://www.registre-dematerialise.fr/4824/>

Un poste informatique était également mis à la disposition du public au siège d'ALM pendant les heures d'ouverture tout au long de la durée de l'enquête.

- Information personnalisée :



Par un courrier adressé par courriel en date du 2 février 2024, ALM a informé 29 professionnels ou associations potentiellement concernés par l'enquête.

Par ailleurs, certaines communes ont-elles-mêmes diffusé des informations personnalisées à l'attention d'une sélection de professionnels sur leurs territoires. Ce fut les cas par exemple aux Ponts de Cé.

- Information libre :

Plusieurs organes de presse ou d'informations associatives se sont également fait l'écho de l'organisation de l'enquête, ou d'actions directes sur la voie publique organisées en marge de celle-ci.

## IV.2. Analyse et appréciations sur le contenu du dossier

L'ensemble du dossier soumis à la consultation du public est structuré en trois sous-dossiers répertoriés selon la nomenclature suivante :

### IV.2.1 - sous-dossier I : Documents administratifs

Il contient l'ensemble des pièces relatives à la procédure d'enquête publique, y compris le registre des observations.

- Pièce n° I.1 : Informations purement administratives

Elles comprennent :

- une note juridique rappelant les textes juridiques régissant l'enquête publique et les modalités de son insertion dans le processus décisionnel ;
- un avis d'enquête publique comportant un QR code accédant au site du registre dématérialisé ;
- un « 2<sup>ème</sup> avis d'enquête publique » identique au précédent ;
- une copie de l'arrêté communautaire AR-2024-7 du 9 janvier 2024 fixant les modalités d'organisation de l'enquête publique ;
- une copie de l'arrêté communautaire AR-2023-227 du 21 novembre 2023 engageant la procédure de modification du RLPi.

- Pièce n° I.2 : Informations relatives à la publicité

Elles comprennent :

- les attestations de parutions de l'avis d'enquête publique dans les éditions de Ouest France et du Courrier de l'Ouest

### IV.2.2 Sous-dossier II : Modification du RLPi

Ce sous-dossier contient l'ensemble des informations constitutives du projet de modification proprement dit. Il comprend :

- Pièce n°II.1 : Dossier technique de la Modification n°1 :

Ce document, cœur du dossier, expose en introduction les motifs ayant présidé à cette modification, ainsi que les éléments de procédure dans laquelle elle s'inscrit.

Il présente ensuite de façon détaillée, et abondamment illustrée (photos et graphiques), les onze points qui en constituent l'objet, en suivant pour chacun d'eux la même séquence de présentation :

- la présentation du contexte ;
- la nature de la, ou des modifications proposées ;

- la traduction de ces modifications dans le règlement par une présentation en parallèle du texte approuvé du RLPi, et du projet de texte modifié bien mis en évidence en caractères rouges.

- Pièce n°II.2 : Plan de zonage « Publicité »

Ce document comprend 47 cartes couvrant la partie du territoire d'ALM concerné par les règles de publicité. Conformément à la modification n°10, il actualise le plan de zonage Publicité du RLPi par rapport à sa version de 2020 par l'introduction des nouvelles composantes patrimoniales introduites par les dernières évolutions du PLUi : révision du 13 septembre 2021 et modification du 10 juillet 2023.

- Pièce n°II.3 : Plan de zonage « Dispositifs lumineux en vitrine »

Ce document comprend également 47 cartes couvrant le territoire d'ALM. Chacune d'elles précise les limites de la partie agglomérée des communes concernées et celles des trois zones définies par le projet de modification n°1.

#### IV.2.3 Sous-dossier III avis des PPA et des autres autorités consultées

Ce sous-dossier contient les informations relatives à la consultation des PPA.

- Pièce n°III.1 : Informations relatives aux PPA

Cette pièce est constituée d'une part, par une liste de 13 PPA consultées en application de l'article L132-7 du Code de l'urbanisme, d'autre part de la copie du courrier adressé à chacune d'entre elles (14 lettres).

Elle présente certains écarts entre la liste et la liasse de courriers :

- la liste indique un destinataire dont le courrier n'était pas joint : DDT service environnement ;
- la liasse de courriers contient deux courriers à l'attention de destinataires non présents dans la liste : Chambre d'agriculture de Maine-et-Loire et SNCF Réseaux.

Il est précisé dans ce document qu'à la date du 2 février, aucun avis n'avait été émis. Il est également indiqué que les avis parvenus en cours d'enquête seront insérés dans le dossier au fur et à mesure de leur réception.

- Pièce n° III.2 : Avis du Conseil départemental de Maine et Loire. Cet avis, en date du 15 janvier 2024 n'est parvenu au service concerné que le 8 mars. Il a fait l'objet d'une insertion au dossier le 10 mars accompagné d'un bordereau explicatif d'insertion signé du commissaire enquêteur, conformément à l'article R123-14 du Code de l'environnement.

### **IV.3. Déroulement de l'enquête**

#### IV.3.1 Ouverture de l'enquête

L'enquête a été ouverte le jeudi 15 février 2024 à 9h, selon les modalités prescrites par l'arrêté communautaire du 9 janvier 2024.

Chacun des quatre sites désignés pour accueillir le public – pour rappel : siège d'ALM, mairies d'Angers, des Ponts de Cé et d'Avrillé - avaient reçu au préalable en version papier un exemplaire du dossier d'enquête et un registre paraphés et signés du commissaire enquêteur.

Le commissaire enquêteur s'est assuré que les documents étaient également accessibles sur le site en ligne et que le registre dématérialisé était bien ouvert.

ALM a par ailleurs informé le commissaire enquêteur du bon déroulement de la procédure d'ouverture sur l'ensemble des sites.

#### IV.3.2 Mise à disposition des dossiers

Dans chaque site le dossier était détenu par la personne chargée de l'accueil et un local en permettait la consultation dans des conditions d'accessibilité satisfaisantes pendant les heures d'ouverture au public.

### IV.3.3 Déroulement des permanences

Le commissaire enquêteur a tenu trois permanences :

- Le samedi 17 février de 9 h à 12 h à la mairie d'Avrillé

Le dossier et le registre étaient en place et la salle prévue pour recevoir le public tout à fait adaptée.

Aucun visiteur ne s'est présenté.

Au cours de la permanence le commissaire enquêteur s'est entretenu avec Monsieur Bodinier, de la direction Aménagement du territoire de la ville d'Avrillé qui lui a notamment fait part des difficultés rencontrées pour contrôler la bonne application des prescriptions du RLPi.

- Le mercredi 28 février 2024 de 14 h 30 à 17 h 30 à la mairie des Ponts-de-Cé

Le dossier et le registre étaient en place et la salle prévue pour recevoir le public tout à fait adaptée.

3 visiteurs se sont présentés :

- Madame Andrea Frandsen et Monsieur Noël Froger, habitants des Ponts-de-Cé, se sont présentés ensemble. Ils souhaitaient recueillir des précisions sur le périmètre de l'enquête afin d'y déposer ultérieurement – ce qu'ils ont fait par la suite – une déposition sur le registre dématérialisé. Ils n'ont toutefois pas rédigé d'observation sur le registre papier.

- Monsieur Cédric Hervouët, directeur du cinéma Cinéville des Ponts-de-Cé, venu attirer l'attention du commissaire enquêteur sur la difficulté que représente pour son activité la nouvelle règle concernant les dispositifs lumineux en vitrine. Il n'a pas souhaité déposer d'observation à ce stade sur le registre papier, mais a manifesté son intention d'en référer aux organisations professionnelles représentatives de sa profession en vue d'une déposition ultérieure sur le registre dématérialisé.

- Le vendredi 15 mars de 14 h 30 à 17 h 30 au siège d'ALM

Le dossier et le registre étaient en place à l'accueil et la salle, prévue en étage, était accessible par ascenseur pour recevoir le public. Toutefois, en cas d'affluence, les visiteurs en attente devaient patienter dans le couloir.

5 visiteurs ont été reçus par le commissaire enquêteur :

- Madame Bernardy, habitante d'Angers, qui souhaitait avoir une vue d'ensemble du contenu de l'enquête publique et de son organisation. Après une présentation de l'ensemble des pièces du dossier et une synthèse des onze points de modification, elle s'est estimée satisfaite et est repartie sans déposer d'observation.

- Un groupe de 4 personnes, représentatives du collectif d'associations nommé « On n'en peut pub » : Monsieur Bronsard représentant « Extinction Rebellion », Monsieur Cioffi représentant « Greenpeace Angers » et deux personnes qui ont souhaité conserver l'anonymat représentant « Justice climatique Angers ». Ils ont remis au commissaire enquêteur :

- le texte d'une déposition de 6 pages écrite signée du collectif « On n'en peut pub » ;

- une pétition composée :

- d'une liasse de 12 feuillets dactylographiés comprenant, en page 1 et 2 le texte d'une motion mise en lignes sur le site : <https://link.infini.fr/vers-une-reduction-de-la-publicité-a-angers>, suivi d'une liste de 622 noms accompagnés d'un code postal, extraite du site en question.

- 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.

Le total des noms comptabilisés dans cette pétition est donc de 658.

Lors de l'échange avec le commissaire enquêteur ces personnes lui ont indiqué avoir mené des « actions citoyennes » sur la voie publique au cours de 4 week-ends. Ils ont salué le principe de la

démarche d'un encadrement plus strict de la publicité tout en déplorant son manque d'ambition compte tenu de l'urgence climatique. Ils ont appelé à un contrôle plus rigoureux des prescriptions du RLPi dont ils souhaitent qu'il fasse l'objet d'une procédure de révision.

Ces deux contributions ont été annexées au registre papier dédié à cette permanence, et transmises à ALM (Madame Nicolas) en vue d'être insérées dans le registre dématérialisé, ce qui a été fait avant l'heure prévue de fin de l'enquête.

#### IV.3.4 Clôture de l'enquête publique

L'enquête a pris fin le vendredi 15 mars à 17h30 précises, conformément aux dispositions de l'arrêté communautaire portant sur son organisation. A partir de cette heure, le registre dématérialisé n'était plus accessible.

Le commissaire enquêteur a conservé les registres en version papier assignés à la mairie d'Angers et au siège d'ALM. Comme le prévoyait la procédure convenue, les photos de chaque dernière page annotée des deux registres des Ponts-de-Cé et d'Avrillé ont été transmises au commissaire enquêteur. Elles ne révélaient aucune déposition manuscrite.

Ces deux registres lui ont été remis le mardi 19 mars à 15h. A cette occasion le commissaire enquêteur a pu clore l'ensemble des registres dont le bilan s'établit comme suit :

- Registre déposé au siège d'ALM : aucune déposition manuscrite ; 2 dépositions écrites – dont une pétition - transmises en mains propres au commissaire enquêteur ;
- Registre déposé à la mairie d'Angers : aucune déposition ;
- Registre déposé à la mairie d'Avrillé : aucune déposition.
- Registre déposé à la mairie des Ponts-de-C2 : aucune déposition ;
- Registre dématérialisé : 96 dépositions ;
- Courriers adressés par voie postale : 0
- Courriers adressés par voie électronique (hors registre dématérialisé) : 0

#### **IV.4. Procès-verbal de synthèse**

Conformément à l'article R123-18 du Code de l'environnement et de l'article 8 de l'arrêté communautaire n°AR-2024-7 portant organisation de l'enquête, le commissaire enquêteur a rédigé un procès-verbal de synthèse consignait les observations écrites et orales relevées au cours de l'enquête.

Ce document a été remis et commenté le mardi 26 mars à Monsieur Roch Brancour, Vice-président d'Angers Loire Métropole en charge de l'habitat et représentant le maître d'ouvrage. A cette réunion étaient également présentes Mesdames Armelle Marrière, directrice du service Planification - Etudes stratégiques, et Fanny Hollet, urbaniste.

Au cours de la présentation, le commissaire enquêteur a précisé la méthodologie retenue pour l'analyse des observations, indiqué que chacune d'elle avait fait l'objet dans le procès-verbal d'une courte synthèse, et exposé les questions et thématiques clés révélées par l'enquête, ainsi que les questions de synthèse que celles-ci appelaient de la part du commissaire enquêteur.

Monsieur Brancour a pris acte du nombre significatif d'observations du public ainsi que des questions du commissaire enquêteur, faisant part de son intention d'y porter la plus grande attention. Souhaitant dans cette perspective y apporter des réponses suffisamment construites, il a exprimé oralement le besoin d'accorder à ses services un délai supérieur aux 15 jours prévus par ce même article R123-18.

Le procès-verbal de synthèse figure en pièce jointe au présent rapport.

#### **IV.5. Mémoire en réponse**

Faisant suite à la réunion de présentation du procès-verbal de synthèse du 26 mars, ALM a confirmé au commissaire enquêteur par courrier électronique le 9 avril 2024 son intention de disposer d'un

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole	Page 24 sur 61
<b>Procès-verbal de synthèse</b>		

délaï supplémentaire pour instruire les questions soulevées, fixant au 19 avril 2024, au plus tard, la date de transmission de son mémoire en réponse.

Celui-ci a été en effet adressé au commissaire enquêteur le 19 avril par voie électronique.

Le mémoire, auquel est jointe une lettre d'accompagnement, est structuré en deux parties : la première apporte les réponses aux questions posées par le commissaire enquêteur dans son procès-verbal de synthèse ; la seconde développe une réponse formulée de façon globale à l'ensemble des observations déposées lors de l'enquête.

La date de réception du mémoire en réponse, postérieure au 15 avril, date théorique de remise du rapport et des conclusions, a naturellement conduit le commissaire enquêteur à demander à son tour une prolongation pour finaliser ces documents, dans les conditions prévues par l'article L123-15 du Code de l'environnement.

Le mémoire en réponse figure également en pièce jointe au présent rapport.

#### **IV.6. Questions complémentaires**

Après avoir pris connaissance du mémoire en réponse, le commissaire enquêteur a questionné ALM en vue d'obtenir des précisions sur deux points.

##### IV.6.1 Concernant les enseignes numériques extérieures dans les zones 1, 2 et 3

Dans son mémoire en réponse, ALM dit étudier « *un ajustement, au sein du règlement, des dispositions applicables en matière d'enseignes numériques, pour que les établissements culturels puissent bénéficier de règles spécifiques mieux adaptées à leur situation et vocation particulière* ».

Le commissaire enquêteur a souhaité des précisions sur la possibilité d'attribuer ce statut d'établissement culturel indifféremment aux établissements publics et privés (cinéma par exemple). Dans sa réponse, ALM a répondu par l'affirmative, indiquant que les dispositions envisagées leur accorderaient la possibilité « *d'installer des enseignes numériques extérieures en façades dans les zones 1, 2, et 3, ainsi qu'une règle spécifique permettant d'installer des écrans numériques en vitrine* ».

##### IV.6.2 Concernant les compétences en matière de police de la publicité

Dans son mémoire en réponse, ALM indique que « *l'autorité compétente en matière de délivrance des autorisations et de mise en œuvre du pouvoir de police de la publicité et des enseignes sont les Maires des communes* ».

Or, la Loi Climat et Résilience, prévoit que « *lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre est compétent en matière de plan local d'urbanisme ou de règlement local de publicité, les maires des communes membres de cet établissement public transfèrent à son président leurs prérogatives en matière de police de la publicité* ».

Interrogée sur ce point ALM a précisé que « *cette même loi prévoit également que les maires peuvent s'opposer au transfert de compétences sur leur territoire jusqu'au 1er juillet 2024* ».

En l'espèce, plusieurs maires d'ALM ayant souhaité conserver cette compétence en commune, et ainsi s'opposer à son transfert à l'EPCI, il a par la suite « *été décidé politiquement qu'ALM renoncerait à reprendre la compétence sur l'ensemble de son territoire* ».

### **V. AVIS DES PPA ET DES ORGANISMES CONSULTES**

Par un courrier en date du 30 novembre 2023, ALM a informé 14 services ou organismes publics ou privés de l'organisation à venir de l'enquête publique, les invitant à faire part de leurs observations.

La liste des destinataires est conforme à la liste des Personnes publiques qu'il est prévu d'associer au projet de modification du RLPi par l'article L132-7 du Code de l'urbanisme.

Au 15 février 2024, date d'ouverture de l'enquête publique, aucune réponse n'était parvenue au service d'ALM en charge du projet. De sorte que le dossier mis à la disposition du public ne comprenait que la liste des destinataires et la copie des courriers qui leur avaient été adressés.

Toutefois, par un courrier en date du 15 janvier 2024, mais parvenu au service compétent d'ALM le 8 mars 2024, le Conseil départemental du Maine-et-Loire a prononcé un avis favorable au projet de modification.

Cette pièce a été versée au dossier accompagné d'un bordereau explicatif le 10 mars 2024 ainsi que le prévoit l'article R123-14 du Code de l'environnement.

A la date de clôture de l'enquête publique, aucun autre avis n'était parvenu au commissaire enquêteur.

## VI. BILAN DE L'ENQUETE PUBLIQUE

### VI.1. Climat général

L'enquête proprement dite s'est déroulée sans incident dans, ou à proximité des sites désignés pour recevoir le public, ni même au cours de permanence au cours desquelles la tonalité des échanges a été courtoise et respectueuse.

Pour autant, son objet est loin d'avoir suscité l'indifférence. Avant l'ouverture de l'enquête, plusieurs associations environnementales s'étaient mobilisées pour en faire connaître les modalités et inviter le public à se manifester. Cette mobilisation s'est traduite par une campagne d'information et de mobilisation en ligne sur leurs sites mais également par des actions sur la voie publique, elles-mêmes relayées par la presse régionale.

Ces actions à caractère non violent semblaient principalement viser les mobiliers urbains supports de publicité lumineuse sur lesquels ont été déposées des affiches ou des végétaux.



Dans ce contexte, une pétition avait été organisée et les signatures ont pu être déposées, soit en ligne, soit par recueil direct à l'occasion des actions évoquées plus haut. Celle-ci a été remise au commissaire enquêteur lors de sa permanence du 15 mars.

S'agissant des dépositions recueillies sur le registre dématérialisé, la tonalité de leur rédaction était respectueuse sur la forme, tout en étant parfois ferme sur le fond. Plusieurs étaient assorties d'argumentaires structurés, certaines d'entre elles formulées en termes identiques, ou très proches, s'appuyant à l'évidence sur des éléments de langage partagés. On notera que 43% d'entre elles émanaient de personnes désirant conserver leur anonymat.

Si le public – s'exprimant individuellement ou par la voix associative - s'est prononcé majoritairement en faveur d'une réduction des dispositifs publicitaires dans l'espace public, les acteurs économiques ont fait entendre leurs points de vue principalement par leurs représentations syndicales ou professionnelles. Le commissaire enquêteur note avec une certaine surprise qu'aucun commerçant ne s'est manifesté à titre individuel au cours de cette enquête à l'exception des professionnels du cinéma. Ceux-ci ont d'ailleurs indiqué n'avoir été informés de l'enquête que très tardivement.

Cette situation semble indiquer que si les professionnels dont la publicité constitue le cœur de métier ont été bien présents et impliqués en amont et au cours de l'enquête, les commerçants et autres acteurs économiques utilisateurs d'enseignes et de publicités se sont moins mobilisés.

## VI.2. Bilan quantitatif des observations et des questions déposées

### VI.2.1 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 doublons (contributions identiques provenant du même auteur), de sorte que le nombre total de contributions retenu est de 94.

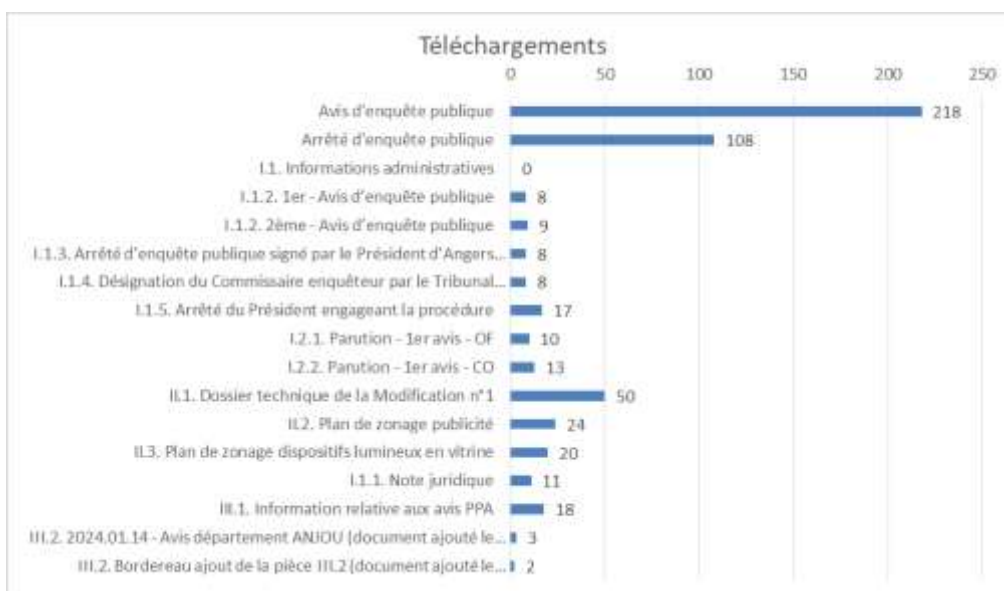
- 96 (dont les 4 doublons) ont été déposées en ligne sur le registre dématérialisé.
- 2 ont été remises en mains propres au commissaire enquêteur au cours des permanences ;
- Aucune observation manuscrite n'a été apposée sur les 4 registres papier mis à la disposition du public dans les mairies d'Angers,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

L'observation du nombre de téléchargements (cf graphique ci-dessous) révèle que si les actes portant organisation de l'enquête publique ont été les plus téléchargés, les pièces précisant la nature des modifications proposées, à savoir le dossier technique et les deux plans de zonage, n'ont été téléchargés respectivement que 50, 24 et 20 fois.



### VI.2.2 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 ».

Cette appréciation doit toutefois être nuancée par le fait que si 92 observations ont été déposées sur le registre dématérialisé, seulement 50 personnes ont téléchargé le dossier technique de la modification, laissant ainsi raisonnablement supposer qu'une partie significative d'entre elles ont déposé des contributions sans avoir pris connaissance du contenu détaillé du dossier.

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 d'entre elles 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 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.

### VI.3. Analyse des thématiques abordées

#### VI.3.1 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* », « *il faut garantir, le droit à l'expression et à la diffusion d'informations nécessaires à nos activités* ») 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)**,

Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole	Page 28 sur 61
Procès-verbal de synthèse		



- 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.

<b>PP</b>	<b>Prises de Positions</b>	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	... les principaux effets attribués à la publicité
	PP3 pollution visuelle et lumineuse	
	PP4 Surconsommation	
	PP5 Sécurité / Eblouissement, Attention	
	PP6 Position Autres	
	PP7 Capacité de contrôle / police / complexité	
<b>AP</b>	<b>Demandes d'Aménagement aux mesures Proposées</b>	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
<b>AS</b>	<b>Demandes d'Aménagements Supplémentaires</b>	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
<b>SS</b>	<b>Situations Spécifiques</b>	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
<b>AD</b>	<b>Autres Demandes</b>	Elles expriment ... ⚡
	AD Autres demandes	... des commentaires et/ou des propositions sur des thématiques hors du champ du RLPI.

### VI.3.2 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) ;

Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole	Page <b>29</b> sur <b>61</b>
<b>Procès-verbal de synthèse</b>		

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 leur sigle de référence, les thématiques abordées (c.f. colonne jaune du tableau au §V.3.1) ;

**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 été fait ici de présenter l'ensemble des contributions telles qu'elles ont été présentées à ALM dans le procès-verbal de synthèse, de sorte de lui permettre de pouvoir y répondre le cas échéant.

Il s'avère que dans son mémoire en réponse (cf. §IV.5), ALM a fait le choix de produire un ensemble de réponses global structuré autour des thèmes qu'elle a estimé les plus représentatifs, lesquels sont exposés au §VII ci-après.

Le lecteur pourra donc faire le lien entre chacune des observations déposées et la réponse apportée par ALM selon les thématiques abordées.

Par ailleurs, le commissaire enquêteur a été amené à établir une typologie des observations et questions posées, d'ailleurs assez proche de celle qu'ALM a établie dans son mémoire en réponse.

Celle-ci a été décrite dans le procès-verbal de synthèse remis au maître d'ouvrage à l'issue de l'enquête, assortie des questions que le commissaire enquêteur lui a directement posées.

Dans un souci de cohérence de rédaction et de lecture, les synthèses de ces thèmes, accompagnées des réponses et observations d'ALM sont exposées dans le document « conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur ».

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 « <b><i>l'idéologie qu'elle soutient</i></b> » 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 m<sup>2</sup> 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 « <b><i>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</i></b> ». « <b><i>Un seul dispositif (...) entre 25 et 100 m et un supplémentaires par tranche de 100m entamés</i></b> » avec une « <b><i>règle d'inter-distance minimum de 80m</i></b> ».</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 « <b><i>révision</i></b> », portant sur :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) « <b><i>L'interdiction de toute publicité et enseigne numérique en extérieur dans toute l'agglomération.</i></b> »</li> <li>2) Le suppression de la règle dérogatoire (article PC du RLPI) autorisant la publicité aux abords des monuments historiques.</li> <li>3) La réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol à 4 m<sup>2</sup> maximum et à 12 m<sup>2</sup> pour les</li> </ol>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			publicités sur bâches de chantier. Dans sa conclusion, les signataires interpellent le « <b>maire de faire valoir ses compétences en matière de police de la publicité</b> », faisant le constat de nombreuses situation d’infractions.
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 est constituée de deux documents :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une liasse de 12 feuillets dactylographiés comprenant, en page 1 et 2 le texte proprement dit de la pétition mise en lignes sur le site : <a href="https://link.infini.fr/vers-une-reduction-de-la-publicité-a-angers">https://link.infini.fr/vers-une-reduction-de-la-publicité-a-angers</a></li> <li>- 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.</li> </ul> <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"> <li>- <b>"l'interdiction de toute publicité lumineuse et enseigne numérique en extérieur sur tout le territoire de l'agglomération"</b> ;</li> <li>- <b>"la réduction au minimum légal de la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines"</b> ;</li> <li>- <b>"l'extinction des enseignes et publicités lumineuses intérieures et extérieures dès la fermeture du commerce"</b> ;</li> <li>- <b>"l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, comme la loi le permet"</b> ;</li> <li>- <b>"la réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol"</b> ;</li> <li>- <b>"moins de publicités avec des règles de densité plus strictes"</b> ;</li> <li>- <b>"une application stricte des réglementations"</b>.</li> </ul>
RD96	TARRIEUX	PP0 SSP	<p>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.</p> <p>Le texte de cette déposition fait valoir la spécificité de leur activité classée <b>"Art et essai"</b> depuis plus de quarante ans. Il souligne le</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>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.</p> <p>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.</p>
RD95	Anonyme	PP6	<p>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").</p> <p>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.</p>
RD94	Fédération Nationale des Cinémas Français	PP0 SSP	<p>La Fédération Nationale des Cinémas Français exprime ses préoccupations à l'encontre "<b>de mesures susceptibles d'affecter la diffusion culturelle en interdisant l'affichage numérique des salles</b>", estimant qu'"<b>une affiche de film, même numérique, n'est pas une publicité</b>".</p> <p>Elle souligne l'importance que revêt "<b>l'affichage « dynamique » - les affiches de films numériques à l'intérieur des cinémas - pour les salles de cinéma</b>" pour faire connaître au public les films à l'affiche dans les salles.</p>
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"> <li>- « les enseignes des magasins soient éteintes entre leur fermeture et leur ouverture ;</li> <li>- le nombre de panneaux publicitaires soit diminué de 50% ;</li> <li>- la publicité sur les panneaux (NDR : extérieur ?) soit réservée aux commerces et industries locales.</li> </ul> <p><b>Même si le mieux serait qu'il n'y ait plus de pub! »</b></p>
RD92	Cinéville Les Ponts-de-Cé	AP1 AP3 PP0 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 "<b>la spécificité des établissements culturels, en particulier les cinémas</b>".</p> <p>Celle-ci se caractérise par la richesse de la proposition culturelle qu'ils doivent présenter chaque semaine à leur public : "<b>en moyenne de 12 à 20 films différents, sur 250 à 400 séances</b>".</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 "<b>aux équipements publics à vocation culturelle</b>" 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>
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
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"> <li>- adopter une approche équilibrée les trois piliers du développement durable ;</li> <li>- garantir, pour les entreprises, le droit à l'expression et à la diffusion d'informations nécessaires à leurs activités ;</li> <li>- 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.</li> </ul> <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"> <li>- 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 ;</li> <li>- 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) ;</li> <li>- 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) ;</li> <li>- maintenir une plage d'extinction 23 h - 9 h dans "<b>les secteurs « centre-ville/quartiers/lignes de tramway »</b>" réputés plus animés en soirée, mais aussi lieux où les activités commerciales et économiques s'exercent différemment (concerne la proposition n°2).</li> </ul>
RD89	Groupe Angers Ecologique et Solidaire	AD AP1 AP2 AP3 AS1 AS2 AS4 PP1 PP2 PP3 PP4 PP7	<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"> <li>- ambitieux dans sa volonté de réduire l'empreinte de la publicité dans l'agglomération ;</li> <li>- exemplaire dans ses objectifs de réduction de consommation d'énergie ;</li> <li>- rigoureux en matière de contrôle de son application.</li> </ul> <p>L'association émet 11 propositions (le détail figure dans la déposition) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 - interdiction de toute publicité lumineuse et enseigne numérique en extérieur, dans toute l'agglomération ;</li> <li>2 - "<b>réduction au maximum de la publicité lumineuse et numérique à l'intérieur des vitrines</b>", en limitant à un écran numérique par établissement (concerne la mesure n°1) ;</li> <li>3 - "<b>interdiction totale des caissons lumineux</b>", quel que soit le modèle (concerne la mesure n°3) ;</li> <li>4 - "<b>extinction totale du mobilier urbain pour l'information sur tout le territoire d'Angers Loire Métropole, et plus seulement de 23h</b></li> </ol>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p><b>à 7h</b>" (concerne la mesure n°2) ;</p> <p>5 - "<b>extinction des enseignes et publicités lumineuses intérieures et extérieures dès la fermeture du commerce</b>" (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 "<b>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</b>" ;</p> <p>8 - "<b>réduction de la surface d'affichage des panneaux publicitaires muraux ou scellés au sol à 4m<sup>2</sup> maximum et à 12m<sup>2</sup> pour la publicité sur bâche de chantier pour toute l'agglomération</b>" ;</p> <p>9 - "<b>adoption du "Oui pub" et plus du "Stop pub"</b>" ;</p> <p>10 - "<b>mise en place d'un score CO2 pour lutter contre les produits polluants</b>" ;</p> <p>11 - "<b>renégociation des contrats de mobilier urbain, réduction d'au moins la moitié de la publicité sur le mobilier urbain</b>" ;</p> <p>12 - "<b>application stricte des réglementations</b>" par le plein exercice des pouvoir de police conféré au "<b>maire d'Angers</b>"</p>
RD88	Laporte Oriane	<p>AP1</p> <p>AP2</p> <p>AS1</p> <p>AS2</p> <p>AS3</p> <p>AS4</p> <p>AS5</p> <p>PP1</p> <p>PP2</p> <p>PP3</p> <p>PP4</p>	<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 "<b>régulation significative</b>" 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 "<b>effets néfastes</b>" : 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"> <li>- "<b>interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines</b>" ;</li> <li>- imposer l'"<b>extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces</b>" ;</li> <li>- imposer l'"<b>extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris</b>", les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ;</li> <li>- "<b>réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités</b>" en tous lieux.</li> </ul> <p>Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin "<b>en révisant en profondeur le règlement</b>", elle propose une seconde liste de mesures :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "<b>interdire toute publicité et enseigne numérique</b>" ;</li> <li>- "<b>interdire les publicités aux abords des monuments historiques</b>" ;</li> <li>- "<b>limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol</b>" ;</li> <li>- "limiter au maximum la publicité quel que soit le format" ;</li> <li>- "<b>interdire la publicité aux abords des écoles</b>".</li> </ul>



Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
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 "<b>mobilier urbain</b>" 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, n'ayant de ce fait qu'une « <b>vocation publicitaire accessoire</b> ».</p> <p>Par ailleurs, il indique qu'"<b>il ne pèse pas sur le budget des collectivités</b>", l'ensemble des coûts d'installation, de fonctionnement et de maintenance étant financé par les recettes publicitaires.</p> <p>Enfin il souligne que, "<b>contrairement aux dispositifs publicitaires, l'implantation du mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité</b>" (contrat public, autorisations d'occupation du domaine public, déclarations / autorisations préalables).</p> <p>Ce contexte posé, il estime que "<b>le mobilier urbain publicitaire étant déjà très réglementé et contrôlé, toute restriction à son égard au sein d'un RLPi demeure alors surabondante</b>", 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 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.</p>
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 son président, Monsieur Stéphane Dottelonde, l'UPE exprime sa "<b>grande inquiétude</b>" à l'égard du projet de modification du RLPi, estimant qu'il est "<b>contraire au principe de conciliation</b>" 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 "<b>les principaux utilisateurs sont les magasins de proximité positionnés en centre-ville</b>".</p> <p>Par ailleurs, elle indique que le format 0,15 m<sup>2</sup> ne répond pas à l'utilisation souhaitée, estimant même qu'une limite à 0,60 m<sup>2</sup> 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</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>mesures conditionnées aux linéaires de façade, les estimant de surcroît "<b>discriminatoires</b>". Ces considérations la conduisent à formuler les amendements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- limiter à "<b>un dispositif numérique maximum</b>" (NDR : en vitrine) par façade et par rue ;</li> <li>- limiter son format "<b>à 10% de la surface vitrée dans la limite de 2m<sup>2</sup> par dispositif</b>".</li> </ul> <p>Le document développe ensuite un plaidoyer en faveur de la "<b>communication extérieure</b>" reposant sur sa finalité de communication de proximité, y compris au service des Collectivités, et sur "<b>une empreinte énergétique maîtrisée</b>", étude chiffrée à l'appui. 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. Une telle perspective mettrait alors en danger la pérennité des emplois du secteur de la communication extérieure qui emploie 15 000 salariés sur l'ensemble du territoire national. 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 "<b>une nouvelle perte d'audience sur des périodes de déplacements actifs au sein des villes</b>". En conséquence, elle suggère la plage 22 h - 6 h.</p> <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'"<b>interprétatif et (de) source d'insécurité juridique</b>".</p> <p>Concernant l'articulation du RLPi avec le code de la route (Modification n°7), l'UPE estime qu'il n'est pas opportun d'y faire référence. 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 "<b>dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière</b>" (art R581-25 du code de l'environnement), l'UPE demande la suppression de cette proposition de modification.</p>
RD85	Didier Demilly	AD PP5 SSA	<p>Monsieur Didier Demilly dénonce dans sa déposition la situation particulière d'un panneau lumineux implanté "<b>sur la façade du bowling silver Bowl Av Paul Prosper Guilhem</b>", à 105 mètres 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 Beaucozuté.</p>
RD84	Brichant, Anna	AP2 AS1 AS5	<p>Madame Anna Brichant préconise dans sa déposition :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- d'"<b>interdire les panneaux numériques</b>" ;</li> <li>- d'"<b>interdire les panneaux publicitaires rétro-éclairés</b>" ;</li> <li>- d'imposer l'"<b>extinction des vitrines 1h maximum après la fermeture du commerce</b>" ;</li> <li>- de "<b>mettre en place les propositions de la convention citoyenne pour le climat en matière de publicités</b>".</li> </ul>
RD83	Anonyme	AP1 AP2	<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 "<b>régulation significative</b>" de la publicité, faisant référence au 6e rapport du 3e groupe de travail du GIEC et à la</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		AS1 AS2 AS3 AS4 AS5 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>convention citoyenne pour le climat.</p> <p>Par ailleurs, elle en dénonce les <b>"effets néfastes"</b> : 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'elles juge en lien avec le projet de modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>"interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines"</b> ;</li> <li>- <b>"imposer l'extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces"</b> ;</li> <li>- <b>"imposer l'extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris"</b>, les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ;</li> <li>- <b>"réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités"</b> en tous lieux.</li> </ul> <p>Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin <b>"en révisant en profondeur le règlement"</b>, elle propose une seconde liste de mesures :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>"interdire toute publicité et enseigne numérique"</b> ;</li> <li>- <b>"interdire les publicités aux abords des monuments historiques"</b> ;</li> <li>- <b>"limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol"</b> ;</li> <li>- <b>"limiter au maximum la publicité quel que soit le format"</b> ;</li> <li>- <b>"interdire la publicité aux abords des écoles"</b>.</li> </ul>
RD82	GOUESSET Anne	AP2 AS1 AS2 AS5 PP1 PP3 PP4	<p>Madame Anne Goueset invite les élus à être <b>"à la hauteur des enjeux sociétaux et environnementaux"</b> 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"> <li>- <b>"interdire les écrans numériques"</b> ;</li> <li>- <b>"faire éteindre dès leur fermeture les enseignes et autres publicités des magasins"</b> ;</li> <li>- <b>"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"</b>.</li> </ul>
RD81	OZOUF Franck	AP1 AP2 AS1 AS2 AS3 AS4 AS5 PP1 PP2	<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 <b>"régulation significative"</b> 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 <b>"effets néfastes"</b> : 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'elles juge en lien avec le projet de modification :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>"interdire les publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines"</b> ;</li> <li>- <b>"imposer l'extinction des publicités et enseignes intérieures et extérieures dès la fermeture des commerces"</b> ;</li> </ul>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		PP3 PP4	- " <b>imposer l'extinction de toute publicité lumineuse extérieure sur panneaux scellés au sol et muraux, mobilier urbain compris</b> ", les abris voyageurs disposant d'un éclairage indépendant considéré suffisant pour y assurer la sécurité des passagers en attente ; - " <b>réduire le plus possible les surfaces d'affichage et réduire la densité des publicités</b> " en tous lieux. Enfin, invitant les élus à aller bien plus loin " <b>en révisant en profondeur le règlement</b> ", elle propose une seconde liste de mesures : - " <b>interdire toute publicité et enseigne numérique</b> " ; - " <b>interdire les publicités aux abords des monuments historiques</b> " ; - " <b>limiter la surface des publicités au minimum possible pour les panneaux muraux et scellés au sol</b> " ; - " <b>limiter au maximum la publicité quel que soit le format</b> " ; - " <b>interdire la publicité aux abords des écoles</b> ".
RD80	Anonyme	AS3 PP1 PP2	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. 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.
RD79	Vincent NICOLAS	AP3 PP1 PP7	Monsieur Vincent NICOLAS déclare partager les propositions (vues sur une affiche) de " <b>réduire la densité de pub au mètre carré ou celle de faire respecter le règlement</b> ". Il invite à " <b>la réduire au maximum</b> ", suivant ainsi les exemples de Grenoble ou de Lyon.
RD78	Anonyme	AS1 AS5 PP1	Cette personne anonyme invite à : - arrêter (" <b>stop à</b> ") la publicité ; - interdire les " <b>écrans lumineux dans les rues et les enseignes () de jour comme de nuit</b> " ; Il suggère également de remplacer les panneaux publicitaires par du " <b>végétal</b> ".
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, mais non dénuée d'humour, pouvant se résumer à la suppression de toute forme de publicités et d'enseignes sur l'ensemble du territoire. Exemple extrait de sa déposition : « <b>PROP. N°1</b> <b>Art. V.A : il ne peut être installé aucun écran numérique</b> <b>Art. V.B : idem art.V.A</b> <b>Art. V.C : à toiletter</b> <b>Art. V.D :</b> <b>- les écrans numériques sont prohibés</b>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>- la diffusion d'aucune image est privilégiée  - aucun dispositif lumineux ne doit exister  (...) <b>PROP. N° 11</b>  <b>nous ARRÊTONS partout toute publicité »</b></p>
RD76	Anonyme	AP1, AP2 PP2, PP3 PP7	<p>Cette personne anonyme, dénonçant la pollution lumineuse et le gaspillage énergétique, préconise de "<b>restreindre au maximum l'usage d'écran vidéo publicitaire et sanctionner</b>" 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.</p>
RD75	Frandsen Andrea	PP1 PP2 PP3	<p>Madame Andrea Frandsen, qui avait rencontré le commissaire enquêteur lors de sa permanence aux Ponts de Cé, s'insurge contre "<b>cette pollution visuelle</b>" et déplore "<b>l'énergie gaspillée pour pousser à la consommation</b>".  Elle invite les élus à réagir et à mettre fin à "<b>cette publicité incitant insidieusement à consommer</b>".</p>
RD74	PIPARD Samuel	PP5	<p>Monsieur Samuel Pipard déplore l'excès d'affichages numérisés "<b>qui forcent le regard et gênent la vision nocturne pendant la conduite</b>".</p>
RD73	Anonyme	AS3 PP1 PP2 PP4 PP7	<p>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 "<b>d'enseignes numériques et lumineuses en milieu urbain où l'éclairage public est amplement suffisant pour distinguer les commerces</b>" 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.</p>
RD72	Anonyme	PP1, PP5 PP6, SSA	<p>Cette personne anonyme s'insurge contre l'excès de publicités qu'il observe autour du <b>lac de Maine</b>.  Il appelle de ses vœux "<b>la fin de ce matraquage publicitaire, gênant pour les espèces, pour la vision du conducteur, pour le passant</b>".</p>
RD71	baudry emmanuel	AP2	<p>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.</p>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
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 " <b>viscéral</b> " 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 " <b>la classe politique</b> " à l'égard de cette cause.
RD68	Anonyme	AS3 PP2 PP3 PP6	Cette personne anonyme invite Angers à " <b>davantage affirmer par des actions concrètes son statut de ville verte</b> ". 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).
RD67	Anonyme	PP1, PP2 PP3, PP4	Cette personne anonyme condamne " <b>toute cette pollution visuelle</b> " et déplore " <b>l'énergie gaspillée pour pousser à la consommation</b> ".
RD66	Anonyme	PP3 SSA	Cette personne anonyme dénonce l'excès - jugé " <b>agressif</b> " - de panneaux lumineux, pointant spécialement " <b>celui de l'horloge quartier lac de Maine</b> ". Elle interroge par ailleurs sur la mise en place de nouveau panneaux dans ce secteur.
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 " <b>supprimer toutes les publicités lumineuses de la ville</b> ", et de l'interdire dans les vitrines des magasins ; - de supprimer " <b>tous les panneaux publicitaires visant à la surconsommation et à la consommation de produits à forte empreinte carbone</b> ".
RD64	Anonyme	PP1 PP2 PP4	Cette personne anonyme appelle les élus à agir de toute urgence - en mettant « <b>fin à cette publicité incitant insidieusement à consommer</b> » ; - en mettant « <b>fin à cette consommation électrique inutile</b> » ; « <b>afin de préserver les générations futures</b> ».
RD63	BRONSARD Melaine	AP1 AP2 AP3 AS1 AS2	Madame Melaine Bronsard inscrit sa déposition – formulée en termes très proches des dépositions RD 81, 83 et 88 - dans la cadre de la lutte contre le réchauffement climatique et fait référence à la régulation de la publicité, " <b>mise en avant par le 3e groupe de travail du GIEC (...) et par la convention citoyenne pour le climat dans ses propositions</b> ". Elle dénonce les principaux effets néfastes qu'elle attribue à la publicité : consommation de ressources et d'énergie, messages véhiculés discutables, pollution lumineuse, appel à la surconsommation.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
		AS4 PP1 PP2 PP3 PP4	<p>En conséquence elle propose une première série de mesures en lien avec le projet de modification :</p> <p>- "<b>interdiction des publicités et enseignes numériques à l'intérieur des vitrines</b> (modification N°1)"</p> <p>- "<b>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</b> (modification N°2)"</p> <p>- "<b>interdiction des publicités et enseignes numériques sur les établissements culturels</b> (modification N°6)"</p> <p>- "<b>une seule publicité admise par unité foncière, et à partir de 50m de long uniquement</b> (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"> <li>- "<b>interdire toute publicité et enseigne numérique de manière générale</b>" ;</li> <li>- "<b>interdire les publicités aux abords des monuments historiques lieux remarquables</b>" ;</li> <li>- "<b>limiter la surface des publicités à 4m<sup>2</sup> pour les panneaux muraux et scellés au sol et 12m<sup>2</sup> pour les bâches de chantier</b>".</li> </ul> <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>
RD62	Anonyme	PP1	<p>Cette personne anonyme interpelle la Collectivité : "<b>Supprimez les panneaux publicitaires dans toute la ville</b>".</p> <p>Sans autre commentaire</p>
RD61	Anonyme	PP1 PP3	<p>Cette personne anonyme demande de "<b>stopper l'affichage de pubs en surnombre dans la ville d'Angers</b>."</p> <p>Elle dénonce autant la pollution lumineuse que la pollution générée par la consommation de papier pour un affichage éphémère.</p>
RD60	Anonyme	AS1 AS4 PP2	<p>Cette personne anonyme demande ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "<b>de réduire les spots publicitaires</b>", invoquant leur caractère intrusif dans sa vie quotidienne ;</li> <li>- "<b>de réduire les publicités lumineuses dans la métropole d'Angers</b>", 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.</li> </ul> <p>Elle joint par ailleurs à sa déposition un lien vers une pétition en ligne : <a href="https://agir.greenvoice.fr/petitions/moins-de-pub-a-angers-c-est-possible">https://agir.greenvoice.fr/petitions/moins-de-pub-a-angers-c-est-possible</a> (NDR : le résultat de cette pétition a été remis au commissaire enquêteur. Voir n°DM97).</p>
RD59	Elie Doublet	AS1 AS3	<p>Monsieur Elie Doublet se déclare :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "<b>Contre la publicité lumineuse et numérique</b>.</li> </ul>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			- <b>Contre la publicité incitant à la surconsommation, celle des grandes firmes ++</b> - <b>Pour la promotion d'initiatives locales et culturelles"</b> .
RD58	Emmanuelle	PP1	Cette personne, se présentant sous le prénom Emmanuelle, se déclare <b>"CONTRE toute publicité dans l'espace public"</b> .
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 (« <b>une « brigade municipale » anti-gaspi ?</b> »)
RD56	Longuet Mélanie	AP1 AS1 AS4	Madame Mélanie Longuet recommande de : - <b>"réduire la publicité lumineuse, dont le numérique en intérieur et en extérieur"</b> - <b>"interdire la publicité aux abords des monuments historiques"</b> - <b>"réduire les surfaces d'affichage et renforcer les règles sur la densité des publicités"</b>
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'" <b>interdire tous les écrans publicitaires, en vitrine et dans l'espace public, de jour comme de nuit</b> " ; - de " <b>supprimer tous les panneaux publicitaires aux arrêts de bus</b> " ; - d'" <b>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</b> ".
RD54	Moreau Christophe	AD PP3	Monsieur Christophe Moreau fait observer que, " <b>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.</b> "
RD53	Jean-Marie DELANDE	AP1 AP2 AP3 AS1 PP1 PP2 PP3 PP4	L'association Paysages de France (PdF) a déposé une contribution de quatre pages (reproduite intégralement en annexe du procès-verbal de synthèse). Dans son préambule, l'association PdF dénonce les modèles économiques incitant " <b>à la surconsommation</b> ", et générant une course au profit à laquelle contribue largement la publicité qu'elle considère comme " <b>un des vecteurs majeurs</b> " du réchauffement climatique. De ce fait les règlements locaux de publicité doivent " <b>réduire drastiquement la place de publicités et enseignes...</b> ". 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 " <b>cosmétique</b> " - de réflexion sur la " <b>place de la publicité commerciale et des enseignes dans l'environnement quotidien</b> ". Le document développe quatre thématiques, assorties de propositions : 1) Publicités et enseignes lumineuses derrière les vitrines (concerne la proposition n° 1) Considérant la publicité lumineuse en vitrine cause de " <b>dégâts environnementaux</b> ", 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'" <b>autoriser uniquement les enseignes éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m<sup>2</sup></b> ". 2) Règles d'extinction (concerne la proposition n° 2) Saluant la perspective d'élargissement de la plage horaire d'extinction obligatoire de la publicité lumineuse, PdF dénonce la clause



Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>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)  Sans formuler d'objection sur ces mesures, PdF regrette que le projet de modification n'ait pas ciblé des dispositifs <b>"plus impactants sur le paysage"</b> comme les enseignes scellées au sol (atteignant 4 ou 6 m<sup>2</sup> en zones 3 et 4) ou les enseignes numériques de 8 m<sup>2</sup> en zone 4.</p> <p>4) Enseignes numériques (concerne la proposition n° 6)  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.  Elle propose <b>"de limiter la surface des enseignes numériques sur les établissements culturels à 2 m<sup>2</sup>"</b> et d'<b>"imposer l'extinction de ces enseignes de 21 h à 7 h (sauf pendant les heures de fonctionnement)"</b></p> <p>5) Règles de densité (concerne la proposition n° 9)  L'association PdF estime que la complexité des règles proposées en zone 3, 4 et 5 les rendent <b>"inapplicables"</b>, alors que les zones 6a et 6b sont régies <b>"uniquement par le règlement national de publicité qui autorise de nombreuses dérives"</b>.  Elle propose d'instaurer une <b>"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."</b></p>
RD52	Fleurette	PP1 PP5	<p>Cette personne, s'exprimant sous le nom ou le pseudonyme de Fleurette, souligne la dangerosité des <b>"panneaux publicitaires lumineux avec changement de page de pub"</b>, 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 <b>"un choix de santé sociétale"</b> en redoublant d'efforts pour en réduire l'emprise dans l'espace public.</p>
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 <b>"les interdire entièrement."</b></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>

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD50	Romain Laveau	AP1 AP2 AS3 AS4 PP1 PP2 PP4	Monsieur Romain Laveau souhaite que la " <b>révision</b> " du RLPi aboutisse à une meilleure régulation de " <b>l'espace laissé aux messages publicitaires sur notre espace public</b> ". Il dénonce l'excès de dépenses énergétiques induit par la publicité et le phénomène de surconsommation qu'il génère. Il invite la collectivité à " <b>aller plus loin</b> " en formulant cinq propositions : - " <b>extinction complète des panneaux lumineux et numériques sur voirie</b> ", y compris des abris bus éclairés indépendamment du panneau publicitaire. - tendre " <b>vers l'extinction complète des enseignes commerciales</b> " - " <b>réduire au maximum la luminosité et la taille des écrans (30x50cm) à l'intérieur des commerces quelle que soit la zone</b> ", dans un souci d'équité entre quartiers - " <b>interdire la publicité aux abords des écoles</b> ". - " <b>réduire le plus possible les surfaces d'affichage</b> " ainsi que " <b>la densité des publicités quel que soit le quartier ou la commune</b> ".
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 d'une croissance économique « <b>infinie et impossible à tenir</b> », 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 " <b>la publicité est encore beaucoup trop présente dans l'espace public</b> ", 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 " <b>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...</b> ".
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.
RD46	Anonyme	AP1 AS2	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). Il signale, photo jointe 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. S'interrogeant sur l'existence d'un lien entre les gérants des magasins et le groupe en question, il invite la communauté urbaine " <b>à agir</b> ". Par ailleurs, il demande l'interruption du contrat entre la ville et l'entreprise JCDecaux.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD45	Anonyme	AS4, PP1 PP7	Cette personne anonyme fait part de son exaspération " <b>La pub, ça suffit !!! Enlevez tout !</b> ". Par ailleurs, il souhaite un renforcement des contrôles des " <b>vitrines abusives</b> ".
RD44	Lorna Calie	AS3 PP1	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.
RD43	Anonyme	AS1	Cette personne anonyme estime qu'" <b>il faut arrêter ces illuminations lumineuses nocturnes inutiles</b> ", en interdisant, dès 21h, tout éclairage, y compris à l'intérieur des enseignes. Il conviendrait également d'inciter les personnes concernées " <b>à bien tout débrancher ou couper l'alimentation des multiprises</b> ".
RD42	ROUTHIAU Nicolas	PP3	M Nicolas Routhiau ne perçoit pas l'intérêt de ce " <b>mode de communication</b> " (sans préciser lequel). Il invite à s'opposer à toute pollution lumineuse, par égard aux générations futures
RD41	ROUTHIAU Nicolas		Contribution faisant doublon avec la n° RD42
RD40	Anonyme	PP1 PP3	Cette personne anonyme " <b>souhaite la disparition de toute Pollution visuelle de type publicitaire dans l'agglomération (voirie, mobilier urbain, panneau publicitaires, etc.)</b> "
RD39	Graveleau Monique ANPCEN	AP1 AP2 AS2 AS4	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. Les deux premières sont directement liées au projet de modification du RLPi : 1 - Écrans numériques installés à l'intérieur des vitrines : l'ANPCEN demande à n'autoriser en vitrine qu'un seul écran numérique de 0,15m <sup>2</sup> quelles 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. 2 - horaires d'extinction obligatoire de la publicité et des enseignes : l'ANPCEN demande 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. Les deux mesures suivantes s'apparentent à des demandes de modifications supplémentaires au RLPi. 3 - La mesure 3 concerne les enseignes numériques en zone 4 (Enseignes) : " <b>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.</b> " 4 - La mesure 4 concerne les Publicités numériques sur mobilier urbain : " <b>A interdire pour la publicité à titre accessoire/commerciale sauf éventuellement zone commerciale, extinction de 21h à 8h et la limiter à 1 m<sup>2</sup>.</b> "
RD38	France Nature Environnement Anjou	AP1 AP2 AP3	L'association France Nature Environnement Anjou (anciennement "Sauvegarde de l'Anjou") a déposé le 29 février une contribution de 5 pages. 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.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<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. 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 fait part en revanche « <b>de sa totale incompréhension</b> » à propos de la mesure dérogatoire appliquée au "<b>mobilier urbain accueillant de la publicité à titre accessoire</b>". 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 face, estimant qu'en l'espèce ALM "<b>prend le risque majeur d'une suspicion de céder aux pressions de la société JCDecaux</b>".</p> <p>La modification de ce point constitue « <b>la réserve majeure du présent avis</b> ».</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 "<b>pas d'opposition de principe</b>", 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> <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 "<b>incompréhensible et inacceptable</b>" accordée à « <b>l'unique exploitant</b> » de mobilier urbain.</p>
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"> <li>- protéger le patrimoine architectural et les espaces publics ;</li> <li>- réduire la consommation énergétique "<b>dans une période ou la "fin de l'abondance" et la "sobriété" sont encouragés</b>" ;</li> <li>- éviter de pousser à la surconsommation.</li> </ul>
RD36	Anonyme	AP2	Cette personne anonyme estime qu'" <b>Il faut éteindre toutes les vitrines et lumières superflues.</b> "

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD35	Anonyme	PP2 PP3	Cette personne anonyme fait part de son incompréhension sur l'usage encore autorisé d'écrans lumineux qui, « <b>à l'heure de la sobriété énergétique, (...) devraient être interdits</b> ». De plus, ils contribuent à la pollution visuelle.
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.
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. " <b>Et cela toute l'année, en toute saison.</b> "
RD32	VAILLANT	AP1 AP2	Monsieur Felipe VAILLANT propose de doter " <b>tous les dispositifs lumineux en vitrine</b> " d'un " <b>dispositif d'extinction automatique en dehors des horaires d'activités ( 23h à 6h par exemple)</b> ". Il propose par ailleurs que : <b>"Ces dispositifs permettront uniquement l'affichage d'informations liées à l'intérêt général :</b> - <b>environnement</b> - <b>citoyenneté, santé</b> - <b>solidarité</b> <b>excluant les publicités à caractère commercial.</b> " 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.
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.
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 " <b>écrans publicitaires dans les vitrines et en boutique lorsque les magasins sont fermés</b> " ; - interdire " <b>tout écran lumineux publicitaire proche d'une route car ça gêne la conduite surtout la nuit</b> " ; - 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 " <b>messages extrémistes contre les familles homo parentales (...)</b> " ou à des publicités inadaptées à des enfants.
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 " <b>nouvelle énorme enseigne lumineuse</b> ", 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 " <b>ces changements imposés à la vue de tous.</b> " Il se demande qu'en penser ?

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD28	Angeline	AS1 PP3	Madame Angeline Le Guay souligne le surcroît de pollution lumineuse apporté par la publicité lumineuse, estimant incohérent " <b>de continuer à la maintenir alors que les éclairages publics sont réduits la nuit</b> ".
RD27	Lecourbe Jean-louis	PP1, PP2 PP3, PP4 PP6	Monsieur Jean-Louis Lecourbe estime que la publicité " <b>défigure</b> " 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 ; - " <b>la publicité consomme de l'énergie et des matières qui seraient bien utiles ailleurs</b> ".
RD26	Anonyme	AS3 PP1 PP3 PP5 SSA	Cette personne anonyme souhaite " <b>que la publicité n'envahisse plus l'espace public et cesse d'enlaidir la ville.</b> " Elle dénonce par ailleurs la présence de " <b>publicités pour de l'alcool devant des établissements scolaires, place Monprofit notamment.</b> " Elle considère que " <b>la publicité sur écran constitue une Pollution visuelle ainsi qu'une source de distraction supplémentaire pour les conducteurs</b> " Enfin elle « <b>demande le non renouvellement des contrats avec l'entreprise JCDecaux</b> ».
RD25	Anonyme	PP1	Cette personne anonyme considère les panneaux publicitaires inutiles, estimant avoir d'autres moyens à sa disposition pour trouver ce dont elle a besoin. Leur suppression rendrait les villes " <b>beaucoup plus agréables sans ces verrues</b> ".
RD24	Anonyme	PP1 PP2 PP3	Cette personne anonyme estime que " <b>les panneaux, affiches, et écrans publicitaires sont des pollutions visuelles et des dépenses énergétiques inutiles</b> ", dont on n'a pas besoin " <b>pour savoir ce que l'on doit/peut consommer ou pas</b> ". Par ailleurs, elle invite " <b>les services publics à montrer l'exemple</b> ", " <b>à l'heure où l'on demande à chacun de la sobriété</b> ".
RD23	Anonyme	PP1 PP4	Cette personne anonyme ayant remarqué que l'agglomération " <b>avait voté l'urgence climatique</b> " estime " <b>urgent de supprimer la publicité de l'espace public.</b> " Saluant la position de Monsieur Béchu à propos de la campagne de l'ADEME sur les " <b>dépendeurs</b> ", il considère la publicité comme un appel malvenu à la (sur)consommation. Il demande explicitement la suppression de " <b>ces publicités</b> ", et à leur remplacement par des espaces végétalisés, sur le mode de ce qui se fait à Grenoble.
RD22	LIGNIE Nicolas	PP1 PP2 PP3	Monsieur Nicolas LIGNIE considère que " <b>la publicité a un impact fort sur l'environnement et le cadre de vie des habitants de la métropole</b> ", en enlaidissant la ville. Il souligne par ailleurs l'impact carbone produit par les écrans lumineux. Il demande " <b>de la réduire au maximum, voire totalement</b> ".
RD21	Bertrand Lisa	AS1 AS4 PP7	Monsieur Bertrand Lisa demande : - " <b>la réduction de la publicité lumineuse, dont le numérique, en intérieur et en extérieur</b> ". - l'" <b>interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques</b> ".

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			- la " <b>réduction des surfaces d'affichage</b> " et le " <b>renforcement des règles sur la densité des publicités</b> ". - l'" <b>application stricte de la réglementation</b> ".
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 « <b>limitées afin de préserver la beauté de la ville</b> ». Par ailleurs dans le souci de réduire collectivement la consommation d'énergie, il suggère de " <b>l'utiliser pour des activités plus essentielles, comme se chauffer par exemple</b> ".
RD19	Raulin Marc		Contribution faisant doublon avec la n° RD20
RD18	Anonyme	PP1 PP2 PP4	Cette personne anonyme déclare qu'" <b>à l'heure où le climat connaît une trajectoire dramatique, il convient de modifier radicalement nos modes de (sur)consommation.</b> " Elle ajoute que " <b>le monde de la publicité appartient au passé. Comme la ville de Grenoble, Angers doit refuser que les publicités envahissent l'espace public.</b> "
RD17	Anonyme	PP1 PP2 PP3	Cette personne anonyme estime qu'il " <b>est juste logique d'interdire les publicités lumineuses (enseignes et abris de bus...)</b> ". 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.
RD16	LESTAGE Amalia	AS2 AS3 PP1 PP2 PP4	Madame Amalia LESTAGE, estimant " <b>les élus (...) sur des modèles d'un autre temps (sur de nombreux sujets)</b> " s'insurge contre les publicités retro éclairées qu'elle considère comme une " <b>honte</b> ", 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 " <b>des grands groupes nationaux et internationaux</b> ", 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.
RD15	Anonyme	AP2	Cette personne anonyme propose d'aligner les " <b>temps d'extinction</b> " sur les horaires de fermeture et d'ouverture des activités.
RD14	cosnard clotaire	AS1 AS2 AS3 AS4 PP2	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 " <b>les publicités lumineuses ne soient pas possible pour les entreprises</b> ", contribuant ainsi à l'effort de réduction de la consommation d'énergie. 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 (" <b>voitures, téléphone ou pour les fast-food</b> "). De surcroît, il propose " <b>qu'aucune publicité ne puisse dépasser les 2m<sup>2</sup>.</b> " 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 <sup>(1)</sup> 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.

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			(1) il s'agit là d'une interprétation du commissaire enquêteur des propos de l'auteur dont la formulation littérale peut prêter à confusion.
RD13	Landes François	AP1 AS1 AS3 AS4 PP1 PP4	Monsieur François Landes rappelle que la Convention citoyenne pour le Climat a formulé une proposition visant à " <b>réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation</b> ". Il en déduit quatre propositions : 1 - réguler de façon sélective la publicité en l'interdisant " <b>de manière efficace et opérante</b> " pour les " <b>produits les plus émetteurs de GES</b> " ; mais aussi la réguler dans le but de réduire la surconsommation, y compris par des mentions incitatives. 2. " <b>interdire les illuminations des enseignes, des vitrines et des écrans dans les commerces la nuit</b> " 3. " <b>interdire les panneaux publicitaires numériques</b> ". 4. " <b>interdire l'éclairage des panneaux publicitaires rétroéclairés</b> ".
RD12	Beaumont Jean Marie	AP2 PP7	Monsieur Jean Marie Beaumont abonde dans le sens d'un encadrement de toutes les communications, numériques ou non, qui " <b>troublent et perturbent l'environnement et la concentration des usagers qui passent</b> ". Pour autant, il juge beaucoup trop volumineuses et complexes les règlementations 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. Dans le souci de " <b>faire simple</b> ", il préconise donc : - 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 " <b>aux élus de terrain, donc aux conseils municipaux</b> ". 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.
RD11	Lize Françoise	AS3	Madame Françoise Lize exprime son vif mécontentement à la vue des " <b>publicités affichées pour les sous-vêtements féminins</b> ", évoquant notamment une recrudescence de ce type d'annonces observée en février avant la St Valentin.
RD10	Christophe Grevin	PP1 PP2 PP3	Monsieur Christophe Grevin déclare la publicité et les écrans " <b>nocifs pour notre santé, nos imaginaires, les efforts de sobriété, le climat, la biodiversité et les ressources de la planète</b> ". Mise en perspective d'un " <b>petit bénéfice financier pour quelques-uns</b> ", elle devrait selon lui être réduite au maximum.
RD9	John	AP2, AS1 AS3, PP1 PP2, PP3 PP4	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 : - de " <b>réduire fortement la quantité de dispositifs de publicité numérique (écran géant, écran dans les enseignes même...)</b> " ; - d'imposer l'extinction de ces dispositifs entre 20h et 9h ; - d'interdire toute publicité aux abords des écoles, collège ou lycée.
RD8	Geslot		Contribution faisant « doublon » avec la n° RD7



Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
RD7	Geslot	PP1 PP2 PP3	Monsieur (ou Madame) Geslot se déclare " <b>totalemment en accord avec cette action non violente</b> ". 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 " <b>complètement archaïques et dépassés</b> " 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.
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.
RD5	Geslot Gaëtan	AS1 AS2 AS4 PP1 PP2 PP3 PP4 PP5 SSA	Monsieur Gaëtan Geslot, estimant que " <b>la place et la forme que prend la publicité</b> " commerciale sur le territoire d'ALM " <b>n'a fait qu'empirer ces dernières décennies</b> ", souhaiterait idéalement sa disparition totale dans l'espace public. S'il se montre favorable à la diffusion de " <b>messages promouvant du contenu non-commercial d'intérêt public</b> ", 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 ; - 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 " <b>mécontentement particulier à l'encontre de 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</b> ".
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 <sup>2</sup> (NDR : sans précision sur la nature de ces m <sup>2</sup> ) ;

Réf	Auteur	Thématiques	Synthèse
			<p>- imposer l'extinction totale des enseignes et vitrines la nuit, ainsi que des logos des entreprises dans les zones d'activités ;</p> <p>- imposer l'extinction des écrans (notamment pour les agences immobilières ou de voyages) la nuit ;</p> <p>Par ailleurs elle suggère :</p> <p>- de sanctionner certaines pratiques - observées à Angers - de publicités "<b>à même le sol</b>" et autres publicités "<b>sauvages</b>" ;</p> <p>- d'instaurer "le oui pub" concernant la publicité dans les boîtes aux lettres ;</p> <p>- de privilégier le mail pour les publications municipales ou départementales.</p>
RD3	HOUDART, Xavier	AP2, AS1 PP3, PP5	<p>Monsieur Xavier HOUDART, invoquant la lutte contre la pollution lumineuse et les économies d'énergie, demande :</p> <p>- la suppression de "<b>tous les panneaux d'information dynamiques rétroéclairés ou lumineux placés au bord des voies de circulation</b>" ;</p> <p>- "<b>l'extinction obligatoire des enseignes et de la publicité hors horaires d'ouverture des magasins et enseignes professionnelles</b>".</p>
RD2	Chédru Lucie	AS2 AS3 PP5	<p>Madame Lucie Chédru salue l'initiative de la "<b>Métropole</b>", et approuve les règles relatives aux écrans lumineux intérieurs, qu'elle estime particulièrement éblouissants la nuit.</p> <p>Concernant les publicités extérieures, elle comprend qu'elles "<b>sont alimentés en partie par l'éclairage public</b>" et demande si, de ce fait "<b>elles resteront aussi visibles toutes la nuit ?</b>", précisant que dans ce cas, un surcroît de redevance devrait être imputé à leur propriétaire.</p> <p>Par ailleurs, dans un souci d'équité, elle souhaite que la publicité diffusée via les "<b>panneaux d'information propriétés des villes</b>" soit interrompue entre 21h et 7h. P</p> <p>Enfin, elle interroge sur la possibilité de "<b>refuser les publicités pour des produits polluants du passé, comme les SUV</b>".</p>
RD1	Anonyme	PP1 PP3 PP5	<p>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.</p> <p>Il demande "<b>que ces dispositifs évoluent dans le bon sens</b>".</p>

### VI.3.3 Autres observations recueillies à l'initiative du commissaire enquêteur

Dans la déposition n° 96 enregistrée dans le registre dématérialisé le 15 mars à 17h28, soit deux minutes avant la clôture de l'enquête, le président et la directrice du cinéma « Les 400 coups » ont indiqué n'avoir été informés que tardivement de l'organisation de l'enquête et ont émis le souhait d'une rencontre afin de faire valoir la spécificité de leur activité.

Le commissaire enquêteur a donc pris l'initiative de les recontacter en leur précisant qu'il ne leur était plus possible de déposer d'autres contributions, mais qu'il était disposé à les entendre à l'occasion d'un rendez-vous téléphonique pris le 20 mars à 15h.

Au cours de cet échange, auquel participaient Monsieur Claude Eric Poiroux et Madame Isabelle Tarrieux, respectivement PDG et directrice du cinéma, les deux dirigeants ont présenté les caractéristiques du cinéma situé au cœur du SPR d'Angers en zone 1 « dispositifs lumineux en vitrine ».

Ils ont indiqué que l'établissement disposait d'un panneau vertical situé à l'extérieur en bordure de rue, présentant les films à l'affiche (6 à 8) par dispositif rétroéclairé. Il contient également un écran numérique d'environ 0,50 m<sup>2</sup> présentant des extraits de films animés.

Par ailleurs, les portes et la baie située au-dessus, toutes vitrées laissent voir à l'intérieur du hall d'entrée plusieurs panneaux lumineux d'assez grand format (3-4 m<sup>2</sup>) – mais pas tous numériques.

Ils ont précisé que toutes les lumières sont éteintes à partir de la fin de projection du dernier film de la soirée, soit vers 01h.

Enfin ils tiennent à souligner ce qu'ils considèrent comme une injonction contradictoire entre le label « Art et essai » qui leur est accordé conformément au décret du 22 avril 2002 afin de faire connaître les films détenteur de ce label, et les restrictions d'espaces d'affichage imposés ne permettant plus d'en assurer la promotion dans des conditions satisfaisantes à leurs yeux.

Cet échange, qui fait écho à la visite de Monsieur Hervouët, directeur du cinéma « Cinéville » aux Ponts-de-Cé lors de la permanence du 28 février, confirme aux yeux du commissaire enquêteur la nécessité d'analyser en profondeur les effets du projet de modification pour cette activité considérée aux marges de la culture.

## **VII. ANALYSE DES REPONSES APPORTÉES PAR ALM**

Dans son mémoire en réponse ALM a fait le choix d'apporter une réponse globale à l'ensemble des observations déposées pendant l'enquête. Celle-ci s'articule autour des principaux thèmes que la Collectivité a retenus comme étant en lien avec l'objet de l'enquête.

Les éléments de réponses d'ALM sont présentés ci-après à partir de citations ou d'extraits synthétiques du mémoire en réponse.

### **VII.1. En réponse aux demandes d'interdiction de la publicité extérieure et des dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines**

Dans cette partie, ALM expose le cadre juridique dans lequel elle peut exercer sa compétence en matière d'encadrement de la publicité.

En premier lieu, rappelant que le Code de l'environnement garantit « [le principe du droit d'expression et de diffusion d'informations et d'idées, via la publicité et les enseignes](#) », ALM indique que, s'il permet d'instaurer un RLPi encadrant plus fortement la publicité et les enseignes, celui-ci ne permet pas d'interdire la publicité sur l'ensemble d'un territoire.

Dans le même esprit, « [le Code de l'environnement ne permet pas au RLPi d'interdire les écrans numériques en vitrine, ni totalement, ni dans certains secteurs](#) ».

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 54 sur <b>61</b>
---	--	-----------------------

ALM rappelle par ailleurs qu'elle ne « souhaite pas les interdire totalement car ils permettent de répondre à un besoin des commerçants et entreprises pour se faire connaître et participent au dynamisme économique du territoire ».

C'est dans cette recherche d'un juste équilibre « entre ce dynamisme économique, le droit à l'affichage, et le respect du cadre de vie et la préservation du paysage urbain » que le RLPi a été mis en œuvre en 2020 avec des règles plus strictes que la réglementation nationale.

« La modification n°1 au RLPi d'ALM vient compléter la réglementation locale en encadrant les dispositifs lumineux situés dans les vitrines » dans une logique identique permettant « d'admettre une certaine présence d'écrans au profit des acteurs économiques, variable selon les caractéristiques et la sensibilité des secteurs, mais en restreignant leur présence via des règles strictes (formats et nombre très réduits) afin de garantir l'équilibre et la prise en compte des enjeux environnementaux et paysagers ».

Enfin ALM rappelle que « le Code de l'environnement ne fixe [pas] lui-même, ou ne permet [pas] aux RLPi de fixer des règles encadrant le contenu des messages publicitaires, ni le type d'activité ou de produit pouvant être signalé sur les tableaux publicitaires ».

Appréciation du commissaire enquêteur :

ALM rappelle ici opportunément le cadre que la Loi lui fixe pour exercer ses prérogatives en matière de publicités et d'enseignes, justifiant ainsi l'impossibilité d'accéder à certaines demandes d'interdiction totale ou partielle de publicités ou de dispositifs lumineux en vitrine.

Pour autant elle indique également les degrés de libertés dont elle dispose et dont elle fait usage par la mise en œuvre du RLPi et de son projet de modification n°1 qui résultent eux-mêmes de sa politique d'arbitrage et d'équilibre entre les composantes traditionnelles du développement durable.

## **VII.2. En réponse aux observations relatives aux règles de mise en œuvre des panneaux numériques en vitrine**

ALM rappelle dans sa réponse la méthodologie adoptée pour aboutir aux règles proposées dans son projet de modification n°1 en prenant en considération l'ensemble des enjeux concernés par ces dispositifs.

Le choix du nombre d'écrans en vitrine (2 maximum en fonction du linéaire de façade) est considéré « comme un bon équilibre pour répondre aux différents besoins » permettant à certains établissements de « les accueillir sans porter atteinte à la qualité du bâti et du paysage », sans impliquer systématiquement l'installation d'un second écran chez ceux qui n'en ont qu'un aujourd'hui et qui représentent la grande majorité.

Concernant la taille des écrans, ALM estime que celle « des écrans en place est très souvent excessive par rapport à l'environnement paysager et disproportionnée par rapport à la taille de la vitrine ». La Collectivité a bien intégré dans sa réflexion que la nouvelle réglementation « induira qu'une majorité des écrans existants ne seront pas conformes aux nouvelles dispositions du RLPi ». Les établissements concernés disposeront d'un délai de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur pour se mettre en conformité.

En réponse à une objection indiquant que la surface de 0,15 m<sup>2</sup> ne répondait pas à l'utilité souhaitée par les annonceurs pour ces dispositifs – notamment en zone 1 - ALM indique que ce format a été retenu dans l'objectif de « réduire fortement l'impact des écrans numériques dans des quartiers dont les caractéristiques et la sensibilité le justifient ». Soulignant que la zone 1 est majoritairement parcourue par des piétons, elle estime qu'un écran de 0,15m<sup>2</sup> a « une dimension adaptée pour être perçu par les piétons et pour qu'ils s'arrêtent devant les vitrines concernées pour en voir les messages sans exposer de manière excessive la population et les quartiers à un impact visuel trop important ».

ALM rappelle par ailleurs que pour les autres zones, aux caractéristiques d'échelle et de flux différentes du centre-ville, les valeurs de surfaces maximum ont été augmentées pour tenir compte des différents enjeux propres à ces environnements.

De sorte qu'avec l'ensemble de ces règles, ALM estime « répondre de manière équilibrée à l'ensemble des enjeux : lisibilité des messages publicitaires et enseignes, maintien du droit à l'affichage, préservation du cadre de vie, de la qualité paysagère et patrimoniale des quartiers, limitation de la consommation énergétique et de la pollution lumineuse par l'encadrement des horaires d'extinction, et des surfaces pour ces dispositifs ».

#### Appréciation du commissaire enquêteur :

La question des dispositifs numériques lumineux en vitrine apparaît à 21 reprises dans l'enquête. Si la majorité des commentaires évoquant ce point s'exprime en faveur de leur suppression ou d'une limitation plus restrictive, les observations déposées par les acteurs économiques souhaitent au contraire davantage de souplesse quant aux conditions de leur mise en œuvre.

Tout en rappelant que leur suppression n'est pas une option, la Loi ne le permettant pas (cf § précédent), le débat pourrait se résumer à « plus ou moins de contraintes » pour ce type de dispositifs.

La réponse d'ALM à ce qu'on pourrait qualifier d'« injonctions contradictoires » constitue un exercice de recherche d'équilibre plutôt convaincant d'autant qu'il s'appuie sur la mise en perspective d'un diagnostic de l'existant avec la vision d'une situation future assainie des principales nuisances constatées aujourd'hui.

Toutefois le risque de voir certaines vitrines – sous réserve qu'elles remplissent les conditions de longueur de façade - passer de un à deux écrans n'est sans doute pas aussi négligeable que ne le pense ALM.

### **VII.3. En réponse aux observations relatives aux règles d'extinction des publicités et enseignes lumineuses**

Dans sa réponse ALM rappelle d'emblée que dans sa version initiale, sous-tendue par les enjeux environnementaux communément admis, le RLPi a adopté « une règle plus stricte » d'extinction (23h – 7h) que la réglementation nationale (1h – 6h), à l'exception des abris-voyageurs dont « les besoins spécifiques (...) bénéficient d'une règle adaptée ».

Un degré de souplesse a été introduit autorisant les établissements dont les heures de fermeture seraient décalées par rapport à cette plage à maintenir leurs enseignes allumées pendant leurs heures d'ouverture avec une marge d'une heure avant et après.

S'agissant des dispositifs lumineux en vitrine, le projet de modification n°1 vise à les assujettir à ces règles alors qu'ils ne l'étaient pas jusqu'à présent.

« La volonté d'étendre la période d'extinction de la publicité et des enseignes, et le choix du créneau 21h-7h ont pour objectifs principaux de s'inscrire dans la stratégie de transition écologique mise en œuvre sur ALM, de réduire la consommation énergétique, de lutter contre la pollution lumineuse et d'œuvrer en faveur de la préservation de la biodiversité, tout en maintenant une certaine animation de la ville en soirée ».

En particulier le choix de l'heure d'extinction à 21h est justifié par le fait qu'à cette heure, « une très grande majorité des actifs ont déjà réalisé leur trajet travail-domicile et la plupart des activités économiques sont fermées ». Ce choix permettant ainsi « un équilibre entre les différents enjeux d'animation de la ville, de visibilité des activités, et de préservation du cadre de vie, tout en répondant aux enjeux de transition écologique et énergétiques ».

A l'attention de ceux qui auraient souhaité voir d'avantage de modulation des horaires selon différents critères de lieux, d'horaires d'ouverture de saison ou autre, ALM indique avoir écarté cette option principalement pour trois raisons :

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 56 sur <b>61</b>
---	--	-----------------------

- Risque de « discrimination des secteurs d'activités ou des quartiers par rapport à d'autres »,
- « Complexification, perte de lisibilité et de bonne compréhension et appropriation des règles par les acteurs économiques »,
- « Complexification du contrôle du respect des règles du RLPi et de la mise en œuvre du pouvoir de police ».

Enfin, abordant le sujet de la publicité sur mobilier urbain, dont 8 dépositions demandent formellement l'alignement des horaires d'extinction sur ceux de la publicité qu'on pourrait qualifier de « de droit commun », ALM rappelle tout d'abord les caractéristiques spécifiques de ce type d'équipements au service de l'action municipale et faisant l'objet, à ce titre, de dispositions spécifiques dans le Code de l'environnement.

Par ailleurs ALM justifie les règles dérogatoires appliquées au mobilier en matière d'extinction, en renvoyant aux explications fournies dans le document « Justification des choix » du RLPi et dans le dossier technique du projet de modification n°1. Pour mémoire, celles-ci indiquent que l'« élargissement de la plage horaire d'extinction obligatoire n'a pas vocation à s'appliquer au mobilier urbain accueillant de la publicité à titre accessoire à sa fonction de mobilier urbain répondant à des besoins de service public ».

Toutefois, dans sa réponse, ALM indique entendre les différentes remarques formulées au sujet « des horaires d'extinction de la publicité, des enseignes et de la publicité sur mobilier urbain, et des demandes divergentes entre les différentes contributions » et « s'engage à réaliser une nouvelle analyse de ce sujet ».

Celle-ci « réinterrogera les horaires d'extinction de la publicité sur mobilier urbain, afin de tendre vers une extinction entre 21h et 7h, dans un souci de renforcer l'harmonisation et la cohérence avec le reste des publicités et enseignes ».

« S'agissant spécifiquement des abris voyageurs, il sera proposé d'ajuster leurs horaires d'extinction en fonction du fonctionnement des lignes ».

#### Appréciation du commissaire enquêteur :

La question des créneaux d'extinction des publicités et enseignes, objet de la proposition n°2 du projet de modification du RLPi, a été la plus mobilisatrice avec 30 observations recueillies la concernant. A l'image du thème précédent, il oppose les tenants d'une ligne encore plus restrictive que ne le propose le projet à ceux qui souhaiteraient davantage de souplesse pour tenir compte de l'environnement urbain, des horaires ou des saisons.

Là encore ALM développe un argumentaire reposant, d'une part sur le volontarisme des élus souhaitant « aller plus loin » dans l'action en faveur de la transition écologique et énergétique et, d'autre part sur la recherche d'un juste équilibre entre les besoins d'animation nocturne de certains secteurs urbains, la visibilité de l'activité, et les enjeux environnementaux.

Si celui-ci est globalement convaincant dans la justification du choix de l'heure d'extinction unique de 21h pour l'ensemble des dispositifs, il l'est nettement moins dans le plaidoyer qu'il formule concernant la règle dérogatoire accordée à la publicité sur mobilier urbain qu'il assoit sur sa vocation générique de réponse « à des besoins de service public ».

Pour autant, il convient de prendre acte de l'engagement pris par ALM de « réaliser une nouvelle analyse », intégrant l'orientation de faire converger l'ensemble des dispositifs lumineux, y compris les mobiliers urbains, sous une réglementation harmonisée.

#### **VII.4. En réponse aux observations en faveur d'une plus grande restriction de la publicité et des règles chargées de l'encadrer**

Cette partie de la réponse concerne toutes les observations relatives à des points traitant de la place de la publicité sur le territoire d'ALM, mais situés hors du champ des évolutions proposées dans le projet de modification du RLPi.

<p><i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i></p>	<p>Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b></p>	<p>Page 57 sur <b>61</b></p>
--	---	------------------------------



Bien que ces points concernent principalement les règles de densité, de format, ou d'implantation sectorielle ne pouvant être remis en cause dans le cadre de la présente procédure, ALM tient à en rappeler l'existence, mais aussi la réflexion d'où elles sont issues et les effets qu'elles ont produits.

En premier lieu, ALM indique que les règles de densité et de format maximums, plus restrictives que la réglementation nationale, ont permis « une réduction de la présence de la publicité sur le territoire, et de son impact sur le paysage et le cadre de vie ».

La Collectivité précise par ailleurs qu'elle s'est inspirée pour fixer les formats des dispositifs numériques en vitrine de la « philosophie » qu'elle avait adoptée pour définir les règles limitant le format des panneaux publicitaires extérieurs, avec différents degrés de souplesse selon la sensibilité des secteurs concernés aux enjeux environnementaux.

ALM rappelle par ailleurs que :

- « Le RLPi d'ALM interdit déjà la publicité (hors celle supportée par le mobilier urbain) dans les quartiers ayant des enjeux fort en matière de paysage et de patrimoine : sites classés et inscrits, sites patrimoniaux remarquables, parc naturel régional, .... ».

- « L'interdiction de la publicité autour des écoles n'a pas été retenue par Angers Loire Métropole », d'une part du fait d'une réduction déjà notable sur le territoire de la publicité obtenue par les autres mesures, d'autre part en raison de la densité du maillage des établissements d'enseignement de toutes natures sur le territoire risquant d' « induire des secteurs d'interdiction particulièrement étendus pouvant remettre en cause l'équilibre souhaité entre limitation de la présence publicitaire et maintien d'un certain droit à l'affichage au profit du tissu économique ».

Plus généralement, en réponses aux demandes d'une plus grande restriction des règles encadrant la publicité, ALM indique « qu'il apparaît nécessaire de bénéficier d'un recul suffisant pour constater la stabilisation du parc de panneaux publicitaires après les fortes évolutions observées entre 2020 et 2022 ». Au cours de cette période faisant suite à la mise en application du RLPI, le nombre de panneaux publicitaires a en effet connu une diminution de 64% passant de 370 à 134, dont 40% de panneaux lumineux.

ALM ajoute qu'il semble plus adapté d'attendre les échéances des délais de mises en conformité des différents dispositifs (6 ans pour les enseignes, 2 ans pour les écrans en vitrine) pour mesurer le plein effet des mesures déjà prises.

« Par conséquent, et sauf évènement nouveau (...), une révision du RLPi n'est à ce jour pas d'actualité à court terme. Toutefois, en cas de nouvelle évolution du document, les observations déposées lors de cette enquête publique, y compris celles qui concernaient des points ne faisant pas partie de la procédure de modification n°1 pourront être réétudiées ».

Appréciation du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur souligne la disposition d'ALM à apporter des éléments de réponse aux observations concernant des points ne relevant pas directement du projet de modification n°1 du RLPI. Ceux-ci ne pourront que contribuer à éclairer le public qui en prendra connaissance sur les réflexions ayant guidé les choix de la Collectivité.

Il donne acte à ALM que les observations déposées sur ces différents points ont déjà fait l'objet d'une réflexion de sa part dans le cadre du RLPi et que les mesures qui en ont résulté ont déjà produit des résultats significatifs.

Concernant la proposition d'interdiction ou de réduction de la publicité autour des établissements d'enseignement, il est sensible aux arguments qui ont conduit à ne pas la retenir initialement, notamment sur le risque de créer d'importants déséquilibres sectoriels. Il observe toutefois qu'elle apparaît en nombre significatif parmi les observations déposées et qu'à ce titre la réflexion mériterait d'être approfondie, par exemple en la limitant aux abords des écoles primaires.

Enfin, il estime raisonnable la posture d'ALM consistant à attendre de mesurer le plein effet du RLPi et de sa modification n°1 avant d'engager une procédure de plus grande ampleur.

### **VII.5. En réponse aux demandes d'un exercice plus strict des pouvoirs de police**

Plusieurs observations font en effet grief à la puissance publique d'une rigueur insuffisante en matière de contrôle de l'application des règles du RLPi, lequel apparaissant par ailleurs pour certains trop complexe pour être respecté.

Dans sa réponse, ALM rappelle tout d'abord que « l'autorité compétente en matière de délivrance des autorisations et de mise en œuvre du pouvoir de police de la publicité et des enseignes sont les Maires des communes.

Toutefois, interrogée plus précisément sur ce point par le commissaire enquêteur après la remise du mémoire en réponse (Cf. précédemment § IV.6.2), ALM a indiqué que bien que cette compétence devrait lui être attribuée sur l'ensemble de son territoire par la Loi Climat et Résilience, ALM renoncerait à la reprendre du fait de l'intention exprimée par plusieurs maires d'ALM de la conserver, ainsi que cette même loi les y autorise.

Elle développe l'ensemble des dispositions qui avaient été prises autour de la mise en application du RLPi. Elle évoque notamment les actions - menées en amont de son adoption - de concertation, de communication et d'information auprès du public et des professionnels et acteurs concernés, puis, à partir de son entrée en vigueur, une campagne de courriers ciblée sur les annonceurs leur rappelant « les nouvelles dispositions approuvées, et les obligations de mise en conformité de leur parc publicitaire avec ces dernières ».

Elle présente enfin les effets de ces mesures, constatant entre 2020 et 2022 une réduction significative du nombre de panneaux publicitaires sur le domaine privé (-64%) avec des résultats contrastés selon les zones. Par la suite s'est opérée la poursuite des réductions et suppressions de dispositifs non conformes ainsi qu'une conversion progressive du parc restant aux nouvelles normes de tailles.

En parallèle, ALM indique avoir accompagné les communes dans la démarche d'appropriation du RLPi et des responsabilités qui lui sont assorties, notamment celle de l'exercice du pouvoir de police de la publicité qui incombe aux maires.

Tout en rappelant que les enseignes bénéficient d'un délai de 6 ans courant jusqu'en 2026 pour être en conformité, ALM indique que « l'inventaire des panneaux publicitaires sur la ville d'Angers en 2022 a permis de constater la bonne prise en compte générale de la nouvelle réglementation locale par les afficheurs publicitaires ».

#### Appréciation du commissaire enquêteur :

La précision relative à l'attribution des pouvoirs de police au maires de chaque commune membre de la communauté urbaine mérite en effet d'être apportée dans le souci d'éclairer la compréhension du public sur la réalité des leviers dont dispose ALM en ce domaine.

Le commissaire enquêteur prend par ailleurs acte de l'intention d'ALM de renoncer à cette compétence dans les conditions prévues par la Loi Climat et Résilience.

Par ailleurs, il est incontestable que la mise en application du RLPi en 2020 a produit des effets significatifs, notamment en matière de réduction du parc de panneaux publicitaires, lesquels constituent la composante la plus spectaculaire de la publicité.

Pour autant, prenant en compte la grande variété des situations induites par la réglementation du RLPi, il est raisonnable d'imaginer – à défaut de pouvoir la prouver - la difficulté de l'exercice de supervision de son application. A ce propos, le commissaire enquêteur souligne qu'un responsable municipal, interrogé lors d'une permanence sur les conséquences



pratiques du déploiement du RLPi dans sa commune, avait spontanément mis en relief la difficulté de ce contrôle.

Le commissaire enquêteur considère enfin que, dès lors que de nouvelles mesures sont proposées à la décision publique, la question de la capacité à en contrôler l'application a tout à fait sa place dans la présente enquête et appelle l'attention du maître d'ouvrage à y apporter une vigilance accrue.

### **VII.6. En réponse aux observations relatives aux situations particulières propres à certains établissements, à caractère culturel notamment.**

Certaines observations souhaitent que soit reconsidérée la dérogation accordée dans le règlement actuel en matière d'enseignes numériques en façade pour les établissements publics afin de les interdire, ou de les limiter à 2m<sup>2</sup> maximum.

D'autres font valoir les situations spécifiques dans lesquelles se trouvent notamment les cinémas, considérés comme diffusant du contenu à caractère culturel.

Dans sa réponse générique à l'ensemble de ces problématiques, ALM indique son intention « de prendre en compte la situation et les besoins particuliers de ces établissements culturels ».

« Par conséquent, ALM étudie un ajustement, au sein du règlement, des dispositions applicables en matière d'enseignes numériques, pour que les établissements culturels puissent bénéficier de règles spécifiques mieux adaptées à leur situation et vocation particulière ».

Dans les précisions apportées en réponse aux questions complémentaires du commissaire enquêteur (Cf. précédemment § IV.6.1), ALM confirme qu'elle envisage de considérer dans une même acception d'établissements à vocation culturelle les établissements publics ou privés, leur accordant ainsi le bénéfice de certaines dispositions dérogatoires, notamment celles prévues par la modification n°6.

#### Appréciation du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur remarque qu'ALM apporte une réponse générique à plusieurs observations de natures différentes, mais ayant en commun de porter sur les établissements, publics ou privés, liés à des activités culturelles.

Il prend acte de l'engagement de la Collectivité à affiner sa réflexion afin de prendre avec davantage de précautions et de précisions les situations et vocations spécifiques de ces établissements.

Il invite par ailleurs ALM à enrichir cette démarche par une consultation des acteurs concernés, notamment les professionnels du cinéma.

### **VII.7. Appréciation de synthèse du commissaire enquêteur sur l'ensemble des réponses apportées**

Le commissaire enquêteur prend acte de la méthode adoptée par le maître d'ouvrage consistant à structurer sa réponse autour des principaux thèmes qui lui sont apparus à l'analyse des contributions déposées.

Il souligne la pertinence des thématiques retenues qui traduisent globalement les grandes lignes des remarques, mais aussi des appréhensions, des frustrations ou des interrogations exprimées au cours de cette enquête.

Pour autant, il observe qu'une partie d'entre elles semble être passée au travers des mailles de cette grille d'analyse, et n'ont, de ce fait, pas donné lieu à réponses.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 60 sur <b>61</b>
---	--	-----------------------

Si plusieurs d'entre elles peuvent être considérée comme sans lien avec l'objet du projet de modification, quelques-unes auraient sans doute mérité d'être prises en considération, parmi lesquelles (liste non limitative) :

- les souhaits de réduire fortement – voire de supprimer – toute forme de publicité lumineuse (pas seulement en vitrine) ;
- les objections aux dérogations envisagées pour les enseignes sur caisson opaque (modification n°3) ;
- les propositions demandant la suppression de la clause associant le mobilier urbain aux cas d'extinction nocturne prescrits par arrêté municipal (Modification n°2)
- les demandes de durcissement des règles de densité...

De sorte que, si la grande majorité des personnes ou des associations qui se sont exprimées sauront discerner dans les réponses les éléments relatifs à leurs préoccupations, il pourra subsister chez celles qui n'auront pas reçu d'élément en retour de leur contribution, une forme de frustration résiduelle.

## VIII. CLOTURE DU RAPPORT ET REMISE DES CONCLUSIONS

S'appuyant sur toutes les informations recueillies au cours de cette enquête, notamment sur les questions et observations déposées par le public et sur les réponses et commentaires formulées par ALM, maître d'ouvrage de ce projet, le commissaire enquêteur a pu rédiger et signer le présent rapport et formuler, dans un document distinct, ses conclusions et son avis motivé sur le projet de modification n°1 du RLPi d'Angers Loire Métropole.

Le rapport est accompagné par les pièces jointes suivantes :

- Procès-verbal de synthèse ;
- Mémoire en réponse du maître d'ouvrage ;
- Echange de courriers justifiant la prolongation du délai de remise du rapport.

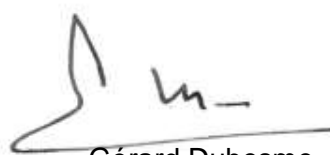
Il est par ailleurs complété de plusieurs annexes :

- Justification de la publicité précédant l'enquête publique
- Certificats d'affichage.

Le commissaire enquêteur a remis et commenté, le mardi 30 avril 2024 aux représentants d'ALM son rapport accompagnés de ses pièces jointes et de ses annexes, et ses conclusions motivées. Une version numérique de l'ensemble de ces documents a également été transmise le même jour.

L'ensemble de ces documents a également été transmis par voie numérique au président du Tribunal Administratif de Nantes.

A ALLONNES, le 30 avril 2024



Gérard Duhesme

Commissaire enquêteur

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Rapport du commissaire enquêteur</b>	Page 61 sur <b>61</b>
---	--	-----------------------

# Département de Maine-et-Loire

## 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**

 **RÈGLEMENT LOCAL  
de PUBLICITÉ  
intercommunal**



**Modification N°1**

1ère partie : rapport du commissaire enquêteur

**2ème partie : conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur**

### Pièces jointes

- Procès-verbal de synthèse
- Mémoire en réponse d'Angers Loire Métropole
- Questions supplémentaires
- Courriers justifiant la prolongation de la date de remise du rapport et des conclusions

### Annexes

**Gérard DUHESME**

*Commissaire-enquêteur*

*Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes*

*Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023*

PREAMBULE .....	1
I. RAPPEL DE L'OBJET DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE.....	1
II. DEROULEMENT DE L'ENQUETE PUBLIQUE .....	2
III. CONCLUSIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR.....	2
<b>III.1. Sur les motivations et l'économie générale du projet.....</b>	<b>2</b>
<b>III.2. Sur le contenu du dossier .....</b>	<b>3</b>
<b>III.3. Sur les conditions d'organisation et de déroulement de l'enquête.....</b>	<b>4</b>
III.3.1 Réunion de concertation : .....	4
III.3.2 Préparation de l'enquête .....	4
III.3.3 Information du public.....	4
III.3.4 Processus de recueil des observations et climat de l'enquête .....	5
III.3.5 Clôture de l'enquête, procès-verbal de synthèse et mémoire en réponse du maître d'ouvrage .....	7
<b>III.4. Sur la participation du public .....</b>	<b>8</b>
<b>III.5. Sur les questions soulevées pendant l'enquête et les réponses apportées par le maître d'ouvrage .....</b>	<b>8</b>
III.5.1 Choix de la procédure et de la méthode.....	8
III.5.2 Synthèse des thématiques abordées .....	9
III.5.3 Sur la place générale de la publicité dans la cité .....	10
III.5.4 Sur les horaires d'extinction des publicités et des enseignes (proposition n°2 du RLPi) .....	12
III.5.5 Sur les publicités et enseignes en vitrine (proposition n°1 du RLPi) .....	14
III.5.6 Sur les autres propositions du projet de modification du RLPi (n°3 à 11) .....	16
III.5.7 Sur les autres propositions situées hors champ du projet de modification RLPi.....	16
III.5.8 Sur les situations spécifiques des professionnels.....	18
III.5.9 Sur les situations spécifiques jugées anormales ou pénalisantes .....	19
<b>III.6. Sur les avis réglementaires et facultatifs.....</b>	<b>20</b>
IV. CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVÉS.....	20

# PREAMBULE

La communauté urbaine Angers Loire Métropole a décidé, par arrêté AR-23-227 du 21 novembre 2023, d'engager une procédure de modification n°1 du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) qu'elle avait elle-même approuvé le 13 janvier 2020.

De même que pour son élaboration ou sa révision, la procédure de modification du RLPi suit les mêmes prescriptions que la procédure de modification du PLUi, définie par les articles L153-36 à 48 du code de l'urbanisme. Elle comprend en particulier l'organisation d'une enquête publique.

L'enquête publique représente pour les citoyens un espace privilégié d'information et de participation à la vie de la Cité. Elle leur offre la possibilité de mieux appréhender les projets qui la concerne, en termes d'objectifs recherchés, d'enjeux mis en évidence et d'impacts positifs ou négatifs qui peuvent en découler, notamment sur l'environnement. De sorte que, éclairée par les observations, propositions et avis formulés par les personnes physiques ou morales qui se sont exprimées, la Puissance publique puisse aménager si nécessaire le projet dans le but d'en permettre sa mise en œuvre dans les meilleures conditions de recevabilité par la population.

Ainsi, par arrêté communautaire n° AR-2024-7 du 9 janvier 2024, Monsieur le président d'Angers Loire Métropole a ordonné l'ouverture de l'enquête publique portant sur la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole, et en a confié la conduite à Monsieur Gérard Duhesme, après désignation préalable de l'intéressé par le Tribunal administratif de Nantes (décision n° E23000197/49 du 9 novembre 2023).

Il convient de noter que la communauté urbaine d'ALM est à la fois maître d'ouvrage du projet de modification et autorité organisatrice de l'enquête publique dont le siège est fixé au siège d'ALM.

J'ai donc conduit cette enquête d'une durée de 30 jours consécutifs du jeudi 15 février 2024 à 9h au vendredi 15 mars 2024 à 17h30.

## I. RAPPEL DE L'OBJET DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

Le projet soumis à enquête publique vise à apporter au RLPi d'ALM un ensemble de 11 modifications de nature et de portée différentes selon leurs contenus.

La première (modification n°1) consiste à introduire de nouvelles dispositions rendues possibles par l'évolution de la Loi. Elle concerne l'encadrement des dispositifs lumineux en vitrine, rendu possible par la Loi Climat et Résilience, et représente l'apport le plus conséquent de ce projet de modification à la version en vigueur du RLPi.

D'autres résultent principalement des enseignements apportés par quatre années de mise en service du RLPi. Elles portent principalement sur un ajustement des horaires d'extinction de la publicité lumineuse (Modification n°2), des précisions techniques ou réglementaires apportées sur les dispositions encadrant l'usage de certains types d'enseignes (Modifications n°3 à 6).

D'autres encore visent à lever certaines ambiguïtés dans la rédaction initiale du RLPi (Modifications n°7 à 9), ou à la mettre en cohérence avec les évolutions des zonages du PLUi d'ALM (Modification n°10), dont il constitue par ailleurs un document annexé.

Enfin la dernière (Modification n°11) consiste à corriger une erreur matérielle en remplaçant un document annexé au RLPi, mais qui n'y avait pas sa place, par la pièce qui aurait dû initialement s'y trouver.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 1 sur <b>23</b>
---	---	----------------------

## II. DEROULEMENT DE L'ENQUETE PUBLIQUE

Celle-ci s'est déroulée conformément aux dispositions de l'arrêté communautaire pré-cité, qui prévoyait 3 permanences :

- le samedi 17 février 2024 de 9h à 12h à la mairie d'Avrillé ;
- le mercredi 28 février 2024 à la mairie des Ponts-de-Cé ;
- le vendredi 15 mars 2024 au siège d'ALM.

Par ailleurs, le public était invité à consulter le dossier mis à sa disposition et à déposer ses observations et/ou questions pendant toute la durée de l'enquête :

- dans les mairies d'Angers, d'Avrillé, des Ponts-de-Cé et au siège d'ALM où 4 registres étaient mis en place ;
- sur un registre dématérialisé mis en ligne ;
- par courrier électronique ou postal.

L'enquête a ainsi permis de recueillir un total de 98 observations par les différents supports d'expression mis en place. Leur analyse accompagnée de la synthèse des thématiques mises en relief ont été consignées dans un procès-verbal de synthèse présenté le mardi 26 mars 2024 au maître d'ouvrage.

Celui-ci a formulé ses réponses dans son mémoire en réponse qui m'a été transmis le vendredi 19 avril 2024. Un échange de courriels dans les jours suivants m'a permis d'en préciser deux points.

A l'issue de cette enquête, après avoir pris connaissance du dossier d'enquête publique, conduit certaines investigations complémentaires, analysé les réponses apportées par le maître d'ouvrage aux questions soulevées par le public et à celles que j'ai moi-même été amené à poser, j'ai consigné mes observations dans un rapport séparé sur la base duquel je m'appuie pour formuler mes conclusions et donner un avis motivé, objet du présent document.

Je précise enfin que le mémoire en réponse m'ayant été transmis à une date postérieure à la date limite réglementaire de remise du rapport et des conclusions motivées, j'ai été amené à mon tour à solliciter auprès du maître d'ouvrage un délai supplémentaire de 15 jours pour en finaliser la rédaction, délai qui m'a été accordé dans les conditions prévues par l'article L123-15 du Code de l'environnement. Les correspondances qui attestent ce report sont annexées au rapport.

## III. CONCLUSIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

### III.1. Sur les motivations et l'économie générale du projet

Quatre ans après la mise en application de son RLPi, la communauté urbaine d'Angers Loire Métropole a engagé une procédure de modification motivée par :

- la possibilité, ouverte par la loi Climat et résilience, d'encadrer l'usage des dispositifs lumineux en vitrine ;
- le renforcement des politiques environnementales consécutives à la récente crise énergétique et aux évolutions climatiques ;
- l'émergence sur le territoire de nouveaux dispositifs en matière de publicités et d'enseignes ;
- le retour d'expérience après quatre années de mise en œuvre du RLPi dans sa version initiale.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 2 sur <b>23</b>
---	---	----------------------

Disposant de la compétence urbanisme la Collectivité dispose de la légitimité nécessaire pour entreprendre cette démarche.

**Conclusions du commissaire enquêteur sur les motivations et l'économie générale du projet :**

Cette modification intervient quatre ans après la mise en application du RLPi, période suffisante pour bénéficier d'un ensemble de retours d'expériences de nature à corriger des erreurs, à ajuster certaines dispositions, ou à en préciser le contenu.

De surcroît, la loi Climat résilience ouvre à la Collectivité un champ de réglementation nouveau et significatif lui permettant d'encadrer l'usage des dispositifs lumineux en vitrine. A ce propos, je relève la prudence – sans que cette remarque soit interprétée comme un jugement de valeur - du choix du maître d'ouvrage de ne réglementer que les dispositifs numériques. Il était donc logique que la Collectivité saisisse cette opportunité offerte par le Législateur.

Ce « bouquet » de 11 propositions de modifications, bien que de natures et de portées composites, représente ainsi un ensemble suffisamment conséquent pour justifier une évolution du RLPi, mais ne remettant pas en cause les orientations contenues dans son rapport de présentation.

De sorte que la procédure de modification retenue par le maître d'ouvrage est à mes yeux parfaitement justifiée.

### III.2. Sur le contenu du dossier

Rappelons au préalable que :

- « le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1er du code de l'urbanisme » (art L581-14-1 du Code de l'environnement )
- « le dossier soumis à l'enquête publique est composé des pièces mentionnées à l'article R. 123-8 du code de l'environnement et comprend, en annexe, les différents avis recueillis dans le cadre de la procédure » (art R153-8 du code de l'urbanisme).

Le dossier soumis à la consultation du public, dont le détail est exposé dans mon rapport (cf § IV.2) comprenait les pièces requises au titre de ce projet.

Les textes régissant l'enquête publique et ses modalités d'insertion dans la procédure de décision relative au projet constituaient le **sous-dossier I**.

Le **sous-dossier II**, présentant le cœur du projet, comprenait :

- une présentation des 11 projets de modification sous une forme claire et bien illustrée selon une séquence de présentation identique pour chacun d'eux : contexte, nature de la modification, incidences sur le texte du règlement ;
- une liasse de cartes du zonage publicité actualisant la carte du RLPi des nouvelles composantes patrimoniales définies par ses évolutions successives depuis sa mise en application en 2021 ;
- une liasse de cartes du nouveau zonage introduit par les mesures d'encadrement des dispositifs lumineux en vitrine.

Enfin, le **sous-dossier III**, à défaut de réunir les avis des PPA consultées dont la plupart n'avaient pas répondu, contenait la copie des courriers qui leur avaient été adressés préalablement à l'enquête. Seul l'avis (favorable) du Conseil départemental, parvenu en cours

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 3 sur <b>23</b>
---	---	----------------------

d'enquête au service concerné d'ALM, a été inséré au dossier accompagné d'un bordereau explicatif ainsi que l'autorise la procédure (art R123-14 du Code de l'environnement).

**Conclusions du commissaire enquêteur sur la composition du dossier :**

Dans sa composition, le dossier comprenait toutes les pièces requises par la réglementation et les deux versions, papier et numérique, étaient rigoureusement identiques

Le dossier de présentation était bien structuré et permettait d'appréhender, malgré leur diversité de nature et de portée, chacune des modifications présentées, ainsi que leurs modalités d'insertion dans le règlement par un jeu de couleurs de police.

Les cartes des zonages couvraient l'ensemble du territoire à une échelle suffisamment précise pour que le lecteur puisse y resituer son propre environnement.

**III.3. Sur les conditions d'organisation et de déroulement de l'enquête**

La présente enquête, dont le but était de permettre au public de formuler ses questions et observations s'est déroulée dans la stricte application des dispositions prescrites par l'arrêté communautaire portant organisation de l'enquête.

**III.3.1 Réunion de concertation :**

Une réunion de concertation avait été organisée, bien en amont de l'enquête, le 18 avril 2023. Malgré une information assez largement diffusée vers les professionnels et acteurs concernés (commerçants, afficheurs, associations, etc), elle n'a réuni que 7 participants.

**III.3.2 Préparation de l'enquête**

Dès ma désignation par le Tribunal administratif, j'ai été associé par ALM à la préparation de l'enquête. J'ai ainsi pu prendre connaissance du projet, en son état d'avancement, le 30 novembre 2023 et participer à la préparation de l'organisation de l'enquête dans des délais tout à fait satisfaisants.

Un processus d'échanges continu avec ALM a permis de finaliser l'organisation de l'enquête ainsi que le projet d'arrêté en fixant les modalités, et d'achever la constitution des dossiers d'enquête que j'ai paraphés et signés le 4 février 2024. J'observe qu'à cette date, aucune réponse des PPA n'était parvenue au service chargé du projet.

Par ailleurs, ALM a organisé à mon profit une formation sur l'utilisation du registre dématérialisé mis en œuvre par la société Préambules. Celle-ci a eu lieu le 1<sup>er</sup> février 2024 par téléphone et s'est avérée bien adaptée à l'utilisation par la suite de l'outil.

**Conclusions du commissaire enquêteur sur la phase de préparation :**

Autant en termes de délais de préparation que d'esprit de coopération de la part d'ALM, les conditions de préparation de l'enquête publique me sont apparues satisfaisantes et de nature à offrir au public de bonnes conditions d'informations et de consultations des dossiers.

Si le principe de la tenue d'une réunion de concertation est vertueux, sans doute aurait-il été préférable de la planifier à une date plus proche du début de l'enquête publique. J'observe toutefois que la faible mobilisation de la part des professionnels invités à la réunion de concertation s'est reproduite pendant l'enquête.

**III.3.3 Information du public**

La campagne d'information du public, organisée par ALM dans les délais prescrits en application des articles L.123-10 et R123-11 du code de l'environnement, prévoyait :

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 4 sur <b>23</b>
---	---	----------------------



- l'affichage réglementaire des avis d'information du public dans l'ensemble des communes, - y compris dans le cas des communes nouvelles les communes déléguées - membres de la communauté urbaine,
- l'affichage sur la voie publique, en général dans les cœurs d'agglomération des communes, à raison d'au moins une affiche par commune ;
- la publicité par voie de presse, réalisée dans les éditions :
  - du 27-28 janvier 2024 de Ouest-France et du 27 janvier 2024 du Courrier de l'Ouest ;
  - du 17-18 février 2024 de Ouest-France et du 17 février 2024 du Courrier de l'Ouest.

Toutes les communes ont indiqué avoir respecté ces dispositions et j'ai pu moi-même m'en assurer par quelques sondages, notamment à l'occasion de mes permanences.

En outre, l'information était disponible sur la plupart des sites internet des communes.

Enfin, la presse régionale s'est également fait l'écho de l'organisation de cette enquête.

Une synthèse des différents moyens mis en œuvre est présentée en annexe de mon rapport.

#### Conclusions du commissaire enquêteur sur les conditions d'information du public :

L'ensemble des mesures destinées à informer le public ont été mises en œuvre conformément aux termes de la réglementation prévue dans le Code de l'environnement et de l'arrêté communautaire d'organisation de l'enquête. Toutes les communes concernées en ont certifié la mise en œuvre.

Par ailleurs, l'information a été largement relayée par plusieurs initiatives prises au niveau d'ALM ou au niveau de certaines communes, y compris dans certains cas de façon ciblée par courriers à l'attention de personnes ou d'organismes potentiellement concernés.

Enfin, la presse régionale a également joué un rôle amplificateur en consacrant plusieurs articles à l'enquête elle-même, ou aux manifestations militantes organisées sur l'espace public avant et pendant l'enquête.

Je considère donc que les moyens et actions mis en œuvre par ALM et les communes membres, allant parfois au-delà des exigences requises, étaient suffisants pour permettre de toucher un public très large.

#### III.3.4 Processus de recueil des observations et climat de l'enquête

- Les permanences et les registres en version papier

Au cours des 3 permanences, qui se sont déroulées dans les conditions prévues par l'arrêté communautaire d'organisation, j'ai rencontré au total 8 visiteurs : aucun visiteur à Avrillé le 17 février, 3 visiteurs aux Ponts-de-Cé le 28 février et 5 visiteurs au siège d'ALM le 15 mars.

Pour faible que soit ce nombre, la typologie des visiteurs rencontrés est assez représentative des différentes motivations qui les animent, entre habitant d'Angers venu simplement s'informer, acteur économique préoccupé par les modifications du RLPi et représentants d'associations environnementales venus en délégation plaider en faveur de la réduction de la publicité dans l'espace public.

Au total, aucune observation manuscrite n'a été apposée sur les registres consultables en mairies, mais une déposition écrite et une pétition, m'ont été remises en mains propres.

Lors de chaque permanence, les conditions matérielles étaient réunies pour accueillir le public dans de bonnes conditions : dossiers disponibles à l'accueil, espaces de rencontre avec le commissaire enquêteur spacieux, fonctionnels et accessibles. Toutefois, au siège d'ALM, si la salle de permanence située en étage n'appelait pas de remarque en terme d'accessibilité

<p><i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i></p>	<p>Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b></p>	<p>Page 5 sur <b>23</b></p>
--	--	-----------------------------

(présence d'un ascenseur), les visiteurs devaient, en cas d'affluence, attendre debout dans le couloir. Or, il se trouve que les 5 visiteurs sont venus à la même heure. Ce point mériterait à l'avenir d'être amélioré.

Si la teneur des échanges traduisait parfois des positions fermes et déterminées, leur tonalité a toujours été courtoise et respectueuse et aucun incident n'est venu émailler le processus de l'enquête.

- Le registre dématérialisé

Un registre dématérialisé avait été mis en ligne par la société Préambules, qui en a assuré l'ouverture et la clôture rigoureusement aux dates et heures prévues pour l'enquête publique.

L'outil a été abondamment sollicité avec 2161 visites, 343 visiteurs ayant téléchargé au moins un document, parmi lesquels le dossier technique (50 fois), le plan de zonage *Publicité* (24 fois), le plan de zonage *Dispositifs lumineux en vitrine* (20 fois).

Le nombre de dépositions mises en ligne, 96 dont 4 doublons, contraste avec le nombre de visiteurs au cours des permanences, démontrant, si cela s'avère encore nécessaire, le bien-fondé du choix de ce support dans ce type d'enquête.

De surcroît, son usage est apparu accessible et ergonomique, tant pour le public – aucun incident n'ayant été signalé – que pour le commissaire enquêteur.

Ce registre a été utilisé par des particuliers, mais également par des associations environnementales ou professionnelles et par certaines entreprises.

Si 43% des auteurs de contributions ont souhaité conservé leur anonymat, la tonalité des dépositions a été, là encore, souvent ferme sur le fond mais polie dans la rédaction et de surcroît souvent argumentée.

- Les autres canaux d'expression

Aucun courrier, numérique ou postal, n'a été reçu au cours de l'enquête.

- Climat général

L'enquête elle-même s'est déroulée sans incident et la tonalité générale, telle qu'il est possible de l'apprécier au travers des échanges et des dépositions, a toujours été respectueuse à l'égard des personnes et de la procédure.

Toutefois le sujet est loin d'avoir suscité l'indifférence et a permis à toute une palette d'argumentations de venir nourrir le débat sur la place de la publicité sur le territoire, qu'il serait toutefois réducteur de réduire à une opposition binaire et frontale entre ses partisans et ses adversaires.

Certes, en marge de l'enquête publique, plusieurs actions sur la voie publique à Angers ont porté l'expression d'une forme de refus de voir la publicité en général, lumineuse en particulier, envahir l'espace public, ces actions trouvant leur prolongement par un nombre significatif de dépositions allant dans ce sens, y compris une pétition.

Pour autant, d'autres observations formulaient des propositions sur des points ou des exemples précis, sans nécessairement bannir toute forme de publicité ou d'enseignes. Pour leur part, la plupart des acteurs économiques y ayant recours, ont fait part de leurs dispositions à reconnaître le bien-fondé – au moins dans leur principe – de certaines mesures d'encadrement destinée à préserver l'environnement et le cadre de vie.

**Conclusions du commissaire enquêteur sur le processus de recueil des observations et le climat de l'enquête :**

Je considère que la procédure et les moyens permettant au public de s'exprimer ont parfaitement rempli leur rôle, tant du point de vue du nombre et de la qualité des observations déposées que de la fluidité du processus mis en œuvre.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 6 sur <b>23</b>
---	---	----------------------

Le nombre de permanences m'est apparu suffisant et les choix des lieux de consultation des dossiers bien adapté aux conditions et au thème de l'enquête.

J'observe que le registre dématérialisé a été largement plébiscité par le nombre d'observations recueillies par ce canal, sans doute amplifié du fait d'actions militantes effectuées en ville en marge de l'enquête.

Il en résulte l'expression, individuelle et collective, de positions ou de propositions suffisamment nombreuses et contrastées pour permettre à la Collectivité de progresser dans la recherche d'un équilibre raisonnable et admissible dans sa politique d'encadrement en matière de publicités et d'enseignes.

### III.3.5 Clôture de l'enquête, procès-verbal de synthèse et mémoire en réponse du maître d'ouvrage

L'enquête s'est achevée le 15 mars 2024 à 17h30 conformément à l'arrêté communautaire d'organisation, et close le mardi 19 mars, date à laquelle les derniers registres m'ont été remis.

J'en ai rédigé un procès-verbal de synthèse qui a été présenté et remis le mardi 26 mars à Monsieur Roch Brancour, représentant le maître d'ouvrage, assisté de deux de ses collaboratrices. Ce document établit un bilan du déroulement de l'enquête et de la participation du public. Il présente une synthèse de chacune des observations et dépositions<sup>1</sup> reçues au cours de l'enquête, et met en relief les thèmes saillants qui en émergent et les questions que j'ai moi-même été amené à formuler pour chacun d'eux.

Constatant le nombre important de dépositions, et souhaitant apporter à leur analyse toute l'attention nécessaire, ALM a exprimé le souhait de disposer d'un délai supérieur aux 15 jours prévus par la réglementation pour formuler son mémoire en réponse. Celui-ci m'a été communiqué le 19 avril, m'amenant à mon tour à solliciter le report au 30 avril de la date de remise de mon rapport et de mes conclusions. Les échanges de courriers attestant ces modifications de calendrier figurent en annexe de mon rapport.

Le mémoire en réponse du maître d'ouvrage m'est parvenu le 19 avril 2024 par voie électronique. Dans ce document, auquel était joint un courrier d'accompagnement signé de Monsieur Brancour, le maître d'ouvrage structure sa réponse en deux parties. La première apporte ses réponses aux 12 questions que j'ai moi-même posées dans mon procès-verbal de synthèse, et la seconde constitue une réponse globale à l'ensemble des observations déposées au cours de l'enquête.

#### Conclusions du commissaire enquêteur sur les modalités de clôture de la procédure d'enquête :

La procédure d'enquête a été close dans les délais prescrits par la réglementation. Le souhait du maître d'ouvrage de disposer d'un délai supplémentaire pour apporter ses réponses aux observations déposées traduit son souci d'y apporter l'attention nécessaire. Il convient d'en prendre acte.

Dans son mémoire en réponse, le maître d'ouvrage a pris soin de répondre à chacune de mes questions tout en faisant le choix d'apporter une réponse globale aux observations déposées. Si les sujets couverts me paraissent refléter les principales problématiques soulevées au cours de l'enquête, certaines observations et/ou questions plus ponctuelles sont passées au travers des mailles de la grille d'analyse retenue par le maître d'ouvrage et n'ont, de ce fait pas reçu de réponse.

<sup>1</sup> L'intégralité des observations restait consultable par le maître d'ouvrage sur le registre dématérialisé.

### III.4. Sur la participation du public

Avec 94 contributions effectives recueillies par l'ensemble des canaux d'expression (après avoir exclu 4 doublons), cette enquête a révélé une mobilisation significative autour du thème de la publicité, favorisée, il est vrai, par la mise à disposition du registre dématérialisé qui recueilli à lui seul 92 contributions effectives.

Si le public s'est tenu globalement à l'écart des permanences, celles-ci ont malgré tout joué leur rôle auprès des quelques personnes qui souhaitaient s'informer du contenu du projet et du déroulement de l'enquête, mais aussi auprès des représentants d'associations venus en délégation remettre et commenter les textes de leur déposition et de leur pétition.

La grande majorité des observations déposées proviennent de personnes ou associations environnementales se prononçant en faveur d'une politique plus restrictive en matière de publicité. Cette mobilisation a été entretenue par des actions sur la voie publique dans le cœur de ville d'Angers en parallèle de l'enquête, un nombre significatif de dépositions émanant de personnes signataires d'une pétition organisée simultanément sur le même thème.

A cet égard il convient de mettre en perspective le nombre de téléchargements du dossier technique (50) avec le nombre total de contributions déposées en ligne (96), ce qui laisse supposer qu'une partie significative d'entre elles ait été déposées par des personnes n'ayant pas consulté le dossier technique présentant le contenu du projet de modification lui-même. Cette hypothèse est confortée par le fait que de nombreuses prises de position portent sur des considérations générales relatives à la publicité et non sur des points précis concernant le projet lui-même.

Pour leur part, les acteurs économiques ne se sont mobilisés que par le biais de leurs organisations syndicales ou consulaires. Hormis les professionnels du cinéma, aucun commerçant ne s'est manifesté.

Enfin, parmi les acteurs dont la publicité représente l'activité cœur, seule une entreprise a déposé directement une contribution en ligne.

#### Conclusions du commissaire enquêteur sur la participation du public :

A l'évidence, cette enquête n'a pas suscité l'indifférence et l'effet conjugué du recours au registre dématérialisé et des manifestations sur la voie publique ont stimulé l'expression d'une partie du public globalement favorable à un encadrement plus strict de la publicité.

Sans être considérable, le nombre d'observations déposées en ce sens, auquel s'ajoutent – au moins partiellement car plusieurs personnes se sont exprimées par les deux canaux - les signataires d'une pétition remise en cours d'enquête, représente à mes yeux un marqueur significatif d'un courant d'opinion qui ne relève plus des signaux faibles.

Si les professionnels se sont principalement exprimés par l'intermédiaire de leurs organismes représentatifs, je regrette de n'avoir pu entendre de commerçants, population principalement concernée par les nouvelles réglementations des dispositifs lumineux en vitrine. Il serait toutefois hasardeux d'interpréter cette absence de réaction comme une acceptation tacite des mesures envisagées.

Ainsi, si l'enquête a été globalement mobilisatrice, il me semble, de ce dernier point de vue, qu'elle n'a pas totalement joué son rôle.

### III.5. Sur les questions soulevées pendant l'enquête et les réponses apportées par le maître d'ouvrage

#### III.5.1 Choix de la procédure et de la méthode

L'ensemble des 94 contributions recueillies a été analysé et a permis de dégager les diverses sensibilités qui se sont exprimées ainsi que plusieurs lignes directrices et/ou questions récurrentes.

Le procès-verbal de synthèse remis à ALM le 26 mars, reprend la totalité de ces contributions, présentées de façon synthétique avec leur méthodologie d'analyse, et questionne ALM sur les thématiques les plus significatives ainsi que sur certains points spécifiques.

Dans son mémoire en réponse j'observe qu'ALM s'est attachée à répondre à l'ensemble de mes questions et a pris le parti d'apporter, dans une seconde partie de son document, une réponse globale à l'ensemble des observations déposées par le public pendant l'enquête.

Dans un souci de méthode, notamment pour éviter d'alourdir inutilement les présentes conclusions, j'ai consigné dans mon rapport les présentations synthétiques mais exhaustives :

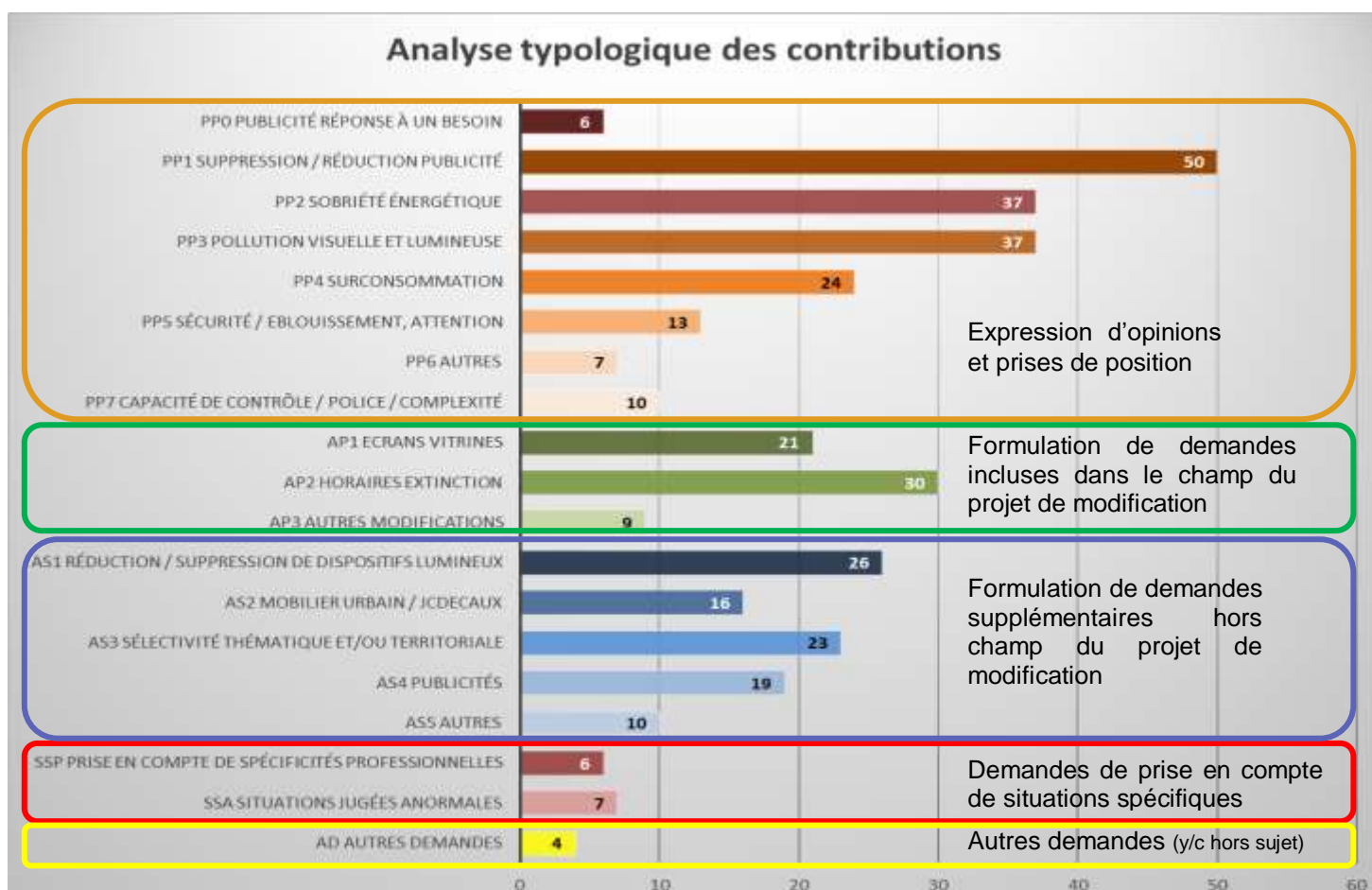
- d'une part des contributions déposées par le public (cf.§ VI.3.2) ;
- d'autre part des réponses formulées de façon globale par ALM, auxquelles j'ai joint mes propres appréciations (cf. § VII).

Le public est donc invité à s'y référer pour prendre connaissance des suites éventuelles données à ses attentes.

### III.5.2 Synthèse des thématiques abordées

Les thématiques mises en évidence et les questions qu'elles appellent résultent directement du choix de la méthodologie adoptée, elle-même explicitée dans mon rapport et rappelée ci-après.

Le graphe ci-dessous, extrait du procès-verbal de synthèse, traduit le poids des diverses thématiques identifiées au cours de l'analyse des contributions. Précisons ici qu'une même contribution peut exprimer plusieurs thématiques.



Il met en évidence 5 « blocs » de thématiques :

**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, celle-ci exprimant soit un plaidoyer en faveur de la publicité considérée comme indissociable de l'activité économique (PP0), soit – plus majoritairement – une défiance à son encontre, insistant sur la nocivité perçue de ses différents effets (PP2 à PP6). La dernière thématique de ce bloc (PP7) concerne les compétences de la Collectivité en matière de contrôle et de police.

**Le deuxième bloc** de commentaires contient des **propositions d'aménagements à au moins une des 11 propositions** présentées (AP) dans le projet de modification du RLPi. La grande majorité d'entre elles porte sur les propositions 1 (AP1) et 2 (AP2) avec respectivement 21 et 30 occurrences. Les 9 autres, moins évoquées sont regroupées sous une seule thématique (AP3).

**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. Elles portent principalement sur la publicité lumineuse (AS1) ou sur mobilier urbain (AS2), mais aussi sur une forme de sélectivité souhaitée en fonction du lieu d'implantation et/ou de la nature des messages publicitaires (AS3). Les sujets relatifs aux autres supports publicitaires (dimensions des panneaux extérieurs par exemple) sont regroupés en une seule thématique (AS4). Enfin la dernière regroupe les suggestions concernant les autres règles (AS5), y compris le souhait de voir prochainement révisé le RLPi.

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

- 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 (SSP) ;
- celles qui expriment des **situations observées jugées anormales ou perturbantes** (SSA).

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

Chacun de ces blocs a fait l'objet d'une série de questions posées lors de la présentation du procès-verbal de synthèse, auxquelles ALM a répondu point par point et dont il se dégage les principaux sujets de préoccupation.

Remarque : dans ce qui suit, pour faciliter la lecture, les positions d'ALM figurent **en bleu**, parmi lesquelles « *en italique entre guillemets* » celles qui sont directement extraites de son mémoire en réponse

### III.5.3 Sur la place générale de la publicité dans la cité

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.

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 10 sur <b>23</b>
---	---	-----------------------

Interrogée sur sa vision, ALM indique que la réglementation a déjà produit « *une évolution importante du parc publicitaires sur son territoire depuis 2020* » et qu'une évolution d'ampleur comparable est attendue dans le parc des écrans numériques en vitrines, concernés par la modification n°1.

De sorte qu'il lui apparaît nécessaire à présent « *de bénéficier d'un recul suffisant pour (...) évaluer l'adéquation ou non du nouveau parc en place avec les différents enjeux portés sur le territoire avant d'étudier une éventuelle nouvelle évolution des règles* ».

Ainsi, « *par les règles du RLPi et la présente modification n°1, les élus d'ALM affirment leur volonté de réduire sur le long terme la place de la publicité sur Angers Loire Métropole et notamment de la publicité numérique. Ils portent ainsi des règles locales ambitieuses répondant aux enjeux actuels* ».

Abordant plus spécifiquement la question de la consommation énergétique ALM souligne la difficulté à la mesurer avec précision, citant toutefois que selon une étude de l'ADEME en 2022, « *un écran publicitaire numérique de 2m<sup>2</sup>, allumé 18h par jour, 365 jours par an, consommerait (...) 2 048kWh/an* ». De sorte que « *les règles proposées dans la modification n°1 permettent de répondre à cet enjeu par l'encadrement des dispositifs numériques intérieurs et l'extension de la plage d'extinction obligatoire* ».

Les six dépositions qui ne vont pas dans le sens d'une demande de réduction ne s'opposent pas au principe de régulation de la publicité et des enseignes, mais appellent, 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.

A plusieurs reprises, notamment sur les règles de nombre et de dimensionnement de panneaux publicitaires, ALM insiste sur son souci de définir « *la réglementation (...) dans un objectif d'équilibre entre les enjeux de communication/signalisation et de préservation et valorisation du paysage et du cadre de vie* ». Cette recherche d'équilibre est également mise en avant à propos des horaires d'extinction visant « *un équilibre entre les différents enjeux d'animation de la ville et visibilité des activités, et de préservation du cadre de vie, tout en répondant aux enjeux de transition écologique et énergétiques* ».

Il est toutefois intéressant de souligner que des convergences peuvent se dégager, notamment sur la question de la communication publicitaire de proximité. Plusieurs observations se montrent en effet en faveur d'une publicité bénéficiant aux acteurs économiques et associatifs locaux.

A ce propos, ALM rappelle toutefois que la Loi ne permet pas à une collectivité d'exercer un quelconque « *droit de regard ou de contrôle sur le contenu des messages diffusés sur les dispositifs publicitaires* ». Il appartient aux acteurs économiques locaux de les utiliser selon leurs besoins. De surcroît, elle ne dispose pas d'informations chiffrées permettant de mesurer les retombées locales de la publicité mais indique que, selon l'entreprise JCDecaux, « *environ 54 % des messages publicitaires sur le mobilier urbain du territoire bénéficient à des annonceurs implantés localement* ».

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.

Sur ce point, ALM fait également une mise au point précisant que « *l'autorité compétente en matière de délivrance des autorisations et de mise en œuvre du pouvoir de police de la publicité sont les Maires des communes. Chaque commune doit donc mettre en place ce contrôle* ».

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 11 sur 23
---	---	----------------



Pour autant, elle expose de façon précise et détaillée l'ensemble des mesures prises en accompagnement des professionnels et acteurs concernés, mais également en soutien des services municipaux dans l'exercice de leur responsabilité de contrôle.

A ce propos, en réponse à une demande de précision ultérieure de ma part, la Collectivité a indiqué son intention de renoncer à l'exercice du pouvoir de police de la publicité qu'elle peut se voir attribuer depuis l'adoption de la Loi Climat et Résilience. En effet, certains maires ayant souhaité conserver ce pouvoir, cette même loi permet à la Communauté urbaine d'y renoncer.

Appréciations du commissaire enquêteur sur les points de vue exprimés de ce premier ensemble d'observations :

Les observations déposées au cours de l'enquête couvrent assez bien l'ensemble du spectre des considérations couvrant le thème de la place de la publicité dans la Cité, exprimant le plus souvent une forme d'exaspération devant ce qu'elles considèrent comme un envahissement de l'espace public, mais à l'inverse aussi, de la part des acteurs économiques, une réelle appréhension de ne plus pouvoir mettre suffisamment en valeur l'objet de leurs activités.

Dans ses réponses à ces considérations d'ordre général, ALM met l'accent sur les degrés de liberté que la Loi met à sa disposition – et qui ne permettent pas tout -, sur la recherche continue d'un juste équilibre entre les enjeux environnementaux, économiques et même sociétaux (par exemple en tenant compte de l'effet « animation de rue la nuit »), et sur les premiers résultats induits par la mise en application du RLPi.

Ce faisant, elle fait œuvre de pédagogie permettant au public d'appréhender cette problématique de façon globale, mais aussi en fournissant quelques informations factuelles bienvenues dans ce débat de société.

Concernant la question du pouvoir de police, ALM indique que ce pouvoir ne lui échoit pas directement puisqu'il appartient aux maires. J'observe, plus précisément, qu'elle y renonce comme le lui permet la Loi, pour qu'il reste du ressort des maires.

Toutefois, certains indices recueillis au cours de l'enquête m'amènent à appeler l'attention et la vigilance d'ALM sur ce point, notamment dans le souci de crédibiliser l'action publique.

III.5.4 Sur les horaires d'extinction des publicités et des enseignes (proposition n°2 du RLPi)

Une majorité (27<sup>2</sup>) 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.

ALM fait valoir dans sa réponse que « *la modulation des horaires d'extinction en fonction des secteurs, des saisons (été/hiver), ou encore des horaires de fermeture des activités économiques, a naturellement été étudiée mais n'a pas été retenue pour plusieurs raisons :*

- *Discrimination des secteurs d'activités ou des quartiers par rapport à d'autres,*
- *Complexification, perte de lisibilité et de bonne compréhension et appropriation des règles par les acteurs économiques,*
- *Complexification du contrôle du respect des règles du RLPi et de la mise en œuvre du pouvoir de police ».*

<sup>2</sup> Sur les 30 qui ont commenté cette mesure



La Collectivité ajoute qu'une telle réglementation apparaîtrait « *peu lisible, peu compréhensible et plus difficile d'appropriation par le public et les établissements concernés* », et de surcroît que le contrôle de sa mise en œuvre serait très complexe.

Pour leur part les représentants des professionnels (3 observations déposées) font valoir que cette mesure risque de se traduire 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.

Sur ce point ALM rappelle « *qu'en matière d'enseignes, les commerces/activités économiques ouverts pendant la période d'extinction obligatoire proposée entre 21h et 7h dans le cadre de cette modification n°1, peuvent maintenir leurs enseignes allumées. Pour ces activités, ces enseignes doivent être éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.*

*Cette règle permet d'éviter cet effet "ville morte" dans la mesure où les activités réellement ouvertes restent allumées et peuvent être facilement identifiées par la clientèle* ».

Enfin le choix d'augmenter de 2 heures la plage d'extinction des dispositifs lumineux et de fixer à 21h l'heure unique de leur extinction est fondé sur l'observation qu'« *à cette heure une très grande majorité des actifs ont déjà réalisé leur trajet travail-domicile et la plupart des activités économiques sont fermées* ».

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.

Pour sa part, 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* ».

En préambule de sa réponse sur ce point, ALM rappelle la vocation et les caractéristiques propres des mobiliers urbains : il s'agit de dispositifs mis contractuellement par un afficheur à la disposition de la collectivité, permettant de répondre à des besoins spécifiques de service public. Il s'agit par exemple d'« *abris voyageurs des transports collectifs* », de « *mobiliers diffusant des informations et communications d'intérêt général, d'informations culturelles,...* », qui « *ont une fonction propre et qui peuvent avoir un caractère accessoirement publicitaire* ».

Selon ALM, ces dispositifs participent par ailleurs, « *à l'animation de cet espace public, et à réduire l'effet « ville morte* ». *Leur éclairage revêt un rôle sécurisant sur l'espace public, notamment s'agissant des abris voyageurs* ».

Toutefois ALM conclut sur ce point en indiquant son intention de prendre en compte les différentes remarques et argumentaires et son engagement « *à réaliser une nouvelle analyse de ce sujet* », qui « *réinterrogera les horaires d'extinction de la publicité sur mobilier urbain, afin de tendre vers une extinction entre 21h et 7h, dans un souci de renforcer l'harmonisation et la cohérence avec le reste des publicités et enseignes.*

*S'agissant spécifiquement des abris voyageurs, il sera proposé d'ajuster leurs horaires d'extinction en fonction du fonctionnement des lignes.* »

Appréciations du commissaire enquêteur sur les points de vue exprimés concernant le point de modification n°2 (horaires d'extinction) :

J'estime convaincantes et raisonnables les raisons qui ont présidé à la détermination de la nouvelle plage d'extinction des dispositifs lumineux et au choix de leur heure d'extinction

Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur	Page 13 sur 23
--	--	----------------

unique à 21h, notamment pour éviter de complexifier davantage un corpus réglementaire déjà bien fourni.

Je suis nettement plus réservé sur le plaidoyer en faveur de la clause dérogatoire dont bénéficierait la publicité sur mobilier urbain. Je note qu'ALM reprend, d'ailleurs à mes yeux sans conviction, l'argumentaire déjà développé dans le dossier de présentation du RLPi.

Je ne peux donc qu'encourager son engagement à réévaluer le bien-fondé de cette mesure en vue d'assujettir l'ensemble des dispositifs publics et privés à une règle commune.

### III.5.5 Sur les publicités et enseignes en vitrine (proposition n°1 du RLPi)

Cette proposition a également fait l'objet de plusieurs remarques allant, là encore majoritairement, dans le sens d'une restriction de leur usage, voire de leur interdiction totale.

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.

Ces observations amènent ALM à rappeler à nouveau le cadre légal et réglementaire dans lequel s'inscrit le RLPi, citant principalement le premier article du RNP (art L581-1 du Code de l'environnement) posant le principe « *du droit d'expression et de diffusion d'informations et d'idées, via la publicité et les enseignes* ».

Il ne permet donc « *pas aux règlements locaux d'interdire la publicité sur l'ensemble d'un territoire. En revanche il leur permet d'encadrer plus fortement la publicité et les enseignes. C'est ce qui a été fait au travers du RLPi d'ALM* ».

Il en va de même pour les dispositifs lumineux en vitrine qui peuvent, depuis la mise en application de la loi Climat et résilience, être assujettis aux prescriptions que le RLPi définit « *en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses* ».

Ainsi, « *le RLPi d'Angers Loire Métropole n'est donc pas habilité à interdire la publicité extérieure et les dispositifs lumineux en vitrine sur l'ensemble du territoire d'ALM* ».

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 – hormis quelques demandes de taille et/ou de nombre d'écrans unique pour toutes les zones -, les professionnels qui en vivent, ou qui en font usage, indiquent de leur côté par la voix d'un de leur porte-parole que la surface d'écran de 0,15m<sup>2</sup> « *ne répond absolument pas à l'utilisation souhaitée d'un tel dispositif* ».

ALM rappelle dans sa réponse sur ce point la méthodologie ayant permis d'aboutir à cette surface, qu'il est prévu dans le projet d'imposer en zone 1 principalement en centre-ville d'Angers.

Le diagnostic initial a permis de mettre en perspective l'impact des panneaux numériques recensés en vitrine sur le paysage urbain des secteurs de cette zone et de révéler « *dans de nombreux cas des disproportions entre la dimension des écrans numériques et la surface des façades commerciales* ». Ainsi, du fait de leur dimension ou de leur nombre, il apparaît que plusieurs d'entre eux « *portaient atteinte à la qualité et à l'intérêt des façades et du paysage urbain, au sein même du périmètre du Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur* ».

ALM a donc été amené à proposer cette surface maximum de 0,15 m<sup>2</sup>, correspondant à un écran standard de 23 pouces courant sur le marché, qui permet « *de diffuser des messages (publicitaires ou de l'ordre de l'enseigne) visibles pour les personnes passant devant les vitrines, tout en préservant la qualité urbaine* ».

« *La majorité des flux dans l'hypercentre se faisant à pied ou à vélo, ce format est adapté pour capter ces flux* ».

De surcroît, dans la présentation jointe au courrier de ce même intervenant, en l'occurrence le responsable juridique de l'Union de la Publicité extérieures (UPE), il est indiqué 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 DGEALN<sup>3</sup> 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.

Or, la mesure n°1 du projet de modification prévoit d'instaurer une règle fixant un nombre d'écrans, plafonnée à 2 écrans, mais variable selon la longueur du linéaire de façade de l'établissement concerné, et qui pourrait de ce fait être assimilée à une règle de densité.

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

Interrogée précisément sur ce point, ALM indique que la démarche d'élaboration de cette règle s'appuie exclusivement sur l'article L581-14-4 du Code de l'environnement qui « offre la possibilité aux collectivités ayant un RLPi de régler via plusieurs moyens (horaires d'extinction, surface, consommation énergétique et prévention des nuisances lumineuses) les dispositifs lumineux dans les vitrines ».

Elle considère que le guide national sur lequel se fonde l'observation de l'UPE n'a aucune valeur réglementaire et que sa rédaction lui semble être une extrapolation de l'article précité.

ALM fonde par ailleurs son choix sur la latitude accordée par ce même article autorisant notamment le RLPi à prescrire aux dispositifs lumineux en vitrine des règles de surface. De sorte qu'elle considère, dans une même acception du terme, les surfaces unitaires et les surfaces cumulées, justifiant ainsi sa possibilité de moduler la surface d'écran en vitrine de 0,15 m<sup>2</sup> (1 seul écran) à 0,30 m<sup>2</sup> (2 écrans) selon le linéaire de façade.

Appréciations du commissaire enquêteur les points de vue exprimés concernant le point de modification n°1 (dispositifs lumineux en vitrine) :

Sur ce point, ALM rappelle opportunément la marge d'action que lui permet la Loi, en l'occurrence sa traduction dans le Code de l'environnement. Elle ne peut donc donner suite aux souhaits exprimés de voir supprimée la possibilité d'installation de dispositifs lumineux en vitrine. Je ne peux que lui donner raison sur ce point.

La présentation de la méthodologie conduisant à retenir la surface de 0,15 m<sup>2</sup> (soit le format 32 pouces), notamment dans le centre-ville d'Angers me paraît par ailleurs d'autant plus probante que ce format s'adresse principalement à un public piéton. Un format supérieur pourrait à mes yeux capter aussi l'attention de cyclistes, nombreux dans ces secteurs, avec les risques de perte d'attention qui en découleraient.

Enfin, n'étant pas compétent pour trancher le débat juridique posé par l'interprétation de l'article L581-14-4 du Code de l'environnement relatif aux dispositions dérogatoires accordées aux RLP en matière d'encadrement des dispositifs lumineux en vitrine, je prends acte de l'interprétation qu'en fait ALM. Je souligne toutefois que par souci de cohérence dans le raisonnement consistant à assimiler des surfaces unitaires et des surfaces cumulées, il conviendrait d'accorder aux établissements, situés en zone 1, dont le linéaire de façade le permettrait la possibilité de choisir entre 2 écrans de 0,15 m<sup>2</sup> ou un seul de 0,30 m<sup>2</sup>.

<sup>3</sup> Direction générale de l'environnement, de l'aménagement et de la nature

### III.5.6 Sur les autres propositions du projet de modification du RLPi (n°3 à 11)

S'agissant des autres mesures, 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). Quelques voix se sont exprimées contre l'autorisation d'utiliser les caissons lumineux à faces opaques (proposition n°3)

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

#### Appréciations du commissaire enquêteur les points de vue exprimés concernant les autres points de modification (n°3 à 11) :

J'observe qu'en faisant le choix d'une réponse globale pour l'ensemble des observations, le maître d'ouvrage ne s'est pas prononcé formellement sur chacune de ces observations.

### III.5.7 Sur les autres propositions situées hors champ du projet de modification RLPi

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. J'ai 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 fortement, 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.

Si la majorité des dépositions allant en ce sens se montre 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...* »).

Concernant la publicité sur écran lumineux en vitrine, ALM précise que la Loi ne lui permet pas de l'interdire, ni totalement, ni dans certains secteurs, ni d'en sélectionner les messages. Elle peut toutefois en encadrer les modalités de mise en œuvre, comme cela a été dit précédemment.

Par ailleurs, elle indique que le RLPi a permis, entre 2020 et l'été 2022 de réduire de 141 à 44 le nombre de panneaux publicitaires lumineux implantés sur domaine privé, ajoutant que le parc publicitaire poursuit sa mutation sous l'effet des RLPi.

*Enfin, « concernant l'évolution de la publicité sur mobilier urbain, une mise en conformité du parc avec les nouvelles règles du RLPi a également été mise en œuvre ».*

- 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.

S'agissant de la demande d'introduire une forme de sélectivité des messages publicitaires, on se référera à la réponse d'ALM évoquée supra (cf. § III.5.3) rappelant que la Loi ne permet pas à la Collectivité d'exercer un droit de regard sur le contenu des messages publicitaires, ni a fortiori de le censurer, pas même localement.

*Par ailleurs, « concernant l'interdiction de la publicité dans certains quartiers à enjeux, autour de monuments, ou autour de certains équipements (scolaires notamment), ces questions ont naturellement été abordées lors de l'élaboration du RLPi ».*

A ce propos Angers Loire Métropole rappelle que la publicité est déjà interdite dans les quartiers à forts enjeux paysagers et patrimoniaux.

En revanche, *« l'interdiction de la publicité autour des écoles n'a pas été retenue par ALM », d'une part du fait d'une réduction déjà notable sur le territoire de la publicité obtenue par les autres mesures, d'autre part en raison de la densité du maillage des établissements d'enseignement de toutes natures sur le territoire risquant d' « induire des secteurs d'interdiction particulièrement étendus pouvant remettre en cause l'équilibre souhaité entre limitation de la présence publicitaire et maintien d'un certain droit à l'affichage au profit du tissu économique ».*

De surcroît, la définition de nouveaux secteurs d'interdiction de la publicité est hors du champ de ce projet de modification. *« Ces questions pourront néanmoins être réinterrogées à l'occasion d'une prochaine procédure d'évolution du RLPi. »*

- 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.

En réponse à ces observations, ALM rappelle que le mobilier urbain répond à un usage bien précis, point déjà développé plus haut (cf. § III.5.4).

Sur la question des contenus des messages publicitaires, ALM précise que *« les contrats de mobilier urbain ne règlementent pas le contenu ni les bénéficiaires des messages diffusés sur les faces publicitaires. Ces derniers dépendent des contrats privés entre les entreprises et l'afficheur ».*

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 m<sup>2</sup>.

Sans répondre précisément à chacune de ces observations, ALM rappelle qu' *« au sein des quartiers les plus sensibles d'un point de vue paysager et patrimonial, la publicité extérieure (hors celle supportée par le mobilier urbain) est interdite. Celle sur mobilier urbain ne peut excéder 2m<sup>2</sup>. Dans les autres quartiers, la présence de la publicité est autorisée selon des conditions de densité, de surface etc, variables de manière à prendre en compte les caractéristiques de ces quartiers et leurs enjeux ».*

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 17 sur <b>23</b>
---	---	-----------------------



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

En réponse à cette requête ALM indique clairement qu' « *une révision du RLPi n'est à ce jour pas d'actualité à court terme* », et argumente cette position :

- d'une part car elle souhaite disposer d'un recul suffisant pour constater la stabilisation du parc publicitaire, et mesurer le plein effet du RLPi ;

- d'autre part du fait que les délais de mise en conformité - des enseignes avec le RLPi, et des dispositifs lumineux en vitrine avec sa modification n°1 - courent jusqu'en 2026 et qu' « *il semble plus adapté d'attendre ces échéances pour mieux en évaluer la portée, l'efficacité et l'adéquation avec les enjeux et objectifs recherchés* ».

Appréciations du commissaire enquêteur sur les points de vue exprimés concernant les propositions situées hors champ du projet de modification RLPi :

Je souligne en premier lieu qu'ALM s'est attachée à apporter des réponses à cet ensemble d'observations. Bien qu'elles ne fassent pas partie du « bouquet » de mesures prévues dans le projet de modification, je considère qu'elles apportent ainsi au public des éléments de compréhension, notamment sur les motivations de ses choix.

Par ailleurs, sur l'ensemble de ces questions, en rappelant le cadre légal ou contractuel dans lequel elle exerce ses prérogatives en matière de publicités et d'enseignes, je considère que la Collectivité répond aux propositions les plus radicales d'interdiction totale de toute publicité, ou de sélection de son contenu sur des critères réputés vertueux pour l'environnement, de surcroît difficiles à définir.

Je souligne toutefois qu'elle conserve sa faculté à faire évoluer, si elle le souhaite, les termes des contrats avec les afficheurs relatifs à l'usage du mobilier urbain.

Je prends acte des raisons qu'elle avance pour ne pas retenir l'interdiction de la publicité à proximité des écoles. J'observe toutefois que cette idée n'implique pas nécessairement de considérer l'ensemble des établissements d'enseignement. Ainsi, le risque de faire émerger des secteurs d'interdiction trop étendus serait atténué si on ne considérait par exemple que les écoles primaires.

Enfin je prends acte des raisons ne justifiant pas à ses yeux une révision à court terme du RLPi.

### III.5.8 Sur les situations spécifiques des professionnels

Elles sont exposées par des acteurs professionnels concernés par la publicité, soit parce qu'ils en font usage, soit parce qu'elle constitue l'essence même de leur activité.

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, FNCF<sup>4</sup>) et d'une entreprise spécialisée dans la publicité urbaine (JCDecaux).

Face au constat d'une participation relativement modeste - par le nombre d'observations déposées - de la part des acteurs économiques, ALM rappelle l'ensemble des dispositions prises, depuis la préparation du RLPi jusqu'à la présente enquête publique relative à sa modification n°1, en matière de communication et de concertation, notamment en direction des acteurs économiques, indiquant toutefois que les représentants de cinémas n'avaient pas été directement contactés.

<sup>4</sup> Fédération Nationale des Cinémas Français

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.

Répondant directement sur ce point, ALM indique que *« au regard de l'argumentaire soulevé par ces derniers, de leur diffusion d'informations à caractère culturel et artistique, il semble opportun de prendre en compte la situation et les besoins particuliers de ces établissements culturels. Par conséquent, ALM étudie un ajustement, au sein du règlement, des dispositions applicables en matière d'enseignes numériques, pour que les établissements culturels puissent bénéficier de règles spécifiques mieux adaptées à leur situation et vocation particulière »*.

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, activité porteuse d'emplois sur le territoire, 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.

Aux préoccupations exprimées par les acteurs économiques ALM indique que son action est sous-tendue par le souhait de *« répondre de manière équilibrée à l'ensemble des enjeux : lisibilité des messages publicitaires et enseignes, maintien du droit à l'affichage, préservation du cadre de vie, de la qualité paysagère et patrimoniale des quartiers, limitation de la consommation énergétique et de la pollution lumineuse par l'encadrement des horaires d'extinction, et des surfaces pour ces dispositifs, ... »*.

Avis du commissaire enquêteur :

J'observe que, parmi les acteurs économiques ayant recours à la publicité, et hormis les représentants d'associations professionnelles, seuls les professionnels du cinéma se sont manifestés. On ne peut toutefois en faire grief à la Collectivité qui a déployé, de mon point de vue, un large éventail d'actions de communications. On pourrait juste objecter que la réunion de concertation du 18 avril 2023 aurait pu être planifiée à une date plus proche du début de l'enquête publique.

Je prends par ailleurs acte des dispositions d'ALM à considérer la situation spécifique des cinémas.

III.5.9 Sur les situations spécifiques jugées anormales ou pénalisantes

Quelques dépositions, 7 au total, font état 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, j'en ai rendu compte au maître d'ouvrage à toutes fins utiles, lui laissant le soin d'y répondre individuellement s'il le jugeait opportun.

Avis du commissaire enquêteur :

<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 19 sur 23
---	---	----------------

Je prends acte de l'absence de réponse du maître d'ouvrage sur ces différentes questions portant sur des points ne concernant pas l'objet de l'enquête publique.

### III.6. Sur les avis réglementaires et facultatifs

Par un courrier en date du 30 novembre 2023, ALM a informé 14 services ou organismes publics ou privés de l'organisation à venir de l'enquête publique, les invitant à faire part de leurs observations.

La liste des destinataires est conforme à la liste des Personnes publiques qu'il est prévu d'associer au projet de modification du RLPi par l'article L132-7 du Code de l'urbanisme.

Seule, la réponse du Conseil départemental de Maine-et-Loire, parvenue à ALM en cours d'enquête a pu être insérée au dossier, laquelle exprimait un avis favorable.

#### Conclusions du commissaire enquêteur sur l'analyse des avis des PPA :

Je prends acte de la quasi absence d'avis de la part des PPA, qui peut donner lieu à diverses interprétations.

Pour ma part je retiens qu'elle traduit l'inexistence d'obstacle ou de difficulté de nature institutionnelle.

## IV. CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVÉS

Prenant en considération l'ensemble des informations recueillies au cours de l'enquête publique relative au projet de modification n°1, du RLPi d'Angers Loire Métropole, et m'appuyant sur les éléments d'analyse mis en évidence dans mon rapport séparé,

j'estime que l'enquête publique :

- a fait l'objet d'une information institutionnelle conforme à la réglementation et large, tant par sa couverture sur l'ensemble du territoire d'ALM que par la diversité des supports utilisés ;
- a été de surcroît largement médiatisée dans la presse quotidienne régionale ;
- s'est déroulée dans de bonnes conditions d'organisation, respectant la réglementation en vigueur, et en conformité avec l'arrêté communautaire portant organisation de l'enquête publique ;
- s'est déroulée dans un climat respectueux de la procédure et des personnes, et n'a été le lieu d'aucun incident dans un contexte marqué dans le même espace de temps par diverses actions militantes non violentes dans le centre-ville d'Angers destinées à attirer l'attention du public sur sa tenue ;
- a fourni aux personnes qui se sont présentées lors des permanences les informations qu'elles en attendaient ;
- s'appuyait sur la base d'un dossier clair et complet au sens de la réglementation, par ailleurs facile à consulter et à appréhender ;
- a occasionné une mobilisation significative, principalement de la part d'un public s'exprimant en faveur d'un encadrement plus rigoureux de la publicité dans l'espace public, mais émanant également de représentants des acteurs économiques concernés ;



- a fait émerger un large éventail de sujets de préoccupations - allant de prises de positions génériques à des demandes précises d'ajustement de certains points du projet – alimentant ainsi le travail d'élaboration du projet par autant d'éléments portés à la connaissance du maître d'ouvrage ;
- a permis à ALM, d'une part de préciser les motivations sur lesquelles elle fonde sa politique en matière de publicités et d'enseignes, et d'autre part d'identifier les points sur lesquels elle envisage d'approfondir son analyse, voire d'infléchir ses orientations ;
- n'a toutefois pas semblé atteindre les commerçants concernés principalement par la mesure n°1 du projet et, de ce point de vue, n'a sans doute pas totalement joué son rôle.

J'estime par ailleurs que le projet :

- présente un contenu substantiel – principalement apporté par l'introduction de la modification n°1 – mais qui ne modifie pas les orientations du RLPi, justifiant ainsi le choix d'une procédure de modification ;
- s'inscrit, quatre ans après l'adoption du RLPi et près de 3 ans après la dernière révision générale du PLUi d'ALM, dans un contexte et un calendrier favorables à l'engagement d'une telle procédure ;
- ne s'est pas heurté à une opposition frontale mais aura été :
  - o l'occasion, pour une large partie du public, d'exprimer - ou de rappeler - sa désapprobation face à ce qu'elle considère comme un envahissement de la publicité en général dans l'espace public ;
  - o remis en cause par cette même partie du public sur certaines de ses propositions parmi lesquelles principalement les propositions n° 1 et 2 qui ont fait l'objet de plusieurs propositions d'amendements ;
  - o mais également source d'appréhension chez certains acteurs économiques considérant qu'il ne prend pas suffisamment en compte les spécificités de leurs activités - en particulier les professionnels du cinéma - voire porteur de risques pour leur pérennité ;
  - o une opportunité pour ALM d'expliquer ses choix politiques en matière d'encadrement de la publicité et des enseignes, et de faire un bilan public des effets du RLPi.

Concernant les sujets portés à la connaissance d'ALM et les réponses apportées, j'observe :

- qu'ALM a pris le temps et le soin nécessaire pour analyser l'ensemble des contributions, faisant le choix de privilégier une réponse globale et structurée selon les thématiques les plus saillantes, à des réponses individualisées ;
- que, ce faisant, le maître d'ouvrage a apporté des réponses aux principales observations portant sur les points du projet de modification, mais aussi aux principales remarques et/ou questions situées hors, ou aux marges, du champ des modifications proposées ;
- qu'il subsiste pour autant quelques observations et/ou demandes individuelles restées sans réponse, y compris lorsqu'elles se rapportaient au projet de modification.

<p><i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i></p>	<p>Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b></p>	<p>Page 21 sur <b>23</b></p>
--	--	------------------------------

Sur le fond, ces réponses m'amènent à considérer

- qu'elles développent vis-à-vis de la plupart des observations exprimées une argumentation suffisamment construite pour, à défaut de parvenir à en convaincre leurs auteurs, justifier les principaux choix assumés par les élus ;
- que la justification des dispositions dérogatoires aux règles d'extinction nocturne des publicités sur mobilier urbain, semble peu convaincante au regard de l'importance des enjeux qu'ALM expose par ailleurs pour justifier le régime général d'extinction ;
- qu'en réponse à une demande – significative - de restreindre la publicité à proximité des écoles, l'argument du risque de création d'aires d'interdiction trop étendues, pour recevable qu'il soit, peut aisément être contesté si on accepte de ne considérer que les établissements les plus sensibles (écoles primaires et/ou collèges par exemple) pour identifier les aires à interdire ;
- que la question de l'exercice du pouvoir de police de la publicité, auquel ALM indique renoncer au profit des maires, mériterait d'être approfondie au niveau communautaire dans le double souci de cohérence des mesures prises au niveau territorial et de crédibilité de la puissance publique dans la mise en application des mesures qu'elle édicte ;
- que les professionnels du cinéma ont reçu de la part d'Angers Loire Métropole un signal de recevabilité de leurs demandes.

A cet égard, je recommande, sans que ces points ne constituent de réserves :

- qu'il soit établi, dans le cadre du suivi du déploiement du RLPi et des mesures qui découleront de sa modification n°1, un bilan de la capacité des communes à exercer leurs compétences en matière de contrôle et de police de la publicité et, le cas échéant, des difficultés rencontrées ; de sorte pouvoir établir un plan d'actions et d'harmonisation des mesures à engager ;
- qu'une réflexion soit engagée, en vue d'évolutions ultérieures, visant à réduire l'exposition à la publicité à proximité des établissements d'enseignement, au minimum ceux fréquentés par les tranches d'âges les plus vulnérables.

Plus spécifiquement, je prends acte qu'ALM :

- s'est engagé dans sa réponse à réaliser une nouvelle analyse sur les horaires d'extinction de la publicité, des enseignes, et de la publicité sur mobilier urbain dans un souci de tendre vers un horaire d'extinction commun à tous les dispositifs ;
- à étudier un ajustement de la règle n°6 relative aux enseignes numériques prévoyant la possibilité, pour les établissements public à vocation culturelle, de déroger à la règle d'interdiction d'installer des enseignes numériques extérieures en façades dans les zones 1, 2, et 3, faisant en sorte d'y associer également les établissements privés reconnus pour diffuser du contenu culturel ; ainsi qu'une règle spécifique permettant d'installer des écrans numériques en vitrine pour ces mêmes établissements culturels.

En conséquence j'émet un **avis favorable** au projet de modification n°1 du RLPi d'Angers Loire Métropole,

**assorti des réserves suivantes** :

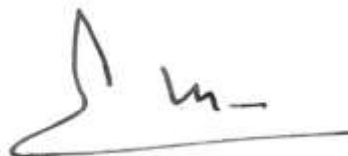
<i>Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023</i>	Enquête publique relative à la modification n°1 du Règlement Local de Publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole <b>Conclusions motivées et avis du commissaire enquêteur</b>	Page 22 sur <b>23</b>
---	---	-----------------------

**Réserve n°1** : que dans la version du projet qui sera présentée à la décision du conseil communautaire, ALM ait intégré l'ensemble des engagements pris dans son mémoire adressé en réponse aux questions soulevées lors de la présente enquête ;

**Réserve n°2** : que préalablement à cette présentation, une concertation avec les professionnels du cinéma ait été organisée afin de s'assurer de l'absence de préjudice majeur à leur activité consécutivement à la mise en application du projet de modification, y compris amendé selon les termes de la précédente réserve ;

**Réserve n°3** : que les mobiliers urbains, lorsqu'ils servent de support à de la publicité lumineuse, soient assujettis aux mêmes règles d'extinction que l'ensemble des dispositifs lumineux de publicité et enseignes, à l'exception des abris voyageurs durant les heures de fonctionnement des services de transport auxquels ils sont affectés.

A ALLONNES, le 30 avril 2024



Gérard Duhesme

Commissaire enquêteur

# Département de Maine-et-Loire

## 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**



**Modification N°1**

1ère partie : rapport du commissaire enquêteur

2ème partie : conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur

### **Pièces jointes**

- Procès-verbal de synthèse
- Mémoire en réponse d'Angers Loire Métropole
- Questions supplémentaires
- Courriers justifiant la prolongation de la date de remise du rapport et des conclusions

Annexes

**Gérard DUHESME**

*Commissaire-enquêteur*

*Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes*

*Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023*



# Département de Maine-et-Loire

## 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**

 **RÈGLEMENT LOCAL  
de PUBLICITÉ  
intercommunal**



**Modification N°1**

1ère partie : rapport du commissaire enquêteur

2ème partie : conclusions et avis motivés du commissaire enquêteur

### Pièces jointes

- Procès-verbal de synthèse
- Mémoire en réponse d'Angers Loire Métropole
- Questions supplémentaires
- Courriers justifiant la prolongation de la date de remise du rapport et des conclusions

**Annexes**

**Gérard DUHESME**

*Commissaire-enquêteur*

*Désigné par Monsieur le président du tribunal administratif de Nantes*

*Décision n° 23000197/49 du 9 novembre 2023*

## **ANNEXES**

- **Annexe 1** : Modalités de publicité de l'enquête publique
- **Annexe 2** : Bordereau d'insertion d'une pièce au dossier
- **Annexe 3** : Certificats d'affichage (30 certificats)







## 2) Publicité par voie d'affichage :

L'affichage en mairie en format A3 des avis d'ouverture d'enquête publique a été organisée jusqu'au niveau des communes déléguées (dans le cas des communes nouvelles) et des relais mairie pour la commune d'Angers.

Ainsi 41 communes ont été concernées, qui ont également reçu une affiche en format A2 à implanter dans leurs centralités respectives.

De surcroît, des affiches supplémentaires en format A2 ont été distribuées et mises en places :

- 3 pour chacune des 8 communes du pôle centre, hors Angers ;
- 20 pour la ville d'Angers.

Exemples :



Verrières-en-Anjou





Par ailleurs, l'affichage a été réalisé en différents lieux de chaque commune, au minimum dans les cœurs d'agglomération. Exemples ci-dessous :



Beaucouzé

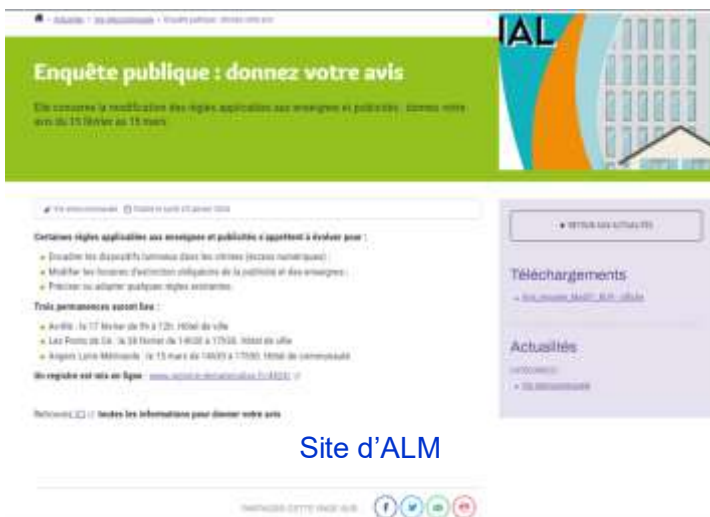


Saint-Barthélemy-d'Anjou



### 3) Informations en ligne

La plupart des communes ont communiqué par leur site en ligne et sur leurs supports d'information communale. Exemples ci-dessous :



Site d'ALM



Site de MURS ERIGNE

## 4) Courriers personnalisés

Quelques communes ont personnalisé la communication par un courrier adressé aux acteurs économiques potentiellement concernés. Exemple ci-dessous des Ponts-de-Cé



Les Ponts-de-Cé,

**Le Maire,  
Vice-président  
d'Angers Loire Métropole**

**Objet : Modification du Règlement Local de Publicité  
Extérieure (RLPi)**

Madame, Monsieur,

Des modifications du RLPI vont être apportées afin de tenir compte des évolutions du contexte national et local, prévoyant notamment :

- ✓ l'encadrement des dispositifs lumineux en vitrine,
- ✓ la modification des horaires d'extinction obligatoire de la publicité et des enseignes,
- ✓ la précision du règlement sur différents aspects afin d'en faciliter l'application (sur marquises et auvents, activité sur plusieurs étages et l'implantation de certains panneaux publicitaires).

Dans le cadre de leurs activités, mes services ont pu constater que votre établissement est susceptible d'être concerné par ces modifications.

De ce fait, je vous informe que, pour plus d'informations, vous avez la possibilité de consulter le dossier d'enquête publique mis à disposition à l'accueil de la Mairie du 15 février au 15 mars 2024 et de pouvoir formuler des observations le cas échéant.

De plus, à toutes fins utiles, une permanence du commissaire-enquêteur se tiendra le mercredi 28 février 2024 de 14 H 30 à 17 H 30.

Restant à votre disposition pour tout renseignement complémentaire, je vous prie d'agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.

Jé vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, mes salutations distinguées.

Pour le Maire,  
L'Adjoint délégué à l'aménagement  
et au développement économique  
Jean-Philippe VIGNER

Signé électroniquement par : Jean-Philippe  
Vigner  
Date de signature : 08/02/2024  
Qualité : Adjoint\_JP\_VIGNER



Hôtel de Ville  
7 rue Charles-de-Gaulle  
49 130 Les Ponts-de-Cé  
Tél. 02 41 79 75 75  
mairie@ville-lespontsdece.fr



L'original est signé électroniquement

## 5) Récapitulatif des supports de communication

Le tableau ci-dessous récapitule l'ensemble des supports de publicités mis en œuvre :

COMMUNES	AFFICHAGE REGLEMENTAIRE	AUTRE
ANGERS LOIRE METROPOLE	X	
ANGERS	X	
AVRILLE	X	
BEAUCOUZE	X	Différents sites communaux (cf photos), site internet, borne numérique, panneau d'affichage lumineux
BEHUARD	X	Site internet, borne numérique, panneaux affichages lumineux
BOUCHEMAINE	X	
BRIOLLAY	X	
CANTENAY-EPINARD	X	Page internet
ECOUFLANT	X	
ECUILLE	X	
FENEU	X	Site internet, Facebook
LOIRE-AUTHION	X	Brève journal municipal LA'ctu de mars, Article newsletter institutionnelle du 15/02, Actualité site web, Facebook, info mailing presse, brève Flash info interne
LONGUENEE-EN-ANJOU	X	Face mairie, parvis mairie, parvis mairie Pruillé, rond point Orée du Bourg, mairie La Membrolle
MONTREUIL-JUIGNE	X	Mairie, place de la République (cf photo)
MURS-ERIGNE	X	Page d'accueil du site Page Facebook Parution magazine municipal La Gogane n°145
PLESSIS-GRAMMOIRE (LE)	X	
PONTS-DE-CE (LES)	X	

COMMUNES	AFFICHAGE REGLEMENTAIRE	AUTRE
RIVES-DU-LOIR-EN-ANJOU	X	
SAINT-BARTHELEMY- D'ANJOU	X	Page internet rubrique enquête publique comme pour chaque enquête
SAINT-CLEMENT-DE-LA- PLACE	X	
SAINTE-GEMMES-SUR- LOIRE	X	
SAINT-LAMBERT-LA- POTHERIE	X	Site internet, bulletin municipal, page facebook
SAINT-LEGER-DE-LINIERES	X	Facebook, Instagram, IntraMuros SLL (appli portable) , site internet, X.twitter + affiches panneaux légaux (cf photos)
SAINT-MARTIN-DU- FOUILLOUX	X	
SARRIGNE	X	
SAVENNIERES	X	
SOULAINES-SUR-AUBANCE	X	
SOULAIRE-ET-BOURG	X	Affiche rue principale face magasin Aux deux clochers
TRELAZE	X	Site internet
VERRIERES-EN-ANJOU	X	Mairie, panneau affichage (cf photos)

## ANNEXE 2

### Bordereau d'insertion d'une pièce au dossier

Angers, le 11 mars 2024

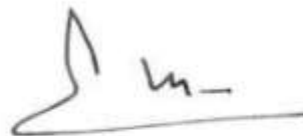
#### **BORDEREAU RELATIF A L'INFORMATION DU PUBLIC**

**Ajout d'une pièce complémentaire au dossier d'enquête publique  
portant sur le projet de modification N°1 du règlement local de publicité intercommunal  
d'Angers Loire Métropole**

Afin de permettre une bonne compréhension du dossier et de mettre à la disposition du Public une information complète, le commissaire-enquêteur a demandé le 11 mars 2024 à Angers Loire Métropole, maître d'ouvrage, l'ajout d'une pièce complémentaire exposant l'avis du Conseil départemental de Maine et Loire sur le projet de modification n°1 du règlement de publicité intercommunal d'Angers Loire Métropole.

Cette pièce est donc incluse à compter de ce jour au dossier d'enquête publique, en tant que pièce numéro III.2

Conformément à l'article R 123-14 du Code de l'Environnement, le présent bordereau a pour objet d'informer le Public de l'ajout de cette pièce au dossier d'enquête publique.



Gérard Duhesme  
Commissaire-enquêteur

## ANNEXE 3

### Certificats d'affichage

- 1) Angers Loire Métropole
- 2) Angers
- 3) Avrillé
- 4) Beaucouzé
- 5) Behuard
- 6) Bouchemaine
- 7) Briollay
- 8) Cantenay-Epinard
- 9) Ecoflant
- 10) Ecuillé
- 11) Feneu
- 12) Loire-Authion
- 13) Longuenée-en-Anjou
- 14) Montreuil-Juigné
- 15) Murs-Erigné
- 16) Plessis-Grammoire
- 17) Ponts-de-Cé
- 18) Rives-du-Loir-en-Anjou
- 19) Saint-Barthélémy-d'Anjou
- 20) Saint-Clément-de-la-Place
- 21) Sainte-Gemmes-sur-Loire
- 22) Saint-Lambert-la-Potherie
- 23) Saint-Léger-de-Linières
- 24) Saint-Martin-du-Fouilloux
- 25) Sarrigné
- 26) Savennières
- 27) Soulaines-sur-Aubance
- 28) Trélazé
- 29) Soulaire-et-Bourg
- 30) Verrières-en-Anjou





**CERTIFICAT D’AFFICHAGE  
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
INTERCOMMUNAL  
DE LA COMMUNAUTE URBAINE  
ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1 – Enquête Publique

Le Président d’Angers Loire Métropole agissant ès qualité certifie que :

l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la Modification n° 1 du RLPi a été affiché au siège d’Angers Loire Métropole du 24 janvier 2024 au 15 mars 2024 inclus.

Fait à Angers, le **18 MAR. 2024**

Pour le Président et par délégation,  
La responsable du service Etudes stratégiques et  
Planification ,

Armelle MARRIERE DONZE



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE  
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
INTERCOMMUNAL  
DE LA COMMUNAUTE URBAINE  
ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1 – Enquête Publique

Nous,

Maire d’ANGERS, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la Modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :
  - Mairie centrale,
  - Place Guy Riobé
  - Place Bichon
  - Place de la Rochefoucauld
  - Place La Fayette
  - Place du Ralliement
  - Place du Lycée
  - Place Ney
  - Place Saint Léonard
  - Avenue Winston Churchill
  - Avenue Beaussier
  - Boulevard Henri Dunant
  - Angle rue du Daguene/boulevard des deux Croix

Du 24 janvier 2024 au 15 mars 2024 inclus.

Fait à Angers, le **18 MAR. 2024**

Pour le Maire et par délégation,  
La responsable du service Etudes stratégiques et  
Planification .,

**Ville d’Angers**

Boulevard de la Résistance et de la Déportation - BP 80011 - 49020 Angers Cedex 02  
Tél : 02 41 05 40 00 - Fax : 02 41 05 39 00  
[www.angers.fr](http://www.angers.fr)

Armelle MARRIERE DONZE

**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, Madame Caroline HOUSSIN-SALVETAT

Maire d'AVRILLE, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :
  - Hall d'accueil de l'Hôtel de Ville,
  - Parking centre commercial NETTO,
  - Parking centre commercial CARREFOUR MARKET,
  - Parking centre commercial AUCHAN,
  - Centre commercial de l'ADEZIERE,
  - Centre commercial du VAL d'OR.

Du jeudi 15 février 2024 au vendredi 15 mars 2024 inclus.

Fait à Avrillé  
Le vendredi 15 mars 2024

Pour Mme Le Maire et par délégation  
Hervé PINON  
Adjoint au Maire  
Chargé de l'Urbanisme  
et de l'Aménagement du Territoire

(signature + cachet)





VILLE DE  
**Beaucouzé**

Mairie de Beaucouzé  
Esplanade de la Liberté  
CS 40001  
49071 Beaucouzé Cedex

maire@beaucouze.fr

Tél. 02 41 48 00 53  
Fax 02 41 48 18 19

CERTIFICAT D’AFFICHAGE  
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL  
DE LA COMMUNAUTE URBAINE  
ANGERS LOIRE METROPOLE

MODIFICATION N°1  
ENQUETE PUBLIQUE

Objet : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n°1 – ENQUETE PUBLIQUE

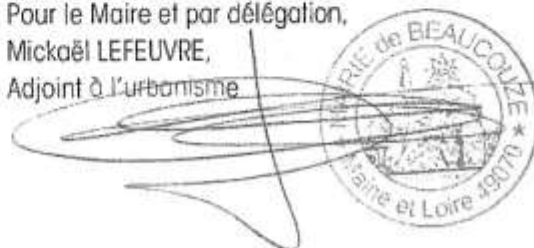
Nous, Yves COLLIOT, Maire de la Ville de Beaucouzé, certifions que l’avis, extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024 relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la Modification n°1 du RLPI, a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Borne numérique située à l’extérieur, devant la Mairie,
- Panneau d’affichage situé sur le parvis de la Mairie,
- Avenue de la Fontaine, à proximité de l’arrêt de bus « Pavillon » et du panneau d’information « Parc d’activités Angers-Beaucouzé – secteur Parc industriel »
- Avenue du Pin, à proximité de la station-service U et du panneau d’information « Par d’activités Angers-Beaucouzé - secteur Le Pin »
- Rue du Landreau, à proximité du magasin GIFI,
- Au rond-point du centre commercial ATOLL : à l’angle de l’avenue du Corbusier et de la rue Eugène Vallin
- A l’intérieur du Rond-point situé sur l’avenue du Grand Périgné, à proximité de la société Groupama

Du Mardi 30 janvier 2024 au vendredi 15 mars 2024 inclus.

Fait à Beaucouzé, Le 21 mars 2024

Pour le Maire et par délégation,  
Mickaël LEFEUVRE,  
Adjoint à l’urbanisme



www.beaucouze.fr

**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Bruno RICHOU*

Maire de BEHUARD, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- *Rue du Chevalier Beuard, endroit réservé à l'affichage* -

-  
-  
-  
-  
-

Du *23 janvier 2024* au *15 mars 2024* inclus.

Fait à *Behuard*  
le *28 Mars 2024*

Le Maire

*Richard*

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Véronique Nallet*

Maire de BOUCHEMAINE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPI a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- *Mairie de Bouchemaine*
- *Ecole du Château*
- *Rue des Pivins*
- *Salle de sports du Petit Village*
- *Salle du Val de Naine*

Du *30/01/2024*

au *25/03/2024*

inclus.

Fait à *Bouchemaine*  
Le *25/03/2024*



*[Handwritten signature]*

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de BRIOLLAY, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- en face du 41 route de Saucelles
- à côté du 39 Route de Tiercé

- 
- 
- 
- 

Du 22/01/2024

au 16/03/2024

inclus.

Fait à Briollay  
Le 16.04.2024

Le Maire

  
(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de CANTENAY-EPINARD, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPI a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- A l’entrée du quartier les Vignes
- A l’entrée du quartier de l’Ebeaupin
- A côté du cabinet médical.
- 
- 
- 

Du 24/01/2024 au 16/03/2024 inclus.

Fait à Cantenay - Epinard  
Le 10/04/2024

Le Maire

Le Maire

**Marc CAILLEAU**



(signature + cachet)

*Cailleau*



**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Denis CHIRIER*

Maire d'ECOURLANT, certifions que :


- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Panneau d'affichage officiel de la Toire
- Panneau d'affichage officiel parking centre commercial d'Eventard
- Boulevard de l'Industrie
- 
- 
- 

Du *30 janvier* au *15 mars 2024* inclus.

Fait à *ECOURLANT*  
Le *19 mars 2024*

Le Maire  
*Denis CHIRIER*

(signature + cachet) 

**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire d'ECUILLE, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Parking Doyenné

- 
- 
- 
- 
- 

Du 29.01.2024

au 16 mars 2024

inclus.

Fait à Ecuille  
Le 16/03/2024

Le Maire

**Jean-Louis DEMOIS**  
**Maire d'ECUILLE**

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Michaël Jousset*

Maire de FENEU, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- *rue d’Epinard*

- 
- 
- 
- 
- 

Du *24/01/2024*

au *15/03/2024*

inclus.

Fait à *Feneu*  
Le *16/03/2024*

Le Maire



(signature + cachet)

**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de LOIRE-AUTHION, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :
  - Mairie de Brain-sur-l’Authion / Mairie d’Andard / Hôtel de Ville Saint-Mathurin-sur-Loire
  - Grande Rue (Brain-sur-l’Authion) / Rue des Entrepreneurs (La Bohalle) / Allée Newton (Brain-sur-l’Authion)
  - Rue de Marguerie (Andard) / Place des Acacias (La Daguenière)
  - Place de l’Eglise (Saint-Mathurin-sur-Loire) / Rue des Artisans (Saint-Mathurin-sur-Loire)
  - Le Petit Moulin (boulangerie à Corné) / Place Saint Gilles (Bauné) / Route des Rimoux (Corné)

Du 30 janvier 2024

au 20 mars 2024

inclus.

Fait à Loire-Authion  
Le 20 mars 2024

Le Maire  
Jean-Charles PRONO

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de LONGUENEE-EN-ANJOU, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Parcvis de la mairie délégué de Plessis
- Face à la mairie délégué de La Gondolle, Place E. Tuborly.
- Rond point de l’Goré du Bourg - Au du Plessis, au Plessis - Tacé
- Parcvis de la mairie délégué de La Spignanne, face à la rue de la Mairie.

Du 25 janvier 2024

au 18/03/2024

inclus.

Fait à Longuenée en Anjou.  
Le 18/03/2024.

Le Maire

Jean-Pierre HEBE

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de MONTREUIL-JUIGNE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Esplanade Jean Charles - Hôtel de Ville de Montreuil Juigné
- Place de la République
- 
- 
- 
- 

Du 11/02/2024

au 15/03/2024

inclus.

Fait à  
Le

Montreuil-Juigné

Le Maire

Renolt COCHET

(signature + cachet)

**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de MURS-ERIGNE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Carrefour de la fauche
- Bang de Mûrs
- Carrefour du Centre Commercial de l’Aubance
- Zone d’activités de l’Eglantier

Du 30/01/24

au

18/03/24

inclus.

Fait à Mûrs-Erigné  
Le 18/03/24

Le Maire

(signature + cachet)





**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire du PLESSIS-GRAMMOIRE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPI a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Panneau d’affichage extérieur de la Mairie
- Entrée de Bourg RD 5<sup>r</sup> Sylvain d’Anjou et Pellouailles des Tignes
- Entrée de Bourg RD 116 route d’Angers au Plessis-Grammoire
- Entrée de Bourg RD 113 de Brauni sur l’Authion au Plessis-Grammoire
- Entrée de Bourg RD de Samigné au Plessis-Grammoire

Du 25/01/2024

au 18/03/2024

inclus.

Fait à

Le

19 MAR. 2024

Le Maire

Le Maire,

Philippe ABELLARD



*Philippe Abellard*

(signature + cachet)

**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire des PONTS-DE-CE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPI a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :
  - MAIRIE
  - Rond Point Vernonson
  - Rue Pasteur
  - Entrée de ville rue David d’Angers
  - Rond Point Avenue Gallien
  - Rond point Jean Baudouin
  - Giratoire de Sorges
  - Rond Point Naulin Naville

Fait à Les Ponts de Cé  
Le 27/03/2024

Pr/Le Maire  
L’Adjoint délégué à l’aménagement  
et au développement économique  
Jean Philippe VIGNER  
(signature + cachet)

Signé électroniquement par : Jean-Philippe  
Vigner  
Date de signature : 22/03/2024  
Qualité : Adjoint\_JP\_VIGNER



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire des RIVES-DU-LOIR-EN-ANJOU, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

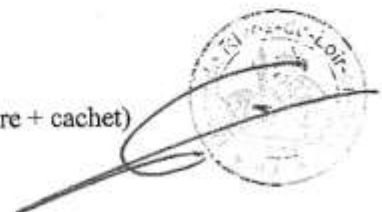
- *Place Hamard (Villevêque)*
- *Place de la Mairie (Soucelles)*
- 
- 
- 
- 

Du *26/01/24* au *15/03/24* inclus.

Fait à *Rives-du-Loir-en-Anjou*  
Le *16/03/24*

Le Maire

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de SAINT-BARTHELEMY-D'ANJOU, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Sur le Parking du Super U Cœur de ville
- Près du Rond-Point du Leroy-Merlin
- Près du Rond-Point Roumanie / Rue de Champfleu
- Près des commerces à l'angle de la Rue Sandette et l'avenue des Charms
- Sur les bornes et pupitres dans la mairie

Du 2 février 2024

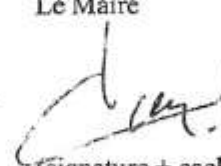

au 15 mars 2024

inclus.

Fait à **Saint-Barthélemy-d'Anjou**

Le 21/03/24

Le Maire

  
(signature + cachet) 

Thierry TASTAND  
Adjoint au Maire  
Délégué à la Sécurité, à l'Urbanisme  
et aux Marchés publics

**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Philippe VEYER*.

Maire de SAINT-CLEMENT-DE-LA-PLACE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- *Place de l’Eglise*

-

-

-

-

-

Du *29/01/2024*

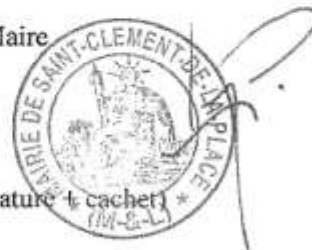
au *29/02/2024*

inclus.

Fait à *Saint Clément de la Place*  
Le *18/03/2024*

Le Maire

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**PLAN LOCAL D'URBANISME INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**RÉVISION GÉNÉRALE N°2**

**Objet** : Plan Local d'Urbanisme intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Révision générale n°2 – Prescription – Définition des objectifs poursuivis – Modalités de la concertation préalable – Arrêt des modalités de collaboration avec les communes membres

Nous,

Maire, de SAINTE-GEMMES-SUR-LOIRE certifions que :

- la délibération n° : DEL-2024-1 du 22 janvier 2024 relatif à la prescription de la révision générale n° 2 du Plan Local d'Urbanisme intercommunal d'Angers Loire Métropole , a été affichée en Mairie du 15/02/2024 au 15/03/2024 inclus.

Fait à Sainte-Gemmes-sur-Loire  
Le - 8 AVR. 2024

Le Maire

Par délégation,  
l'adjoint au maire  
Louis-Luc BELLARD



**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de SAINT-LAMBERT-LA-POThERIE, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Place de la Mairie
- Mairie (panneaux extérieurs)
- 
- 
- 
- 

Du 24/01/2024

au 16/03/2024

inclus.

Fait à Saint Lambert la Potherie  
Le 16/03/2024

Le Maire

C. GROSSE

(signature + cachet)



*[Handwritten signature]*



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, Franck POQUIN,

Maire de SAINT-LEGER-DE-LINIÈRES, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :
  - Complexe de la Coudre à Saint-Léger-des-Bois, commune déléguée de Saint-Léger-de-Linières
  - Salle Carré d’As à Saint-Jean-de-Linières, commune déléguée de Saint-Léger-de-Linières
  - 
  - 
  - 
  -

Du 26 janvier 2024

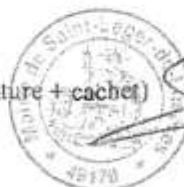
au 18 mars 2024

inclus.

Fait à Saint-Léger-de-Linières  
Le 18 mars 2024

Le Maire,  
Franck POQUIN

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de SAINT-MARTIN-DU-FOUILLOUX, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPI a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Porte mairie
- Entrée Saint Martin du Fouilloux
- 
- 
- 
- 

Du 29 janvier 2024 au 28 mars 2024 inclus.

Fait à Saint Martin du Fouilloux  
Le 11 avril 2024

~~Le Maire~~ Par suppléant du Maire,  
Dominique LEROY, 1<sup>er</sup>  
Adjointe

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de SARRIGNE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Hall de la mairie
- Place du Cimetière
- 
- 
- 
- 

Du 23 10/1/2024 au 15/03/2024. inclus.

Fait à SARRIGNE  
Le 16/03/2024.

Le Maire

(signature + cachet)   
Sébastien Bousquet

**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, *Jeremy Girault*

Maire de SAVENNIERES, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Mairie

- 

- 

- 

- 

- 

Du *25/01/2024*

au *18/03/2024*

inclus.

Fait à *Savennieres*  
Le *18/03/2024*

Le Maire

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**PLAN LOCAL D’URBANISME INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**RÉVISION GÉNÉRALE N°2**



**Objet :** Plan Local d’Urbanisme intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Révision générale n°2 – Prescription – Définition des objectifs poursuivis – Modalités de la concertation préalable – Arrêt des modalités de collaboration avec les communes membres

Nous, *Robert BIAGI*

Maire, de SOULAINES-SUR-AUBANCE certifions que :

- la délibération n° : DEL-2024-1 du 22 janvier 2024 relatif à la prescription de la révision générale n° 2 du Plan Local d’Urbanisme intercommunal d’Angers Loire Métropole , a été affichée en Mairie du *22/02/2024* au *05/04/2024* inclus.

Fait à *Soulaines/Aubance*  
Le *05/04/24*

Le Maire



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de TRELAZE, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Place Francisco Ferrer
- Avenue de la République (près du square Ludovic Némond)
- Avenue Néphtis France (à hauteur du centre commercial Bellevue)
- Rue Elisée (près de l’école Paul Fort)
- 
- 

Du 30/01/2024

au 15/03/2024

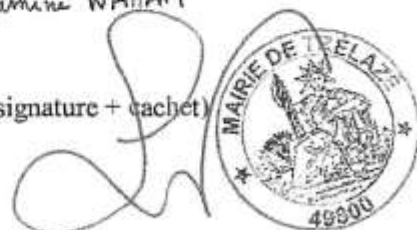
inclus.

Fait à Trelazé  
Le 15/03/2024

Le Maire

Lamine NAHAM

(signature + cachet)



**CERTIFICAT D’AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet :** Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous, **Jean-François RAIMBAULT**

Maire de SOULAIRE-ET-BOURG, certifions que :

- l’avis (extrait de l’arrêté 2024-7 de M. le Président d’Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l’ouverture de l’enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Rue Principale (face Place de la Découverte)

Du **24 janvier 2024** au **18 mars 2024** inclus.

Fait à **Soulaire et Bourg**

Le **18 MARS 2024**

Le Maire

(signature + cache) \*





**CERTIFICAT D'AFFICHAGE**  
**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**INTERCOMMUNAL**  
**DE LA COMMUNAUTE URBAINE**  
**ANGERS LOIRE METROPOLE**

**MODIFICATION N° 1**

**ENQUETE PUBLIQUE**

**Objet** : Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté Urbaine Angers Loire Métropole – Modification n° 1

Nous,

Maire de VERRIERES-EN-ANJOU, certifions que :

- l'avis (extrait de l'arrêté 2024-7 de M. le Président d'Angers Loire Métropole en date du 9 janvier 2024) relatif à l'ouverture de l'enquête publique concernant la modification n° 1 du RLPi a été affiché en Mairie et aux lieux suivants :

- Mairie de Saint Sylvestre d'Anjou,
- Mairie de Pellonnières les Vignes
- 
- 
- 
- 

Du 30.01.24

au 15.03.24

inclus.

Fait à Verrières en Anjou  
Le 18 mars 2024

Le Maire

Geneviève STALL  
Maire de Verrières en Anjou

(signature + cachet)

