

Département des Côtes d'Armor

Saint-Brieuc Armor Agglomération

**ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE
SAINT-BRIEUC ARMOR AGGLOMERATION**

Arrêté du président en date du 21 novembre 2023

RAPPORT ET CONCLUSIONS DE MICHEL FROMONT COMMISSAIRE ENQUETEUR

PREMIERE PARTIE – RAPPORT

DEUXIEME PARTIE - CONCLUSIONS ET AVIS

Table des matières

1^{ère} PARTIE : RAPPORT D'ENQUÊTE	3
I-OBJET DE L'ENQUÊTE ET CADRE GENERAL DU PROJET	3
II –PROJET SOUMIS A ENQUÊTE PUBLIQUE.....	4
Chapitre 1- Composition du dossier	4
Chapitre 2- Présentation du projet de RLPI.....	4
Section 1- Champ d'application matériel	4
Section 2- Analyse territoriale et enjeux	5
Section 3 - Dispositions réglementaires	5
1- Champ d'application géographique	5
2- le règlement national d'urbanisme.....	6
3- Le pouvoir de police.....	6
4- Les règlements locaux de publicité (RLP) devenus caducs.....	6
Section 4- Le diagnostic	6
Section 5- Les objectifs et les orientations	7
Section 6 – L'explication des choix.....	7
III – ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE.....	9
IV-SYNTHESE DE L'AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES, CONSULTEES ET DES COMMISSIONS CONSULTATIVES.....	11
V– SYNTHESE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC ET REPONSES DU MAÎTRE D'OUVRAGE.....	13
VI- ANALYSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC.....	13
2^{ème} PARTIE – CONCLUSIONS ET AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR	24
I-CONCLUSIONS.....	24
1- Intérêt du projet.....	24
2- Adaptation du projet aux objectifs poursuivis.....	25
II-AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR	36
ANNEXES	37

I- OBJET DE L'ENQUÊTE ET CADRE GENERAL DU PROJET

1- Projet soumis à enquête et cadre général du projet.

Le projet porte sur l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) destiné à l'ensemble du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération (SBAA) qui compte 32 communes.

Un règlement de publicité a pour objet d'encadrer et de réglementer le développement de la publicité dans l'agglomération.

Ce type de règlement offre la possibilité aux collectivités locales d'adapter la réglementation générale au contexte local, de l'harmoniser, et de contrôler l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicité, enseignes, pré-enseignes. Il s'agit donc de réglementer cette publicité pour répondre aux caractéristiques et enjeux du territoire, en adaptant des dispositions plus restrictives que celles du règlement national de publicité.

Le projet définit ainsi plusieurs zones, tant en matière de publicité que d'enseignes, où s'appliquent une réglementation plus restrictive que celle du règlement national de publicité. Le RLPI a pour objectif d'instaurer un équilibre entre qualité paysagère, esthétique, lutte contre la pollution lumineuse et les nécessités du monde économique.

2- Contexte

Saint-Brieuc Armor Agglomération étant devenue compétente en matière de plan local d'urbanisme depuis mars 2017, ce transfert de compétence a entraîné de plein droit celui relatif à réglementation de la publicité.

Trois communes, Languieux, Plérin et St Brieuc disposaient déjà d'un règlement local de publicité. Mais ceux-ci sont devenus caducs au 13 juillet 2022, en application de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement.

La volonté a donc été de doter le territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération d'un outil spécifique pour réglementer et harmoniser les installations de publicité et d'enseignes pour prendre en compte les impératifs de préservation du paysage et assurer un équilibre entre développement économique et protection du cadre de vie.

Par ailleurs, si le RLPI institue par principe des règles plus restrictives que celles du règlement national de publicité, il peut, à l'inverse, déroger à l'interdiction de la publicité dans des secteurs comme les sites patrimoniaux remarquables (SPR), les abords des édifices classés ou inscrits au titre des monuments historiques, etc...

Il est ainsi apparu nécessaire d'autoriser une certaine forme de publicité dans les sites patrimoniaux remarquables de Saint-Brieuc et de Quintin, ce que ne permet pas le règlement national de publicité.

3- Maître d'ouvrage et autorité organisatrice

Il s'agit de Saint-Brieuc Armor Agglomération (SBAA).

4- Procédure

Le RLPI de Saint-Brieuc Armor Agglomération a été prescrit par délibération du conseil d'agglomération du 4 juin 2020, avec les grands objectifs suivants :

- proposer une politique cohérente à l'échelle communautaire en matière d'affichage, de publicité et d'enseignes, et adaptée au territoire.
- préserver les diverses identités paysagères.
- affirmer l'équilibre entre le développement économique et protection du cadre de vie.

Cette délibération a aussi fixé les modalités de concertation préalable prévues tout au long de la procédure d'élaboration du RLPI.

Différentes réunions se sont tenues avec les personnes publiques associées, les associations de protection de l'environnement, les professionnels de la publicité extérieure et les acteurs économiques au cours de l'année 2022. Une réunion publique a eu lieu le 5 juillet 2022.

Le conseil d'agglomération a débattu sur les orientations générales du projet le 10 mars 2022.

Par délibération du 6 avril 2023, le conseil d'agglomération a arrêté le projet de RLPI et établi le bilan de la concertation.

Une commune ayant émis un avis défavorable au projet, le projet a été à nouveau arrêté par délibération du conseil d'agglomération du 16 novembre 2023

Enfin par arrêté en date du 21 novembre 2023, le président de SBAA a prescrit la présente enquête publique.

5- Cadre réglementaire

L'élaboration du RLPI est régie notamment par les articles L.581-14 à L. 581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 du code de l'environnement.

II –PROJET SOUMIS A ENQUÊTE PUBLIQUE

Chapitre 1- Composition du dossier

Le dossier soumis à enquête comprend les pièces suivantes :

A- Dossier du RLPI

- 1- une note de présentation
- 2- un rapport de présentation comprenant un diagnostic du territoire en matière de publicité, la définition d'orientations, l'explication des choix et de zones d'autorisation ou d'interdiction.
- 2- un règlement applicable aux différentes zones du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération et exposant les prescriptions locales et dérogatoires prévues par la loi.
- 3- des annexes :
 - Annexe 1- plans généraux de zonage
 - Annexe 2- plans par commune- enseignes
 - Annexe3 - plans par commune- publicité
 - Annexe 4- arrêtés communaux
 - Annexe 5- plans des secteurs agglomérés

B- Les actes administratifs

1. délibération de prescription du RLPI du conseil d'agglomération de SBAA en date du 4 juin 2020
2. délibération de la définition des modalités de la concertation du 20 mai 2021
3. délibération de débat sur les orientations du RLPI du 10 mars 2022
4. délibération d'arrêt et de bilan de la concertation du 6 avril 2023
5. délibération du deuxième arrêt du 16 novembre 2023
6. arrêté de prescription de l'enquête publique du 21 novembre 2023

C- Publications de la presse et certificats d'affichage

D- Avis des personnes publiques associées

Chapitre 2- Présentation du projet de RLPI

Un règlement local de publicité intercommunal régit les panneaux publicitaires et les enseignes des commerces et des entreprises. Sans RLPI, ce sont les règles du Règlement national de publicité (RNP) qui s'appliquent. Ces dernières sont assez souples et pas nécessairement très bien adaptées aux contextes locaux et aux diversités des situations.

Section 1- Champ d'application matériel

Trois catégories de dispositifs sont concernées par la réglementation : la publicité, des enseignes et les pré-enseignes, qui constituent :

- pour la publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à retenir son attention à l'exception des enseignes et des pré-enseignes.
- pour les enseignes : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- pour les pré-enseignes : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée ; en agglomération les pré-enseignes sont soumises aux dispositions de la publicité ; hors agglomération, ne sont autorisées que les pré-enseignes qui signalent les produits du terroir, les activités culturelles, les monuments historiques ouverts à la visite, à titre temporaire les manifestations exceptionnelles.

Les cas particuliers visent l'affichage d'opinion, les bâches, la publicité de petit format (surface unitaire inférieure à 1 m²), la publicité sur véhicules terrestres.

Certains dispositifs comme la signalisation d'information locale (SIL), le journal électronique d'information (JEI) n'entrent pas dans le champ de la réglementation.

Section 2- Analyse territoriale et enjeux

Le territoire révèle un certain nombre de secteurs à enjeux au regard de la publicité et des enseignes. Il s'agit :

- 1- des paysages identifiés par le plan paysage élaboré en 2019-2020 par SBAA ; les cônes de vue (sur la baie de Saint-Brieuc, les vallées, etc.).
La publicité devra être exclue dans les cônes de vue.
- 2- du patrimoine naturel, agricole et forestier protégé : sites classés et inscrits, zones Natura 2000, réserve naturelle de la baie de St Brieuc, les espaces naturels sensibles, les espaces boisés classés, les espaces naturels et agricoles situés en agglomération et protégés par le PLUI.
Le projet est d'adapter la réglementation à la protection des espaces naturels et agricoles à l'intérieur des espaces agglomérés.
- 3- du patrimoine bâti historique :
 - les monuments historiques inscrits ou classés, pour lesquels une dérogation à l'interdiction de publicité peut être instaurée par un RLPI ; il y en a 80 sur le périmètre de SBAA.
 - les sites patrimoniaux remarquables (SPR) à l'intérieur desquels la publicité est interdite ; il en existe deux : celui de Quintin et celui de Saint-Brieuc (2/3 de la ville sont concernés).
 - les éléments du patrimoine bâti protégé par le projet de PLUI.
Une réglementation spécifique devrait s'appliquer pour autoriser une certaine forme de publicité dans ces secteurs.
- 4- du réseau viaire : les voies structurantes ; les entrées de ville ; les abords du transport Est-Ouest (TEO) de St Brieuc.
Il conviendrait de traiter les entrées de ville et les voies principales suivant les séquences paysagères traversées à l'intérieur des territoires agglomérés, et pour le TEO d'éviter la multiplication des publicités et de les harmoniser.
- 5- des zones d'activités économiques : le territoire de SBAA en compte 154 qui couvrent 1 400 hectares.
L'objectif est d'encadrer la publicité dans ces zones et d'organiser le traitement des enseignes.
- 6- des caractéristiques urbaines des communes et des centralités :
 - caractéristiques des communes : pôle urbain (Saint-Brieuc et communes voisines), pôle littoral (Binic, Etables, Saint Quay), pôle rural (autres communes).
 - caractéristiques des centralités : sur les 32 communes de l'agglomération, 4 constituent des tissus centraux et 23 de tissus de bourgs ruraux
Il s'agit de préserver les centralités qui ont une vocation commerciale ou des enjeux patrimoniaux et d'harmoniser les publicités et les enseignes avec les caractéristiques du tissu urbain.

Section 3 - Dispositions réglementaires

1- Champ d'application géographique

Trois notions sont à retenir :

- l'agglomération : la publicité est interdite hors agglomération.
- l'agglomération est un espace, dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route. Ces espaces sont délimités par des arrêtés municipaux (voir annexe 3-3 du dossier).

- un régime différent entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants et celles qui ont plus de 10 000 habitants ; seule la commune de Saint-Brieuc est considérée comme une agglomération de plus de 10 000 habitants. Toutefois, lorsqu'une agglomération de moins de 10 000 habitants appartient à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le régime des agglomérations de plus de 10 000 habitants s'applique. L'unité urbaine est une zone de bâti continu qui compte au moins 2 000 habitants. Il n'existe pas d'unité urbaine de plus de 100 000 habitants sur le territoire (la ville de Saint-Brieuc compte 97 738 habitants).

2- le règlement national d'urbanisme

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le règlement national de publicité fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

a) La publicité et les pré-enseignes

Trois principes existent :

- l'interdiction générale de publicité en dehors des agglomérations.
- l'interdiction de publicité dans les lieux patrimoniaux et paysagers protégés.
- des règles différentes en fonction de la population des agglomérations (- ou + de 10 000 habitants) et des unités urbaines de plus de 100 000 habitants.

Des règles sont édictées concernant les surfaces, la publicité murale, le mobilier urbain, la publicité numérique, la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines, la publicité sur véhicules terrestres, sur bâches, la densité, les horaires d'extinction nocturne.

Le détail de ces règles figure à la page 53 et suivantes du rapport de présentation du projet de RLPI de SBAA.

b) Les enseignes

Leur régime diffère selon qu'elles sont posées à plat ou perpendiculairement au mur, scellées au sol, installées sur une toiture ou une terrasse. Lorsqu'elles sont lumineuses, elles doivent respecter une obligation d'extinction nocturne.

Le détail de ces règles figure à la page 59 et suivantes du rapport de présentation du projet de RLPI de SBAA.

3- Le pouvoir de police

A compter du 1^{er} janvier 2024, cette compétence sera automatiquement transférée au maire ou au président de Saint-Brieuc Armor Agglomération. Cependant, les maires ont la possibilité de conserver cette compétence sous réserve de se prononcer entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2024.

4- Les règlements locaux de publicité (RLP) devenus caducs

Trois règlements locaux de publicité sont devenus caducs en juillet 2022 : ceux de Languoux, Plérin et Ploufragan.

Section 4- Le diagnostic

1- Les chiffres clefs de la publicité

Le nombre de dispositifs relevés s'élève à 990, dont :

- 454 sur les propriétés privées : la majeure partie a une surface de 12 m² (surtout présents à St Brieuc et Languoux). ou inférieure à 4 m² ; seulement 16% des dispositifs sont éclairés.
- et 536 sur mobiliers urbains publicitaires.

2- La légalité des dispositifs

- au regard du règlement national de publicité ; sur les 454 publicités installées sur domaine privé, 273 (60,1 %) sont illégales.
- au regard des anciens règlement locaux de publicité : globalement, ils sont respectés.
- les enseignes : la majeure partie des enseignes est conforme au code de l'environnement.

3- Les constats

a) La publicité

Elle est essentiellement concentrée sur les villes de Saint-Brieuc, Languoux et Trégueux.

La simple application du règlement national de publicité permettrait de supprimer certains dispositifs, notamment ceux qui sont situés hors agglomération. Les règles des anciens règlements locaux de publicité de Plérin et de Saint-Brieuc sont pertinentes. L'essor de la publicité numérique est à prendre en compte.

b) Les enseignes

Elles respectent pour leur grande partie le règlement national de publicité. Les enseignes sur toiture sont assez présentes. Beaucoup d'enseignes perpendiculaires sont installées de façon anarchique et en grand nombre. La luminosité des enseignes numériques peut générer des nuisances environnementales.

Section 5- Les objectifs et les orientations

1- Les objectifs

- proposer une politique à l'échelle communautaire adaptée au territoire et cohérente notamment en lien avec le SCOT du Pays de Saint-Brieuc, le projet de territoire de 2018, le plan paysage en cours d'élaboration et les travaux en cours sur l'urbanisme commercial et le PLUI.
- préserver les identités paysagères, particulièrement aux entrées des villes ou des bourgs.
- affirmer l'équilibre entre développement économique et la protection du cadre de vie : autoriser une forme de publicité dans les sites protégés remarquables (SPR), aux abords de monuments historiques, dans les zones commerciales hors agglomération exclusives de toute habitation, contribuer aux opérations de revitalisation territoriale (ORT), etc.

2- Les orientations

a) En matière de publicité

- Limiter la densité des dispositifs (inter distance à respecter entre les dispositifs).
- Encadrer la publicité numérique (autorisée dans les zones d'activités de Saint-Brieuc pour une surface maximale de 2 m²).
- Interdire la publicité dans les espaces verts.
- Réduire la surface des dispositifs de 12 m² à 10,5 m² en zone agglomérée de plus de 10 000 habitants.
- Permettre la publicité sur mobilier urbain en secteur protégé (limitée à 2 m²).
- Aménager la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines.
- Fixer des horaires d'extinction de 22 h à 7 h (1 h à 6 h dans le règlement national de publicité).

b) En matière d'enseignes

- Respecter l'architecture des bâtiments ; une autorisation peut être refusée si l'enseigne, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation porte atteinte à la qualité de la façade.
- Limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires et harmoniser leur implantation ; une seule enseigne par façade et l'enseigne perpendiculaire ne doit pas dépasser le niveau du rez-de-chaussée.
- Accorder la hauteur de positionnement des enseignes perpendiculaires et des enseignes à plat.
- Harmoniser le format des enseignes scellées au sol (elles se présenteront sous forme de totems) et les regrouper.
- Encadrer les enseignes numériques, pour lesquelles le règlement national de publicité ne fixe aucune règle (elles sont interdites à l'exception de celles apposées sur les équipements publics ou assimilés ; leur surface est inférieure à 12 m²).
- Aménager les enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines
- Limiter le nombre d'enseignes scellées au sol, inférieures à 1 m², hors zones d'activités, qui ne sont pas réglementées par le RNP
- Fixer des horaires d'extinction de 22 h à 7 h.

Section 6 – L'explication des choix

1- Publicité

Le projet distingue 5 zones contenant des dispositions générales et d'autres qui sont particulières à chaque zone.

a- Dispositions générales

- en agglomération, les enseignes sont soumises aux mêmes règles que pour la publicité.
- par dérogation au règlement national de publicité, SBAA a fait le choix d'admettre dans son RLPI la publicité aux abords des monuments historiques, et à l'intérieur des sites patrimoniaux remarquables (SPR) de Saint-Brieuc et de Quintin.
- pour la publicité murale, recul des panneaux de 0,50 m de toute arêtes verticales des murs.
- assurer une qualité esthétique des publicités scellées au sol (structures des panneaux doivent être masquée ; un seul pied au-delà d'une surface de 2 m²).
- la réglementation de la publicité de petit format ne peut être plus restrictive que celle du règlement national de publicité.
- accessoires : seules les échelles amovibles ou escamotables sont autorisées.
- chevalets : ils sont admis au droit de l'établissement qu'ils signalent ; ils sont limités à un par établissement et leur dimension encadrée (hauteur maximale de 1,20 m et largeur de 0,80 m).
- publicité sur toiture ou terrasse : interdiction.
- horaires d'extinction : pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et dans un souci de sobriété énergétique, la plage horaire d'extinction du règlement national de publicité de 1 h à 6 h est étendue de 22 h à 7 h.

b- Dispositions par zone

Cinq zones sont définies au projet de règlement local de publicité intercommunal, chacune comportant ses propres règles ; elles correspondent :

- pour la zone P1, aux espaces naturels en agglomération, aux espaces boisés classés (EBC), et aux sites inscrits.
- pour la zone P2, aux sites patrimoniaux remarquables (SPR) de Quintin et de Saint-Brieuc, ainsi qu'aux abords des monuments historiques.
- pour la zone P3, aux territoires agglomérés des communes de moins de 10 000 habitants.
- pour la zone P4, aux quartiers résidentiels de Saint-Brieuc.
- pour la zone P5, aux zones d'activités de Saint-Brieuc

2- Enseignes

a- Dispositions générales

- les enseignes sont soumises à autorisation ; elles doivent respecter l'architecture du bâtiment et s'harmoniser avec les lignes de composition et les différents éléments de la façade ; l'enseigne peut être refusée si elle porte atteinte à la qualité de la façade, aux lieux avoisinants, aux perspectives, aux paysages ou à l'environnement.
- l'enseigne doit être supprimée dans les 3 mois qui suivent la cessation de l'activité signalée.
- les enseignes sur les arbres et les haies sont interdites.
- une seule enseignes murales perpendiculaire est autorisée par voie bordant l'établissement concerné ; elle ne doit pas dépasser le niveau du rez-de-chaussée et est posée en limite de propriété dans l'alignement du bandeau.
- la hauteur des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées sur le sol, est au minimum supérieur à 2 fois la largeur, pour former une sorte de totem.
- un seul chevalet ou porte menu par établissement est autorisé, avec une hauteur qui ne doit pas dépasse 1,20 m et une largeur de 0,80.
- les enseignes sur toiture ou terrasse sont interdites.
- la surface cumulée des enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines doit être inférieure ou égale à 1 m².
- les enseignes lumineuses clignotantes sont interdites sauf pour les pharmacies et services d'urgence ; les spots sont orientés vers le bas et éclairent uniquement l'enseigne.

b- Dispositions par zones

Trois zones sont définies au projet de RLPI, chacune comportant ses propres règles ; elles correspondent :

- pour la zone E1, aux principales zones de protection naturelle et architecturale : zone naturelle, espaces boisés classés, sites inscrits, sites patrimoniaux remarquables de Quintin et de Saint-

- Briec, zones de protection autour des monuments historiques.
- pour la zone E2, à l'ensemble des zones d'activités du territoire.
- pour la zone E3, à tout le reste du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

III – ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

A) - Organisation de l'enquête

1- Désignation du commissaire enquêteur.

Par décision n° E23000094/ 35 en date du 9 juin 2023, le conseiller délégué du tribunal administratif de Rennes a désigné M. Michel Fromont en qualité de Commissaire enquêteur pour cette enquête publique.

2- Arrêté prescrivant l'enquête.

Par arrêté en date du 21 novembre 2023, le président de Saint-Brieuc Armor Agglomération a prescrit la présente enquête publique, relative à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération, devant se dérouler pendant 33 jours consécutifs, du lundi 18 décembre 2023, 9 heures, au vendredi 19 janvier 2024, 17 heures. (voir annexe n°1).

3- Rencontres avec le maître d'ouvrage, visite sur place

Le 19 juin 2023, au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, le commissaire enquêteur a rencontré Mr Le Borgne, vice-président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, Mme Chapelain et Mme Guillou du service urbanisme de Saint-Brieuc Armor Agglomération, concernant les modalités de déroulement de l'enquête et la présentation du projet. Un dossier papier a été remis au commissaire enquêteur.

Le 7 décembre 2023, le commissaire enquêteur a de nouveau rencontré Mme Chapelain pour se faire expliquer certains points du dossier. Il a ensuite paraphé et signé les registres d'enquête ainsi que les pièces du dossier.

4-Siège de l'enquête

Il a été fixé au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, 5 rue du 71ème RI à Saint-Brieuc.

5-Mesures de publicité

Les mesures de publicité réalisées 15 jours avant le début de l'enquête ont été les suivantes :

- avis au public publié dans le journal Ouest France et dans le Télégramme (éditions du 1^{er} décembre 2023 et du 22 décembre 2023) ;
- affichage de l'avis d'enquête au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération et dans les 32 communes de l'agglomération 15 jours avant le début de l'enquête.
- mis en ligne sur le site internet de Saint-Brieuc Armor Agglomération (www.saintbrieuc-armor-agglo.bzh) et sur le site du registre dématérialisé (<https://www.registre-numerique.fr/r/mpi-sbaa>).

6-Dossier d'enquête

Pendant toute la durée de l'enquête, le dossier est consultable par le public :

- sur le site Internet du registre dématérialisé (<https://www.registre-numerique.fr/r/mpi-sbaa>), accessible notamment depuis le site internet de Saint Brieuc Armor Agglomération (www.saintbrieuc-armor-agglo.bzh) ;
- sur poste informatique à St Brieuc Armor Agglomération, siège de l'enquête publique, 5 rue du 71ème RI, 22 000 ST BRIEUC ;
- en version papier dans les lieux suivants, aux jours et horaires habituels d'ouverture au public : siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, mairie de Quintin, mairie de Binic-Etables sur Mer, mairie de Plérin, mairie de Tréguieux, mairie de Languieux, mairie de Ploufragan.

7- Observations du public

Pendant toute la durée de l'enquête, le public peut formuler ses observations et propositions dans les conditions suivantes :

- par écrit dans le registre numérique disponible à l'adresse suivante : <https://www.registre-numerique.fr/rpi-sbaa> ou depuis le site de Saint-Brieuc Armor Agglomération.
- par courrier électronique, à l'adresse rpi-sbaa@mail.registre-numerique.fr.
- par courrier à adresser à l'attention de Monsieur le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, à l'attention du commissaire enquêteur.
- par écrit dans les registres papiers des 7 lieux d'enquête publique définis.
- par écrit et par oral auprès du commissaire enquêteur lors de ses permanences.

Suivant les dispositions de l'arrêté du 21 novembre 2023 de prescription de l'enquête, il est prévu que les observations et propositions du public portées sur le registre papier ou formulées par écrit seront intégrées au registre numérique disponible sur le site du registre dématérialisé dans les meilleurs délais.

B) Déroulement de l'enquête

1- Permanences du CE

Le commissaire enquêteur a tenu 5 permanences, telles qu'elles étaient prévues dans l'arrêté de mise à enquête :

- au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération le lundi 18 décembre 2023 de 9h00 à 12h00 et le vendredi 19 janvier 2024 de 14h00 à 17h00.
- en mairie de Quintin (place du Martray – 22 800 QUINTIN) le jeudi 28 décembre 2023 de 9h00 à 12h00
- en mairie de Langueux (2 Rue de Brest – 22 360 Langueux) le samedi 6 janvier 2023 de 9h00 à 12h00
- en mairie déléguée d'Étables – Commune de Binic-Étables sur Mer (1 place Jean Heurtel – 22680 Binic-Étables sur Mer) le mercredi 10 janvier 2024 de 9h00 à 12h00

2- Comptabilisation des observations du public

Le commissaire enquêteur a reçu 13 personnes lors des quatre permanences qu'il a tenues à la salle des associations, attenante à la mairie, soit :

- le lundi 18 décembre 2023 : 1 personne.
- le jeudi 28 décembre 2023 : 2 personnes.
- le samedi 6 janvier 2024 : 4 personnes.
- le mercredi 10 janvier 2024 : 4 personnes.
- le vendredi 19 janvier 2024 : 2 personnes.

Le nombre total des contributions présentées par le public durant l'enquête publique s'est élevé à 45.

3- Clôture de l'enquête

L'enquête publique s'est terminée le vendredi 19 janvier 2024, à 17 heures.

Les sept registres d'enquête ont été clos par le commissaire enquêteur le 22 janvier 2024.

Dans le délai de 8 jours après la clôture des registres, soit le 25 janvier 2024 au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, le procès-verbal de synthèse des observations du public, en date du 25 janvier 2024. (voir annexe n° 2), a été remis et commenté par le commissaire enquêteur au maître d'ouvrage.

Le commissaire enquêteur a invité celui-ci à lui remettre son mémoire en réponse dans le délai de 15 jours.

Le maître d'ouvrage, par courrier en date du 7 février 2024, a transmis ce mémoire au commissaire enquêteur (voir annexe n°2).

4 - Remise du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur.

Le présent rapport et les conclusions, les 7 registres d'enquête et le dossier d'enquête ont été remis par le commissaire enquêteur à l'autorité organisatrice, le 16 février 2024, au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

Le rapport et les conclusions lui ont aussi été remis le même jour sous forme dématérialisée.

1) Avis des personnes publiques associées

- Chambre des métiers et de l'artisanat Bretagne
Par courrier en date du 19 avril 2023, elle indique n'avoir aucune remarque à formuler et donne un avis favorable au projet.
- Chambre de commerce et d'industrie des Côtes d'Armor
Par courrier en date du 22 mai 2023, elle présente deux souhaits :
 - nécessité pour la collectivité de réfléchir à l'accompagnement (financier) des entreprises qui ne seraient pas conformes au nouveau RLPI et auraient un délai de mise en conformité de 6 ans pour les enseignes et de 2 ans pour les publicités.
 - dans le cadre des pouvoirs de police du président de l'EPCI, faire preuve de souplesse envers les entreprises qui ne seraient pas en conformité.
- Chambre d'agriculture des Côtes d'Armor
Par courrier en date du 16 juin 2023, elle fait part de son avis favorable au projet, n'ayant aucune remarque à formuler sur celui-ci.
- Département des Côtes d'Armor
Par lettre en date du 30 juin 2023, le président du Conseil Départemental formule les observations suivantes :
 - pas de remarques particulières relatives au réseau routier.
 - la carte des zones agglomérées comporte quelques erreurs.
 - le département salue la volonté politique de mettre en place un tel document.
 - les affichages lumineux, outre leur consommation énergétique, constituent un mauvais message pour les citoyens au niveau de la sobriété énergétique.
- Syndicat mixte de la baie de Saint-Brieuc
Par lettre en date du 30 juin 2023, il fait part de l'avis favorable du Syndicat. Il note que le projet de RLPI prend bien en compte les orientations du SCOT en matière de :
 - qualité et d'attractivité des zones d'activités économiques par la maîtrise de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes.
 - traitement paysager des entrées de ville.
 - préservation des paysages, des perspectives lointaines (fenêtres paysagères identifiées dans le document d'orientations et d'objectif (DOO) du SCOT.
- Ministère de la culture
Par lettre en date du 7 juillet 2023, l'architecte des bâtiments de France indique que le projet permet de préciser localement l'encadrement des publicités, enseignes et pré-enseignes et que les zones définies permettent une bonne répartition et gradation de la règle en fonction des enjeux paysagers et urbains (zones d'activités, zones agglomérées, quartiers résidentiels, espaces naturels, espaces protégés, ...). Il ajoute que l'obligation de suppression des enseignes par l'occupant en fin d'activité et la mise aux normes des dispositifs existants sous 2 ans pour mes publicités et 6 ans pour les enseignes va permettre de valoriser le bâti.
Il émet donc un avis favorable au projet, mais sous réserve de la prise en compte des remarques suivantes :
 - enseigne zone E1, article E.1.2 : précise que les enseignes sont limitées à la largeur des tableaux de vitrine.
 - publicité zone P2, article P.2.2. : concernant la possibilité d'installer de la publicité aux abords des monuments historiques et en secteur patrimonial remarquable (SPR), il conviendrait que le RLPI précise que l'implantation de ce mobilier devra rester limitée et être justifiée et faire l'objet d'une demande d'autorisation auprès de l'architecte des bâtiments de France.

- annexes cartographiques : plusieurs servitudes de monuments historiques, listés dans le rapport de présentation, n'apparaissent pas sur la cartographie.
- Préfet des Côtes d'Armor (DDTM)
Par courrier en date du 7 juillet 2023, il indique donner un avis favorable sans réserve au projet, en tant qu'il propose une politique cohérente à l'échelle communautaire, en matière d'affichage, de publicité et d'enseignes, adaptée au territoire préservant le cadre de vie, tout en ne s'opposant pas au développement économique.
- Région Bretagne
Par courrier en date du 18 juillet 2023, le président du Conseil Régional aborde essentiellement la question de l'artificialisation des sols du projet de SRADDET.
- Commission départementale de la nature, des paysages et des sites
Au terme de sa réunion du 13 juillet 2023, la commission émet un avis favorable au projet (8 pour et 1 défavorable). Le représentant de l'association Glaz Nature fait part de son désaccord quant à la réduction des publicités de 12 m² à seulement 10,5 m². Il aurait souhaité une diminution d'au moins de moitié.

2) AVIS DES COMMUNES (18 avis)

Les 32 communes de Saint-Brieuc Armor Agglomération disposaient de trois mois à compter de l'arrêt du projet pour rendre leur avis : 18 communes ont émis favorable assorti de réserves, 13 communes ne se sont pas prononcées et leur avis est réputé favorable, et 1 commune a émis un avis défavorable.

- Binic (délibération du conseil municipal du 5 juillet 2023) : avis favorable.
- Hillion (délibération du conseil municipal du 22 mai 2023) : avis favorable, sous réserve d'obtenir, en temps voulu, des informations précises sur les répercussions de la mise en œuvre de ce règlement national sur la commune d'Hillion.
- La Méaugon (délibération du conseil municipal du 2 mai 2023) : avis favorable.
- Le Foeil (délibération du conseil municipal du 30 mai 2023) : avis favorable.
- Plaine Haute (délibération du conseil municipal du 11 mai 2023) : avis favorable.
- Ploufragan (délibération du conseil municipal du 13 juin 2023) : avis favorable sous réserve de ne plus considérer le secteur de la Poterie comme zone agglomérée.
- Plourhan (délibération du conseil municipal du 31 mai 2023) : avis favorable.
- Pordic (délibération du conseil municipal du 3 juillet 2023) : avis favorable.
- Quintin (délibération du conseil municipal du 25 mai 2023) : avis favorable, en précisant que la commune souhaite exercer cette compétence ; c'est le Maire qui signe les actes et exerce le pouvoir de police ; la commune souhaite confier l'instruction des demandes relatives aux enseignes à Saint-Brieuc Armor Agglomération.
- Saint-Brandan (délibération du conseil municipal du 10 mai 2023) : avis favorable.
- Saint-Brieuc
 - par courrier en date du 3 juillet 2023, le Maire indique que le projet répond aux attentes de la ville : il répond aux valeurs environnementales quant à la restriction des dispositifs lumineux ; il prend en compte les zones patrimoniales de la ville ;
 - la position de la ville est de limiter au maximum l'installation des publicités numériques qui peuvent apporter des nuisances tant environnementales qu'en termes de sécurité routière ; la ville souhaite que les services de Saint-Brieuc Armor Agglomération veillent à ce que les publicités numériques soient effectivement interdites dans le règlement de la zone patrimoine bâti (P2).
- Saint-Carreuc (délibération du conseil municipal du 6 juin 2023) : avis favorable, avec les remarques et questions suivantes :
 - les installations existantes sur la commune devront-elles être mises aux normes fixées par le RLPI ?
 - choix de confier l'instruction des demandes et les pouvoirs de police à Saint-Brieuc Armor Agglomération ; mais quel sera alors le pouvoir de la commune d'émettre un avis sur les demandes ?
- Saint-Donan (délibération du conseil municipal du 26 mai 2023) : avis favorable.
- Saint-Gildas (délibération du conseil municipal du 13 juin 2023) : avis favorable.
- Saint-Julien (délibération du conseil municipal du 10 mai 2023) : avis favorable.
- Saint-Quay-Portrieux (délibération du conseil municipal du 19 juin 2023) : avis favorable.

- Trégueux
Par délibération, en date du 28 juin 2023, le conseil municipal a émis un avis défavorable au projet de RLPI, avec les remarques suivantes :
 - Saint-Brieuc Armor Agglomération devra prendre la compétence après le 1^{er} janvier 2024, en dehors des communes qui s'exprimeront pour conserver leur pouvoir de police et d'instruction des demandes.
 - un guide devrait être élaboré avant l'entrée en vigueur du RLPI en reprenant la totalité des règles applicables (RLPI + règlement national), ceci afin de bien informer les parties concernées et d'éviter les confusions (comme considérer que ce qui n'est pas prévu au RLPI est forcément autorisé).
 - le délai de mise en conformité des enseignes devra être précisé dans le RLPI, car le projet ne parle que des dispositifs de publicité.
 - la règle concernant les panneaux lumineux du Palais des Congrès de Trégueux devra être la même que celle qui s'applique aux établissements à vocation culturelle ou sportive annonçant des événements.
- Tréveneuc (délibération du conseil municipal du 12 mai 2023) : avis favorable, avec la remarque suivante : rester vigilant quant à la différence de traitement existant dans le règlement du RLPI entre les zones agglomérées de moins de 10 000 habitants et les zones d'activités de Saint-Brieuc.
- Yffiniac (délibération du conseil municipal du 26 juin 2023) : avis favorable.

V- SYNTHÈSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC ET REPONSES DU MAÎTRE D'OUVRAGE

Elles figurent en annexe n° 2 du présent rapport.

VI- ANALYSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC

Nota : les observations qui figurent au procès-verbal de synthèse des observations du public sont répertoriées ainsi :

- @ : registre numérique
- E : mails

Sans remettre en cause le principe de la création d'un règlement local de publicité intercommunal, les 45 contributions déposées par le public durant l'enquête publique font apparaître une demande de modification du contenu du projet.

Les orientations des contributions peuvent être classées en deux catégories : celles qui tendent à rendre les règles fixées par le règlement local de publicité intercommunal encore plus strictes qu'elles ne le sont par rapport au règlement national de publicité (40 contributions) et celles qui, au contraire, souhaitent les assouplir (5 contributions).

Certaines soulignent l'intérêt d'un RLPI pour harmoniser les pratiques au niveau du territoire (@3) et permettre de mieux encadrer la publicité. L'intérêt de la publicité au niveau économique (entreprises et des commerces) est également souligné. (@3)

L'analyse des observations et des propositions du public peut être analysée d'une part au regard de l'orientation des contributions et d'autre part des remarques et propositions faites au sujet du projet de règlement.

1- Analyse suivant les orientations des contributions

A) Contributions pour des règles plus strictes

Elles émanent de particuliers, d'associations, ou de groupes politiques.

a) - Observations générales

Elles indiquent que les règles du projet de règlement local de publicité intercommunal devraient être encore plus strictes par rapport à celles du règlement national de publicité. Il est en effet considéré que la publicité est contraire à l'urgence écologique en matière de réchauffement climatique, de surexploitation des ressources naturelles, de gaspillage énergétique....

L'omniprésence de la publicité sur le mobilier urbain provoque du gaspillage énergétique, favorise le réchauffement climatique et incite à la surconsommation. (@1)

Les moyens de communications numériques sont suffisamment présents aujourd'hui pour assurer la publicité et pour arrêter définitivement tous ces supports d'un autre temps. (@2)

Une majorité de citoyens considère qu'il y a "trop de pub" en général et qu'elle devrait être considérablement réduite. (@34 ; @47)

Ce projet de RLPI est un compromis qui bénéficie surtout aux publicitaires. Il faudrait des mesures plus radicales comme certaines villes l'ont fait. (@34)

Le projet de RLPI, présenté comme un engagement fort de la collectivité, est en fait un savant mélange de demi-mesures et de reculs par rapport à la réglementation nationale. (@40)

b) - Observations par thèmes

Les observations formulées durant l'enquête publique peuvent être regroupées autour des thèmes suivants :

- la transition écologique et les nuisances.
- paysage, cadre de vie, pollution visuelle.
- consommation, santé, éducation.
- sécurité, déplacements.
- police

Transition écologique (énergie, biodiversité,) ; nuisances (pollution visuelle)

Le projet doit être revu sur certains points à la lumière des enjeux actuels liés à la transition écologique. (@1)

La publicité est une activité qui participe de manière importante à la trajectoire catastrophique de consommation d'énergie et de ressources (E9) et elle est contraire à la recherche de la sobriété énergétique ; elle participe au dérèglement climatique. (@34)

Il faut interdire toute publicité énergivore (vidéo, publicité éclairée, publicité déroulante). (E27)

Il faut réduire les supports de communication et les messages associés, face à l'effondrement de la biodiversité et du dérèglement climatique, à la consommation irraisonnée. (@40) Les dispositifs lumineux sont nuisibles pour la biodiversité.

Même si on peut comprendre qu'il faille communiquer lorsque l'on est commerçant, il faut cependant limiter au maximum les publicités et les enseignes, qu'elles soient lumineuses ou numériques, car elles défigurent nos villes et génèrent de la pollution lumineuse, avec ses effets délétères sur la faune nocturne. (E15)

Dispositifs lumineux

Il est à déplorer que des panneaux lumineux (publicitaires ou informatifs), des vitrines et des sites soient inondés de lumières bien souvent en continu, 24h sur 24, à un moment où on appelle à la sobriété énergétique. Les éclairages par leds ne changent rien à la question.

Diminuer les panneaux publicitaires éclairés la nuit dans les zones commerciales, à un moment où on demande aux gens de diminuer leur consommation d'énergie (@30).

Eviter les affichages lumineux qui engendrent une pollution lumineuse, néfaste pour les insectes oiseaux et plus largement pour la biodiversité. (@47)

Les dispositifs lumineux et numériques extérieurs présentent un impact négatif : pollution lumineuse au regard de la biodiversité, consommation d'énergie (@4; E15 ; @20). Il faut supprimer la publicité lumineuse et numérique (@8 ; @20).

Ces dispositifs sont source de pollution lumineuse (gaspillage d'énergie, néfaste pour la biodiversité. @8

Il est proposé une réduction des supports publicitaires, en nombre et en taille, et une interdiction des panneaux lumineux, ceci pour limiter le gaspillage des ressources et de préserver la population de l'influence néfaste de la publicité quant aux produits présentés qui sont nocifs pour l'environnement. (@5)

Les publicités et affichages numériques (écrans) doivent être interdits : consommation d'électricité inutile pour une telle activité, pollution lumineuse des publicités dans l'espace public, sur la faune et la flore urbaines. (E9 ; E16)

Habitant St Briec, elle demande la suppression des écrans de publicités lumineuses, nuisibles pour l'environnement. (@22)

Les nouveaux panneaux ultra-lumineux qui apparaissent dans l'agglomération de Saint-Briec causent une gêne visuelle, surtout la nuit, et constituent une aberration écologique (consommation d'électricité) et sont en contradiction avec les messages de sobriété énergétique. (@ 14)

Vitrines

Pour des questions d'économies d'énergie, il faut interdire les publicités lumineuses placées à l'intérieur des vitrines. (@1) Afin de limiter la pollution lumineuse, nocive pour la biodiversité et de limiter le gaspillage d'énergie, les enseignes lumineuses et écrans dans les vitrines devraient être interdites. (@11)

Autoriser seulement les publicités qui sont éclairées par projection ou par transparence, limitées à 1 m². (@1)

Dispositifs numériques

La publicité numérique, va à l'encontre des mesures que les collectivités doivent prendre en matière de transition écologique et de réchauffement climatique. (obs.@1)

Pour les enseignes numériques, l'interdiction en zones E1 est jugée favorable. Mais il faudrait les interdire en toute zone, alors que le projet de RLPI les autorise pour les établissements publics, et au format de 12 m² maximum (obs.@)

Interdire toute publicité lumineuse (dite numérique) du fait de la pollution lumineuse, de l'impact énergétique, et de la pollution visuelle (obs.@20)

Interdire les supports publicitaires numériques : gros consommateurs d'énergie, une pollution lumineuse nocturne néfaste à la faune et notamment aux oiseaux nocturnes. (@28, @29)

Afin de lutter contre la consommation et le gaspillage d'énergie, ainsi que contre la pollution lumineuse (trame noire de l'Atlas de la Biodiversité de SBAA), il est proposé l'interdiction des enseignes numériques. (obs. @1 ; E6)

Panneaux publicitaires

Il faudrait une obligation d'extinction dès 21h des panneaux publicitaires, notamment ceux situés au rond-point des rues Ampère et Croix Saint Lambert, qui sont très agressifs lorsque l'éclairage public est éteint. (obs.@10)

Il est à déplorer que des panneaux lumineux (publicitaires ou informatifs), des vitrines et des sites soient inondés de lumières bien souvent en continu, 24h sur 24, à un moment où on appelle à la sobriété énergétique. Les éclairages par leds ne changent rien à la question.

Il faut une législation plus rigoureuse, et appliquée, pour aller vers une sobriété énergétique indispensable, comme on le demande au citoyen. Éteignons-les, ou plutôt... ne les installons pas. (@23)

Diminuer les panneaux publicitaires éclairés la nuit dans les zones commerciales, à un moment où on demande aux gens de diminuer leur consommation d'énergie. Il vaut mieux éclairer les entrées des salles publiques jusqu'à 22h -22h30, ainsi que le centre-ville pour plus de fréquentation et plus d'attractivité. (@30)

Horaires d'extinction

Des règles plus strictes d'extinction des dispositifs lumineux permettront de lutter contre la consommation et le gaspillage d'énergie et de lutter contre la pollution lumineuse (respect de la trame noire). (E7)

Paysage-Cadre de vie-Pollution visuelle

Réduire drastiquement le nombre de panneaux publicitaires sur le territoire de l'agglomération, car ils défigurent le paysage. (@28)

Il faut limiter au maximum les publicités et les enseignes, qu'elles soient lumineuses ou numériques, car elles défigurent nos villes et les paysages et causent une gêne visuelle (@14 ; E15 ; @34). Habitante St Brieuc, elle demande la suppression des écrans de publicités lumineuses, nuisibles pour l'environnement. (@22)

Il faut interdire toute publicité dans les lieux mentionnés à L. 581-8 du code de l'environnement. Si la dérogation devait être maintenue, interdire la publicité scellée au sol y compris sur mobilier urbain et limiter la publicité murale à 2 m². (@1)

Interdire toute publicité sur le domaine public comme sur le domaine privé qui constitue un environnement agressif ; la qualité de vie en ville en sera grandement augmentée (obs. 20).

Les dispositifs lumineux et numériques sont source de pollution lumineuse (@1 ; 4 ; E6 ; E15)

Limitier au maximum les dispositifs lumineux et proscrire les numériques.

La publicité entraîne une pollution visuelle (@34). Il y a trop de panneaux publicitaires qui entraînent une pollution visuelle, d'autant plus qu'ils sont souvent moches.

Eviter les affichages lumineux qui engendrent une pollution. (@47)

Pour le mobilier urbain, interdire le numérique et autoriser seulement les publicités qui sont éclairées par projection ou par transparence, limitées à 1 m². (@1)

Pour des questions de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, il faut interdire les publicités lumineuses placées à l'intérieur des vitrines.(@1)

Une réduction des supports publicitaires, en nombre et en taille, et une interdiction des panneaux lumineux, est demandée pour préserver le cadre de vie. (obs.@5)

Interdire les enseignes animées des pharmacies, la luminosité suffit. (@8)

L'omniprésence de la publicité sur le mobilier urbain est une atteinte aux paysages (@1; E16)

Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs et instaurer des règles de **densité** pour la publicité (@1).

Réduire drastiquement le nombre de panneaux publicitaires sur le territoire de l'agglomération, car ils défigurent le paysage (@28).

Limiter les enseignes à une par établissement (à noter que l'article E.D du règlement limite déjà le nombre d'enseignes perpendiculaire à une par voie qui borde l'établissement) ; limiter la surface des panneaux scellés au sol à 4 m² (au lieu des 10,50 m² prévus au projet), ceci surtout pour améliorer la qualité des paysages des entrées de ville constituées souvent de zones d'activités qui s'enlaidissent et pour améliorer significativement l'aspect paysagé de l'agglomération briochine (@8).

Pour les bâches de chantier, limiter la surface de la publicité à 12 m², le RNP autorisant 50% de la surface (@1)

Pourquoi les cônes de vue du SPR de Saint-Brieuc n'ont-ils pas été repérés dans le rapport de présentation du RLPi ? Sachant qu'un des enjeux du RLPi est d'exclure la publicité des cônes de vue (page 23 du rapport), est-il prévu d'interdire également les publicités situées dans les cônes de vue du SPR de St Brieuc ? (@12)

Les enseignes scellées au sol ont un impact fort sur les paysages et leur multiplicité brouillent leur lisibilité. La limitation à 6 m² en zones E2 et E3 est insuffisante à cet égard. Interdire ces enseignes sauf si l'enseigne de façade n'est pas visible de la voie publique. (@1)

Pour celles qui sont sur façades, souvent démesurées limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m, limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m (@1)

Celles sur clôtures, il faut limiter à un dispositif par tranche de 50 ml de façade, avec une surface maximale de 1,50 m², alors que le RNP ne fixe pas de limite de surface ni de nombre sur les clôtures aveugles. (@1)

Des règles plus strictes d'extinction des dispositifs lumineux participeraient aussi à l'amélioration du cadre de vie et à la lutte contre la pollution visuelle lumineuse.

Consommation- Santé- Education

Il faut réduire drastiquement toutes les publicités sur le territoire de l'agglomération car incitent à la surconsommation (E16 ; @28 ; @34)

La publicité sur abris voyageurs est considérée comme une agression pour les usagers.

Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens de circulation. (@1)

Santé

Les publicités et affichages numériques (écrans) entraînent des perturbations sur les humains (troubles du sommeil). (E9)

Omniprésence de la publicité sur le mobilier urbain et caractère néfaste du message publicitaire pour la santé notamment (alcool...). (@1 ; @5) Limiter la publicité à la face externe des abris voyageurs (obs.@1)

Réduire les supports publicitaires, en nombre et en taille, et interdire des panneaux lumineux, pour préserver la population de l'influence néfaste de la publicité quant aux produits présentés qui sont nocifs pour la santé. (@5)

Les publicités et affichages numériques (écrans) doivent être interdits compte tenu des perturbations causées sur les humains (troubles du sommeil). (E9)

Etablissements scolaires

Il faut interdire la publicité aux abords des établissements scolaires. (E6)

Interdire tout support publicitaire dans un rayon d'au moins un kilomètre autour des établissements scolaires (publicité pour l'alcool, paris sportifs en ligne, ...), la collectivité n'ayant pas la main sur le contenu des publicités. (@28)

Le Conseil Départemental des Parents d'Elèves des Côtes d'Armor demande l'interdiction de panneaux de publicité dans un rayon de 300 mètres autour des établissements scolaires.

A défaut, elle demande que, dans ce rayon de 300 mètres autour des établissements, une partie des recettes perçues par la collectivité grâce à cet affichage de publicité sur des thématiques spécifiques comme les activités interdites aux mineurs, la malbouffe... soient fléchées vers un fond dédié au financement d'actions éducatives sur ces mêmes thématiques. (@41)

Sécurité-Déplacements

Les enseignes numériques sont considérées également comme accidentogènes L'omniprésence de la publicité sur le mobilier urbain crée parfois une gêne pour les piétons. (@1)

Les panneaux publicitaires lumineux posent des problèmes de sécurité au niveau de la circulation (ils captent visuellement l'attention des usagers). (@3)

Les dispositifs lumineux et numériques extérieurs présentent des dangers en matière de sécurité routière (@4, @8), surtout aux ronds-points. (E6)

Habitant St Brieuc, une personne demande la suppression des écrans de publicité lumineux qui sont dangereux pour les conducteurs. (@22)

Toutes les entreprises situées le long de la RN12 devraient éteindre les spots ou enseignes qui sont côtés RN afin de ne pas perturber les automobilistes. (@10)

Certains écrans sont dangereux du fait de leur agressivité visuelle (ex : celui qui est implanté au bord du rond-point de la croix-Lambert à St Brieuc). (@29)

Réduire drastiquement le nombre de panneaux publicitaires sur le territoire de l'agglomération, car ils déconcentrent les conducteurs de véhicules. (obs.@28)

Pour la circulation piétonne sur les trottoirs, les chevalets doivent laisser un passage minimal de 1,40 m. (@8).

Afin d'éviter l'encombrement de l'espace public d'implantations intempestives du mobilier urbain qui peut nuire à la circulation des piétons, il est suggéré de réglementer également son installation en le soumettant pour avis, par exemple pour Saint-Brieuc, à la commission accessibilité ? (@35)

Police – Application de la réglementation

Quels seront les moyens qui seront mis en œuvre par Saint-Brieuc Armor Agglomération pour la mise en conformité immédiate des 273 dispositifs illégaux au regard du RNP et des 95 qui le seront au regard du RLPI (@8) ?

Il est permis de s'interroger sur les moyens qui seront affectés à la mise en application du RLPI sachant qu'actuellement on se satisfait d'une situation où 60 % des dispositifs publicitaires seraient en infraction. (@8)

Des contrôles devront être exercés pour vérifier que tous les panneaux autorisés sont bien conformes à la réglementation. (@29)

Le RLPI disposera-t-il des moyens suffisants pour faire respecter ses règles, quand on voit le nombre d'infractions au RNP relevé à ce jour et non sanctionné ? (@34)

Est-il prévu pour la future réglementation un dispositif de contrôle habilité à vérifier son respect et à sanctionner son non-respect ? (@28)

Il ne suffit pas de réglementer, il faut faire appliquer la réglementation. Qui en sera chargé ? Ce serait mieux que ce soient les maires, eux qui sont à proximité des citoyens. (E27)

Quelles dispositions (actions, moyens, procédures, etc.) ont été mises en place depuis le 1^{er} janvier 2024 pour la mise en conformité de toutes les infractions, afin notamment que ce RLPI ne soit pas simplement considéré comme un moyen de réintroduire la publicité dans les zones protégées ? (@50)

La formulation de l'article E. I, relative aux caractéristiques des enseignes lumineuses doivent présenter pour

limiter les nuisances est trop vague pour être applicable. (@4)

Il convient de supprimer, les dispositions de l'article R 418-4 du code de la route (« Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière ») étant suffisantes. (@46)

Règlement

Les propositions suivantes sont faites.

Publicités scellées au sol et sur mur

- Interdire la publicité au sol, sauf éventuellement en zone d'activité limitée à 2 m² (comme l'a fait Rennes Métropole à l'intérieur de l'unité urbaine). (@1)
- Limiter la publicité murale à 4 m² (au lieu de 10,5 m² prévus au projet). (@1 ; @20)
- Pour les panneaux, passer de 12 m² à 10,5 m² est totalement insuffisant ; 8 m² paraissent un maximum. Il aurait fallu adopter la limitation à 4 m² des publicités scellées au sol, comme à Lamballe. (E27, @47)
- Afin d'apporter une vraie modification des paysages urbains (contrairement au passage de 12 m² à 10,5 m²), réduire à 4 m² la surface unitaire maximale des publicités murales et scellées au sol en zone P4 et P5, c'est à dire sur tout le territoire de l'agglomération (à minima pour la zone P4). (@49)
- Interdire toute publicité numérique (@1). Autoriser seulement les publicités qui sont éclairées par projection ou par transparence, limitées à 1 m². (@1)
- Limiter la surface des bâches de chantier à 12 m². (@1)

Enseignes scellées au sol ou sur clôtures

Les enseignes scellées au sol ont un impact fort sur les paysages et leur multiplicité brouillent leur lisibilité. La limitation à 6 m² en zones E2 et E3 est insuffisante à cet égard. Interdire ces enseignes sauf si l'enseigne de façade n'est pas visible de la voie publique. (@1)

Pour celles qui sont sur façades, souvent démesurées limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m², limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m. (@1)

Il faut réglementer les enseignes au sol. (@20)

Pour les enseignes sur clôtures, il faut les limiter à un dispositif par tranche de 50 ml de façade, avec une surface maximale de 1,50 m², alors que le RNP ne fixe pas de limite de surface ni de nombre sur les clôtures aveugles. (@1)

Enseignes lumineuses

Interdire les enseignes numériques. (@1)

Les croix de pharmacie ne doivent pas être animées. (@1)

Enseignes murales

Les limiter à une par établissement. (@1)

Mobilier urbain

Limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m². @1

Adopter les mêmes horaires d'extinction pour le mobilier urbain, s'il est plus étendu que 22h-7h que pour les publicités lumineuses. (@1)

Horaires d'extinction

La disposition concernant les horaires d'extinction nocturne des publicités et enseignes de 22h à 7h (au lieu de 1h à 6h dans le RNP) est considérée comme positive. (obs.@1)

Il est proposé de retenir 21h à 7 h. (E7)

Pour le mobilier urbain, il est proposé d'adopter les mêmes horaires d'extinction, s'il est plus étendu que 22h-7h, que pour les publicités lumineuses. (@1)

Il est proposé pour le mobilier urbain une extinction des publicités lumineuses de 23 heures à 7 heures. (E17) de 23 h à 6 h. (E18)

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de la fermeture à l'ouverture de l'établissement

(@1 ; @4 ; @8). A défaut, extinction de 1 h après la fermeture à 1 h avant l'ouverture (@1)

Afin de lutter contre la consommation et le gaspillage d'énergie, ainsi que contre la pollution lumineuse (trame noire de l'Atlas de la Biodiversité de SBAA), il est proposé d'élargir les horaires d'extinction de 21h00 à 07h00. (E6), hors établissements prioritaires type hôpitaux, cliniques, gendarmeries... et ceux ayant une activité nocturne mais qui seraient tenus à l'extinction dès la fin de leur activité. (@10)

Diminuer fortement le temps d'illumination des enseignes : les autoriser de 8h à 20h, car au-delà cela devient de la publicité pour les zones commerciales ; avoir une fourchette plus large 8h à 22 h pour les enseignes des centres villes : cela favorise le commerce en centre-ville en limitant l'impact de la pollution lumineuse. (@20)

Toutes les enseignes et publicités intérieures doivent être éteintes en dehors des heures d'ouverture, sauf pour les pharmacies et les services d'urgence. (E27)

B-Contributions pour des règles plus souples

Elles émanent essentiellement des professionnels de l'affichage.

a) - Observations générales

Un professionnel exprime son inquiétude sur ce projet de RLPI, qui doit concilier les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. (E18)

Le projet de RLPI de Saint-Brieuc Armor Agglomération porte une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui n'est pas justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie. Or un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie. (@46)

La publicité par affichage extérieur permet aux annonceurs locaux de tenir informés les habitants de leurs activités et événements. Sur les 536 mobiliers urbains publicitaires du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération, le mobilier représente 50% des dispositifs. La publicité extérieure est 6 fois moins énergivore que la publicité digitale. (@24)

Le mobilier urbain n'ayant qu'une vocation publicitaire accessoire, il doit donc bénéficier d'un traitement distinct, comme d'ailleurs le projet de RLPI le prévoit. Le mobilier urbain étant très réglementé, toute restriction supplémentaire d'un RLPI est surabondante. (E17)

b) - Analyse par thèmes

Notion d'agglomération

Les communes de Plérin et de Ploufragan sont considérées, dans le projet de RLPI, comme des secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants avec une interdiction de la publicité au sol. C'est une erreur de droit (@46).

Il est demandé une justification de classement et une réintégration de ces communes dans les secteurs agglomérés de plus de 10 000 habitants (E18 ; @24 ; @46), ainsi que la possibilité de réintroduire la publicité sur panneaux scellés au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants (Plérin, Langueux, Trégueux, Ploufragan notamment), ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (ce qui est le cas présent), mais ceci seulement dans les zones commerciales exclusives de toute habitation, comme l'autorise la loi du 10 juillet 2010. (@51)

Inégalité de traitement- Distorsion de concurrence- Liberté du commerce et d'expression

Publicité au sol et murale

- Dans la zone P2 la publicité sur sol et murale est interdite alors que le mobilier urbain est autorisé ; c'est une distorsion de concurrence, les titulaires de contrats de mobilier urbain se trouvant en situation de monopole. (@24)
- La publicité sur sol et murale est interdite alors que le mobilier urbain est autorisé bd de l'Atlantique, classé en P2. Il y a là une inégalité de traitement (@46). Il est demandé l'intégration de ce boulevard en zone P4. (E18, @24, @46)

- Les dispositifs scellés au sol sont interdits sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 30 mètres ; un seul dispositif est autorisé sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 30 mètres et inférieure ou égale à 100 mètres ; un dispositif scellé au sol supplémentaire est admis sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 100 mètres. (@43)
- le RLPI arrêté prévoit que " La largeur du pied ne peut dépasser le quart de celle du dispositif ». @43
- Concernant la publicité numérique, assurer une parité entre les supports publicitaires. (@46)

Publicité numérique

- Le projet de RLPI à l'encontre des libertés du commerce et d'expression, et des règles de concurrence. en excluant la publicité numérique du marché concurrentiel. Elle est exclue des zones P1, P3 et P4 (@43)
- Dans la ZP2, la publicité numérique est uniquement admise sur les quais de la gare, et sur une surface limitée à 3 m², encadrement compris. (@43)
- La ZP5 est circonscrite à la "Zone d'activités de Saint-Brieuc" et la publicité numérique ne peut y dépasser une surface de 2 m² encadrement compris. (@43)
- Gare ferroviaire : autoriser des dispositifs publicitaires numériques, visibles de la voie publique, avec un format d'écran de 2 m². (E18)

Horaires d'extinction

Les horaires prévus au projet de RLPI (22h à 7 h) vont à l'encontre des règles de liberté du commerce et d'expression. @43

Horaires d'extinction des dispositifs lumineux

Le projet prévoit les horaires suivants 22h-7h (RNP 1h-6h)

Il est proposé :

- 23 h- 6h comme l'éclairage public (E18 ; @46)
- 23h-7h pour le mobilier urbain (et non comme l'éclairage public). (E17)
- 23 h00 et 7h00 pour la publicité et les enseignes lumineuses dans vitrine. (E18)

Dimension des dispositifs

- Publicité murale
Dans les communes de moins de 10 000 habitants, le projet de RLPI maintient le format maximum du règlement national des publicités murales, limité à 4 m², encadrement inclus. Il est demandé de porter le format autorisé hors-tout de 4 m² à 4,70 m², conformément au décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023. (@51).
- Mobilier urbain
Lorsque la publicité est supportée par du mobilier urbain, la surface indiquée prend uniquement en compte la surface de l'affiche. Ajouter « ou de l'écran ». (E17)
Article P.C - Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol : ajouter la mention « autre que celle supportée par le mobilier urbain », comme cela est d'ailleurs précisé à l'article P4.3. (E17)
- Intérieur des vitrines
Porter la surface de la publicité et des enseignes lumineuses de 1m² à 2 m². (E18)

Architecture

L'article P.B Publicité murale disposant qu'« un dispositif ne peut être apposé à moins de 0,50m de toute arête verticale du mur qui le supporte » devrait être remplacée par : « Un dispositif publicitaire ne peut masquer ni les chaînages d'angles du mur qui le supporte, ni les modénatures des façades ». (@24 @51)

Glossaire

Colonne culturelle : « élément du mobilier urbain en forme de colonne, qui sert de support à la promotion de spectacles et de films ». Un RLPI n'ayant pas à définir le contenu d'un message publicitaire, il convient de

supprimer la mention « et de film » et d'ajouter celle-ci : « ou de manifestations culturelles dans les conditions prévues à l'article R. 581-45 du Code de l'environnement. » (E17)

2- Analyse des contributions sur d'autres dispositions du règlement

Légalité

Publicité numérique

L'interdiction complète de la publicité numérique par les RLPi est légale, dès lors qu'elle a pour finalité la protection du cadre de vie. Elle ne porte pas une atteinte injustifiée et disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie, dès lors que le RLPI n'interdit pas de manière absolue l'exercice du droit "d'exprimer et de diffuser informations et idées par le moyen de la publicité", prévu à l'article L 581-1 du code de l'environnement. (@37)

Enseignes numériques.

Les articles E.2.4 et E.3.4 du règlement disposent : « Seules les enseignes numériques apposées sur des équipements publics ou assimilés sont autorisées ». Ces règles semblent constitutives d'une atteinte au principe d'égalité et peuvent ainsi être considérées comme discriminatoires à l'égard des établissements privés. Ne serait-il pas préférable d'interdire totalement les enseignes numériques, afin d'éviter tout risque juridique (recours) ? @48

Notion agglomération

Le projet considère que les communes de Plérin et de Ploufragan n'ont pas une population agglomérée de plus de 10 000 habitants, alors que leur population respective s'élève à 14 459 et 11 487 habitants ; il faut justifier cela. (E18)

Les communes de Plérin et de Ploufragan qui comptent chacune plus de 10 000 habitants, ont-elles pris des arrêtés municipaux déterminant avec précision la population de chaque agglomération de leur commune respective afin de pouvoir interdire l'installation des publicités scellées au sol ou apposées au sol, comme c'est le cas dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ? Si ce n'est pas le cas, n'y a un risque de fragilité juridique ? (@13)

Mobilier urbain

Pour les communes de moins de 10 000 habitants, autoriser la publicité sur le mobilier urbain est illégale, alors que le projet de RLPI l'autorise. @1

La publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques étant interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, n'y a-t-il pas un risque juridique (recours) que le RLPI l'autorise ? (@35)

Horaires d'extinction

Il est demandé de supprimer les dispositions relatives à l'intensité et au contraste des publicités lumineuses comme créant une trop grande insécurité juridique quant à leur application. (E18 - @46)

Chevalets

L'article P. H. limite la publicité sur chevalet à un par voie bordant l'établissement. Cette règle de densité risquant d'être moins restrictive que la règle du code de l'environnement (densité définie selon la longueur de la voie bordant l'établissement au lieu de l'unité foncière), n'est-elle pas illégale ? (@32)

Information

N'aurait-il pas été opportun d'afficher sur le mobilier urbain publicitaire – destiné à cet usage, situé notamment en zone P2 les informations relatives à l'élaboration du RLPI ainsi que les modalités de participation du public ? (@38)

L'élaboration du RLPI n'a donné lieu qu'à une seule réunion publique ce qui est trop peu au regard des enjeux du réchauffement climatique et de notre mode de consommation. (@47)

La lecture du seul RLPI ne permettra pas de comprendre si l'affichage publicitaire est légal ou pas. Il faudrait qu'un guide, incluant la réglementation nationale, soit réalisé. Exemple de l'énorme enseigne installée sur le parking couvert du Super U de Binic-Etables : est-elle légale ou pas ? (E27)

Les panneaux lumineux comportant exclusivement des informations émanant des collectivités locales, paraissent acceptables. (E27)

Limites d'agglomération

Le code de l'environnement interdit d'installer des dispositifs publicitaires en limite d'agglomération si ceux-ci sont visibles depuis une voie publique située hors agglomération.

La ville de St Brieuc compte-t-elle faire appliquer cette mesure ? (exemples de panneaux situés sur l'agglomération de St Brieuc mais visibles depuis une voie publique située hors agglomération) ? (@36)

La règle d'interdiction de l'affichage publicitaire supportée par un mobilier urbain s'il est visible d'une voie publique située hors agglomération (article R.581-31 du code de l'environnement) ne pourrait-elle pas être intégrée dans le règlement ? (@35)

L'axe structurant de la RN12 a été inclus dans les secteurs agglomérés des communes de Langueux, St Brieuc et Plérin, ceci en contradiction avec les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et avec le rapport de présentation qui indique que la RN 12 est entièrement située hors agglomération dans les communes traversées. De même dans le secteur de la rocade urbaine reliant le giratoire de Carpont au giratoire de Brézillet sur les plans matérialisant les limites d'agglomération. Ceci ne risque-t-il pas de fragiliser juridiquement le RLPI ? (@36)

Enseignes

En l'absence de dispositions fixées par le RNP concernant les enseignes sur clôtures, et afin d'éviter leur multiplication, le RLPI ne devrait-il pas instaurer des règles (nombre et surface) ? (@33)

Pour les enseignes de moins de 1 m² scellées ou apposées au sol, ne vaut-il pas mieux remplacer le terme « unité foncière » figurant à l'article E.2.3.par « immeuble ou est exercée l'activité signalée ». (@33)

La contribution @45 comporte plusieurs observations relatives aux enseignes sur façades : opportunité de fixer des règles au RLPI autre que l'article EA ; quid pour les activités s'exerçant sur plusieurs étages ? ; définir dans le glossaire ce que sont le « lambrequin » et le « vitrophanie » ; quid des enseignes apposées sur les piliers d'encadrement de la devanture d'un commerce ? ; harmoniser les règles relatives aux enseignes perpendiculaires signalant une activité située à l'étage; prescriptions (ou éventuellement l'absence de prescriptions) pour les activités sans vitrine.

Pré-enseignes temporaires

Pourquoi les pré enseignes temporaires sont- elles interdites en zone P2 dans l'agglomération de Saint-Brieuc ? (@39)

Enseignes numériques

Les articles E.2.4 et E.3.4 du règlement disposent : « Seules les enseignes numériques apposées sur des équipements publics ou assimilés sont autorisées ». Ces règles semblant constitutives d'une atteinte au principe d'égalité et pouvant ainsi être considérées comme discriminatoires à l'égard des établissements privés, ne serait-il pas préférable d'interdire totalement les enseignes numériques ? (@48)

Pour une activité commerciale qui comporter plusieurs vitrines ou devantures, quelle est la base de calcul pour déterminer la surface cumulée maximale de 1m² prévue à l'article E.H. (@48)

Mobilier urbain

Le mobilier urbain pouvant, suivant le code de l'environnement, supporter de la publicité, mais à titre accessoire, rappeler cette disposition dans le règlement du RLPI. (@1)

La règle d'interdiction de l'affichage publicitaire supportée par un mobilier urbain s'il est visible d'une voie publique située hors agglomération (article R.581-31 du code de l'environnement) ne pourrait-elle pas être intégrée dans le règlement ? (@35)

Quelle réponse peut apporter le RLPI pour le panneau publicitaire situé en zone P2 et en entrée de ville, avenue Corneille à St Brieuc ? (@36)

Chevalets

Un certain nombre de remarques de la contribution @32 portent sur la qualification de « chevalet », sur les règles de densité, sur l'interdiction des chevalets en zones P2 et P3 découlant de l'interdiction des publicités au sol.

Zonages

Il faudrait limiter le nombre de zones à 3. (@8)

Reporter sur les plans la bande d'interdiction de toute publicité, enseigne ou pré enseigne dans une bande de 200 mètres, prévue à l'article R 418-4 du code de la route. (@8)

Les plans de zonages, du fait de leur grande imprécision, ne permettent pas de déterminer les limites précises de chaque zone. (@51)

Accessibilité

Afin d'éviter l'encombrement de l'espace public d'implantations intempestives du mobilier urbain qui peut nuire à la circulation des piétons, ne serait-il pas opportun de réglementer également son installation en le soumettant pour avis, par exemple pour Saint-Brieuc, à la commission accessibilité ? (@35)

Architecture

L'article P.B Publicité murale « Un dispositif ne peut être apposé à moins de 0,50m de toute arête verticale du mur qui le supporte » devrait être remplacée par : « Un dispositif publicitaire ne peut masquer ni les chaînages d'angles du mur qui le supporte, ni les modénatures des façades ». (@24 ; @51)

I- CONCLUSIONS

Je rappelle que le projet soumis à enquête publique porte sur l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) destiné à l'ensemble du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération, qui compte 32 communes.

Un règlement de publicité a pour objet d'encadrer et de réglementer le développement de la publicité dans l'agglomération.

Ce type de règlement offre la possibilité aux collectivités locales et établissements publics locaux d'adapter la réglementation générale au contexte local, de l'harmoniser, et de contrôler l'ensemble des dispositifs qui constituent la publicité extérieure : publicité, enseignes, pré-enseignes. Il s'agit donc pour Saint-Brieuc Armor Agglomération de réglementer cette publicité pour répondre aux caractéristiques et enjeux du territoire, en adaptant des dispositions plus restrictives que celles du règlement national de publicité et, dans quelques cas limités au contraire, une réglementation plus souple.

Le projet prévoit plusieurs zones avec des dispositions spécifiques pour chacune d'entre elles et pour les différents types de supports.

Le règlement local de publicité intercommunal a pour objectif d'instaurer un équilibre entre qualité paysagère, lutte contre la pollution lumineuse et les activités économiques.

Le présent projet a été arrêté par le conseil de Saint-Brieuc Armor Agglomération le 16 novembre 2023.

* *
*

Au vu du projet présenté, de mon analyse des observations du public, des avis des personnes publiques consultées et des réponses du maître d'ouvrage, je suis en mesure d'apporter les conclusions qui suivent.

Il s'agit d'abord de s'interroger sur le point de savoir quel est l'intérêt pour Saint-Brieuc Armor Agglomération de se doter d'un règlement local de publicité intercommunal et, en second lieu, de regarder si ce projet de règlement répond bien aux objectifs affichés.

1- Intérêt du projet

Il me semble que l'intérêt du projet de règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération réside dans la prise en compte des éléments suivants :

- la nécessité de se doter d'un règlement local de publicité, les règlements locaux des communes de St Brieuc, Plérin et Ploufragan étant devenus caducs depuis le 13 juillet 2022 ;
- se munir de règles qui s'appliquent d'une manière cohérente à un territoire élargi, tout en tenant compte des spécificités de chaque commune, notamment de la ville centre, Saint-Brieuc, ce qui justifie la création de plusieurs zones, tant en matière publicité que d'enseignes ;
- au vu du contexte économique et environnemental local, la volonté de Saint-Brieuc Armor Agglomération d'adopter des règles plus strictes que celles du règlement national de publicité, pour assurer une meilleure protection du cadre de vie, réduire la présence de la publicité, notamment dans les quartiers résidentiels et mieux encadrer les enseignes pour une meilleure préservation des paysages notamment aux entrées de ville ;
- tenir compte des nécessités du développement économiques et de l'information locale, en autorisant les dispositifs publicitaires et d'enseignes compatibles avec la préservation du cadre de vie et les impératifs de la transition écologique et énergétique, s'agissant notamment de l'implantation de mobiliers urbains dans le centre de Saint-Brieuc ;
- prendre en compte le patrimoine architectural et urbain de St Brieuc et de Quintin qui sont classés en site patrimonial remarquable, les abords des monuments historiques ainsi que les sites protégés ;
- réglementer les dispositifs énergivores et sources de pollution lumineuse ;
- permettre un meilleur respect de la réglementation en se dotant de moyens adaptés pour exercer les pouvoirs de police.

C'est un projet qui est en cohérence avec le SCOT du Pays de Saint-Brieuc qui traite notamment des questions paysagères, du projet de territoire de 2018, du Plan Paysage en cours d'élaboration, et des travaux en cours sur l'urbanisme commercial et le PLUi.

J'estime ainsi que ces objectifs du projet répondent bien à la nécessité d'un meilleur respect du cadre de vie, qui est le fondement de la réglementation, mais aussi de la prise en compte des enjeux liés à la transition écologique et énergétique, tout en intégrant les réalités économiques.

Il s'agit en second lieu de savoir si les mesures prévues au projet répondent bien à ces objectifs.

2- Adaptation du projet aux objectifs poursuivis

Cette recherche, peut être examinée au regard des paramètres qui suivent :

- la protection du cadre de vie, du patrimoine naturel et architectural ;
- la transition écologique et énergétique ;
- l'activité économique ;
- la consommation, la santé, l'éducation ;
- la sécurité, les déplacements ;
- la police.

A) La protection du cadre de vie, du patrimoine naturel et architectural

Il s'agit là d'un point essentiel, le fondement de la réglementation sur la publicité, les enseignes et les pré enseignes fixée par les textes étant la protection du cadre de vie, même si ce fondement doit être complété par les exigences actuelles existant en matière de transition écologique et énergétique.

• Les zones protégées

Publicité

Les zones de protection naturelles (sites classés et inscrits, zones Natura 2000, réserve naturelle de la baie de St Brieuc, les espaces naturels sensibles, les espaces boisés classés, les espaces naturels et agricoles situés en agglomération et protégés par le PLUi) font l'objet, pour la publicité, d'un zonage particulier figurant en zone P2, destiné à adapter la réglementation à la protection de ces espaces naturels et agricoles à l'intérieur des espaces agglomérés. Il en est de même des secteurs à patrimoine architectural et urbain (site patrimonial remarquable, abords des monuments historiques) qui sont classés en P2.

J'observe que la protection des paysages et du cadre de vie se traduit essentiellement, dans ces deux zones, par l'interdiction des dispositifs de publicité au sol ou murale et numérique.

Je considère que ces panneaux publicitaires, souvent de grand format ,n'ont pas une place naturelle au regard de la protection du cadre de vie dans ces zones de protection naturelles ou patrimoniales et que le projet de règlement les y interdit à juste titre.

Le classement en zone P2 des abords de la ligne de bus à haut niveau (TEO) mérite une attention particulière. Ce classement interdit toute publicité au sol, murale ou numérique. Le rapport de présentation indique que cette zone « *correspond à la zone de patrimoine architectural* » ; qu'il s'agit d'un secteur de la ville remarquable par la « *qualité des aménagements urbains, des caractéristiques urbaines ou de la nature de son architecture* ».

Cette disposition est contestée par des professionnels de l'affichage qui considèrent qu'il y a là une distorsion de concurrence dans la mesure où le mobilier urbain, lui, y est admis.

Le maître d'ouvrage estime que la qualité des aménagements urbains réalisés aux abords de la ligne de bus à haut niveau de service TEO a transformé les quartiers traversés. Les abords de l'emprise publique de cette ligne justifient d'être identifiés dans cette zone P2.

J'estime que le classement des abords de cette ligne TEO en zone P2 est justifié afin d'être en harmonie avec la qualité des aménagements urbains qui y ont été réalisés et par la volonté d'assurer un meilleur traitement des entrées d'agglomérations.

L'interdiction des dispositifs publicitaires au sol et au mur qui résulte de ce classement, ne portent pas, à mon sens, une atteinte à la concurrence ni à la liberté du commerce ou d'expression, dans la mesure où de tels dispositifs sont autorisés en zone P3 (pour le mural) et en zone P4 et P5 (pour les dispositifs de publicité au sol et mural). Il n'y a donc pas là une interdiction générale et absolue.

Si les dispositifs publicitaires au sol ou muraux sont interdits en zone P1 et P2, comme nous venons de le voir, une dérogation au règlement national de publicité a été introduite dans le projet pour autoriser néanmoins le mobilier urbain en zone P2, en raison de ses « fonctions d'intérêt général ». Il s'agit des abri-voyageurs et des mobiliers urbains pour l'information (MUPI), qui comportent sur une face une information locale et sur l'autre de la publicité.

Alors que la publicité n'est qu'un élément accessoire de ces mobiliers suivant les textes, on ne peut que regretter que la partie information locale soit en général la moins visible, surtout sur les mobiliers urbains pour l'information.

Des sociétés d'affichage ont indiqué qu'autoriser le mobilier urbain en zone P2, alors que les dispositifs publicitaires au sol ou au mur et numériques sont interdits, revenait à attribuer un monopole aux sociétés de mobilier urbain.

Le maître d'ouvrage précise que pour la zone P2, la publicité est interdite, sauf dérogation au règlement national de publicité apportée par le règlement local de publicité intercommunal. Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait le choix de ne réintroduire que le mobilier urbain, les bâches de chantier et les quais de gare. Cette zone correspond à des secteurs à enjeux patrimoniaux ou de qualité urbaine sur St Brieuc, c'est pour cela que le choix a été fait de limiter la publicité.

La zone P2, ainsi d'ailleurs que la P1, correspondent à des secteurs à enjeux naturels ou patrimoniaux.

La présence des dispositifs publicitaires doit naturellement y être limitée.

Je considère que les abris voyageurs, destinés aux usagers des transports collectifs, présentent une utilité collective. La publicité permet de financer la majeure partie d'entre eux (105, sur un total de 129, soit 81%), situé essentiellement sur la ville de Saint-Brieuc. La présence d'informations locales sur ces abris n'est pas non plus à négliger, même si elles ne sont pas aussi visibles du public qu'elles devraient l'être. Ces abris publicitaires font aussi l'objet de contrats en cours dont il est impossible de ne pas tenir compte.

Je recommande toutefois de préciser que l'implantation de ce mobilier urbain en zone P2 devra rester limitée, être justifiée et faire l'objet d'une demande d'autorisation auprès de l'architecte des bâtiments de France.

Enseignes

Les enseignes situées dans les secteurs protégés, qui sont regroupés en zone E1, sont soumises à des règles plus strictes que celles du règlement national de publicité : surface maximale de 2 m² des enseignes scellées au sol de plus de 1m², enseignes numériques interdites sauf en vitrine, oriflammes interdites...

Dans les zones E2 et E3, des règles plus strictes sont aussi édictées : surface maximale de 6 m² et une seule enseigne de moins de 1 m².

Il s'agit là aussi de mesures positives pour la protection du cadre de vie et du patrimoine architectural et urbain dans les zones protégées.

• **Les cônes de vues**

Le projet exclut la publicité des cônes de vue (sur la baie de Saint-Brieuc, les vallées, etc.) ... Les paysages concernés ont été identifiés par le plan paysage élaboré en 2019-2020 par Saint-Brieuc Armor Agglomération.

Si la question des cônes de vue ne concerne pas les dispositifs publicitaires au sol ou sur mur puisqu'ils sont interdits par le projet de règlement en zones P1 et P2 et pour la publicité au sol en P3, il n'en est pas de même pour le mobilier urbain. Celui-ci peut très bien être implanté dans un cône de vue, particulièrement en site patrimonial remarquable.

Le maître d'ouvrage, à la question de savoir pourquoi les cônes de vue du secteur patrimonial remarquable (SPR) de Saint-Brieuc n'ont pas été repérés dans le rapport de présentation du règlement local de publicité intercommunal, répond que c'est parce que leur situation à l'intérieur du SPR implique une absence de publicité. Il n'y avait donc pas lieu de les mentionner. Il ajoute qu'à l'intérieur du SPR, seul le mobilier urbain, les bâches de chantier et la publicité sur domaine ferroviaire sur les quais sont réintroduits. Les cônes de vues sont soumis à cette disposition.

Je recommande de prendre en compte cette exigence en identifiant les cônes de vue, à l'intérieur desquels les dispositifs comportant de la publicité seraient interdits.

- **La notion d'agglomération**

Les communes de Plérin et de Ploufragan sont considérées, dans le projet de RLPI, comme des secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants, entraînant une interdiction de la publicité au sol. Des contributions durant l'enquête ont contesté un tel classement, au motif que la population résultant du dernier recensement de la population était supérieure à 10 000 habitants dans chacune de ces deux communes.

Le maître d'ouvrage précise que c'est l'INSEE qui fixe les IRIS (Ilots regroupés pour l'Information Statistique) de population par commune. L'analyse de la répartition sur Plérin et de Ploufragan ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants sur ces deux communes. Il ajoute que la carte des IRIS sera ajoutée au rapport de présentation et que la demande sera faite à ces communes de prendre un arrêté du maire fixant la population par secteur aggloméré.

Je partage cette analyse du maître d'ouvrage. Je recommande donc la matérialisation de ce classement par un arrêté municipal, pris sur la base des données IRIS de l'INSEE issues du dernier recensement de la population.

- **La dimension des dispositifs publicitaires et enseignes**

Publicité

Le projet prévoit de réduire la surface des dispositifs publicitaires de 12 m² à 10,50 m². A noter que cette dernière surface étant fixée par le règlement national de publicité depuis le 30 octobre 2023, il n'y a pas nécessairement lieu d'introduire une telle disposition dans le règlement local, sauf si elle consiste à réduire cette surface. Un certain nombre de demandes formulées pendant l'enquête préconisaient de retenir 4 m².

L'impact visuel de ces dispositifs de publicité grand format est réel (454 panneaux actuellement au total), particulièrement ceux qui sont installés au sol (328, soit 72%), ceux posés sur mur étant moins nombreux (116).

Ils sont interdits dans les zones protégées P1 et P2. En zone P3 les dispositifs muraux sont autorisés, mais pour une surface limitée à 4m², les dispositifs au sol étant interdits. Par contre en zone P4, qui correspond aux quartiers résidentiels de St Brieuc, les dispositifs au sol et au mur sont autorisés à la surface de 10,50 m².

Concernant la surface maximale des publicités murales en zone P3 fixée à 4 m² dans le règlement local de publicité intercommunal, le maître d'ouvrage signale que les délais nécessaires de transmission à l'instance délibérante du dossier à arrêter le 16 novembre 2023, n'ont pas permis de modifier la surface de 4 m² portée à 4,70 m² par le décret paru le 30 octobre 2023. La modification sera apportée.

Pour la surface des publicités scellées au sol et sur le domaine ferroviaire, dans les zones P4 et P5, fixées à 10,50 m², il indique que le choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération a été de ne pas réduire plus cette surface.

L'interdiction des dispositifs publicitaires au sol et au mur en zones P1 et P2, me semble cohérente avec les impératifs de protection du patrimoine naturel et architectural.

Il me paraît difficile, au regard des considérations économiques, de réduire la surface des dispositifs publicitaires prévue à 10,50 m² alors que, dans le même temps, les dispositifs de publicité au sol sont interdits en zones P1, P2 et P3 et au mur dans les zones P1 et P2.

Je considère toutefois que pour les quartiers résidentiels de Saint-Brieuc (zone P4), si la surface des dispositifs au mur peut en effet être de 10,50 m², compte tenu de leur moindre impact visuel, par contre celle des dispositifs au sol devrait être ramenée à une surface moindre.

Enseignes

Pour les enseignes au sol, le projet limite à 2 m² la surface des enseignes supérieures à 1 m² en zone E1, et à 6 m² pour les zones E2 et E3. Pour celles de moins de 1 m², elles sont limitées en nombre (une seule par établissement).

Il s'agit là d'une mesure adaptée pour limiter l'impact visuel des enseignes au sol.

- **Les dispositifs numériques**

A noter qu'il y en actuellement 6 sur le territoire.

Ils ont fait l'objet de nombreuses observations du public durant l'enquête publique, pour souligner notamment les nuisances visuelles et la pollution lumineuse qu'ils entraînent, particulièrement les dispositifs de grand format (au sol ou au mur). L'exemple du panneau du giratoire de la Croix Saint Lambert a été évoqué. Nous verrons plus loin que ces dispositifs ont aussi été considérés comme contraires à la sobriété énergétique, à la trame noire et accidentogènes pour la circulation automobile. Il a souvent été demandé soit de les interdire soit d'en diminuer le nombre.

De leur côté, les professionnels de la publicité, essentiellement numérique, considèrent que le projet va à l'encontre des libertés du commerce et d'expression, et des règles de concurrence, en excluant la publicité numérique du marché concurrentiel.

Le projet exclut totalement les dispositifs publicitaires numériques dans les zones P1, P2, P3 et P4 ; elle n'est autorisée qu'en zone P 5 (zone d'activité économique de St Brieuc). Le projet de règlement local de publicité intercommunal va ainsi au-delà du règlement national de publicité.

Le maître d'ouvrage précise que les possibilités de mise en place de dispositifs numériques publicitaires sont limitées à 1 seule zone avec une surface réduite de 3/4 par rapport à celle autorisée par le règlement national de publicité

Il ajoute, pour le panneau du giratoire de la Croix Saint-Lambert, qu'il se trouve dans une zone du futur RLPi où le numérique est interdit. Il devra donc être déposé. Celui situé rue Ampère aura sa surface réduite de 8 m² à 2 m². Ce dispositif sera éteint de 22 h à 7 h du matin.

Pour les publicités placées à l'intérieur des vitrines, y compris numériques, au motif d'atteinte au cadre de vie, le maître d'ouvrage indique que la loi Climat et Résilience du 22 août 2022 permet de les réglementer mais pas de les interdire totalement. Le choix a donc été fait de mettre une règle stricte, sans les interdire.

Concernant les enseignes, les dispositifs numériques sont interdits en zone E1 (à l'exception de celles situées à l'intérieur des vitrines), car elles sont « *trop marquantes dans leur environnement* ». Ils le sont aussi dans les zones E2 (ZAE) et E3 (reste du territoire), sauf pour les enseignes qui sont « *apposées sur les équipements publics ou assimilés* » (articles E. 2.4 et E.3.4), avec une surface égale ou inférieure à 12 m².

A noter que le rapport de présentation (page 120) indique, lui, que « *les enseignes numériques sont interdites, à l'exception de celles qui signalent des manifestations touristiques ou culturelles de la collectivité, du fait de leur intérêt général. Cela a pour objectif de limiter leur nombre dans un souci de lutte contre la pollution lumineuse* ».

Le maître d'ouvrage indique que les enseignes numériques sont interdites sur toute l'agglomération, à l'exception de celles qui sont situées sur les bâtiments publics ou assimilés en zones E2 et E3, pour lesquels Saint-Brieuc Armor Agglomération souhaite garder la possibilité de les utiliser comme moyens d'information. SBAA souhaite pouvoir adapter cette règle pour les autoriser sur les bâtiments à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés, afin de mieux répondre aux besoins du territoire, tout en préservant l'objectif de limiter fortement ce type de dispositif.

SBAA souhaite ainsi n'autoriser les enseignes numériques que sur les équipements à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés, dans les zones E2 (zone d'activités économiques) et E3 (reste du territoire).

Je considère que les dispositifs numériques créent une gêne visuelle certaine dans le paysage, que ce soit pour la publicité ou pour les enseignes.

Le projet prend relativement bien en compte cette préoccupation en interdisant les dispositifs publicitaires numériques dans les zones P1, P2, P3, P4, c'est-à-dire les zones protégées, les agglomérations de moins de 10 000 habitants et le secteur résidentiel de St Brieuc. Ces dispositifs

restent autorisés dans la zone d'activités économiques de St Brieuc, un secteur qui peut être considéré comme moins sensible, avec une surface limitée à 2 m², une surface bien inférieure à celle autorisée par le règlement national de publicité. Je note que parmi des grands panneaux de publicité numérique pointés du doigt durant l'enquête publique, celui du giratoire de la Croix-Saint Lambert sera à déposer, et que celui de la rue Ampère sera réduit de 8 à 2 m².

Pour les enseignes numériques, cette préoccupation de pollution lumineuse est aussi intégrée dans le projet, alors que le règlement national de publicité ne fixe aucune règle. Le projet prévoit de les interdire en toutes zones, sauf pour « *les équipements publics ou assimilés* ».

Le maître d'ouvrage souhaite que le règlement soit modifié en n'autorisant les enseignes numériques que « *sur les équipements à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés* ».

On ne voit néanmoins pas très bien ce qui justifie cette exception de n'autoriser ces enseignes numériques que pour les équipements à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés », si ce n'est une sorte de sanctuarisation de deux dispositifs existants. Ces grandes enseignes numériques du fait de leur image animée et de leur surface importante (12 m²) , ne me semblent pas compatibles avec les préoccupations environnementales et de protection du cadre de vie, alors que l'ambition affichée du projet est de réduire la pollution lumineuse.

Pour les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines en zone E.1., je recommande d'en limiter la surface par rapport au règlement national de publicité, aucune disposition ne figurant dans le règlement, alors que leur impact sur le paysage urbain n'est pas neutre.

- **Les dispositifs lumineux**

Le projet de règlement local de publicité intercommunal ne prévoit pas de dispositions particulières concernant la publicité lumineuse C'est le règlement national de publicité qui s'applique. Il en résulte qu'elle n'est pas admise dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elle ne l'est donc qu'à Saint-Brieuc.

La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines est limitée à un dispositif de 1 m².

Aux observations formulées pendant l'enquête qui demandaient d'interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines, y compris numériques, au motif d'atteinte au cadre de vie, le maître d'ouvrage indique que la loi Climat et Résilience du 22 août 2022 permet de les réglementer mais pas de les interdire totalement. Le choix a donc été fait de mettre une règle stricte, sans les interdire.

Les enseignes lumineuses clignotantes sont interdites dans le projet, à l'exception des enseignes des pharmacies et des services d'urgence. Aux observations qui indiquent qu'une croix de pharmacie lumineuse et non animée est parfaitement identifiable et donc suffisante, le maître d'ouvrage a répondu que c'était une règle à envisager.

Enfin, le règlement indique qu'*"Aucune publicité ou enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse ne doit pas être éblouissante."* Le maître d'ouvrage informe que cette disposition sera supprimée.

Pour les enseignes lumineuses situées à l'extérieur des vitrines, situées en zone protégée E1, les l'interdiction des caissons lumineux, au profit d'un éclairage indirect et continu, est de nature à créer une ambiance urbaine plus apaisée.

Ce qui n'est pas le cas des enseignes lumineuses clignotantes qui sont particulièrement agressives dans le paysage. C'est la raison pour laquelle je préconise de les interdire en toutes zones. Pour les pharmacies, un dispositif lumineux est largement suffisant pour signaler leur présence.

- **La densité des dispositifs**

Le projet introduit des règles pour limiter la densité des dispositifs (inter distance à respecter entre les dispositifs) dans les zones P4 (quartiers résidentiels de Saint-Brieuc) et P5 (zone d'activités économiques de St Brieuc).

Ces dispositions contribuent à alléger l'impact visuel des panneaux publicitaires.

- **Les enseignes sur clôtures**

Le règlement national de publicité ne contient aucune disposition sur les enseignes sur clôture ; le projet de règlement local de publicité intercommunal non plus. Or des excès sont constatés particulièrement dans des zones d'activité économique.

Le maître d'ouvrage indique que la proposition de limiter à un dispositif par tranche de 50 ml de façade, avec une surface maximale de 1,50 m², les enseignes sur clôture, pourrait être retenue par SBAA.

Dans un souci de préservation des paysages, je préconise ainsi que le règlement du règlement local de publicité intercommunal fixe des règles pour en limiter le nombre et la surface des enseignes sur clôtures.

- **L'architecture**

Le règlement indique que l'autorisation d'installer une enseigne peut être refusée si, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation, elle porte atteinte à la qualité de la façade.

Le règlement du RLPI indique, pour la publicité murale, qu'un « *dispositif ne peut être apposé à moins de 0,50m de toute arête verticale du mur qui le supporte* ». Cette disposition est justifiée par la volonté de protéger la qualité architecturale des façades, notamment les chaînages d'angle.

Le maître d'ouvrage indique que la proposition de modification suivante présentée durant l'enquête « *un dispositif publicitaire ne peut masquer ni les chaînages d'angles du mur qui le supporte, ni les modénatures des façades* » sera apportée.

Les dispositions générales du règlement visant à respecter l'architecture des bâtiments sont cohérentes avec le souci de préserver le patrimoine architectural et urbain, notamment des sites protégés remarquables. De même que celles qui prévoient de limiter le nombre d'enseignes perpendiculaires et d'harmoniser leur implantation. A noter que le règlement national de publicité interdit le dépassement de la façade par une enseigne.

Par ailleurs, la règle d'interdiction de tout dispositif publicitaire à moins de 0,50m de toute arête verticale du mur qui le supporte devrait être revue dans le sens accepté par le maître d'ouvrage.

- **Les horaires d'extinction**

Le projet prévoit une extinction des dispositifs lumineux entre 22 heures et 7 heures, le règlement national de publicité fixant 1 heure -6 heures.

Le maître d'ouvrage indique que le choix a été fait de maintenir l'éclairage jusqu'à 22 h pour garder une certaine animation, notamment en centre-ville.

Il ajoute que le règlement national de publicité fixe des horaires d'extinction de 1h à 6 h. Le projet de RLPI étend cette plage de 22 h à 7 h, soit 4 heures de plus que le RNP, tout en laissant la possibilité d'allumer 1 h avant l'ouverture et d'éteindre 1h après la fermeture.

Je considère que ces horaires d'extinction prévus au projet, constituent un compromis acceptable entre la préservation du cadre de vie et la prise en compte de l'activité économique, notamment en centre-ville afin d'y maintenir une certaine animation.

B) La transition écologique et énergétique

Bien que cela ne figure pas textuellement comme fondement de la réglementation sur la publicité extérieure, le projet de règlement local de publicité intercommunal doit néanmoins être observé au regard des préoccupations actuelles de transition écologique et énergétique.

Ces préoccupations sont aussi naturellement présentes dans les développements que nous venons de voir, qui sont relatifs à la protection du cadre de vie, du patrimoine naturel, architectural et urbain.

Ce thème de la transition écologique et énergétique apparaît particulièrement dans les dispositifs lumineux, dont le caractère nocif a été, à maintes reprises, souligné durant l'enquête au regard de la sobriété énergétique et de la trame noire (pollution néfaste pour les oiseaux, les insectes et plus largement pour la biodiversité).

Les dispositifs lumineux

Le règlement indique qu'"Aucune publicité ou enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse ne doit pas être éblouissante."

Le maître d'ouvrage répond que cette rédaction est à reprendre.

Cet article du règlement est en effet d'application trop difficile et sujet à trop d'interprétations.

La publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, des personnes durant l'enquête publique ont proposé d'interdire les publicités, y compris numériques, placées à l'intérieur des vitrines.

Le maître d'ouvrage répond que la loi Climat et Résilience du 22 août 2022 permet de les réglementer mais pas de les interdire totalement. Le choix a donc été fait de mettre une règle stricte, sans les interdire.

Dispositifs numériques publicitaires

Ils ont fait l'objet de nombreuses observations du public durant l'enquête publique, pour souligner notamment la pollution lumineuse et son caractère néfaste pour la biodiversité au regard particulièrement de la trame noire.

Le maître d'ouvrage a indiqué que les dispositifs numériques publicitaires sont limités à 1 seule zone avec une surface réduite de 3/4 par rapport à celle autorisée par le règlement national de publicité et que les enseignes numériques sont interdites, sauf pour les équipements publics dans les zones E2 et E3. Il ajoute que le projet de RLPi permet donc de durcir la réglementation actuelle.

Il précise que le panneau rue Croix Saint-Lambert, qui se trouve dans une zone du futur RLPi où le numérique est interdit, devra être déposé. Celui situé rue Ampère aura sa surface réduite de 8 m² à 2 m². Ce dispositif sera éteint de 22 h à 7 h du matin.

Horaires d'extinction

Des demandes sont apparues durant l'enquête pour accroître l'amplitude de la plage horaire d'extinction des dispositifs lumineux.

Le maître d'ouvrage a rappelé le choix qu'il a fait de maintenir de l'éclairage jusqu'à 22 h pour garder une certaine animation, notamment en centre-ville. Il ajoute que le règlement national de publicité fixe des horaires d'extinction de 1h du matin à 6 h. Le projet de RLPi étend cette plage de 22 h à 7 h, soit 4 heures de plus que le RNP, tout en laissant la possibilité d'allumer 1 h avant l'ouverture et d'éteindre 1h après la fermeture.

Je considère que le projet de règlement local de publicité intercommunal a pris en compte des préoccupations environnementales de la manière suivante :

- **des horaires d'extinction (22 h – 7 h) inférieurs de 4 heures à ceux qui sont fixés par le règlement national de publicité ;**
- **une interdiction de la publicité numérique dans toutes les zones, exception faite de la zone P5 (ZAE de St Briec) ;**
- **une limitation de la publicité lumineuse dans les vitrines à un dispositif de 1 m².**
- **une interdiction des enseignes numériques extérieures en zone E1, et en zones E2 et E3 à l'exception des équipements publics ou assimilés (notion remplacée par le maître d'ouvrage dans sa réponse à équipements à vocation culturelle).**
- **une interdiction des caissons lumineux en zone E1, au profit d'éclairages indirects et continus.**

Il me semble toutefois que l'autorisation des enseignes numériques réservée aux équipements publics et assimilés (ou aux équipements à vocation culturelle) dans les zones E2 et E3, comme expliqué plus haut, ne trouve pas de justification acceptable.

Par ailleurs, pour les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines en zone E.1., je recommande d'en limiter la surface par rapport au règlement national de publicité, aucune disposition ne figurant dans le règlement.

Enfin, il conviendrait de diminuer la surface des panneaux au sol en zone P4 (secteur résidentiel de Saint-Briec) par rapport aux 10,50 m² autorisés dans le projet.

Pour les horaires d'extinction des dispositifs lumineux, aller au-delà de 22 h n'apporterait pas grand-chose pour l'activité économique. Par contre ce serait une mesure encore plus néfaste pour la biodiversité (trame noire) et la sobriété énergétique. Les horaires prévus au projet constituent ainsi à mon sens un compromis acceptable.

c) L'activité économique

J'observe que l'activité économique est prise en compte, à différents niveaux, dans le projet :

- la possibilité de maintenir du mobilier urbain en toutes zones, sauf en P1 (sites naturels). En P2, cette possibilité est introduite dans le projet par dérogation au règlement national de publicité, ce qui constitue une mesure importante au niveau économique.
- l'autorisation d'installer des dispositifs de publicité au sol et murale dans les zones P4 (résidentiel St Briec) et P5 (ZAE St Briec) et murale uniquement en zone P3 (agglomérations de moins de moins de 10 000 habitants), et ceci à des dimensions standard.
Je précise, sur ce point, que je préconise néanmoins de réduire la surface des dispositifs au sol, en zone P4 (quartiers résidentiels de Saint-Briec) par rapport à celle qui est prévue au projet, qui est d'ailleurs celle du règlement national de publicité (10,50 m). Cette mesure ne devrait pas pour autant obérer l'activité économique.
- la publicité numérique autorisée en zone P5 (ZAE St Briec) et la publicité lumineuse sur les quais de la gare en zones P2, P4 et P5.
- les enseignes numériques admises dans les vitrines en zone E1, pour lesquelles je préconise néanmoins une réduction de la surface.
- des horaires d'extinction des dispositifs lumineux permettant un déroulement normal des activités économiques et participant à l'animation des centres villes.

Je considère ainsi que le projet, s'il fixe des règles pour encadrer la publicité et organiser le traitement des enseignes dans les centres villes, lieux des commerces et services, et dans les zones d'activités économiques (154 couvrant 1 400 hectares sur le territoire de Saint-Briec Armor Agglomération) plus contraignantes que celles du règlement national de publicité pour les raisons de protection du cadre de vie et environnementales adaptées au territoire, il n'en reste pas moins qu'il reste tout à fait compatible avec un développement normal des activités économiques.

D) Consommation, santé, éducation

Des observations du public ont indiqué qu'il fallait réduire la publicité car elle incite à la surconsommation, est nuisible pour la santé (publicité pour l'alcool, produits alimentaires sucrés, ...) et que les dispositifs numériques perturbent le sommeil.

La proximité de la publicité près des établissements scolaires est aussi jugée, par certaines personnes, néfaste pour la jeunesse. Elles réclament ainsi un rayon d'interdiction autour de ces établissements.

Le maître d'ouvrage précise que l'analyse de l'application du futur RLPi montre que les écoles se situent majoritairement (18 /27) en zone P2 où seule la publicité est admise sur le mobilier urbain. Les 9 autres sont en zone 4 et aucun dispositif n'est recensé dans ces secteurs.

8 mobiliers urbains publicitaires, (4 abris et 4 sucettes) sont à moins de 100 mètres des écoles ; 3 de ces dispositifs sont situés sur d'autres axes et ne sont pas visibles des écoles.

Pour cette raison, il a été décidé de ne pas reconduire cette règle mais cela pourrait faire l'objet d'un nouvel échange politique. Il précise par ailleurs que le code de l'environnement ne réglemente que le support et pas le message qu'il véhicule.

Un règlement de publicité ne régit pas le contenu des dispositifs publicitaires, mais seulement leur nature, leur implantation, leurs dimensions... Mais sans support de publicité, il n'y a pas de publicité.

On ne peut pas ne pas s'interroger sur l'influence que peut avoir la publicité sur les modes de consommation, les comportements, particulièrement vis-à-vis de la jeunesse.

Il conviendrait donc que la question de la présence des mobiliers urbains publicitaires aux abords des établissements scolaires puisse être réexaminée le moment venu.

E) Sécurité, déplacements.

De nombreuses observations ont pointé le caractère dangereux pour la circulation automobile de la présence des dispositifs grand format de la publicité, en particulier numérique, surtout lorsqu'ils sont installés en bordure de giratoires (exemple de celui de la Croix Saint-Lambert à Saint-Brieuc).

Le maître d'ouvrage précise que la sécurité routière n'entre pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

Un règlement de publicité n'a pas à connaître de ces questions de circulation. Ceci étant, j'estime que la présence de dispositifs publicitaires ne présente pas un caractère de dangerosité anormal pour les automobilistes, sauf peut-être les dispositifs numériques qui captent plus l'attention du fait de l'image qui est animée. Les dispositions de l'article R 418-4 du code de la route (« *Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière* ») doivent pouvoir alors s'appliquer.

Il faut préciser que projet n'autorise ces publicités numériques que dans la zone P5 (zone d'activité économique de Saint-Brieuc), pour une surface de 2 m² maximum. Les dispositifs évoqués seront pour l'un déposé (la Croix Saint Lambert), et l'autre verra (rue Ampère) sa surface ramenée de 8 à 2 m².

Concernant les dispositifs qui sont implantés sur le domaine public, particulièrement ceux qui ne sont pas soumis à autorisation, j'estime que des règles devraient être édictées, par une autorité ou par une autre, pour que ces dispositifs ne gênent pas la circulation des piétons sur le domaine public, particulièrement celle des personnes à mobilité réduite.

F) Police

La question des moyens mis en œuvre pour faire respecter le règlement du règlement local de publicité intercommunal a fait l'objet de remarques appuyées durant l'enquête. Il a été en effet observé que les 273 dispositifs publicitaires existant actuellement, illégaux au regard du règlement national de publicité, ne sont pas retirés comme cela aurait dû l'être, ce qui sème un doute sur la capacité à venir des autorités compétentes à faire respecter le règlement. S'y ajoutent les 95 dispositifs publicitaires existants qui ne seront pas en conformité avec le règlement local de publicité intercommunal.

Le maître d'ouvrage a précisé que depuis le 1er janvier 2024, les maires sont compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire, que leur commune soit ou non couverte par un RLP (loi Climat et Résilience du 22 août 2022). La réglementation locale est compliquée à gérer. Les moyens à mettre en œuvre pour les contrôles à effectuer devront faire l'objet d'un accord entre les communes et Saint-Brieuc Armor Agglomération. Il faudra s'appuyer sur le travail réalisé par la ville de Saint-Brieuc sur ce point. Cela nécessitera des moyens humains. Ces moyens feront l'objet d'un débat au sein de Saint-Brieuc Armor Agglomération pour recueillir l'avis de chacune des communes qui auront à se prononcer.

J'estime que si cette question de la police de la publicité ne relève pas directement du projet de règlement local de publicité intercommunal, elle n'en reste pas moins essentielle quant à la crédibilité que ce règlement pourra recevoir dans son application.

Il appartiendra naturellement aux entités qui exerceront cette compétence de se doter des moyens nécessaires pour exercer cette compétence correctement.

Un guide pratique d'application du RLPi serait aussi le bienvenu.

G) Plans

Plans de zonage

Les plans de zonages, du fait de leur grande imprécision, ne permettent pas de déterminer les limites précises de chaque zone, ce qui risque d'entraîner des difficultés dans la compréhension et dans l'application du règlement.

Le maître d'ouvrage indique que tous les plans sont réalisés sur système d'information géographique (SIG) et la précision est à la parcelle. Ils peuvent être consultés sur le site de Saint-Brieuc Armor Agglomération dans le volet RLPi. Il ajoute que des plans A0 sur fond cadastral seront produits.

Pour permettre l'application de ce règlement local de publicité intercommunal, il est indispensable d'utiliser un fond de plan cadastral pour les annexes 2 et de rendre plus lisible l'annexe 4.

Plans des secteurs agglomérés

Pour les secteurs agglomérés, il avait été demandé de s'assurer que les panneaux réglementaires d'entrée et de sortie d'agglomération (EB10 et EB20) soient bien positionnés.

Le maître d'ouvrage répond que l'agglomération et ses limites sont définies par le code de la route. Les données du PLUi (hameaux par exemple) ne sont pas forcément en corrélation avec ces limites. La vérification sera effectuée.

Axes structurants

Il a été suggéré durant l'enquête publique de faire figurer sur les plans la bande de 200 m (40 en agglomération) d'interdiction, prévue par l'article R 418-4 du code de la route, de toute publicité, enseigne ou pré enseigne. Ceci concerne la RN 12, la D222 (rocade sud) et la D700 (sud).

Le maître d'ouvrage répond qu'il y aura lieu de vérifier le classement de ces axes, et, si nécessaire, d'adapter le zonage.

Il avait été aussi remarqué que l'axe structurant de la RN12 avait été inclus dans les secteurs agglomérés des communes de Langueux, St Brieuc et Plérin, ceci en contradiction avec les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et avec le rapport de présentation qui indique que la RN 12 est entièrement située hors agglomération dans les communes traversées.

Le maître d'ouvrage précise que les cartographies seront modifiées.

* *
*

En conclusion, et pour toutes ces raisons, je considère que ce projet de règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération répond bien à la nécessité d'un meilleur respect du cadre de vie, qui est le fondement de la réglementation, mais aussi à la prise en compte des enjeux liés à la transition écologique et énergétique, tout en intégrant les réalités économiques. Les enseignes sont des outils de communication utiles aux commerces et la publicité profite aussi à l'économie locale.

Le projet intègre bien les objectifs d'adapter les règles du règlement national de publicité au contexte local, et de les harmoniser sur le territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération. Il assure une bonne gradation du règlement en fonction des enjeux paysagers et urbains.

Suivant nos conclusions développées ci-dessus par thème, ceci peut être résumé au regard d'un certain nombre de mesures prévues au projet tant pour les dispositifs publicitaires que pour les enseignes.

Publicité

Le projet de règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération entend notamment :

- limiter la densité des publicités pour éviter la multiplication des dispositifs d'affichage, (règles d'inter distance à respecter entre les dispositifs,) notamment aux entrées de l'agglomération briochine (accès depuis la RN 12, rue du Gouëdic, rue de Brest, boulevard de l'Atlantique...);
- supprimer la publicité dans les espaces naturels et la limiter fortement dans les zones de patrimoine architectural et urbain (sites patrimoniaux remarquables de Quintin et de Saint-Brieuc);
- encadrer les dispositifs lumineux : la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines est maintenant prise en compte ;
- maintenir du mobilier urbain dans la zone de patrimoine architectural et urbain, par dérogation au règlement national de publicité, ceci en lien avec la destination d'utilité collective des abris pour voyageurs, avec une surface limitée à 2 m² ;
- réduire de la surface des dispositifs publicitaires sur mobiliers urbains à 2 m² pour toutes les zones ;
- diminuer fortement les dispositifs numériques puisqu'ils ne sont autorisés, pour la publicité, que dans la zone d'activité économique de Saint-Brieuc (zones P5) et pour une surface limitée à 2 m² ;
- respecter l'architecture des bâtiments par la préservation des chaînes d'angle ;

- élargir de 4 heures par rapport au règlement national de publicité, les plages horaires d'extinction (22h00-7h00) des dispositifs lumineux de publicité.

Enseignes

Le projet entend aussi :

- interdire les enseignes numériques dans les zones de protections naturelles et architecturales (zone E1) ;
- respecter l'architecture des bâtiments pour les enseignes (« *une autorisation peut être refusée si l'enseigne, par ses dimensions, ses couleurs, ses matériaux ou son implantation porte atteinte à la qualité de la façade* ») ; harmonisation la hauteur de positionnement des enseignes perpendiculaires et des enseignes à plat ; une seule enseigne par façade et l'enseigne perpendiculaire ne doit pas dépasser le niveau du rez-de-chaussée) ;
- réduire à 1 seule le nombre d'enseignes scellées au sol inférieures à 1 m², et limiter à 6 m² celles qui ont plus de 1 m², alors que la surface maximale autorisée est de 10,50 m² ; il y a aussi des mesures pour harmoniser les enseignes totem et les regrouper ;
- interdire les oriflammes dans les zones de protection naturelles et architecturales (zone E1) ;
- rendre obligatoire le retrait des enseignes, dans un délai de trois mois, lorsque l'activité de l'établissement cesse ;
- élargir de 4 heures par rapport règlement national de publicité, les places horaires d'extinction (22h00-7h00) des enseignes.

Si toutes ces mesures prévues au projet sont recevables au regard des objectifs assignés, d'autres me paraissent comme devant être retirées, modifiées ou complétées, sans préjudice des autres points techniques soulevés pendant l'enquête publique, auxquels il appartiendra au maître d'ouvrage de se prononcer.

Il s'agit des dispositions suivantes :

- le projet ne me semble pas suffisamment prendre en compte les cônes de vue dans la zone de patrimoine architectural (zone P2) vis-à-vis du mobilier urbain.
- les communes de Plérin et de Ploufragan sont considérées, dans le projet de RLPI, comme des secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants, entraînant une interdiction de la publicité au sol, sans qu'aucune disposition ne vienne expliquer cela ; il conviendrait donc qu'un arrêté municipal soit pris, pour chacune de ces communes, fixant la population par secteur aggloméré au vu de la carte des IRIS établie par l'INSEE au titre du dernier recensement de la population.
- les dispositifs publicitaires au sol, prévus à 10,50 m², devraient être ramenée à une surface moindre pour les quartiers résidentiels de Saint-Brieuc (zone P4), compte tenu de leur présence plus importante que la publicité murale dans le paysage urbain.
- l'autorisation d'installer des enseignes numériques pour les « *équipements publics et assimilés* », puis uniquement « *pour les équipements à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés* » suivant la modification envisagée par le maître d'ouvrage, ne me paraît pas justifiée. Ces grandes enseignes numériques de 12 m², du fait du caractère animé de leurs images, sont trop présentes dans le paysage. Elles m'apparaissent ainsi difficilement compatibles avec les préoccupations environnementales et de protection du cadre de vie, alors que l'ambition affichée du projet est de réduire la pollution lumineuse.
- la surface des enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines en zone E.1., devrait être limitée par rapport au règlement national de publicité, aucune disposition ne figurant dans le règlement, alors que leur impact sur l'environnement urbain n'est pas neutre.
- les enseignes lumineuses clignotantes, qui sont particulièrement agressives dans le paysage, devraient être interdites dans toutes zones ; l'exception des pharmacies ne se justifie pas réellement, un dispositif lumineux étant largement suffisant pour signaler leur présence.
- dans un souci de préservation des paysages, le règlement du règlement local de publicité intercommunal devrait fixer des règles pour limiter le nombre et la surface des enseignes sur clôture qui ont tendance à se multiplier, particulièrement dans les zones d'activité économique.
- les limites géographiques des zones figurant sur les plans de zonage (annexes 2) et les plans des secteurs agglomérés (annexe 4) ne sont pas lisibles ; il convient d'utiliser un fond de plan cadastral pour ces annexes, à une échelle correcte.

* *
*

Au vu de mes conclusions, je considère ainsi que ce projet de règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération encadre bien les dispositifs publicitaires et les enseignes, visibles de la voie ouverte à la circulation publique, et assure un juste équilibre entre la préservation du cadre de vie, la prise en compte de la transition écologique et énergétique et le libre exercice des activités économiques. Il préserve bien les centralités qui ont une vocation commerciale ou des enjeux patrimoniaux. Il harmonise les publicités et les enseignes aux caractéristiques du tissu urbain.

J'émet néanmoins les **recommandations** suivantes, telles que je les ai développées dans mes conclusions :

- pour les communes de Plérin et de Ploufragan, matérialiser leur classement en secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants, par un arrêté municipal.
- pour la publicité murale en zone P.4. (quartiers résidentiels de Saint-Brieuc), ramener la surface des dispositifs à une surface moindre que les 10,50 m² prévus au projet.
- interdire les enseignes numériques en zones E2 et E3.
- interdire, en toutes zones, les enseignes clignotantes.
- fixer des règles pour limiter le nombre et la surface des enseignes sur clôtures.
- limiter la surface et le nombre les enseignes numériques situées à l'intérieur des vitrines en zone E.1
- utiliser un fond de plan cadastral lisible pour les annexes 2 (plans des zones) et 4 (plan des secteurs agglomérés).

II- AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Au vu de mes conclusions développées ci-dessus, j'émet donc, en ce qui concerne le projet d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération, **un avis favorable**.

Fait à Saint-Samson-sur- Rance le 15 février 2024

Le commissaire enquêteur.
Michel Fromont



ANNEXES

1. Arrêté du 1^{er} septembre 2023 du président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, prescrivant l'enquête publique
2. Procès-verbal de synthèse et questions du commissaire enquêteur du 25 janvier 2024 et réponse du maître d'ouvrage en date du 7 février 2024 au procès-verbal de synthèse et questions du commissaire enquêteur



SAINT-BRIEUC ARMOR AGGLOMERATION
ARRÊTE N° AG-XX-2023

PORTANT SUR L'OUVERTURE ET L'ORGANISATION DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE A L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE SAINT-BRIEUC ARMOR AGGLOMERATION

Le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération,

VU le code général des collectivités territoriales et notamment son article L.5216-5 ;

VU le code de l'environnement et notamment les articles L.123-1 et suivants, L.581-14-1, et R.123-1 et suivants ;

VU le code de l'urbanisme et notamment les articles L153-11 et suivants ;

VU l'arrêté préfectoral du 02 février 2023 portant modification des statuts de Saint-Brieuc Armor Agglomération ;

VU la délibération DB-100-2020 du conseil d'agglomération du 4 juin 2020 prescrivant l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal ;

VU la délibération DB-074-2023 du conseil d'agglomération du 6 avril 2023 tirant le bilan de la concertation préalable et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ;

VU les avis des personnes publiques associées, des personnes publiques consultées et des 32 communes du territoire ;

VU l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites en date du 13 juillet 2023 ;

VU la délibération DB-251-2023 du conseil d'agglomération du 16 novembre 2023 procédant au deuxième arrêt de projet de Règlement Local de Publicité intercommunal ;

VU la décision de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Rennes en date du 9 juin 2023 désignant M. Michel FROMONT en qualité de commissaire enquêteur ;

VU les pièces du dossier du Règlement Local de Publicité intercommunal soumis à l'enquête publique ;

ARRETE :

ARTICLE 1^{er} : Objet et durée

Il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Saint-Brieuc Armor Agglomération, pour une durée de 33 jours consécutifs, **du lundi 18 décembre 2023 à 9h00 au vendredi 19 janvier 2024 à 17h00.**

ARTICLE 2 : Objectifs du Règlement Local de Publicité intercommunal

Le Règlement Local de Publicité intercommunal vise à définir des règles locales en matière de publicité et d'enseignes qui soient adaptées au contexte du territoire. Il permet de préserver la qualité des paysages et la qualité de vie tout en permettant aux acteurs économiques d'être visibles.

ARTICLE 3 : Nomination du commissaire enquêteur

Par décision en date du 9 juin 2023, le Tribunal Administratif de Rennes a désigné M. Michel FROMONT, en qualité de commissaire enquêteur pour cette enquête.

ARTICLE 4 : Siège et permanences de l'enquête

Le siège de l'enquête est fixé au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, 5 rue du 71ème RI, 22000 ST BRIEUC.

Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations et propositions écrites et orales pendant la durée de l'enquête :

Au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération (5 rue du 71ème RI – 22 000 ST BRIEUC) :

- le lundi 18 décembre 2023 de 9h00 à 12h00 ;
- le vendredi 19 janvier 2024 de 14h00 à 17h00.

En mairie de Quintin (place du Martray – 22 800 QUINTIN) :

- le jeudi 28 décembre 2023 de 9h00 à 12h00

En mairie de Languoux (2 Rue de Brest – 22 360 Languoux)

- le samedi 6 janvier 2023 de 9h00 à 12h00

En mairie déléguée d'Étables – Commune de Binic-Étables sur Mer (1 place Jean Heurtel – 22680 Binic-Étables sur Mer)

- le mercredi 10 janvier 2024 de 9h00 à 12h00

ARTICLE 5 : Composition et consultation du dossier

Le dossier d'enquête publique est constitué des éléments suivants :

- les pièces du projet de RLPi tel qu'arrêté le 16 novembre 2023 ;
- les pièces administratives.

Il comporte notamment le bilan de la concertation ainsi que l'avis des 32 communes, de la CDNPS, des personnes publiques associées et des personnes prévues par les textes ayant demandé à être consultées.

Nonobstant les dispositions du titre Ier du livre III du code des relations entre le public et l'administration, toute personne pourra, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de Saint-Brieuc Armor Agglomération, Direction Urbanisme et Foncier, 5 rue du 71ème RI, 22 000 ST BRIEUC avant l'ouverture de l'enquête publique ou pendant celle-ci.

Pendant toute la durée de l'enquête publique, mentionnée à l'article 1^{er}, le dossier de l'enquête publique sera consultable par le public :

en version numérique sur le site Internet du registre dématérialisé (<https://www.registre-numerique.fr/rloi-sbaa>),

en version numérique sur le site internet de Saint Brieuc Armor Agglomération (www.saintbrieuc-armor-agglo.bzh) ;

en version papier dans les lieux suivants, aux jours et horaires habituels d'ouverture au public :

Lieux	Horaires d'ouverture habituels
Siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération 5 rue du 71ème RI – 22 000 St Brieuc	Du lundi au vendredi de 8h30* à 12h00 et de 13h30 à 17h00
Mairie de Quintin Place du Martray – 22 800 Quintin	- Le lundi, mercredi et vendredi de 9h à 12h30 et de 14h à 17h** - Le mardi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h** - Le jeudi de 9h à 12h30 - Le samedi de 9h à 12h.
Mairie de Binic-Étables sur Mer 1 place Jean Heurtel – 22680 Binic-Étables sur Mer	Du lundi au vendredi de 8h30* à 12h et de 13h30 à 17h
Mairie de Plérin Rue de l'Espérance – 22 193 Plérin	Du lundi au vendredi de 8h30* à 12h et de 13h30 à 17h30 **
Mairie de Trégueux 1 rue de la République – 22 950 Trégueux	Du lundi au vendredi de 8h30* à 12h30 et de 13h30 à 17h30**
Mairie de Langueux 2 Rue de Brest – 22 360 Langueux	Du lundi au vendredi de 8h30* à 12h30 et de 13h30 à 17h00
Mairie de Ploufragan 22 rue de la mairie – 22 440 Ploufragan	Du lundi au jeudi de 8h30* à 12h30 et de 13h30 à 17h - Le vendredi : de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 16h30**.
<i>* Le jour de l'ouverture de l'enquête publique (lundi 18 décembre), les dossiers ne seront disponibles qu'à partir de 9h00 pour les lieux ouverts plus tôt</i>	
<i>** Le jour de la clôture de l'enquête publique (vendredi 19 janvier), les dossiers ne seront plus disponibles après 17h00 pour les lieux fermant plus tard</i>	

Un accès gratuit au dossier est également garanti par un poste informatique qui sera mis à la disposition du public au siège de à Saint-Brieuc Armor Agglomération (5 rue du 71ème RI – 22 000 Saint-Brieuc) aux jours et heures habituels d'ouverture (du lundi au vendredi : de 8h30 à 12h00 et de 13h30 à 17h30) pendant toute la durée de l'enquête publique.

ARTICLE 6 : Observations et propositions du public

Pendant toute la durée de l'enquête, le public pourra formuler ses observations et propositions dans les conditions suivantes :

Par écrit dans le registre numérique disponible à l'adresse suivante : <https://www.registre-numerique.fr/rlpi-sbaa> ou depuis le site de Saint-Brieuc Armor Agglomération. Ce registre consignera l'intégralité des correspondances, observations et propositions reçues selon les différents moyens décrits ci-après.

Par courrier électronique, à l'adresse rlpi-sbaa@mail.registre-numerique.fr. Les observations et propositions du public seront intégrées au registre numérique disponible sur le site du registre dématérialisé et seront jointes au registre papier disponible au siège de Saint Brieuc Armor Agglomération dans les meilleurs délais.

Par courrier à adresser à l'attention de Monsieur le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, A l'attention du commissaire enquêteur en charge du RLPi, Direction Urbanisme et foncier, 5 rue du 71ème RI, 22000 SAINT-BRIEUC. Ces correspondances seront intégrées au registre numérique disponible sur le site du registre dématérialisé et seront jointes au registre papier disponible au siège de Saint- Brieuc Armor Agglomération dans les meilleurs délais.

Par écrit dans les registres sur support papier des 7 lieux d'enquête publique définis à l'article 5 et aux horaires d'ouverture habituels mentionnés à l'article 5. Les observations et propositions du public seront intégrées au registre numérique disponible sur le site du registre dématérialisé dans les meilleurs délais.

Par écrit et par oral auprès du commissaire enquêteur lors de ses permanences définies à l'article 4. Les observations et propositions du public seront intégrées au registre numérique disponible sur le site du registre dématérialisé dans les meilleurs délais.

Conformément à l'article L.123-13 du code de l'environnement, le commissaire enquêteur permettra au public de faire parvenir ses observations et propositions pendant la durée de l'enquête par courrier électronique de façon systématique ainsi que par les autres modalités précisées ci-avant. Les observations et propositions transmises par voie électronique seront accessibles sur le site internet suivant : <https://www.registre-numerique.fr/r/rlpi-sbaa>

Pour être prises en compte, les observations devront être déposées ou transmises entre le lundi 18 décembre 2023 à 9h00 au vendredi 19 janvier 2024 à 17h00 dernier délai.

Les observations déposées seront consultables et communicables, au frais de la personne qui en fait la demande, au tarif de reproduction en vigueur, durant toute la durée de l'enquête.

ARTICLE 7 : Autorité responsable du projet d'élaboration du RLPI

L'autorité responsable du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal est Saint-Brieuc Armor Agglomération (5 rue du 71eme RI, 22000 SAINT-BRIEUC). L'autorité compétente pour ouvrir et organiser l'enquête est le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération (L581-14-1 du code de l'environnement et L.153-19 du code de l'urbanisme).

Toute information relative au projet et à l'organisation de l'enquête publique pourra être demandée auprès de la Direction urbanisme et foncier : urbanisme@sbaa.fr – 02 96 77 60 75

ARTICLE 8 : Clôture de l'enquête

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

Le commissaire enquêteur rencontrera le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, ou son représentant, dans les huit jours après avoir reçu les registres et les documents annexés pour lui remettre un procès-verbal de synthèse des observations. Saint-Brieuc Armor Agglomération disposera d'un délai de 15 jours pour lui faire part de ses observations.

ARTICLE 9 : Rapport et conclusions de l'enquête

Le commissaire enquêteur dispose d'un délai de 30 jours à compter de la date de clôture de l'enquête pour transmettre le dossier, les registres d'enquête et les pièces annexées à ces registres, avec son rapport et ses conclusions motivées à M. le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération, autorité compétente pour organiser l'enquête publique.

Le commissaire enquêteur transmettra simultanément une copie du rapport et des conclusions au Président du Tribunal Administratif de Rennes.

Le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public pendant une durée d'un an à compter de la clôture de l'enquête publique au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération, aux jours et heures habituels d'ouverture. Ces documents seront également consultables sur le site Internet de Saint-Brieuc Armor Agglomération (www.saintbrieuc-armor-agglo.bzh) et sur le site du registre dématérialisé de l'enquête publique (<https://www.registre-numerique.fr/r/rlpi-sbaa>)

ARTICLE 10 : Information du public – Publicité de l'enquête

Un avis d'enquête publique sera :

publié dans les journaux « Ouest-France » et « Le Télégramme » quinze jours au moins avant le début de l'enquête et rappelé de même dans les huit premiers jours de celle-ci. Une copie des avis publiés dans la presse sera annexée au dossier d'enquête avant l'ouverture de l'enquête en ce qui concerne la 1^{ère} insertion et au cours de l'enquête pour la 2^{ème} insertion.

affiché au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération et dans les 32 mairies du territoire, au moins quinze jours avant le début de l'enquête publique et pendant toute sa durée.

mis en ligne sur le site internet de Saint-Brieuc Armor Agglomération (www.saintbrieuc-armor-agglo.bzh) et sur le site du registre dématérialisé (<https://www.registre-numerique.fr/rpi-sbaa>), au moins quinze jours avant le début de l'enquête publique et pendant toute sa durée.

L'accomplissement de ces mesures de publicité fera l'objet d'un certificat établi par le Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

ARTICLE 11 : Décision(s) pouvant être adoptée(s) au terme de l'enquête et autorité(s) compétente(s) pour statuer

A l'issue de l'enquête publique, le dossier de Règlement Local de Publicité intercommunal, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui auront été joints au dossier d'enquête, des observations du public et du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur, sera soumis, au conseil d'Agglomération de Saint-Brieuc Armor Agglomération, qui pourra approuver le projet, après la réunion de la conférence intercommunale en application de l'article L.153-21 du code de l'urbanisme.

ARTICLE 12 : Recours

Le présent arrêté peut faire l'objet, dans les deux mois à compter de l'accomplissement des formalités de publicité :

- d'un recours gracieux adressé à Monsieur le Président, étant entendu que le silence de l'administration de plus de deux mois vaut décision tacite de rejet,
- d'un recours contentieux devant le Tribunal Administratif de Rennes.

ARTICLE 13 : Exécution et copies

En application des articles L.2131-1 et R.2131-1 du code général des collectivités territoriales, le présent arrêté sera également transmis au représentant de l'État dans le département, fera l'objet d'une publication sous forme électronique et sera mis à la disposition du public sur le site internet de Saint-Brieuc Armor Agglomération dans des conditions propres à en assurer la conservation, à en garantir l'intégrité et à en effectuer le téléchargement et ce pendant une durée minimum de deux mois.

Cet arrêté sera affiché pendant un mois au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

Ampliation du présent arrêté sera adressée à :
Monsieur le Préfet du Département des Côtes d'Armor,
Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Rennes,
et à Monsieur le commissaire enquêteur.

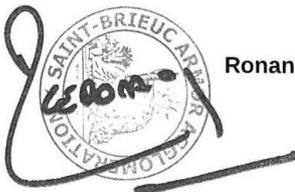
Madame la Directrice Générale des services est chargée de l'exécution du présent arrêté.

Fait à Saint-Brieuc Armor Agglomération,
le

21 NOV. 2023

Le Président,

Ronan KERDRAON

A circular official stamp of Saint-Brieuc Armor Agglomération is visible, partially obscured by a large, stylized signature in black ink that reads 'KERDRAON'.

Département des Côtes d'Armor

Saint-Brieuc Armor Agglomération

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE SAINT-BRIEUC
ARMOR AGGLOMERATION

Arrêté du président en date du 21 novembre 2023

RAPPORT ET CONCLUSIONS DE MICHEL FROMONT COMMISSAIRE ENQUETEUR

PROCES-VERBAL DE SYNTHESE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC
Complété pour constituer le mémoire en réponse de SBAA

Les éléments ajoutés en rouge directement dans le corps du procès-verbal constituent les réponses que SBAA entend apporter aux interrogations et constituent le mémoire en réponse de SBAA.

Ce mémoire en réponse a été transmis le 7 février 2024 au commissaire enquêteur

I- ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE.

Par arrêté en date du 21 novembre 2023, le président de Saint-Brieuc Armor Agglomération a prescrit la présente enquête publique, relative à l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Saint-Brieuc Armor Agglomération, devant se dérouler pendant 33 jours consécutifs, du lundi 18 décembre 2023, 9 heures, au vendredi 19 janvier 2024, 17 heures.

Le commissaire enquêteur a tenu 5 permanences, telles qu'elles étaient prévues dans l'arrêté de mise à enquête :

- au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération le lundi 18 décembre 2023 de 9h00 à 12h00.
- en mairie de Quintin le jeudi 28 décembre 2023 de 9h00 à 12h00.
- en mairie de Languieux le samedi 6 janvier 2023 de 9h00 à 12h00.
- en mairie déléguée d'Etables – Commune de Binic-Etables sur Mer le mercredi 10 janvier 2024 de 9h00 à 12h00.
- au siège de Saint-Brieuc Armor Agglomération le vendredi 19 janvier 2024 de 14h00 à 17h00.

Le commissaire enquêteur a reçu 13 personnes lors de ses cinq permanences soit :

- le lundi 18 décembre 2023 : 1 personne.
- le jeudi 28 décembre 2023 : 2 personnes.
- le samedi 6 janvier 2024 : 4 personnes.
- le mercredi 10 janvier 2024 : 4 personnes.
- le vendredi 19 janvier 2024 : 2 personnes.

Le nombre total des contributions présentées par le public durant l'enquête publique s'est élevé à 51 dont :

- sur le registre numérique : 39
- par courrier électronique : 12

Aucune contribution n'a été portée sur les registres papier. Trois contributions enregistrées sur le registre numérique ont été confirmées par courrier.

A noter que la contribution C19 est vide. Les contributions E25 et E26 concernent des échanges entre une association de commerçants et ses adhérents. La contribution @31 n'a rien à voir avec le sujet de l'enquête Enfin, les contributions @41 et @42 d'une part ainsi que @43 et E44, d'autre part, ont un contenu identique, Il s'ensuit que le nombre réel de contributions contenant observations et propositions s'élève à 45.

Le présent procès-verbal, suivant les dispositions de l'article R123-18 du code de l'environnement, est remis par le commissaire enquêteur au maître d'ouvrage au siège de Saint- Brieuc Armor Agglomération, dans le délai de 8 jours courant à compter de la réception par le commissaire enquêteur des registres d'enquête, soit le jeudi 25 janvier 2024.

Le maître d'ouvrage dispose d'un délai de 15 jours pour produire ses éventuelles observations.

II- SYNTHESE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC

1- @ 1- DELALANDE Jean-Marie Paysages de France (18 /12/2023)

I- Préambule

L'association qualifie de contre-vérités des idées reçues contenues dans les règlements locaux de publicité, dont celui de Saint-Brieuc Armor Agglomération, telles que :

- le RLPI n'a pas vocation à répondre aux enjeux relatifs au changement climatique.
- la publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et les abri-voyageurs.
- l'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme.

- les panneaux de grand format sont indispensables pour la lisibilité des messages.
- on ne peut pas interdire totalement les dispositifs numériques.

II- Principes généraux

1- Mesures positives et négatives

- mesures positives
 - extinction nocturne des publicités et enseignes de 22h à 7 h.
 - limitation du nombre d'enseignes au sol de moins de 1 m².
 - interdiction des enseignes numériques (sauf sur les établissements publics, et au format de 12 m² !).
- mesures négatives
 - publicité de grand format autorisés dans les quartiers résidentiels de Saint-Brieuc.
 - publicité numérique de 8 m² autorisée dans les ZAE de Saint-Brieuc.
 - absence de règles pour les enseignes sur les clôtures.
 - des enseignes numériques derrière les vitrines sur tout le territoire.
 - absence de réglementation des enseignes temporaires.

Préconisations de Paysages de France

Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels liés à la transition écologique ; diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs ; limiter au maximum les dispositifs lumineux et proscrire les numériques.

2- Assurer au mieux l'égalité entre habitants d'un même territoire tout en protégeant l'environnement

Il existe une disparité entre Saint-Brieuc et les autres communes.

Préconisations

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

Le RLPI définit des zones plusieurs zones correspondant à des définitions d'urbanisme ou de protections spécifiques. Il n'y a pas lieu de créer une réglementation similaire pour tous ces secteurs.

- proscrire la publicité scellée au sol là où le RNP l'autorise, ou au moins ne l'admettre que dans des secteurs restreints avec des dimensions maximales de 2m² et de 2 m de hauteur.

Le Code de l'environnement fixe des règles pour ces dispositifs. L'interdiction ou une réduction drastique de surface n'entre pas dans l'esprit du RLPI.

3- Déconstruction des mesures de protection du code de l'environnement

Si le projet autorise, par dérogation à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, la publicité sur le mobilier urbain en zone P2, il semble admettre la publicité sur les murs et au sol.

Préconisations

- interdire toute publicité dans les lieux mentionnés à L. 581-8 du code de l'environnement.

Possibilité offerte par la loi. Choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération de l'utiliser pour d'installer de la publicité dans ces lieux.

- si la dérogation devait être maintenue, interdire la publicité scellée au sol y compris sur mobilier urbain et limiter la publicité murale à 2 m².

Seuls le mobilier urbain, les bâches de chantier et la publicité sur domaine ferroviaire sur les quais sont réintroduits. La précision de l'interdiction pour toute autre publicité sera apportée.

III- Publicité

1- Publicités scellées au sol et sur mur

- Limiter la publicité murale à 4 m² (au lieu de 10,5 m² prévus au projet).
- Interdire la publicité au sol, sauf éventuellement en zone d'activité limitée à 2 m² (comme l'a fait Rennes Métropole à l'intérieur de l'unité urbaine).

2- Horaires d'extinction nocturne peu claires

Adopter les mêmes horaires d'extinction pour le mobilier urbain, s'il est plus étendu que 22h-7h, que pour les publicités lumineuses

3- Bâches de chantier : pollution à grande échelle

Le RNP autorise 50% de la surface pour de la publicité.

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

4- Omniprésence de la publicité sur le mobilier urbain

Cela constitue une atteinte aux paysages, un gêne parfois pour les piétons, provoque du gaspillage énergétique, favorise le réchauffement climatique et incite à la surconsommation.

- Il y a en outre un caractère néfaste du message publicitaire (alcool...).
- 5- Publicité numérique, une faute majeure
Cela va à l'encontre des mesures que les collectivités doivent prendre en matière de transition écologique et de réchauffement climatique.
 - 6- Mobilier urbain comme support publicitaire
Le règlement national de publicité précise que le mobilier urbain peut supporter de la publicité, mais à titre accessoire. Or bien souvent la face réservée à l'information locale est placée hors du champ de vision de l'usager de la voie, celle réservée à la publicité étant, elle très visible.
Il conviendrait dans le règlement du RLPI de rappeler ce caractère accessoire.
 - 7- Publicité sur abris voyageurs : une agression pour les usagers
 - 8- Publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants
Le projet de RLPI autorise la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.
Cette disposition est illégale en vertu des articles R 581-31 et R 581-42 du code de l'environnement.
Préconisations
 - Limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m²
Elle est limitée en toutes zones à cette surface (art. P.2.3, P.3.3, P.4.4, P.5.4).
 - Interdire le numérique
Publicité autorisée uniquement en zone 5 avec un format réduit (2 m²) et une densité spécifique.
 - Limiter la publicité à la face externe des abris voyageurs
L'article R.581-43 autorise l'exploitation commerciale des 2 faces. Une des orientations de Saint-Brieuc Armor Agglomération porte sur ce sujet et plus particulièrement sur le financement du mobilier et des redevances perçues.
 - Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens de la circulation.
L'article R.581-47 autorise l'exploitation commerciale d'une face sur ces dispositifs. Une des orientations de Saint-Brieuc Armor Agglomération porte sur ce sujet et plus particulièrement sur le financement du mobilier et des redevances perçues.
 - Instaurer des règles de densité
Le nombre d'habitants n'est pas forcément en relation avec les besoins de la collectivité
 - Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants tant que le code de l'environnement ne l'autorise pas.
Admis par le décret 2023-1409 du 29 décembre 2023.

IV- ENSEIGNES

1- Des enseignes sur façades démesurées

Le règlement national de publicité impose une règle de pourcentage qui peut aboutir à des enseignes démesurées sur des grands établissements.

Préconisation

Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²

Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m²

Le règlement national de publicité fixe des surfaces en % de surface de la façade commerciale. Saint-Brieuc Armor Agglomération ne souhaite pas être plus contraignante.

2- Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

Ceci lorsqu'une enseigne reste allumée après la fermeture de l'établissement.

Préconisation

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de la fermeture à l'ouverture de l'établissement.

A défaut, extinction de 1 h après la fermeture à 1 h avant l'ouverture.

Le règlement national de publicité prévoit cette règle de 1h avant et 1h après.

SBBA élargit déjà la plage d'extinction fixée par le Code (1h à 6 h) de 22 h à 07H, pour garder une animation dans les rues.

3- Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Elles sont interdites au projet de RLPI, sauf en zones E2 et E3 pour les équipements publics

Préconisation

Interdire les enseignes numériques

A ce jour, il n'y a pas de preuve du fait de leur nature accidentogène.

Elles sont interdites sur toute l'agglomération, à l'exception de celles situées sur les bâtiments publics ou assimilés en zones E2 et E3 pour lesquels Saint-Brieuc Armor Agglomération souhaite garder la possibilité de les utiliser comme moyens d'information. SBAA souhaite pouvoir adapter cette règle pour les autoriser sur les bâtiments à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés, afin de mieux répondre aux besoins du territoire, tout en préservant l'objectif de limiter fortement ce type de dispositif.

4- Des enseignes scellées au sol inutiles

Elles ont un impact fort sur les paysages et leur multiplicité brouillent leur lisibilité. La limitation à 6 m² en zone sE2 et E3 est insuffisante à cet égard.

Préconisation

Interdire ces enseignes sauf si l'enseigne de façade n'est pas visible de la voie publique.

Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait le choix de les limiter à 2 m² en zone 1 et d'harmoniser à 6 m² en zone 2 et 3, sachant que sur Saint-Brieuc, la surface maximale autorisée est de 10,50 m².

5- Enseignes sur clôture : prévenir les abus

Le code de l'environnement laisse la possibilité d'installer des enseignes sur clôtures aveugles, sans limite de surface ni de nombre.

Préconisation

Limiter à un dispositif par tranche de 50 ml de façade, avec une surface maximale de 1,50 m².

Cette imitation pourrait être retenue par SBAA.

6- Des enseignes temporaires à réglementer

Préconisation

Appliquer à ces enseignes les dispositions des enseignes permanentes correspondant à la zone dans laquelle elles sont installées.

Prescription à étudier.

7- Des enseignes temporaires qui durent

Concernent les opérations immobilières.

Préconisation

Appliquer à ces enseignes les dispositions des enseignes permanentes correspondant à la zone dans laquelle elles sont installées.

Ces enseignes temporaires correspondent à un besoin. La simple application de la loi les supprime.

8- Des dispositifs que la collectivité est en droit de réglementer

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 donne la possibilité aux collectivités de réglementer la publicité lumineuse à l'intérieur des vitrines.

Préconisation

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, il faut interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines.

La Loi Climat et Résilience du 22 août 2022 permet de les réglementer mais pas de les interdire totalement. Le choix a donc été fait de mettre une règle stricte, sans les interdire.

Interdire les enseignes numériques

Réglementer ne conduit pas obligatoirement à l'interdiction. Cf. argumentaire ci-avant.

Autoriser seulement les enseignes qui sont éclairées par projection ou par transparence, limitées à 1 m².

Adapter en conséquence le rapport de présentation.

Réglementer ne conduit pas obligatoirement à l'interdiction.

2- @2- CRETUAL Gilles (18/12/2023)

Les moyens de communications numériques sont suffisamment présents aujourd'hui pour assurer la publicité et pour arrêter définitivement tous ces supports d'un autre temps.

De même limiter les enseignes uniquement à celles qui ne débordent pas des façades des commerces ou institutions est suffisant, avec une limitation de l'éclairage nocturne aux seules heures d'ouverture.

Le dépassement de la façade par une enseigne est interdit par le règlement national de publicité.

Pour les horaires d'extinction, le choix a été fait de maintenir de l'éclairage jusqu'à 22 h pour garder une certaine animation, notamment en centre-ville.

3- @3- HOUÉE Anne (19/12/2023)

C'est bien que la réglementation en matière de publicité se fasse au niveau de l'agglomération afin d'harmoniser les pratiques. Il est normal que les entreprises et les commerces utilisent la publicité et les enseignes (y compris

lumineuses) pour se faire connaître. Mais ce sont souvent les publicités de marques et de produits nationaux qui sont plus intrusives.

Les panneaux lumineux installés au bord des ronds-points, le long de zones habitées sont inacceptables et dangereux : ils sont très perturbants visuellement, dans ces lieux de circulation dense, avec des passages piétons et des voies cyclables.

Or il ne me semble pas que le projet de règlement les supprime. Le règlement par zone est insuffisant. Il faudrait donner la possibilité de limiter, voire d'interdire, ce type de panneau pour des raisons de sécurité...

La sécurité routière n'entre pas dans le champ du règlement national de publicité. Ce dernier fixe des horaires d'extinction de 1h du matin à 6 h.

Le projet de RLPi étend cette plage de 22 h à 7 H, soit 4 heures de plus.

Les possibilités de mise en place de dispositifs numériques publicitaires sont limitées à 1 seule zone avec une surface réduite de 3/4 par rapport à celle autorisée par le règlement national de publicité.

Les enseignes numériques sont interdites.

Le projet de RLPi permet donc de durcir la réglementation actuelle.

4- @4- Anonyme (20/12/2023)

Aspects positifs du projet : un RLPi permettra de mieux encadrer les implantations publicitaires, enseignes et pré-enseignes ; le règlement est par ailleurs plutôt pédagogique.

En revanche le projet n'est pas assez volontaire sur l'encadrement des supports lumineux et numériques qui pourtant ont un impact négatif : pollution lumineuse, dangers en matière de sécurité routière, consommation d'énergie...

Les possibilités de mise en place de dispositifs numériques publicitaires sont limitées à 1 seule zone avec une surface réduite de 3/4 par rapport à celle autorisée par le règlement national de publicité.

Les enseignes numériques sont interdites.

Le projet de RLPi permet donc de durcir la réglementation actuelle.

Soumettre la publicité numérique et lumineuse à l'intérieur des vitrines à extinction avec la fermeture du magasin, c'est très bien. Par contre, le projet est peu restrictif sur les publicités et enseignes extérieures, qui sont pourtant celles à l'impact le plus fort :

- au titre de la sécurité routière, les supports numériques et lumineux devraient être interdits aux abords des carrefours et ronds-points car ils distraient le conducteur.

La sécurité routière n'entre pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

- en termes de pollution lumineuse, les publicités sont soumises à extinction entre 22h et 7h mais les enseignes bénéficient de plus de souplesse. Elles devraient, tout comme les supports à l'intérieur des vitrines, être éteintes en dehors des heures d'ouverture.

La démarche est d'appliquer la même règle pour toutes les enseignes, facilitant l'application du RLPi.

Enfin la disposition suivante du règlement est inapplicable : "Aucune enseigne lumineuse ne doit, par son intensité ou le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif ou porter atteinte à l'environnement. L'enseigne lumineuse ne doit pas être éblouissante."

La rédaction est à reprendre.

5- @5- BELEC Vincent (20/12/2023)

Il demande :

- une application de la loi et du règlement local de publicité, sans aucune dérogation, de nombreuses anomalies étant constatées et non corrigées.

L'application de la Loi est de la responsabilité de chaque commune depuis janvier 2024.

- une réduction du nombre d'espaces publicitaires sur la voie publique.

Choix Saint-Brieuc Armor Agglomération de maintenir la possibilité d'installer du mobilier urbain publicitaire sur le domaine public, qui permet notamment l'installation d'abribus.

- une réduction de la taille des espaces publicitaires.

*C'est la nouvelle norme définie par le décret 2023-1007 du 30 octobre 2023.
Choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération de ne pas réduire plus cette surface.*

- une interdiction des panneaux lumineux dédiés à la publicité.

L'interdiction totale serait juridiquement attaquable. Les dispositions mises en place doivent garantir la sécurité juridique du document.

Toutes ces mesures vont dans le sens d'un cadre de vie plus agréable, d'un moindre gaspillage de nos ressources et d'une moindre exposition à des produits ou services nocifs à l'environnement et à la santé.

6- E6- Mme LEBON (20/12/2023)

Interdire la publicité numérique, source de pollution lumineuse et surtout très dangereuse lorsqu'elle se trouve près d'une route ou d'un rond-point. Les images animées sont, elles, source de distraction pour les automobilistes.

Le règlement national de publicité les autorise en les soumettant à certaines prescriptions (autorisation et horaires d'extinction).

Le RLPI élargit les horaires d'extinction et réduit les lieux d'implantation. Il interdit toutes les enseignes numériques, à l'exception de celles situées sur les équipements publics. Le futur RLPI est donc plus strict que la réglementation actuelle.

Aucune publicité aux abords d'établissements scolaires.

Simple avis. Ce n'est pas une orientation retenue par SBAA.

Avancer l'heure d'extinction des publicités.

Le règlement national de publicité fixe des horaires d'extinction de 1h du matin à 6 h. Il laisse la possibilité d'allumer 1 h avant l'ouverture et d'éteindre 1h après la fermeture.

Le projet de RLPI étend cette plage de 22 h à 7 H, soit 4 heures de plus et maintien l'heure de battement avant et après.

7- E7- Groupe Verts, UDB, Gauche citoyenne Saint-Brieuc Armor Agglomération (22/12/2023)

Demande :

- que les horaires d'extinction soient revus et élargis de 21H00 à 07H00 :

Après concertation entre les communes, l'élargissement des horaires a été défini de manière significative, avec 4 heures d'extension de plus par jour qu'au RNP.

- que les enseignes numériques soient interdites.

Elles sont interdites sur toute l'agglomération, à l'exception de celles situées sur les bâtiments publics ou assimilés en zones E2 et E3 pour lesquels Saint-Brieuc Armor Agglomération souhaite garder la possibilité de les utiliser comme moyens d'information. SBAA souhaite pouvoir adapter cette règle pour les autoriser sur les bâtiments à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés, afin de mieux répondre aux besoins du territoire, tout en préservant l'objectif de limiter fortement ce type de dispositif.

Un élargissement des horaires d'extinction et une interdiction des enseignes numériques permettront de lutter contre la consommation et le gaspillage d'énergie, et de lutter contre la pollution lumineuse (trame noire de l'Atlas de la Biodiversité de Saint-Brieuc Armor Agglomération).

8- @8 – VIVARMOR (23/12/2023)

Rapport de présentation

- qualité du travail réalisé par le cabinet d'études.

- 273 dispositifs illégaux au regard du RNP : ceci témoigne du laxisme des années passées dans l'application de la réglementation ; ces dispositifs doivent être mis en conformité ou déposés avant l'entrée en vigueur du RLPI, le délai de 2 et 6 ans ne concernant que les dispositifs impactés par le RLPI.

Règlement

Pour une meilleure compréhension et application du règlement, ne retenir que 3 zones pour la publicité, comme pour les enseignes.

Comme il l'a été précisé au cours de différentes réunions, la réglementation de la publicité est très différente entre Saint-Brieuc et les autres communes. C'est justement pour une facilité d'application que ce choix a été fait.

Enseignes

Article E-A : préciser l'existence du formulaire CERFA 14798-01

Le RLPi n'a pas vocation à reprendre de telles informations.

Article E-F : chevalets apposés sur les trottoirs : doivent faire l'objet d'une autorisation de voirie ; laisser une largeur libre de 1m 40 ; à rentrer lors de la fermeture de l'établissement.

Ces chevalets sont des enseignes installés sur des terrasses concédées.

La réglementation préconisée porte sur des chevalets "publicité".

Article E-I : une croix de pharmacie lumineuse et non animée est parfaitement identifiable et donc suffisante.

Règle à envisager.

Article E-J : adopter une formulation plus simple : « les enseignes et vitrines sont éteintes lors la fermeture de l'établissement » (quel que soit l'activité).

Le règlement national de publicité laisse la possibilité d'allumer 1 h avant l'ouverture et d'éteindre 1h après la fermeture. Saint-Brieuc Armor Agglomération a souhaité maintenir cette disposition.

Article E1-2 : limiter le nombre d'enseigne perpendiculaire à une par établissement.

C'est l'objet de l'art. E.D, à l'exception des établissements multi-services qui peuvent en installer 2.

Publicité

Article P J : abandonner toute notion de publicité lumineuse (gaspiillage d'électricité alors que l'on demande de la sobriété aux citoyens, pollution lumineuse néfaste notamment pour la biodiversité).

Ce n'est pas le choix que SBAA a fait.

Article P4-3, P5-3, P4-8 et P5-8 : pour les publicités scellées au sol et sur le domaine ferroviaire, adopter le format de 4 m² (comme le font beaucoup de villes) au lieu de 10,50 m² qui ne change pas beaucoup par rapport aux 12 m².

Choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération de ne pas réduire plus cette surface.

Article P5-5 : publicités numériques (fussent-elles de 2m²) à interdire ; elles sont énergivores, impact fort sur l'environnement visuel, pollution lumineuse, source de danger pour les automobilistes).

Art. R.418-4 Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. Les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques sont fixées par un arrêté conjoint du ministre chargé de l'équipement et du ministre de l'intérieur.

Sauf erreur, les conditions et normes n'ont pas été fixées.

Le règlement national de publicité les autorise en les soumettant à certaines prescriptions (autorisation et horaires d'extinction).

Le RLPi élargit les horaires d'extinction et réduit le format et lieux d'implantation.

Plans de zonage

Faire figurer sur les plans la bande de 200 m (40 en agglomération) d'interdiction, prévue par l'article R 418-4 du code de la route, de toute publicité, enseigne ou préenseigne. Ceci concerne la RN 12, la D222 (rocade sud) et la D700 (sud).

Vérifier le classement de ces axes.

Si nécessaire, adapter le zonage.

Plans des secteurs agglomérés

S'assurer que les panneaux réglementaires d'entrée et de sortie d'agglomération (EB10 et EB20) seront bien positionnés.

L'agglomération et ses limites sont définies par le code de la route. Les données du PLUi (hameaux par exemple) ne sont pas forcément en corrélation avec ces limites.

La vérification sera effectuée.

Conclusion

La mise en œuvre des amendements ci-dessus devrait à terme améliorer significativement l'aspect paysagé de l'agglomération briochine. Toutefois, il est permis de s'interroger sur les moyens qui seront affectés à sa mise en application sachant qu'actuellement on se satisfait d'une situation où 60 % des dispositifs publicitaires seraient en infraction.

9- E9- MAGUIN Charles Saint Brieuc (4/01/2024)

La publicité est une activité qui participe de manière importante à la trajectoire catastrophique de consommation d'énergie et de ressources et donc émissions de gaz à effet de serre et destruction des écosystèmes pour les activités extractives. Il convient donc de la limiter le plus strictement possible.

Le RLPi réduit fortement les possibilités d'installation de publicité : lieux, surfaces, mode.

Les publicités et affichages numériques (écrans) doivent être interdits : consommation d'électricité inutile pour une telle activité, pollution lumineuse des publicités dans l'espace public, les perturbations sur les humains (troubles du sommeil), sur la faune et la flore urbaines.

Le règlement national de publicité les autorise en les soumettant à certaines prescriptions (autorisation et horaires d'extinction).

Le RLPi augmente les horaires d'extinction et réduit les lieux d'implantation. Il interdit toutes les enseignes numériques, à l'exception de celles situées sur les bâtiments publics ou assimilés en zones E2 et E3 pour lesquels Saint-Brieuc Armor Agglomération souhaite garder la possibilité de les utiliser comme moyens d'information. SBAA souhaite pouvoir adapter cette règle pour les autoriser sur les bâtiments à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés, afin de mieux répondre aux besoins du territoire, tout en préservant l'objectif de limiter fortement ce type de dispositif.

10-@10- RABET Vincent (5/01/2024)

Il faudrait une obligation d'extinction de toutes les enseignes lumineuses dès 21h (hors établissements prioritaires type hôpitaux, cliniques, gendarmeries... et ceux ayant une activité nocturne mais qui seraient tenus à l'extinction dès la fin de leur activité) et des panneaux publicitaires, notamment ceux situés au rond-point des rues Ampère et Croix Saint Lambert, qui sont très agressifs lorsque l'éclairage public est éteint.

Le panneau rue Croix Saint-Lambert se trouve dans une zone du futur RLPi où le numérique est interdit et devra donc être déposé. Celui situé rue Ampère aura sa surface réduite de 8 m² à 2 m². Ce dispositif sera éteint de 22 h à 7 h du matin.

Toutes les entreprises situées le long de la RN12 devraient éteindre les spots ou enseignes qui sont côtés RN afin de ne pas perturber les automobilistes.

Les enseignes sont des outils de communication utiles aux commerces. La sécurité routière n'entre pas dans le champ d'application du Code de l'environnement.

11- @11- LARHANT Rémi (5/1/2024)

Afin de limiter la pollution lumineuse, nocive pour la biodiversité et afin de limiter et le gaspillage d'énergie, les enseignes lumineuses et écrans dans les vitrines devraient être interdites.

La Loi Climat et Résilience du 22 août 2022 permet de les réglementer mais pas de les interdire.

12- @ 12- RICHARD Jean (7/01/2024)

Cette contribution concerne les cônes de vue.

Le projet de RLPI indique qu'«il n'a pas été recensé de dispositifs situés dans les cônes de vue qui, pour leur grande majorité, donnent sur des perspectives situées hors agglomération, où la publicité est interdite. »

Ce constat ne s'appuie que sur le SCOT ou le PLUI. Il ne prend pas en compte la carte des perceptions du patrimoine et des paysages, figurant dans le document du Secteur Patrimonial Remarquable, qui identifie de nombreux cônes de vue à protéger.

Ceci amène deux questions :

- pourquoi les cônes de vue du SPR de Saint-Brieuc n'ont-ils pas été repérés dans le rapport de présentation du RLPi ?

Les cônes de vue du SPR n'ont pas été repris dans le rapport de présentation. En effet, leur situation à l'intérieur du SPR implique une absence de publicité. Il n'y avait donc pas lieu de les mentionner.

- sachant qu'un des enjeux du RLPi est d'exclure la publicité des cônes de vue (page 23 du rapport), est-il prévu d'interdire également les publicités situées dans les cônes de vue du SPR de St Brieuc ?

A l'intérieur du SPR, seul le mobilier urbain, les bâches de chantier et la publicité sur domaine ferroviaire sur les quais sont réintroduits. Les cônes de vues sont soumis à cette disposition.

13- @ 13 - RICHARD Jean (7/01/2024)

Cette contribution concerne les populations agglomérées de Plérin et de Ploufragan.

Le rapport de présentation indique (page 53) que les communes de Plérin et de Ploufragan ont une population supérieure à 10 000 habitants. Mais les différentes agglomérations qui les composent comptant chacune moins de 10 000 habitants, les dispositifs publicitaires dans ces deux communes sont soumis aux règles applicables dans les communes de moins de 10 000 habitants. Cette assertion ne s'appuie sur aucun justificatif qui vienne étayer ces chiffres avec précision.

Ce constat pose deux questions :

- les communes de Plérin et de Ploufragan ont-elles établi des arrêtés municipaux déterminant avec précision la population de chaque agglomération de leur commune respective afin de pouvoir interdire l'installation des publicités scellées au sol ou apposées au sol.

A ce jour, ces arrêtés n'ont pas été pris.

- si les arrêtés municipaux déterminant la population de chaque agglomération des communes de Plérin et de Ploufragan n'ont pas été pris, n'y a-t-il pas un risque de fragilité juridique (recours) des règles du RLPI applicables à ces deux communes ?

L'INSEE fixe les iris de population par commune. L'analyse de la répartition sur ces 2 communes ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants. Les arrêtés seront pris.

14- @ 14 -HERY Goulven (7/01/2024)

Les nouveaux panneaux ultra-lumineux qui apparaissent dans l'agglomération de Saint-Brieuc causent une gêne visuelle, surtout la nuit, et constituent une aberration écologique (consommation d'électricité) et sont en contradiction avec les messages de sobriété énergétique.

Le règlement national de publicité fixe des horaires d'extinction de 1h du matin à 6 h.

Le projet de RLPI étend cette plage de 22 h à 7 H, soit 4 heures de plus.

Les possibilités de mise en place de dispositifs numériques publicitaires sont limitées à 1 seule zone avec une surface réduite de 3/4 par rapport à celle autorisée par le Code de l'Environnement.

Les enseignes numériques sont interdites.

15- E15 - LE BARS Alexandre (08/01/2024)

Même si on peut comprendre qu'il faille communiquer lorsque l'on est commerçant, il faut cependant limiter au maximum les publicités et les enseignes, qu'elles soient lumineuses ou numériques, car elles défigurent nos villes et génèrent de la pollution lumineuse, avec ses effets délétères sur la faune nocturne.

16- E16 – THOISY Sara (09/01/2024)

Il faut réduire drastiquement toutes les publicités sur le territoire de l'agglomération car elles défigurent le paysage et incitent à la surconsommation. Il faut également interdire les publicités et les enseignes numériques, qui consomment énormément d'énergie et créent une véritable pollution lumineuse la nuit, néfaste pour la faune et la flore.

17-E17 - BELGRAND PUIG Virginie pour le compte de la société DECAUX (09/01/2024)

Elle précise que le mobilier urbain n'a qu'une vocation publicitaire accessoire et qu'il doit donc bénéficier d'un traitement distinct, comme d'ailleurs le projet de RLPI le prévoit. Le mobilier urbain étant très réglementé, toute restriction supplémentaire d'un RLPI est surabondante.

Les propositions de modifications du projet au règlement sont les suivantes :

- Article P.C - Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol : ajouter la mention « autre que celle supportée par le mobilier urbain », comme cela est d'ailleurs précisé à l'article P4.3.

La mention « autre que celle supportée par le mobilier urbain » sera ajoutée.

- Article P.E – Surface des dispositifs : lorsque la publicité est supportée par du mobilier urbain, la surface indiquée prend uniquement en compte la surface de l'affiche. Ajouter « ou de l'écran. »

La précision sera apportée.

- Article P.J – Horaires d'extinction : le projet prévoit que les publicités lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 7 heures, exceptées celles supportées par le mobilier urbain qui sont éteintes en même temps que l'éclairage public. Il est proposé pour le mobilier urbain une extinction des publicités lumineuses de 23 heures à 7 heures.

Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait ce choix après concertation entre les communes.

- Glossaire- Colonne culturelle : Élément du mobilier urbain en forme de colonne, qui sert de support à la promotion de spectacles et de films. Un RLPI n'ayant pas à définir le contenu d'un message publicitaire, il convient de supprimer la mention « et de film » et d'ajouter celle-ci : « ou de manifestations culturelles dans les conditions prévues à l'article R. 581-45 du Code de l'environnement. »

La mention « et de film » sera supprimée.

La mention « ou de manifestations culturelles » sera ajoutée.

18- E-18- DOUMER Charles-Henry, représentant l'Union de la Publicité Extérieure (9/01/2024)

Il exprime son inquiétude sur ce projet de RLPI, qui doit concilier les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

Après avoir présenté le secteur de la communication extérieure et rappelé les principes applicables aux RLPI, il expose différentes propositions, en précisant qu'en tout état de cause, elles demeurent plus restrictives que le règlement national de publicité :

- le projet considère que les communes de Plérin et de Ploufragan n'ont pas une population agglomérée de plus de 10 000 habitants, alors que leur population respective s'élève à 14 459 et 11 487 habitants ; il faut justifier cela.

L'INSEE fixe les iris de population par commune. L'analyse de la répartition sur ces 2 communes ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants. Les arrêtés seront pris.

- article PJ-Horaires d'extinction.

Il est suggéré que les publicités lumineuses soient éteintes entre 23 h00 et 6h00, et non entre 22h00 et 7h00 comme le prévoit le projet, étant précisé que le règlement national de publicité retient le créneau horaire 1h00-6h00.

Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait ce choix après concertation entre les communes.

Il est demandé aussi de supprimer les dispositions relatives à l'intensité et au contraste des publicités lumineuses comme créant une trop grande insécurité juridique quant à leur application.

Cette disposition sera supprimée.

- publicité et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines : leur surface prévue à 1m² (pour toutes les zones) devrait être portée à 2 m². ; leurs horaires d'extinction devraient se situer entre 23 h00 et 7h00.

La loi climat et Résilience permet de réglementer ces dispositifs. La surface d'1 m² est suffisante pour permettre aux annonceurs de s'exprimer sans trop envahir l'espace. Pour une facilité d'application, les horaires d'extinction sont identiques pour tous les dispositifs lumineux.

- exclure le boulevard de l'Atlantique (passage du TEO) de la zone P2, et l'intégrer dans la zone P4

La qualité des aménagements urbains réalisés aux abords de la ligne de bus à haut niveau de service TEO a et va transformer les quartiers traversés. Les abords de l'emprise publique de cette ligne justifient d'être identifiés dans cette zone P2.

- gare ferroviaire : autoriser des dispositifs publicitaires numériques, visibles de la voie publique, avec un format d'écran de 2 m²

La publicité numérique n'est autorisée qu'en ZP 5, c'est un choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

19- C19 – Anonyme (10/01/2024)

Aucune observation ni courrier joint ne figurent dans cette contribution portée sur le registre numérique.

@20 – DE BRESSY Marie (10/01/2024)

- Interdire toute publicité lumineuse (dite numérique) du fait de la pollution lumineuse, de l'impact énergétique, et de la pollution visuelle.
- Interdire toute publicité sur le domaine public comme sur le domaine privé qui constitue un environnement agressif ; la qualité de vie en ville en sera grandement augmentée.
- diminuer fortement le temps d'illumination des enseignes : les autoriser de 8h à 20h, car au-delà cela devient de la publicité pour les zones commerciales ; avoir une fourchette plus large 8h à 22 h pour les enseignes des centres villes : cela favorise le commerce en centre-ville en limitant l'impact de la pollution lumineuse.
- réglementer les enseignes au sol.

cf. réponses précédentes

21- E21- DEROUILLON-ROISN Philippe à BINIC (10/01/2024)

Il s'est présenté pour rencontrer le commissaire enquêteur à la mairie d'Etable le mercredi après-midi, 10 janvier, comme indiqué sur les avis d'enquête publique affichés à Binic et à Etable. Il a constaté après, sur le site de la consultation, que la permanence du commissaire enquêteur était bien le matin.

Il demande à rencontrer le commissaire enquêteur.

22- @22 - MORIN Frédérique (10/01/2024)

Habitant St Brieuc, elle demande la suppression des écrans de publicités lumineuses, nuisibles pour l'environnement et dangereux pour les conducteurs.

23- @23- COLAS Philippe (11/01/2024)

Il déplore que des panneaux lumineux (publicitaires ou informatifs), des vitrines et des sites soient inondés de lumières bien souvent en continu, 24h sur 24, à un moment où on appelle à la sobriété énergétique. Les éclairages par leds ne changent rien à la question.

Il faut une législation plus rigoureuse, et appliquée, pour aller vers une sobriété énergétique indispensable, comme on le demande au citoyen. Éteignons-les, ou plutôt... ne les installons pas.

24- @24- ARNAUD Gilles de la société AFFIOUEST (11/01/2024)

La publicité par affichage extérieur permet aux annonceurs locaux de tenir informés les habitants de leurs activités et événements. Sur les 536 mobiliers urbains publicitaires du territoire de Saint-Brieuc Armor Agglomération, le mobilier représente 50% des dispositifs. La publicité extérieure est 6 fois moins énergivore que la publicité digitale.

Les remarques et propositions sont les suivantes :

- dans la zone P2, pourquoi la publicité murale ou au sol est-elle interdite, alors que le mobilier urbain est autorisé ? Il y a là une distorsion de concurrence, les titulaires de contrats de mobilier urbain se retrouvant en position de monopole.

Pour la zone P2, la publicité est interdite, sauf dérogation par le RLPi. Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait le choix de ne réintroduire que le mobilier urbain, les bâches de chantier et les quais de gare. Cette zone correspond à des secteurs à enjeux patrimoniaux ou de qualité urbaine sur St Brieuc, c'est pour cela que le choix a été fait de limiter la publicité.

- il est demandé la réintégration des communes de Plérin et de Ploufragan en zone P4, car elles comptent plus de 10 000 habitants chacune.

L'INSEE fixe les iris de population par commune. L'analyse de la répartition sur ces 2 communes ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants.

- la disposition suivante de l'article P.B Publicité murale « Un dispositif ne peut être apposé à moins de 0,50m de toute arête verticale du mur qui le supporte » devrait être remplacée par : « Un dispositif publicitaire ne peut masquer ni les chaînages d'angles du mur qui le supporte, ni les modénatures des façades ».

La modification sera apportée.

25- 26 E25-E26 AMAR Laureen (11/01/2024)

Elle demande le lien fonctionnel nécessaire pour déposer les contributions.

Elle joint une information diffusée aux commerçants de Binic-Étables.

27- E27 – DEROUILLON-ROISN Philippe à BINIC (12/01/2024)

- Il ne suffit pas de réglementer, il faut faire appliquer la réglementation. Qui en sera chargé ? Ce serait mieux que ce soient les maires, eux qui sont à proximité des citoyens.

- La lecture du seul RLPi ne permettra pas de comprendre si l'affichage publicitaire est légal ou pas. Il faudrait qu'un guide, incluant la réglementation nationale, soit réalisé. Exemple de l'énorme enseigne installée sur le parking couvert du Super U de Binic-Etables : est-elle légale ou pas ?

Le guide du ministère de l'environnement est sur le site du ministère.

S'il s'agit de l'enseigne sur la façade de l'établissement, elle est légale.

- Interdire toute publicité énergivore (vidéo, publicité éclairée, publicité déroulante). Cependant les panneaux lumineux comportant exclusivement des informations émanant des collectivités locales, paraissent acceptables. Toutes les enseignes et publicités intérieures doivent être éteintes en dehors des heures d'ouverture, sauf pour les pharmacies et les services d'urgence.
- Pour les panneaux, passer de 12 m² à 10,5 m² est totalement insuffisant ; 8 m² paraissent un maximum. Il aurait fallu adopter la limitation à 4 m² des publicités scellées au sol, comme à Lamballe.

Cf réponses précédentes

28- @28 - HOUZE Jacky (12/01/2024)

- Réduire drastiquement le nombre de panneaux publicitaires sur le territoire de l'agglomération, car ils défigurent le paysage, incitent à la surconsommation, déconcentrent les conducteurs de véhicules.
- Interdire tout support publicitaire dans un rayon d'au moins un kilomètre autour des établissements scolaires (publicité pour l'alcool, paris sportifs en ligne, ...), le contenu des publicités n'étant pas du ressort de la collectivité.
- Interdire les supports publicitaires numériques : gros consommateurs d'énergie, une pollution lumineuse nocturne néfaste à la faune et notamment aux oiseaux nocturnes
- Est-il prévu pour la future réglementation un dispositif de contrôle habilité à vérifier son respect et à sanctionner son non-respect ?
- *Cf réponses précédentes*

29- @29 - TANGUY Jean (12/01/2024)

- Il y a trop de panneaux publicitaires qui entraînent une pollution visuelle, d'autant plus qu'ils sont souvent moches.
- Les écrans numériques sont énergivores et créent une pollution lumineuse pour les oiseaux nocturnes.
- Certains écrans sont dangereux du fait de leur agressivité visuelle (ex : celui qui est implanté au bord du rond-point de la croix-Lambert à St Briec).
- Des contrôles devront être exercés pour vérifier que tous les panneaux autorisés sont bien conformes à la réglementation.
- *Cf réponses précédentes*

30- @30 - TANGUY Marie Noëlle (12/01/2024)

Diminuer les panneaux publicitaires éclairés la nuit dans les zones commerciales, à un moment où on demande aux gens de diminuer leur consommation d'énergie. Il vaut mieux éclairer les entrées des salles publiques jusqu'à 22h -22h30, ainsi que le centre-ville pour plus de fréquentation et plus d'attractivité.

Cf réponses précédentes

31-E31- ABC loterie (13/01/2024)

Rien à voir avec le sujet de l'enquête. Il s'agit d'une publicité pour un loto.

32-@32 RICHARD Jean (13/01/2024)

Cette contribution concerne les chevalets.

- Pourquoi le chevalet est-il qualifié d'enseigne à la page 10 du rapport, alors les textes et les autres dispositions du rapport les qualifie très justement de pré-enseigne ou de publicité ?
Il est qualifié d'enseigne parce qu'posé sur le lieu où est exercée l'activité signalée.
- Pourquoi ne pas nommer « enseigne-chevalet » le dispositif installé dans l'emprise de l'activité signalée et « pré-enseigne-chevalet » celui qui est installé sur le domaine public ?
La précision sera apportée.
- En référence à l'article P.C. relatif à la publicité scellée ou installée au sol, pourquoi illustrer un chevalet double face avec une séparation visible (voir schéma ci-dessus) si celle-ci est interdite ? Est-ce le bon exemple à montrer ?
L'article P.H précise les règles pour les chevalets. Pour éviter toute confusion, la mention « ne concerne pas les chevalets » sera portée dans l'article P.C.

- L'article P.H. limite la publicité sur chevalet à un par voie bordant l'établissement. Pourquoi établir cette règle de densité qui risque d'être moins restrictive que la règle du code de l'environnement (densité définie selon la longueur de la voie bordant l'établissement au lieu de l'unité foncière) ? Ne risque-t-elle pas d'être illégale, le code de l'environnement (article.581-4) disposant que le RLPI définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que ces du RNP ?
Il n'y a pas de densité fixée par le RNP sur le domaine public.
- En zone P.2 la publicité est interdite sur les dispositifs scellés ou posés au sol. Donc les chevalets le sont aussi. Pour quelle raison ?
A vérifier par SBAA
- En zone P3 (agglomérations de moins de 10 000 habitants), les publicités et pré enseignes au sol sont interdites (article R 581-31 code de l'environnement). Donc les chevalets sont interdits. Ceci a-t-il été bien expliqué aux communes concernées ?
Ce point a été abordé lors des différents réunions avec les communes. Une nouvelle information pourra être faite.
- Les règles de densité prévues aux articles P4 et P5 pour les publicités au sol autres que le mobilier urbain sont plus restrictives que celles fixées à l'article PH pour les chevalets. N'y -a-t-il pas confusion entre ces deux règles ?
Les règles fixées s'appliquent sur la domaine privé et non le domaine public.
- Les chevalets ne peuvent être qualifiés que de préenseigne ou de publicité. Or l'article E.F. relatif aux enseignes contient une disposition sur les chevalets. Cela ne va-t-il pas entraîner une confusion ?
A préciser

33- @33 - Richard Jean (14/01/2024)

Cette contribution concerne les enseignes sur clôtures et celles de moins de 1 m² apposées au sol.

- En l'absence de dispositions fixées par le RNP concernant les enseignes sur clôtures, et afin d'éviter leur multiplication, le RLPI ne devrait-il pas instaurer des règles (nombre et surface) ?
- *Ce point n'a pas été abordé et sera à préciser*
- Pour les enseignes de moins de 1 m² scellées ou apposées au sol, ne vaut-il pas mieux remplacer le terme « unité foncière » figurant à l'article E.2.3.par « immeuble ou est exercée l'activité signalée ».
Le Code de l'environnement fait référence à l'unité foncière.

34- @34 - Bourillon Lionel pour Extinction Rébellion (15/01/2024)

- Le RLPI disposera-t-il des moyens suffisants pour faire respecter ses règles, quand on voit le nombre d'infractions au RNP relevés à ce jour et non sanctionnées ?
- Une majorité de citoyens considère qu'il y a "trop de pub" en général.
- La publicité entraîne une pollution visuelle et incite à consommer ; elle est contraire à la recherche de la sobriété énergétique ; elle participe au dérèglement climatique.
- Ce projet de RLPI est un compromis qui bénéficie surtout aux publicitaires. Il faudrait des mesures plus radicales comme certaines villes l'ont fait.

35- @35 - Richard Jean (15/01/2024)

Cette contribution concerne le mobilier urbain.

- La publicité sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques étant interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, n'y a-t-il pas un risque juridique (recours) que le RLPI l'autorise ?
Admis par le décret 2023-1409 du 29 décembre 2023.
- La règle d'interdiction de l'affichage publicitaire supportée par un mobilier urbain s'il est visible d'une voie publique située hors agglomération (article R.581-31 du code de l'environnement) ne pourrait-elle pas être intégrée dans le règlement ?
Le RLPI adapte localement le RNP. Il n'a pas vocation à reprendre les articles.
- Afin d'éviter l'encombrement de l'espace public d'implantations intempestives du mobilier urbain qui peut nuire à la circulation des piétons, ne serait-il pas opportun de réglementer également son installation en le soumettant pour avis, par exemple pour Saint-Brieuc, à la commission accessibilité ?

L'implantation fait l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public. A cette occasion, les normes d'accessibilité sont vérifiées.

36- @36 -RICHARD Jean (16/01/2024)

Cette contribution concerne les limites d'agglomération et entrées de ville.

- Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les dispositifs lumineux scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles de voies publiques situées hors agglomération (article R 581-31 du code de l'environnement).

L'art..581-31 traite des dispositifs non lumineux.

Cette règle s'applique pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

La ville de St Brieuc compte-t-elle faire appliquer cette mesure ? (exemples de panneaux situés sur l'agglomération de St Brieuc mais visibles depuis une voie publique située hors agglomération).

La réglementation sera appliquée par l'autorité compétente mais ce n'est pas du ressort du RLPI.

- Le changement des limites d'agglomération du secteur de la rocade urbaine reliant le giratoire de Carpont au giratoire de Brézillet sur les plans matérialisant les limites d'agglomération, a-t-il pour but de régulariser l'affiche publicitaire du mobilier urbain de la rue Jules Ferry ?

Non c'est un état de fait

- L'axe structurant de la RN12 a été inclus dans les secteurs agglomérés des communes de Languieux, St Brieuc et Plérin, ceci en contradiction avec les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et avec le rapport de présentation qui indique que la RN 12 est entièrement située hors agglomération dans les communes traversées.

Ceci ne risque-t-il pas de fragiliser juridiquement le RLPI ?

Est-ce que cette mesure n'a pas pour but de faciliter l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol le long de saxes structurants, accentuant la dégradation du cadre paysager en entrées de ville ?

Les plans seront modifiés pour exclure les axes concernés des secteurs agglomérés.

- Quelle réponse peut apporter le RLPI pour le panneau publicitaire situé en zone P2 et en entrée de ville, avenue Corneille à St Brieuc ?

La surface sera de 2 m², la hauteur de 3 m et le numérique supprimé.

37- @37 – LAJEANNE William (17/01/2024)

L'interdiction complète de la publicité numérique par les RLPI est légale, dès lors qu'elle a pour finalité la protection du cadre de vie. L'interdiction de la publicité numérique sur l'ensemble du territoire ne porte pas une atteinte injustifiée et disproportionnée à la liberté du commerce et de l'industrie.

Suivant la jurisprudence, dès lors que le RLPI n'interdit pas de manière absolue l'exercice du droit "d'exprimer et de diffuser informations et idées par le moyen de la publicité" prévu à l'article L 581-1 du code de l'environnement, ses dispositions sont légales, nonobstant leur caractère restrictif.

38- @38 - Richard Jean (17/01/2024)

Cette contribution concerne l'information relative à l'enquête publique.

Saint-Brieuc Armor Agglomération a fait le choix d'admettre au sein de son RLPI la publicité dans les lieux d'interdiction énumérés à l'article L.581-8 du code de l'environnement. Ce choix s'est fondé notamment sur la nécessité de maintenir un service permettant d'assurer la protection et le confort des usagers des transports et de relayer les informations municipales auprès de la population.

N'aurait-il pas été opportun alors d'afficher sur le mobilier urbain publicitaire – destiné à cet usage - situé notamment en zone P2, les informations relatives à l'élaboration du RLPI ainsi que les modalités de participation du public ?

Ce n'est pas le choix retenu par Saint-Brieuc Armor Agglomération.

39- @39 - Richard Jean (17/01/2024)

Cette contribution concerne les enseignes temporaires.

En zone P2, selon les règles P.2.2 à P.2.5, seule la publicité supportée par le mobilier urbain, la publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines, la publicité sur bâche de chantier et la publicité sur domaine ferroviaire sont admises.

Les pré enseignes temporaires sont donc interdites en zone P2 dans l'agglomération de Saint-Brieuc. Pourquoi ?

A vérifier par SBAA

Cette règle d'interdiction a-t-elle été bien expliquée aux communes de l'agglomération de Saint-Brieuc comportant des zones P2 ?

A vérifier par SBAA

40- @40- FONTAINE Marianne (18/01/2024)

Il faut réduire les supports de communication et les messages associés, face à l'effondrement de la biodiversité et du dérèglement climatique, à la consommation irraisonnée.

La communication extérieure devrait plutôt être limitée au guidage raisonné des usagers et à la mise en avant des points d'intérêt locaux, dont les entreprises locales, par opposition aux chaînes et marques nationales, internationales et dématérialisées

Le projet de RLPI, présenté comme un engagement fort de la collectivité, est en fait un savant mélange de demi-mesures et de reculs par rapport à la réglementation nationale

41-@41- Conseil Départemental des Parents d'Elèves des Côtes d'Armor (18/01/2024)

Le CDPE 22 (Conseil Départemental des Parents d'Elèves des Côtes d'Armor = FCPE 22) demande l'interdiction de panneaux de publicité dans un rayon de 300 mètres autour des établissements scolaires.

A défaut, elle demande que, dans ce rayon de 300 mètres autour des établissements, une partie des recettes perçues par la collectivité grâce à cet affichage de publicité sur des thématiques spécifiques comme les activités interdites aux mineurs, la malbouffe... soient fléchées vers un fond dédié au financement d'actions éducatives sur ces mêmes thématiques.

Le Code de l'environnement ne réglemente que le support pas le message.

42- @42- Conseil Départemental des Parents d'Elèves des Côtes d'Armor (18/01/2024)

Contribution identique à @41

43- @43- Maître TERTRAIS Grégoire Société d'avocats Atlantic-Juris (18/01/2024)

Il intervient pour le compte du groupe Cocktail Vision.

Un RLPI ne doit pas aller à l'encontre des libertés du commerce et d'expression, ni des règles de concurrence. Le projet de RLPI va à l'encontre de ces principes en excluant la publicité numérique du marché concurrentiel du grand format, en édictant les aux règles suivantes :

- dans 3 (ZP1, ZP3, ZP4) de ces 5 zones, la publicité numérique, dont le grand format, est explicitement interdite.
- dans la ZP2, la publicité numérique est uniquement admise sur les quais de la gare, et sur une surface limitée à 3 m² encadrement compris.
- la ZP5 est circonscrite à la "Zone d'activités de Saint-Brieuc" et la publicité numérique ne peut y dépasser une surface de 2 m² encadrement compris.
- les dispositifs scellés au sol sont interdits sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 30 mètres ; un seul dispositif est autorisé sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 30 mètres et inférieure ou égale à 100 mètres ; un dispositif scellé au sol supplémentaire est admis sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 100 mètres.

Régime applicable à toutes les publicités.

- la publicité lumineuse doit être éteinte entre 22 heures et 7 heures du matin.

- Régime applicable à toutes les publicités lumineuses.*
- le RLPi arrêté prévoit que " La largeur du pied ne peut dépasser le quart de celle du dispositif ».
*La publicité numérique est l'objet d'un article spécifique dans le Code de l'environnement (art. R.581-41).
Le RLPi la réglemente de manière spécifique.*

44- E44 – DURAND Marion (18/01/2024)

Contribution identique à @43

45- @45- RICHARD Jean (18/01/2024)

Cette contribution concerne les enseignes sur façades.

- 1- Est-il opportun de durcir la réglementation au lieu d'appliquer les règles existantes du code de l'environnement, simplement complétées par l'article E.A (possibilité de refuser la demande d'autorisation d'une enseigne si celle-ci porte atteinte à l'environnement), règles qui seraient suffisantes pour parvenir aux orientations prévues pour les enseignes ?
Nous ne comprenons pas la remarque.
- 2- L'activité signalée s'exerçant sur plusieurs étages (et non exclusivement à l'étage), ces enseignes (voir exemple ci-contre : théâtre de la Passerelle à Saint-Brieuc situé en zone E1) seraient-elles conformes à la règle E.1.2 (absence d'enseigne bandeau positionnée au-dessus de la vitrine) bien qu'elles s'insèrent parfaitement dans leur environnement ?
Envisager une règle
- 3- Pour une meilleure lecture du règlement, ne serait-il pas nécessaire de définir dans le glossaire les termes « lambrequin » et « vitrophanie » indiqués dans l'article E.1.2 du règlement ?
La précision sera apportée.
- 4- Les vitrophanies, par définition apposées sur la vitrine, sont-elles interdites en zone E1, car ne respectant pas l'article E.1.2 du règlement (absence d'enseigne bandeau positionnée au-dessus de la vitrine) ou bien sont-elles autorisées car non réglementées ?
Elles sont autorisées car il ne s'agit pas d'enseignes bandeau.
- 5- Les enseignes apposées sur les piliers d'encadrement de la devanture d'un commerce sont-elles interdites en zone E1, car ne respectant pas l'article E.1.2 du règlement (absence d'enseigne bandeau positionnée au-dessus de la vitrine) ou bien sont-elles autorisées car non réglementées ?
Elles sont interdites.
- 6- Pour une meilleure compréhension du règlement, ne convient-il pas de modifier le rapport (ou le règlement) afin d'harmoniser les règles relatives aux enseignes perpendiculaires signalant une activité située à l'étage ?
Article E.1.2 : Les établissements situés en étages se signalent exclusivement par des enseignes sur lambrequins ou des vitrophanies.
- 7- Pour une meilleure compréhension de la règle E.1.2, ne conviendrait-il pas de préciser les prescriptions (ou éventuellement l'absence de prescriptions) pour les activités sans vitrine ?
La précision sera apportée.

46- @46- MAZIC Nathalie représentant le Syndicat National de la Publicité (19/01/2024)

Le projet de RLPi de Saint-Brieuc Armor Agglomération porte une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui n'est pas justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie. Or un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie. Il en ressort les propositions suivantes :

- le RLPi inscrit les communes de Plérin et Ploufragan dans des secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants, ce qui a pour conséquences d'y interdire la publicité scellée au sol et d'y limiter le format des publicités sur support mural à 4,7 m². Il s'agit là d'une erreur de droit. Il est donc demandé une intégration des agglomérations des communes de Plérin et de Ploufragan en ZP4 et ZP5.
L'INSEE fixe les iris de population par commune. L'analyse de la répartition sur ces 2 communes ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants.
- le boulevard de l'Atlantique est classé en ZP2 au projet, au même titre que les sites patrimoniaux remarquables de Quintin et de St Brieuc. La publicité au sol et murale est interdite, alors que celle apposée sur le mobilier urbain est autorisée. Ceci engendre une inégalité de traitement. Il est donc demandé de classer ce boulevard en ZP4.

La qualité des aménagements urbains réalisés aux abords de la ligne de bus à haut niveau de service TEO a transformé les quartiers traversés. Les abords de l'emprise publique de cette ligne justifient d'être identifiés dans cette zone P2.

- le projet indique que les horaires d'extinction des publicités lumineuses sur mobilier urbain sont les mêmes que pour l'éclairage public, ceux-ci étant de 23h à 6h sur la ville de St Brieuc. Il est donc demandé que les horaires d'extinction de la publicité lumineuse soient identiques, le projet prévoyant 22h-7h.
C'est le choix retenu par les communes lors des réunions de travail, sachant que des réflexions sont en cours sur les amplitudes d'éclairage public dans de nombreuses communes.
- supprimer l'alinéa de l'article PJ « *Aucune publicité lumineuse ne doit, par son intensité ou par le contraste excessif de luminosité qu'elle génère, présenter des dangers, causer un trouble excessif, ou porter atteinte à l'environnement.* », les dispositions de l'article R 418-4 du code de la route (« *Sont interdites la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière* ») étant suffisantes.
L'alinéa sera supprimé.
- Concernant la publicité numérique, assurer une parité entre les supports publicitaires.
Le choix de Saint-Brieuc Armor Agglomération a porté sur une diminution très forte de la publicité numérique, quel qu'en soit le support.

47-@47- ROLLAND Hélène (19/01/2024)

L'élaboration du RLPI n'a donné lieu qu'à une seule réunion publique ce qui est trop peu au regard des enjeux du réchauffement climatique et de notre mode de consommation.

La publicité devrait être considérablement réduite.

La réduction de la surface des panneaux publicitaires de 12 m² à 10,5 m² est trop faible.

Éviter les affichages lumineux qui engendrent une pollution visuelle mais aussi une pollution lumineuse, néfaste pour les insectes oiseaux et plus largement pour la biodiversité.

48- @48- RICHARD Jean (19/01/2024)

Cette contribution concerne les enseignes numériques.

1- Les articles E.2.4 et E.3.4 du règlement disposent : « Seules les enseignes numériques apposées sur des équipements publics ou assimilés sont autorisées ».

Ces règles semblent constitutives d'une atteinte au principe d'égalité et peuvent ainsi être considérées comme discriminatoires à l'égard des établissements privés.

Ne serait-il pas préférable d'interdire totalement les enseignes numériques, afin d'éviter tout risque juridique (recours) ?

L'article R.151-28-4° du code de l'urbanisme précise :

« Pour la destination " équipements d'intérêt collectif et services publics " : locaux et bureaux accueillant du public des administrations publiques et assimilés, locaux techniques et industriels des administrations publiques et assimilés, établissements d'enseignement, de santé et d'action sociale, salles d'art et de spectacles, équipements sportifs, lieux de culte, autres équipements recevant du public ; »

Les mentions " équipements d'intérêt collectif et services publics " et « salles d'art et de spectacles et équipements sportifs » seront repris dans les articles.

Comme pour la publicité, la volonté de Saint-Brieuc Armor Agglomération est de maîtriser ces dispositifs. SBAA souhaite faire évoluer cette règle pour n'autoriser les enseignes numériques que sur les équipements à vocation culturelle, qu'ils soient publics ou privés.

2- L'article EH indique que les « surfaces cumulées des enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines et visibles d'une voie ouverte à la circulation publique doivent avoir une surface cumulée inférieure à 1 m² »

Sachant qu'une activité commerciale peut comporter plusieurs vitrines, voire plusieurs devantures, quelle est la base de calcul pour déterminer cette surface cumulée ? Par vitrine ? Par devanture ? Par activité commerciale ?

A préciser

49- @49- RICHARD Jean (19/01/2024)

Cette contribution concerne la surface des publicités murales et scellées au sol.

Comme de nombreuses collectivités (métropole de Grenoble, métropole de Lyon, Morlaix communauté, Lanester, Lons-le-Saunier, etc.) qui ont fait le choix d'imposer un format maximum de 4 m² sur tout leur territoire afin d'apporter une vraie modification des paysages urbains (contrairement au passage de 12 m² à 10,5 m²), ne serait-il pas préférable de réduire à 4 m² la surface unitaire maximale des publicités murales et scellées au sol en zone P4 et P5, c'est à dire sur tout le territoire de l'agglomération (à minima pour la zone P4) ?

Le RLPI adapte localement le Code de l'environnement. L'interdiction ou une réduction drastique de surface n'entre pas dans l'esprit du RLPI.

50- @50- RICHARD Jean (19/01/2024)

Quelles dispositions (actions, moyens, procédures, etc.) ont été mises en place depuis le 1er janvier 2024 pour la mise en conformité de toutes les infractions, afin notamment que ce RLPI ne soit pas simplement considéré comme un moyen de réintroduire la publicité dans les zones protégées ?

Les délais de mise en conformité pour les dispositifs en infraction avec le RLPI sont de 2 ans pour les publicités et de 6 ans pour les enseignes.

Jusqu'au 1^{er} janvier 2024, le pouvoir de police relevait des services de l'État puisque les 3 RLP présents sur le territoire étaient caducs.

La phase actuelle jusqu'au 30 juin 2024 permet à chaque maire de se prononcer sur le maintien de cette compétence ou son transfert au Président de Saint-Brieuc Armor Agglomération.

A l'issue de ce délai, les modalités d'application seront mises en place.

51- @51- LARHER Erwan de SIGNALI SA (19/01/2024)

- Les plans de zonages, du fait de leur grande imprécision, ne permettent pas de déterminer les limites précises de chaque zone.

Tous les plans sont réalisés sur SIG et la précision est à la parcelle. On peut les consulter sur le site de Saint-Brieuc Armor Agglomération dans la volet RLPI.

Des plans A0 sur fond cadastral seront produits.

- Dans les communes de moins de 10 000 habitants, le projet de RLPI maintient le format maximum du règlement national des publicités murales, limité à 4 m², encadrement inclus. Il est demandé de porter le format autorisé hors-tout de 4 m² à 4,70 m², conformément au décret n°2023-1007 du 30 octobre 2023.

Les délais nécessaires de transmission à l'instance délibérante du dossier à arrêter le 16 novembre 2023, n'ont pas permis de modifier la surface de 4 m² portée à 4,70 m² par le décret paru le 30 octobre 2023. La modification sera apportée.

- La publicité scellée au sol est interdite dans le projet de RLPI dans les communes de moins de 10 000 habitants. La loi du 10 juillet 2010 a instauré la possibilité de réintroduire la publicité sur panneaux scellés au sol dans les communes de moins de 10 000 habitants, ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (ce qui est le cas présent), mais ceci seulement dans les zones commerciales exclusives de toute habitation.

Il est demandé la possibilité de réintroduire la publicité sur scellés au sol sur emplacements privés (avec des limitations bien entendu, à définir) dans les zones commerciales qui répondent à ces critères légaux (Plérin, Langueux, Trégueux, Ploufragan notamment).

Ce sont les périmètres définis à l'article L.581-7 du code de l'environnement.

Saint-Brieuc Armor Agglomération n'a pas fait ce choix.

- L'article PB du projet de règlement dispose qu'un dispositif publicitaire ne peut être apposé à moins de 0,50 mètre de toute arête verticale du mur qui le supporte. A remplacer par : un panneau publicitaire mural ne doit pas masquer le chaînage de pierres d'angle d'un mur.

Cette modification sera apportée.

III- QUESTIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

1- Notion d'agglomération

Les communes de Plérin et de Ploufragan sont considérées comme des secteurs agglomérés de moins de 10 000 habitants. Les dispositifs publicitaires situés dans ces deux agglomérations sont alors soumis aux règles applicables dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Questions :

- Justifier le classement des communes de Plérin et de Ploufragan dans la catégorie des communes pour lesquelles la règle applicable est celle des communes comptant moins de 10 000 habitants ?
*L'INSEE fixe les iris de population par commune. L'analyse de la répartition sur ces 2 communes ne fait pas apparaître de secteurs agglomérés comptant plus de 10 000 habitants.
La carte des iris sera ajoutée au rapport de présentation.*
- Un acte administratif est-il nécessaire dans ce cas pour attester de ce classement ? Et si oui, lequel ?
Un arrêté du maire fixe la population par secteur aggloméré. La demande sera faite aux communes concernées.

2- Boulevard de l'Atlantique

Dans la zone P2, la publicité sur sol et murale est interdite alors que le mobilier urbain est autorisé
La zone P2 « correspond à la zone de patrimoine architectural (SPR, abords des MH). » (page 113 du rapport).

Question : qu'est qui justifie que le boulevard de l'Atlantique soit classé en zone P2, au-delà de la qualité des aménagements urbains, des caractéristiques urbaines ou de la nature de son architecture, comme cela est indiqué dans le rapport de présentation ?

La qualité des aménagements urbains réalisés aux abords de la ligne de bus à haut niveau de service TEO a transformé les quartiers traversés. Les abords de l'emprise publique de cette ligne justifient d'être identifiés dans cette zone P2. La mention p.113 sera complétée

3- Dimension des dispositifs

La surface des panneaux de grand format prévues au RLPI, et qui correspondent aux règles fixées dans le RNP, passent de 12m² à 10,50m².

Question :

- pourquoi prévoir une telle disposition dans le règlement du RLPI, puisque la surface de 10,50 m² correspond à celle qui est fixée par le RNP ?
Les délais nécessaires de transmission à l'instance délibérante du dossier à arrêter le 16 novembre 2023, n'ont pas permis de modifier la surface de 12 m² portée à 10,50 m² par le décret paru le 30 octobre 2023. La modification sera apportée.
- préciser pour chaque dimension de panneau de 12 m² et de 10,50 m² à quoi correspond la surface : à celle de l'affiche ou bien à celle de l'encadrement correspondant ?
Cette définition fait l'objet de l'article P.E.

4- Publicité numérique extérieure

Elle est interdite, sauf en zone P5 (ZAE de St Brieuc) et en zone E2 (ZAE) et E3 (reste du territoire) ; elle est néanmoins autorisée pour ces deux dernières zones pour les « équipements publics ou assimilés ».

Question ?

- Qu'est-ce qui justifie que la publicité numérique ne soit autorisée qu'en zone P5 (ZAE de St Brieuc), alors que de tels dispositifs existent déjà dans d'autres endroits (Bd de l'Atlantique ou giratoire de la Croix Saint-Lambert à St Brieuc notamment) ?
*Un des objectifs fixés au RLPI est de réglementer les dispositifs numériques énergivores pour lutter contre la pollution lumineuse et le dérèglement climatique en lien avec le PCAET communautaire adopté le 26 septembre 2019 et le Projet d'Aménagement de Développement Durable du PLUi débattu le 28 novembre 2019.
Une des orientations du RLPI est d'encadrer la publicité numérique (localisation, taille des dispositifs).
Dans son approche de la présence de la publicité numérique sur le territoire (autorisée uniquement à Saint-Brieuc), Saint-Brieuc Armor Agglomération a souhaité ne l'autoriser qu'en zone 5, zones d'activités où son*

impact visuel sera moindre. Les autres zones, par leur qualité urbanistique, architecturale ou résidentielle, ne sont pas à même de voir s'implanter de ce type de dispositifs.

- *Qu'entend-t-on par « équipements publics » ? N'est-ce pas une notion très extensive ?*

L'article R.151-28-4° du code de l'urbanisme précise :

« Pour la destination " équipements d'intérêt collectif et services publics " : locaux et bureaux accueillant du public des administrations publiques et assimilés, locaux techniques et industriels des administrations publiques et assimilés, établissements d'enseignement, de santé et d'action sociale, salles d'art et de spectacles, équipements sportifs, lieux de culte, autres équipements recevant du public ; »

Les mentions " équipements d'intérêt collectif et services publics " et « salles d'art et de spectacles et équipements sportifs » seront repris dans les articles.

SBAA souhaite pouvoir faire évoluer cette règle en intégrant la notion d'établissement à vocation culturelle (qu'il soit public ou privé).

- *Qu'est-ce qui justifie que les enseignes numériques ne soient autorisées que pour les « équipements publics ou assimilés » ?*
- *Comme pour la publicité, la volonté de Saint-Brieuc Armor Agglomération est de maîtriser ces dispositifs. Ne les autorisant que sur des établissements relevant de sa compétence, elle en garde le contrôle entier. SBAA souhaite pouvoir faire évoluer cette règle en intégrant la notion d'établissement à vocation culturelle (qu'il soit public ou privé).*

5- Publicité lumineuse

La seule disposition figurant dans le projet de règlement concerne les heures d'extinction. Donc c'est le règlement national de publicité (R 581-34) qui s'applique : interdiction dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, surface maxi de 8 m² et hauteur de 6 m.

Question : qu'est-ce qui justifie d'autoriser la publicité lumineuse dans la zone P1, P2 et P4 sur les dispositifs au sol et muraux ?

Pour les 3 zones, il s'agit de la publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines. Elle répond à la définition de la loi Climat et Résilience art. 18 :

1o La sous-section 4 de la section 2 est complétée par un article L. 581-14-4 ainsi rédigé :

« Art. L. 581-14-4. – Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.

On peut le réglementer, mais l'interdit

6- Publicité près des établissements scolaires

L'ancien règlement local de publicité de la ville de St Brieuc prévoyait l'interdiction de l'implantation de dispositifs publicitaires dans un rayon donné par rapport aux établissements scolaires.

Question : pourquoi une telle disposition n'a-elle pas été reprise dans le projet de RLPI ?

L'analyse de l'application du futur RLPi montre que les écoles étaient majoritairement (18 /27) en zone P2 où seule la publicité est admise sur le mobilier urbain. Les 9 autres sont en zone 4 et aucun dispositif n'est recensé dans ces secteurs.

8 mobiliers urbains publicitaires 4 abris et 4 sucettes sont à moins de 100 mètre des écoles.

3 de ces dispositifs sont situés sur d'autres axes et non visibles des écoles.

Pour cette raison, il a été décidé de ne pas reconduire cette règle mais cela pourrait faire l'objet d'un nouvel échange politique.

2 Rue Albert Thomas	ZP2	> 100 m		
45 Rue de Penthièvre	ZP4	> 100 m		
1 rue des 3 frères poutrin	ZP2	Abri	70 m	autre axe
4 rue du parc	ZP2	> 100 m		
2 rue de gascogne	ZP4	Abri	70 m	autre axe
Rue kerguelen	ZP4	> 100 m		
2 rue des lycéens martyrs	ZP2	Mupi	90 m	autre axe
7 rue curie	ZP2	> 100 m		
38 rue de cornouailles	ZP4	> 100 m		
16 rue de brest	ZP2	> 100 m		
16 rue St Benoit	ZP2	> 100 m		
Rue roche gautier	ZP4	1 mupi en face	1 abri 110 m entrée	
2 rue colette besson	ZP2	> 100 m		
2 rue balzac	ZP2	1 mupi en face	1 mupi à 100 m entrée	
13 rue guébriant	ZP2	> 100 m		
rue guy ropartz	ZP2	> 100 m		
4 rue du goelo	ZP4	> 100 m		
2 rue octave louis aubert	ZP2	Mupi	90 m	sur axe perpendiculaire
3 rue joliot curie	ZP2	> 100 m		
Rue henri avril	ZP4	> 100 m		
44 rue des merles	ZP2	> 100 m		
4 rue de la corniche	ZP2	> 100 m		
6 rue roger nimier	ZP4	> 100 m		
19 bd carnot	ZP2	Abri	< 100 m	sous réserve de vérification
11 rue de touraine	ZP4	> 100 m		
10 rue baratoux	ZP2	> 100 m		
84 bd hoche	ZP2	> 100 m		
13 rue balzac	ZP2	Abri	devant école	2 doubles

7- Limites de zones

- Ces limites pour la publicité et les enseignes ne sont pas établies avec précision sur les plans par commune (annexes 2), et ne sont pas très lisibles sur les plans des secteur agglomérés (annexe 4).

Question : est-il envisagé d'utiliser un fond de plan cadastral pour les annexes 2 et de rendre plus lisible l'annexe 4 ?

Tous les plans sont réalisés sur SIG et la précision est à la parcelle. On peut les consulter sur le site de Saint-Brieuc Armor Agglomération dans la volet RLPI.

Des plans A0 sur fond cadastral seront produits.

- L'axe structurant de la RN12 a été inclus dans les secteurs agglomérés des communes de Langueux, St Brieuc et Plérin, ceci en contradiction avec les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération et avec

le rapport de présentation qui indique que la RN 12 est entièrement située hors agglomération dans les communes traversées.

Question : est-il envisagé de corriger cela ?

Les cartographies seront modifiées.

8- Non-conformité des dispositifs de publicité

Un certain nombre de dispositifs publicitaires seraient d'ores et déjà illégaux ou devraient être mis aux normes, au regard du RLPI.

Question : quel en est le nombre, quels types de dispositifs sont concernés, et dans quelles communes ?

	ZP 2		ZP 3		ZP 4		ZP5			
	Motif	Nombre	Motif	Nombre	Motif	Nombre	Motif	Nombre		
Lantic	Interdiction	2	Scellés au sol interdits		Surface > à 10,50 m ² Adaptation possible	21	Surface > à 10,50 m ² Adaptation possible	21		
La Harmoye									1	
Quintin		1								
Hillion		2								
Plérin		2								
Saint-Brieuc		44							1	
Total		51							2	
Existant		51							50	34
Solde		0							48	34 (*)

(*) sous réserve du linéaire des unités foncières > à 30 mètres.

9- Police

Saint-Brieuc Armor Agglomération sera chargé d'exercer les pouvoirs de police en matière de publicité et d'enseignes, sauf pour les communes qui souhaiteraient exercer cette compétence.

Question : *quels moyens Saint-Brieuc Armor Agglomération compte-t-elle mettre en œuvre pour exercer cette compétence, étant considéré que déjà 273 dispositifs publicitaires, sans parler des enseignes, sont déjà illégaux au regard du règlement national de publicité, auxquels viendront s'ajouter les dispositifs actuels qui le deviendront au regard du RLPI ?*

A compter du 1er janvier 2024, les maires seront donc compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire que leur commune soit ou non couverte par un RLP (loi Climat et Résilience du 22 août 2022). La réglementation locale est compliquée à gérer. Les moyens à mettre en œuvre pour les contrôles à effectuer devront faire l'objet d'un accord entre les communes et Saint-Brieuc Armor Agglomération. Il faudra s'appuyer sur le travail réalisé par la ville de Saint-Brieuc sur ce point. Cela nécessitera des moyens humains.

Ces moyens feront l'objet d'un débat au sein de Saint-Brieuc Armor Agglomération pour recueillir l'avis de chacune des communes qui auront à se prononcer.

Fait à Saint Samson sur Rance le 25 janvier 2024

Le commissaire enquêteur

Michel Fromont

