



PRÉFET DE LA LOIRE-ATLANTIQUE

Direction Départementale
des Territoires et de la Mer
Réseau Territorial Ouest

Nantes, le 29 OCT. 2019

Affaire suivie par
Corinne LORANGE
Tél : 02.40.11.77.94

*corinne.lorange@loire-
atlantique.gouv.fr*

MAIRIE du POULIGUEN	
Arrivée N° :	
ORIGINAL :	wba
- 4 NOV. 2019	
COPIES ELUS :	COPIES SERVICES :
-	-
-	-

**Le Préfet de la région Pays de la Loire,
préfet de la Loire-Atlantique**

à

**Monsieur le Maire du Pouliguen
17 rue Jules Benoît
44510 LE POULIGUEN**

*En communication à Monsieur le sous-préfet
de Saint-Nazaire*

Objet : Révision du règlement local de publicité (RLP) de la ville du Pouliguen – avis des services de l'Etat

PJ : une annexe technique

Par délibération en date du 29 juillet 2019, le conseil municipal du Pouliguen a arrêté le projet de règlement local de publicité (RLP).

En application des articles L518.14.1 du code de l'environnement et L153.16 du code de l'urbanisme, vous m'avez transmis ce projet le 6 août 2019 en vue de recueillir les avis et observations des services de l'Etat.

La révision du règlement local de publicité est motivée par le souhait de la commune d'adapter le règlement local de publicité qui date de 1994 aux évolutions législatives et réglementaires de la loi Grenelle II, de l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP) et du plan local d'urbanisme approuvés en 2017. Il s'agit également de renforcer la préservation et la valorisation du patrimoine bâti et paysager et d'assurer un équilibre entre la préservation du cadre de vie et le dynamisme économique.

Je vous prie de bien vouloir trouver ci-après les principales remarques des services de l'Etat.

1 - Un rapport de présentation à compléter :

Le rapport de présentation constitue une pièce obligatoire du règlement local de publicité. Il est l'occasion de présenter le diagnostic territorial qui a permis de dégager les objectifs et les orientations mais également d'expliquer les choix du RLP. Si le diagnostic est relativement complet sur la partie de l'état actuel de l'affichage publicitaire, il n'est pas suffisamment

1/4

explicite sur les caractéristiques du territoire sur lequel s'applique le règlement local. Il n'identifie pas explicitement les protections réglementaires existantes sur le territoire, ni les enjeux patrimoniaux et paysagers et du cadre de vie.

Ces éléments sont essentiels pour permettre une bonne compréhension du projet en particulier dans une commune qui présente de forts enjeux patrimoniaux, naturels et paysagers à préserver (sites inscrit et classé, site patrimonial remarquable, site natura 2000...)

- Réintroduction de la publicité dans les périmètres d'interdiction :

Le projet de RLP lève les protections réglementaires liées à l'interdiction de toute publicité en agglomération dans le secteur patrimonial remarquable (SPR) comme le prévoit l'article L581.8 du code de l'environnement. La réintroduction de la publicité en SPR est limitée à certains dispositifs (micro-affichage et chevalets dans le centre-ville).

Cette dérogation ne peut s'envisager que de manière exceptionnelle et elle doit être de ce fait, expressément justifiée dans le rapport de présentation. La possibilité d'admettre des chevalets dans le centre-ville, en tant que publicité, peut poser question sur la rationalisation de l'espace public et par voie de conséquence, sur la prise en compte de l'objectif de préserver et de valoriser le centre-ville et le quai Jules Sandeau. Malgré un format encadré, l'impact de la multiplication des chevalets dans un secteur à fort enjeu patrimonial mériterait d'être étudié en détail.

De façon générale, le rapport devra être complété d'un diagnostic territorial plus précis et d'une analyse suffisante permettant à la fois de dégager de façon affirmée les enjeux et les objectifs en matière de protection du paysage et du cadre de vie et d'étayer l'argumentation des choix retenus.

2 – Une partie réglementaire à clarifier et à préciser

Observations sur le zonage :

Le RLP institue quatre zones distinctes en fonction du zonage préexistant du RLP approuvé le 1^{er} juin 1994 actualisé au regard de l'évolution urbanistique de la commune, du plan local d'urbanisme et de l'aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine. Il est regrettable que le rapport de présentation ne contienne pas d'argumentaire à ce sujet.

Les spécificités du zonage local, en particulier, la prise en compte de tous les lieux interdits à la publicité et des espaces à forts enjeux environnementaux et paysagers ne sont pas décrites. Pour permettre une bonne compréhension, il serait utile d'ajouter au plan de zonage un document annexe où figureraient les différentes zones de protection.

La zone 1 correspondant aux espaces sensibles où toute publicité est interdite, est élargie pour englober des secteurs protégés (en dehors du centre-ville) et une bande d'éloignement de la RD 245 au niveau de la Z.A du Poull Go par souci de valorisation environnementale au regard de la proximité du site classé. Ce choix illustre la volonté de la collectivité de préserver les espaces naturels et sensibles.

La quasi-totalité de la commune est située en agglomération sauf une portion sur le boulevard de l'Atlantique (en rouge sur le plan) et un secteur sur la RD 245 à l'entrée de la commune. Le règlement devrait rappeler les dispositions de l'article L581.7 du code de l'environnement qui interdit toute publicité hors agglomération.

- Clarification et précisions à apporter au règlement écrit

Le règlement comporte pour chaque zone, des règles afférentes par typologie de dispositifs publicitaires et d'enseignes. Certains types de publicité ou d'enseigne ne sont pas régis par le RLP (les publicités temporaires, sur palissades de chantier, sur véhicules publicitaires, les enseignes sur toiture, les enseignes lumineuses...) et sont donc régis par le règlement national de publicité.

Il convient que la commune clarifie sa volonté par rapport aux dispositifs non expressément traités par le RLP, application des règles nationales ou interdiction de ces dispositifs, en le précisant dans le document.

. Enseignes :

Le diagnostic comprend des exemples d'enseignes à valoriser sans que les critères esthétiques ne soient définis et qu'ils ne soient suffisamment traduits en dispositions réglementaires. De manière générale, l'encadrement des enseignes est trop peu développé et non spécifique à chaque zone.

L'installation d'enseignes numériques et en toiture en secteur sensible (site inscrit en Z1) et en particulier en secteur patrimonial remarquable (en Z2) est susceptible de porter atteinte à la qualité du patrimoine bâti. Les enseignes lumineuses en particulier devraient être encadrées au regard des enjeux patrimoniaux et environnementaux. L'harmonisation de l'esthétique des enseignes (taille, forme, saillie, densité, nature, coloris...) participent au maintien de l'architecture du centre-ville ancien.

. Publicité :

La publicité est interdite sous toutes ses formes en zone 1. L'interdiction d'installer tout autre dispositif que ceux cités doit être clairement retranscrite dans le règlement. En cohérence, avec l'objectif d'améliorer la qualité esthétique des dispositifs, le projet aurait pu, outre la prescription d'un format rectangulaire, spécifier l'aspect des dispositifs publicitaires (en n'autorisant les scellés au sol qu'avec un pied unique ou en limitant les coloris).

La publicité est autorisée en zone 3 (zone d'activités économiques du Poull Go). Elle participe au maintien de l'activité économique sur ce secteur. Certaines dispositions réglementaires nécessitent d'être revues conformément au code de l'environnement. C'est le cas pour la publicité murale dans la mesure où la surface hors tout n'est pas précisée. La limitation d'une surface d'affichage à 8 m² n'apparaît pas appropriée pour limiter l'impact visuel du panneau puisqu'elle ne tient pas compte de sa surface dans sa globalité.

C'est également le cas pour la publicité numérique sur le mobilier urbain rue de Cornen et de Malempogne. Cette disposition est illégale dans la mesure où l'article R.581.42 du code de l'environnement interdit la publicité numérique sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elle devra donc être retirée.

En conclusion, le projet de RLP affiche la volonté de préserver les secteurs sensibles et d'améliorer le cadre de vie des habitants par une extension des zones d'interdiction de publicité en zone 1 par rapport au RLP actuel et par un encadrement de la publicité en centre-ville situé en secteur patrimonial remarquable.

L'exhaustivité du diagnostic de l'état actuel de l'affichage l'emporte sur la qualité de l'analyse territoriale et ne permet pas de comprendre aisément la problématique du territoire et de justifier des choix retenus. Le rapport de présentation devra donc être étayé et faire apparaître clairement à l'aune du RLP actuel les orientations et les objectifs et la portée des règles édictées.

Des précisions et des corrections devront être apportées sur la partie réglementaire et notamment sur les enseignes dans l'objectif de protéger et mettre en valeur la qualité du patrimoine.

Par conséquent, j'émet un avis favorable au projet de RLP arrêté par la commune sous réserve de la prise en compte des observations ci-dessus mentionnées notamment sur le besoin d'enrichissement du rapport de présentation et la complétude du règlement.

Par ailleurs, je vous invite à prendre en compte l'annexe technique jointe à ce courrier, dont le contenu est destiné à améliorer la qualité technique et juridique du dossier.

Enfin, je vous rappelle que le présent avis devra être inclus dans le dossier d'enquête publique afin d'être porté à la connaissance du public.

Le PRÉFET,
pour le préfet et par délégation
le secrétaire général


Serge BOULANGER

ANNEXE A L'AVIS DE L'ETAT SUR LE PROJET DE RLP DU POULIGUEN

OBSERVATIONS DETAILLEES COMPLEMENTAIRES

Sur le règlement :

Préambule :

Ajouter dans les liens avec les autres réglementations, le code de l'urbanisme, le code civil.

Recommandation pour une meilleure information du public :

Il serait utile de préciser dans le préambule, les définitions de publicité, de préenseigne et d'enseigne énoncées à l'article L581.3 du code de l'environnement pour une meilleure compréhension du règlement.

Rappeler que la compétence d'instruction et de police de l'affichage extérieure est transférée au maire sur l'ensemble de la commune dès lors que la commune est dotée d'un RLP;

Il manque un rappel sur les formalités administratives :

Détailler les procédures des régimes de déclaration préalable et d'autorisation préalable en fonction du dispositif. Indiquer que la demande d'autorisation est subordonnée à l'accord de l'architecte des bâtiments de France lorsque l'installation est envisagée des immeubles ou lieux protégés (secteur patrimonial remarquable) et accord du préfet de région en site classé.

- Préenseignes dérogatoires (hors agglomération) :

La notion de préenseigne dérogatoire figurant en renvoi doit être complétée. Ces dispositifs concernent les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L581.20 du code de l'environnement. Les conditions d'implantation sont définies à l'arrêté ministériel du 23 mars 2015.

Dispositions générales :

Rappeler qu'en l'absence de dispositions plus restrictives dans le règlement, l'implantation des publicités, préenseignes et enseignes respectera les dispositions du code de l'environnement (article R.581.26 et suivants pour les publicités et préenseignes lumineuses, articles R.581.34 et suivants pour les publicités et préenseignes lumineuses, articles R.581.58 et suivants pour les enseignes).

En l'absence de dispositions relatives à l'entretien des dispositifs, il sera fait application de l'article R.581.24 du code de l'environnement.

Il serait opportun de rappeler, de façon générale, les conditions d'interdiction absolue de la publicité dans les lieux listés à l'article L581.4 du C.E (site classé) et dans les cas prévus à l'article (R.581 .22 du C.E :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution d'énergie électrique, les poteaux de télécommunications, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne,
- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;
- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetières et de jardin public.

Certains dispositifs ne sont pas réglementés alors qu'ils apparaissent dans le lexique et qu'ils figurent dans l'actuel RLP.

- Véhicules publicitaires :

Il n'y a pas de dispositions spécifiques pour les véhicules publicitaires dans le règlement alors qu'ils sont définis dans le lexique. Les véhicules sont utilisés ou fins essentiellement de servir de support à la publicité ou à des préenseignes (R.581.48 du C.E). Les véhicules roulant, ou stationnant en permanence dans des lieux de fort trafic, ne constituant que des préenseignes pour les activités commerciales sont concernés.

Ces véhicules publicitaires ne peuvent circuler dans les lieux interdits à la publicité en application des articles L581.8 et L581.4 du code de l'environnement.

- Palissades de chantier :

La publicité sur les palissades de chantier ne peut être interdite sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés au 1°) et 2°) de l'article L581.8 du C.E (Aux abords des monuments historiques et dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables.

Remarques sur la partie réglementaire :

En toutes zones :

Préciser que les micro-affichages type publicité et les chevalets font l'objet d'une déclaration préalable

- Enseignes :

Préciser que les enseignes font l'objet d'une autorisation préalable. Faire référence aux schémas illustrant les règles page 15 pour les enseignes parallèles au mur

Zone 1 : article 2.1.3.1 : Densité : La limitation à deux enseignes par commerce s'applique-t-elle à chaque façade ou à l'ensemble du commerce ? A préciser.

De façon générale, en matière de surface maximum des enseignes autorisée en façade, lorsque le présent règlement ne propose pas de disposition spécifique plus stricte que le Règlement National de la Publicité, ce dernier s'applique.

Dans les illustrations de bons exemples figurent les enseignes par lettres découpées, il est regrettable que ce critère n'ait pas été traduit dans le règlement.

Il est regrettable que le règlement ne comporte pas de dispositions spécifiques sur le traitement des enseignes lumineuses (notamment numériques) notamment dans l'objectif d'améliorer le cadre de vie.

- Publicités

Article 2.2.2.2 en zone 2 - Article 2.3.2.4 en zone 3 - Article 2.4.2.2 en zone 4 : Publicité de petit format sur devanture commerciales

En application de l'article L581.8.3°) la surface totale ne peut excéder 1/10 de la surface de la devanture dans la limite de 2 m². La surface de 1 m² fixée par le RLP est plus stricte que la réglementation nationale mais il conviendrait de formuler la règle de la façon suivante :
la surface totale ne peut excéder 1/10 ème de la surface de la devanture dans la limite de 1m².

Zone 3 :

- l'article 2.3.2.1 relatif à la publicité scellée ou installée sur le sol limite le nombre de dispositif en fonction du linéaire de façade de l'unité foncière. Elle n'édicte aucune règle pour les dispositifs implantés sur le domaine public.

- Article 2.3.2.2 : La surface d'affichage maximale est de 8 m²
La surface hors tout n'est pas précisée. En l'absence de dispositions applicables, le RNP définit la surface hors tout (encadrement compris) à 12 m².

- article 2.3.2. relatif à la publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence :
La notion de publicité lumineuse et ses catégories de dispositifs, n'est pas suffisamment définie tant dans les dispositions générales que dans le lexique.

- article 2.3.2.1 : relatif à la publicité scellée au sol :
La surface encadrement compris est limitée à 10,50 m². Bien que cette surface soit inférieure aux 12 m² du règlement national de publicité, ce choix n'aura qu'un impact limité.
Le format de 8 m² préconisé à l'article R.581.26 du code de l'environnement serait plus pertinent.

Zone 3 : Article 2.3.2.2 Publicité sur les murs, pignons et façade :

Cet article fixe la surface d'affichage maximale est à 8 m². Il convient de rappeler que la réglementation nationale fixe la surface encadrement compris à 12 m².
Cette règle n'a donc pas d'incidence sur la réduction des format. Elle va juste conduire à épaissir l'encadrement, ce qui a un effet visuel discutable. La surface du panneau encadrement compris devra être précisé.

Zone 3 : Article 2.3.3. : Publicité lumineuse autre qu'éclairée par transparence

Cet article n'autorise visiblement que la publicité numérique sur le mobilier urbain. Or, celle-ci est interdite dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. A supprimer.

Zone 4 : Article 2.4.2.3 - Publicité sur mobilier urbain

Préciser ce qu'il convient d'entendre par dispositifs d'affichage public sur support public.

Lexique :

Ajouter la notion d'enseigne et préenseigne temporaire au sens de l'article R.581.68 à R.581.71 du code de l'environnement.

Les préenseignes temporaires installées hors agglomération relèvent du régime des préenseignes dérogatoires (L.581.19 et R.581.66 du code de l'environnement).

Celles qui sont installées en agglomération respectent les règles applicables à la publicité.

Mobilier urbain : Compléter la définition que le mobilier urbain qui est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers. Il ne peut recevoir de la publicité qu'à titre accessoire.

Cette précision est importante dans la mesure où trois dispositifs de mobilier urbain inventoriés dans le diagnostic ne sont pas réglementaires dans la mesure où ils comportent de la publicité sur les deux faces.

Il conviendrait d'ajouter la liste exhaustive des mobiliers urbains pouvant supporter de la publicité ainsi que les conditions d'installation sont fixées aux articles R.581.42 à R.581.47 du code de l'environnement.

Ajouter la définition de la vitrophanie : dispositif autocollant appliqué sur une vitre considéré comme une enseigne et entrant dans le calcul de surface s'il est collé à l'extérieur de la vitrine.