

Département du Morbihan

Commune de Larmor-Plage

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

Tome 1 : Rapport de présentation



Pré-projet pour la concertation

Table des matières

Table des matières.....	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques	3
I. Introduction.....	4
II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure.....	6
1. Définitions.....	7
a) <i>Le Règlement Local de Publicité.....</i>	<i>7</i>
b) <i>Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement</i>	<i>7</i>
c) <i>La notion de surface unitaire.....</i>	<i>9</i>
d) <i>La notion d'agglomération.....</i>	<i>9</i>
e) <i>La notion d'unité urbaine.....</i>	<i>12</i>
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	12
a) <i>Les interdictions absolues</i>	<i>12</i>
b) <i>Les interdictions relatives.....</i>	<i>15</i>
3. Règles applicables au territoire communal.....	18
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	20
a) <i>L'autorisation préalable.....</i>	<i>20</i>
b) <i>La déclaration préalable.....</i>	<i>20</i>
5. Compétences en matière de publicité extérieure	20
6. Délais de mise en conformité	21
III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure.....	22
1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes.....	22
a) <i>Généralités.....</i>	<i>22</i>
b) <i>Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain</i>	<i>24</i>
c) <i>Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>29</i>
d) <i>Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture.....</i>	<i>34</i>
e) <i>Les publicités et pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.....</i>	<i>37</i>
f) <i>La densité publicitaire.....</i>	<i>37</i>
g) <i>Les bâches publicitaires</i>	<i>39</i>
h) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales.....</i>	<i>41</i>
i) <i>Les dispositifs de dimensions exceptionnelles</i>	<i>43</i>
j) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i>	<i>43</i>
k) <i>Les publicités sur les véhicules terrestres et sur les eaux intérieures</i>	<i>43</i>
l) <i>Les publicités et pré-enseignes lumineuses</i>	<i>45</i>
2. Les enjeux en matière d'enseignes	51
a) <i>Généralités.....</i>	<i>51</i>
b) <i>Les enseignes parallèles au mur.....</i>	<i>54</i>
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur.....</i>	<i>57</i>
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i>	<i>59</i>
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.....</i>	<i>61</i>
f) <i>Les enseignes sur clôture</i>	<i>65</i>
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.....</i>	<i>66</i>
h) <i>Les enseignes lumineuses.....</i>	<i>69</i>
i) <i>Les enseignes temporaires.....</i>	<i>71</i>
IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure.....	74
1. Les objectifs	74
2. Les orientations.....	74
V. Justification des choix retenus	76
1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes.....	76
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	79
VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées.....	83

Table des illustrations photographiques et cartographiques

<i>Agglomérations de la commune de Larmor-Plage</i>	11
<i>Photographies des monuments historiques recensés sur la commune de Larmor-Plage</i>	13
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Larmor-Plage</i>	17
<i>Localisation des publicités et pré-enseignes sur la commune de Larmor-Plage</i>	23
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public</i>	25
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public</i>	26
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches</i>	26
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</i>	27
<i>Abris destinés au public (photos de gauche) et mobiliers d'informations locales (photos de droite) supportant de la publicité à titre accessoire</i>	28
<i>Exemples de publicités et pré-enseigne scellées au sol</i>	29
<i>Publicités scellées au sol ne respectant pas les règles de surface et de hauteur maximales</i>	32
<i>Exemples de publicités scellées au sol de format médian</i>	32
<i>Exemples de pré-enseignes scellées au sol de petit format</i>	33
<i>Publicité scellée au sol en mauvais état d'entretien</i>	34
<i>Exemples de pré-enseignes sur clôture à Larmor-Plage</i>	36
<i>Publicités non conformes car ne respectant pas la règle de surface maximale</i>	36
<i>Publicités et pré-enseignes en densité excessive</i>	39
<i>Exemple de publicités de petit format sur une devanture commerciale</i>	42
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France</i>	46
<i>Exemples de supports publicitaires lumineux recensés à Larmor-Plage</i>	49
<i>Localisation des enseignes sur la commune de Larmor-Plage</i>	53
<i>Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur recensées à Larmor-Plage</i>	55
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée</i>	57
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Larmor-Plage</i>	58
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Larmor-Plage</i>	59
<i>Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Larmor-Plage</i>	61
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Larmor-Plage</i>	62
<i>Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre (photos 1 et 2) et la surface maximale autorisée (photo 3)</i>	64
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol</i> ..	65
<i>Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Larmor-Plage</i>	66
<i>Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Larmor-Plage</i>	67
<i>Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Larmor-Plage</i>	70
<i>Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Larmor-Plage</i>	70
<i>Exemples d'enseignes numériques à Larmor-Plage</i>	71
<i>Plan de zonage « publicité » de la commune de Larmor-Plage</i>	77
<i>Plan de zonage « enseigne » de la commune de Larmor-Plage</i>	82

I. Introduction

La commune de Larmor-Plage regroupe 8 299 habitants¹. Elle se situe dans le département du Morbihan en région Bretagne.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales la possibilité de contrôler et d'harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et pré-enseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation et à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;
- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2017

² L'article L. 581-1 du Code de l'Environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes

⁴ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux pré-enseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'Environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 janvier 2021⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des RLP. Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1^{er} du Code de l'Urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du Code de l'Environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP⁶ puisque l'article L. 581-14 du Code de l'Environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de PLU, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Larmor-Plage disposant de la compétence en matière de PLU⁷, l'élaboration ou la révision des Règlements Locaux de Publicité lui revient.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- **la partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- **le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

⁵ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement

⁶ Article L. 581-14 du Code de l'Environnement

⁷ Article L. 5219-5 alinéa I du Code Général des Collectivités Territoriales

II. Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le Code de l'Environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du Code de l'Environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, etc.

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires telles le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, etc.).

Le Code de l'Environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux maires des communes concernées par le RLP⁸. Le maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁹.

Le Code de l'Environnement renvoie également aux dispositions du Code de la Route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R. 418-1 à R. 418-9 du Code de la Route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et pré-enseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

Enfin, il existe d'autres dispositions du même Code de l'Environnement précisant les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

⁸ Article L. 581-14-2 du Code de l'Environnement

⁹ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'Environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement

*Constitue **une publicité**¹¹, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.*

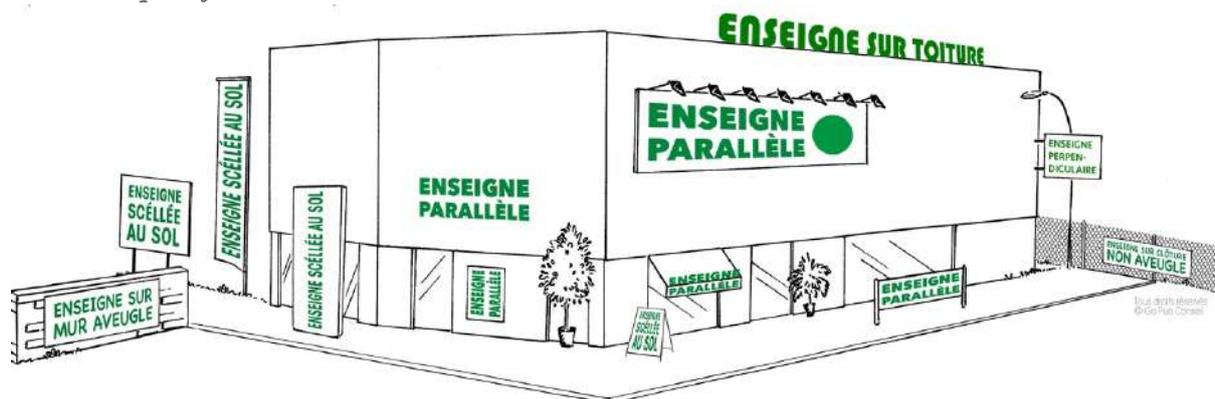


En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'Environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹¹ Article L. 581-3 alinéa 1 du Code de l'Environnement

Constitue **une enseigne**¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

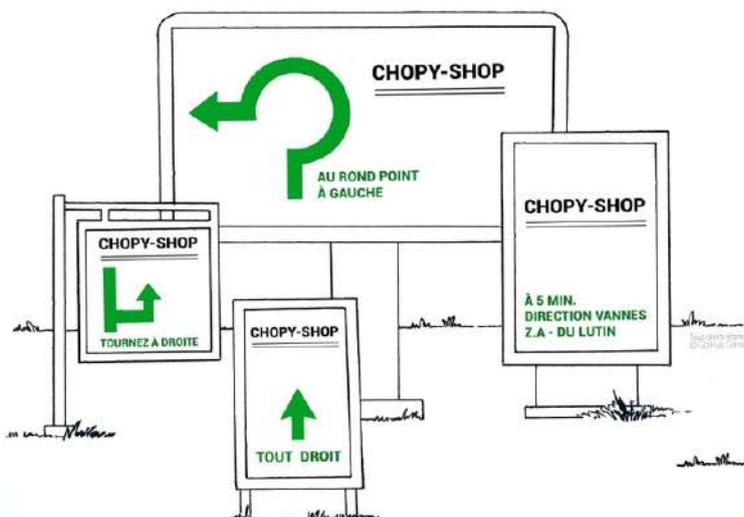


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du Code Civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

Constitue **une pré-enseigne**¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

Les pré-enseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les pré-enseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

¹² Article L. 581-3 alinéa 2 du Code de l'Environnement

¹³ Article L. 581-3 alinéa 3 du Code de l'Environnement

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'Environnement (pour les publicités et pré-enseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

d) La notion d'agglomération

La notion d'agglomération est définie par un critère « géographique » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « réglementaires » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et pré-enseignes est définie par le Code de la Route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations, en particulier les notions de « partie actuellement urbanisée » ou de « zone urbanisée » au sens du Code de l'Urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde »¹⁷.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

Aux termes de l'article L. 581-7 du Code de l'Environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les pré-enseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des **pré-enseignes dites dérogatoires** :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁶ Article L. 581-7 du Code de l'Environnement

¹⁷ Article R. 110-2 du Code de la Route

¹⁸ Article R.411-2 du Code de la Route

¹⁹ Article R. 581-78 alinéa 2 du Code de l'Environnement

²⁰ Article R. 110-2 du Code de la Route

²¹ Article L. 581-3 alinéa 3 du Code de l'Environnement

Le RLP n'est pas habilité à régler les pré-enseignes dérogatoires.

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la Route ou encore des Relais Information Service (RIS).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Pré-enseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place SIL relevant du Code de la Route.



La commune de Larmor-Plage comptant moins de 10 000 habitants, les agglomérations identifiées sur son territoire regroupent donc par conséquent elles aussi moins de 10 000 habitants. Ci-dessous sont cartographiées ces quatre agglomérations conformément à la réglementation nationale.



Agglomérations de la commune de Larmor-Plage

e) La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune de Larmor-Plage fait partie de l'unité urbaine de Lorient, plus grande unité urbaine du Morbihan, qui regroupe plus de cinq communes et compte plus de 114 705 habitants²².

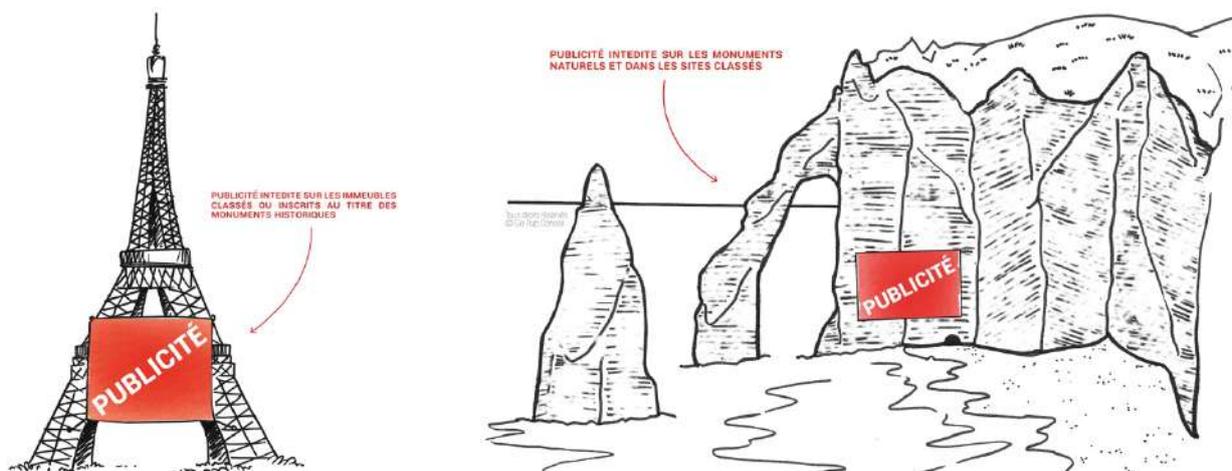
Dans cette unité urbaine comptant moins de 800 000 habitants, « les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes »²³.

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.



Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce la commune de Larmor-Plage est concernée par l'interdiction de publicité absolue sur les trois immeubles inscrits au titre des monuments historiques recensés sur son territoire :

- l'église Notre-Dame (photo n°1) ;
- la fontaine Notre-Dame (photo n°2) ;
- la croix de Kergoudelec (photo n°3).

²² Données INSEE de population légale millésimée 2017

²³ Article R. 581-35 du Code de l'Environnement

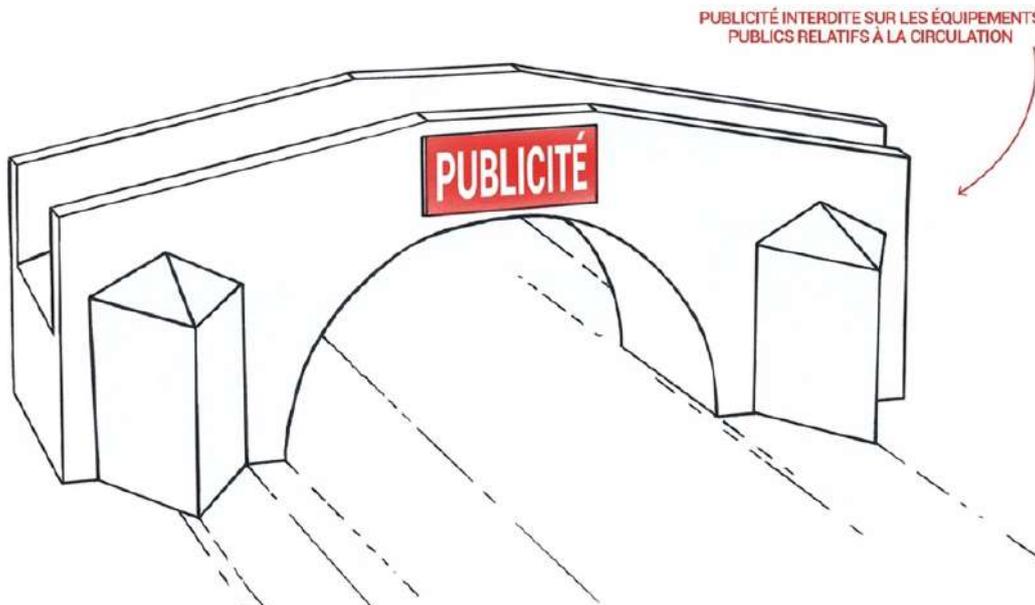
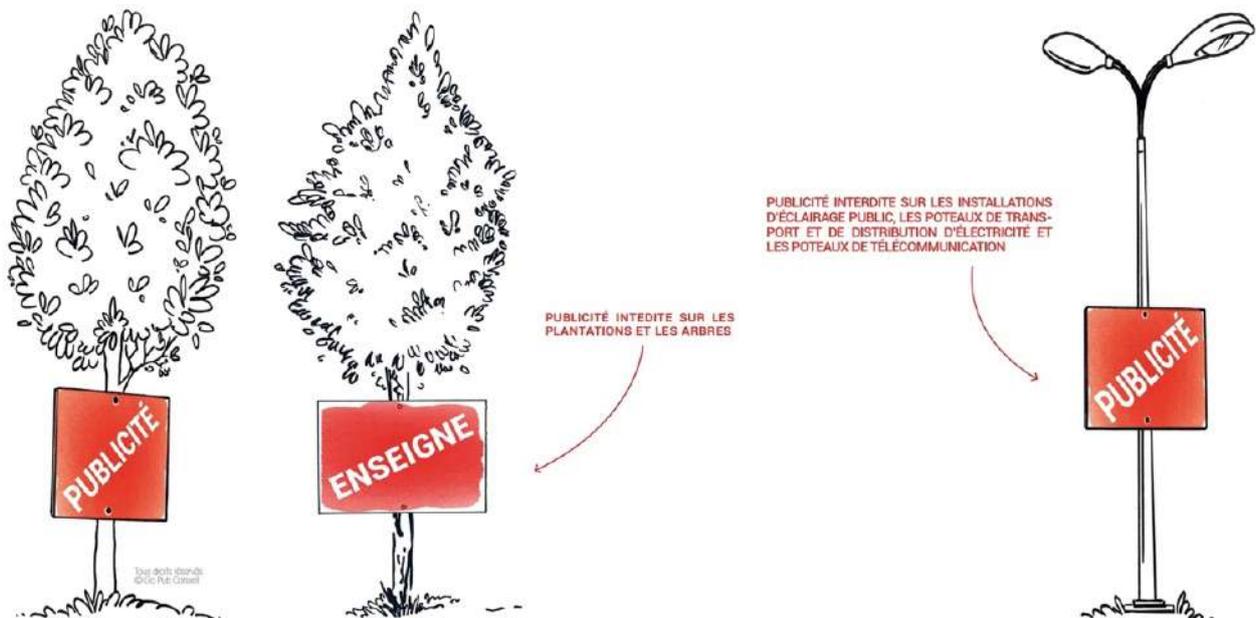


Photographies des monuments historiques recensés sur la commune de Larmor-Plage

Par ailleurs, la partie réglementaire du Code de l'Environnement prévoit d'autres interdictions²⁴.

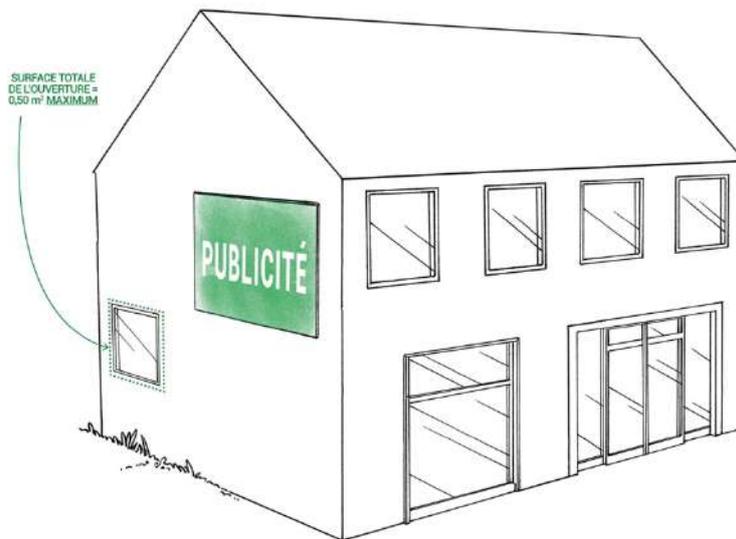
Ainsi, la publicité est également interdite :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

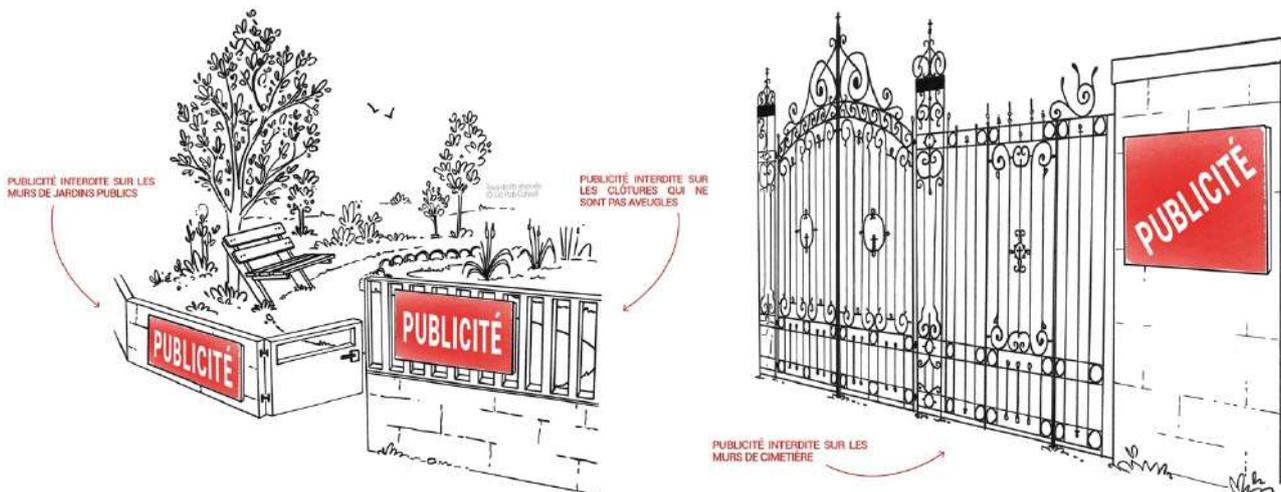


- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;

²⁴ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP²⁵.

Ces interdictions relatives concernent :

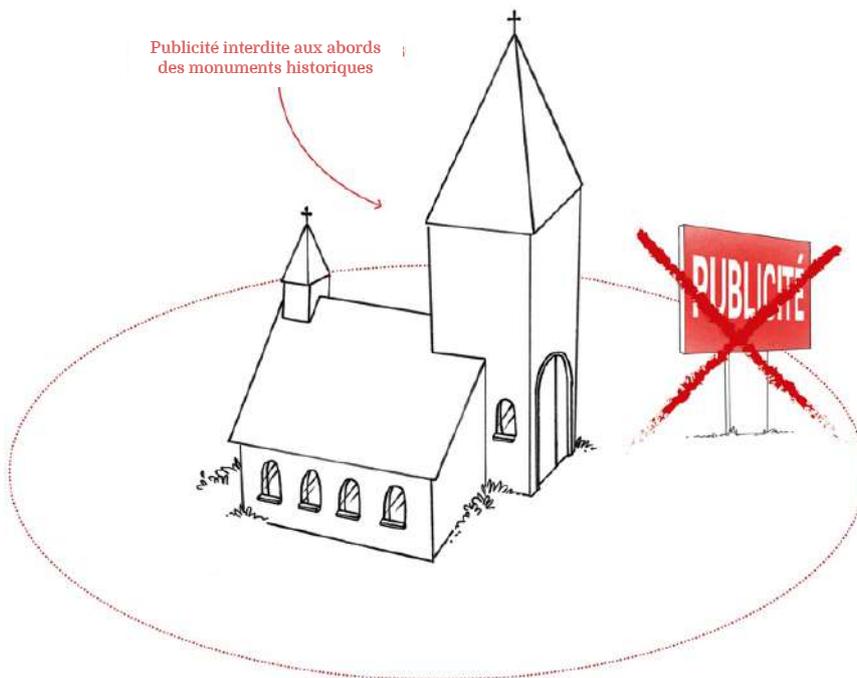
- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L. 631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du Code de l'Environnement.

²⁵ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

Le territoire de la commune de Larmor-Plage est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »²⁶.

« *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »²⁷.

En l'espèce, cette protection s'applique aux périmètres délimités des abords des monuments historiques inscrits cités ci-avant regroupé dans un seul et même périmètre.



La cartographie ci-après représente l'ensemble des interdictions patrimoniales absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune de Larmor-Plage.

²⁶ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

²⁷ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine



Source :
 Zones de protection : Base Mérimée - Atlas du Patrimoine
 Parcellaire, bâti et communes : PCI - Etalab
 Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil

Légende
■ Monuments historiques classés ou inscrits
/ / Périmètres de protection aux abords des monuments historiques

Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Larmor-Plage

3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal de Larmor-Plage sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Larmor-Plage dispose d'un Règlement Local de Publicité approuvé par arrêté par le maire le 27 avril 1987.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁸, ce RLP deviendra caduc le 13 janvier 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »²⁹, modifiée depuis pour faire face au confinement lié à la COVID-19³⁰.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L. 581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³¹.

Les tableaux ci-dessous synthétisent les caractéristiques principales du règlement actuellement en vigueur à Méry-sur-Oise qui divise le territoire en quatre zones distinctes :

- la ZP1 autour des monuments inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques ;
- la ZPR2 qui concerne le long du littoral, le secteur de Kerpape et les villages présentant un caractère d'habitat ancien ou typique à protéger ;
- la ZPR3 qui couvre l'ensemble de l'agglomération à l'exception des ZP1, ZPR2 et ZPE ;
- la ZPE qui comprend la zone d'activités de Kerhoas, le centre commercial de Quélisoy.

Très peu de règles locales avaient été édictées (ce sont alors les règles nationales du Code de l'Environnement) mais ce RLP prenait déjà bien compte de la spécificité des développements urbains avec une protection accrue des espaces patrimoniaux bâtis (abords des monuments historiques, villages d'intérêt) et naturels (littoral, secteur de Kerpape). A contrario des possibilités surfaciques très large étaient octroyées aux zones d'activités déjà stratégiques de la commune.

²⁸ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux pré-enseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes

²⁹ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

³⁰ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

³¹ Article L. 581-14 du Code de l'Environnement

PUBLICITE	Z1	ZPR2	ZPR3	ZE
Prescriptions générales	Interdiction sur les bâtiments en pierres naturelles apparentes et sur une largeur de 120 m mesurée à partir des bords extérieurs de la chaussée de part et d'autre de CD 29 et de la future déviation du CD 152			
Publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Interdite		RNP	
Publicité apposée sur mur	Interdites		Dimensions ≤ 4,20 m x 3,20 m Hauteur hors tout ≤ 6 m	Surface ≤ 16 m ²
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol				
Densité	Sans objet		RNP	
Publicité apposée sur mobilier urbain	Interdite		Convention avec la ville	
Micro-affichage publicitaire	Interdit		RNP	
Publicité lumineuse	Interdite		Soumise à autorisation du maire	
Publicité sur palissade de chantiers	Interdite		RNP	Interdite
Bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles	Interdite		RNP	
Pré-enseignes	Interdites	Hauteur ≤ 1 m Largeur ≤ 1,50 m Uniquement sur murs et façades sauf si en pierres apparentes	Hauteur ≤ 1 m Largeur ≤ 1,50 m Hors agglomération, implantation obligatoire > 5 m du bord des chaussées et interdiction d'implantation sur le domaine public	
Enseignes		Uniquement 2 enseignes : 1 parallèle et 1 perpendiculaire sauf adaptation mineure justifiée	RNP	

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;
- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L. 581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L. 581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798*01 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

b) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les pré-enseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799*01 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	Préfet	Maire de chaque commune

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

6. Délais de mise en conformité

Le Code de l'Environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'Environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et pré-enseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³² :

	Infraction au Code de l'Environnement	Infraction au RLP
Publicités et pré-enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

³² Articles L. 581-43 et R. 581-88 du Code de l'Environnement

III. Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire des publicités et pré-enseignes (y compris celles apposées à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi qu'un recensement des enseignes situées sur le territoire de la commune de Larmor-Plage a été effectué en août 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes

a) Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une pré-enseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et pré-enseignes sont identiques à l'exception des pré-enseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou pré-enseigne, le Code de l'Environnement précise que « *toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* »³³ Par ailleurs, « *les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »³⁴.

71 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire de la commune de Larmor-Plage. Elles représentent au total près de 392 m² de surface d'affichage soit un peu plus de 5,5 m² par dispositif en moyenne.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (41 supports recensés à Larmor-Plage) sont omniprésents à Larmor-Plage alors qu'il s'agit des dispositifs dont l'impact paysager potentiel est le plus dommageable avec la publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Cette dernière est heureusement absente sur le territoire larmorien.

Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou sur une clôture représentent le quart des supports publicitaire recensés sur le territoire communal (18 supports) alors qu'ils sont réputés mieux s'intégrer aux paysages³⁵.

On compte enfin une proportion non négligeable dispositifs de mobiliers urbains affichant de la publicité à titre accessoire (12 supports soit deux tiers du total) : quadrillant le tissu bâti de la principale agglomération de Larmor-Plage, ils constituent un vecteur complémentaire de communication pour la commune.

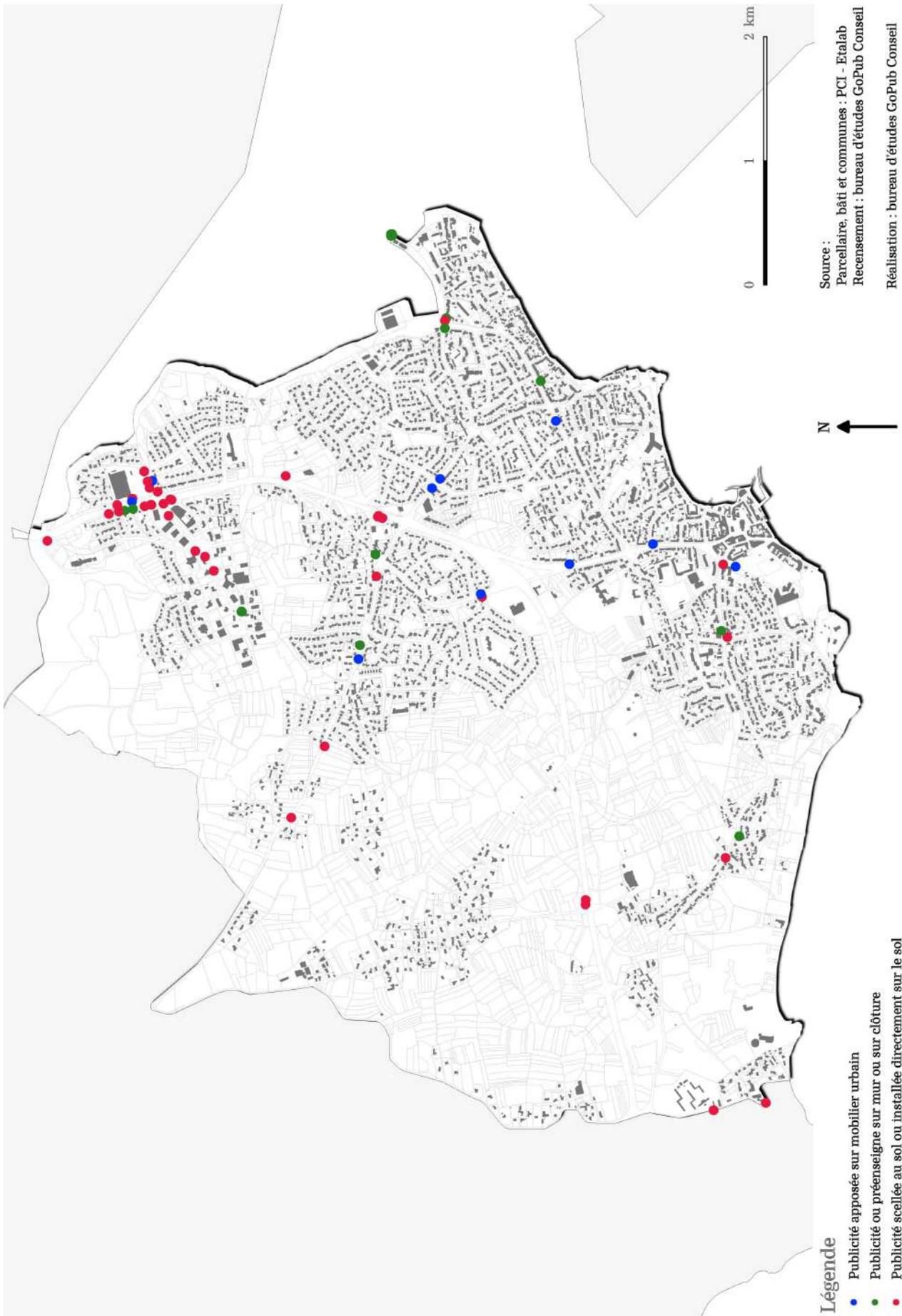
En termes de localisation spatiale, on constate une pression publicitaire importante au sein et autour des secteurs économiques de Kerhoas et Quelisoy ainsi que le long des axes de flux routiers importants et aux entrées de ville.

Ailleurs, on retrouve des dispositifs de façon plus éparse, disséminés dans le tissu urbain.

³³ Article L. 581-5 du Code de l'Environnement

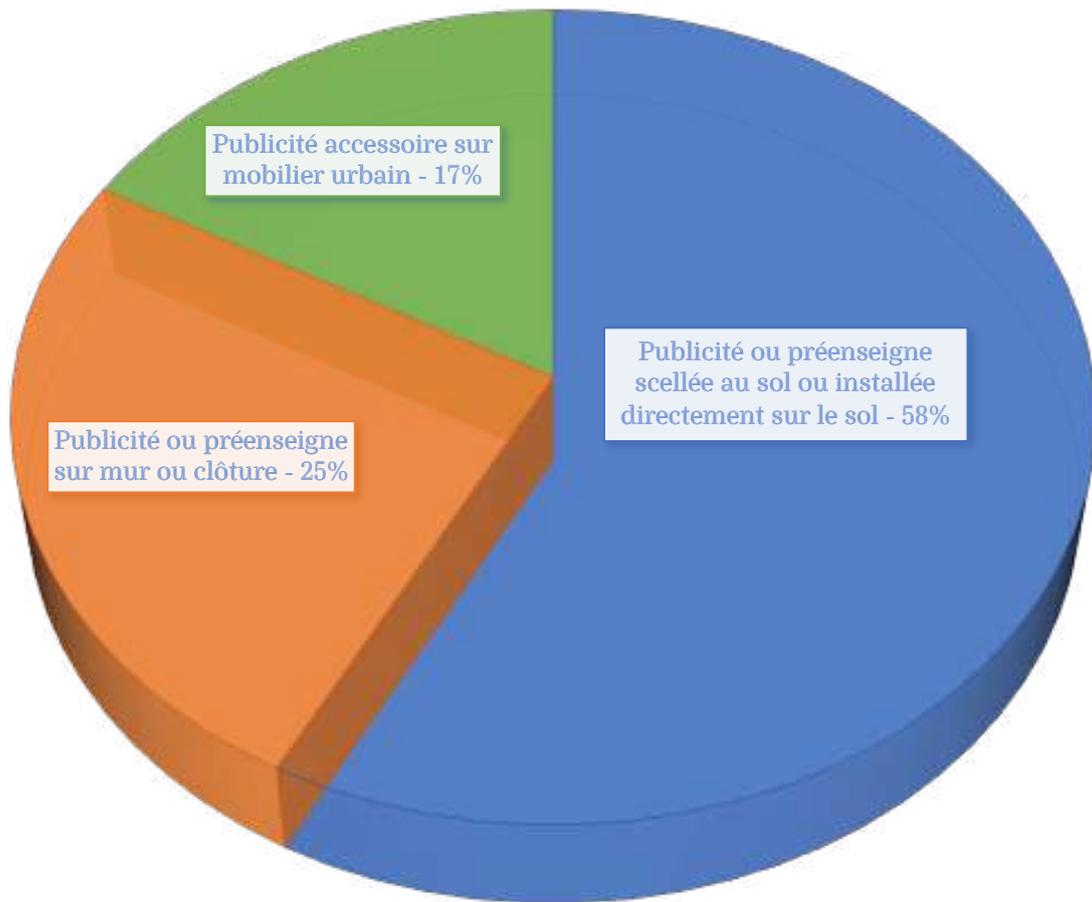
³⁴ Article R. 581-24 du Code de l'Environnement

³⁵ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités



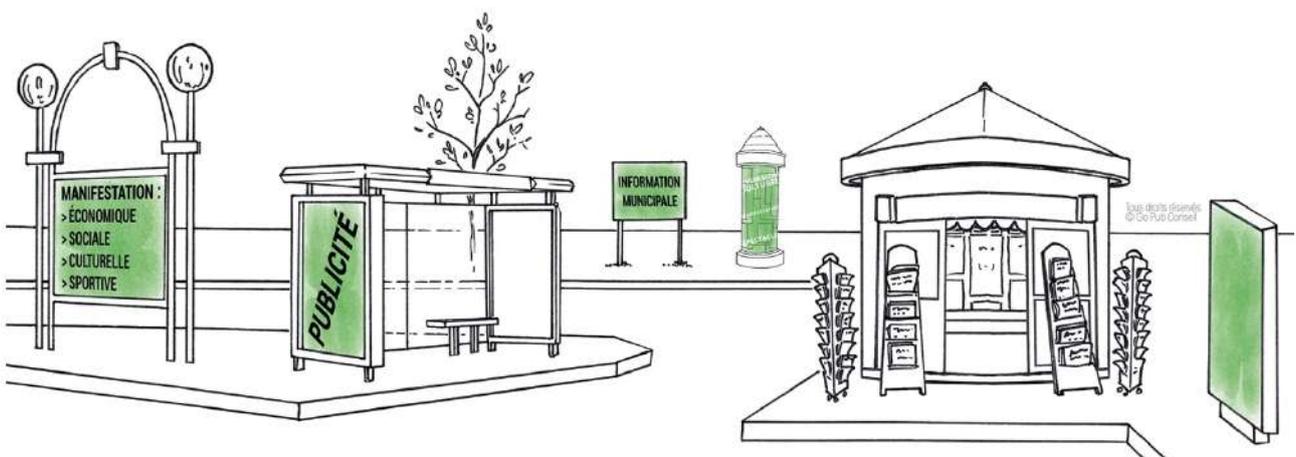
Localisation des publicités et pré-enseignes sur la commune de Larmor-Plage

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire communal en fonction de leur type.

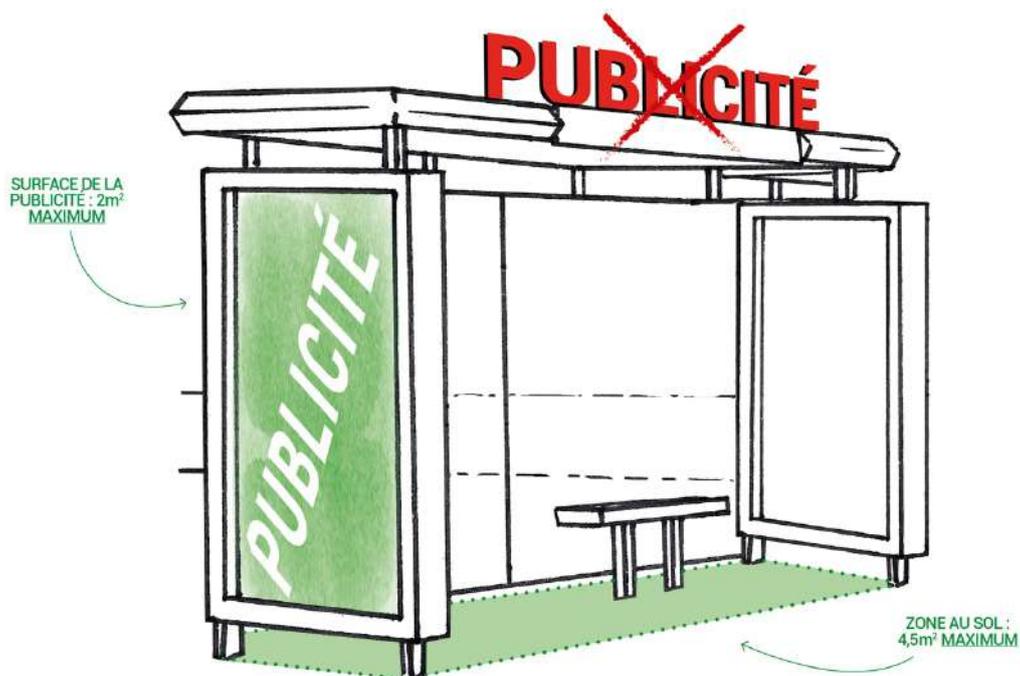


b) Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : <ul style="list-style-type: none"> • Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; <ul style="list-style-type: none"> • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



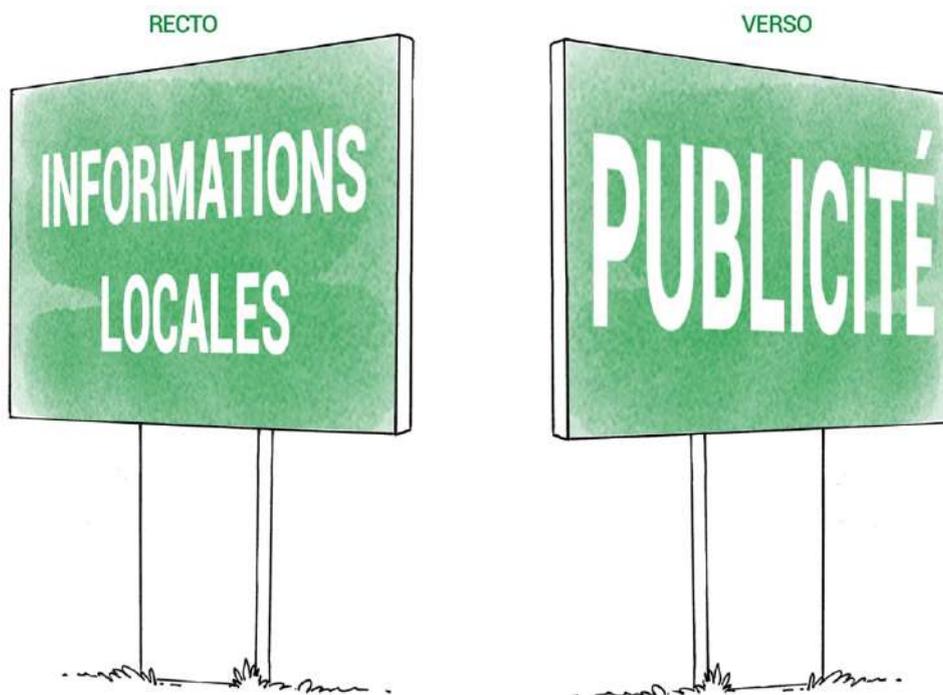
Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public



Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches



Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura 2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L. 130-1 du Code de l'Urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont présentes à Larmor-Plage, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».

Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.



Abris destinés au public (photos de gauche) et mobiliers d'informations locales (photos de droite) supportant de la publicité à titre accessoire

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m²). Si aucun dispositif ne s'élève au-dessus de ce seuil, deux mobiliers (un « abribus » et une « sucette ») sont non conformes aux règles d'implantation définies par le Code de l'Environnement puisqu'ils sont situés au sein dans les périmètres délimités des abords des monuments historiques du cœur de ville³⁶.

Finalement compte tenu du format contenu de ces publicités et de leur nombre mesuré, ce type de dispositifs accessoires est généralement peu impactant pour les paysages larmorien.

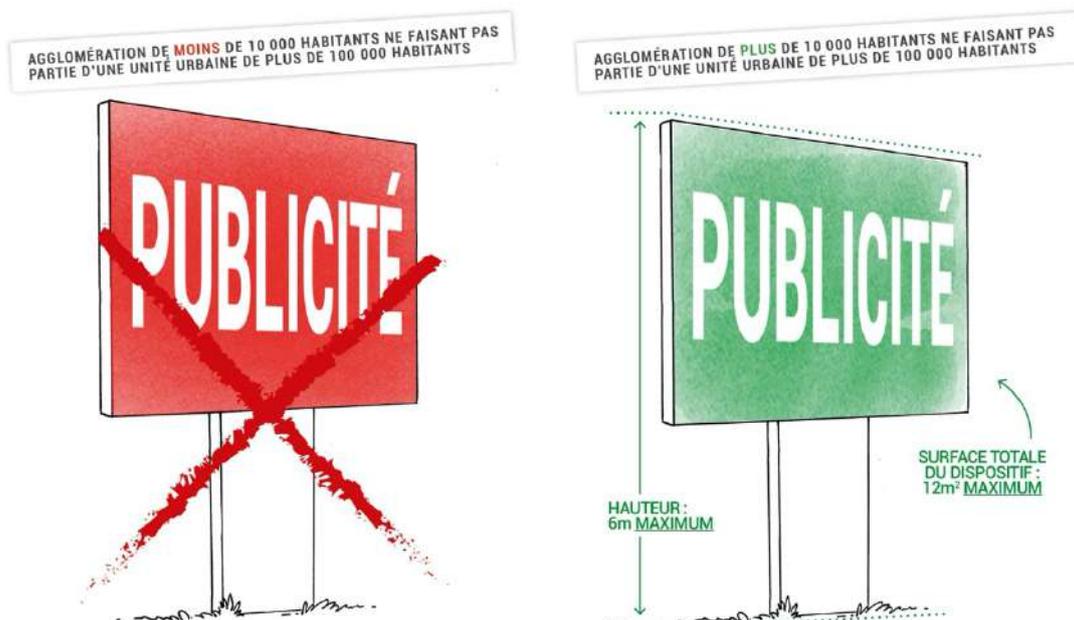
La convention de mise à disposition de mobilier urbain étant arrivée à son terme, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale sachant qu'il constitue un outil de communication non négligeable pour les collectivités.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs ne se posera pas ici puisque Larmor-Plage ne dispose pas d'agglomération de plus de 10 000 habitants et n'est donc pas habilitée à ce titre à disposer de publicités et pré-enseignes numériques sur son territoire.

³⁶ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

c) Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Dotée d'agglomération de moins de 10 000 habitants mais au sein d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la commune de Larmor-Plage peut accueillir de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sur son territoire.



Le Code de l'Environnement y prévoit des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Exemples de publicités et pré-enseigne scellées au sol

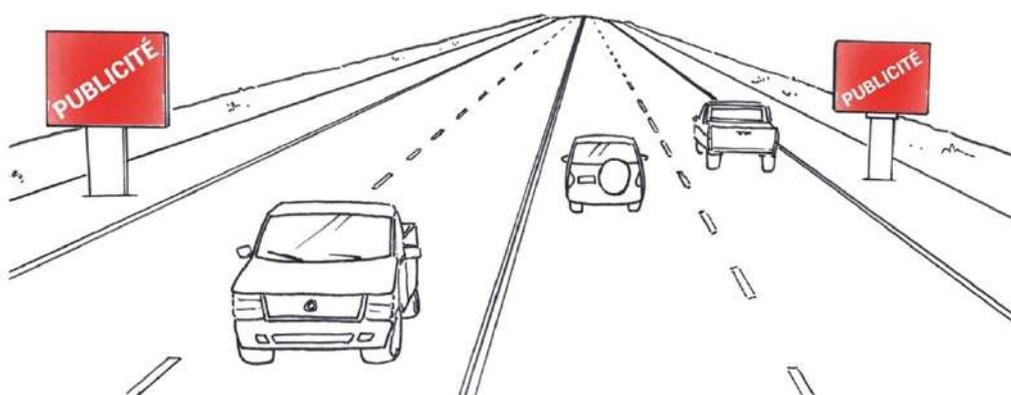
Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

- dans les espaces boisés classés (EBC)³⁷,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).



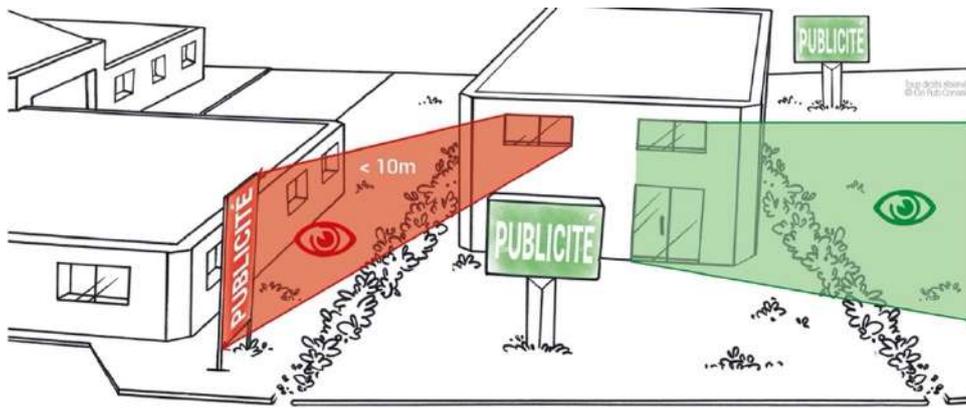
A Larmor-Plage, il ne semble y en avoir aucun situés dans ces espaces de protection stricte mais trois d'entre eux sont recensés en dehors des agglomérations identifiées.

En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.

³⁷ Article L. 113-1 du Code de l'Urbanisme



Enfin l'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



A Larmor-Plage, on remarque que plus du tiers des dispositifs (15 au total) excède la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 12 m², format maximum autorisé par le Code de l'Environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire³⁸.

³⁸ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités



Publicités scellées au sol ne respectant pas les règles de surface et de hauteur maximales

En conséquence, 37% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol peuvent donc être qualifiées de « grand » format (surface supérieure ou égale à 12 m²) très impactant pour les paysages d'autant plus qu'ils sont stratégiquement placés en entrées de ville (notamment autour du nœud routier et économique de Kerhoas / Quélisoy), le long des axes routiers structurants.

On ne compte en outre six dispositifs dont le format est supérieur à 8 m² sans toutefois excéder 12 m², ce qui paraît déjà être des surfaces importantes pour une agglomération d'une telle taille démographique et économique sachant que les messages ainsi diffusés sont tout à fait lisibles si tant est que le dispositif considéré est entretenu.



Exemples de publicités scellées au sol de format médian

Dès lors les « petits » formats publicitaires sont tout de même majoritaires (18 dispositifs ont une surface inférieure ou égale à 4 m² et 2 sont compris entre à 4 et 6 m²) et représentent 49% des dispositifs de ce type.



Exemples de pré-enseignes scellées au sol de petit format

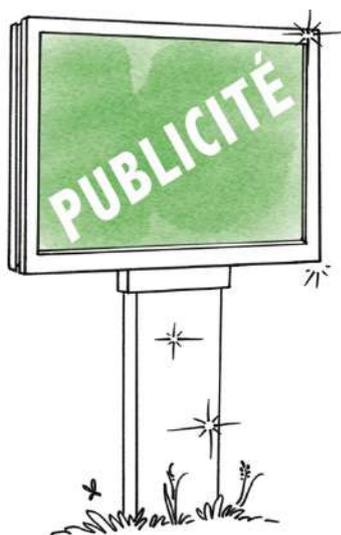
Ainsi, à cause de leur nombre non négligeable et surtout de leur surface tantôt excessive, tantôt contenue, ces dispositifs scellés au sol participent largement à la banalisation des paysages urbains de la commune de par leur positionnement en entrées de ville et le long des axes structurants de circulation routière avec une fermeture complète ou en tout cas non négligeable des vues vers le grand paysage naturel (le littoral, la campagne).

Comme une part importante de ces dispositifs est en infraction vis-à-vis d'une ou plusieurs règles nationales (surface excessive, non-respect de la densité maximale, implantation hors agglomération ou au sein de périmètres patrimoniaux protégés), il y a ici à la fois un enjeu règlementaire (mise en conformité vis-à-vis du Code de l'Environnement) mais aussi paysager (les règles nationales de base et notamment les périmètres d'interdiction liés aux patrimoines ont été mis en place pour justement permettre de préserver ceux-ci de toute pollution).

Le futur RLP pourra donc réduire les surfaces d'affichage autorisées et la densité des dispositifs pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment aux abords des entrées de ville et des secteurs résidentiels le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les secteurs à vocation résidentielle en particulier pavillonnaire. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Par ailleurs, lors de l'inventaire, il a également été relevé des supports n'étant pas maintenus en bon état d'entretien³⁹.

³⁹ Article R. 581-24 du Code de l'Environnement



Publicité scellée au sol en mauvais état d'entretien

Quoi qu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes réglementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports qui représentent tout de même la moitié des dispositifs publicitaires scellés au sol existant actuellement sur le territoire communal.

d) Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture

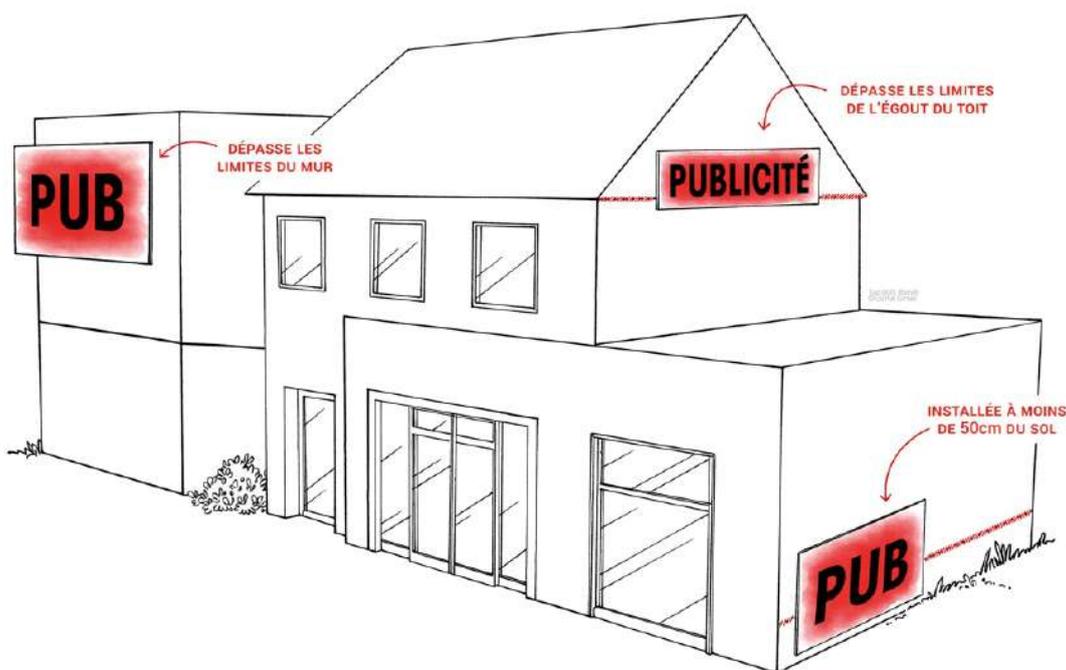
Au même titre que pour les publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'Environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres.



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;
- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture ont une présence mesurée à Larmor-Plage puisqu'on ne relève que 18 supports.

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »⁴⁰.

Compte tenu de leurs faibles dimensions (les surfaces des publicités murales et sur clôture recensées sont toutes inférieures à 6 m², à l'exception de 3 supports) et de leur rareté, les impacts paysagers de ces dispositifs sont relativement faibles à Larmor-Plage.

⁴⁰ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités



Exemples de pré-enseignes sur clôture à Larmor-Plage

Les seules problématiques paysagères et règlementaires relevées ici sont liées à des surfaces excessives et des implantations discutables (installation en secteur patrimonial, sur support non aveugle ou parallèle à la voie de circulation donc difficilement lisible hors personne circulant à pied).



Publicités non conformes car ne respectant pas la règle de surface maximale

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent donc en premier lieu la qualité de leur implantation mais aussi dans une moindre mesure leur surface.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité voire de surface entre les deux types de publicités dites « classiques » (publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol et publicités sur mur ou clôture) pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs sachant que le RLP de 1987 l'envisageait déjà.

Enfin, cette catégorie étant sujette à des non conformités avec le Code de l'Environnement, la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

e) Les publicités et pré-enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu

Dispositifs extrêmement rares dans des communes de cette dimension démographique et économique, l'inventaire de la publicité larmorienne n'a permis de recenser aucun support publicitaire situé sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu.

Compte tenu de leur impact paysager important, le futur RLP de la commune de Larmor-Plage devra se positionner quant à la possibilité d'implantation de tels dispositifs qui sont considérés comme légaux dès lors qu'ils sont lumineux⁴¹.

f) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifiques en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'Environnement pose la règle de densité suivante⁴² applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

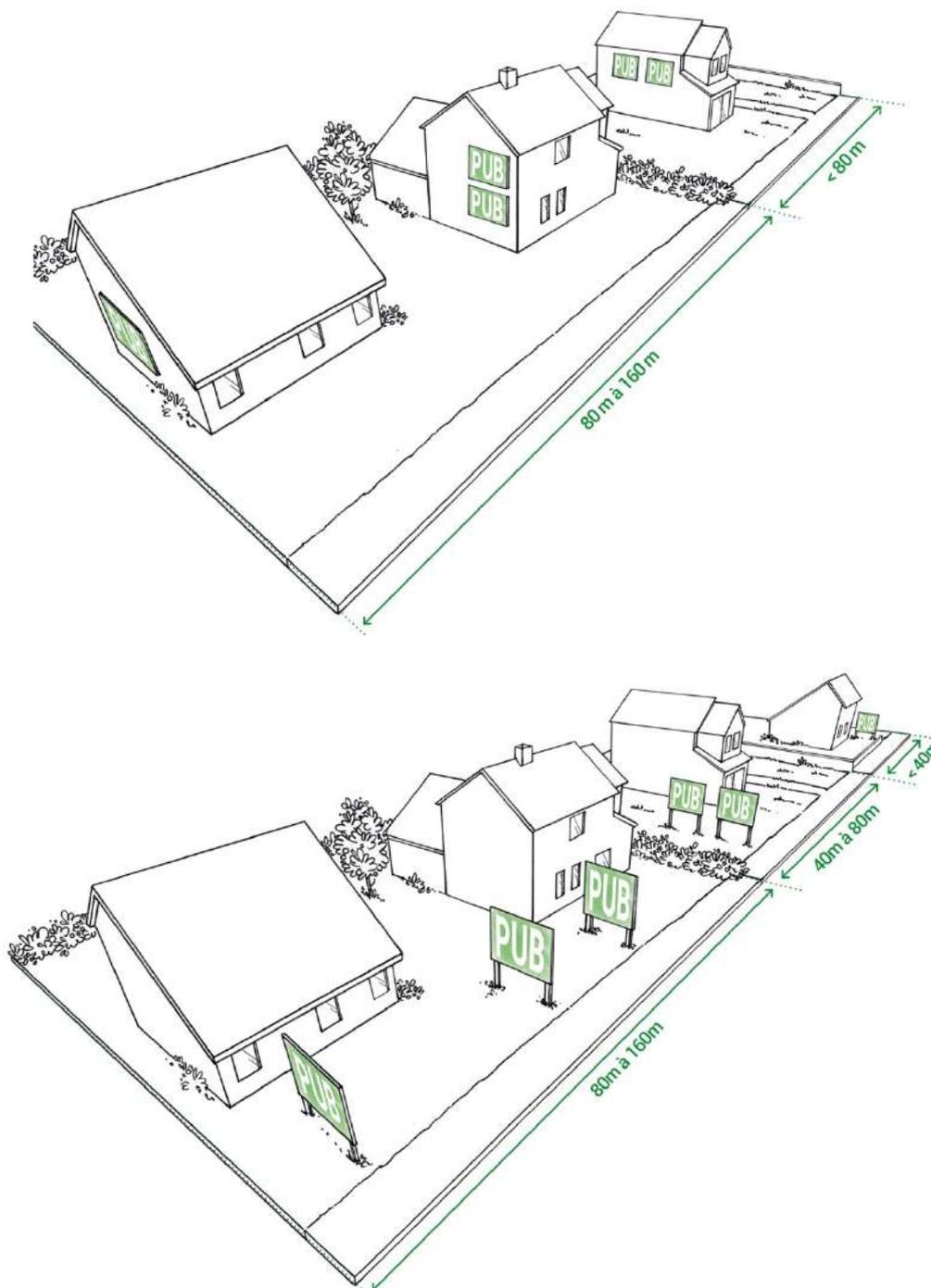
II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.

⁴¹ Articles R. 581-38 et 39 du Code de l'Environnement

⁴² Article R. 581-25 du Code de l'Environnement



L'actuel RLP n'institue pas de règle spécifique sur la densité publicitaire. On constate que cette règle est suffisamment contraignante dans ces secteurs majoritairement résidentiels (un dispositif par unité foncière dont le linéaire de façade est supérieur à 30 mètres) pour empêcher la redondance systématique des supports publicitaires de tout type.

Dès lors il paraît impératif de renforcer les règles nationales pour faire face à la tentation toujours présente de surenchère de dispositifs publicitaires.



Publicités et pré-enseignes en densité excessive

g) Les bâches publicitaires

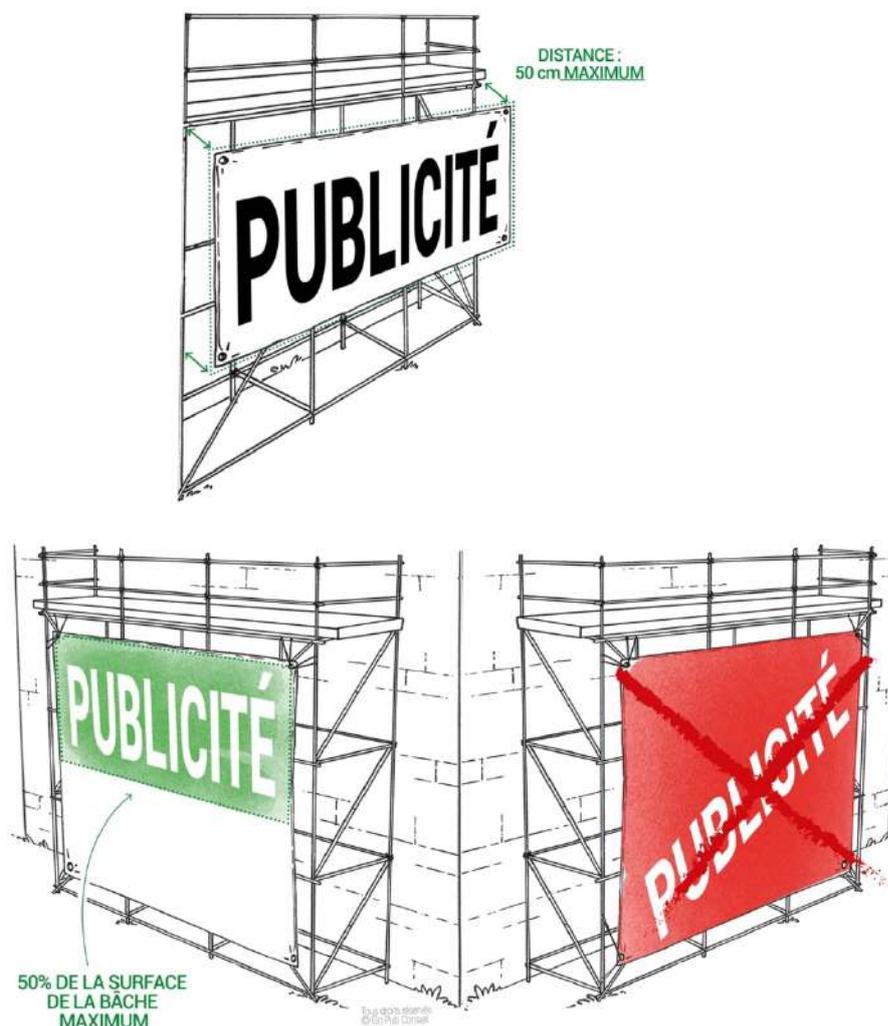
Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du Code de l'Environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

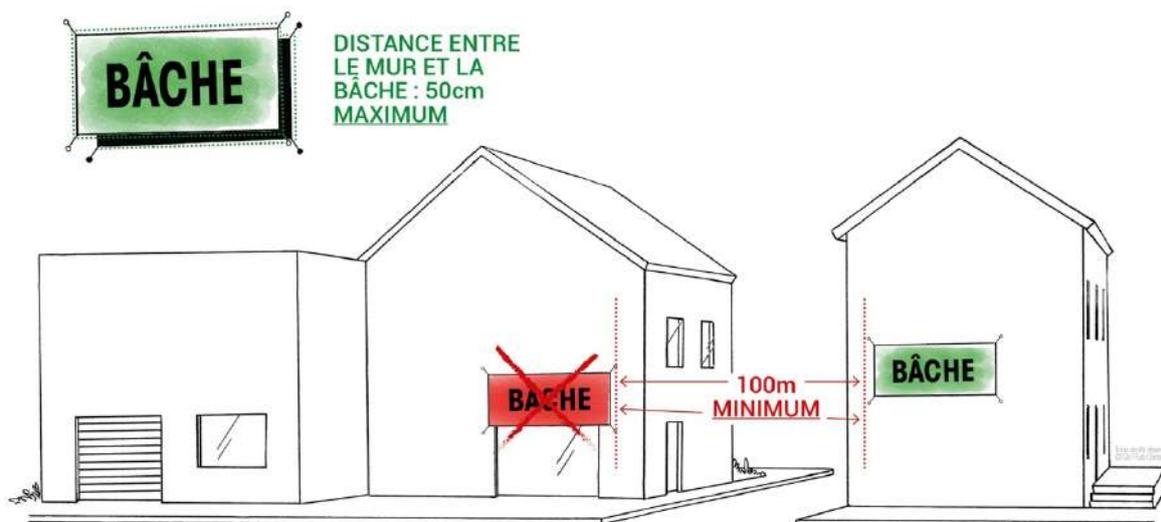
Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche⁴³.



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

⁴³ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche publicitaire n'a été relevée sur le territoire larmorien. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

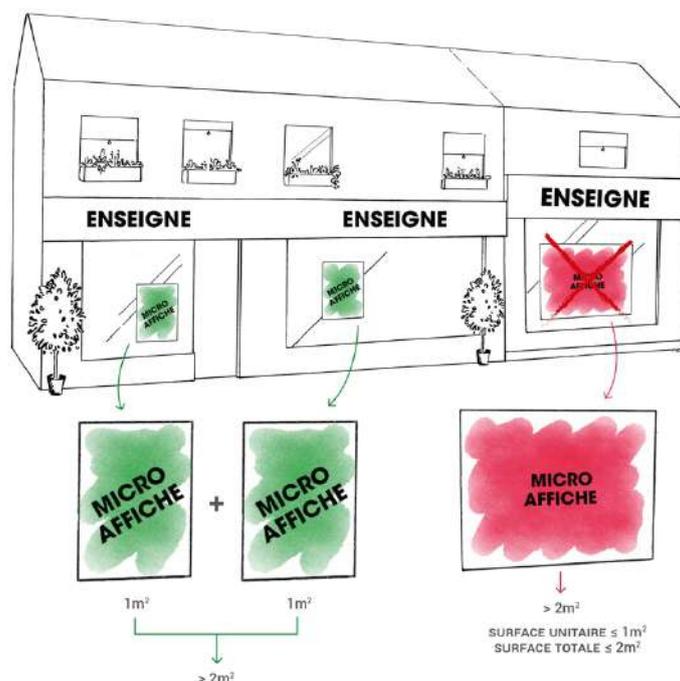
h) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'Environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à un mètre carré, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueillent en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'Environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Généralement on constate que plusieurs dispositifs sont installés sur une même activité. Cela a pour effet d'accentuer le phénomène de saturation des façades et donc a un impact paysager non négligeable. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le Code de l'Environnement.

A Larmor-Plage, l'inventaire de la publicité extérieure a permis de mettre en évidence de rares supports de ce type sur le territoire communal.



Exemple de publicités de petit format sur une devanture commerciale

i) Les dispositifs de dimensions exceptionnelles

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé à Larmor-Plage. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

j) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type		Caractéristiques
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 7,5 m	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface ≤ 12 m ² Hauteur ≤ 6 m	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface ≤ 8 m ² Hauteur ≤ 6 m	-

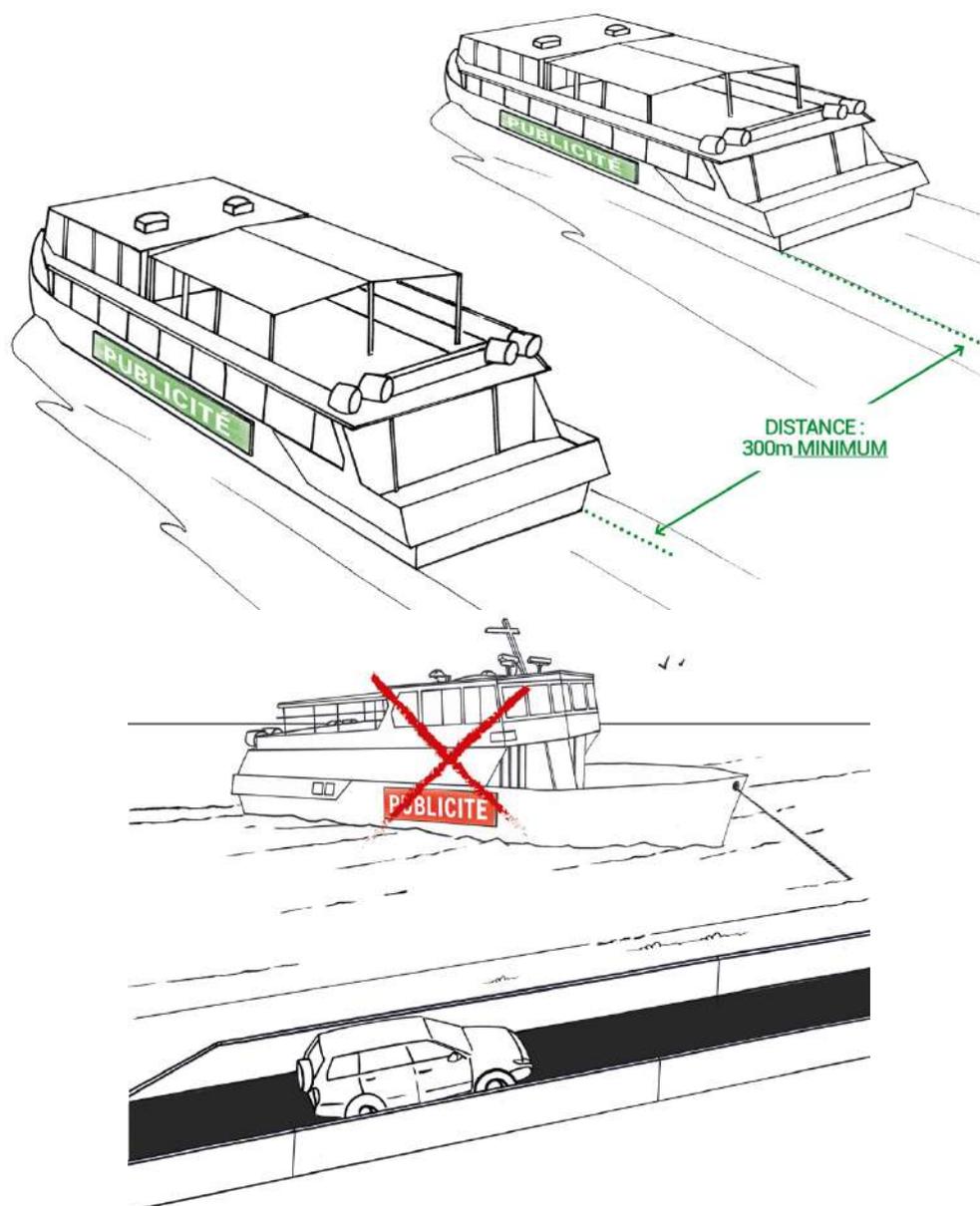
La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

k) Les publicités sur les véhicules terrestres⁴⁴ et sur les eaux intérieures⁴⁵

⁴⁴ Article R. 581-48 du Code de l'Environnement pour les véhicules publicitaires

⁴⁵ Articles R. 581-49 à 52 du Code de l'Environnement pour la publicité sur les eaux intérieures





1) Les publicités et pré-enseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et pré-enseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par

projection, transparence ou numérique, participent à l'accroissement de la pollution lumineuse sur le territoire national.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴⁶.



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴⁷

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'Environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'Environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et pré-enseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

⁴⁶ https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

⁴⁷ <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>



ENTRE 1H ET 6H : PUBLICITÉ ÉTEINTE

La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁸. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

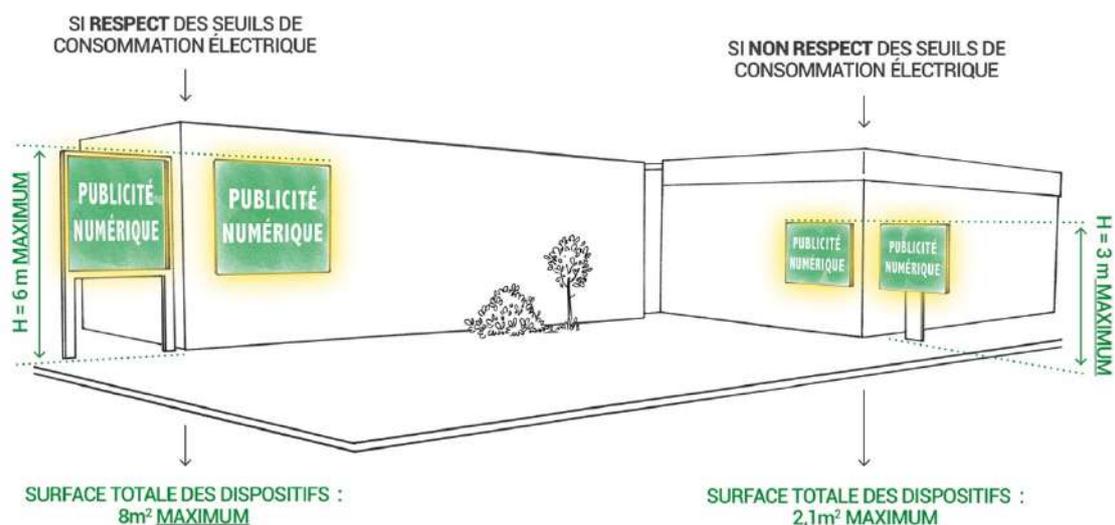
- surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁹, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à $2,1 \text{ m}^2$ ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

⁴⁸ Arrêté ministériel non publié à ce jour

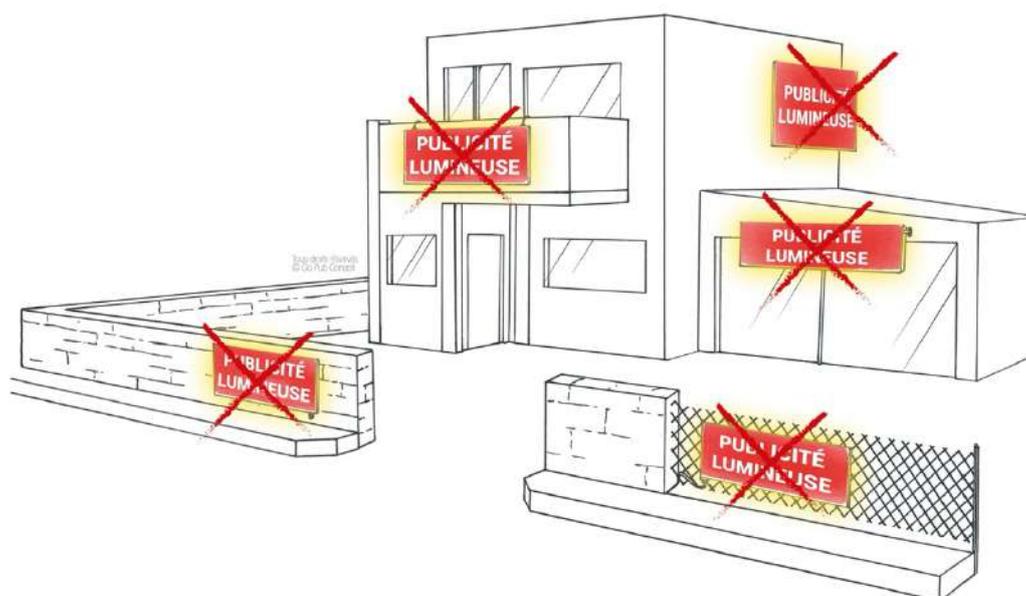
⁴⁹ Arrêté ministériel non publié à ce jour



La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

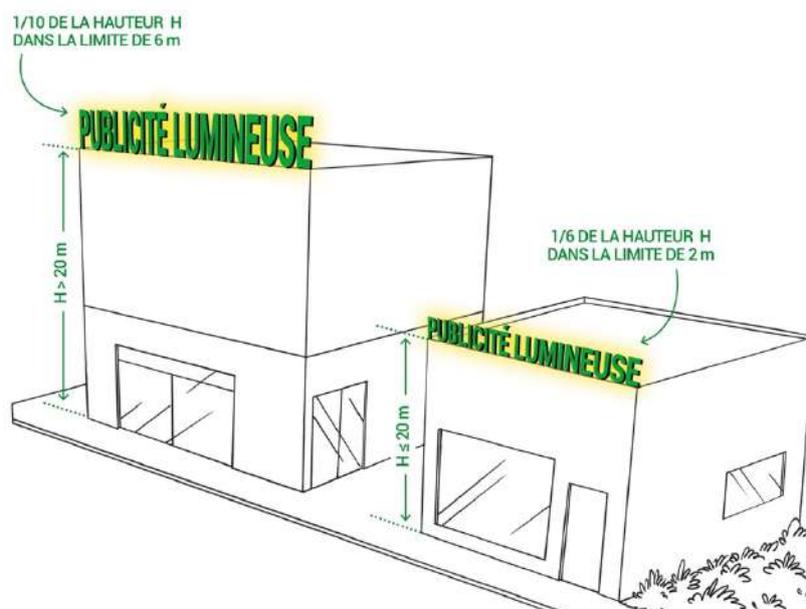
La publicité lumineuse ne peut :

- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

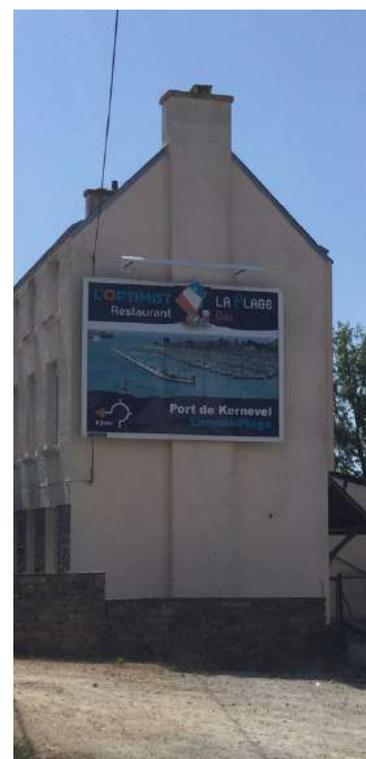


Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 centimètres.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade > 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



En l'espèce, hors mobilier urbain supportant à titre accessoire de la publicité, la publicité lumineuse bien que présente sur le territoire de la commune de Larmor-Plage ne concerne que trois supports publicitaires, tous éclairés par projection (voir ci-dessous).



Exemples de supports publicitaires lumineux recensés à Larmor-Plage

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;

- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, compte tenu de la présence de tels dispositifs à Larmor-Plage et malgré la non appartenance de la commune à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, il semble préférable que le RLP indique une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de pré-enseignes « renforcée » afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

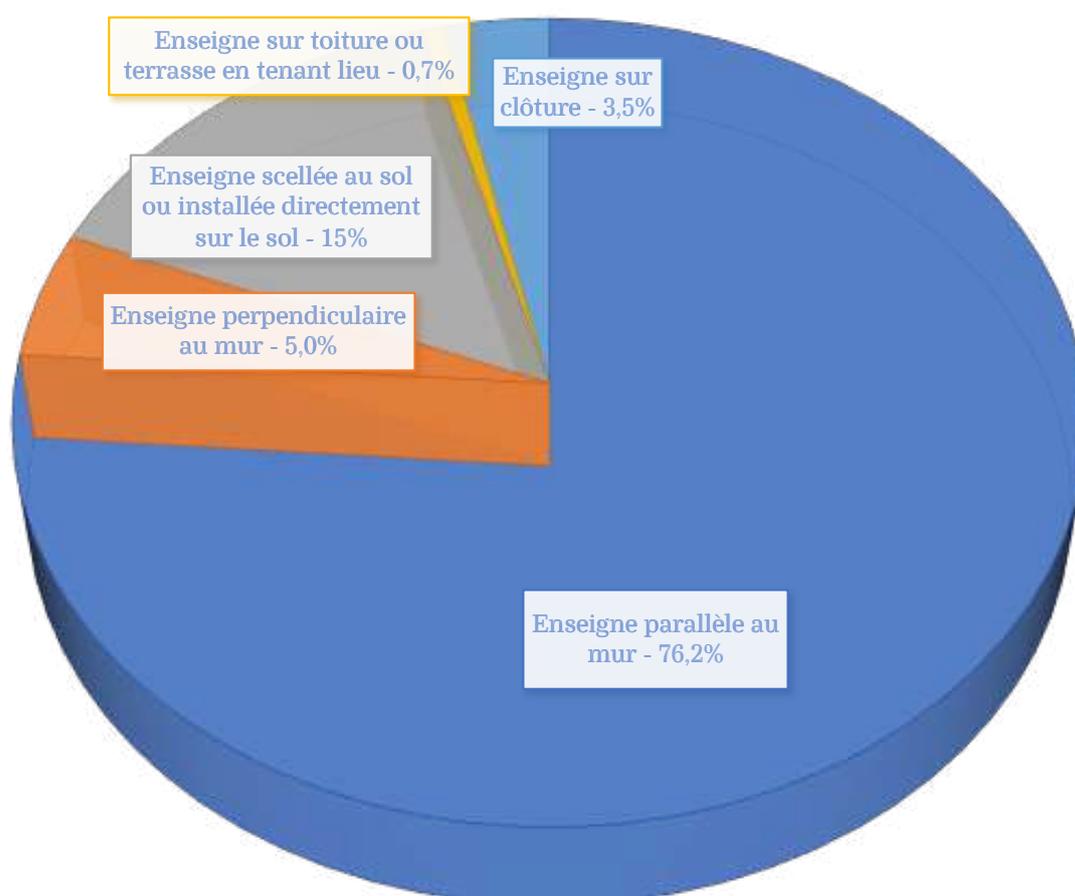
2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

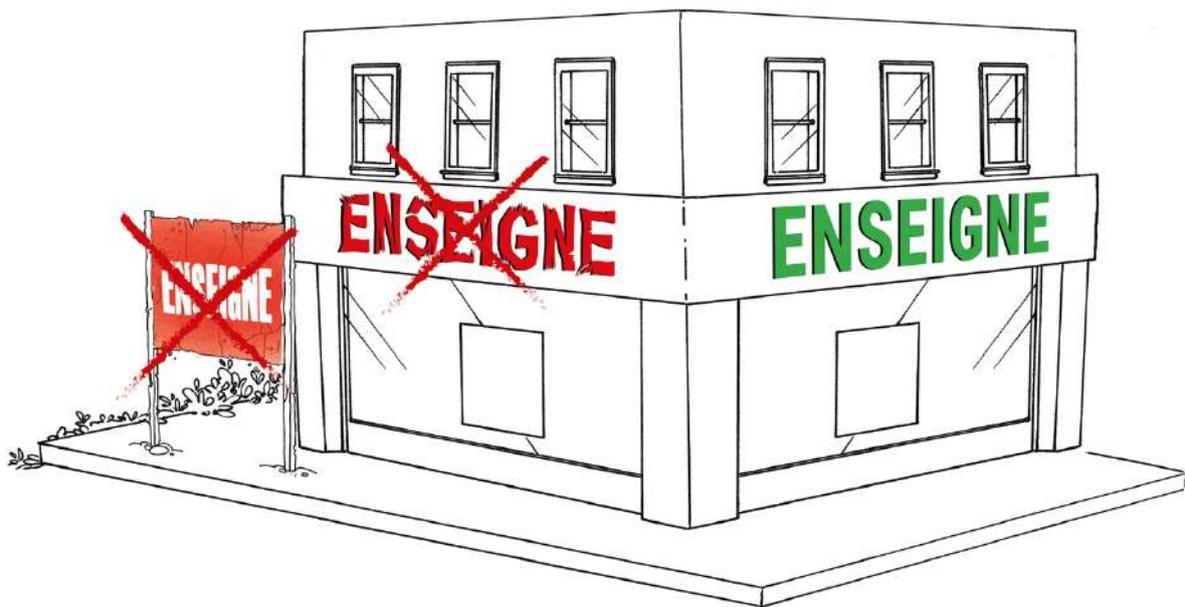
L'inventaire terrain des enseignes a permis d'en dénombrier 932 sur le territoire communal réparties en cinq grandes catégories de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.



Quelle que soit leur typologie, le Code de l'Environnement impose que les enseignes soient :

- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



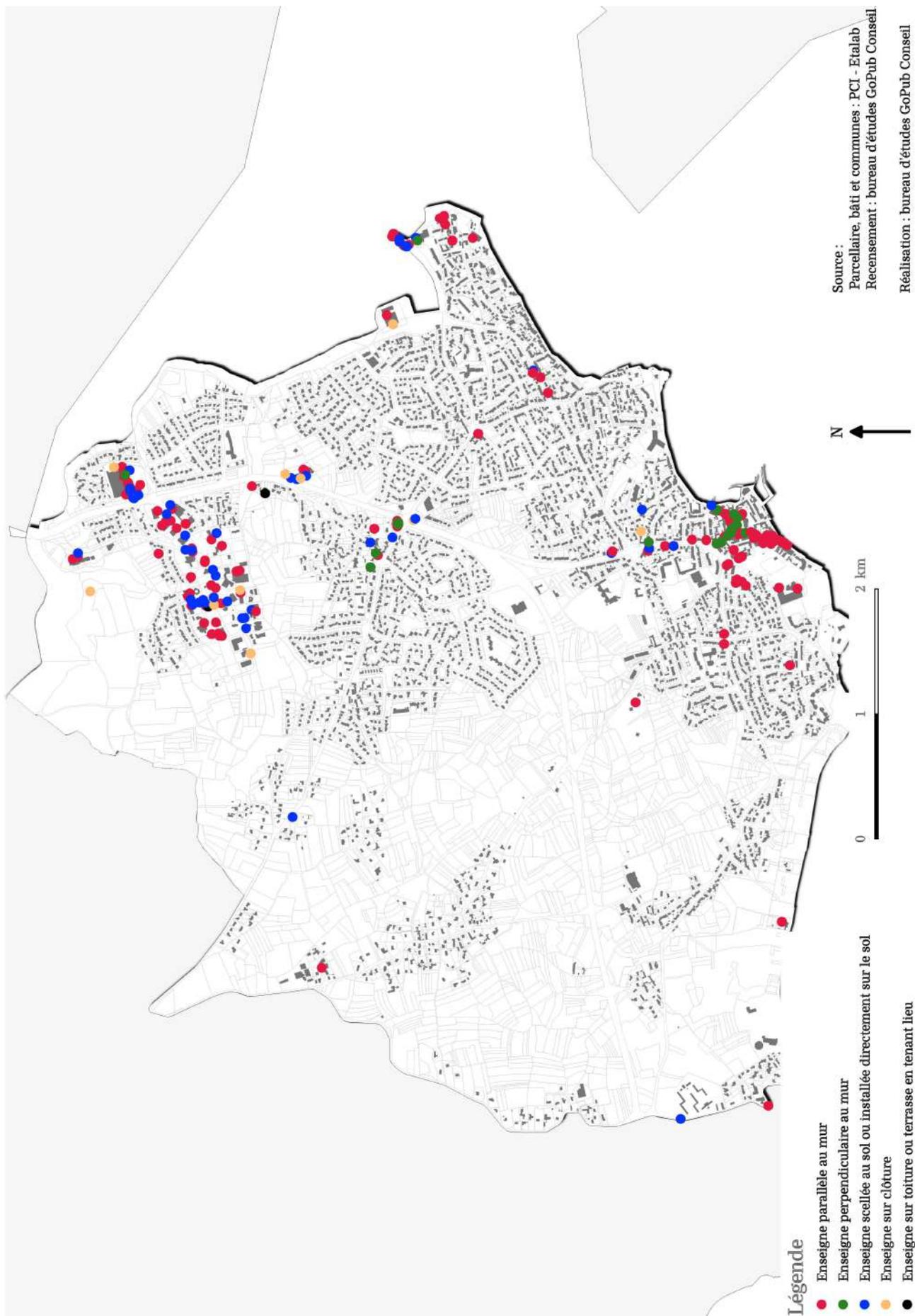
Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'Environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu économique est dense et à Larmor-Plage on remarque donc une grande densité d'enseignes au sein des deux pôles économiques principaux : le centre-ville et les zones de Kerhoas et Quélisoy.

On constate également une concentration non négligeable d'activités à Kernevel, dans le secteur du Vieux Moulin et du Minio ainsi qu'aux Bruyères.

Dans le reste du tissu urbain, les activités étant plus éparées, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle.

Par ailleurs, on note une omniprésence des enseignes dites « commerçantes » (enseignes parallèles au mur et enseignes perpendiculaires au mur) puisqu'elles sont notamment utilisées par des activités de centralité (petits commerces et services de cœur de ville) ne disposant que de leur façades propres pour se signaler du fait de leur contexte très urbain (absence de foncier propre, activité directement située en front de rue ou de voie sur le domaine public, implantation au rez-de-chaussée d'immeubles d'habitation). Pourtant, la commune a développé deux grandes zones d'activités commerciales et industrielles où les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que les enseignes sur clôture sont plus présentes.

La cartographie ci-dessous expose l'implantation des enseignes recensées sur le territoire communal selon leur type :



Localisation des enseignes sur la commune de Larmor-Plage

b) Les enseignes parallèles au mur

Une très large majorité des enseignes présentes sur le territoire communal sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support (près de huit enseignes sur dix). Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve essentiellement dans les rues commerçantes du cœur de ville mais aussi au sein du Parc d'activités de Kerhoas.

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁵⁰. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.



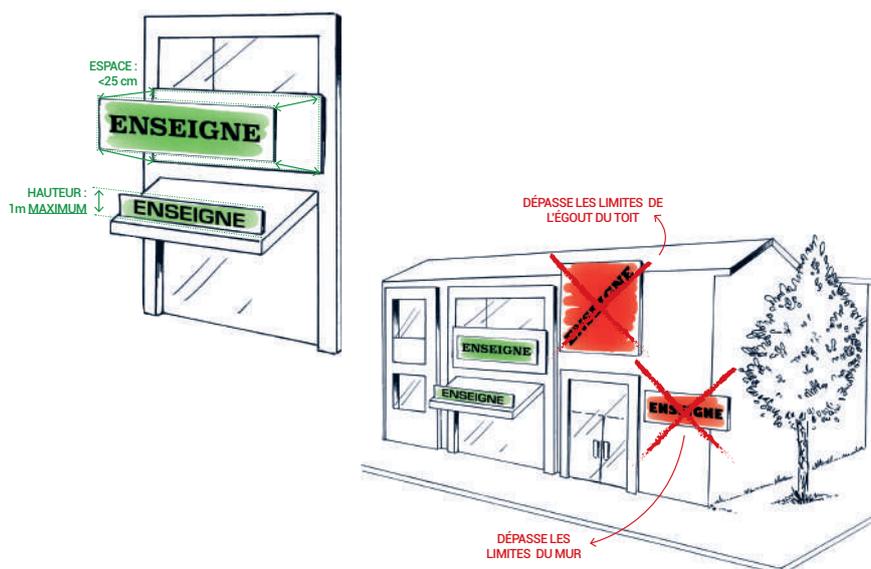
⁵⁰ Articles R. 581-60 et R. 581-63 du Code de l'Environnement



Exemples de différents types d'enseignes parallèles au mur recensées à Larmor-Plage

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. En l'absence de RLP en vigueur ou si le RLP le permet, ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre ;
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie ;
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté sur le territoire de Larmor-Plage pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent notablement plus des problèmes paysagers que des problèmes purement règlementaires (conformité ou non au Code de l'Environnement) même si près du cinquième d'entre elles (21% du total) ne respectent pas la réglementation nationale en vigueur. En effet, le principal point noir que met en exergue ce diagnostic concerne l'harmonie de nombre de devantures commerciales dont le manque de soin porté à l'entretien, la lisibilité du message, sa cohérence ou son implantation est patent. Ainsi certains établissements se retrouvent avec des enseignes mal situées (enseigne dépassant la ligne de toiture ou installée au premier étage pour une activité se déroulant uniquement en rez-de-chaussée), trop imposantes comparativement à la façade considérée (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales), ou non suffisamment entretenues et donc finalement illisibles (cf. exemples ci-dessous).





Exemples d'enseignes parallèles au mur dont l'intégration aurait mérité d'être mieux travaillée

Dans un premier temps afin d'« assainir » la situation et de retrouver des paysages urbains plus qualitatifs, il s'agira d'abord, a minima, de régulariser les non conformités au Code de l'Environnement rencontrées puis dans le futur RLP d'introduire des règles d'intégration architecturale des enseignes afin qu'elles ne viennent plus dénaturer les façades et brouiller à la fois le champ visuel des usagers de la commune (habitants, visiteurs) et la lecture des paysages urbains.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent le troisième type d'enseignes le plus utilisé à Larmor-Plage et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans le cœur de ville en accompagnement des enseignes parallèles au mur.



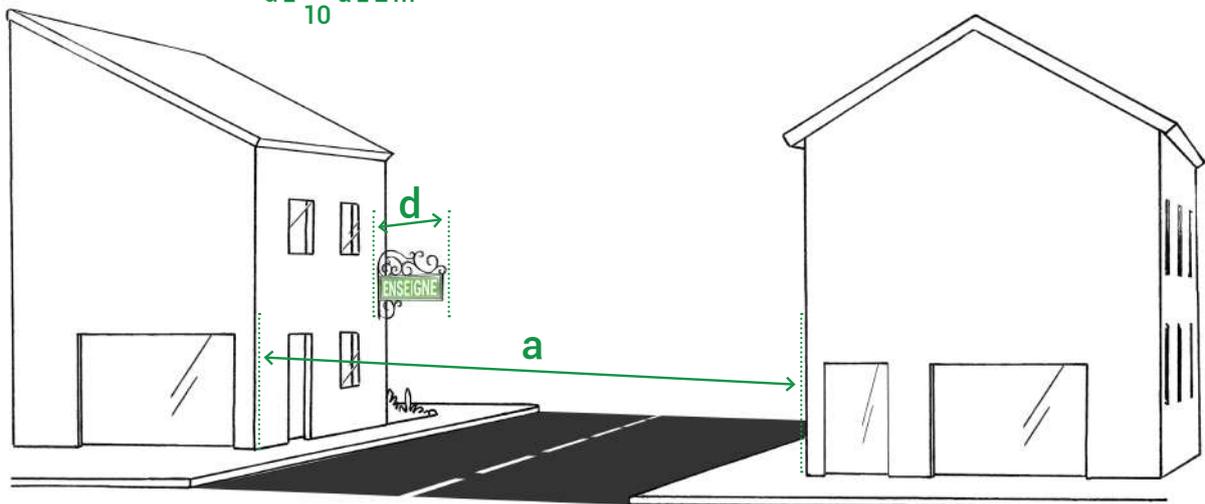
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Larmor-Plage

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d \leq \frac{1}{10} a \leq 2 \text{ m}$$



À Larmor-Plage, le seul problème de conformité touchant ce type de dispositifs est lié à leur cumul excessif avec d'autres enseignes du même type et des enseignes parallèles au mur (voir par ailleurs le point consacré à la saturation des façades commerciales).

Ce problème de cumul cause aussi des troubles d'ordre paysager notables puisqu'en outre l'implantation de ces enseignes est souvent anarchique rendant la lecture compliquée voire impossible pour l'utilisateur au niveau de la rue (piéton).

On rencontre ainsi dans les rues larmoriennes certains établissements signalant tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessous). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité et induit des difficultés de lecture à la fois des messages diffusés et des paysages urbains.



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Larmor-Plage

D'autre part si la surface de ces dispositifs est majoritairement inférieure au mètre carré (seules cinq enseignes mesurent plus d'un mètre carré tout en restant inférieure à 2 m²) et que leur saillie est plutôt mesurée (seul un support a une saillie dépassant le mètre sans toutefois « déborder » sur le domaine public), en revanche près de la moitié sont situées en totalité ou partie sur l'étage supérieur (en l'occurrence le premier étage puisque les activités concernées se situent en rez-de-chaussée) ce qui accroît la fermeture visuelle que ces enseignes sont susceptibles d'engendrer.

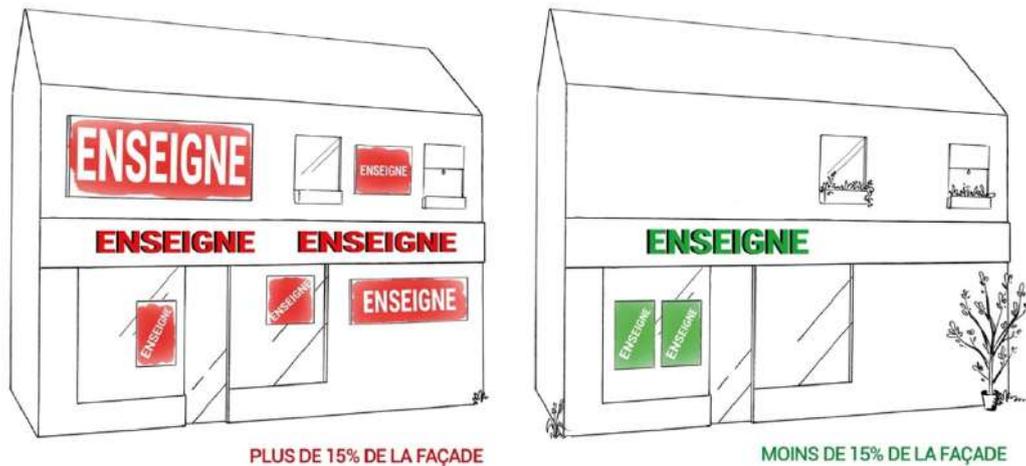
Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes perpendiculaires au mur vis-à-vis de la façade d'activité. Le nombre d'enseignes, leur positionnement, surface, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁵¹. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

⁵¹ Article R. 581-63 du Code de l'Environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans le paysage urbain du cœur de ville de Larmor-Plage, d'où un nombre non négligeable d'activités concernées (a minima 12 activités).

Pour éviter la surenchère inutile (la majorité des messages ainsi diffusés sont illisibles à cause de leur excessivité tant en termes de surface que de couleurs), il s'agira a minima de veiller au respect des règles nationales du Code de l'Environnement voire d'envisager des règles pour les enseignes en façade permettant d'en réduire le nombre, la taille et donc l'impact.





Exemples de façades saturées d'enseignes recensées à Larmor-Plage

e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Notamment dues à la présence du vaste secteur d'activités économiques de Kerhoas / Quélisoy où les unités foncières plus généreuses par rapport au cœur de ville en permettent une installation plus aisée, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol constituent le second type d'enseigne le plus important à Larmor-Plage.

Ces enseignes, par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est

souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de supports similaires (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / pré-enseignes et enseignes.

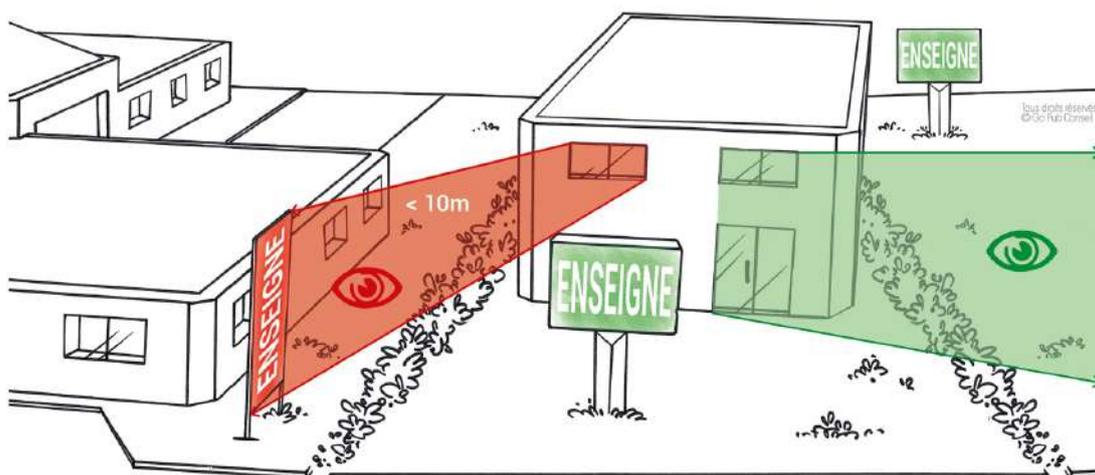
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues à Larmor-Plage sont les drapeaux, les mâts, les totems, ou encore les chevalets.



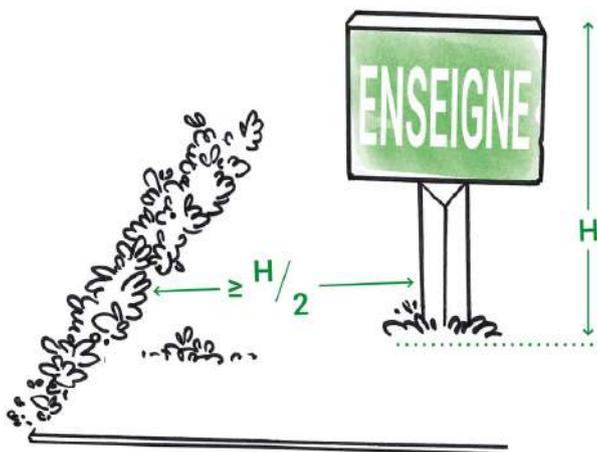
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Larmor-Plage

Comme pour les publicités et pré-enseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantation.

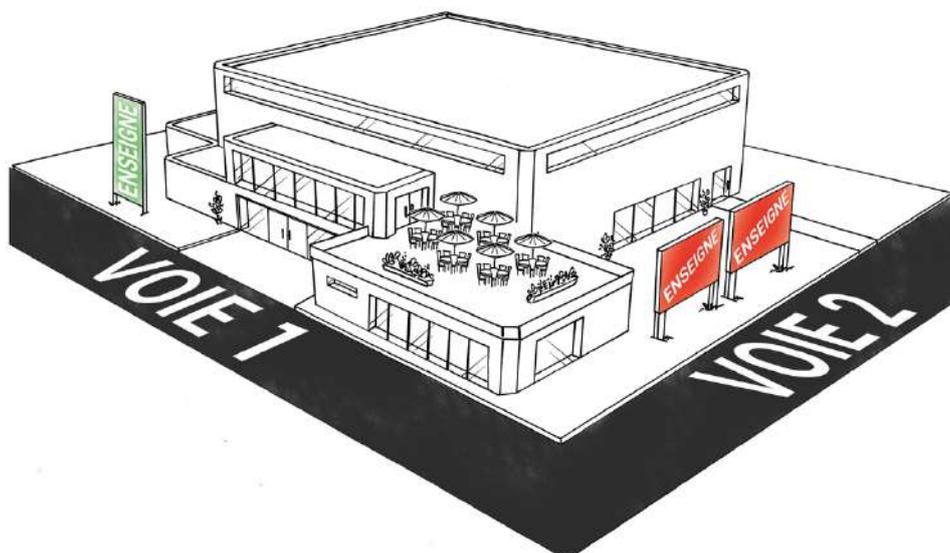
Ainsi, les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



De plus ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit le cas de Larmor-Plage.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ;
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Sur le territoire larmorien, plus de 40% des enseignes de ce type recensées à Larmor-Plage ne respectent pas une ou plusieurs règles nationales. Parmi celles-ci, on relève très majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée et quelques autres ne respectant pas la surface maximale admise.



Exemple d'enseignes scellées au sol ne respectant pas la règle du nombre (photos 1 et 2) et la surface maximale autorisée (photo 3)

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type (sauf rares cas des tabacs-presse) car elles sont majoritairement situées sur le domaine public, sur les trottoirs (attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou pré-enseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings de grands établissements comme les surfaces commerciales).



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) mais aussi d'instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques de la commune suite à l'élaboration de ce RLP devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont assez marginales sur le territoire larmorien et concentrées sur une vingtaine d'établissements.

Ici elles se présentent systématiquement sous forme de bâches ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de points de vue et l'anéantissement des efforts du PLU pour encadrer l'esthétisme et l'utilité des clôtures malgré des surfaces contenues (exceptées cinq enseignes, elles mesurent toutes moins de 2 m²) et un nombre limité (seuls cinq établissements en possèdent deux ou plus).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et pré-enseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Larmor-Plage

g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire communal. L'inventaire n'en a comptabilisé que quatre.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin. Une attention particulière doit donc être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



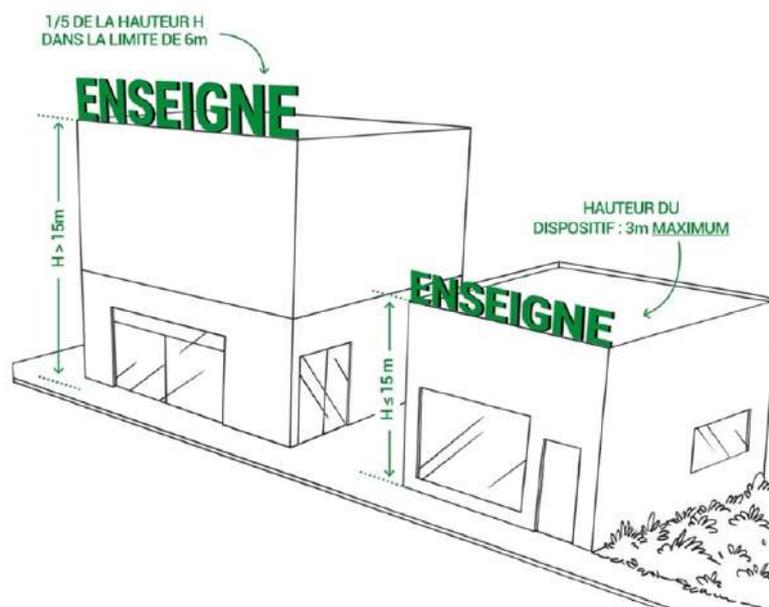
Exemples d'enseignes sur toiture identifiées à Larmor-Plage

Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

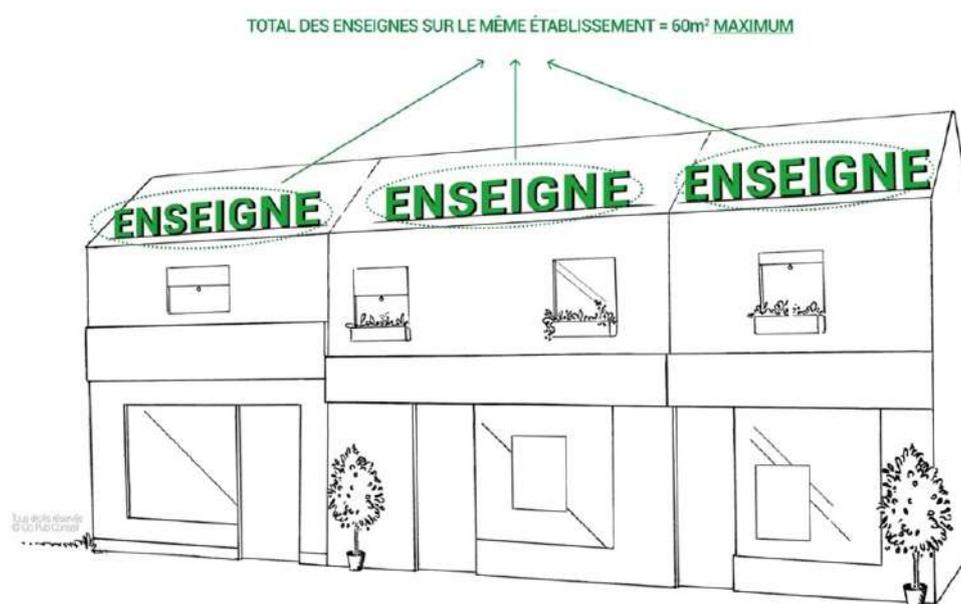
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁵² est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Outre l'impact paysager dû à leur grande visibilité, une seule de ces enseignes n'a pas été réalisé au moyen de lettres ou de signes non découpés en dissimulant ses fixations et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Elle est donc non conforme au Code de l'Environnement.

Il y a là un enjeu pour la commune et ses paysages et afin de minimiser ces problématiques, le RLP pourra par exemple proposer de réduire le format de ces enseignes voire de les interdire sur tout ou partie du territoire.

⁵² Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

h) Les enseignes lumineuses

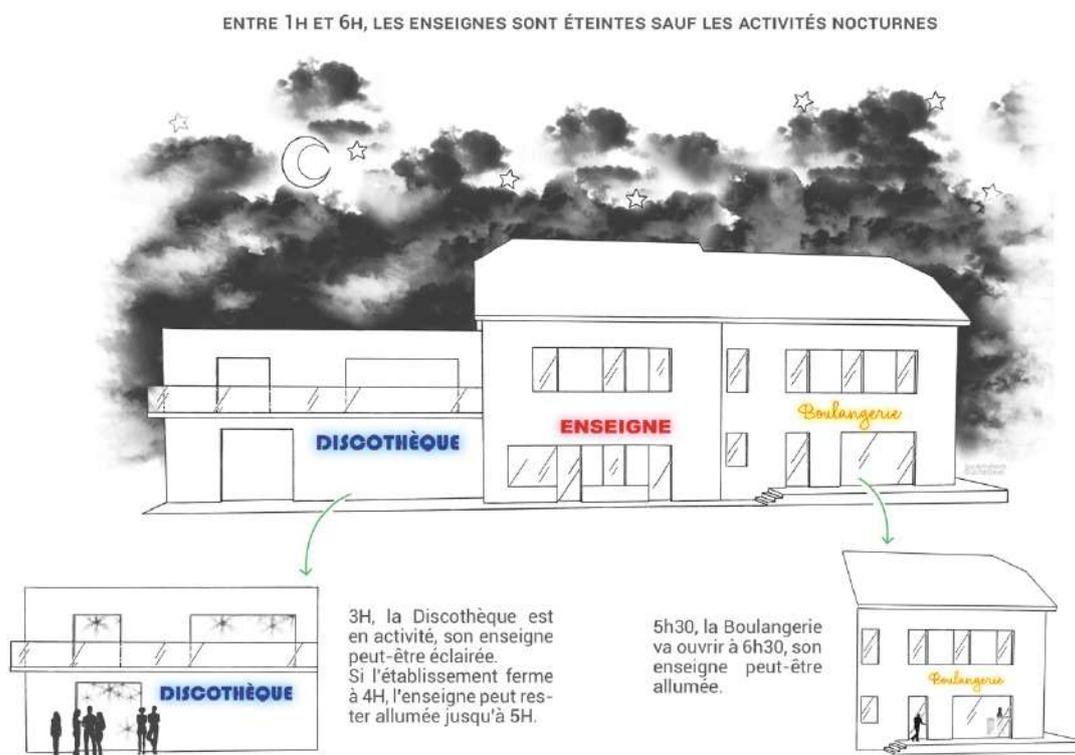
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et pré-enseignes de même type.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵³.

Elles sont éteintes⁵⁴ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

Un peu plus d'une cinquantaine d'enseignes présente un caractère lumineux sur le territoire larmorien (soit 8% des enseignes) concernant finalement assez peu d'activités de la ville.

⁵³ Arrêté non publié à ce jour

⁵⁴ L'article R. 581-59 du Code de l'Environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



Exemples d'enseignes éclairées par projection ou transparence identifiées à Larmor-Plage



Exemples d'enseignes éclairées par des serpentins de LED à Larmor-Plage



Exemples d'enseignes numériques à Larmor-Plage

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que seulement cinq enseignes sont numériques signalant des pharmacies et une station-service.

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

À Larmor-Plage, à l'exception d'une station-service affichant les tarifs des carburants, ce type d'enseigne a un format plutôt restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

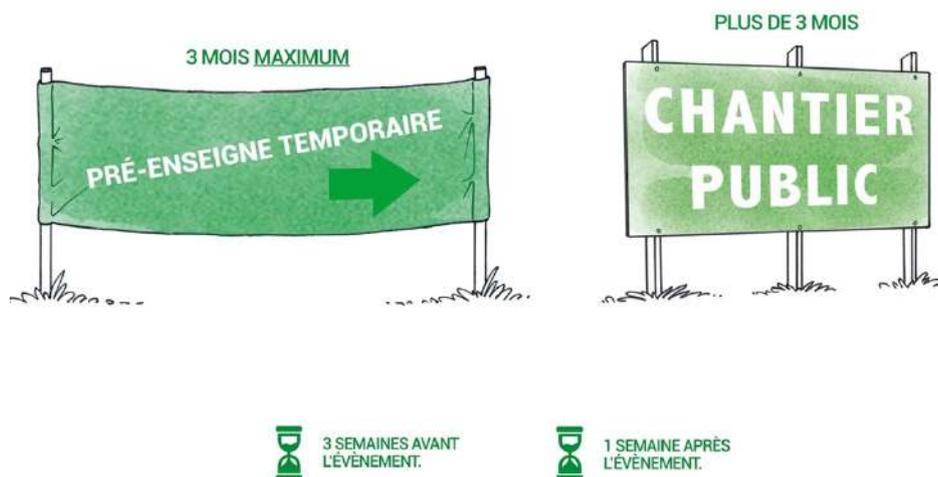
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure d'élaboration de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵⁵ » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵⁶ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵⁷.

Enfin, en fonction de leur typologie, elles doivent respecter les règles suivantes :

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
 - saillie ≤ 25 centimètres ;
 - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
 - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
 - surface totale $\leq 60 \text{ m}^2$
- *pour les enseignes temporaires de plus de 1 m^2 , scellées ou installées directement sur le sol :*
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface $\leq 12 \text{ m}^2$.

Ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle, parfois scellées au sol pour des opérations immobilières, la promotion de locaux à vendre ou à louer ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la

⁵⁵ Cf. règles du Code de l'Environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵⁶ Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵⁷ Arrêté non publié à ce jour

signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations. Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage (cf. photos ci-dessous).



Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

IV. Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 5 juin 2019, le Conseil Municipal de la commune de Larmor-Plage s'est fixé les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine;
- Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de l'environnement urbain, architectural et paysager du territoire communal ;
- Préserver la qualité des paysages larmoriers -tant naturels qu'urbains- actuellement peu impactés par la publicité extérieure notamment au sein des secteurs résidentiels ;
- Améliorer l'image de la commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de villes et des zones d'activités économiques (le long des RD 29 et 152 en particulier au niveau du centre commercial de Quélisoy-les-Bruyères et de la zone de Kerhoas mais aussi en centre-ville) tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conserver l'attractivité et donc l'activité des commerces de proximité par l'utilisation d'une signalétique appropriée susceptible de ne pas dégrader l'harmonie architecturale du tissu urbain ;
- Encadrer l'évolution technologique de l'affichage publicitaire (dispositifs lumineux et notamment numériques) dans un souci de préservation de l'environnement et de développement durable (lutte contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores en particulier).

2. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs en matière de publicité extérieure, la commune de Larmor-Plage s'est donnée les orientations suivantes :

- **Orientation 1** : Réduire la densité et les formats publicitaires ;
- **Orientation 2** : Conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité ;
- **Orientation 3** : Réfléchir à la mise en place d'une dérogation à l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques afin de permettre le maintien et/ou l'installation d'outils mesurés de communication pour la collectivité et les activités locales dans ce cadre patrimonial soumis à une protection normative ;
- **Orientation 4** : Conforter les règles applicables à la publicité accessoire supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages ;
- **Orientation 5** : Durcir la réglementation applicable aux supports publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol qui peuvent avoir un impact important sur le paysage ;
- **Orientation 6** : Améliorer la qualité des enseignes en façades (enseignes parallèles au mur et perpendiculaires au mur) par des règles d'intégration architecturales en particulier dans le cœur de ville ;
- **Orientation 7** : Minimiser la place des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol dans les paysages en encadrant leur nombre, leur surface et leur hauteur au sol ;

- **Orientation 8** : Restreindre la réglementation applicable aux enseignes sur clôture et aux enseignes temporaires ;
- **Orientation 9** : Limiter les possibilités d'implantation d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- **Orientation 10** : Encadrer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques (publicités, pré-enseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne.

V. Justification des choix retenus

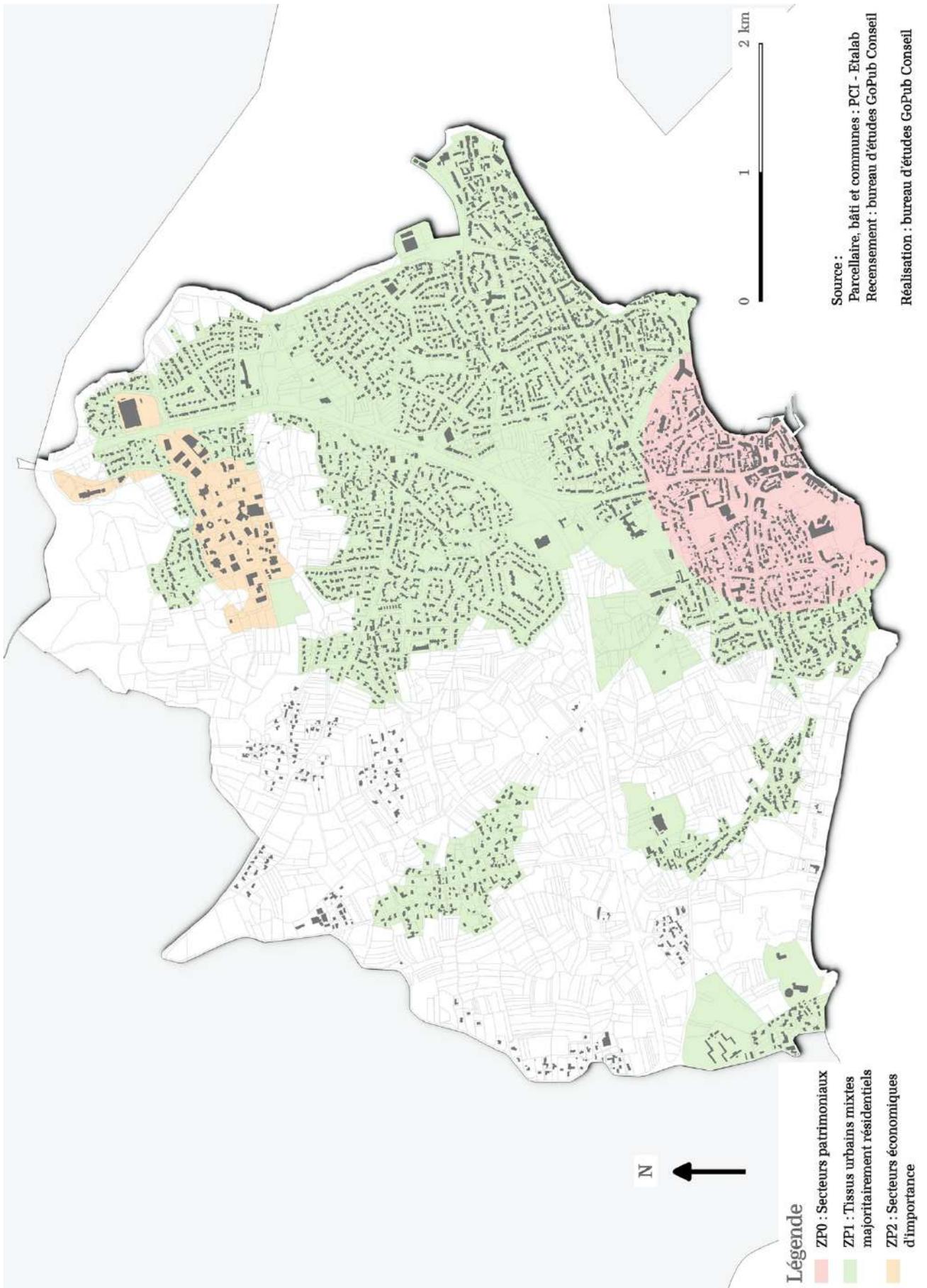
1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

En matière de publicités et pré-enseignes, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et cohérent avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Larmor-Plage.

Trois zones de publicité distinctes sont donc instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble de l'agglomération arnouilloise et sont définies de la manière suivante :

- la zone de publicité n°0 (notée ZP0) couvre les périmètres de protection des abords des monuments historiques du cœur de ville (église et fontaine Notre-Dame) ;
- la zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels des quatre agglomérations identifiées sur le territoire communal ;
- la zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les zones d'activités économiques d'importance (Parc d'activités de Kerhoas, centre commercial de Quélisoy, secteurs ludiques de Kerpape).

Les secteurs situés en dehors des trois zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les pré-enseignes y sont strictement interdites, sauf exception.



Plan de zonage « publicité » de la commune de Larmor-Plage

Dans l'ensemble des zones de publicité, pour des questions de qualité paysagère et de préservation du patrimoine bâti vernaculaire, sont interdites :

- les publicités ou pré-enseignes apposées sur une clôture ;
- les publicités ou pré-enseignes apposées sur les murs en pierres naturelles ;
- les bâches publicitaires ;
- les publicités ou pré-enseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- les dispositifs de petits formats.

En toutes zones, les publicités ou pré-enseignes supportées à titre accessoire par du mobilier urbain respectent les règles nationales contenues dans le Code de l'Environnement à l'exception du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui ne pourra avoir une surface unitaire excédant 2 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

En ZP0, les seules possibilités publicitaires sont celles décrites pour le mobilier urbain qui à titre dérogatoire pourra accueillir de la publicité accessoire. Il s'agit de conforter le cadre patrimonial de ces espaces règlementairement protégés tout en permettant à la collectivité de disposer d'un minimum d'espace de communication à destination de sa population et des usagers. Cette possibilité s'explique donc par l'intérêt général et le service rendu au public par les abris destinés aux voyageurs et les mobiliers d'informations générales ou locales.

En ZP1, les contraintes adoptées par la commune ont pour but de préserver les espaces publics ainsi que le cadre de vie des habitants et usagers de la commune dans des secteurs très majoritairement résidentiels qu'ils soient centraux ou périphériques.

Ainsi, au sein de ces espaces, comme dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas une unité urbaine de 100 000 habitants, la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol sera interdite. Outre son apposition sur du mobilier urbain à titre accessoire (voir plus avant dans le propos), la publicité ne pourra donc être installée que sur des murs aveugles dans la limite de 4 m² de surface unitaire et de 6 mètres de hauteur au-dessus du niveau du sol.

Afin de protéger ces espaces d'un surnombre publicitaire, il ne sera en outre possible que d'installer un unique dispositif par unité foncière si son côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 30 mètres linéaire ; en-deçà la publicité ne sera pas admise.

En ZP2, il s'agit de trouver un équilibre entre la réglementation nationale applicable aux agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et les fortes restrictions projetées en ZP1 et plus encore en ZP0 afin de permettre une signalisation suffisante des activités économiques tout en préservant un cadre de vie apaisé notamment du fait de l'interface de ces secteurs avec le tissu résidentiel.

De ce fait les formats publicitaires sont réduits à 10,5 mètres carrés contre 12 mètres carrés actuellement (encadrement inclus)⁵⁸ et leur hauteur limitée à 6 mètres au-dessus du niveau du sol. L'objectif est d'harmoniser le format des supports qu'ils soient muraux, scellés au sol ou directement installés sur le sol et d'en réduire l'impact sur les paysages et sur le cadre de vie dans ces secteurs particuliers.

De plus, ces dispositions seront complétées par une règle de densité renforcée ne permettant l'implantation que d'une unique publicité ou pré-enseigne par unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure à 50 mètres (dans le cas contraire aucun support ne sera possible). Par dérogation, il sera toutefois possible d'installer un support supplémentaire dès lors que l'unité foncière dispose d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique d'une longueur supérieure ou égale à 100 mètres. L'objectif est d'empêcher l'enchaînement de publicités ou pré-enseignes et de limiter ainsi le développement de la publicité scellée au sol notamment.

⁵⁸ Dans la réalité, les publicités et pré-enseignes dépassent souvent 13 mètres carrés avec l'encadrement.

D'autre part les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol devront être implantés perpendiculairement à la voie les bordant afin d'en garantir la bonne insertion dans ces paysages urbains.

Enfin, dans l'ensemble de ces zones, lorsqu'elles seront autorisées, les publicités ou pré-enseignes lumineuses seront éteintes entre 22 heures et 6 heures y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain, ceci dans le but de faire des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse nocturne nuisible à la biodiversité notamment les hommes et l'avifaune.

En outre, pour protéger au maximum le cadre de vie larmorien, les supports publicitaires ne pourront être éclairés que par projection ou transparence.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération. Le but est d'harmoniser au maximum les règles pour garantir un cadre de vie de qualité pour tous tout en prenant en compte les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Ainsi, afin de prendre en compte les besoins des acteurs économiques du territoire ainsi que les enjeux mis en exergue par le diagnostic et dans un souci de cohérence et de simplicité, le zonage choisi pour les enseignes est légèrement différent du zonage qui s'applique à la publicité et aux pré-enseignes.

Deux zones d'enseigne ont donc été dessinées :

- la zone d'enseigne n°1 (notée ZE1) couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels agglomérés autour du cœur de ville ;
- la zone d'enseigne n°2 (notée ZE2) couvre les zones d'activités économiques d'importance (Parc d'activités de Kerhoas, centre commercial de Quélisoy, secteurs ludiques de Kerpape).

Tout d'abord pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, le règlement interdira l'installation de toute enseigne sur :

- les arbres et les plantations ;
- les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les auvents et les marquises ;
- les balcons ou balconnets ;
- les garde-corps et les barres d'appui de fenêtre, de baie, de balcon ou de balconnet ;
- les clôtures non aveugles ;
- les bâches exceptées celles installées à titre temporaire lorsqu'elles présentent une communication d'intérêt collectif.

En ZE1, les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur devront être implantées au-dessous des limites du plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée (sauf en cas d'impossibilité technique à démontrer) afin de préserver l'harmonie architecturale des ensembles bâtis en particulier dans le tissu mixte des centralités urbaines.

Cette règle d'implantation est également valable pour les enseignes perpendiculaires dans le même but de favoriser une meilleure intégration des enseignes dans les devantures commerciales des rez-de-chaussée d'immeubles avec un impact moindre sur l'espace public.

Par ailleurs pour mettre fin à la surdensité d'affichage sur les façades commerciales, il a été décidé que quelle que soit la taille de celles-ci, l'ensemble des enseignes en façade (parallèles au mur et perpendiculaires au mur) ne devra pas excéder 15% de la surface de cette façade.

Les enseignes perpendiculaires au mur sont limitées en nombre à une seule par façade d'un même établissement, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La hauteur maximale est fixée à 1 mètre et la saillie sera par ailleurs limitée à 80 centimètres maximum contre 2 mètres dans le Code de l'Environnement pour ne pas avoir de dispositif débordant des façades commerciales (voire sur le domaine public) et fermant le paysage. Il s'agit d'instaurer des règles qui amoindrissent l'impact de ces enseignes et empêchent la fermeture du champ visuel au cœur de sa centralité commerçante et de services.

En ce qui concerne les enseignes de plus d'un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol, dans un souci de parallélisme avec la publicité du même type, elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés et 3 mètres au-dessus du niveau du sol en ZE1 afin de garder une cohérence globale de tous les dispositifs de publicité extérieure scellés au sol ou installés directement sur le sol (les seuls dispositifs de ce type autrement autorisés sont les mobiliers d'informations locales qui ne peuvent excéder ces dimensions). En ZE2, toujours pour des questions de cohérence avec les formats publicitaires admis, ces enseignes seront limitées à 8 mètres carrés et 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

Dans le cas où plusieurs établissements exercent leurs activités sur une même unité foncière, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol devront être regroupées sur un (ou plusieurs) même support(s) à raison de la mention d'au maximum 10 établissements par enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol. Cela vise à éviter d'avoir un dispositif par activité ce qui pourrait avoir un effet très préjudiciable en termes de paysage avec la multiplication des supports sur un même espace.

De plus, toute face non exploitée visible d'une voie ouverte à la circulation publique ou d'une propriété voisine doit être revêtue d'un habillage dissimulant la structure du panneau afin de pas créer de pollution visuelle supplémentaire.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne font pas l'objet de règles particulières dans la réglementation nationale (chevalets, kakémonos, ...). Pourtant, elles posent un problème paysager important notamment en centres villes sur le domaine public où elles sont le plus souvent implantées mais aussi le long des voies et axes structurants. La collectivité a donc fait le choix de limiter leur nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. De plus, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur est limitée à 1,20 mètre en ZE1 et 6 mètres en ZE2 au-dessus du niveau du sol.

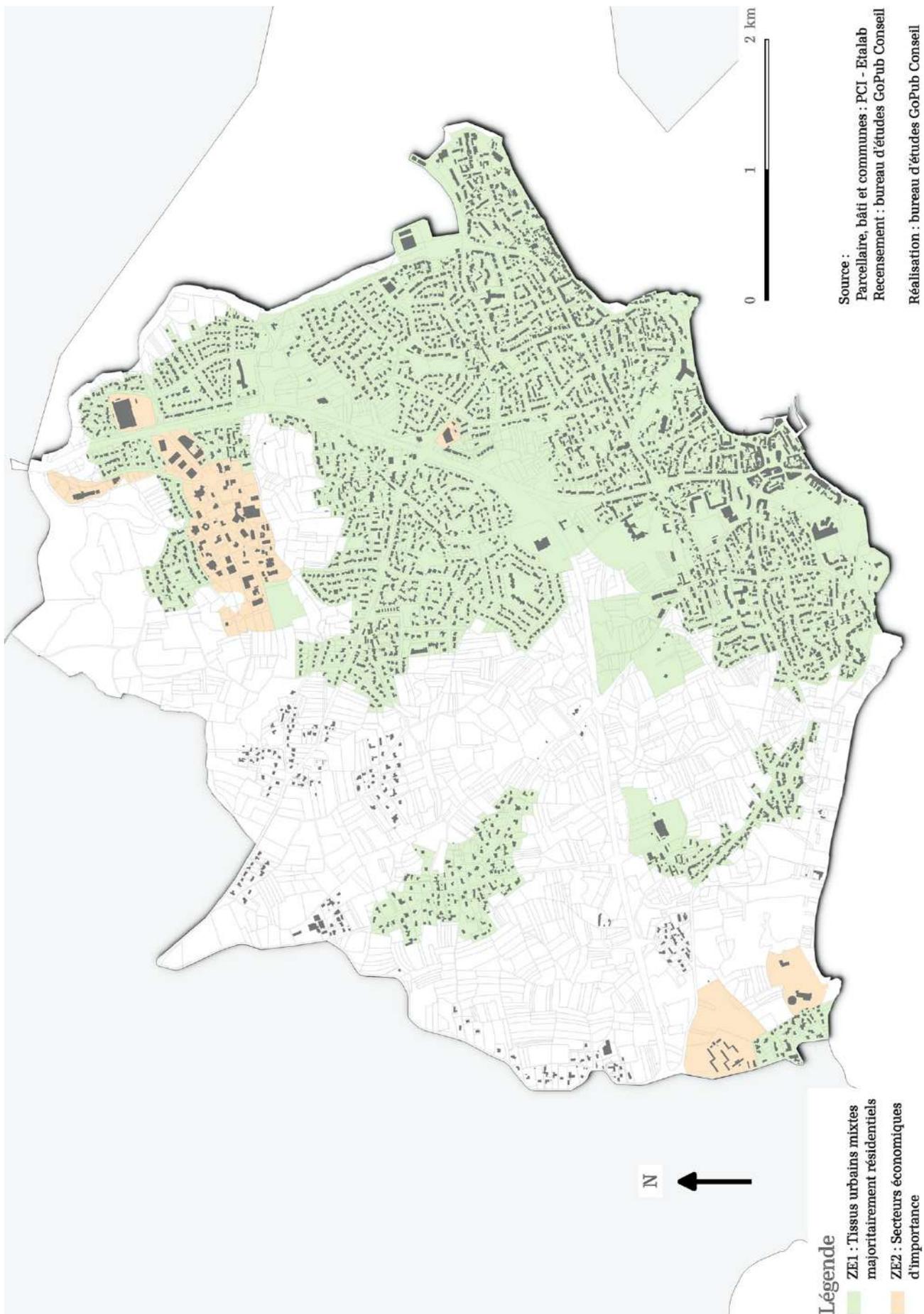
En ZE1, les enseignes sur clôture comme les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites pour d'évidentes raisons de dégradation des paysages urbains centraux et résidentiels. En revanche, en ZE2, ces deux types d'enseignes seront autorisées mais limitées. Ainsi, il ne sera admis qu'une seule enseigne sur clôture placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée et celle-ci ne pourra dépasser excéder 4 m². En ce qui concerne les enseignes sur toiture, leur nombre sera lui aussi limité à une par établissement d'une hauteur maximale de 2 mètres obligatoirement implantée au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture afin d'en minimiser au maximum l'impact.

Par souci d'harmonisation avec les objectifs qui ont guidés les horaires d'extinction nocturne des publicités et pré-enseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes dès la cessation d'activité de l'établissement et ne peuvent être allumées qu'à la reprise de cette activité.

Les enseignes numériques seront limitées à une seule par établissement dans la limite de 2 mètres carrés en ZE1 et 4 mètres carrés en ZE2. Dans le cas où plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière, leurs enseignes numériques doivent être regroupées sur un même support afin d'en atténuer les éventuelles nuisances.

Les enseignes temporaires seront soumises aux mêmes interdictions et règles que les enseignes permanentes vues précédemment pour les mêmes raisons. Cela permettra d'éviter la surenchère d'enseignes à l'occasion de manifestation temporaire ou encore d'opérations immobilières ou commerciales. Dans une optique de développement durable, les enseignes temporaires scellées au sol ou lumineuses seront strictement interdites.

Enfin, si des activités étaient situées hors agglomération et donc hors zonage du RLP, elles seraient soumises aux mêmes dispositions que les enseignes situées en ZE2.



Plan de zonage « enseigne » de la commune de Larmor-Plage

VI. Annexe : Tableau des abréviations utilisées

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
MGP	Métropole du Grand Paris
PAC	Porter à connaissance
PDA	Périmètre Délimité des Abords des monuments historiques classés ou inscrits
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PLUi	Plan Local d'Urbanisme intercommunal
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
UDAP	Unités Départementales de l'Architecture et du Patrimoine
ZE	Zone d'enseigne
ZP	Zone de publicité