

**Arrêté n° 12779 du 13 septembre 2022**  
**du Maire de Larmor Plage**

**ENQUÊTE PUBLIQUE**  
**relative au projet de Révision générale du Règlement Local de Publicité**  
**de la commune de Larmor-Plage**

Enquête N° E22000110 /35

**15 novembre 2022 – 3 janvier 2023**

**Partie 2**

**CONCLUSIONS ET AVIS**

## Sommaire

A - RAPPEL DU PROJET .....	3
B – DEROULEMENT ET BILAN DE L’ENQUETE PUBLIQUE. ....	5
1 - Déroulement de l’enquête publique .....	5
2 - Bilan de l’enquête publique .....	6
C – AVIS ET OBSERVATIONS DES PPA .....	9
D- MEMOIRE EN REPONSE AU PROCES-VERBAL DE SYNTHESE DE LA COMMISSION D’ENQUETE PUBLIQUE. ....	10
E - APPRECIATIONS DE LA COMMISSION D’ENQUETE SUR LE PROJET, LES OBSERVATIONS DU PUBLIC, DES PPA ET LE MEMOIRE EN REPONSE DU MAITRE D’OUVRAGE.....	17
1- Quant à la prise en compte de l’évolution législative et réglementaire. ....	17
2- Quant à l’adaptation de la réglementation nationale pour la prise en compte de l’environnement larmorien.....	18
3- Quant à la préservation de la qualité des paysages.....	19
4- Quant à l’affichage sur le mobilier urbain.....	19
5- Quant à l’amélioration de l’image de la commune. ....	20
6- Quant à la conservation de l’attractivité.....	22
7 Quant à l’encadrement de l’évolution technologique de l’affichage publicitaire. ....	23
8 Quant à la mise en conformité. ....	23
F – APPRECIATION GLOBALE SUR LE PROJET .....	24

Cette deuxième partie a pour objet de présenter les conclusions de la commission d'enquête et de donner son avis motivé sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Larmor-Plage.

Dans la première partie, ont été présentés le projet de l'enquête, la composition du dossier mis à disposition du public et le déroulement de l'enquête. A l'issue de l'enquête, le procès-verbal de synthèse des observations du public a été rédigé.

Le 13 janvier 2023, conformément à l'article R 123-18 du Code de l'Environnement, la commission d'enquête a remis et commenté ce procès-verbal de synthèse des observations du public et ses questions complémentaires au maître d'ouvrage représenté par :

M. JOUANJEAN, adjoint à l'urbanisme, mairie de Larmor-Plage  
M. FLATRES, conseiller délégué à l'urbanisme  
Mme LE NABAT, DGS  
M. VUAROQUEAUX, DST  
Mme MASSIS-DESMAREST, directrice de cabinet  
Mme LE SCAON, chargée d'études PLU Lorient Agglomération

Puis, le mémoire en réponse au Procès-verbal de synthèse et aux questions de la commission d'enquête a été transmis par voie électronique le vendredi 03 février 2023, (Cf annexe 2 du rapport d'enquête).

## A - Rappel du projet

Le droit de l'affichage extérieur concerne 3 types de dispositifs, à savoir la publicité, les enseignes et pré-enseignes. Dans une optique de protection de l'environnement et du cadre de vie, cette réglementation vise les possibilités d'implantation des supports et leurs formats, visibles des voies publiques ou privées, ouvertes à la circulation et non le contenu des messages diffusés.

Ce sont les dispositions des articles L 581 et suivants, R 581-72 du code de l'environnement issues de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et du décret du 30 janvier 2012 ainsi que de la loi du 22 août 2021 dite « Loi Climat et Résilience » qui s'appliquent afin de concilier l'information publicitaire et la lutte contre les nuisances visuelles.

La commune de Larmor-Plage fait partie de Lorient-Agglomération qui comprend 25 communes et compte plus de 209 360 habitants. Sur le territoire larmorien, 4 agglomérations de moins de 10 000 habitants sont délimitées.

Face à la caducité au 13 janvier 2021 de son Règlement Local de Publicité, approuvé le 27 avril 1987, la commune de Larmor-Plage a prescrit la révision de ce document le 5 juin 2021, arrêté le 1 juin 2022, après concertation. Un courrier du 7 juillet 2022 a été adressé à diverses personnes publiques associées.

Saisissant l'opportunité des révisions de son PLU et de son schéma d'assainissement, par souci d'harmonisation et de transparence, cette collectivité a décidé d'élaborer cet outil de gestion de la publicité en prenant en compte non seulement les évolutions réglementaires et technologiques mais également les aspects environnementaux et paysagers du territoire.

Un état des lieux établi en août 2019 a permis de recenser 71 dispositifs de publicité et pré-enseignes dont 41 scellés au sol et 18 sur des murs ou clôtures. Une pression publicitaire est constatée dans les secteurs d'activités de Kerhoas et Quelisoy ainsi que le long des axes routiers importants et aux entrées de ville. Seuls, 2 types de mobilier urbain, les abris recevant du public et les « sucettes », existent et affichent de la publicité à titre accessoire. Quant aux 932 enseignes dénombrées, elles sont principalement installées dans les pôles économiques, parfois en surnombre, mal positionnées et sont essentiellement commerçantes.

En se basant sur ce diagnostic et la concertation préalable avec la population et divers acteurs professionnels et institutionnels, 6 objectifs et 10 orientations ont été fixés, destinés à encadrer davantage les formats publicitaires en renforçant leur intégration architecturale et paysagère pour garantir et améliorer le cadre de vie tout en confortant l'accompagnement des activités économiques.

Afin d'une meilleure adaptation aux caractéristiques de cette commune littorale, un zonage a été retenu afin d'assurer une adéquation entre la lisibilité des activités et la préservation du bâti et des paysages.

En sus de la campagne où en tant que zone non agglomérée, toute publicité et pré-enseigne sont interdites, 3 zones de publicité sont instituées :

-une ZPO couvre les périmètres de protection des abords des monuments historiques du cœur de ville, avec la seule possibilité de publicité sur le mobilier urbain à titre accessoire,

-une ZP1 s'étendant aux secteurs urbanisés mixtes, majoritairement résidentiels des 4 agglomérations identifiées, avec une interdiction de publicité scellée au sol, et une apposition de publicité de 4 m<sup>2</sup> de surface sur les murs aveugles,

- une ZP 2 pour les zones d'activités économiques (Kerhoas, Quelisoy, Kerpape) avec une réduction du format hors tout des dispositifs à 10,50 m<sup>2</sup> et les dispositifs scellés au sol perpendiculairement à la voie. D'autres interdictions ont été instituées, comme la publicité sur clôture, sur les murs en pierres naturelles, les toitures ou terrasses, les bâches.

Par ailleurs, 2 zones d'enseignes ont été fixées :

- une ZE1 pour les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels agglomérés autour du cœur de ville avec des implantations au-dessous des limites de plancher du premier étage et des limitations de surface et hauteur,

- une ZE 2 pour les zones d'activités économiques d'importance avec des surfaces limitées à 8 m<sup>2</sup> et autres restrictions.

Et, pour lutter contre le changement climatique, les *dispositifs numériques* à l'exception des éclairages par projection ou transparence, sont interdits, des extinctions nocturnes de 22 h à 6 h sont prévues ainsi que pour les enseignes aux horaires de reprise et cessation d'activités.

Sur ces fondements, le projet de RLP a été soumis à une enquête publique unique, en lien avec le PLU et le schéma d'assainissement, dès le 15 novembre 2022.

## B – Déroulement et Bilan de l'enquête publique.

### 1 - Déroulement de l'enquête publique

Par courrier, enregistré au greffe du tribunal administratif de Rennes le 22 juillet 2022, M. le maire de la commune de Larmor Plage a demandé la désignation d'une commission d'enquête en vue de procéder à une enquête publique ayant plusieurs objets dont la révision générale du RLP de sa commune. En effet, dans un souci d'harmonisation et de cohérence, cette enquête est organisée conjointement avec les procédures de révision du PLU et du zonage des eaux pluviales et usées de la commune de Larmor-Plage et leur évaluation environnementale.

M. le Président du tribunal administratif a désigné, par ordonnance du 07 septembre 2022, une commission d'enquête composée de la façon suivante :

- Président : M. Jean-Luc ESCANDE,  
Membres de la commission d'enquête :
- M. Christian ROBERT,
  - Mme Nicole QUEILLE.

L'arrêté de M. le Maire de Larmor Plage portant ouverture de l'enquête publique relative à la révision générale du RLP a été pris le 13 septembre 2022.

Il précise que l'enquête se déroulera du 15 novembre 2022 à 09h00 au 3 janvier 2023 à 17h00, soit pendant 50 jours consécutifs, au siège de l'enquête fixé à la mairie de Larmor Plage.

Cet arrêté indique également que le public pourra formuler ses observations :

- soit oralement lors des permanences des commissaires enquêteurs,
- soit sur le registre d'enquête disponible en mairie,
- soit par courrier adressé au siège de l'enquête à la mairie de Larmor Plage,
- soit à l'adresse électronique suivante : [rlp@larmor-plage.com](mailto:rlp@larmor-plage.com)

Un dossier d'enquête et un registre d'enquête publique ont été mis à la disposition du public du 15 novembre 2022 à 09h00 au 3 janvier 2023 à 17h00, soit pendant 50 jours consécutifs, au siège de l'enquête à la mairie de Larmor Plage, aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Le dossier était également consultable :

- sur le site internet de la mairie de Larmor Plage : <https://www.larmor-plage.bzh>
- ainsi que sur un poste informatique mis à disposition du public en mairie de Larmor Plage, accessible aux jours et heures habituels d'ouverture au public.

Des avis de presse sont parus les 25 octobre et 17 novembre 2022 dans deux journaux locaux, Ouest-France et Le Télégramme.

La commission d'enquête a organisé une conférence de presse le 1 décembre.

La commission d'enquête a tenu 9 séances de permanence, elle y a reçu **195 personnes** sur un total de **304 visiteurs en mairie**.

<i>Dates</i>	<i>Lieu</i>	<i>Matin</i>	<i>Après midi</i>	<i>Nombre de personnes reçues</i>
Mardi 15 novembre 2022	Salle des mariages	09h00 - 12h00		<b>14</b>
Mercredi 23 novembre 2022	Salle des mariages		14h00 - 17h00	<b>21</b>
Jeudi 01 décembre 2022	Salle des mariages	09h00 - 12h00		<b>14</b>
Jeudi 01 décembre 2022	Salle des mariages		14h00 - 17h00	<b>11</b>
Vendredi 09 décembre 2022	Salle des mariages		14h00 - 17h00	<b>17</b>
Dimanche 18 décembre 2022	Salle Colibri (Boulevard de Toulhars)	10h00 - 13h00		<b>11</b>
Mardi 20 décembre 2022	Salle des mariages		14h00 - 17h00	<b>33</b>
Vendredi 30 décembre 2022	Salle des mariages	09h00 - 12h00		<b>34</b>
Mardi 3 janvier 2023	Salle des mariages		14h00 - 17h00	<b>40</b>
<b>TOTAL</b>				<b>195</b>

Lors des différentes permanences qui ont été très actives, la commission d'enquête a apprécié la disponibilité des agents communaux, et particulièrement la présence bienveillante de l'hôtesse qui accueillait les déposataires, et communiquait régulièrement les observations recueillies sur registres, ou par courriers et e-mails en vue de leur traitement. En raison de la simultanéité des enquêtes RLP et Révision PLU, l'enquête RLP à proprement parler, a connu une affluence réduite. M. le Maire et son adjoint à l'urbanisme ont suivi de près le déroulement de l'enquête. De même, la mise à disposition de la salle de mariages d'accès facile, et de la salle Colibri le dimanche matin, jour de marché, a permis de recevoir tout public dans de bonnes conditions. L'affichage de panneaux explicatifs a été apprécié. La tenue d'une conférence de presse avec la correspondante locale du quotidien Ouest France, le 01 décembre, a permis de cerner l'objet de l'enquête publique unique auprès de la population.

Par ailleurs, les habitants se sont montrés courtois et fort intéressés par le projet. Généralement, soucieux des évolutions prévues dans les nouveaux documents, ils préféraient venir chercher des informations sur le dossier avant de déposer leurs observations.

En-dehors des permanences des commissaires-enquêteurs, 109 personnes sont ainsi passées au siège de l'enquête pour prendre des renseignements ou pour inscrire leurs observations dans le registre. L'enquête s'est déroulée dans le calme, sans incidents.

## 2 - Bilan de l'enquête publique

Cette enquête directement liée au RLP n'a pas suscité un nombre important d'observations, **au nombre total de 8**, qui se répartissent de la façon suivante : 1 seule observation orale, 3 observations écrites, un courrier et 3 courriels.

➤ **1 observation orale** : lors de la permanence du 01 décembre, une personne, venue consulter le projet PLU, s’est rendue compte que les dossiers relatifs au RLP et au schéma d’assainissement étaient également soumis à enquête publique ; elle s’est alors exprimée oralement en précisant que la réduction des dispositifs publicitaires rentrait dans le cadre d’une l’amélioration du cadre de vie sur la commune de Larmor-Plage.

➤ **3 contributions écrites consignées sur le registre, R1 à R3 :**

-1 contribution de la part de l’*UDB, Union Démocratique Bretonne*, le 27 décembre, qui déplore l’insuffisance de panneaux d’expression d’opinions pour les associations et partis politiques locaux, l’UDB disposant actuellement de 6,73 m<sup>2</sup> d’affichage, et réclame une mise en conformité de leur nombre et répartition judicieuse sur le territoire communal.

-1 contribution d’une personne, le 3 janvier, qui souhaite connaître les dispositions réglementaires applicables pour la pose d’une enseigne sur un immeuble à usage de bureaux sis dans la zone de Kerhoas.

-1 contribution d’une autre personne, le 3 janvier, qui demande l’arrêt de l’urbanisation pour préserver la qualité de vie, la qualité de l’eau, la limitation du trafic, des nuisances olfactives, visuelles.

*Cette observation a été retranscrite par erreur sur le registre consacré au RLP et aurait dû être inscrite sur le registre PLU.*

➤ **1 courrier, C1**, de la part de l’*UDB, Union Démocratique Bretonne*, du 20 décembre, précisant la déposition écrite du 27 décembre et sollicitant la conformité de surface affectée à l’expression d’opinions avec celle de l’affichage publicitaire.

➤ **3 courriels, M01 à M03.**

Nom de l’organisme	Référence des observations
EELV- Europe Ecologie Les Verts- Pays de Lorient	M1 du 21 décembre
UPE-Union de la Publicité Extérieure-Syndicat professionnel	M2 du 2 janvier
SNPE- Syndicat National de la Publicité Extérieure	M3 du 3 Janvier

-1 déposition, M1, du 21 décembre, de *Europe Ecologie Les Verts, du Pays de Lorient*. Tout en approuvant les orientations annoncées dans le projet, et en appréciant les efforts de réduction de taille et de densité des dispositifs publicitaires et la volonté de mise en conformité, EELV souhaite que :

\*la taille maximale des dispositifs pour la publicité et pré-enseignes soit fixée à 4 m<sup>2</sup> en ZP2

\*l’utilisation pleine du mobilier urbain pour l’affichage municipal et associatif, et non pour la publicité, dans le quartier de l’Eglise et la Fontaine Notre Dame.

\*l'encadrement des dispositifs lumineux, en particulier numériques, soit précisé, concernant l'application de la luminosité par transparence ou projection aux publicités, pré-enseignes et enseignes numériques, l'excessivité des enseignes numériques de 6 m<sup>2</sup> en ZP2.

- *1 déposition, M2, du 2 janvier, de l'Union de la Publicité Extérieure.* Ce syndicat professionnel estime que le projet de RLP par son découpage de zones avec les règles associées ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cet organisme formule diverses propositions :
- \*la suppression de l'obligation d'intégration paysagère de l'article 4 en raison de sa généralité et de l'utilisation de couleurs neutres et teintes discrètes contraires à l'identité visuelle des sociétés d'affichage.
- \*l'ajout à l'article 4 de la possibilité de l'usage des passerelles intégralement repliables et pliées en l'absence de personnes chargées de les utiliser afin de permettre le changement des publicités en toute sécurité.
- \*l'application du règlement national de publicité pour l'affichage de petit format, (mentionné au III de l'article L 581-8 du code de l'environnement ayant une surface unitaire inférieure à 1 m<sup>2</sup>. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2m<sup>2</sup>). L'interdiction générale de ce type de dispositifs prévue par le projet de RLP est trop absolue et porte une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage.
- \*l'autorisation des dispositifs scellés au sol en ZP1 avec un format d'affiche de 8 m<sup>2</sup> et une surface du dispositif de 10,50 m<sup>2</sup>, encadrement compris dans l'optique de la lisibilité et la visibilité des messages.
- \*la limitation en ZP1 du format « hors tout » à 10,50 m<sup>2</sup>, avec une surface unitaire utile d'affiche n'excédant pas 8 m<sup>2</sup> pour les publicités murales pour reprendre le format standard et favoriser la lisibilité du contenu.
- \*en ZP2, la possibilité d'implantation parallèle ou perpendiculaire à une clôture ou un mur des dispositifs publicitaires ou pré-enseignes directement scellés au sol pour l'amélioration d'intégration du dispositif dans son environnement.

*-1 déposition, M3, du 3 janvier, du Syndicat National de la Publicité Extérieure.* Pour le SNPE, le projet de RLP ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux par la limitation du format des publicités murales à 4 m<sup>2</sup> en ZP2, combinée à une règle de densité inadaptée en ZP 3, privant la collectivité locale et les bailleurs privés de ressources financières.

Ce syndicat apporte des éléments d'informations générales :

\*le marché de la publicité extérieure a été affecté par les durcissements normatifs, par la crise sanitaire ; il régresse sur le domaine privé de - 23,4% alors que sur le domaine public, il est en plein essor de + 12,7%.

\*une politique d'amélioration de l'impact environnemental de la publicité extérieure est engagée afin de tendre vers l'objectif de neutralité carbone, comme la fourniture en Energie verte pour l'électrification du parc, l'éclairage LED pour les mobiliers, la recyclabilité des composants.



\*l'atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage eu égard aux considérations tirées de la protection du cadre de vie.

\*l'inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.

Ce syndicat soumet des propositions d'aménagements règlementaires :

\*compte-tenu des formats standards actuels des dispositifs publicitaires et de l'impact négatif en termes de développement durable engendré par le remplacement des panneaux concernés qui ne peuvent être ni recyclés, ni valorisés, autoriser en ZP 1 un format hors tout de 5,30 m<sup>2</sup> avec une surface d'affiche de 4 m<sup>2</sup>.

\*du fait de l'absence d'impact sur l'environnement des mesures contraignantes de densité correspondant au linéaire de façade minimum à respecter pour l'implantation d'un dispositif mural, et pour assurer une couverture publicitaire homogène et cohérente, en ZP 1 et ZP 2, ne pas fixer de linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif publicitaire sur support mural ; et, en ZP2, pour les dispositifs publicitaires scellés au sol, déterminer le linéaire de façade minimum à 30 ml, et un deuxième à compter de 80 ml.

## C – Avis et observations des PPA

Par courrier du 7 juillet 2022, les PPA ont été consultées.

- Dans sa formation spécialisée « publicité », en date du 14 septembre 2022, la **CDNPS** a émis un avis favorable.

<p><b>P de Larmor Plage</b></p>	<p>Les principaux objectifs affichés par la commune de Larmor-Plage, outre la prise en compte des évolutions réglementaires, sont d'adapter la réglementation nationale au contexte larmorien, de réduire la pression publicitaire aux entrées de ville et dans les zones d'activités tout en conservant l'attractivité économique, et de lutter contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores.</p> <p>Les associations environnementales soulignent la qualité du travail réalisé par la commune de Larmor Plage tout en déplorant la réintroduction de la publicité en secteur patrimonial. Elles souhaitent plus de restrictions sur les publicités à l'intérieur des vitrines, ainsi que sur les enseignes lumineuses, notamment numériques, et sur la taille et la hauteur des dispositifs.</p> <p>Le représentant des professionnels de la publicité souligne la qualité du travail fait pour l'élaboration du RLP. Il évoque l'enjeu énergétique qui conduit à un remplacement des matériels énergivore par des systèmes à led.</p>	<p>Notes : 9 votants</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avis favorable : 6</li> <li>• Abstention : 2</li> <li>- M. CHAMPALBERT, UPE</li> <li>- M. de MOURGUES, UMIVEM</li> <li>• Avis défavorable : 1</li> <li>- M. BOURBON, Paysages de France</li> </ul>
---------------------------------	--	--

- A cette décision, il est annexé les remarques présentées en séance par **l'UMIVEM**, à savoir :
  - pages 32,33 et 34 du rapport de présentation du projet de RLP de Larmor-Plage, il est indiqué que 37% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface supérieure au-maximum autorisé par le code de l'environnement.
  - pages 62 à 65 de ce rapport, il est indiqué que 40% des enseignes scellées au sol ne respectent pas une ou plusieurs règles nationales.

On ne peut que demander avant toute mise en application d'un règlement local que les règles nationales soient respectées. L'application des règles incombe au maire de la commune.

- Article 18 : les publicités scellées au sol en ZP 2 devront être ramenées de 12 m<sup>2</sup> au maximum à 8 m<sup>2</sup> ; ce chiffre de 8 m<sup>2</sup> nous paraît excessif, il est demandé de limiter à 4 m<sup>2</sup> maximum, format standard adopté par nombre de RLP.
- Article 31 : autorise les enseignes sur toitures en ZE 2. Il est demandé que comme en ZE 1 ces enseignes soient interdites. C'est ce que beaucoup de RLP prévoient.
- Article 32 : limiter comme en ZE1 les enseignes numériques à 2 m<sup>2</sup> et non à 6 m<sup>2</sup> comme l'autorise l'article dans sa rédaction actuelle pour les ZE 2.
- Les articles 7,8,14,15, 22 autorisent les éclairages, vu ce qui attend la Bretagne en matière d'énergie, il eût été sage de limiter ou interdire ces éclairages.

➤ Par réponse du 29 août 2022, la **Direction des Routes et de l'Aménagement du Département du Morbihan**, a fait savoir que ce document n'appelle aucune observation ni remarque particulière de la part du conseil départemental.

➤ Il en est de même pour **le syndicat Morbihan énergies** dans sa réponse du 5 septembre 2022.

➤ A titre d'information complémentaire, il est à noter que par courrier tardif, en date du 26 octobre 2022, le **service eau, biodiversité, risques de la Direction Départementale des Territoires et de la Mer du Morbihan** a émis un avis favorable après avoir insisté sur le caractère restrictif du projet de RLP, notamment pour l'interdiction des dispositifs numériques et en demandant d'intégrer la carte des limites de l'agglomération, d'améliorer la lisibilité des plans de zonage, de préciser les types d'éclairage et d'unités foncières bordées par plusieurs voies.

## D- Mémoire en réponse au Procès-Verbal de Synthèse de la Commission d'Enquête publique.

### Avant-propos du maître d'ouvrage dans son mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse de la commission d'enquête publique

L'attrait et la vitalité d'une commune reposent sur sa capacité à maintenir de justes équilibres entre l'activité et la qualité de vie. Larmor-Plage échappe d'autant moins à cette donnée « du vivre ensemble » qu'elle est une station de tourisme et qu'il s'agit donc de conforter l'activité qui en résulte au bénéfice de notre territoire.

C'est ainsi que projet politique de territoire a pour ambition d'accompagner et de développer le commerce de proximité, de maintenir et même d'accroître le nombre des entreprises et par conséquent les emplois.

La publicité y participe. La remise à niveau du RLP était rendue nécessaire pour se conformer aux règles et pratiques d'usage et aux nouvelles normes, avec le double souci de permettre aux commerces de se faire connaître et de limiter au mieux la pollution visuelle induite par la publicité et parfois les enseignes.

## Réponses au rapport des Commissaires Enquêteurs :

### ➤ Le choix du zonage

#### **L'expression du public- extrait du PVS**

Pour les syndicats professionnels, le projet de RLP par son découpage de zones avec les règles associées ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

#### **Question de la commission d'enquête :**

**Estimez-vous que le zonage retenu tant pour la publicité que pour les enseignes permet d'assurer un équilibre entre les paysages larmorien et le droit à l'affichage extérieur ?**

#### **Réponse de la Commune**

Le zonage retenu pour la publicité prend en compte à la fois la structuration urbaine de la collectivité (les différentes agglomérations identifiées sur le territoire), la patrimonialité des secteurs reconnus légalement (le périmètre de protection des abords des monuments historiques du cœur de ville soit l'église et la fontaine Notre-Dame) et les fonctionnalités urbaines (zones d'activités économiques d'importance distinguées des secteurs résidentiels).

En fait comme en droit, il convenait de distinguer ces trois espaces si différents avec un zonage et des règles permettant la signalisation des acteurs économiques tout en la contraignant afin de préserver d'une part le patrimoine historique et vernaculaire de la commune et d'autre part les secteurs d'habitat et les grands paysages larmorien.

Le zonage et les règles attachées tant pour la publicité que pour les enseignes répond à cet objectif d'équilibre.

### ➤ Le format des panneaux

#### **L'expression du public- extrait du PVS**

Les trois organismes qui se sont exprimés ont soulevé la taille des dispositifs. Si pour EELV, la taille doit être fixée à 4 m<sup>2</sup> en ZP2, les représentants des entreprises de communication extérieure préconisent le renvoi au format standard généralement utilisé dans les métropoles et agglomérations de 10 000 habitants. Ainsi, en ZP1, il conviendrait de se référer à un format « hors tout » de 5, 30 m<sup>2</sup> et de 10,50 m<sup>2</sup> en ZP1 pour les dispositifs scellés au sol et les publicités murales dans un but de lisibilité et visibilité des messages.

**Question de la commission d'enquête :**

**La réduction des formats publicitaires comme le hors-tout à 10,50 m<sup>2</sup> en ZP 2, ou 4 m<sup>2</sup> en ZP1, vous semble-t-elle réellement adaptée pour favoriser la lisibilité des annonces tout en préservant la qualité du cadre de vie ? Songez-vous à retenir des formats standard en ZP1 ? Le choix de limiter l'apposition de dispositifs au premier étage au centre-ville n'est-elle pas trop contraignante ?**

**Réponse de la Commune :**

Mises à part les pré-enseignes dérogatoires et pré-enseignes temporaires limitées à 1,50 m<sup>2</sup>, les formats publicitaires énoncés et donc normés par le code de l'environnement qui constitue le cadre national de la publicité extérieure en l'absence de règles locales vont de 2 m<sup>2</sup> à 12 m<sup>2</sup> hors tout.

Ainsi que le rappelle l'Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités, sauf lorsqu'il s'agit de mobilier urbain, ces formats sont entendus hors tout, soit encadrement compris.

Au titre de l'article R.581-26-II du code de l'environnement, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4m<sup>2</sup>, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. De fait, le format de 4m<sup>2</sup>, contrairement à ce que répète en toute méconnaissance ou mauvaise foi les afficheurs, est un format maximal qui est bel et bien prévu par la loi et légal.

Au sein de Lorient Agglomération, le cas le plus commun est celui décrit ci-dessus puisque les seules agglomérations faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants sont celles des communes de Lorient, Lanester, Ploemeur, Quéven, Larmor-Plage et Caudan. En effet, ces six communes font partie de l'unité urbaine de Lorient qui regroupe 123 073 habitants (chiffres INSEE 2020).

Ainsi limiter la publicité à des dispositifs muraux de 4 m<sup>2</sup> encadrement compris au maximum permet de :

- Conforter l'apaisement des secteurs résidentiels en réduisant les possibilités à du petit format en nombre réduit ;
- Conserver une certaine cohérence entre les agglomérations du territoire intercommunal (la commune ne peut ignorer totalement son contexte intercommunal) sachant que Lanester vient d'approuver un RLP qui va lui aussi dans le sens d'une plus grande sobriété ;
- Respecter l'esprit de la loi qui souhaitait lier les possibilités publicitaires au contexte démographique de la commune sans obérer les interactions urbaines et économiques au sein d'espaces plus vastes (unité urbaine).

En ce qui concerne la limite de 10,50m<sup>2</sup>, il s'agit aujourd'hui du plus grand format industriel légal existant. Les formats d'affiche à 12 m<sup>2</sup> vont au-delà de la limite légale puisqu'avec l'encadrement ils mesurent environ 13,40 à 13,60 m<sup>2</sup> selon les afficheurs. Ils sont évidemment illégaux et doivent être déposés sans délai. Il n'est évidemment pas question de les autoriser en toute irrégularité dans ce projet de RLP.

Le format maximal en ZP1 pourrait être sans irrégularité être relevé à 5 m<sup>2</sup> pour légaliser les affiches de 4 m<sup>2</sup> et leur encadrement. Cela permettrait d'aider les afficheurs qui ont initialement fait des choix hors cadre (cf. ce qui précède) dans la mesure où la commune appartient à l'unité urbaine de Lorient

(plus de 100 000 habitants). Néanmoins, cela aurait pour conséquence une moins bonne cohérence avec les autres communes de Lorient Agglo (dont certaines de même strate démographique voire plus peuplée comme Hennebont ne bénéficient pas de telles possibilités) et multiplication des formats industriels puisque le 4 mètres carrés demeurent un format légal jusqu'à modification de la loi.

➤ **Les horaires d'extinction nocturne**

**L'expression du public- extrait du PVS**

Des précisions sur la formulation relative à l'encadrement des dispositifs lumineux sont souhaitées par EELV.

**Question de la commission d'enquête :**

**Pouvez-vous préciser les horaires d'extinction nocturne de la publicité lumineuse, en application du décret du 17 octobre 2022, celle-ci s'effectue-t-elle entre 22 h et 6 h pour la publicité et 1h avant et 1 h après l'activité pour les enseignes ? La luminosité par transparence ou par projection est-elle la seule autorisée ? Cette extinction nocturne peut-elle moduler selon les saisons ?**

**Réponse de la Commune :**

Les horaires d'extinction édictées ici n'ont rien à voir avec le décret de l'automne dernier. Il n'y a pas d'unité urbaine de plus de 800 000 habitants en Bretagne et a fortiori pas non plus dans le Morbihan. De fait, en l'absence de RLP, avant même ce décret, l'extinction nocturne de la publicité comme des enseignes (hors activités en cours) devait s'effectuer de 1 à 6 heures.

Le présent de RLP va bien plus loin que ce cadre national puisqu'il fixe une plage d'extinction nocturne pour la publicité de 22 heures à 6 heures (y compris sur le mobilier urbain) et, pour les enseignes, les horaires d'extinction sont tout simplement liées aux horaires d'ouverture de ladite activité. C'est trivialement la règle du « fini – éteint », plus vertueuse écologiquement (respect de la biodiversité et des rythmes du vivant) et énergétique (moins d'allumage = moins d'énergie consommée).

Par ailleurs, pour la publicité, effectivement comme indiqué à l'article 7 dans le secteur patrimonial, seule la luminosité par transparence est admise. De fait, tous les autres types de luminosité, à commencer par le numérique, sont interdits.

De même, les articles 14 et 22 concernant les ZP1 et ZP2, n'autorisent que la luminosité par transparence ou par projection. Là encore cela signifie clairement que les autres types de luminosité ne sont pas admis.

A ce jour, comme dans le cadre national, il n'est pas prévu de modulation saisonnière de l'extinction nocturne.

➤ **L'interdiction des dispositifs numériques**

**L'expression du public- extrait du PVS**

EELV s'est exprimée sur le sujet en demandant des explications complémentaires sur ce type de dispositif. De plus, EELV considère que l'apposition d'enseignes numériques de 6 m<sup>2</sup> en ZP2 est excessive.

**Question de la commission d'enquête :**

**Votre interdiction de dispositifs numériques pour la publicité et la réduction à une seule enseigne par établissement vous paraît-elle cohérente avec les nouveaux modes d'affichage ? Cette interdiction étant très stricte, ne craignez-vous pas des recours comme l'indique l'avis de la DDTM ?**

**Réponse de la Commune :**

Quelles que soient les règles envisagées sur un sujet aussi clivant où le cadre légal manque de précisions sur un certain nombre de points, il est possible de devoir affronter des recours.

Cette interdiction a paru opportune à la commune compte- tenu de ses objectifs de préservation des paysages et du cadre de vie mais aussi de l'absence de ce type de publicité sur le territoire alors que des dispositifs existent en nombre sur la commune voisine de Lorient. Il s'agissait donc de formaliser cette absence et la conforter pour ne pas dégrader la situation existante.

Une des éventualités qui pourrait être réétudiée serait de permettre de la publicité numérique de petit format dans les secteurs économiques en ZP2.

En ce qui concerne les enseignes, la limitation du nombre est totalement légale et permet d'éviter la multiplication de ce type de dispositifs. De nombreux RLP et RLP prennent aujourd'hui de telles mesures (voire des plus contraignantes) sans qu'aucun juge administratif ne les ai désavouées. En effet, si le RLP ne peut interdire strictement un acteur économique de se signaler, il n'est pas interdit d'encadrer cette signalisation à des fins de préservation des paysages et du cadre de vie.

➤ **Les incidences économiques**

**L'expression du public- extrait du PVS**

Après le rappel par le SNPE du contexte du marché de l'affichage extérieur, les syndicats professionnels s'émeuvent des règles du RLP qui sont susceptibles de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage, qu'il s'agisse des choix de couleur et teintes neutres pour les dispositifs, de l'interdiction générale de petit format, des dimensions retenues pour les panneaux, des limitations de linéaires de façades.

**Questions de la commission d'enquête :**

**Avez-vous calculé les pertes financières pour les professionnels, et pouvant engendrer des suppressions d'emplois, du fait de la disparition d'un certain nombre de panneaux ?**

**Réponse de la Commune :**

Pareil calcul prospectif serait bien compliqué sauf à disposer des données financières et commerciales et de disposer des outils permettant de mesurer l'impact réel de règles qui sont en réalité modifiées à la marge, ce d'autant qu'il faudrait aussi prendre en compte tous les autres facteurs conjoncturels.

Néanmoins, le faible nombre de panneaux publicitaires légaux existant à Larmor-Plage laisse à penser que le RLP n'impactera en rien le commerce local ni une activité économique très météo-dépendante à Larmor-Plage. En effet, hors publicité accessoire sur le mobilier urbain, 59 supports de publicité ou pré-enseignes avaient recensées à l'été 2020. Parmi celles-ci, déjà 40 dispositifs ne respectaient pas les règles nationales en vigueur...

**Pensez-vous relever le montant de la taxe de la publicité extérieure pour compenser les pertes éventuelles ?**

**Réponse de la Commune :**

Non, l'objectif n'est pas d'augmenter les taxes mais de préserver le cadre de vie des habitants qu'ils soient sédentaires ou de passage.

**Dans un souci de dynamisme économique, acceptez-vous d'appliquer le règlement national de publicité pour les dispositifs de petit format et de ne pas imposer un choix de couleurs et de teintes neutres pour les panneaux ?**

**Réponse de la Commune :**

Il est vrai que lorsque le règlement a été écrit (en pleine période de Covid-19), le jugement de la CAA de Bordeaux concernant les dispositifs dits de petits formats n'était pas connu.

Même si le dynamisme économique ne dépend pas de cette disposition, Compte tenu de cet écueil il est proposé de supprimer cette interdiction en veillant cependant à la « neutralité » des dispositifs installés à Larmor-Plage et notamment dans les espaces patrimoniaux ou résidentiels.

**La proposition de modifier les règles relatives au linéaire de façades vous semble-t-elle acceptable ?**

**Réponse de la Commune :**

Le souhait de la commune n'est pas d'assurer aux afficheurs la libre installation d'un dispositif par unité foncière en secteurs résidentiels (ZP1) mais de diminuer la pression publicitaire qui n'a pas sa place dans ces secteurs apaisés. Il ne paraît donc pas opportun d'assouplir une règle qui permet de gérer de manière plus qualitative et quantitative l'implantation publicitaire.

En ZP2, le règlement permet l'installation d'un dispositif unique pour chaque unité foncière avec la possibilité d'en ajouter un second lorsqu'il s'agit d'une très grande unité foncière. Là non plus il ne semble pas forcément opportun d'abaisser les seuils pour multiplier les dispositifs puisque cela serait en contresens des objectifs d'affichage raisonné exposés par la commune.

- [L'inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé.](#)

**L'expression du public- extrait du PVS**

L'apposition de publicité sur le mobilier urbain a suscité diverses réactions. Ainsi, EELV souhaite que le mobilier urbain dans le centre patrimonial soit affecté à l'affichage municipal, associatif, culturel, et non à la publicité. Quant au SNPE, ce syndicat considère que le mobilier urbain, hormis les abris-voyageurs et les kiosques à journaux, est identique à celui des autres dispositifs publicitaires implantés sur le domaine privé, et peut recevoir au même titre les inscriptions, formes ou images destinés à informer le public et à attirer son attention. Dans le souci de protection du cadre de vie, l'objet publicitaire du mobilier urbain répond donc aux mêmes exigences imposées à tous les publicitaires.

Par ailleurs, le représentant de l'UDB réclame la conformité de surface affectée à l'expression d'opinions avec celle de l'affichage publicitaire.

**Questions de la commission d'enquête :**

**Le renouvellement des contrats pour l'affichage sur le mobilier urbain ne risque-t-il pas de favoriser les grands affichistes au détriment des annonceurs locaux ?**

**Réponse de la Commune :**

Il n'y a pas d'appel d'offres car la commune n'a pas encore défini ses besoins ni tranché sur la question de l'affichage sur son mobilier urbain qui n'est pas un support obligé de publicité.

Si la publicité n'est pas de principe exclue, la priorité sera donnée aux besoins de service public ou pour l'information et la mobilité des usagers.

Il est toutefois à faire observer que les abris destinés aux voyageurs ne sont pas mis en place par la commune mais par l'intercommunalité dans le cadre de sa compétences mobilités. Les éventuels contrats sur ces dispositifs ne sont donc pas du ressort de la commune.

**La publicité sur le domaine public, sur le mobilier urbain, n'est-elle pas privilégiée au détriment des dispositifs sur terrains privés ?**

**Réponse de la Commune :**

En l'état, il faut rappeler que le code de l'environnement distingue clairement ces deux typologies de dispositifs et les encadre bien différemment avec une souplesse particulière pour le mobilier urbain sur laquelle la publicité n'est qu'accessoire (précisément parce que le mobilier urbain a d'abord et essentiellement vocation à servir le public (informations des usagers, abris des voyageurs en transit) et ce n'est qu'accessoirement qu'il peut accueillir la publicité.

Par ailleurs, le présent projet, même s'il permet l'installation de publicité accessoire sur le mobilier urbain en ZPO, n'autorise que les petits formats pour ceux-ci (2 m<sup>2</sup> d'affiche). La pollution et les nuisances éventuelles de ces dispositifs sont donc limitées face aux services rendus aux usagers.

**Le futur contrat sur le mobilier urbain prévoit-il une clause permettant aux collectivités de disposer d'un affichage municipal, culturel ou associatif ?**

**Réponse de la Commune :**

Il n'est pas envisagé à court terme pas de recourir à un tel contrat à Larmor-Plage

**Pensez-vous installer d'autres panneaux d'affichage sur l'ensemble du territoire communal à l'attention des associations, partis politiques ?**

**Réponse de la Commune :**

Les obligations définies par les articles R.581-2 à R.581-5 du code de l'environnement concernent l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Qualifié souvent mais improprement d'affichage « libre » il n'est pas pour autant sans règles puisqu'on ne peut afficher tous les messages (propos religieux, discriminatoires, appel à la haine, publicités commerciales, ...). Il est à distinguer de l'affichage électoral qui fait l'objet de règles particulières dans le code électoral et notamment son article L51.

La Commune de Larmor-Plage est effectivement en déficit de ce type d'affichage, la réflexion sur la répartition de ces panneaux est en cours : au vu de notre démographie il faudra prévoir 10 m<sup>2</sup> d'affichage au minimum sur l'ensemble de la commune avec des emplacements disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux.



➤ [Les modalités de mise en œuvre de cette réglementation](#)

**L'expression du public- extrait du PVS**

Une personne s'interroge sur la mise en œuvre des règles d'apposition d'une enseigne sur un immeuble à usage de bureaux dans la zone de Kerhoas.

**Question de la commission d'enquête :**

**Quels sont les moyens incitatifs et coercitifs que vous comptez mobiliser pour appliquer cette réglementation ?**

**Réponse de la Commune :**

Les incitations pédagogiques seront privilégiées pendant une période transitoire : information et sensibilisation des acteurs pour une mise en conformité.

Au-delà de cette période les procédures normalisées de contrôle et de contravention seront mises en œuvre.

## E - [Appréciations de la commission d'enquête sur le projet, les observations du public, des PPA et le mémoire en réponse du maître d'ouvrage](#)

La commission d'enquête a analysé l'ensemble du dossier, les avis exprimés par les PPA, les observations émises, les réponses du maître d'ouvrage. Les appréciations qui suivent sont traitées en se référant aux objectifs fixés en matière de publicité extérieure par le conseil municipal de Larmor-Plage dans sa délibération de prescription du RLP en date du 5 juin 2019.

### 1- [Quant à la prise en compte de l'évolution législative et réglementaire.](#)

Conformément à la réforme issue de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010, le Règlement Local de Publicité approuvé le 27 avril 1987 est devenu caduc depuis le 13 janvier 2021. Dès lors, la commune de Larmor-Plage faisant partie de Lorient-Agglomération et comportant 4 agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce sont les Règles Nationales de Publicité relatives aux agglomérations de 10 000 habitants qui s'appliquent sur le territoire larmorien.

D'autres règles découlent de la loi N° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, et de la loi du 22 août 2021 dite « Loi Climat et Résilience ».

Comme l'indique le maître d'ouvrage dans sa réponse, *« la remise à niveau du RLP était rendue nécessaire pour se conformer aux règles et pratiques d'usage et aux nouvelles normes, avec le double souci de permettre aux commerces de se faire connaître et de limiter au mieux la pollution visuelle induite par la publicité et parfois les enseignes. »*

Partant du fait que l'ancien RLP instituait 4 zones, autour des monuments historiques, le long du littoral, sur l'ensemble du territoire communal et sur les zones de Kerhoas et Quélisoy, et édictait peu de règles locales, la commune de Larmor-Plage a prescrit l'élaboration de la révision de ce document pour intégrer les évolutions réglementaires et législatives en s'appuyant sur ses propres particularités en cohérence avec les partis urbanistiques recherchés par le PLU.

La commission d'enquête relève que des règles telles celles relatives à la réduction des formats, à l'extinction nocturne des publicités et enseignes lumineuses, découlant des nouveaux textes législatifs et réglementaires ont été instaurées dans le RLP arrêté.

***La commission d'enquête considère que l'évolution législative et réglementaire a bien été prise en compte dans l'élaboration des règles du nouveau RLP.***

## 2- Quant à l'adaptation de la réglementation nationale pour la prise en compte de l'environnement larmorien.

En confirmation des précédents dires, actuellement, ce sont les règles nationales relatives aux agglomérations de 10 000 habitants qui sont en vigueur sur la commune. Désireuse d'édicter des mesures plus appropriées aux caractéristiques de son territoire, tant pour protéger son bâti architectural et urbain que ses paysages littoraux, la commune a donc souhaité procéder à l'élaboration de la révision de son document.

Lors de la réunion de la CDNPS du 14 septembre 2022, il a été mentionné que les principaux objectifs affichés par la commune de Larmor-Plage, outre la prise en compte des évolutions réglementaires, sont d'adapter la réglementation nationale au contexte larmorien, de réduire la pression publicitaire des entrées de ville et dans les zones d'activités tout en conservant l'attractivité économique, et de lutter contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores. Bien qu'émettant quelques réserves sur certaines dispositions, tant les associations environnementales que les représentants des professionnels de la publicité ont souligné la qualité du travail fait pour l'élaboration du RLP.

La commission d'enquête constate que le RLP se fonde sur l'ensemble des dispositions législatives et réglementaires tout en s'adaptant aux spécificités locales. La commission d'enquête souligne que l'adoption de certaines mesures apparaît relativement plus restrictive que le Règlement National de Publicité, telles les interdictions de supports scellés au sol, ou les limitations d'enseignes sur clôtures ou toitures, mais, celles-ci favorisent l'intégration architecturale et paysagère des dispositifs. La prise en considération de la protection des monuments historiques, la lisibilité des activités en cœur de ville et dans les secteurs économiques, la réduction des formats et de la densité, l'interdiction des dispositifs numériques, permettent ainsi d'assurer cette expression publicitaire en application des règles nationales en limitant les nuisances visuelles particulières sur le territoire de cette station de tourisme.

***La commission d'enquête approuve cette adaptation aux règles nationales incitant à une meilleure insertion des dispositifs au milieu paysager, urbain et patrimonial de la commune.***

### 3- Quant à la préservation de la qualité des paysages

L'apposition de dispositifs publicitaires a un impact prégnant sur le paysage. Il suffit de se reporter à l'état des lieux pour vérifier que, même si les panneaux et les enseignes n'impactent pas fortement les secteurs résidentiels sur le territoire larmorien, ces supports peuvent néanmoins perturber la perception du milieu environnant que ce soit par leurs dimensions, leur implantation, leur nombre.

Pour les syndicats professionnels, l'Union de la Publicité Extérieure et le Syndicat National de la Publicité Extérieure, le projet de RLP par son découpage de zones avec les règles associées ne permet pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Face à cette argumentation, la commune argue qu'il convenait de distinguer les trois espaces existants, à savoir la structuration urbaine constituée par les agglomérations identifiées, la patrimonialité des secteurs reconnus, les fonctionnalités urbaines comprenant les zones d'activités économiques, à différencier des quartiers résidentiels, avec un zonage et des règles permettant la signalisation des acteurs économiques tout en la contraignant afin de préserver d'une part le patrimoine historique et vernaculaire de la commune et d'autre part les secteurs d'habitat et les grands paysages larmorien.

La commission d'enquête reconnaît qu'un des axes forts du RLP consiste en la réduction des annonces publicitaires pour préserver les ambiances urbaines et naturelles du territoire larmorien. La commission d'enquête estime que le zonage retenu en 3 zones de publicité et 2 zones pour les enseignes permet de concilier la protection des espaces selon leurs typologies et caractéristiques propres tout en assurant la visibilité des activités. La commission d'enquête souligne l'effort effectué pour maintenir l'aspect résidentiel des quartiers mixtes en instituant quelques mesures restrictives comme l'interdiction de supports scellés au sol et la limitation de la taille à 4 m<sup>2</sup> dans ces secteurs. La réduction des formats et de la densité contribue à la recherche de l'équilibre entre la protection des entités larmoriennes et la signalisation économique.

Par ailleurs, la commission d'enquête recommande, en confortation de l'avis de la DDTM, d'améliorer la lisibilité des plans de zonage.

***La commission d'enquête approuve la simplicité du zonage et la réglementation adaptée à chaque secteur en fonction de la sensibilité paysagère et environnementale.***

### 4- Quant à l'affichage sur le mobilier urbain.

Il importe de rappeler que le Code de l'Environnement encadre précisément l'affichage tant sur le domaine public que sur le domaine privé. Sur le domaine public, il s'agit essentiellement d'appositions sur les différents types de mobiliers urbains, et sur le domaine privé d'installation de dispositifs sur des terrains ou maisons des particuliers.

Dans ses observations, le Syndicat National de la Publicité Extérieure informe que le marché de la publicité extérieure a été affecté par les durcissements normatifs, par la crise sanitaire ; il régresse sur

*le domaine privé de – 23,4% alors que sur le domaine public, il est en plein essor de + 12,7%, et insiste sur l'inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.* Par ailleurs, le représentant de l'UDB sollicite l'équivalence de surface affectée à l'expression d'opinions avec celle de l'affichage publicitaire. Et, le représentant de EELV réclame de dédier l'intégralité du mobilier urbain à l'affichage municipal et associatif, et non à la publicité, dans le quartier de l'Église et la Fontaine Notre Dame.

Sur la commune de Larmor-Plage, la commission d'enquête constate que la publicité est installée à titre accessoire sur le mobilier urbain, que celle-ci reste limitée une surface unitaire de 2 m<sup>2</sup> dans un souci de renforcement de protection des éléments patrimoniaux au cœur de ville. Cet affichage est privilégié sur ces installations au titre de la préservation du cadre de vie, ce au détriment des dispositifs sur des emplacements privés au risque peut-être d'entraver la libre concurrence.

La commission d'enquête note que les contrats de concession pour les abris-voyageurs arrivent à échéance prochainement. Quand bien même ces derniers relèvent de la compétence de Lorient-Agglomération, une attention particulière devra être apportée sur le respect du bâti avoisinant et sur la priorité consacrée à des formes d'affichage informatif, associatif, culturel ou social.

Quant à l'affichage dit « libre », ce thème se trouve hors objet de la présente enquête. Mais, il n'en demeure pas moins que celui-ci reste limité sur la commune. Aussi, la commission d'enquête préconise d'apposer des dispositifs adéquats pour répondre aux attentes de la population.

***La commission d'enquête appert que la préservation du cadre de vie est prise en compte lors d'affichage sur le mobilier urbain, et insiste pour privilégier l'affichage lié aux besoins du service public.***

#### 5- Quant à l'amélioration de l'image de la commune.

La commune de Larmor-Plage est traversée par la RD 29, voie de liaison et de transit entre Larmor-Plage et Lorient, et la RD 152, prolongement de la RD 29 en direction de Ploemeur avec un accroissement de trafic durant la saison estivale. La rue Kennedy constitue la principale pénétrante au cœur de ville. Sur ces axes de flux principaux, la pression publicitaire est importante, induisant une saturation des dispositifs publicitaires qui crée des nuisances visuelles et peut parfois engendrer des troubles à la sécurité routière. Cette constatation est identique à l'approche des zones d'activités économiques de Quelisoy et Kerhoas, mais aussi en centre-ville du fait de la présence de commerces et services.

La commission d'enquête constate que la dimension et le nombre des dispositifs autorisés dans les trois zones de publicité et les deux zones pour les enseignes ont suscité des réactions. Ainsi, pour le représentant EELV, *la taille maximale des dispositifs pour la publicité et pré-enseignes doit être fixée à 4 m<sup>2</sup> en ZP2.* Quant aux syndicats professionnels, ils considèrent que la limitation du format des publicités combinée à une règle de densité prive la collectivité locale et les bailleurs privés de ressources financières. Dès lors, ces derniers demandent une application des formats standard, soit en ZP1 un format hors tout de 5,30 m<sup>2</sup> avec une surface d'affiche de 4 m<sup>2</sup>, et pour les dispositifs scellés au sol un format d'affiche de 8 m<sup>2</sup> et une surface du dispositif de 10,50 m<sup>2</sup>, encadrement compris dans l'optique de la lisibilité et la visibilité des messages. Ils sollicitent également un assouplissement des

règles relatives à l'affichage de petit format, au linéaire de façade, à l'usage de passerelles pliées et à l'identité visuelles des panneaux.

Concernant cette restriction du format des panneaux, la commune a explicité sa position. *La limitation de la publicité à des dispositifs muraux de 4 mètres carrés encadrement compris au maximum permet de :*

- *Conforter l'apaisement des secteurs résidentiels en réduisant les possibilités à du petit format en nombre réduit ;*
- *Conserver une certaine cohérence entre les agglomérations du territoire intercommunal (la commune ne peut ignorer totalement son contexte intercommunal) sachant que Lanester vient d'approuver un RLP qui va lui aussi dans le sens d'une plus grande sobriété ;*
- *Respecter l'esprit de la loi qui souhaitait lier les possibilités publicitaires au contexte démographique de la commune sans obérer les interactions urbaines et économiques au sein d'espaces plus vastes (unité urbaine).*

Et, selon ses dires, la limitation de 10,50 m<sup>2</sup> correspond aujourd'hui au plus grand format industriel légal existant, le format d'affiche à 12 m<sup>2</sup> dépassant l'encadrement admis

La commission d'enquête remarque que des restrictions concernant la surface et la densité des supports publicitaires sont prévues dans le futur règlement, mais tout en laissant l'opportunité aux professionnels de signaler leurs activités. Elle approuve la position de la collectivité locale de vouloir réduire les dimensions et le nombre des dispositifs dans un but de lutte contre les nuisances visuelles aux abords de la ville, dans les zones d'activité et dans la centralité en s'attachant toutefois à la visibilité des activités.

Ainsi, des mesures sont prévues en ZE1 pour limiter les gênes visuelles, telles les interdictions d'installation d'enseignes parallèles au mur au-dessus des limites du plancher du premier étage. Et, les limitations d'implantation de dispositifs par unité foncière dotée d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation permettent de gérer les installations pour éviter toute saturation. Pour la commission d'enquête, l'abaissement des seuils fixés relatifs aux linéaires de façade favoriserait l'accroissement d'implantation des dispositifs, ce qui contreviendrait aux objectifs recherchés. En outre, le format de 10,50 m<sup>2</sup> pour les supports en ZP2 intègre la prise en compte de l'encadrement hors-tout en permettant une lisibilité des annonces. Le choix de limiter les panneaux à 4 m<sup>2</sup> en ZP1 assure une cohérence avec les autres communes de Lorient-Agglomération. La qualité des enseignes est recherchée. La commission d'enquête acte la démarche d'amélioration pour les petits formats selon l'évolution jurisprudentielle. Elle considère également que dans le cadre d'une préservation du patrimoine et du cadre de vie, une certaine neutralité s'impose dans la palette des teintes des dispositifs. Elle conseille d'accepter l'utilisation de passerelles pliées selon les besoins pour la sécurité des travailleurs.

Ainsi, des mesures sont prévues en ZE1 pour limiter les gênes visuelles, telles les interdictions d'installation d'enseignes parallèles au mur au-dessus des limites du plancher du premier étage. Et, les limitations d'implantation de dispositifs par unité foncière dotée d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation permettent de gérer les installations pour éviter toute saturation. En outre, le format de 10,50 m<sup>2</sup> pour les supports en ZP2 intègre la prise en compte de l'encadrement hors-tout en permettant une lisibilité des annonces. Le choix de limiter les panneaux à 4 m<sup>2</sup> en ZP1 assure une cohérence avec les autres communes de Lorient-Agglomération. La qualité des enseignes est recherchée. Pour la commission d'enquête, la modification des seuils fixés relatifs soit aux linéaires de façade, soit à la taille des panneaux, soit à leur densité, favoriserait un développement conséquent

de l’affichage extérieur, ce qui contreviendrait à la recherche d’un équilibre entre la préservation des entités communales et la visibilité des messages. La commission d’enquête acte la démarche d’amélioration pour les petits formats selon l’évolution jurisprudentielle. Elle considère également que dans le cadre d’une préservation du patrimoine et du cadre de vie, une certaine neutralité s’impose dans la palette des teintes des dispositifs. Elle conseille d’accepter l’utilisation de passerelles pliées selon les besoins pour la sécurité des travailleurs.

***La commission d’enquête admet que les règles fixées, notamment le choix du format des panneaux, et la réduction de la densité, favorisent la mise en valeur non seulement des entrées de ville, mais aussi du centre.***

#### 6- Quant à la conservation de l’attractivité.

Un axe fondamental du PADD du PLU de Larmor-Plage est de conforter l’image de cette ville dynamique et attractive. Dans cette optique, il s’agit d’annoncer la présence des activités touristiques, commerciales, industrielles, de services, de manière lisible tant à l’attention des habitants que des visiteurs, mais sans créer de perturbations aux paysages environnants.

Les syndicats professionnels insistent, dans leurs dépositions, sur le fait que *le projet de RLP ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux.*

La commission d’enquête soutient que sur la commune, ce vecteur de communication permet d’afficher la diversité des atouts économiques. C’est d’ailleurs le but recherché par l’implantation, la dimension et le format des panneaux et enseignes autorisés dans les différents zonages avec l’adoption de mesures spécifiques dans les zones d’activités et le cœur de ville. Mais, la commission d’enquête retient également que la limitation de ces dispositifs évite la saturation de ces derniers et favorise leur insertion dans le milieu paysager et urbain.

En outre, la commune indique dans sa réponse que *le faible nombre de panneaux publicitaires légaux existant à Larmor-Plage laisse à penser que le RLP n’impactera en rien le commerce local ni une activité économique très météo-dépendante à Larmor-Plage. En effet, hors publicité accessoire sur le mobilier urbain, 59 supports de publicité ou pré-enseignes avaient été recensés à l’été 2020. Parmi ceux-ci, 40 dispositifs ne respectaient pas les règles nationales en vigueur...*

Compte-tenu de l’installation existante de l’affichage extérieur, la commission d’enquête relève que l’enlèvement de panneaux n’induit aucune conséquence substantielle sur une éventuelle perte d’emplois et de revenus financiers et économiques pour les professionnels tels les affichistes. Enfin, la commune de Larmor-Plage n’ayant pas institué de taxe locale sur la publicité extérieure et n’ayant pas la volonté d’en créer, cette réduction d’affichage n’est pas susceptible d’entraîner une perte des recettes.

***La commission d’enquête considère que l’édiction de règles restrictives permet de conserver un bon niveau d’attractivité assurant néanmoins un équilibre avec l’identité communale.***

## 7 Quant à l'encadrement de l'évolution technologique de l'affichage publicitaire.

Ces dernières décennies, de nouveaux modes de communication sont apparus, comme les dispositifs numériques, les écrans géants, les supports digitaux... Mais, en raison du changement climatique, des économies d'énergie sont à prôner.

Sur ce sujet, le représentant d'EELV a souhaité que *l'encadrement des dispositifs lumineux, en particulier numériques, soit précisé, concernant l'application de la luminosité par transparence ou projection aux publicités, pré-enseignes et enseignes numériques, la taille excessive des enseignes numériques de 6 m<sup>2</sup> en ZP2.*

Sur le territoire larmorien, le projet de RLP prévoit l'interdiction des dispositifs numériques à l'exception des éclairagements par projection ou transparence pour lesquels diverses solutions sont envisagées comme la sélection de l'intensité et qualité de la lumière, la réduction de la puissance des lampes, la modulation de la durée d'éclairage et la diminution des lumières blanches. La commission d'enquête souligne l'effort louable de la commune de Larmor-Plage pour pérenniser l'absence de ces types de dispositifs sur son territoire et comprend l'acceptation éventuelle par la commune de publicité numérique de petit format en ZP 2. Comme l'a relevé la DDTM dans son avis, le projet de RLP présente un caractère restrictif, notamment pour l'interdiction des dispositifs numériques. La commune affirme bien que le présent de RLP va bien plus loin que ce cadre national pour la publicité et pour les enseignes.

De plus, la commune de Larmor-Plage a opté pour une extinction nocturne des dispositifs lumineux de 22 h à 6 h, y compris sur le mobilier urbain, et pour les enseignes selon la fin et la reprise des activités. Seule la luminosité par transparence est admise. De fait, tous les autres types de luminosité, à commencer par le numérique, sont interdits.

La commission d'enquête approuve ces initiatives. Mais, elle attire l'attention sur le respect effectif de la concordance de l'extinction des enseignes avec l'ouverture et le terme des activités.

***La commission d'enquête approuve le caractère strict des dispositions prises par la commune de Larmor-Plage dans le domaine de l'affichage numérique et recommande un suivi de l'extinction des enseignes avec l'ouverture et la cessation des activités.***

## 8 Quant à la mise en conformité.

Le code de l'environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction et en fonction du type de dispositif. A compter de la date d'approbation du RLP, le délai de mise en conformité est de 2 ans pour les publicités et pré-enseignes, et de 6 ans pour les enseignes.

Lors des débats à la CDNPS, l'UMIVEM a indiqué que selon le rapport de présentation, *37% des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol ont une surface supérieure au maximum autorisé par le code de l'environnement, que 40% des enseignes scellées au sol ne respectent pas une ou plusieurs règles nationales. De ce fait, il est possible de demander avant toute mise en application d'un règlement local que les règles nationales soient respectées. L'application des règles incombe au maire de la commune.*

La commission d'enquête note que cet équilibre entre visibilité des activités et protection du cadre de vie ne peut effectivement s'effectuer qu'avec la collaboration des divers partenaires concernés et que la mise en œuvre de moyens tant incitatifs que coercitifs, en privilégiant des actions pédagogiques pendant la période transitoire, peut faciliter l'application des nouvelles mesures. La commission prend acte que la commune s'engage à mettre en œuvre, au-delà de cette période, les procédures normalisées de contrôle et de contravention. A ce propos, la commission d'enquête relève que le dépôt des dispositifs illégaux aurait contribué à un diagnostic plus pertinent.

***La commission considère que l'objectif d'une mise en conformité des dispositifs est bien recherché.***

## F – Appréciation globale sur le projet

### **Après avoir :**

- étudié le dossier d'enquête, les avis exprimés des personnes publiques associées,
- avoir échangé avec le maître d'ouvrage,
- visité les lieux à plusieurs reprises, seule et avec le maître d'ouvrage,
- échangé avec le public,
- analysé les observations du public et ses propositions, les réponses du maître d'ouvrage, et avoir formulé les appréciations sur le projet au regard des objectifs que s'est fixée la commune de Larmor-Plage

### **La commission d'enquête estime que :**

- le public a été correctement informé de l'ouverture d'une enquête publique portant sur le projet de révision du RLP de la commune de Larmor Plage,
- que les documents mis à la disposition des visiteurs pendant 50 jours consécutifs à la mairie de Larmor-Plage, par ailleurs consultables sur le site Internet de la commune et depuis un ordinateur tenu à la disposition du public, ont permis aux personnes intéressées de prendre connaissance du projet,
- que la concertation préalable, les avis des Personnes Publiques ont permis de renseigner la population sur les enjeux de l'évolution prévue,
- que les observations et propositions du public ont été considérées et prises en compte pour faire évoluer le projet.

**En synthèse**, l'enquête a permis de faire évoluer favorablement quelques dispositions mineures dans le projet initial. La commune s'est engagée sur ces évolutions.

### **La commission d'enquête note que :**

- cette révision permet d'adapter les nouvelles règles aux spécificités locales, favorisant la prise en compte des caractéristiques propres de cette commune littorale et balnéaire tout en assurant le droit à l'affichage extérieur ;
- la richesse patrimoniale du centre-ville est préservée par l'édiction de mesures interdisant la publicité sauf sur le mobilier urbain à titre accessoire;
- la limitation des dispositifs aux abords des axes structurants, très fréquentés, notamment en saison estivale, permet d'éviter la saturation visuelle tout en favorisant la lisibilité des annonces ;



- l'interdiction des dispositifs numériques, sauf par projection et transparence, contribue à la lutte contre la pollution lumineuse et la consommation énergétique ;
- les actions d'information et de sensibilisation vont favoriser la mise en conformité des dispositifs ;
- la commune de Larmor-Plage se dote d'un outil de gestion de la publicité participant à la mise en œuvre de la transition écologique et énergétique.

**Elle regrette :**

- la lisibilité imparfaite des plans de zonage ;
- l'absence d'interventions sur les contrats relatifs aux abris-voyageurs.

La commission approuve cependant les orientations retenues permettant la recherche d'un équilibre entre la préservation du cadre de vie et la lisibilité des annonces publicitaires.

**En conséquence,**

**La commission d'enquête émet un AVIS FAVORABLE sans réserve au projet de RLP de la commune de Larmor-Plage assorti de :**

- **une recommandation, visant à l'amélioration de la lisibilité des plans de zonage.**
- **une recommandation, relative à la priorisation de l'affichage lié aux besoins du service public sur le mobilier urbain.**
- **une recommandation, concernant le suivi de l'extinction des enseignes avec l'ouverture et la cessation des activités.**
- **une recommandation, portant sur la mise en œuvre d'actions d'information et de sensibilisation en vue d'une mise en conformité des dispositifs.**

Fait à Plougastel-Daoulas le 17 février 2023

La commission d'enquête

Jean-Luc ESCANDE



Nicole QUEILLE



Christian ROBERT

