

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 1

RAPPORT D'ENQUETE

Table des matières

1.1	CONTEXTE GENERAL DE L'ENQUÊTE.....	3
1.2	OJET DE L'ENQUÊTE	3
1.3	CADRE JURIDIQUE DE L'ENQUÊTE	4
1.4	LES PRINCIPES FONDAMENTAUX DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE.....	4
1.4.1	Pour la publicité et les pré-enseignes	5
1.4.2	Pour les enseignes	6
1.5	ETAT DES LIEUX	7
1.5.1	Publicité et pré-enseignes.....	7
1.5.2	Les publicités et pré-enseignes lumineuses.....	11
1.5.3	Les enseignes	11
1.6	NATURE ET PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DU PROJET DE RLP	15
1.6.1	L'objet du RLP	15
1.6.2	Les orientations	15
1.6.3	Zonage retenu.....	16
1.7	CONCERTATION PREALABLE	18
1.7.1	Les objectifs	18
1.7.2	Les modalités	18
2.	COMPOSITION DU DOSSIER D'ENQUÊTE	19
3	DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE.....	19
4	SYNTHESE DES AVIS PPA.....	21
5	SYNTHESE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC, DES ASSOCIATIONS ET PROFESSIONNELS	22
6.	PROCES-VERBAL DE SYNTHESE	25
7.	QUESTIONS ET REMARQUES DE LA COMMISSION D'ENQUÊTE.....	25
7.2	Le format des panneaux	25
7.3	Les horaires d'extinction nocturne.....	26
7.4	L'interdiction des dispositifs numériques.....	26
7.5	Les incidences économiques.....	27
7.6	L'inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé.	27
7.7	Les modalités de mise en œuvre de cette réglementation.....	28
8.	MEMOIRE EN REponse DU MAITRE D'OUVRAGE	28
9.	CLOTURE DE LA PARTIE I- RAPPORT D'ENQUÊTE PUBLIQUE.....	28

1.1 CONTEXTE GENERAL DE L'ENQUÊTE

D'une superficie de 738 hectares, Larmor-Plage est une commune littorale de 8 327 habitants, Elle est située au sud du pays de Lorient, à l'ouest du département du Morbihan. Elle est intégrée au Syndicat Mixte pour le Schéma de Cohérence Territoriale du pays de Lorient qui regroupe 30 communes. Elle fait partie de Lorient-Agglomération qui comprend 25 communes et comptant plus de 209 360 habitants.

La commune est dotée d'un Règlement Local de Publicité RLP, approuvé par arrêté municipal du 27 avril 1987. Cependant, conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II », ce document est devenu caduc depuis le 13 janvier 2021, impliquant l'application des Règles Nationales de Publicité relatives aux agglomérations de 10 000 habitants sur l'ensemble du territoire communal.

Le règlement actuellement en vigueur institue 4 zones distinctes :

- La ZP1 autour des monuments inscrits à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques ;
- La ZP2 qui concerne le long du littoral, le secteur de Kerpape et les villages présentant un caractère d'habitat ancien ou typique à protéger ;
- La ZP3 qui couvre l'ensemble de l'agglomération à l'exception des ZP1, ZP2 et ZPE ;
- La ZPE qui comprend la zone d'activités de Kerhoas, le centre commercial de Quélisoy.

Toutefois, peu de règles locales ont été édictées. Si la protection des espaces patrimoniaux et naturels a été prise en compte, de grandes surfaces peuvent être octroyées dans les zones d'activités. Aussi, pour mieux assurer la protection du cadre de vie et prendre en compte les évolutions législatives et technologiques, une révision de ce document a été prescrite par délibération du conseil municipal du 5 juin 2019. Le projet a été arrêté par délibération du 1 juin 2022 après concertation.

Cette commune est également pourvue d'un plan local d'urbanisme, PLU, approuvé le 19 janvier 2011.

Par une délibération initiale du 29 juin 2016, le conseil municipal a décidé de lancer la révision de ce document d'urbanisme.

Pour une meilleure harmonisation et dans une optique de cohérence, et conformément aux dispositions du titre V du livre 1 du code de l'urbanisme et du chapitre III du titre II du livre I du code de l'environnement, il a été souhaité que la révision du RLP soit menée conjointement avec la procédure des enquêtes liées à la révision du PLU et celle relative au zonage des eaux pluviales et usées de la commune de Larmor-Plage et à leur évaluation environnementale. Une enquête unique est donc organisée.

1.2 OBJET DE L'ENQUÊTE

Lors de la délibération du conseil municipal du 5 juin 2019, Larmor-Plage a souhaité engager la modification de son Règlement Local de Publicité, outil de gestion de la publicité permettant de réglementer les dispositifs publicitaires intégrant les publicités, enseignes et pré-enseignes dans un but de protection du cadre de vie et des paysages tout en assurant un équilibre avec le droit à

l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées. Après concertation, l'arrêt du document a été acté par délibération du conseil municipal du 1 juin 2022.

L'objet de la présente enquête porte donc sur ce Règlement Local de Publicité de Larmor-Plage.

1.3 CADRE JURIDIQUE DE L'ENQUÊTE

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 portant réglementation nationale de la publicité extérieure, qui s'appliquent au droit de l'affichage extérieur visant la publicité, les pré-enseignes et enseignes.

Ces affichages peuvent également être soumis à d'autres législations pour des motifs de sécurité routière, d'occupation du domaine public, de droit de la consommation ou de la presse, des professions ou liés au fond des messages publicitaires.

Par ailleurs, la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 dite « Loi Climat et Résilience », portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets permet d'intégrer des dispositions relatives aux dispositifs lumineux et numériques situés à l'intérieur des vitrines.

1.4 LES PRINCIPES FONDAMENTAUX DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Le règlement local de publicité régit les possibilités d'installation des supports et leurs formats, visibles des voies, publiques ou privées, ouvertes à la circulation et non le contenu des messages, dans une optique de protection du cadre de vie et des paysages.

Il permet l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Le pouvoir de police en matière de publicité appartient au maire en cas de présence d'un RLP. Cette autorité est compétente pour la délivrance des autorisations nécessaires, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France, ABF.

En cas d'infraction, des délais de mise en conformité sont fixés tel un délai de 2 ans pour une infraction au RLP pour les publicités et pré-enseignes et 6 ans pour les enseignes et aucun délai pour une infraction au code de l'environnement.

Ce document est opposable aux tiers. Il est annexé au PLU.

3 types de dispositifs sont concernés :

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

Les enseignes sont des inscriptions, formes ou images apposées sur un immeuble et relatives à une activité qui s'y exerce.

Les pré-enseignes sont constituées par toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

1.4.1 Pour la publicité et les pré-enseignes

La surface unitaire d'un dispositif correspond à la surface du panneau tout entier et non à la seule surface de la publicité apposée. Quant aux différentes catégories de mobilier urbain, n'étant pas assimilées à des dispositifs publicitaires, la surface unitaire maximale de la publicité qui y est apposée n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

L'interdiction générale de publicité en dehors des agglomérations est constante, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et gares ferroviaires ou routières, aux équipements sportifs de capacité d'accueil d'au-moins 15 000 places, dans les zones commerciales dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Par **agglomération** il faut entendre, selon l'article R 110-2 du code de la route, « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée ou la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ».

Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire et figure dans un document graphique annexé au RLP.

Sur la commune de Larmor-Plage, 4 agglomérations de moins de 10 000 habitants ont été délimitées.



Et, **l'unité urbaine** comprend une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu, sans coupure de plus de 200 m entre deux constructions, et qui compte au-moins 2 000 habitants.

La commune de Larmor-Plage fait partie de l'unité urbaine de Lorient, la plus grande unité urbaine du Morbihan, regroupant plus de 5 communes et comptant plus de 114 705 habitants.

Les pré-enseignes dérogatoires, dont la liste des activités pouvant s'y signaler est limitative, ne sont pas règlementées par le RLP. Leur format, leur nombre, et la distance sont encadrés, Elles visent celles qui sont en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles, les monuments historiques classés ou inscrits, ouverts à la visite, et à

titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles. Les autres activités sont signalées à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale, SIL, relevant du code de la route ou de Relais d'Information Service, RIS.

Une interdiction absolue de publicité concerne les lieux patrimoniaux et paysagers protégés

Une interdiction absolue touche les arbres, les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, les monuments naturels et dans les sites classés, dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles.

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, la Fontane Notre Dame, la Croix de Kergoudelec.

D'autres interdictions d'apposition de publicité sont édictées pour divers supports, poteaux d'éclairage public, de télécommunications, les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, maritime, fluviale, aérienne, les murs de cimetières et de jardins publics, les murs de bâtiments sauf quand ils sont aveugles ou avec des ouvertures inférieures à 0,50 m², les clôtures non aveugles... la publicité scellée au sol est interdite dans les zones naturelles et espaces boisés classés.

Des interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre du RLP.

Celles-ci peuvent notamment concerner les abords des monuments historiques, le périmètre des sites patrimoniaux, les parcs naturels régionaux, les sites inscrits, les zones spéciales de conservation...

Sur la commune de Larmor-Plage, une interdiction relative s'applique aux abords des monuments historiques.

L'obtention d'autorisations préalables est nécessaire pour les publicités lumineuses autres que par projection ou transparence, pour les emplacements sur les bâches, pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires. Et, lors d'une installation, modification ou remplacement, lorsqu'elles ne sont pas soumises à autorisation préalable, les publicités et préenseignes, sauf si ces dernières n'excèdent pas 1 m de hauteur et 1,5 m de largeur, restent conditionnées à des déclarations préalables.

1.4.2 Pour les enseignes

Chaque activité disposant « d'un droit à l'enseigne », aucune interdiction n'est édictée. Les enseignes sont autorisées sur l'ensemble du territoire (en agglomération comme en campagne).

L'obtention d'autorisations préalables sont nécessaires notamment pour les enseignes installées sur des immeubles protégés au titre des monuments historiques ou dans des territoires couverts par le RLP, pour les enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Les enseignes se répartissent en 5 grandes catégories : parallèles au mur, scellées au sol, sur toiture ou terrasse, perpendiculaires au mur, sur clôture.

Elles doivent être constituées en matériaux durables, en bon état d'entretien, enlevées dans un délai de 3 mois après la cessation d'activité.

1.5 ETAT DES LIEUX

Un état des lieux du parc d'affichage extérieur a été effectué en août 2019. Il a permis d'obtenir une vision qualitative et quantitative des dispositifs présents. Il a servi de base au diagnostic du RLP. Une analyse de cet inventaire a favorisé l'identification des enjeux et des besoins d'une réglementation renforcée sur le territoire communal.

1.5.1 Publicité et pré-enseignes

71 dispositifs de publicité et pré-enseignes dont 41 scellés au sol et 18 sur des murs ou clôtures, ont été recensés sur le territoire larmorien. Ils représentent près de 392 m² de surface d'affichage, soit un peu plus de 5,5 m² par dispositif en moyenne.

Il est constaté une pression publicitaire plus importante dans les secteurs économiques de Kerhoas et Quelisoy ainsi que le long des axes de flux routiers importants et aux entrées de ville.

Ailleurs, les dispositifs sont disséminés dans le tissu urbain.

Enfin, il a été relevé des supports mal entretenus.

1.5..1 a - sur le mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire 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 m² 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 ; <ul style="list-style-type: none"> - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : • 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 m² (8 m² si numérique) ; • 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.

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire, supporter de la publicité non lumineuse, éclairée par projection ou transparence, numérique. Mais, la publicité y est interdite dans les espaces patrimoniaux et naturels, dans les espaces boisés classés, aux abords de certains axes routiers. L'extinction nocturne n'y est pas réglementée.

A Larmor-Plage, seuls 2 types de mobilier urbain sont présents : des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² et des mobiliers urbains, dénommés « sucettes », destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. La convention de mise à disposition de mobilier urbain arrive à échéance.



12 supports, soit 2/3 du total, sur le mobilier urbain, affichent de la publicité à titre accessoire, Deux mobiliers, un abri-bus et une sucette, situés au sein des périmètres délimités des abords des monuments historiques du cœur de ville, ne sont pas conformes aux règles d'implantation.

La convention de mise à disposition de mobilier urbain arrive à échéance et doit être étudiée en fonction de la future réglementation locale en considérant cet outil important de communication.

1.5..1.b - les dispositifs scellés au sol

Du fait de sa population inférieure à 10 000 habitants, Larmor-Plage peut accueillir de la publicité scellée au sol, d'une surface unitaire maximale de 12 m², et d'une hauteur maximale au-dessus du niveau du sol de 6 m, sauf en agglomération, dans les espaces boisés classés, dans les zones patrimoniales et naturelles à protéger, en visibilité de certains axes routiers, à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin, à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

En outre, seul un dispositif publicitaire peut être installé sur une unité foncière dont le côté bordant la voie publique ouverte à la circulation est d'une longueur de 80 m linéaire sauf une autorisation pour 2 supports apposés horizontalement ou verticalement sur un mur, ou si la longueur supérieure à 40 m linéaire. Et, un dispositif supplémentaire peut être implanté par tranche de 80 m au-delà de la première.

Actuellement, en secteur résidentiel, un dispositif par unité foncière dont le linéaire de façade est supérieur à 30 m est admis pour éviter la surenchère des supports.

3 dispositifs ont été recensés en-dehors des agglomérations identifiées. 15, soit plus du tiers, implantés en entrées de ville, autour du nœud routier et économique de Kerhoas/Quélisoy, et le long des axes routiers structurants, dépassent la surface de 12 m², impactant donc le paysage. Et, 6 panneaux sont supérieurs à 8 m² mais sans atteindre 12 m².

Il est dénombré une majorité de 18 petits formats publicitaires avec une surface équivalente à 4 m² et 2 compris entre 4 m² et 6 m², soit 49% de dispositifs de ce type. Compte-tenu de leur nombre et de leur surface, ces panneaux participent à la banalisation des paysages en entrée de ville et le long des voies structurantes, obstruant les vues sur la campagne ou le littoral.



En vue de préserver l'état des paysages, notamment aux abords des entrées de ville et des secteurs résidentiels le long des axes structurants, la surface et la densité de ce genre de dispositifs pourront être examinées dans le futur RLP.

1.5. 1.c - sur les murs ou clôtures

Pour ce type de dispositif, la surface unitaire ne doit pas dépasser 12 m², avec une hauteur maximale au-dessus du niveau du sol de 7,5 m et diverses prescriptions d'implantation comme celles concernant les limites de murs et de l'égoût du toit à ne pas dépasser, les toitures et terrasses.

A Larmor-Plage, seuls 18 supports ont été dénombrés dont 3 excédant une surface de plus de 6 m².



Pour résoudre les problématiques liées à leur dimension et leur mauvaise installation, essentiellement en secteur patrimonial, ou sur supports non aveugles parallèles à la voie de circulation, une harmonisation des règles de densité et de surface serait appropriée tout en mettant en oeuvre des mises en conformité.

1.5. 1.d - sur les toitures ou terrasses

Aucun support relevant de cette catégorie n'a été relevé.

Une réflexion devra être portée sur l'implantation de ces dispositifs considérés légaux s'ils sont lumineux.

1.5. 1.e - sur les bâches

Depuis la loi Grenelle, les dispositifs installés soit sur les bâches publicitaires, soit sur les bâches de chantier sont réglementés. Ainsi, les publicités sont interdites en bordure de certains axes routiers. Les publicités apposées ne doivent pas dépasser de 50 cm les échafaudages, ne peuvent excéder 50% de la surface de la bâche, sont installées sur les murs aveugles, avec une distance de 100 m entre elles.

Bien qu'aucune bâche n'ait été relevée, l'impact de ces supports doit être désormais pris en compte.

1.5.1.f - sur les devantures commerciales

Il s'agit de publicité d'une taille inférieure à 1 m², d'une surface équivalente à 1/10^{ème} de la devanture commerciale et dans la limite de 2 m², à 50 cm du sol, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.

Quelques rares supports ont été mis en évidence sur le territoire larmorien.



Un équilibre est à rechercher entre la saturation des façades et le maintien de cette source de revenus pour les activités,

1.5.1.g – les dispositifs de dimension exceptionnelle

Ceux-ci sont interdits à proximité de certaines voies et leur durée d'implantation est limitée.

Bien qu'aucun support de ce type n'existe à Larmor-Plage, il convient de prévenir les effets paysagers qui pourraient être induits.

1.5.1 h– 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	-

Il est à noter que la publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.

1.5.1 i– sur les véhicules terrestres et sur les eaux intérieures

Sur les véhicules, la surface maximale autorisée est de 12 m².

Et compte-tenu de la spécificité littorale de Larmor-Plage, sur les bateaux-bus, la surface de la publicité est de 8 m², la hauteur de 0,75 m ; la largeur de 5m ou 1/10^{ème} de la largeur du bateau.

1.5.2 Les publicités et pré-enseignes lumineuses

Du fait de l'impact de la pression lumineuse sur l'environnement et le cadre de vie, à laquelle contribuent les dispositifs lumineux par des effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, des règles spécifiques ont été instaurées pour lutter contre la pollution lumineuse. A cet effet, une extinction nocturne des publicités est prévue entre 1 h et 6 h sauf pour les aérodomes, celles par projection ou transparence sur le mobilier urbain et les publicités numériques par images fixes sur le mobilier urbain. Leur surface est limitée à 8 m², leur hauteur au-dessus du sol à 6 m ; des restrictions visent leur installation.

A Larmor-Plage, 3 supports éclairés par projection sont concernés.



Exemples de supports publicitaires lumineux recensés à Larmor-Plage

Pour limiter les impacts, 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.

1.5.3 Les enseignes

932 enseignes ont été dénombrées, principalement dans les pôles économiques du centre-ville et les zones de Kerhoas et Quéllisoy , mais également dans les zones d'activités de Kernevel, le secteur du Vieux Moulin et du Minio, et aux Bruyères. Les enseignes « commerçantes » sont prépondérantes, et quelques enseignes scellées a sol sont présentes dans les zones d'activités commerciales et industrielles.

1.5.3 a– Les enseignes parallèles au mur

Ces enseignes ne doivent pas dépasser les limites du mur, ni de l'égout du toit, et ne pas avoir une saillie de plus de 25 cm, Les enseignes sur balcon, auvent ou marquise peuvent être installées sous respect de quelques prescriptions comme la hauteur ne dépassant pas 1 m et la saillie de 25 cm.

Près de 8 enseignes sur 10 sont parallèles au mur et se retrouvent essentiellement au cœur de ville et au parc d'activités de Kerhoas. 21% ne respectent pas la réglementation. tant sur leur lisibilité que leur implantation



Quand bien même les enseignes sur balcons sont rares, il faut prêter attention à ce qu'elles ne masquent pas les éléments architecturaux des façades. Et pour assurer une meilleure intégration architecturale et pour améliorer la lecture des paysages urbains, des mises en conformité devront être effectuées et des règles plus strictes devront être instituées.

1.5.3 b Les enseignes perpendiculaires au mur

Ces enseignes ne doivent pas dépasser la limite supérieure du mur, ne pas être apposées devant une fenêtre ou balcon et ne pas avoir de saillie supérieure à 2m.

De taille modeste, celles-ci représentent le 3^{ème} type d'enseignes les plus fréquentes, et existent surtout dans le cœur de ville, situées généralement au premier étage. 5 d'entre elles dépassent la surface d'1m².



En raison du cumul de ces dispositifs avec d'autres enseignes susceptibles de porter atteinte aux paysages et accentuant l'illisibilité des messages, leur intégration doit être améliorée quant à leur densité, leur positionnement. Des actions d'information et de pédagogie pourront être menées.

1.5.3 c la surface cumulée sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale ne peuvent avoir une surface cumulée de plus de 15 % de la surface de la façade ou à 25% si cette façade est inférieure à 50 m², en intégrant les baies.

Au cœur de ville de Larmor-Plage, les commerces présentent des petites façades.



Pour améliorer la lisibilité des messages, le nombre et les dimensions de ces enseignes devront être examinés.

1.5.3 d les enseignes scellées au sol

L'implantation de ces dispositifs est réglementée, tel le respect de distance à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble voisin, ou par rapport à leur hauteur au niveau du sol. Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, leur surface unitaire maximale de plus de 1 m² est de 6 m², de 6,50 à 8 m de haut selon leur largeur de plus ou moins d'1 m.

Ces enseignes équivalentes aux drapeaux, mâts, totems, chevalets, constituent le 2^{ème} type le plus utilisé. Par leur implantation, leur nombre, elles contribuent à la saturation visuelle. Plus de 40 % ne sont pas conformes. Beaucoup d'entre elles sont inférieures à 1 m² et sont souvent installées sur le domaine public.



Une information pédagogique et une sensibilisation des acteurs économiques, accompagnées de mises en conformité, permettront d'améliorer la situation.

1.5.3 e les enseignes sur clôtures

Ces supports ne sont pas réglementés par le code de l'environnement.

Ces enseignes restent marginales et sont concentrées sur une vingtaine d'établissements sous forme de bâches ou pancartes.

Obstruant les points de vue, ces dispositifs doivent être réglementés pour assurer leur intégration.

1.5.3 f les enseignes sur toitures ou terrasses

Des règles spécifiques encadrent ces enseignes comme l'utilisation de lettres ou signes découpés ne dépassant pas 50 cm de haut, leur surface cumulée à 60 m².

Seules, 4 enseignes ont été recensées dont 1 non conforme au lettrage.



Face à leur grande visibilité, le format de ces supports devra être réduit, voire interdit dans certains secteurs.

1.5.3 g les enseignes lumineuses

Ces enseignes répondent à des normes techniques, sont éteintes entre 1 h et 6 h lorsque l'activité a cessé, ne peuvent clignoter hormis les pharmacies ou services d'urgence.

Près de 50 enseignes ont été répertoriées, soit 8% des enseignes. Les systèmes de projection ou transparence sont les plus employés. 5 enseignes sont numériques et signalent les pharmacies et une station-service.



Un effort sur l'extinction nocturne devra être fait.

1.5.3 h les enseignes temporaires

Ce sont des enseignes indiquant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, de moins de 3 mois et pour celles d'une durée de plus de 3 mois, signalant des travaux publics ou des opérations immobilières. Elles peuvent être installées 3 semaines avant le début de l'opération et retirées 1 semaine après l'opération. Les prescriptions les régissant reprennent les typologies des autres dispositifs.

Du fait de leur grand format, elles peuvent avoir un impact sur le paysage.

Pour éviter leur multiplication, et limiter leurs effets, des règles devront être adoptées.

1.6 NATURE ET PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DU PROJET DE RLP

1.6.1 L'objet du RLP

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 larmorien -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).

1.6.2 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 des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Orientation10 : Encadrer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques (publicités, pré-enseignes et enseignes) et renforcer leur plage d'extinction nocturne.

1.6.3 Zonage retenu

Le processus suivi pour l'élaboration du RLP a permis de fixer des principes réglementaires qui sont contenus dans :

- Le règlement littéral qui comprend les règles applicables d'une part aux publicités et pré-enseignes, et d'autre part aux enseignes. Il précise les dispositions spécifiques aux différentes zones et aux différents types de supports.
- Les annexes qui comprennent des plans de zonage pour la publicité et pour les enseignes et des zones agglomérées, un lexique.

Les fondamentaux réglementaires consistent en :

1.6.3.1 Les zones de publicité réglementée

Un zonage simple et cohérent satisfaisant aux caractéristiques de Larmor-Plage a été délimité. 3 zones de publicité ont été instituées :

-la zone de publicité N°0, notée ZP0, couvre les périmètres de protection des abords des monuments historiques du cœur de ville (Eglise et fontaine Notre Dame)

Afin de conforter le cadre patrimonial tout en laissant un minimum d'espace de communication, les seules possibilités de publicité sont celles du mobilier urbain à titre accessoire.

-la zone de publicité N° 1 ZP1, couvre les secteurs urbanisés mixtes, majoritairement résidentiels des 4 agglomérations identifiées

Pour préserver le cadre de vie et les espaces publics dans ces secteurs majoritairement résidentiels, la publicité scellée au sol est interdite. Outre la publicité à titre accessoire sur le mobilier urbain, la publicité ne peut être apposée que sur des murs aveugles dans la limite de 4 m² de surface unitaire et de 6 m de hauteur au-dessus du niveau du sol. Un seul dispositif par unité foncière dotée d'un côté bordant la voie ouverte à la circulation est autorisé.

--la zone de publicité N°2, ZP2, couvre les zones d'activités économiques d'importance (parc d'activités de Kerhoas, le centre commercial de Quélisoy, secteurs ludiques de Kerpape)

Il convient de concilier la lisibilité des activités économiques et la préservation du cadre de vie. Aussi, les formats publicitaires sont réduits à 10,50 m² et à une hauteur de 6 m au-dessus du niveau du sol. Un seul dispositif par unité foncière dotée d'un côté bordant la voie ouverte à la circulation est autorisé sauf si la longueur du côté de l'unité foncière est égale ou supérieure à 100 m. les dispositifs scellés au sol seront implantés perpendiculairement à la voie.

En-dehors de ces trois zones, les secteurs sont considérés comme hors agglomération avec une interdiction pour les publicités et pré-enseignes sauf exception.

Dans l'ensemble de ces zones, dans le but des économies d'énergie et de lutte contre la pollution lumineuse, l'extinction nocturne est fixée entre 22 h et 6 h, y compris celles supportées à titre accessoire sur le mobilier urbain. Les supports publicitaires ne pourront être éclairés que par projection ou transparence.

Pour promouvoir la qualité paysagère et la préservation du bâti, dans les 3 zones de publicité sont interdites : les publicités ou pré-enseignes apposées sur une clôture, sur les murs en pierres naturelles, sur toiture ou terrasse, les bâches publicitaires, les dispositifs de petit format.

Sur le mobilier urbain, les publicités ou pré-enseignes à titre accessoire doivent respecter les dispositions du code de l'environnement, sauf pour les messages non publicitaires à caractère général ou local ou œuvres artistiques, avec un format de 2 m² à 3 m au-dessus du niveau du sol.

1.7.3. 2 Les enseignes

Dans l'optique de garantir un cadre de vie de qualité tout en assurant la lisibilité des acteurs économiques locaux, 2 zones d'enseignes ont été fixées :

-la zone d'enseigne N° 1, ZE1, couvre les secteurs urbanisés mixtes majoritairement résidentiels agglomérés autour du cœur de ville.

Pour préserver l'harmonie architecturale, et empêcher la fermeture visuelle, les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ainsi que les enseignes perpendiculaires sont implantées au-dessous des limites de plancher du premier étage lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée. L'ensemble des enseignes en façade ne peut excéder 15% de la surface de ladite façade. Une seule enseigne perpendiculaire par façade est acceptée. Avec une hauteur maximale d'1 m et une saillie de 80 cm. Les enseignes de plus de 1m², scellées au sol, ont une surface unitaire de 2 m² et 3 m au-dessus du niveau du sol. Un effort de regroupement au-maximum de 10 établissements devra être recherché, afin d'éviter la multiplication des enseignes. Seul, un petit dispositif de moins de 1 m², d'une hauteur de 1,20 m au-dessus du niveau du sol est autorisé le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'activité. Les enseignes sur clôtures, sur toitures ou terrasses sont interdites. Les enseignes numériques sont réduites à une seule par établissement et à une surface de 2 m².

-la zone d'enseigne N° 2, ZE2, couvre les zones d'activités économiques d'importance (parc d'activités de Kerhoas, centre commercial de Quélisoy, secteurs ludiques de Kerpape).

Les enseignes de plus de 1 m², scellées au sol, sont limitées à 8 m² et 6 m au-dessus du niveau du sol. Seul, un petit dispositif de moins de 1 m², d'une hauteur de 6 m au-dessus du niveau du sol est autorisé le long de chaque voie ouverte à la circulation bordant l'activité. Les enseignes sur clôtures, sont restreintes à une seule le long des voies ouvertes à la circulation sans dépasser 4 m², et sur toitures ou terrasses à une seule par établissement d'une hauteur de 2 m au plus près de l'acrotère. Les enseignes numériques sont réduites à une seule par établissement et à une surface de 4 m².

De façon générale, toute enseigne est interdite sur les arbres, poteaux de télécommunication, les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, maritime, fluviale, aérienne, les auvents, marquises, balcons, barres d'appui de fenêtre, les clôtures non aveugles, les bâches sauf celles installées à titre provisoire d'intérêt collectif. Un habillage doit être prévu pour les faces non exploitées en bordure de voie pour limiter les ruptures visuelles. Les enseignes temporaires sont soumises aux mêmes règles que pour les enseignes permanentes. Et, les enseignes temporaires fixées au sol sont interdites. L'extinction nocturne correspond aux horaires de reprise et cessation d'activité.

Si des activités sont situées hors agglomération, elles restent soumises aux mêmes dispositions que les enseignes situées en ZP2.

1.7 CONCERTATION PREALABLE

1.7.1 Les objectifs

La concertation a pour but de permettre l'information de l'ensemble de la population, des personnes publiques associées, des professionnels, des associations et de recueillir leurs remarques sur le projet de règlement local de publicité.

1.7.2 Les modalités

Dans sa délibération du 5 juin 2019, les modalités de la concertation ont été fixées :

- Mise à disposition du public et des personnes concernées d'un registre permettant de formuler des observations et propositions tout au long de la procédure de révision du RLP ;
- Mise à disposition du public et des personnes concernées d'une adresse e-mail afin de recueillir les observations et propositions tout au long de la procédure ;
- Ouverture d'une page internet sur le site de la ville qui sera dédiée à la révision du RLP avec des documents permettant au public de prendre connaissance du projet et se l'approprier (étapes de la procédure, éléments de diagnostic, orientations ...) ;
- Organisation d'une réunion publique de concertation permettant d'échanger avec la population et les personnes concernées sur le projet.

1.7.2 a – Les réunions publiques

2 réunions de concertation se sont tenues en présence d'élus, de techniciens, d'un animateur urbaniste-architecte :

- une, le 17 juin 2021, à destination des personnes publiques associées, notamment les services de l'Etat, ainsi que des professionnels et associations de préservation de l'environnement et des paysages. Les observations ont essentiellement porté sur la surface hors tout de 4 m² qui empêche certaines sociétés d'intervenir sur la commune de Larmor-Plage, et sur la longueur minimale de linéaire sur voie fixée pour préserver le cadre de vie, sur la luminosité numérique.
- l'autre décalée au 6 avril 2022 pour des raisons sanitaires avec les habitants et commerçants et des professionnels, rassemblant une vingtaine de personnes au cours de laquelle des échanges ont eu lieu sur la signalisation d'intérêt local ou touristique, l'insertion des enseignes.

1.7.2 b– autres formes d'expression

Aucune contribution ne figure sur le registre mis à disposition du public en mairie jusqu'au 30 avril 2022. Aucune autre remarque n'est parvenue par voie électronique.

Le dossier a été mis en ligne sur le site internet communal. Des articles ont été publiés dans la presse locale

2. COMPOSITION DU DOSSIER D'ENQUÊTE

Le dossier mis à disposition du public comporte :

- **Les pièces administratives** liées à l'enquête publique incluant les **délibérations du Conseil Municipal** relatives à la procédure, **le bilan de la concertation**.
- **Un rapport de présentation :**
 - un diagnostic
 - les orientations et objectifs du territoire en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation
 - la justification des choix retenus pour la délimitation du zonage et la prescription des règles au regard des orientations et objectifs
- **Une partie réglementaire :**
 - Contenant les adaptations locales de la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des pré enseignes. Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Des annexes :**
 - un plan de zonage pour la publicité et pour les enseignes
 - un plan figurant les limites d'agglomération et les arrêtés de limites d'agglomération en application de l'article R 411-2 du code de la Route
 - un lexique
- **les avis émis par les PPA**, personnes publiques associées sur le projet de révision du RLP ainsi que celui émis par la CDNPS, Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.

3. DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

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 : Mr 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

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**.

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

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 dépositaires, 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 préféreraient 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 et peu d'observations concernent l'enquête directement liée au RLP.

4 SYNTHÈSE DES AVIS PPA

Un courrier a été adressé le 7 juillet 2022 par la commune de Larmor-Plage aux fins de recueillir l'avis sur le projet arrêté du règlement local de publicité. 20 lettres ont été envoyées à destination des services de l'Etat (Préfecture, DDTM, MRAE, ONF), des collectivités territoriales (Région, Département du Morbihan, Lorient Agglomération, Lorient, Ploemeur, Groix), des chambres consulaires (CCI, Chambre d'Agriculture, Chambre des Métiers), du Comité Régional de la Conchyliculture, du Syndicat Mixte du Blavet, de l'Etablissement Public Foncier de Bretagne, de Morbihan Energies, de Audelor au titre du Scot du Pays de Lorient.

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

P de Larmor Plage	<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>9 votants</p> <p>Notes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avis favorable : 6 • Abstention : 2 <ul style="list-style-type: none"> - M. CHAMPALBERT, UPE - M. de MOURGUES, UMIVEM • Avis défavorable : 1 <ul style="list-style-type: none"> - M. BOURBON, Paysages de France
--------------------------	--	---

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 ZP2 devront être ramenées de 12 m² au maximum à 8 m² ; ce chiffre de 8 m² nous paraît excessif, il est demandé de limiter à 4 m² maximum, format standard adopté par nombre de RLP.

-Article 31 : autorise les enseignes sur toitures en ZE2. Il est demandé que comme en ZE1 ces enseignes soient interdites. C'est ce que beaucoup de RLP prévoient.

-Article 32: limiter comme en ZE1 les enseignes numériques à 2 m² et non à 6 m comme l'autorise l'article dans sa rédaction actuelle pour les ZE2.

-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.

5 SYNTHÈSE DES OBSERVATIONS DU PUBLIC, DES ASSOCIATIONS ET PROFESSIONNELS

L'enquête publique portant sur le projet de révision générale du Règlement Local de Publicité de la commune de Larmor Plage a donné lieu à peu de dépôt d'observations, **au nombre total de 8**, qui se répartissent de la façon suivante :

Une 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.

Trois 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 m² 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 déposée par erreur sur le registre consacré au RLP et aurait dû être inscrite sur le registre PLU.*

Un 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.

Trois courriels, M01 à M03.

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

- *Une 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 m² 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 m² 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 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2m²). L'interdiction générale de ce type de dispositifs prévu 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 m² et une surface du dispositif de 10,50 m², encadrement compris dans l'optique de la lisibilité et la visibilité des messages.

*la limitation en ZP1 du format « hors tout » à 10,50 m², avec une surface unitaire utile d'affiche n'excédant pas 8 m² 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 m² en ZP1, combinée à une règle de densité inadaptée en ZP2, 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 énergie 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 m² avec une surface d’affiche de 4m².

*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 ZP1 et ZP2, 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.

6. PROCES-VERBAL DE SYNTHESE

Conformément à l’article R.123-18 du Code de l’environnement, la commission d’enquête a rencontré le 13 janvier 2023 :

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-DESMARETS, chef de cabinet
Mme LE SCAON, chargée d’études PLU Lorient Agglomération

pour leur communiquer les observations consignées dans le procès-verbal de synthèse (annexe 1 du rapport d’enquête), accompagnées d’une liste de questions qui sont reproduites ci-après.

7. QUESTIONS ET REMARQUES DE LA COMMISSION D’ENQUÊTE

7.1 Le choix du zonage

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 ?

7.2 Le format des panneaux

Les trois organismes qui se sont exprimés ont soulevé la question de la taille des dispositifs. Si pour EELV, la taille doit être fixée à 4 m² 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 m² et de 10,50 m² 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 m² en ZP 2, ou 4 m² 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 ?

7.3 Les horaires d'extinction nocturne

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 être modulée selon les saisons ?

7.4 L'interdiction des dispositifs numériques

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 m² 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 stricte, ne craignez-vous pas des recours comme l'indique l'avis de la DDTM ?

7.5 Les incidences économiques

Après le rappel par le SNPE du contexte du marché de l’affichage extérieur, les syndicats professionnels s’émouvent 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 ?

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

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 ?

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

7.6 L’inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé.

L’aposition 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, 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 ?

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

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

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

7.7 Les modalités de mise en œuvre de cette réglementation

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 ?

8. MEMOIRE EN REPONSE DU MAITRE D'OUVRAGE

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).

9. CLOTURE DE LA PARTIE I- RAPPORT D'ENQUÊTE PUBLIQUE

La commission d'enquête clôt ce jour la partie 1 – Rapport d'enquête publique.

La partie Conclusions et Avis sur le Projet de Révision du Plan local d'urbanisme de la commune de Larmor-Plage fait l'objet d'un document séparé, clos ce même jour et associé au présent rapport.

Fait à Plougastel-Daoulas le 17 février 2023

La commission d'enquête

Jean-Luc ESCANDE



Nicole QUEILLE



Christian ROBERT



ANNEXES

ANNEXE 1 : PV de synthèse

ANNEXE 2 : Mémoire en réponse du Maître d'ouvrage

ANNEXE 3 : Publications légales

ANNEXE 4 : Procès-verbal d'affichage

ANNEXE 5 : Article de presse